

I - PREFAZIONE

1. *Premessa amministrativa e riferimenti normativi.*

Nel 2001 l'Amministrazione Comunale, visto il D.P.R.S. dell'11 luglio 2000, ha deciso di procedere all'adeguamento dello strumento urbanistico generale in attuazione di quanto previsto dall'articolo 5, comma 5, della legge regionale 22 dicembre 1999, n° 28 di riforma della disciplina del commercio. L'incarico per la redazione delle *Previsioni urbanistiche del settore commerciale* è stato conferito con delibera G.M. n° 384 dell'1 agosto 2001 come integrazione del precedente relativo alla redazione della Revisione del P.R.G..

Il Comune esercita il potere di indirizzo e di controllo sulla rete commerciale attraverso le *Previsioni urbanistiche del settore commerciale* (PUSC) al fine di favorire la realizzazione di una rete di vendita e distributiva efficiente, adeguatamente integrata con le altre funzioni di servizio al cittadino. A tal fine le PUSC individuano:

- le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed in particolare, le aree in cui possono essere consentiti gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- le aree da destinare a mercati su aree pubbliche di tipo giornaliero, periodico e fisso;
- i limiti cui sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano, nonché i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi relativi alle medie e grandi strutture di vendita.

Le PUSC disciplinano l'attività commerciale relativamente ai tipi d'uso commerciali, agli standards pertinentenziali nonché alle relative prestazioni insediative nel territorio del Comune di Barcellona Pozzo di Gotto, ai sensi del D.Lgs. 31.03.1998 n° 114, della L.R. 22.12.1999 n° 28, del D.P.R.S. 11.07.2000 e del D.A. 12.07.2000.

Le PUSC del Comune di Barcellona Pozzo di Gotto sostituiscono il vecchio piano di

urbanistica commerciale, denominato “*Piano di sviluppo e di adeguamento della rete di vendita*” redatto ai sensi della L. n° 426 del 11.06.1971, approvato con Delibera di Consiglio Comunale n° 83 del 21.10.1988, e costituiscono integrazione del P.R.G. in conformità alle previsioni urbanistiche dello stesso.

Le previsioni delle PUSC non si applicano alle categorie commerciali di cui al comma 2 dell’art. 2 della L.R. 22.12.1999 n° 28 (farmacie, rivendite di monopolio, vendite di carburanti, ecc.). Restano salvi in quanto compatibili con le PUSC le disposizioni normative relative alle attività di cui al comma 3 dell’art. 2 della 22.12.1999 n° 28 (ottico, rivendite di giornali, sale cinematografiche, ecc.).

2. *Quadro dimensionale comparativo della rete commerciale 1988 – 2003.*

Il Comune di Barcellona P.G., nel 1988 si è dotato di un “*Piano di sviluppo e di adeguamento della rete di vendita*” redatto ai sensi della legge n° 426/71; detto piano, di cui è scaduto il termine di validità, tentava per la prima volta di legare la programmazione commerciale e la disciplina delle attività di vendita al contesto territoriale di riferimento in termini anche urbanistici.

Ciò avveniva in un periodo nel quale la pianificazione urbanistica e territoriale non veniva ancora affrontata nei termini e nei modi odierni, né dal punto di vista normativo né dal punto di vista culturale. Infatti la legge di riferimento n° 426/71 era addirittura precedente alla legge urbanistica regionale n° 71/78. La programmazione negoziata e le relazioni macroeconomiche delle attività produttive con il più ampio contesto del territorio e delle sue vocazioni erano concetti ancora tutti da esplorare.

Nonostante tutto ciò, il legislatore del tempo avvertiva già la necessità di coordinare lo sviluppo del settore commerciale alle dinamiche delle trasformazioni urbanistiche, posto peraltro che talune aberrazioni dei processi di urbanizzazione palesemente iniziavano a contrastare con una struttura economica non adeguata. Basti pensare al problema delle grandi infrastrutture di collegamento, alla mancanza di parcheggi nei centri urbani, all’esponentiale crescita della mobilità individuale con i relativi guasti in termini di vivibilità delle città.

Tuttavia, proprio per le carenze culturali e normative del periodo, il piano su indicato, non è riuscito nel tentativo di ordinare i fenomeni di carattere prevalentemente economici che

stanno alla base delle attività commerciali con lo sviluppo del territorio barcellonese. Ciò è avvenuto in quanto il piano non si appoggiava allo strumento urbanistico comunale (P.R.G.), non considerando pertanto, le relazioni tra sviluppo degli insediamenti e possibilità imprenditoriali.

Il piano dell'88 individuava come esistenti 874 esercizi commerciali, distribuiti sul territorio comunale suddiviso in 9 zone, e ripartiti così come evidenziato nella Tabella I; in detta tabella si è provveduto ad ordinare gli esercizi commerciali esistenti al 1988 per vecchie tabelle merceologiche equiparate ai nuovi settori merceologici, procedendo quindi alla determinazione delle superfici medie di vendita per settore merceologico.

Tabella I

ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA AL 1988							
Ripartizione per vecchie tabelle merceologiche ed equivalenza ai nuovi settori merceologici							
Vecchie tabelle merceologiche	Corrispondenza nuove settori merceologici	Totali esercizi commerciali vecchie tabelle	Totali nuove categorie merceologiche	Superfici totali vecchie tabelle merceologiche	Superfici totali nuove categorie merceologiche	Superficie media vecchie tabelle merceologiche	Superficie media nuove categorie merceologiche
		(n°)	(n°)	(mq)	(mq)	(mq)	(mq)
I - VI - VII	alimentare	248	332	11.634	15.121	46,91	45,55
II - III - IV - V	alimentare	84		3.487		41,51	
VIII*	misti (alimentari/non alimentari)	6	6	4.580	4.580	763,33	763,33
IX - X - XI	abbigliamento	202	202	10.212	10.212	50,55	50,55
XII - XIII	diversi dall'abbigliamento	120	334	9.675	26.115	80,63	78,19
XIV	diversi dall'abbigliamento	214		16.440		76,82	
TOTALI		874	874	56.028	56.028		

* solo medie strutture di vendita

Oggi il territorio barcellonese vede la presenza di 945 esercizi commerciali attivi che determinano pertanto, un incremento di 71 esercizi in 15 anni corrispondente ad un aumento medio annuo dello 0,52%. La crescita percentuale così determinata, rappresenta senz'altro un valore minimo rispetto la media regionale, la quale, con riferimento ai Comuni con popolazione superiore ai 35.000 abitanti, negli ultimi cinque anni è attestata intorno al 2%.

La mancata crescita in termini quantitativi dei punti di vendita al dettaglio è chiaramente attribuibile alla impossibilità da parte del Comune di procedere a nuove autorizzazioni posto che la disponibilità di superficie di vendita prescritta dal vecchio piano commerciale, scaduto nel 1991, è stata già da molto tempo saturata senza che il Comune

stesso abbia ritenuto di provvedere ad una revisione del dimensionamento della rete commerciale.

Dalla comparazione dei dati del 1988 con l'attualità (v. Tabella II) emergono degli elementi particolarmente significativi per una comprensione delle dinamiche connesse alle attività commerciali nel Comune. Nella zona A del vecchio piano commerciale (che non ha nulla a che vedere con la zona omogenea territoriale A dei piani urbanistici) definita "centro primario", dai 371 esercizi commerciali, pari al 42,45% del totale delle attività presenti nell'intero territorio comunale del 1988, si è passati nel 2003 a 322 esercizi equivalenti al 34,07%; le cause di questo consistente fenomeno di abbandono del "centro primario" da parte degli operatori commerciali è senza altro da ricondurre alle notorie difficoltà di gestione delle parti storiche delle città in relazione soprattutto alla mobilità e alla dotazione di parcheggio pubblico. Del resto, solo la zona A presenta un ragguardevole saldo negativo di attività commerciali, a fronte di altre zone, come la B.2 (area urbana di Pozzo di Gotto), la quale invece, comprendendo una vasta area di espansione ormai del tutto urbanizzata, presenta all'attualità 242 esercizi commerciali contro i 185 del 1988, con un incremento percentuale del 23,55%. Anche in questo caso sono di carattere urbanistico le motivazioni del fenomeno, posto che la zona B.2 è attraversata dai due assi viari che, rappresentando il tratto urbano della Strada Statale 113, sono diventati nel tempo ambiti a forte vocazione commerciale.

Tabella II

QUADRO DI RAFFRONTO DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI ESISTENTI AL 1988 E AL 2003						
Zone vecchio piano	Esercizi commerciali 1988	Percentuale sul totale	Esercizi commerciali 2003	Percentuale sul totale	Differenza 1988 - 2003	Percentuale di incremento o decremento
A	371	42,45%	322	34,07%	-49	-15,22%
B.1	153	17,51%	154	16,30%	1	0,65%
B.2	185	21,17%	242	25,61%	57	23,55%
B.3	92	10,53%	96	10,16%	4	4,17%
C.1	10	1,14%	21	2,22%	11	52,38%
C.2	28	3,20%	54	5,71%	26	48,15%
C.3	5	0,57%	4	0,42%	-1	-25,00%
C.4	12	1,37%	13	1,38%	1	7,69%
C.5	18	2,06%	39	4,13%	21	53,85%
TOTALI	874	100,00%	945	100,00%	71	8,12%

Da questa ultima osservazione emerge in tutta la sua evidenza la discrasia tra il vecchio piano commerciale e le dinamiche relative alle trasformazioni urbanistiche della città; infatti, il ritenere detta zona B.2 come marginale e l'aver imposto per essa una disciplina circa

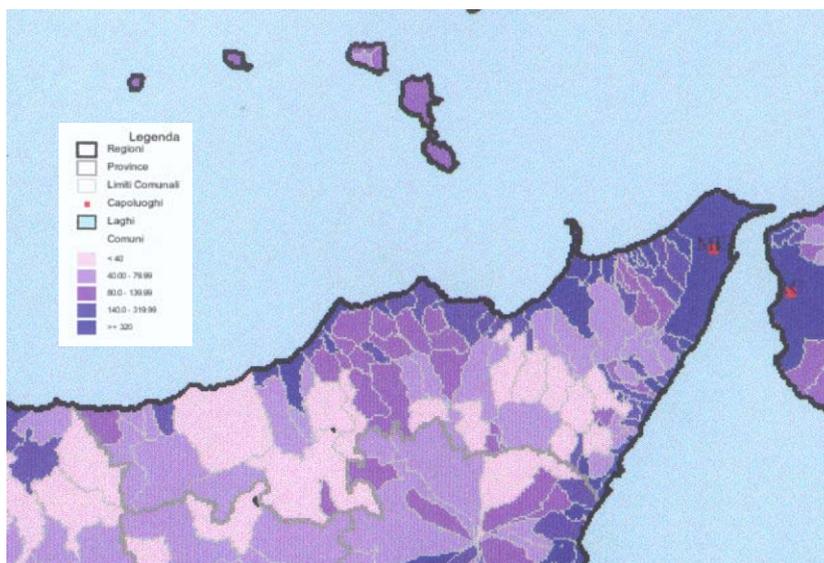
l'attivazione di esercizi commerciali relativamente restrittiva, si è negli anni clamorosamente scontrata con un sviluppo urbano che era facilmente prevedibile a partire dalla interpretazione del P.R.G. vigente.

Tutto ciò ha creato una serie di problematiche con le quali l'Amministrazione Comunale ha dovuto confrontarsi fino ad oggi, cercando caso per caso di star dietro ad una domanda sempre più articolata e dinamica, e che certamente non poteva trovare spazio e soluzioni nello strumento programmatico in argomento.

II - QUADRO TERRITORIALE DI RIFERIMENTO

1. *Popolazione e territorio della provincia di Messina.*

La provincia di Messina rappresenta il 3° polo demografico della Sicilia con circa 674.000 residenti, 255.000 famiglie ed una densità di 207,6 abitanti per kmq, valore significativamente superiore al dato medio nazionale, distribuiti su 108 comuni, di cui solo tre con più di 20.000 abitanti. Il maggior peso demografico è sostenuto dal capoluogo, dal momento che la popolazione è insediata prevalentemente in centri abitati di ridotte dimensioni demografiche, difatti il tasso di urbanizzazione è relativamente basso (49,1%). Tutti gli indicatori evidenziati mostrano un trend decrescente. Il saldo demografico è negativo, la classe di età centrale alimenta flussi migratori in uscita e l'indice di ricambio demografico rimane modesto. Ciò determina una condizione demografica anomala rispetto al contesto siciliano e meridionale in genere, evidenziando un maggior peso strutturale della popolazione in età avanzata sulle classi giovanili.

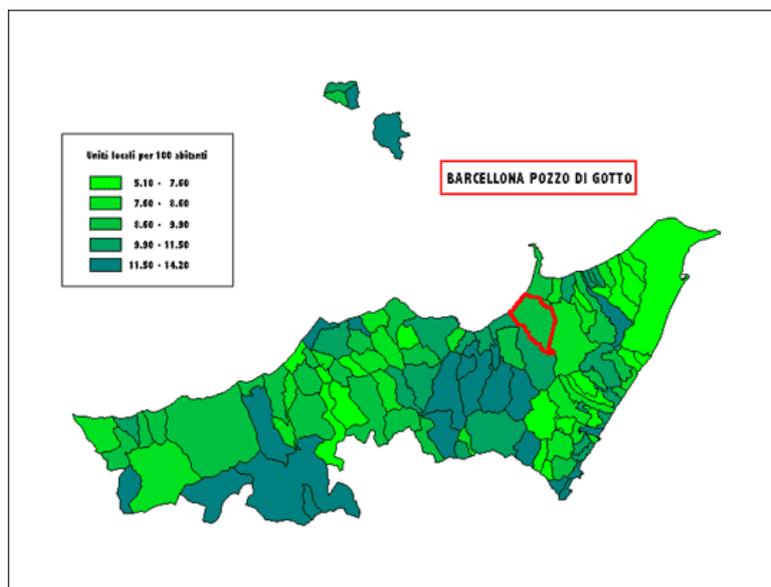


La densità abitativa nei comuni della provincia

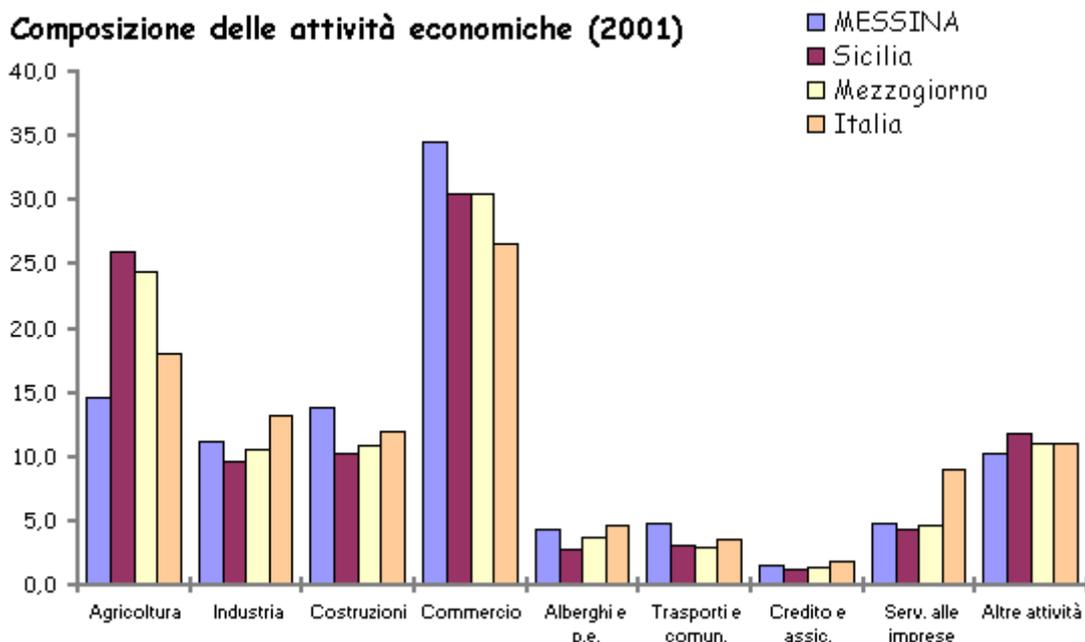
2. *Il tessuto imprenditoriale*

Il tessuto imprenditoriale locale è composto da poco meno 62.000 imprese, dato che non è molto confacente rispetto alla popolazione residente entro i confini della provincia peloritana, visto che se in termini assoluti Messina si colloca al 27 e-simo posto in Italia, in termini relativi si scende fino al 72 e-simo con 9,6 imprese ogni 100 abitanti. di cui oltre i

60% appartenenti al comparto del terziario. I comparti di maggior rilievo sono, oltre al commercio che incide per 34,6% e per il quale Messina è sesta nel paese, le strutture di offerta turistica (alberghi e pubblici esercizi) (4,7%) e soprattutto i trasporti, importante specializzazione produttiva, per i quali è sesta (4,8%) fra le 103 province. Le imprese artigiane sono il 20,4%, percentuale considerevole rispetto sia al dato siciliano che a quello del Mezzogiorno. La dinamica imprenditoriale nel triennio 1999-2001 è pressoché in linea con quella nazionale e leggermente inferiore a quella meridionale, frutto però dell'azione combinata di livelli di natalità e mortalità fra i meno consistenti del paese (rispettivamente 95 e-simo e terzultimo). Di rilievo la consistenza delle ditte individuali (71,4%), di quasi dodici punti percentuali superiore a quella media nazionale.



La densità imprenditoriale nei comuni della provincia



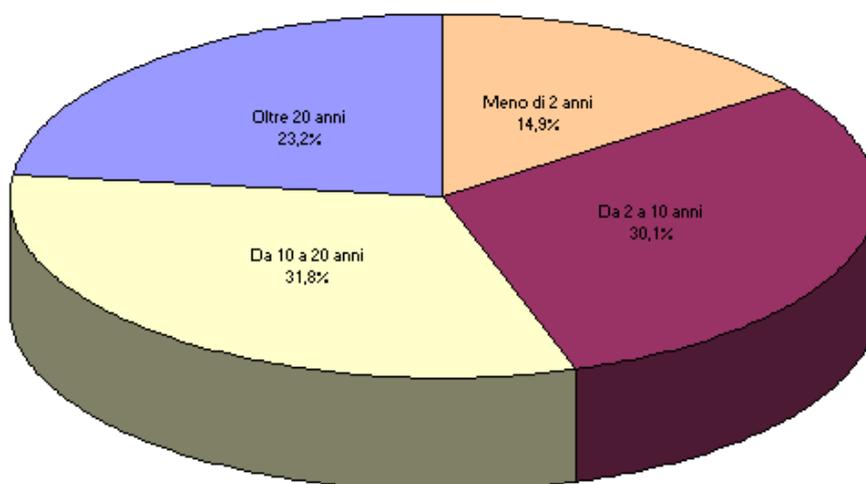
Coefficiente di localizzazione Ita=100 - C.I.I.S. 96

INDUSTRIA					
Categoria	Denominazione	Addetti	Prov	Italia	Coeff
14.50.1	1. Estrazione di pomice e altri materiali abrasivi	129	0,15	0,00	4081,63
24.63.0	2. Fabbricazione di oli essenziali	144	0,16	0,01	2479,72
36.63.4	3. Fabbricaz. giostr, altalene e altre attrezzat. meccanic. per luna-parks	61	0,07	0,01	763,34
24.66.1	4. Fabbricazione di prodotti chimici organici o da materie prime vegetali	59	0,07	0,01	733,60
26.24.0	5. Fabbricazione di altri prodotti ceramici per uso tecnico e industriale	22	0,02	0,00	636,58
26.40.0	6. Fabbricazione di mattoni tegole ed altri prod. per l'edil. in terracotta	406	0,46	0,08	558,48
35.11.3	7. Cantieri di riparazioni navali	240	0,27	0,05	546,30
35.20.3	8. Riparazione di materiale rotabile ferroviario	281	0,32	0,06	537,33
25.11.0	9. Fabbricazione di pneumatici e di camere d'aria	413	0,47	0,10	481,19
15.32.0	10. Produzione di succhi di frutta e di ortaggi	156	0,18	0,04	472,28

SERVIZI					
Categoria	Denominazione	Addetti	Prov	Italia	Coeff
55.30.3	1. Gestione di vagoni ristorante	22	0,02	0,00	4077,11
92.72.1	2. Stabilimenti balneari (marittimi, lacuali e fluviali)	18	0,02	0,00	1945,89
61.12.0	3. Trasporti costieri	818	0,92	0,05	1741,27
55.23.3	4. Gestione di vagoni letto	37	0,04	0,01	697,32
90.00.3	5. Misure igienico-sanitarie ed attivita' affini	56	0,06	0,01	427,33
52.48.8	6. Commercio al dettaglio di natanti ed accessori	62	0,07	0,02	391,23
55.23.1	7. Villaggi turistici	116	0,13	0,03	384,78
51.23.2	8. Commercio all'ingrosso di altri animali vivi	87	0,10	0,03	382,37
52.23.0	9. Commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi	251	0,28	0,08	377,70
55.52.0	10. Fornitura di pasti preparati	261	0,29	0,08	364,30

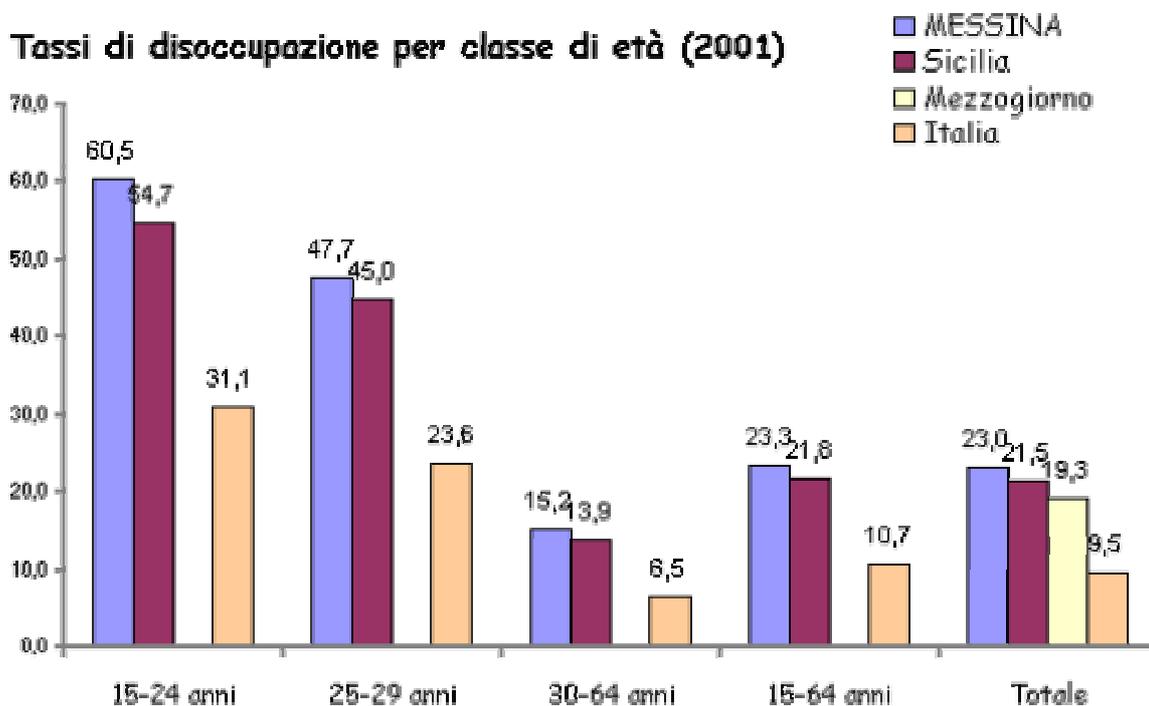
Legenda:		
	Addetti:	ADDETTI ALLE UNITA' LOCALI
	Prov:	PESO OCCUPAZIONALE DEL SETTORE NELLA PROVINCIA
	Italia:	PESO OCCUPAZIONALE DEL SETTORE IN ITALIA
	Coeff:	COEFFICIENTE DI LOCALIZZAZIONE

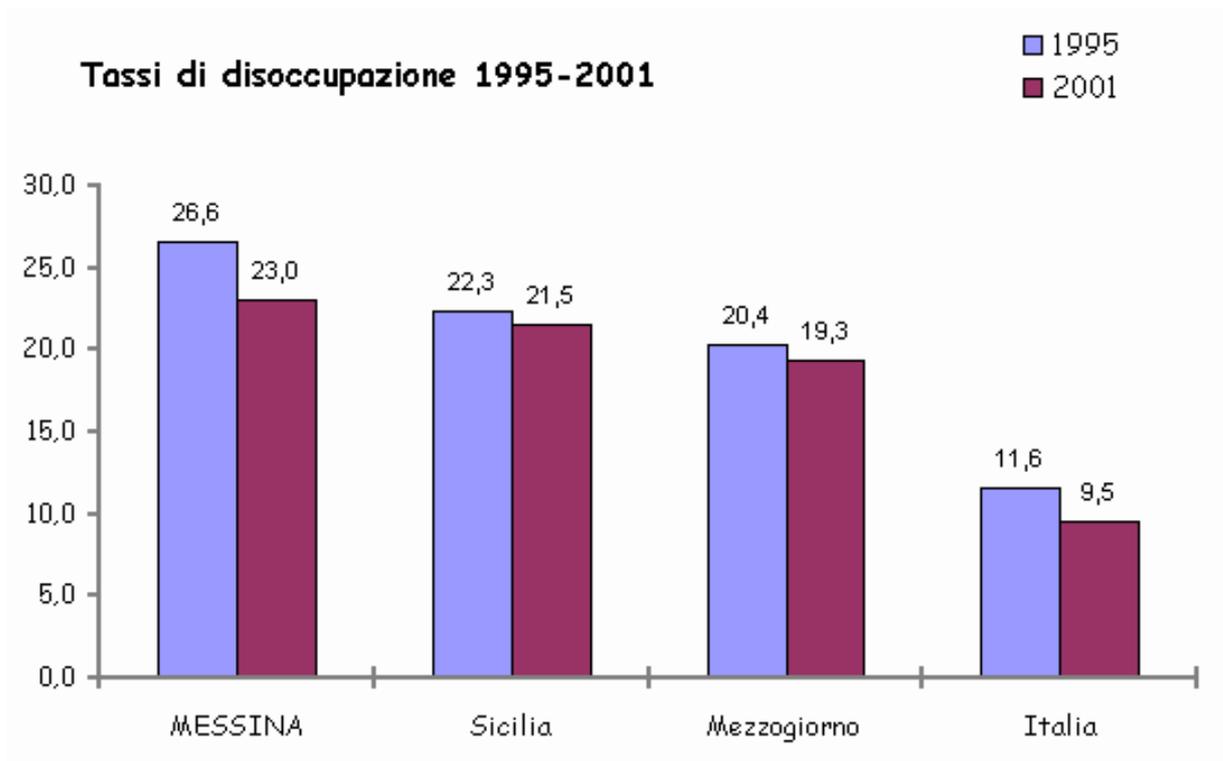
Struttura per età delle imprese (2001)



3. *Il mercato del lavoro*

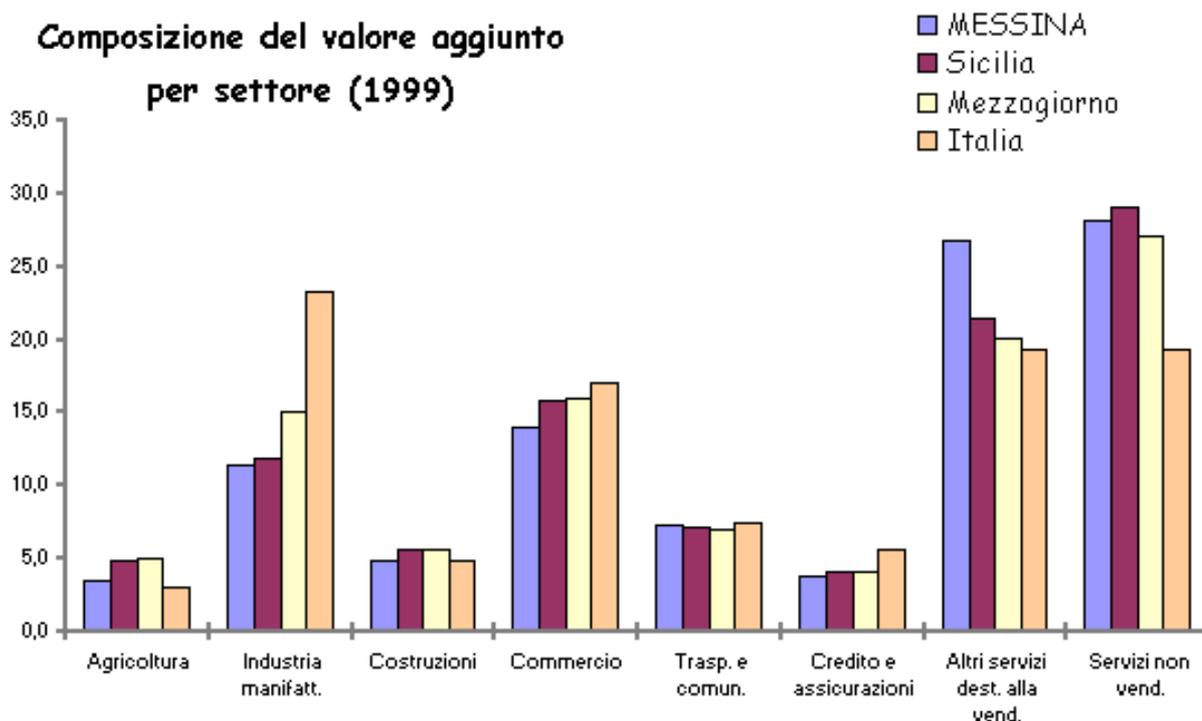
Il mercato del lavoro rivela una dinamica non all'altezza delle necessità demografiche locali, gli occupati sono oltre 200.000 mentre le persone in cerca di occupazione sono poco più di 61.000. Inoltre si è verificato un ulteriore peggioramento di taluni importanti indicatori negli ultimi anni. In particolare, nel quinquennio 1995 - 2000 si rileva una crescita del potenziale lavorativo espresso dal tasso di attività (47,4%), dovuta ad una lievitazione delle forze di lavoro superiore all'incremento della popolazione in età lavorativa, sicché il tasso di disoccupazione, già su livelli fortemente critici, si attesta al 23,0%, 11° peggiore valore fra le 103 province e più che doppio rispetto all'indicatore nazionale (9,5%), con punte di forte disagio che toccano i giovanissimi. L'indagine Excelsior fornisce però prospettive incoraggianti per il 2002, prevedendo un aumento del numero di occupati nel settore privato del 5,6% (11 e-sima migliore aspettativa nazionale).





4. *Principali risultati economici*

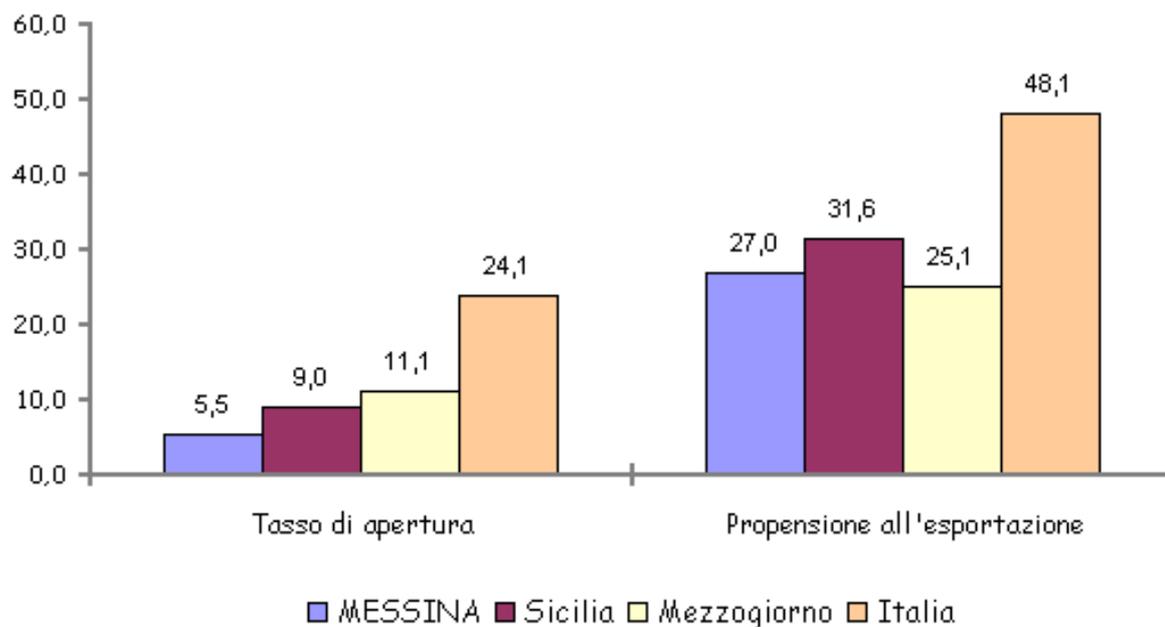
Discreto appare l'apporto fornito da Messina alla formazione del valore aggiunto nazionale (0,90%). La buona performance della provincia è confermata dal valore procapite: con più di 25 milioni per abitante detiene il primato regionale e fa registrare uno dei valori più cospicui del Mezzogiorno. L'incidenza del valore aggiunto artigiano sul totale (5,5%), benché in linea con la media siciliana, risulta tra le più basse della penisola, evidenziando, unitamente allo ridotto numero di imprese che operano in questo comparto, lo scarso peso dell'artigianato nell'economia provinciale. Crescono dal 1991 al 1998, per incidenza sul valore aggiunto provinciale, i settori: commercio e turismo, credito, trasporti, servizi. L'agricoltura (buone le coltivazioni legnose) e l'industria sono in calo, nonostante quest'ultimo sia molto determinante nell'ambito dell'economia messinese.



5. Apertura dei mercati

Nel 2000, la provincia dello Stretto ha esportato merci per 995 miliardi, ma pur aumentando rispetto all'anno precedente il valore dell'export, tale indice rappresenta appena un terzo del valore delle importazioni, manifestando una bilancia commerciale nettamente negativa. La propensione all'esportazione della struttura produttiva locale (3,7) è tra le più basse d'Italia, poco meno di un sesto della media nazionale (22,2), il che implica una marcata dipendenza del sistema produttivo dall'andamento dei consumi interni. Le merci più importanti per le esportazioni sono le manifatture, i prodotti petroliferi raffinati, il ferro e le provviste di bordo, per lo più verso Stati Uniti, Spagna e Slovenia. Appena migliore appare la performance del tasso di apertura (15,2)(tasso di apertura nazionale 43,1), nel computo del quale rientra l'elevata consistenza delle importazioni, soprattutto riferite a petrolio greggio e raffinato e prodotti lattiero caseari da Libia, Russia e Kuwait.

Tasso di apertura e propensione all'esportazione (2000)



Principali transazioni con l'estero

PAESI IMPORTATORI (in Euro)		
	Paese	Importazioni
1	Russia	596.787.680
2	Libia	378.593.840
3	Kuwait	113.658.908
4	Norvegia	66.173.540
5	Regno Unito	46.160.402
6	Ucraina	44.980.636
7	Iraq	40.696.321
8	Algeria	38.188.617
9	Egitto	34.291.930
10	Iran	31.917.884

PAESI ESPORTATORI (in Euro)		
	Paese	Esportazioni
1	Francia	59.585.773
2	Spagna	51.441.273
3	Grecia	48.445.108
4	Stati Uniti d'America	46.330.060
5	Germania	27.466.678
6	Regno Unito	20.435.999
7	Paesi Bassi	18.737.403
8	Slovenia	13.119.516
9	Malta	12.868.508
10	Giappone	10.216.443

MERCİ IMPORTATE (in Euro)		
	Merce	Importazioni
1	Petrolio greggio, gas naturale	1.244.128.652
2	Prodotti petroliferi raffinati	205.760.832
3	Ferro, ghisa e acciaio	42.956.635
4	Prodotti chimici di base	15.365.121
5	Carne, prod. a base di carne	12.125.187
6	Altre macchine per impieghi speciali	11.516.722
7	Altri prodotti chimici	10.864.251
8	Pesci trasformati, conservati	10.046.612
9	Pesca	9.259.119
10	Altri articoli di abbigliamento	7.895.688

MERCİ ESPORTATE (in Euro)		
	Merce	Esportazioni
1	Prodotti petroliferi raffinati	153.437.779
2	Ferro, ghisa e acciaio	58.185.341
3	Preparati e conserve di frutta	37.162.050
4	Agricoltura e orticoltura	21.651.367
5	Altri prodotti chimici	19.084.285
6	Altri prodotti alimentari	14.359.317
7	Pesca	12.460.363
8	Provviste di bordo	11.820.926
9	Articoli in materie plastiche	8.976.112
10	Prodotti chimici di base	6.836.165

RIEPILOGO

Quota percentuale di importazioni assorbita dai primi 10 paesi	83,93
Numero di paesi con un'incidenza delle importazioni superiore all'1%	15
Numero di paesi da cui si importa	97

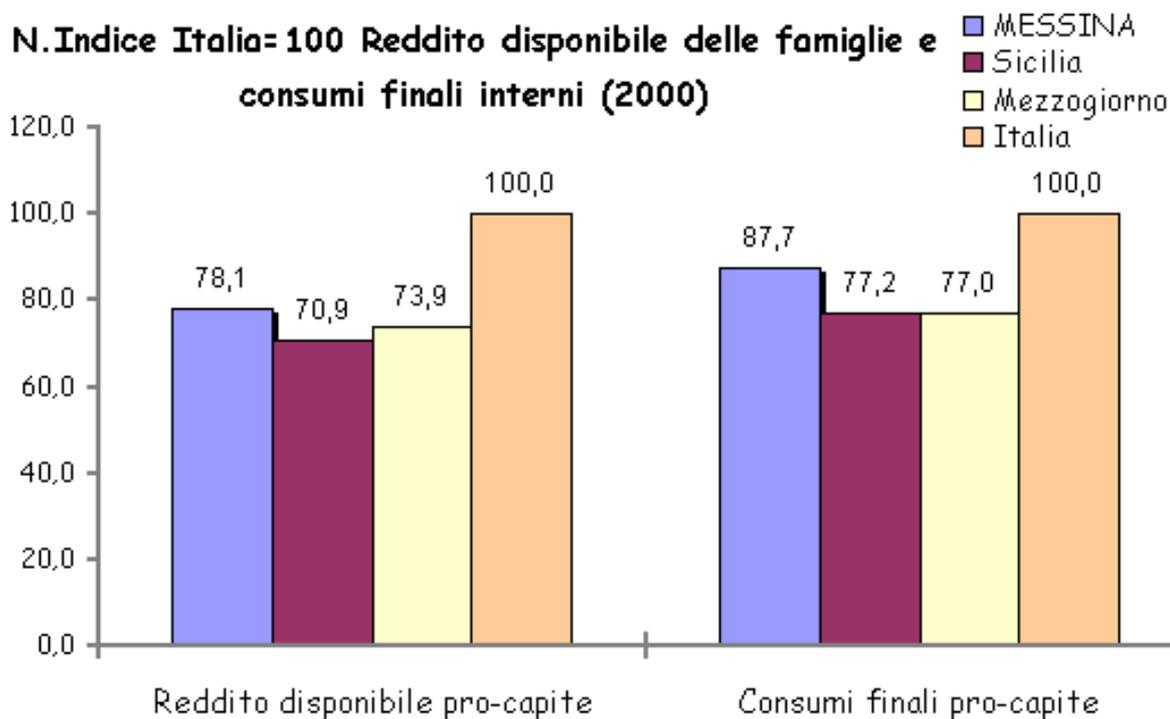
Quota percentuale di importazioni assorbita dalle prime 10 merci	94,69
Numero di merci con un'incidenza delle importazioni superiore all'1%	3
Numero di merci importate	99

Quota percentuale di esportazioni assorbita dai primi 10 paesi	82,03
Numero di paesi con un'incidenza delle esportazioni superiore all'1%	16
Numero di paesi in cui si esporta	97

Quota percentuale di esportazioni assorbita dalle prime 10 merci	91,42
Numero di merci con un'incidenza nelle esportazioni superiore all'1%	11
Numero di merci esportate	11

6. Il tenore di vita.

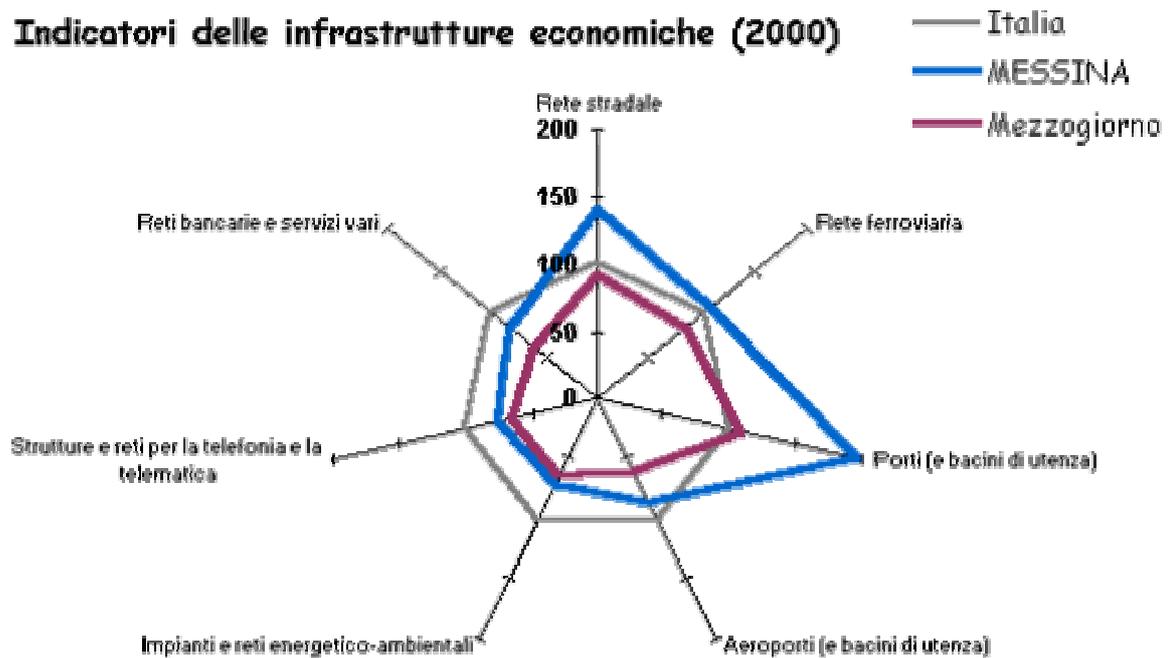
Il reddito disponibile delle famiglie a valori procapite colloca Messina in posizione medio bassa nella relativa graduatoria per province, in linea con il contesto siciliano, con un valore di 20,3 milioni, inferiore alla media nazionale. Analogamente alle altre province meridionali, sono elevati i consumi alimentari. Il consumo procapite di benzina è lievemente superiore a quello regionale e del Mezzogiorno e la composizione del carburante senza piombo è superiore alle aree appena individuate.



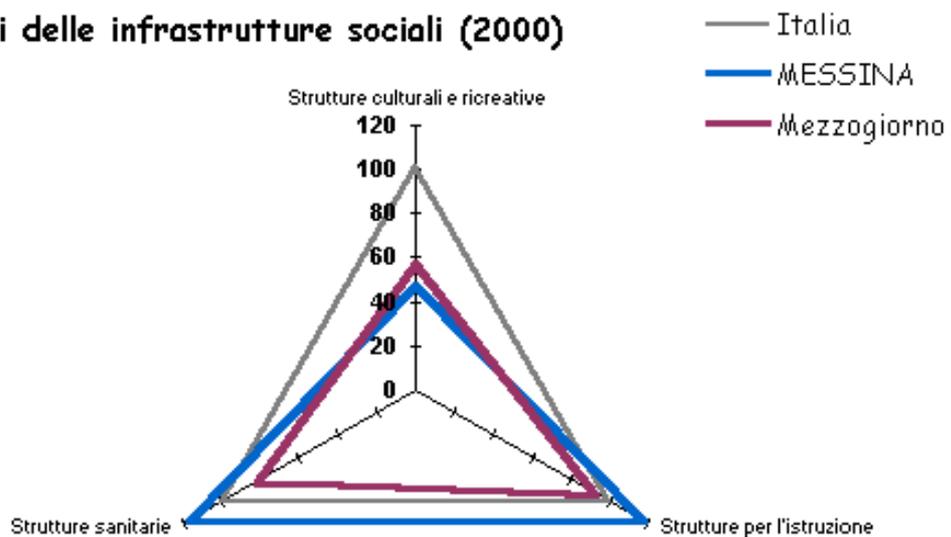
7. *La competitività del territorio*

La particolare localizzazione geografica, quale area d'ingresso e d'uscita dalla Sicilia, ha da sempre offerto alla provincia di Messina ed in particolare l'area della punta una considerevole dotazione di reti infrastrutturali. Notevole è la presenza di strade, ferrovie e porti, al di sotto della media italiana la dotazione per il trasporto aereo. Le altre infrastrutture (impianti per l'energia e l'ambiente, le reti telefoniche e telematiche, le reti bancarie) sono al di sopra dello standard della Sicilia e del Mezzogiorno, ma soffrono se confrontate con la media nazionale. La provincia è settima in Italia secondo il rapporto sofferenze bancarie su impieghi (28,1) anche se l'importo sul numero dei protesti è inferiore a quelli del Mezzogiorno e nazionale.

Indicatori delle infrastrutture economiche (2000)



Indicatori delle infrastrutture sociali (2000)



8. *Il contesto sociale*

La diffusione del totale delle stampe per mille abitanti (29,1) è superiore al dato regionale (23,9) e del Meridione (26,1) ma inferiore al livello nazionale (49,9); sul totale spicca la lettura di quotidiani (76,8). I delitti sono in numero minore che nelle ripartizioni territoriali di confronto (Sicilia, Mezzogiorno, Italia); i furti e le rapina presentano valori più modesti ma il numero di persone denunciate è maggiore. Gli incidenti stradali su mille abitanti sono superiori alla media regionale di mezzo punto percentuale, e la percentuale di incidenti mortali (2,4%) è appena al di sopra del dato siciliano. Modesto è la percentuale di interruzioni di gravidanza al di sotto dei venti anni. Appena inferiore alla media della regione il numero dei decessi per tumore.

9. *La qualità della vita*

Gli standard di vita della provincia dello Stretto appaiono relativamente contenuti, attestandosi tuttavia su livelli decisamente superiori rispetto alle altre realtà siciliane. In provincia si registra una elevata presenza di strutture sanitarie e per l'istruzione, mentre scarsa è la dotazione di strutture sociali, culturali e ricreative. Buona la diffusione di quotidiani ed il consumo di corrente elettrica. Secondo Legambiente la provincia di Messina occupa il 44° posto fra le 103 province italiane per la qualità della vita, secondo Il Sole 24 Ore il 98°.

10. *Il sistema locale del lavoro di Barcellona P.G.*

I sistemi locali del lavoro sono aggregazioni di comuni che derivano da una ricerca condotta da Istat ed Irpet in collaborazione con l'Università di Newcastle Upon Tyne a partire dai dati relativi al pendolarismo dei componenti delle famiglie per motivi di lavoro ricavati dagli appositi quesiti posti nel Censimento Generale della Popolazione del 1991.

L'obiettivo di base è la costruzione di una griglia sul territorio determinata dai movimenti dei soggetti per motivi di lavoro; l'ambito territoriale che ne discende rappresenta l'area geografica in cui maggiormente si addensano quei movimenti.

In questo modo si aggregano unità amministrative elementari (Comuni) individuati sul territorio dalle relazioni socio-economiche. I criteri adottati per la definizione dei Sistemi Locali del Lavoro (da ora in poi SLL) sono i seguenti:

- 1) autocontenimento ;

2) contiguità;

3) relazione spazio-tempo.

Con il termine autocontenimento si intende un territorio dove si concentrano attività produttive e di servizi in quantità tali da offrire opportunità di lavoro e residenziali alla maggior parte della popolazione che vi è insediata; capacità di un territorio di comprendere al proprio interno la maggior parte delle relazioni umane che intervengono fra le sedi di attività di produzione (località di lavoro) e attività legate alla riproduzione sociale (località di residenza). Un territorio dotato di questa caratteristica si configura come un sistema locale, cioè come una entità socio-economica che compendia occupazione, acquisti, relazioni e opportunità sociali; attività, comunque, limitate nel tempo e nello spazio, accessibili sotto il vincolo della loro localizzazione e della loro durata, oltretutto delle tecnologie di trasporto disponibili, data una base residenziale individuale e la necessità di farvi ritorno alla fine della giornata (relazione spazio - tempo).

Il vincolo di contiguità invece significa che i comuni contenuti all'interno di un SLL devono essere contigui, mentre con la dicitura relazione spazio-tempo si intende la distanza e tempo di percorrenza tra la località di residenza e la località di lavoro; tale concetto è relativo ed è strettamente connesso alla presenza di servizi efficienti.

In base a questi elementi si è giunti a determinare tramite apposite tecniche statistiche di clusterizzazione 784 SLL esaustivi dell'intero territorio nazionale. E' bene sottolineare che i sistemi locali del lavoro così come i distretti industriali determinati dall'Istat (che dai SLL discendono) sono scevri da vincoli amministrativi. Quindi un SLL può essere formato da comuni appartenenti a province o regioni diverse. Analogamente a quanto accade quindi per i distretti industriali la classificazione per regione avviene secondo il comune capoluogo del SLL, individuato dagli autori, attraverso successive selezioni, in base alla numerosità di persone che vi si dirigono per motivi di lavoro. Ad esempio il SLL che ha il suo centro a Carrara, troverà posto all'interno dell'elenco dei SLL della regione Toscana pur comprendendo al suo interno un comune appartenente alla provincia ligure di La Spezia.

Denominazione Sistema Locale di Lavoro:	Barcellona Pozzo di Gotto
Elenco dei comuni compresi nel SLL:	BARCELLONA POZZO DI GOTTO, CASTROREALE, RODI' MILICI, TERME VIGLIATORE
Codice ISTAT:	675
Provincia del centro del Sistema Locale di Lavoro:	Messina
Regione del centro del Sistema Locale di Lavoro:	Sicilia

POPOLAZIONE

<i>Indicatore</i>	<i>Totale SLL</i>	<i>Totale Italia</i>
Numero di comuni	4	8.101
Superficie territoriale (in kmq)	163,14	301.281,09
Popolazione Totale	53.236	56.305.568
-di cui Maschi	26.011	27.260.953
-di cui Femmine	27.225	29.044.615
Densità abitativa	326,32	186,89
Numero di famiglie	19.199	21.503.088
Numero medio di componenti per famiglia	2,77	2,62
Indice di dipendenza strutturale	51,20	47,46
Indice di dipendenza strutturale giovanile	26,45	21,31
Indice di dipendenza strutturale degli anziani	24,74	26,15
Indice di vecchiaia	93,52	122,75
Indice di struttura	75,63	88,48
Indice di ricambio	75,18	106,78

TESSUTO IMPRENDITORIALE (Numero di unità locali)

<i>Indicatore</i>	<i>Totale SLL</i>	<i>Totale Italia</i>
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	1.191	1.045.029
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	5	12.305
C Estrazione di minerali	21	9.778
D Attività manifatturiere	507	875.112
E Prod.e distrib.energ.elettr.,gas e acqua		6.078
F Costruzioni	694	724.103
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	2.035	1.797.360
H Alberghi e ristoranti	125	312.120
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	275	240.861
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	79	147.689
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	163	600.810
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatoria	4	949
M Istruzione	29	22.133
N Sanita' e altri servizi sociali	34	27.841
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	188	252.462
P Serv.domestici presso famiglie e conv.		149
X Imprese non classificate	357	540.617
Totale	5.707	6.615.396

11. La consistenza del commercio in sede fissa.

La consistenza della rete commerciale al dettaglio fisso presenta alla data del 31 dicembre 2001 un valore pari a 873.244 unità, con un saldo attivo di 15.217 unità rispetto all'anno precedente. Tale incremento annuo è da attribuire per 4.318 unità all'universo degli esercizi che svolgono attività prevalente di commercio al dettaglio (pari attualmente a 725.444 unità contro le 721.126 di fine 2000), e per 10.899 unità al complesso degli esercizi che svolgono attività secondaria di commercio nell'ambito degli altri settori economici (pari attualmente a 147.800 esercizi contro i 136.901 di fine 2000).

Analizzando gli esercizi con attività commerciale prevalente, per comparto e categoria merceologica, si registra un andamento in crescita nell'intero settore non alimentare, con punte significative nella categoria "abbigliamento, accessori, pellicceria" (+ 3.670), nella categoria residuale "altri esercizi specializzati" (+2.326) e nei "mobili, casalinghi, illuminazione" (+ 1.083); mentre il comparto alimentare evidenzia un andamento regressivo diffuso in tutte le categorie (con un picco negativo di 1.639 unità per "carne e prodotti a base di carne"), con la sola eccezione dei "non specializzati a prevalenza alimentare" che presentano un incremento di + 2.158 unità. Tale categoria generica raccoglie, infatti, oltre alle grandi e medie superfici alimentari, la gran parte delle aperture del settore, orientate sempre più verso il despecializzato, dato il venire meno delle tabelle merceologiche.

Nel complesso il settore alimentare evidenzia - in termini di numero di esercizi - una contrazione pari a - 4.728 unità, mentre il non alimentare registra un incremento complessivo di 9.046 unità. A livello di area, sempre con riferimento agli esercizi con attività commerciale prevalente, si registra una sostanziale stabilità in tutto il centro - nord, con la sola eccezione della Lombardia che evidenzia una consistente riduzione del numero degli esercizi (- 2.318); mentre nel sud si manifesta una crescita generalizzata, con punte particolarmente elevate in Campania (+ 1.836), in Puglia (+ 1.709), in Sicilia (+ 1.110), e in Calabria (+ 994).

Passando ad analizzare l'attività commerciale secondaria, occorre ricordare che è in atto da parte delle Camere di Commercio un'attività di recupero dei dati relativi alla superficie di vendita degli esercizi. Il parametro della superficie di vendita costituisce, per le attività secondarie, l'elemento che consente l'inserimento delle stesse in banca dati; pertanto l'entità così rilevante dell'aumento di queste ultime non deve trarre in inganno circa la reale crescita, trattandosi in molti casi del recupero di posizioni attive già da anni. Inoltre, proprio a causa

della difficoltà di censire le attività secondarie, si ricorda che la consistenza reale dell'universo viene ritenuta ancora sottostimata. I settori economici che nell'arco dell'anno hanno fatto registrare i maggiori incrementi (siano essi dovuti ad effettive nuove aperture o al recupero in banca dati di esercizi precedentemente esistenti) e che presentano anche una consistenza di un qualche rilievo, sono il "commercio di auto/moto" (consistenza pari a 27.913 esercizi e incremento pari a 2.902 unità rispetto all'anno precedente), le "industrie alimentari" (consistenza pari a 16.336 e un incremento di 1.305 unità), "alberghi e ristoranti" (consistenza di 23.855 unità e incremento di 861), "commercio ingrosso e intermediari" (consistenza 19.947 e incremento di 590 unità).

La distribuzione dell'incremento complessivo del dato di consistenza - riferito sia all'attività commerciale prevalente che a quella secondaria - sotto il profilo della natura giuridica adottata, attribuisce alle società di capitale il valore relativo più alto; le stesse passano infatti dalle 90.038 unità del 2000 alle 97.295 attuali, con un aumento di 7.257 unità, pari all'8%; mentre le imprese individuali passano dalle 554.659 unità alle 562.498, con un aumento di 7.839 unità, pari allo 1,4%.

CONSISTENZE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI AL 31-12-01			
Sede/Unita locale	Sede	U.I.	TOTALE
Regione	Esercizi	Esercizi	Esercizi
PIEMONTE	51.042	11.925	62.967
VALLE D'AOSTA	1.961	505	2.466
LOMBARDIA	90.920	21.930	112.850
Prov. autonoma BOLZANO	5.216	1.753	6.969
Prov. autonoma TRENTO	5.595	2.216	7.811
VENETO	49.706	14.645	64.351
FRIULI-VENEZIA GIULIA	14.606	3.859	18.465
LIGURIA	23.938	4.616	28.554
EMILIA-ROMAGNA	51.309	12.096	63.405
TOSCANA	49.955	12.257	62.212
UMBRIA	12.592	2.990	15.582
MARCHE	19.263	5.164	24.427
LAZIO	59.721	9.374	69.095
ABRUZZI	17.241	3.971	21.212
MOLISE	4.414	1.066	5.480
CAMPANIA	84.874	11.805	96.679
PUGLIA	51.129	8.948	60.077
BASILICATA	8.471	1.598	10.069
CALABRIA	30.862	4.731	35.593
SICILIA	66.369	10.920	77.289
SARDEGNA	20.898	6.793	27.691
TOTALE	720.082	153.162	873.244

REGIONE SICILIA - ESERCIZI COMMERCIALI PER SETTORI MERCEOLOGICI (art. 3, all. 1, DPRS 11.07.2000). Dati provinciali - anno 2002												
Den. settori	Denominazione sottosectori	AG Eserc.	CL Eserc.	CT Eserc.	EN Eserc.	ME Eserc.	PA Eserc.	RG Eserc.	SR Eserc.	TP Eserc.	TOTALE Esercizi	
Settore alimentare	Raggruppamento I	Frutta e verdura	105	95	356	33	237	440	106	89	132	1.593
		Carne e prodotti a base di carne	409	268	778	159	774	1.074	275	341	385	4.463
		Pesci, crostacei, molluschi	80	54	253	23	194	220	48	76	120	1.068
		Pane, pasticceria, dolciumi	116	84	214	110	267	577	49	83	151	1.651
		Bevande (vini, olii, birra ed altre)	15	36	37	6	70	53	24	43	31	315
		Altri esercizi special. alimentari	101	216	783	10	187	909	74	238	303	2.821
		Non special. prevalenza aliment.	912	381	1.061	365	1.188	1.539	536	422	733	7.137
Settore non alimentare	Raggruppamento II	Abbigliamento e accessori, pellicceria	1.039	722	2.155	333	1.270	2.746	696	770	955	10.686
		Prodotti tessili e biancheria	120	116	225	88	286	270	96	106	192	1.499
		Calzature e articoli in cuoio	164	116	312	51	295	454	130	178	228	1.928
	Raggruppamento III	Mobili, casalinghi, illuminazione	490	363	1.170	231	676	1.053	338	314	442	5.077
		Eletr.radio - TV dischi strum. musical	246	143	392	50	346	499	150	200	230	2.256
		Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	575	270	917	179	452	738	255	294	359	4.039
		Libri, giornali, cartoleria	274	160	700	89	413	777	204	224	296	3.137
		Altri esercizi special. non alimentari	1.146	607	2.520	356	1.489	2.762	752	857	1.150	11.639
		Articoli di seconda mano	5	5	21	0	11	36	5	5	9	97
		Articoli medicali e ortopedici	42	13	76	14	187	87	26	14	25	484
		Cosmetici e articoli di profumeria	190	115	445	55	251	547	110	156	166	2.035
		Non specializzati	22	36	90	8	252	303	5	29	58	803
		Non special. prevalenza non alim.	67	60	202	34	119	214	26	45	91	858
TOTALE		6.118	3.860	12.707	2.194	8.964	15.298	3.905	4.484	6.056	63.586	

III - ELEMENTI DI ANALISI ECONOMICA*

1. *Elementi di inquadramento economico generale.*

La predisposizione del “piano commerciale” per un’area territoriale ha un significato rilevante per lo sviluppo economico dell’area stessa. La recente letteratura, inerente la modellistica per generare sviluppo economico si basa¹ sull’idea che la concorrenzialità delle imprese senza la presenza di ostacoli possa generare un processo endogeno cumulativo di sviluppo e di maggior benessere per un’area territoriale. Si parte dall’idea, in sostanza, che in un’area caratterizzata da un agglomerato di imprese e di popolazione e quindi in presenza di mercato potenziale per beni di consumo e di investimento, possa godere di vantaggi di localizzazione: dal punto di vista delle vendite, la vicinanza al mercato consentirà ai produttori di minimizzare i costi di trasporto e di ottenere il massimo di informazioni sulla clientela; dal punto di vista degli acquisti, vantaggi analoghi deriveranno dalla presenza di imprese fornitrici di servizi specializzati. L’area in questione tenderà dunque ad attrarre nuove iniziative e nuovi investimenti; attraverso il moltiplicatore si avrà poi un ampliamento della domanda aggregata di beni di consumo e successivamente attraverso l’acceleratore saranno indotti ulteriori investimenti. Creando effetti positivi in termini occupazionali in tutti i settori economici. L’aumento generale delle vendite, inoltre, stimolerà le imprese ad adottare nuove tecniche. I conseguenti incrementi di produttività consentiranno a loro volta:

- a) di ridurre i prezzi e aumentare le vendite, ponendosi in concorrenza con altre aree territoriali;
- b) di ampliare i profitti, l’autofinanziamento per gli investimenti e quindi il tasso di crescita;
- c) di aumentare i salari ed attrarre dall’esterno dell’area la forza lavoro più qualificata per realizzare i programmi di espansione.

La Regione Siciliana con legge 22 dicembre 1999, n. 28 e successivamente con Decreto Presidenziale 11 luglio 2000, ha dettato le direttive e gli indirizzi di

* Questo capitolo è stato scritto dal Prof. Ferdinando Ofria, economista.

¹ Questo modello ha origini teoriche in: Marshall A. (1972) *Principi di Economia*, Utet, Torino.

programmazione commerciale nonché i criteri di programmazione urbanistica nel settore commerciale. L'attuazione generalizzata in Sicilia di tali indirizzi dovrebbe, nel medio e lungo periodo, produrre effetti significativi in termini di sviluppo economico, dove fondamentalmente ancora l'economia, pur manifestando negli ultimi anni segni di ripresa, è ancora fragile, dove ancora alcuni fattori (come la carenza di infrastrutture, di capitale umano, la presenza di criminalità, l'inefficienze della burocrazia e gli alti tassi di interesse) pongono, secondo recentissime analisi econometriche, forti ostacoli allo sviluppo della produttività, in particolare, nel settore privato dell'economia². Critica in tal senso è la situazione della provincia di Messina, che, per l'anno 2000 (secondo i dati Svimez), oltre a piazzarsi al terzo posto in Italia, dopo Catania e Trapani, come maggior tasso di rischiosità bancaria, evidenzia un tasso di disoccupazione pari al 26,1%. Ponendo tale provincia al settimo posto dopo Reggio Calabria, Enna, Catanzaro, Palermo, Napoli e Vibo Valentia.

Gli elementi principali di analisi economica del settore commerciale in ragione delle previsioni urbanistiche di settore sono così strutturati nelle pagine seguenti. Nel secondo paragrafo si confronta l'economia del territorio barcellonese con altre aree della realtà territoriale della provincia di Messina; nel terzo si espongono le indicazioni normative poste dalla recente legge regionale sul commercio e si evidenziano i principali obiettivi che essa pone; nel quarto, tenendo presente le esigenze e i suggerimenti posti dai rappresentanti delle categorie economiche, si esporranno alcune proposte per garantire la concorrenzialità e lo sviluppo autopropulsivo del settore, in armonia di integrazione con le previsioni urbanistiche del P.R.G..

2. *Analisi economica dell' <<area vasta>> di Barcellona P.G..*

Pur se negli ultimi anni, vi è stata, come è noto, una ripresa dell'economia siciliana e della provincia di Messina, se si dovesse considerare l'ultimo decennio in realtà si evidenziano gravi problemi dovuti a carenza di programmazione e di inefficienza nel ricorso ai finanziamenti pubblici. Si consideri che nell'economia della provincia di Messina, fino a qualche anno addietro, la carenza di investimenti privati era surrogata da una consistente

² Per una recente analisi si veda: Centorrino M. e Ofria F., *L'impatto criminale sulla produttività del settore privato dell'economia. Un'analisi regionale*, Giuffrè, Milano 2001.

iniezione di risorse finanziarie pubbliche che, al di là dell'economicità delle scelte di investimento (quasi mai precedute da una seria analisi costi-benefici, finalizzata ad un'efficiente allocazione delle risorse disponibili in funzione delle esigenze reali della collettività locale), creavano una rilevante occupazione nel settore edile che, successivamente, fungeva da volano per l'intera economia provinciale. Nel momento in cui questo flusso di risorse finanziarie si è fermato l'intera economia di moltissime aree territoriali siciliane, e tra di esse il territorio di Barcellona P.G., ha subito degli shock, poiché i suddetti flussi finanziari spingevano un'economia dei "consumi" che non aveva le forze endogene per autoalimentarsi. Gli ingenti flussi di denaro pubblico erogati in passato, infatti, non sono stati utilizzati per alimentare la domanda di investimenti, creando le condizioni ottimali per la realizzazione di un sistema economico "autopropulsivo", secondo i parametri sopra visti in riferimento al modello teorico, ma per stimolare la domanda di consumi, che ha alimentato effetti sull'economia interna, poiché la domanda di tali beni è in gran parte rivolta all'esterno. Questi flussi finanziari hanno avuto quindi un effetto moltiplicativo molto limitato nel sistema economico nel nostro territorio, anzi hanno contribuito a rafforzare ulteriormente l'economia delle regioni di provenienza dei beni e servizi consumati.

In queste condizioni è inevitabile che il settore industriale (definito dalla letteratura *engine of growth*) dell'economia messinese assuma una connotazione marginale, sia in termini di valore aggiunto, sia in termini di posti di lavoro. L'economia della provincia di Messina si basa quindi prevalentemente sull'artigianato, sul commercio e sul turismo, solo per alcuni poli (Isole Eolie e comprensorio di Taormina), con un consistente cedimento nel settore agricolo. In particolare, considerando i dati Istat riferiti all'anno 2000, su 3114 imprese attive³ esistenti nel territorio 779 sono artigiane. Vediamo in *Tabella 1* l'occupazione per settori di attività in provincia di Messina per gli anni 1993-2000.

³ Le attività totali sono 3.928.

Tab. 1 Occupazione (in migliaia) per settori di attività in provincia di Messina (1993-2000)

Settori Attività Anni	Agricoltura	Industria	Commercio
1993	36	34	28
1994	25	31	31
1995	29	26	28
1996	19	29	35
1997	17	29	34
1998	16	28	34
1999	17	32	31
2000	15	33	35

Fonte: elaborazione Ist. G. Tagliacarne su dati Istat

Come è possibile rilevare in *Tabella 1* soltanto il settore “Agricoltura” evidenzia un’emorragia consistente di occupazione dimezzandosi dal 1993 al 2000. Gli altri due settori, in termini occupazionali, evidenziano variazioni, anche se minime, positive. In ogni caso bisogna considerare questi dati occupazionali con forte prudenza, tenendo conto del fenomeno “sommerso”.

Si ritiene opportuno a questo punto porre dei confronti tra la situazione e le aspettative imprenditoriali delle attività presenti nel territorio Barcellonese (“area vasta”, comprendente anche Milazzo) rispetto ad altre aree territoriali della provincia di Messina stessa. Questo confronto in *Tab. 2* vien fatto per il settore “Agricoltura”, in *Tab. 3* per quello “Manifatturiero” e in *Tab. 4* per quello “Terziario”.

In particolare, si utilizzano i risultati ottenuti, per l’anno 1999, dalle interviste poste dall’*Osservatorio dello Stretto* ad un campione significativo di imprenditori sull’aspettative riguardo alcuni principali indicatori economico-aziendali. I valori in percentuale riportati

nelle tabelle si riferiscono al saldo fra le dichiarazioni da parte degli imprenditori intervistati in termini di aumento e di diminuzione⁴.

Tab. 2 Saldi dei principali indicatori aziendali per il settore Agricoltura (in %)

Indicatori	Aree Barcellona P.G Milazzo	Messina	Patti S.Agata	Taormina S. Teresa
Sit. Economico Gestionale.	-57,1	-58,8	-63,6	-55,6
Produzione lorda vendib.	-50,0	-23,6	-9,1	-22,2
Fatturato	-38,5	-22,5	-11,1	-11,1
Investimenti	35,7	35,5	45,5	16,7

Tab. 3 Saldi dei principali indicatori aziendali per il settore Manifatturiero (in %)

Indicatori	Aree Barcellona P.G Milazzo	Messina	Patti S.Agata	Taormina S. Teresa
Sit. Economico Gestionale.	-55,0	-50,0	-4,12	-5,72
Produzione	-31,6	-29,0	-20,6	-42,8
Fatturato	-38,5	-29,1	-15,1	-35,7
Investimenti	20,5	25,6	32,4	23,1

⁴ Per maggiori approfondimenti si veda: Camera di Commercio, Industria, Artigianato di Messina, *L'Economia Messinese nel biennio 1999-2000*, Aprile 2000, pp.103-6.

Tab. 4 Saldi dei principali indicatori aziendali per il settore Terziario (in %)

Indicatori	Aree Barcellona P.G Milazzo	Messina	Patti S.Agata	Taormina S. Teresa
Sit. Economico Gestionale.	-28,8	-3,16	-38,1	-27,8
Fatturato	-10,6	-16,4	-25,0	-17,2
Utili	-24,2	-26,9	-30,1	-28,6
Investimenti	34,4	28,4	22,6	22,2

Come è possibile rilevare dalle Tabelle il settore agricoltura del territorio barcellonese sembra evidenziare un forte pessimismo da parte degli imprenditori. Addirittura le previsioni evidenziano una riduzione della produzione lorda vendibile con un saldo del 50% contro un saldo in negativo di circa 20% sia di Messina che di Taormina, e di circa il 9% di Patti e S. Agata di Militello. Un ragionamento simile è possibile farlo per il settore manifatturiero: dove il saldo è negativo per il fatturato, la produzione e la situazione economico-aziendale è maggiore rispetto le altre aree. Inoltre, anche gli investimenti segnano un saldo minore rispetto alle altre aree della provincia. Il settore, invece, che evidenzia per il territorio di Barcellona P.G. migliori saldi previsionali in tutte le voci considerate è quello Terziario, che si conferma il settore produttivo maggiormente trainante dell'economia barcellonese.

3. La legge regionale e i suoi obiettivi.

Come è noto, il 5° comma dell'articolo 5 della legge regionale 22 dicembre 1999 n° 28 stabilisce che: *“I Comuni sono tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici generali ed attuativi, approvati a mezzo di apposite varianti da adottare e trasmettere entro il termine di 180 giorni dalla pubblicazione delle direttive di cui al comma 1, all'Assessore regionale per il territorio e l'ambiente, il quale decide, anche prescindendo dal parere del Consiglio regionale dell'urbanistica, nel termine di 45 giorni dalla ricezione degli atti, decorso il*

quale, in caso di silenzio, le varianti si intendono approvate”. Inoltre, l'art. 2 dell'Allegato 1 del Decreto Presidenziale 11 Luglio 2000, ribadisce tale disposizione, precisando che i Comuni devono provvedere all'adeguamento con apposite deliberazioni consiliari di modifica, da trasmettere al predetto Assessore Regionale per il Territorio e l'Ambiente.

Onde pervenire a tale deliberazione di adozione i Comuni dovranno compiere le seguenti operazioni:

- a) un'analisi della rete commerciale in essere, contenente quanto meno la localizzazione e la consistenza di ciascuna media e grande struttura di vendita esistente e la localizzazione delle aree o assi o fronti ove si concentra il commercio di vicinato, con particolare riguardo ai centri commerciali naturali;
- b) la valutazione del dimensionamento attuale della rete distributiva comunale, anche in termini di raffronto con i dati disponibili a livello provinciale e regionale, in rapporto alle tendenze demografiche e socio-economiche, anche con riguardo alla struttura dei consumi familiari;
- c) una valutazione delle problematiche poste dalla dislocazione attuale della rete commerciale rispetto all'accessibilità (veicolare, ciclabile, pedonale, coi mezzi pubblici) da parte dell'utenza;
- d) un'analisi delle previsioni del P.R.G. comprendente una mappatura delle possibilità d'insediamento di strutture commerciali in termini localizzativi e di dimensionamento quantitativo e delle relative condizioni normative e requisiti d'insediamento;
- e) l'individuazione delle aree urbane centrali di cui al precedente articolo 12, comma 2, comprendenti sia le aree dei centri storici che eventuali altre aree urbane a forte vocazione commerciale;
- f) la formulazione degli orientamenti dell'Amministrazione comunale circa l'evoluzione della rete distributiva nelle diverse parti del territorio comunale, con particolare riguardo al centro storico e alle altre aree urbane a forte vocazione commerciale individuate, le possibilità d'insediamento di medie strutture di vendita e le aree suscettibili di ospitare grandi strutture di vendita o aree commerciali integrate;
- g) la riformulazione delle norme dello strumento urbanistico generale riguardanti i tipi d'uso commerciali e relativi standard e requisiti d'insediamento, per adeguarla alla casistica delle tipologie, di merceologie, di forme di aggregazione e agli indirizzi e

requisiti di insediamento contenuti nel presente provvedimento;

- h) la riformulazione delle norme urbanistiche relative alle zone di possibile insediamento di attività commerciali, con particolare riferimento alle medie e grandi strutture di vendita, per adeguarle agli orientamenti dell'Amministrazione comunale di cui alla precedente lettera f) e agli indirizzi e requisiti di cui al presente provvedimento;
- i) l'eventuale individuazione di nuove opportunità urbanistiche ove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciali.

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 di vendita saranno invece 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. Le grandi strutture di vendita saranno di norma collocate o realizzabili in zone specialistiche e nei poli funzionali di tipo specialistico (quali centri commerciali all'ingrosso, centro intermodale merci, polo fieristico, parco commerciale, ecc.).

Il numero delle aree individuate per l'insediamento di medie e di grandi strutture di vendita dovrà comunque essere sempre superiore al numero delle strutture distributive effettivamente attivabili.

Nel definire le scelte di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale devono essere perseguiti gli obiettivi specifici della promozione delle componenti produttive del territorio, dell'integrazione e riqualificazione socio-economica degli insediamenti produttivi e residenziali esistenti, del miglioramento della qualità urbana e del servizio commerciale e occorrerà attenersi agli indirizzi volti a conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva definiti di seguito con riferimento ai diversi ambiti territoriali.

Nei centri storici e/o nelle altre aree urbane di consolidata presenza commerciale vanno perseguiti gli obiettivi della riqualificazione e salvaguardia del tessuto urbano di antica origine, del consolidamento e qualificazione della capacità attrattiva, della funzione aggregativa e di vivibilità dell'area, contribuendo ad eliminare fenomeni di degrado e di

abbandono.

I Comuni individuano nei piani regolatori generali gli immobili, le aree o i complessi di immobili per i quali, in relazione al particolare e specifico pregio storico, archeologico, artistico o ambientale, sono previste disposizioni urbanistiche o regolamentari di salvaguardia connesse all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in rapporto all'arredo urbano e alla viabilità e mobilità dei consumatori.

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;
- c) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo urbano, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi esterni di esercizi commerciali;
- d) in casi eccezionali, quando sia giustificato da fattori di tradizione e dal pregio di ambienti e arredi, la vocazione merceologica determinatasi nel tempo tramite accordi tra Comuni e Soprintendenza ai BB.CC.AA.

Nei regolamenti normativi potranno essere stabilite limitazioni allo svolgimento di attività commerciale qualora tali attività, per le modalità di esercizio o per le modalità di fruizione, danneggino il valore storico-ambientale della zona considerata.

4. Obiettivi e proposte di tipo economico per garantire la concorrenzialità e lo sviluppo autopropulsivo del settore commerciale di Barcellona P.G..

I principi generali indicati ai Comuni dalla Regione nel citato D.P.R.S. 11/7/2000 e 12/7/2000 sono i seguenti:

- a) modernizzazione del sistema distributivo;
- b) garanzia di concorrenzialità del sistema distributivo;
- c) salvaguardia dell'ambiente e della viabilità dei centri urbani;
- d) mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità;

- e) equilibrio delle diverse forme distributive;
- f) tutela delle piccole imprese commerciali o esercizi di vinato;
- g) identificazione di strumenti di politica del territorio quali la sicurezza, il flusso veicolare, i trasporti pubblici.

Si ritiene, inoltre, opportuno tenere conto anche delle indicazioni poste dalle associazioni di categoria. L'Associazione di commercianti "24 marzo" fa pervenire al Comune, nell'Ottobre 2001, mediante il suo Presidente Salvatore Villarosa, riflessioni e indicazioni contenute nel documento che di seguito si riporta. Il documento viene discusso e consegnato ai Commissari Comunali che in quel periodo sostituiscono l'Amministrazione, nel corso di un apposito pubblico incontro.

<<Da un'analisi dell'attuale situazione commerciale della città di Barcellona P.G. viene fuori uno spaccato di un'area sviluppatasi dagli anni '60 in poi in modo disomogeneo, preferendo inizialmente concentrare la maggior parte delle attività commerciali tra la via Roma, la via Garibaldi e le vie ad esse confinanti. La crisi commerciale, l'apertura di ipermercati, lo sviluppo commerciale dei Comuni vicini, hanno decimato, specialmente nelle vie sopra citate parecchie attività commerciali, creando una quasi desertificazione, con conseguente oscuramento delle vetrine. Una città come Barcellona P.G., che negli anni '60 e '70 ed inizio anni '80 ha avuto la funzione di polo di attrazione commerciale, di un bacino d'utenza di circa 100.000 abitanti, è stata penalizzata dalla mancata programmazione nel settore. Per poter riprendere la leadership commerciale, rispetto alle aree territoriali limitrofe, la città ha bisogno di una forte cura, con dosi massicce di interventi di restyling, mirati alla realizzazione di un'area accogliente, programmata con un moderno centro commerciale. L'idea nasce come "Cellula", la stessa potrà vivere e svilupparsi in una miriade di attività connesse se sarà supportata da un perfetto piano regolatore, da un nuovo moderno depuratore, da una maturità sulla raccolta e riciclo dei rifiuti solidi urbani, da una forte spinta al marketing e alla ricerca scientifica di settore. Il piano commerciale dovrebbe dare indicazione per l'individuazione di un'area da destinare a zona expo; detta struttura potrebbe dare una grossa valenza commerciale alla città, poiché, approfittando delle varie realtà produttive a noi vicini, Barcellona P.G. potrebbe essere anche città di servizi. La vocazione commerciale dei barcellonesi è ben nota; al fine di poterla rimettere in moto, i cittadini hanno bisogno di trovare fiducia nelle istituzioni; solo agendo, programmando e

realizzando con correttezza si potrà ottenere il lasciapassare per un futuro commerciale certamente migliore>>.

Il documento dell'Associazione dei Commercianti viene rassegnato al Progettista nel corso del mese di Novembre 2001 perché ne tenga il dovuto conto alla stregua di **direttive** per la redazione delle previsioni urbanistiche nel settore commerciale.

Per raggiungere gli obiettivi sopra citati occorre porre in essere una serie di azioni di programma che, per il Comune di Barcellona P.G., di seguito sono indicati, tenendo conto che questo Comune di recente è stato inserito, con D.A. n. 7 del 18/01/01, tra quelli ad economia prevalentemente turistica.

5. Azioni di programma.

Riqualificazione attività commerciali del centro storico.

Come si è ampiamente visto nel precedente paragrafo, Barcellona P.G. evidenzia una forte concentrazione di esercizi di vicinato nella propria area centrale (zona A). I commercianti presenti in tale area evidenziano, mediante i loro rappresentanti di categoria, di subire cd. “costi opportunità” ovvero mancati guadagni a causa dell'esistenza delle seguenti diseconomie esterne:

- 1) carenza di parcheggi;
- 2) difficoltà nell'accedere al centro, per affollamento di traffico, da parte del consumatore;
- 3) carenza di attività culturali, di animazione, organizzate dall'Ente pubblico, allo scopo di migliorare l'attrattività del centro storico.

Si ritiene opportuno, valutato anche il contenuto del documento di categoria, riportato nel paragrafo precedente, di valorizzare il centro storico, trasformandolo in “area commerciale integrata”, vale a dire area connotata dalla compresenza di più strutture commerciali e di servizio fisicamente separate, ma dotate di infrastrutture comuni costituenti un unico polo di offerta. L'area commerciale integrata, come è noto, 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. Si ritiene, necessario,

inoltre, favorire l'accessibilità dell'area con i mezzi pubblici e comunque secondo modalità compatibili con la struttura insediativa, realizzando adeguati parcheggi e provvedendo allo sviluppo dei servizi di trasporto collettivo.

L'art. 13 del D.P.R. dell'11 luglio 2000 prevede che i progetti di valorizzazione commerciale possono essere promossi per le aree del centro storico e/o per altre aree urbane a forte vocazione commerciale che costituiscono veri e propri "centri commerciali naturali". Detti progetti possono comprendere, oltre agli esercizi commerciali a dettaglio, anche pubblici esercizi, le attività turistico-ricettive e di intrattenimento e svago, e di artigianato e di servizio.

Nell'ambito di tali progetti possono essere previsti una serie di interventi strutturali quali il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali con funzione di "magnete" o il potenziamento di quelle esistenti, la creazione di parcheggi pubblici o privati pluripiano o interrati; il rifacimento di illuminazione pubblica e ripavimentazione di vie e piazze, la pedonalizzazione e la restrizione del traffico lungo vie e piazze, contestualmente ad altri interventi sul sistema del traffico urbano il miglioramento delle reti dei trasporti pubblici urbani ed extraurbani, la realizzazione di alberature ed aree da destinare a verde pubblico di livello locale, la realizzazione di opere di arredo urbano che migliorino l'estetica, l'identità e le capacità di richiamo dell'area interessata, il recupero di facciate dotate di valori storici e culturali, il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato, il recupero di piazze e spazi pubblici da destinare all'attività di commercio su aree pubbliche.

Per incentivare tali progetti potranno essere previsti abbattimenti degli oneri di urbanizzazione e potrà essere stabilita la quota del contributo del costo di costruzione a carico dei frontisti. Inoltre, per finanziare tali progetti si può, oltre al cofinanziamento europeo, ricorrere a:

- A. *Project Financing*;
- B. Legge 266/97;
- C. Legge 549/95.

A. Con il termine *Project Financing* viene indicato il coinvolgimento di finanziatori privati nella realizzazione di opere pubbliche. Gli enti stipulano accordi con privati in base ai

quali questi affrontano il costo delle opere (es. costruzione parcheggio) in cambio di una concessione in cui si limita nel tempo e si dà la possibilità di recuperare i costi con gli interessi. In Italia la materia solo da poco tempo è regolata dalla legge Merloni-Ter e in particolare dall'art. 11 di tale legge (n. 415). L'art. 11 infatti evidenzia che entro il 30 giugno di ogni anno i promotori (imprese individuali, società, consorzi tra società cooperative, le società di ingegneria ecc) possono presentare alle amministrazioni aggiudicatrici proposte relative alla realizzazione di lavori pubblici o di lavori di pubblica utilità, inseriti nella programmazione triennale, con risorse totalmente o parzialmente a carico dei promotori stessi (quando vi sono tariffe amministrative, sarà ammissibile un concorso dell'ente pubblico interessato fino al 50%).

Le proposte devono contenere: uno studio di inquadramento ambientale, uno studio di fattibilità, un progetto preliminare, una bozza di convenzione, il piano economico finanziario asseverato da un istituto di credito, delle garanzie.

Entro il 31 ottobre le amministrazioni giudicatrici valutano la fattibilità delle proposte presentate sotto il profilo: costruttivo, urbanistico e ambientale, qualità progettuale, funzionalità, fruibilità dell'opera, accessibilità al pubblico, rendimento, costo di gestione e manutenzione, durata concessione, tariffe da applicare e loro aggiornamento.

Se la proposta è di pubblico interesse, entro il 31 dicembre le amministrazioni aggiudicatrici indicano una gara di appalto, ponendo a base di gara il progetto preliminare presentato dal promotore. Nel caso in cui il promotore non risulti aggiudicatario, il soggetto promotore della proposta ha diritto alle spese sostenute e ai diritti d'autore.

L'aggiudicatario ha facoltà di costituire in una SPA o SRL e potrà emettere delle obbligazioni. In queste fasi assume un ruolo rilevante l'efficienza della pubblica amministrazione, la quale dovrà svolgere: attività di programmazione strategica, coordinamento, direzione, controllo, indirizzo teorico e scientifico.

La pubblica amministrazione inoltre contribuisce con: sgravi fiscali, contributi a fondo perduto, agevolazioni nei finanziamenti e qualsiasi altra forma di incentivi, partecipazione alle spese, quando vi sono tariffe amministrative.

B. La legge 266/97 finanzia interventi pubblici diretti ai comuni che predispongono iniziative di natura strutturale ed infrastrutturale. Le risorse sono destinate, tra l'altro, alla

riqualificazione del centro storico.

Le opere consistono:

- a) trasformazione delle vie e delle piazze interessate, o notevoli parte di esse, in isole pedonali;
- b) realizzazione di opere di arredo urbano e d'illuminazione pubblica;
- c) riorganizzazione di servizi per i consumatori, quali parcheggi, parchi gioco, e spazi attrezzati di intrattenimento.

C. La legge 549/95 eroga contributi a fondo perduto, pari al 50%, della spesa necessaria, ai singoli esercenti nell'ambito di un progetto definito dal Comune per la riqualificazione delle attività commerciali nei centri storici, nelle periferie e nelle aree rurali dei comuni a prevalente vocazione turistica e, in particolare, a favore degli esercizi commerciali che insistono all'interno di aree urbane e circoscritte. Le agevolazioni finanziarie, costituite da contributi in conto capitale, sono destinate al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- a) riqualificazione delle vetrine, delle immagini, dei prospetti e degli elementi di arredo interno e di quello esterno degli stessi esercizi nel contesto di disposizioni regolamentari commerciali comunali di salvaguardia delle caratteristiche ambientali e urbanistiche;
- b) realizzazione di reti informatiche comunali;
- c) attività promozionali comuni, comprese le attività di animazione per il marketing;
- d) creazione di centri di raccolta e distribuzione delle merci che prevedano un miglioramento delle condizioni di approvvigionamento con particolare riferimento alla consegna per zona cliente/prodotto e non prodotto/cliente.

Ovviamente possono accedere alle agevolazioni le piccole e medie imprese commerciali comunque associate o riunite in consorzio che insistono all'interno di aree urbane.

Riqualificazione e creazione di infrastrutture per gli esercizi delle periferie e gli assi stradali di transito.

Come è noto, l'art. 12 D.P.R. 11 luglio 2000 prevede che sia opportuno nella

periferia urbana completare la gamma dei servizi esistenti. Si ritiene opportuno che ci ponga l'obiettivo di una forte rivalutazione degli esercizi:

- 1) di vicinato nei quartieri periferici di vecchio insediamento come: S. Antonio, S. Antonino, S. Francesco di Paola, Oreto;
- 2) di media struttura, oltre che di vicinato, presenti nelle vie Amendola, Cairoli, De Luca, Garibaldi, Kennedy, Marconi, Matteotti, Medici, Papa Giovanni XXIII, S. Andrea;

Alla luce del fatto che Barcellona P.G. faccia parte dei Comuni in Sicilia ad economia turistica, si ritiene necessario che si favorisca la nascita e la diffusione di:

- 1) attività commerciali e ricreative nella zona costiera: Calderà e Spinesante. Territori questi ubicati lungo l'asse costiero che unisce Milazzo con Tonnarella e Portorosa;
- 2) aziende commerciali di media dimensione lungo gli assi che uniscono la zona costiera e il centro storico del Comune.

Le infrastrutture necessarie (parcheggi, aree di raccolta e distribuzione delle merci per gli obiettivi sopra citati possono essere realizzati, oltre che con i co-finanziamenti europei, mediante il Project Financing e le leggi 549/95 e 266/97 (sopra citate).

Ubicazione eventuali centri commerciali e valorizzazione del mercato settimanale.

In tutto il territorio barcellonese solo una azienda, in base alla superficie dichiarata dagli esercenti, supera i 1.000 mq. Essa si trova in via St. Case Longo. In realtà la realizzazione di grandi strutture di vendita nel territorio barcellonese potrebbe avere - in assenza di adeguata programmazione - impatti significativamente negativi sull'economia commerciale locale, caratterizzata fondamentalmente da esercizi di vicinato. Si ritiene opportuno, quindi, che l'eventuale rilascio di autorizzazione per grandi strutture di vendita nel Comune di Barcellona P.G. sia subordinato alla redazione di uno studio di impatto economico che fornisca tutti i riferimenti conoscitivi per la valutazione effettiva in sede di conferenza di servizi. La procedura deve seguire quanto disposto agli articoli 6, 7, 8, 9 e 10 del D.P.R. dell'11 luglio 2000.

In ogni caso le grandi strutture di vendita generano forti economie di scala e sono equiparabili nel territorio a forme di "monopolio naturale". Si ritiene pertanto opportuno che

si pongano dei controlli al sistema che regola la nascita di attività in forte concorrenza al tessuto commerciale esistente. In tal senso si esprime un giudizio positivo sulla nascita di attività commerciali di grandi dimensioni di tipo specialistico, per esempio di beni alimentari derivati dalla filiera dell'agricoltura biologica perché caratterizzante il settore a Barcellona.

Si sostiene, inoltre, in questa analisi che le grandi strutture di vendita devono collocarsi in apposite zone previste dal P.R.G., e in particolare in aree servite da un adeguato sistema di mobilità e scambio (ferrato-gommato). I vantaggi dovuti a questa scelta sono:

- 1) le attività commerciali di grande dimensione, avendo portata sovracomunale, in questo modo, saranno maggiormente fruibili dagli utenti del loro bacino di utenza;
- 2) l'approvvigionamento e la distribuzione della merce, per gli imprenditori operanti in tale area, verrà facilitata;
- 3) il tessuto residenziale urbano sarà il più possibile estraneo ai grandi traffici del trasporto pesante.

Al fine di attrarre sin d'ora nel territorio comunale consumatori provenienti da altre aree territoriali, si suggerisce di valorizzare anche il mercato settimanale sul suolo pubblico, che attualmente si svolge il sabato in località S. Andrea, mediante un suo ampliamento e trasferimento, estendendo i settori di vendita, per esempio a quelli di antiquariato e dei prodotti artigianali locali, e prolungando la durata anche alla giornata domenicale.

IV - DEFINIZIONI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA COMMERCIALE

1. *Settori merceologici e tipologie degli esercizi commerciali.*

L'art. 3 dell'allegato 1 al D.P.R.S. del 11.07.2000 individua i settori e i raggruppamenti merceologici così come definiti nell'articolo 2 della legge regionale 22 dicembre 1998, n° 28; essi sono così articolati:

a) **settore alimentare:**

- *Raggruppamento I* - tutti i prodotti alimentari nonché articoli per la pulizia della persona e della casa ed articoli in carta per la casa;

b) **settore non alimentare:**

- *Raggruppamento II* - prodotti dell'abbigliamento, articoli di vestiario confezionati di qualsiasi tipo e pregio con esclusione degli accessori e della biancheria intima e delle calzature;
- *Raggruppamento III* - prodotti vari (trattasi di una o più categorie merceologiche non comprese nel Raggruppamento II);

c) **settore misto:**

- prodotti alimentari e non alimentari nel medesimo esercizio.

Ai sensi dell'articolo 1 della legge 25 agosto 1991 n° 287 si definiscono pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e di bevande, gli esercizi destinati alla vendita per il consumo sul posto, che comprende tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali dell'esercizio o in una superficie aperta al pubblico, all'uopo attrezzati.

Gli artt. 3 e 4 dell'allegato 1 al D.P.R.S. del 11.07.2000, definiscono le tipologie di esercizi commerciali in termini di classi dimensionali. Per il Comune di Barcellona Pozzo di Gotto, trattandosi di comune con popolazione residente compresa tra i 10.000 e i 100.000 abitanti, valgono le seguenti definizioni:

- *esercizio di vicinato*⁵: quello di piccola dimensione avente una superficie di vendita non superiore a 150 mq;
- *media struttura di vendita*: quella avente una superficie di vendita compresa tra mq 151 e mq 1.000;
- *grande struttura di vendita di livello inferiore*: quella avente una superficie di vendita compresa tra mq 1.001 e mq 5.000;
- *grande struttura di vendita di livello superiore*: quella avente superficie di vendita superiore a mq 5.000;
- *mercato coperto*: aggregazione di almeno 4 (quattro) esercizi di vicinato in una struttura comune con superficie di vendita complessiva inferiore a mq 1.500;
- *centro commerciale locale urbano*: aggregazione di almeno 6 (sei) esercizi con superficie di vendita complessiva inferiore a mq 2.500;
- *medio centro commerciale*: è costituito da almeno 8 (otto) esercizi di vendita con superficie di vendita complessiva tra mq 2.500 e mq 5.000;
- *grande centro commerciale*: è costituito da almeno 8 (otto) esercizi di vendita con superficie di vendita complessiva di oltre mq 5.000. La quota di superficie dei punti vendita di piccole dimensioni (equiparabili ad esercizi di vicinato) non può essere inferiore al 30% del totale della superficie di vendita del centro commerciale;
- *parco commerciale*: individuato nel P.R.G., è costituito da un'area di 20,85 ha, per la quale un progetto unitario prevede la realizzazione di più strutture di vendita medie o grandi dotate di infrastrutture comuni e integrate da edifici per attività paracommerciali, ricreative e complementari.

⁵ La terminologia “*esercizio di vicinato*” è stata introdotta dal cd. Decreto Bersani (n° 114 del 31.03.1998) e recepita dalla nostra legge regionale. Per *esercizi di vicinato* si intendono attività poste in luoghi vicino ai consumatori in grado di assicurare il servizio di prossimità.

2. Superficie di vendita.

L'art. 2, comma 1, lettera d) della L.R. n° 28/1999 definisce *superficie di vendita* di un esercizio commerciale come la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e simili. Non costituisce *superficie di vendita* invece, quella relativa ai locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici ed altri servizi per i quali non è previsto l'ingresso dei clienti (se non accompagnati da personale addetto alle vendite), nonché gli spazi di avancassa.

La *superficie di vendita* dei centri commerciali e dei mercati coperti è determinata dalla sommatoria delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

3. Centri commerciali e tipologie assimilabili.

Si definisce *centro commerciale* un insieme di diversi esercizi di vendita al dettaglio progettati e realizzati unitariamente, inseriti in una struttura edilizia fisicamente continua a destinazione specifica, che condividono strutture e infrastrutture comuni gestite unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.).

Sono assimilabili ai centri commerciali anche le *aree commerciali integrate* o *parchi commerciali*, vale a dire aree connotate dalla compresenza di più strutture commerciali e di servizio fisicamente separate, ma dotate di infrastrutture comuni e costituenti un unico polo di offerta.

Rientrano nella definizione di centro commerciale i *factory outlet centre*, ovvero i centri commerciali costituiti da punti vendita gestiti direttamente o indirettamente da produttori di beni che vi localizzano propri punti vendita.

4. Commercio su aree pubbliche.

Per commercio su aree pubbliche si intende la vendita al dettaglio e la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande effettuate su aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo, o su aree private delle quali il Comune abbia la disponibilità,

attrezzate o meno, scoperte o coperte.

Il commercio su aree pubbliche può essere svolto su aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate quotidianamente dagli stessi soggetti durante tutta la settimana. Viene definito uso quotidiano per tutta la settimana l'utilizzazione della superficie concessa per almeno cinque giorni la settimana.

E' inoltre ammesso il commercio su aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate solo in uno o più giorni della settimana indicati dall'interessato e su qualsiasi area, purché in forma itinerante (ambulantato).

Ai fini della disciplina del commercio sulle aree pubbliche valgono le seguenti definizioni:

- 1) per *aree pubbliche* si intende strade, marciapiedi, piazze slarghi, comprese le aree di proprietà privata gravate di servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;
- 2) per *posteggio* o *stallo* si intende la parte di area pubblica o privata di cui il Comune abbia la disponibilità che viene data in concessione al titolare dell'attività;
- 3) per *somministrazione di alimenti e bevande* si intende la vendita di tali prodotti effettuata unitamente alla predisposizione di impianti o attrezzature per consentire agli acquirenti di consumare sul posto i prodotti acquistati;
- 4) per *fiera locale* o *mercato locale* o *fiera* o *mercato* si intende l'afflusso, anche stagionale, nei giorni stabiliti e sulle aree a ciò destinate di operatori autorizzati ad esercitare l'attività;
- 5) per *fiere mercato* o *sagre* si intendono fiere o mercati locali che si svolgono in occasione di festività locali o circostanze analoghe.

V - STRUMENTI DI PIANIFICAZIONE ATTUATIVA

1. *Prescrizioni esecutive del P.R.G..*

Il P.R.G. è dotato di *Prescrizioni Esecutive* (PP.EE.) che costituiscono a tutti gli effetti Piani Particolareggiati di attuazione in esecuzione del disposto dell'art. 2 della L.R. n° 71/78 e

dell'art. 3 della L.R. N° 15/91.

Nelle aree individuate dal P.R.G. e sottoposte a *PP.EE.* valgono le destinazioni commerciali delle PUSC; relativamente al dimensionamento tipologico degli esercizi commerciali di nuova costruzione si dovranno rispettare le prescrizioni di intervento specificate negli appositi elaborati relativi alle *PP.EE.*.

2. *Progetti di valorizzazione commerciale.*

Nelle zone omogenee “A”, lungo gli *assi viari a forte vocazione commerciale* e all'interno dell'*area centrale urbana*, l'Amministrazione Comunale d'intesa con le organizzazioni di categoria e dei consumatori, potrà promuovere appositi *Progetti di valorizzazione commerciale* in ottemperanza agli obiettivi fissati dall'art. 13 dell'allegato 1 al D.P.R.S. dell'11.07.2000..

Obiettivo dei *Progetti di valorizzazione commerciale* è la preservazione e lo sviluppo della funzione del commercio nel centro storico ed in altre aree urbane a forte vocazione commerciale attraverso interventi anche di natura urbanistico-edilizio volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, artigianale di servizio e della ricettività, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana.

I *Progetti di valorizzazione commerciale* dovranno prevedere interventi di carattere strutturale quali:

- a) il censimento degli esercizi commerciali con consolidata presenza nello stesso settore merceologico e con caratteristiche di pregio;
- b) il riuso di manufatti o vuoti urbani esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali e il potenziamento di quelli esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità e delle gallerie commerciali specializzate;
- c) la realizzazione di parcheggi pubblici o privati pluripiano o interrati;
- d) il rifacimento dell'illuminazione pubblica e delle pavimentazioni stradali;
- e) la pedonalizzazione e la restrizione del traffico lungo vie e piazze, contestualmente ad altri interventi equilibratori sul sistema del traffico urbano e al potenziamento delle aree a

- verde attrezzate e delle alberature in genere;
- f) la realizzazione di una rete multimodale di trasporti pubblici urbani ed extraurbani e relativi nodi di interscambio;
 - g) la realizzazione di opere di arredo stradali capaci di identificare l'area interessata;
 - h) il recupero dei manufatti di valore storico-architettonico;
 - i) il riutilizzo di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di pubblico servizio;
 - j) il recupero di piazze e spazi pubblici da destinare all'attività di commercio su aree pubbliche o a luoghi di esposizioni, mostre e di attività culturali a carattere periodico, così come la creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e svago;
 - k) l'attuazione di azioni di marketing e promozione.

I *Progetti di valorizzazione commerciale* possono essere di iniziativa pubblica o privata e sono approvati dal Consiglio Comunale contestualmente ad un apposito programma di attuazione contenente i tempi e le modalità di realizzazione degli interventi, i soggetti pubblici e privati attori del progetto e il dettaglio del piano finanziario. Qualora i progetti prevedano variazioni al P.R.G., sarà seguito l'iter previsto per le varianti urbanistiche.

I *Progetti di valorizzazione commerciale* nelle aree del centro storico (zone omogenee "A") dovranno rispettare altresì gli artt. 33, 34, 111, 112 e 113 *delle Norme Tecniche di Attuazione* del P.R.G. e le prescrizioni di intervento specificate negli appositi elaborati denominati *Interventi di recupero del zona "A"* allegati al P.R.G. e redatti ai sensi della Circolare D.R.U. 3/2000 prot. 4159 dell'11.07.2000.

VI - LA STRATEGIA TERRITORIALE

1. *La filosofia delle previsioni urbanistiche del settore commerciale.*

Con il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n° 114 di "*riforma della disciplina relativa al settore del commercio*", recepito dalla Regione Siciliana con la legge n° 28/1999 e soprattutto con il D.P. 11 luglio 2000 di emanazione di "*direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore*

commerciale”, si sono poste le basi normative che consentono di procedere alla necessaria integrazione tra strumento urbanistico comunale e programmazione della rete distributiva previa fissazione di criteri riferiti al settore commerciale.

La particolare evenienza che vede per il Comune di Barcellona la contemporanea redazione del P.R.G. e delle *“previsioni urbanistiche riferite al settore commerciale”*, consente finalmente un controllo coordinato ed integrato all’interno dello strumento pianificatore comunale, degli aspetti legati al commercio. Il poter pianificare il territorio comunale con una attenzione specifica alle problematiche relative alla rete distributiva commerciale consente infatti, una migliore verifica di taluni fenomeni altrimenti non controllabili.

La Revisione del P.R.G., già nella sua articolazione progettuale e normativa di carattere generale affronta il tema del commercio, collegandolo ai parametri relativi agli interventi edificatori, siano essi privati che pubblici, creando di fatto la *“base urbanistica”* per la successiva elaborazione di settore. Gli elaborati relativi alle *“previsioni urbanistiche riferite al settore commerciale”* infatti, non prescindono dalle previsioni del nuovo strumento urbanistico, ma rappresentano un approfondimento di settore relativamente agli aspetti commerciali. Ciò consente una migliore verifica delle dinamiche che il mercato produrrà nel territorio, garantendo in ogni caso la congruità rispetto alle scelte strategiche tracciate nel nuovo P.R.G..

Le PUSC si propongono come mezzo attuativo del più generale disegno strategico del territorio barcellonese, territorio questo dalle grandi potenzialità commerciali, ma che paga una carenza dal punto di vista infrastrutturale ormai non più sopportabile. Le PUSC infatti, non derivano direttamente da una mera analisi di tipo economico, seppur considerata in sede di scelta circa la determinazione strutturale della rete commerciale, ma discendono soprattutto da un approccio progettuale di tipo urbanistico teso a garantire un organico sviluppo del settore insieme ad una necessaria operazione di ricucitura del tessuto urbano.

Le previsioni commerciali sono essenzialmente riferite a due direttrici operative: la prima è rappresentata dalla gestione degli esercizi commerciali nella loro singolarità con riferimento agli standards in termini di superfici di vendita e di parcheggio pertinenziale, la seconda e più importante, è costituita dal necessario controllo complessivo dei processi di aggregazione e programmazione riferiti ad ambiti significativi della città.

Particolare attenzione è stata posta al centro storico, individuando precise modalità circa l'attivazione di processi di riqualificazione del contesto urbano consolidato anche in termini di servizi e attrezzature. Per l'ambito storico della città, determinato nel nuovo P.R.G. ai sensi della Circ. D.R.U. 3/2000, è prevista una serie di possibilità tese al potenziamento del commercio di vicinato anche attraverso l'integrazione e/o concentrazione in forme di aree commerciali integrate.

Il contestuale potenziamento dei servizi culturali, artigianali, di ritrovo e svago e la valorizzazione del commercio su aree pubbliche attraverso il recupero dei mercati di quartiere potrà produrre un effetto polarizzante ed un aumento in termini generali della qualità del contesto urbano.

Come esplicitamente richiesto dalla citata normativa, l'aspetto relativo alla dotazione dei parcheggi, che nei centri storici è molto spesso di difficile soluzione e rappresenta uno dei fattori frenanti dell'intero sistema commerciale, è stato assunto come elemento ordinatore dei processi insediativi delle attività commerciali nell'ambito urbano. Infatti, nel corso della redazione del P.R.G., affrontando il tema della carenza di parcheggi, si è proceduto al reperimento di una dotazione di parcheggi pubblici che oltre a soddisfare quelli di standards residenziale (D.I. 1444/68) consente di soddisfare il fabbisogno di parcheggi pertinenziali per il commercio per una superficie complessiva di circa 100.000 m². Il P.R.G. inoltre, prevede una ulteriore dotazione di parcheggio pubblico destinato a soddisfare il fabbisogno derivante dalle attività relative ai mercati, alle fiere, sagre ed attività paracommerciali, di servizio e del terziario in generale.

Detta dotazione di parcheggio pubblico per la clientela consentirà agli esercizi di vicinato e alle medie strutture di vendita, situati all'interno delle zone omogenee del nuovo P.R.G. costituenti il "sistema residenziale" (zone A, B e C) e che per motivi legati alla tipologia edilizia del manufatto che li ospita non sono nelle condizioni di reperire autonomamente la quantità di parcheggio pertinenziale richiesta dalle nuove norme, di poter "monetizzare" detta richiesta dotazione facendo confluire i relativi importi in un fondo destinato alla realizzazione dei parcheggi pubblici nelle aree a forte concentrazione commerciale, con priorità nell'*Area centrale urbana* e nelle adiacenze degli *Assi viari a forte vocazione commerciale*.

Il centro storico è anche l'ambito entro il quale con maggiore forza deve essere introdotta l'attuazione di "Progetti di valorizzazione commerciale" funzionali alla riqualificazione urbanistico-edilizia, che si svilupperanno anche sulla scorta delle norme di tutela del patrimonio storico-architettonico previste dal P.R.G..

2. Zone del P.R.G. a destinazione commerciale.

Le zone omogenee individuate dalla Revisione del P.R.G. in cui è possibile esercitare attività commerciali ai sensi dell'art. 2 dell'allegato 1 al D.P.R.S. dell'11.07.2000, sono:

- *sistema residenziale*: in tutta la zona "A" e relative sottozone, in tutta la zona B e relative sottozone, in tutta la zona C e relative sottozone;
- *sistema delle attività produttive*: in tutta la zona "D" e relative sottozone con esclusione delle sottozone D.1.4, D.1.5, D.1.6.;
- *sistema agricolo-ambientale*: in tutta la zona "E" e relative sottozone con esclusione delle sottozone E.3, E.7 ed E.8;
- *sistema integrato dei parchi e degli ambiti naturalistici*: in tutte le zone "Fp" e di ambito naturalistico con esclusione dell'Ambito costiero di ricostruzione del paesaggio dunale, e dell'Ambito naturalistico ripariale;
- *sistema delle attività turistico-ricettive*: in tutte le zone "Ft" e relative sottozone;
- *sistema delle attrezzature*: in tutte le "F" e relative sottozone con esclusione della sottozona Ftec e delle zone di verde di arredo stradale;
- *sistema della mobilità*: in tutte le zone "Ftra" e lungo le aree per la viabilità, della sentieristica, della trazzera e delle piste ciclabili con esclusione delle aree a verde di arredo stradale.

3. Sistema residenziale.

La zona omogenea "A" individuata dal P.R.G. è costituita dal nucleo storico dell'abitato, il cui impianto morfologico, tipologico e di tessuto urbano, e la stessa qualità

formale dei manufatti edilizi vanno preservati. In tale zona sono ammessi interventi finalizzati alla conservazione, al recupero, alla riqualificazione ed alla valorizzazione del tessuto storico dei manufatti esistenti, con esclusione di ulteriori alterazioni del tessuto e dell'aspetto tecnologico-formale delle superfici esterne dei manufatti. Gli interventi edilizi diretti sono consentiti attraverso i particolari vincoli e prescrizioni di intervento specificate negli appositi elaborati denominati "*Interventi di recupero della zona A*" redatti ai sensi della Circolare D.R.U. 372000.

Nelle zone "A" sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici di cui al comma 2 dell'articolo 3 dell'allegato 1 al D.P.R.S. dell'11.07.2000.

Negli edifici di valore storico-architettonico e di tessuto urbano storico di edilizia minore sono consentiti gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita. Negli edifici di recente edificazione sono consentiti gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati coperti e i centri commerciali locali urbani.

L'attivazione di medie strutture di vendita negli edifici di valore storico-architettonico può essere ammessa esclusivamente nella ipotesi di utilizzo dell'intera unità edilizia ed è subordinata al rilascio di concessione edilizia per opere di restauro e di adeguamento estese all'intero organismo edilizio al fine di garantire la preservazione dello stesso da alterazioni dell'aspetto tipologico-formale. In questo caso, la destinazione commerciale si intende estesa all'intero manufatto. Sono vietate le grandi strutture di vendita.

Per l'attivazione degli esercizi commerciali nell'ambito delle predette zone si dovrà fare riferimento agli artt. 111, 112, 113 e 114 delle *Norme Tecniche di Attuazione* (NTA) della Revisione del P.R.G. e alle norme relative ai vincoli e alle prescrizioni di intervento specificate negli appositi elaborati denominati *Interventi di recupero della zona A* redatti ai sensi della Circolare D.R.U. 372000.

Gli interventi nel tessuto urbanistico-edilizio di valore storico devono comunque assicurare:

- il rispetto del sistema dei rapporti tra lo spazio pubblico e quello privato;
- il rispetto dell'originario schema compositivo dei vuoti e dei pieni;
- il mantenimento degli elementi della partitura architettonica, delle opere di finitura e delle parti tipologiche e funzionali;

- l'uso di materiali tradizionali nelle opere di integrazione e di sostituzione di elementi fatiscenti (pietra, infissi in legno, ringhiere in ferro);
- l'esclusione in ogni caso di elementi di finitura non adeguati alle caratteristiche del centro storico, quali ad esempio gli intonaci plastici e/o cementizi nel rifacimento dei prospetti, coloriture e materiali di rivestimento alloctoni.

Gli Enti erogatori di servizi a rete negli interventi sugli spazi pubblici e sulle parti pubbliche degli edifici devono prevedere una revisione del sistema di conduzione degli impianti (telefonici, elettrici e del gas) orientata alla realizzazione di cavidotti interrati o allocati lungo linee di raccordo verticale tra unità edilizie nel rispetto dell'ordito architettonico delle facciate. Analogamente si dovrà procedere anche per l'allocazione da parte dei privati delle condotte di scarico e degli impianti tecnologici.

Gli impianti di pubblica illuminazione debbono essere revisionati con progetto unitario per l'intero centro storico finalizzato anche alla valorizzazione degli edifici storico-architettonici e degli spazi pubblici antistanti. E' escluso l'utilizzo di modelli falsi antichi e di impianti di pali a stelo curvato.

Gli interventi di sostituzione e di manutenzione delle pavimentazioni degli spazi pubblici vanno orientati al ripristino delle pavimentazioni della tradizione in pietra locale.

Le insegne pubblicitarie debbono essere collocate nell'ambito dei vani porta di accesso agli esercizi commerciali e non possono aggettare rispetto al filo esterno del paramento murario dell'edificio oltre la misura di cm. 10. Non sono ammesse insegna a bandiera o sovrapposte al paramento dell'edificio tranne che per le insegne delle farmacie e delle rivendite tabacchi e generi di monopolio.

Le vetrine a bacheche mobili o fisse sovrapposte ai paramenti murari possono essere autorizzate, su parere conforme della Commissione Urbanistica Edilizia Comunale, nel rispetto delle partiture architettoniche delle facciate degli edifici esclusivamente su spazi pedonali che non interessino la viabilità veicolare (isole pedonali permanenti).

In tutta la zona "A" è vietato l'esercizio dell'attività di ambulante anche in sede fissa. E' consentito rilasciare autorizzazioni temporanee solo se connesse a fiere mercato o sagre che si svolgano in occasione di festività locali e analoghe circostanze.

Le attività relative all'esercizio del commercio possono essere ubicate in locali

esistenti di altezza non inferiore a metri 2,70 negli edifici di interesse storico-architettonico di cui alle lettere a), b) e c) dell'art. 111 delle *Norme Tecniche di Attuazione* (N.T.A.) del P.R.G..

Nella zona “B” e relative sottozone sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici di cui al comma 2 dell'articolo 3 dell'allegato 1 al D.P.R.S. dell'11.07.2000. In dette zone i nuovi sono ammessi gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati coperti, i centri commerciali locali urbani ed i medi centri commerciali; sono vietate le grandi strutture di vendita.

Nella zona “C” e relative sottozone sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici di cui al comma 2 dell'articolo 3 dell'allegato 1 al D.P.R.S. dell'11.07.2000. In dette zone sono ammessi gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati coperti, i centri commerciali locali urbani ed i medi centri commerciali limitatamente ai piani terra. Nella sottozona omogenea “C.2.1” (zona per l'edilizia residenziale pubblica agevolata, sovvenzionata o convenzionata, esistente o in corso di attuazione) sono ammessi gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita nei manufatti esistenti limitatamente ai piani terra, previo rilascio di concessione edilizia per opere di ristrutturazione e cambio di destinazione d'uso redatto con riferimento all'intera consistenza del piano. Nel caso di progetti in corso di attuazione si potrà procedere a progetti di variante. Nella zona “C” sono vietate le grandi strutture di vendita fatte salve quelle autorizzate entro il 31 dicembre 1999, le quali dovranno adeguare le proprie strutture alle presenti norme entro 5 anni dalla approvazione regionale del PUSC .

Nel caso che l'attività commerciale ubicata nel sistema residenziale, si estenda all'intera unità edilizia è prescritta la preventiva approvazione di variante di destinazione urbanistica da parte dell'organo consiliare senza obbligo di approvazione regionale.

4. *Sistema delle attività produttive.*

Nelle sottozone “D.1.1” e “D.1.3” sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici di cui al comma 2 dell'articolo 3 dell'allegato 1 al D.P.R.S. dell'11.07.2000. In dette zone sono ammessi gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati coperti, i centri commerciali locali urbani ed i medi centri commerciali limitatamente ai piani

terra. Nelle sottozone “D.1.2” è consentita solo la vendita al dettaglio e all’ingrosso dei prodotti relativi all’attività di rottamazione degli autoveicoli.

Nelle sottozone “D.2.1” sono consentiti oltre ai pubblici esercizi, tutti i settori merceologici e sono ammessi gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati coperti, i centri commerciali locali urbani ed i medi centri commerciali limitatamente ai piani terra. Nelle sottozone “D.2.2” sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici; sono ammessi gli esercizi commerciali previsti dai Piani di Lottizzazione (P. di L.) approvati. Nelle sottozone “D.2.3” sono consentiti oltre ai pubblici esercizi, tutti i settori merceologici. In dette zone i nuovi interventi ammessi sono quelli previsti dalle Prescrizioni Esecutive integranti il P.R.G. ai sensi dell’art. 2, comma 1 e 2 della L.R. 71/78 come integrato dall’art. 3 della L.R. 15/91. Nelle sottozone “D.2.4” sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici; sono ammessi gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita limitatamente ai piani terra.

Nelle sottozone “D.3.1” sono consentiti i pubblici esercizi e tutti i settori merceologici. In dette zone i nuovi interventi ammessi sono gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i centri commerciali locali urbani, i mercati coperti e le grandi strutture di vendita di livello inferiore.

Sono escluse dall’attivazione di qualunque tipo di esercizio commerciale le sottozone “D.1.4”, “D.1.5” e “D.1.6”.

5. Parco commerciale.

La sottozona “D.3.2” è destinata a *parco commerciale*, così come definito all’art. 4 dell’allegato 1 del D.P.R.S. dell’11.07.2000. Il *parco commerciale* dovrà essere specialmente dedicato alle attività di vendita al dettaglio integrate da attività paracommerciali, ricreative e del tempo libero e da altri servizi complementari quali modeste strutture ricettive-alberghiere connesse. Esso dovrà comprendere più strutture medie e/o grandi; dovrà inoltre configurarsi come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi.

Il *parco commerciale* previsto dal P.R.G., avendo una superficie territoriale superiore

a 5 ettari (ettari 20,85), rientra nella definizione di *parco commerciale di livello superiore* di cui all'art. 4 dell'allegato 1 del D.P.R.S. dell'11.07.2000.

L'attuazione del *parco commerciale*, tramite appositi "Progetti Norma" (PN), di cui all'art. 17 delle *Norme Tecniche di Attuazione* (NTA) del P.R.G., estesi almeno 2 ettari ciascuno, è subordinata ad un *Piano Particolareggiato* di iniziativa pubblica o privata esteso all'intera area che può prevedere fasi di attuazione anche differenziate nel tempo. Nel caso di un soggetto attuatore unico il *Progetto Norma* è esteso all'intera area e può contenere gli elaborati del *Piano Particolareggiato* assumendone contestualmente la valenza.

L'approvazione del *Piano Particolareggiato* equivale a dichiarazione di pubblica utilità, indifferibilità ed urgenza anche ai fini dell'esproprio dell'area.

6. Sistema agricolo – ambientale.

Nelle sottozone "E.1" sono consentiti tutti i settori merceologici ed esercizi pubblici di somministrazione alimenti e bevande allorché queste siano connesse all'attività di agriturismo o turismo rurale o nel contesto dell'impianto di parchi; è inoltre ammessa l'attività di vendita alle condizioni di cui al punto d), comma 2, art. 2 della L.R. 28/99. In dette zone i nuovi interventi consentiti sono gli esercizi di vicinato.

Nelle sottozone "E.2" sono consentiti tutti i settori merceologici e gli esercizi pubblici di somministrazione alimenti e bevande allorché queste siano connesse all'attività di agriturismo o turismo rurale; è inoltre ammessa l'attività di vendita alle condizioni di cui al punto d), comma 2, art. 2 della L.R. 28/99. In dette zone i nuovi interventi consentiti sono gli esercizi di vicinato.

Nelle sottozone "E.4" sono consentiti esclusivamente pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande connessi all'attività sportiva e del tempo libero svolte in piccole strutture all'aperto; è inoltre ammessa l'attività di vendita alle condizioni di cui al punto d), comma 2, art. 2 della L.R. 28/99. In dette zone i nuovi interventi consentiti sono gli esercizi di vicinato.

Nelle sottozone "E.5" sono consentiti esclusivamente pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande connessi all'attività sportiva e del tempo libero svolta in

grandi strutture impianti sportivi all'aperto; è inoltre ammessa l'attività di vendita alle condizioni di cui al punto d), comma 2, art. 2 della L.R. 28/99. In dette zone i nuovi interventi consentiti sono gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita.

Nelle sottozone "E.6" ed "E.9" è consentita esclusivamente l'attività di vendita alle condizioni di cui al punto d), comma 2, art. 2 della L.R. 28/99.

Per l'attivazione degli esercizi commerciali nell'ambito delle sottozone di cui al presente articolo, gli interventi edilizi consentiti sono quelli previsti dagli artt. 56, 57, 59, 60, 61 e 64 delle *Norme Tecniche di Attuazione* (NTA) della Revisione del P.R.G..

Sono escluse dall'attivazione di qualunque tipo di esercizio commerciale le sottozone "E.3", "E.7" e "E.8".

7. *Sistema integrato dei parchi e degli ambiti naturalistici.*

Nelle zone "Fp" e negli *ambiti naturalistici* sono consentiti esclusivamente pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande complementari alla attività turistica in aree attrezzate all'aperto con strutture precarie e intervento edilizio diretto.

L'attivazione di eventuali esercizi commerciali specialistici e/o di servizio al parco, di vicinato e/o di media struttura, può essere prevista all'interno del *Piano del Parco* o *Piano di riqualificazione ambientale*.

Nella sottozona "Fp.9" relativa al Parco Jalari (di iniziativa privata) nelle more dell'approvazione del *Piano del Parco* è consentita l'attività di tipo commerciale già autorizzata nelle strutture esistenti. Il *Piano del Parco* relativo alla sottozona "Fp.9" potrà prevedere ulteriori attivazioni o modifiche delle attività commerciali purché queste siano connesse alla natura delle attività proprie del parco (attività turistico-ricettiva, agriturismo attrezzature per il tempo libero, attività congressuale e di promozione e valorizzazione della cultura contadina e delle tradizioni popolari).

Nessuna attività di tipo commerciale può essere svolta all'interno delle aree relative all'*Ambito costiero di ricostruzione del paesaggio dunale* e all'*Ambito naturalistico ripariale*.

8. Sistema delle attività turistico – ricettive.

Nelle sottozone “*Ft.1*” e “*Ft.2*” sono consentiti esclusivamente pubblici esercizi complementari all’attività turistico-ricettiva.

Nella sottozona “*Ft.3*” sono consentiti esclusivamente pubblici esercizi complementari all’attività turistico-ricettiva. In detta sottozona i nuovi interventi ammessi sono tutte le tipologie commerciali con esclusione di grandi e medie strutture di vendita e grandi centri commerciali.

Nella sottozona “*Ft.4*” sono consentiti esclusivamente pubblici esercizi complementari alla attività turistico-balneare la cui attività è da svolgersi in aree attrezzate all’aperto con strutture precarie. L’attivazione degli esercizi si attua a mezzo di *Piano di utilizzazione delle spiagge* (PUS).

Per l’attivazione degli esercizi commerciali nell’ambito delle sottozone di cui al presente articolo, gli interventi edilizi consentiti sono quelli previsti dagli artt. 78, 79, 80 e 81 delle *Norme Tecniche di Attuazione* (NTA) della Revisione del P.R.G..

9. Sistema delle attrezzature.

Nelle zone “*F*” di cui all’art. 2 del D.I. 1444/68, previste nel P.R.G. e destinate a spazi pubblici o riservati ad attività collettive e nelle zone “*F*” di cui all’art. 3 dello stesso decreto e destinate ad attrezzature ed impianti di interesse generale è ammessa l’attivazione di esercizi commerciali e di pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande con le seguenti modalità.

Nelle sottozone “*Fi*”, “*Fr*”, “*Fc*”, “*Fs*”, “*Fis*”, “*Fv*”, “*Fh*” ed “*Fgen*” sono consentiti pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande e servizi di mensa di tipo aziendale; sono inoltre ammesse le installazioni di chioschi, di edicole e di ambulanti in sede fissa. Per l’attivazione degli esercizi commerciali per le nuove strutture, le aree attrezzate e le volumetrie a destinazione commerciale dovranno essere previste nel progetto di opera pubblica; per i manufatti pubblici esistenti l’attivazione avviene con interventi edilizi diretti.

Nelle zone “*P*” sono consentiti pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e

bevande e per la rivendita dei giornali a mezzo dell'installazione di chioschi, edicole e di ambulanti in sede fissa. Dette installazioni dovranno essere collocate in maniera tale da non costituire intralcio alla mobilità pedonale e veicolare né creare ostacolo alla visuale nelle operazioni di manovra degli autoveicoli.

Sono escluse dall'attivazione di qualunque tipo di esercizio commerciale le sottozone "Ftec".

Nella fascia di rispetto delle aree cimiteriale è consentita soltanto l'attivazione di esercizi commerciali in chioschi per la vendita di fiori, ceri e piccoli oggetti di decoro funerario; è esclusa qualsiasi modalità di vendita di prodotti alimentari, ivi compresa quella di cui al punto d), comma 2, art. 2 della L.R. 28/99.

Tra le zone "Fgen", destinate ad attrezzature di interesse generale da attuarsi a mezzo progetto unitario esteso all'intera area, si distinguono per specifiche destinazioni d'uso commerciale le seguenti attrezzature:

- polo per la ricerca e lo sviluppo nell'agricoltura;
- polo per la ricerca e lo sviluppo della zootecnia;
- quartiere fieristico;
- polo scolastico;
- polo sportivo-campus;
- parco urbano pubblico dei servizi;
- polo giudiziario.

All'interno del *polo per la ricerca e lo sviluppo nell'agricoltura* è prevista la individuazione di spazi commerciali specialistici; la tipologia commerciale da assumere per detti spazi, anche nell'ipotesi di realizzazioni di manufatti stabili previsti dal progetto unitario, dovrà essere riferita a quella del mercato su aree pubbliche.

Il *polo per la ricerca e lo sviluppo della zootecnia* prevede l'individuazione al proprio interno di un mercato e di una fiera boaria. Per l'attivazione di dette attività di tipo commerciale valgono le norme vigenti in materia.

Nell'ambito del *quartiere fieristico* l'attività di vendita, effettuata durante il periodo di

svolgimento di fiere campionarie, di mostre e fiere di prodotti, nei confronti dei visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non prosegua oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse, non è sottoposta alle norme del PUSC. Sono invece soggette al rispetto delle PUSC tutte quelle attività di commerciale diverse da quelle fieristiche che si prevederà di attivare in connessione e completamento dell'offerta funzionale dell'intera attrezzatura.

Nel *polo scolastico* sono consentiti pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande e servizi di mensa di tipo aziendale; sono inoltre ammesse le installazioni di chioschi, di edicole e di ambulanti in sede fissa. Per l'attivazione degli esercizi commerciali per le nuove strutture, le aree attrezzate e le volumetrie a destinazione commerciale dovranno essere previste nel progetto di opera pubblica; per i manufatti pubblici esistenti l'attivazione avviene con interventi edilizi diretti.

Nel *polo sportivo-campus* sono consentiti pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande e servizi di mensa di tipo aziendale connessi alla fruizione integrata dell'attrezzatura; sono inoltre ammesse le installazioni di chioschi, di edicole e di ambulanti in sede fissa. Per l'attivazione degli esercizi commerciali nelle nuove strutture, le aree attrezzate e le volumetrie a destinazione commerciale dovranno essere previste nel progetto di opera pubblica; per gli eventuali manufatti pubblici esistenti l'attivazione avviene con interventi edilizi diretti.

Nel *parco urbano pubblico dei servizi* sono consentiti tutti i settori merceologici; per l'attivazione degli esercizi le aree attrezzate e le volumetrie a destinazione commerciale dovranno essere previste nel progetto di opera pubblica. Le tipologie dimensionali ammesse sono gli esercizi di vicinato, il mercato coperto, il centro commerciale locale urbano ed il medio centro commerciale.

Nel *polo giudiziario* sono consentiti pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande e servizi di mensa di tipo aziendale; sono inoltre ammesse le installazioni di chioschi, di edicole e di ambulanti in sede fissa. Per l'attivazione degli esercizi commerciali le aree attrezzate e le volumetrie a destinazione commerciale dovranno essere previste nel progetto di opera pubblica.

Le zone "*Fcomm*" (attrezzature per il commercio) previste dal P.R.G. sono:

- mercati di quartiere;
- mercato settimanale;
- piazza mercato
- mercato ortofrutticolo;
- mercato ittico;
- mercato florovivaistico.

Nei mercati di quartiere, nel mercato settimanale e nella piazza mercato può essere autorizzata la vendita al dettaglio di tutti i settori merceologici; è altresì consentita la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

Nel mercato ortofrutticolo, nel mercato ittico e nel mercato florovivaistico possono essere autorizzati esercizi di vendita al dettaglio ed all'ingrosso solo relativamente allo specifico settore merceologico di appartenenza; è altresì consentita la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

Per dette attrezzature valgono le definizioni di cui al precedente art. 7 e le norme della L.R. n° 18 dell'1 marzo 1995 e succ. mod. ed int..

Ai fini del dimensionamento dei su indicati mercati si assumono le seguenti misure standard:

- unità di stallo o posteggio ml. 4,50 x 8,00;
- varco di interdistanza ogni due stalli con larghezza minima di ml. 0,80;
- distanza minima tra due fronti di stalli ml. 2,50.

I progetti di sistemazione delle aree dovranno prevedere:

- un punto di acqua potabile ogni 25 stalli;
- un gruppo servizi igienici ogni 50 stalli.

Gli stalli non potranno avere coperture o strutture fisse di alcun genere. Dovrà inoltre essere prevista la pedonalizzazione dell'area di fruizione per usi diversi negli orari in cui il mercato non è attivo.

Nel caso in cui l'attivazione dei mercati in argomento avvenga, previo progetto

d'opera pubblica, in strutture edilizie a carattere permanente, queste devono comunque essere ricondotte in termini di dimensioni di stallo e di dotazioni agli standards del presente articolo.

Qualora se ne ravvisi l'esigenza l'Amministrazione Comunale può autorizzare l'utilizzazione provvisoria di aree gravate da vincoli preordinati all'espropriazione, fino all'emanazione del provvedimento espropriativo per mercati rionali e relative aree a parcheggio pertinenziale. L'autorizzazione è rilasciata dal Sindaco a titolo provvisorio per un periodo non superiore ad un anno, subordinatamente ad un atto d'obbligo con cui il proprietario interessato si impegna a:

- a) utilizzare l'area esclusivamente a mercato così come regolamentato dalle presenti norme, senza impianti fissi, salvo quelli strettamente necessari per l'esercizio dell'attività commerciale;
- b) far cessare l'utilizzazione provvisoria dell'area alla scadenza del termine e comunque alla data di comunicazione dell'avvio del provvedimento di espropriazione dell'area;
- c) non costituire diritti personali o reali di godimento o di garanzia sull'area a favore di terzi fino alla scadenza del termine medesimo;
- d) riconoscere come causa di estinzione anticipata della autorizzazione richiesta, senza diritto a speciale indennizzo in relazione agli impegni assunti ed alla autorizzazione richiesta, l'avvio del provvedimento di espropriazione dell'area;
- e) eseguire le sistemazioni a tutela del decoro, sicurezza e igienicità, richieste dall'Amministrazione Comunale;
- f) fornire adeguata fideiussione a garanzia dell'esatto adempimento degli obblighi assunti;

L'autorizzazione è rinnovabile alla scadenza subordinatamente alla conferma degli impegni assunti con atto unilaterale d'obbligo e sempre che non sia imminente l'espropriazione dell'area.

L'area del mercato deve essere pavimentata con materiale permeabile. I parcheggi a servizio dell'area di mercato dovranno essere alberati e pavimentati con materiali permeabili.

10. Sistema della mobilità.

Nelle zone “*Ftra*” (attrezzature e servizi per i trasporti) è ammessa l’attivazione di esercizi commerciali e di pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande con le modalità seguenti.

Nelle aree interessate dalle *fasce di rispetto stradale* è consentita l’attivazione di pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, la rivendita di giornali e l’installazione di ambulanti in sede fissa a mezzo la collocazione di chioschi ed edicole. Dette installazioni dovranno essere collocate in maniera tale da non costituire intralcio alla mobilità pedonale né creare ostacolo alla visuale degli autoveicoli transitanti.

Nelle zone destinate dal P.R.G. a *verde di arredo stradale* non è ammessa nessuna attività commerciale compresa quella ambulante.

Alle *aree di servizio e distribuzione carburante* non si applicano le norme delle PUSC ai sensi del comma 2 dell’art. 2 della L.R. 22.12.1999 n° 28; le stesse invero si applicano nei casi di attivazione di esercizi di vicinato per settori merceologici diversi da quelli relativi alla vendita di carburante, oli minerali e lubrificanti.

Nell’area attrezzata per *Autostazione-Terminal bus*, da realizzarsi con progetto di opera pubblica, dovrà essere assicurata la dotazione di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande da attivarsi a mezzo di gestione in concessione.

Lungo i tracciati della *sentieristica* individuati dal P.R.G. e/o dalla *Carta dei Sentieri* (CS) predisposta dall’Amministrazione Comunale con valore di Piano Particolareggiato, è ammessa l’attivazione di punti di ristoro per la somministrazione di alimenti e bevande a mezzo della collocazione di chioschi, edicole e ambulanti anche in sede fissa.

Nell’area della *Trazzera del Litorale* esterna a quella impegnata dalla viabilità (veicolare, ciclabile e pedonale) sono consentiti nei manufatti esistenti tutti i settori merceologici sotto forma di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita. Nelle aree libere è ammessa, previa concessione demaniale, l’attivazione di punti di ristoro per la somministrazione di alimenti e bevande a mezzo della collocazione di chioschi, edicole e ambulanti anche in sede fissa.

Nell’*area ferroviaria*, e specificatamente all’interno dell’edificio della stazione, è consentita l’attivazione di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, la rivendita di giornali e generi di monopolio da attivarsi a mezzo di gestione in concessione; le tipologie

commerciali ammesse sono quelle di esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita.

Nelle aree pertinenziali dei percorsi ciclabili in sede propria previsti dal P.R.G. o dal *Piano dei percorsi ciclabili urbani ed extraurbani* (CP) e nell'area per *Ciclostazione-Terminal ciclopista* è ammessa l'attivazione in aree attrezzate di punti di ristoro per la somministrazione di alimenti e bevande a mezzo della collocazione di chioschi, edicole e ambulanti in sede fissa. Dette installazioni dovranno essere collocate in maniera tale da non costituire intralcio alla mobilità pedonale né creare ostacolo alla visuale degli autoveicoli e dei ciclisti transitanti.

L'*Area intermodale* individuata dal P.R.G. è suddivisa in cinque sottozone:

- “D.1.2” – area di deposito e rottamazione autoveicoli (esistente);
- “D.2.1” – zona artigianale esistente e di completamento;
- “D.2.2” – zona per l'artigianato non molesto e il commercio mista a residenza in fase di attuazione;
- Centro Intermodale Merci (C.I.M.);
- Area dei servizi del C.I.M..

Per la disciplina dell'attività commerciale nelle sottozone “D.1.2”, “D.2.1” e “D.2.2” valgono le relative norme contenute agli articoli precedenti.

L'attuazione del C.I.M. e della relativa area dei servizi avverrà con *Progetto Norma* di cui all'art. 17 delle *Norme Tecniche di Attuazione* (NTA) della Revisione del P.R.G. ovvero a mezzo di apposito *Piano del Centro intermodale Merci* (C.I.M.) con caratteristiche di Piano Particolareggiato unitario di iniziativa pubblica comunale o privata con convenzione.

All'interno dell'area del C.I.M. e della relativa area dei servizi le attività commerciali ammesse sono quelle relative a depositi e magazzini per la vendita all'ingrosso e pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande connessi alle attività dell'area.

11. Apparecchi automatici.

La vendita al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici negli spazi pubblici o riservati ad attività collettive e all'interno delle attrezzature ed impianti di interesse generale è

soggetta ad apposita comunicazione al competente ufficio comunale ed è sottoposta alla disciplina relativa all'occupazione di suolo pubblico.

La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo, è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di esercizi di vendita.

L'installazione di apparecchi automatici non necessita di alcuna autorizzazione né comunicazione qualora i titolari delle licenze di esercizio dei locali e/o delle aree pubbliche in cui sono posti i distributori automatici o i loro noleggiatori siano in possesso delle autorizzazioni previste dalla legge per la vendita dei prodotti appartenenti alla stessa gamma merceologica.

VII - DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI E DISCIPLINA DELLE AREE DI SOSTA

1. Definizione ed dotazione minima.

I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni o porzioni di aree o costruzione adibiti al parcheggio dei veicoli della clientela e sono al servizio esclusivo di ogni singolo esercizio o complesso commerciale. La dotazione del parcheggio pertinenziale nella misure minime appresso indicate è requisito essenziale della autorizzazione commerciale.

Le dimensioni dei posti auto nei parcheggi pertinenziali non dovranno essere inferiori a ml. 2,40 x 4,80. Per ogni posto auto la superficie convenzionale comprensiva degli spazi di manovra è fissata in mq 25,00.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati e organizzati in modo da essere accessibili liberamente dai clienti; 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 potranno essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un raggio di accessibilità pedonale non superiore a ml 300, purché questa venga permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiedi, attraversamenti segnalati, ecc.) e privo di barriere architettoniche. Al fine di cui sopra non possono essere utilizzate aree

o immobili già in atto vincolati a parcheggio di pertinenza di altri complessi o unità edilizie.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dagli spazi pubblici per attività collettive, verde pubblico e parcheggio pubblico, senza sovrapposizioni.

Nel caso di strutture di vendita con più di 100 dipendenti e nell'ambito dei parcheggi pertinenziali, dovrà essere individuata una porzione specifica di parcheggio in aggiunta, destinata ai dipendenti della struttura di vendita nella misura di un posto auto ogni 3 dipendenti.

Nel caso di strutture di vendita con parcheggi pertinenziali per una capacità complessiva superiore ai 100 posti-auto e con accessi differenziati è prescritto un impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità di posti.

I progetti dovranno prevedere efficaci soluzioni di accesso e adottare tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

Le dotazioni minime di parcheggi pertinenziali per la clientela in relazione ai settori merceologici e alle tipologie sono così fissate:

- a) *esercizi di vicinato*: 1,00 mq. di parcheggio per ogni 10,00 mc. di cubatura totale dell'esercizio;
- b) *medie strutture di vendita alimentari o miste*: mq. 1,00 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- c) *medie strutture di vendita non alimentari*: mq. 0,50 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- d) *grandi strutture di vendita alimentari o misti con sup. di vendita inferiore a mq. 5.000*: mq. 2,00 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- e) *grandi strutture di vendita non alimentari con sup. di vendita inferiore a mq. 5.000*: mq. 1,50 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- f) *grandi strutture di vendita alimentari o misti con sup. di vendita superiore a mq. 5.000*: mq. 2,50 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- g) *grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita superiore a mq. 5.000*: mq. 2,00 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

h) *centri commerciali e parco commerciale*: la dotazione di parcheggi pertinenziali è calcolata distintamente:

- per le medie e grandi strutture di vendita in esso presenti secondo le quantità sopra espresse alle lettere c), d), e), f), g) e h);
- per la rimanente parte degli esercizi commerciali, per le attività paracommerciali ed altre attività di servizio, la dotazione di parcheggio pertinenziale per la clientela è prevista in mq. 1,00 per ogni metro quadrato di superficie lorda di pavimento.

Il 10 % dell'area destinata a parcheggio pertinenziale delle medie strutture di vendita dovrà essere riservata per motocicli e biciclette.

La dotazione di parcheggio pertinenziale per la clientela sopra indicate costituisce requisito essenziale per il rilascio dell'autorizzazione per la vendita al dettaglio ed il venir meno di tale requisito oggettivo costituisce motivo di revoca della medesima.

2. *Riduzione della dotazione.*

Le dotazioni minime dovranno essere interamente rispettate nel caso di nuova costruzione, ristrutturazione urbanistica, ampliamento di costruzioni preesistenti oltre il 20% dell'esistente, demolizione e ricostruzione.

Le dotazioni di parcheggio pertinenziale possono essere ridotte, dopo che sia stata dimostrata la impossibilità di soddisfare per intero le quantità minime previste, esclusivamente:

- a) nel caso di interventi di ristrutturazione e ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata; la riduzione consentita può essere concessa una sola volta e nella misura massima del 20%;
- b) nell'ambito di *Progetti di valorizzazione commerciale* purché del progetto faccia parte uno studio delle accessibilità dell'area con mezzi pubblici o ecologici che migliori in modo considerevole la fruibilità pedonale e sempre che il progetto non preveda interventi di ristrutturazione urbanistica; la riduzione consentita dal *Progetto di valorizzazione commerciale* per i singoli esercizi non potrà superare il 30%. Nel caso in cui il *Progetto di valorizzazione commerciale* preveda, oltre che le condizioni sopra riportate, anche la

pedonalizzazione degli spazi pubblici, la riduzione consentita non potrà superare il 50%.

3. Dotazione di P.R.G. e monetizzazione.

Tutti gli esercizi commerciali esistenti alla data di approvazione regionale delle PUSC dovranno entro 5 anni dalla stessa, dotarsi di parcheggio pertinenziale per la clientela nelle quantità minime previste dal D.P.R.S. del 11.07.2000.

Detta dotazione dovrà essere dimostrata presso i competenti uffici comunali a mezzo apposita comunicazione corredata di elaborati grafici in adeguata scala, indicanti le modalità di determinazione della consistenza in termini di superficie di parcheggio pertinenziale, l'ubicazione e le caratteristiche costruttive e di accesso. Dovrà essere inoltre trasmesso idoneo atto di asservimento permanente dell'area a parcheggio pertinenziale per la clientela.

In tutti i casi in cui venga richiesta o comunicata una nuova autorizzazione commerciale o una variazione di qualsiasi tipo di una autorizzazione commerciale esistente, anche se non legata ad opere soggette a concessione o autorizzazione edilizia, il rilascio è subordinato alla verifica della dotazione di aree destinate a parcheggio pertinenziale esclusivo per la clientela nella misura fissata dalle presenti norme.

Nel caso in cui venga dimostrata l'impossibilità di soddisfare il fabbisogno di parcheggio pertinenziale, anche con strutture distanti non oltre i ml. 300, è ammessa la monetizzazione anche totale della dotazione prescritta.

Sono ammessi alla monetizzazione esclusivamente gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita autorizzate o da autorizzare nelle zone omogenee di P.R.G. del *sistema residenziale* (zone A, B e C).

Il P.R.G., oltre a soddisfare lo standard relativo ai parcheggi pubblici per il fabbisogno residenziale, prevede ulteriori quantità di aree destinate a parcheggio pubblico pertinenziale per le attività commerciali che avranno dimostrato l'impossibilità di soddisfare il proprio fabbisogno di parcheggio accedendo alla monetizzazione.

Le quantità massime di parcheggi pubblici pertinenziali per la clientela distinte per zone omogenee sono specificate dalle PUSC nell'elaborato *P.5 - Tabella dei tipi commerciali*.

Dette quantità rappresentano il limite massimo di superficie disponibile per la monetizzazione dei parcheggi pubblici pertinenziali degli esercizi di vicinato e delle medie

strutture di vendita ricadenti nella fattispecie sopra enunciata.

I competenti uffici comunali dovranno effettuare un monitoraggio, per tutto il periodo di validità delle PUSC, allo scopo di determinare la disponibilità e/o la saturazione delle aree pubbliche destinate per ogni singola zona omogenea a parcheggi pubblici pertinenziali per la clientela.

Nel caso in cui a seguito della monetizzazione si esaurisca la disponibilità di parcheggi pubblici pertinenziali è facoltà dell'Amministrazione Comunale procedere al rilascio di ulteriori autorizzazioni commerciali subordinatamente al reperimento in aree o costruzioni private delle relative superfici di parcheggio.

Le somme versate relativamente alla monetizzazione delle aree a parcheggio pertinenziale per la clientela confluiranno in un apposito fondo del bilancio comunale vincolato e destinato alla realizzazione di parcheggi pubblici, con priorità nell'*Area centrale urbana* e nelle adiacenze degli *Assi viari a forte vocazione commerciale*.

Ai fini della monetizzazione, l'onere dovuto per posto auto risulta fissato in Euro 2.000 (duemila) corrispondente al costo medio di realizzazione di un posto auto in parcheggio a raso. Tale importo è soggetto ad aggiornamento annuale in base all'Indice I.S.T.A.T. del costo della vita.

L'onere di cui al comma precedente entra in vigore dalla data di approvazione delle PUSC e sarà aggiornato contestualmente alle tabelle parametriche comunali degli oneri di urbanizzazione di cui L. 10/1977.

Nel caso di esercizi di vicinato, autorizzati o da autorizzare, con volumetria commerciale non sufficiente a raggiungere una superficie di parcheggio pertinenziale per la clientela pari o superiore a m² 25, si assumerà ai fini della determinazione dell'onere di monetizzazione dovuto il costo di due posti auto; nelle zone A detto costo è ridotto ad un posto auto.

4. *Aree di carico e scarico.*

Le grandi strutture di vendita, i centri commerciali ed il parco commerciale, nonché le medie strutture di vendita di nuova costruzione, in aggiunta alle prescritte dotazioni di parcheggi pertinenziali per la clientela, dovranno essere dotate di un'area pertinenziale

esclusiva per le operazioni di carico e scarico delle merci e per il parcheggio dei relativi veicoli, in misura adeguata alle esigenze. In nessun caso tale area dovrà interferire con quella del parcheggio pertinenziale clienti.

Le grandi strutture esistenti, qualora non dotate di adeguata area pertinenziale per il carico e scarico delle merci, dovranno adeguare le proprie strutture a tal fine entro 5 anni dalla approvazione definitiva delle presenti norme.

VIII - ATTUAZIONE DEGLI INTERVENTI COMMERCIALI

1. *Autorizzazione e comunicazione.*

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie è soggetta alle seguenti disposizioni.

Per gli esercizi di vicinato:

- esercizi alimentari (Raggr. I) e abbigliamento-calzature (Raggr. II): è richiesta l'autorizzazione;
- esercizi di altri generi non alimentari (Raggr. III): è richiesta semplice comunicazione al Comune.

Le operazioni contenute nella comunicazione possono essere effettuate dopo 30 giorni dalla data di ricevimento da parte del Comune (data del protocollo).

Per le medie strutture di vendita:

- è prescritta l'autorizzazione comunale.

Per le grandi strutture di vendita:

- è prescritta l'autorizzazione comunale nel rispetto delle norme di cui all'art. 9 della L.R. n° 28/1999 e degli artt. 6, 7, 8, 9, 10, 11 del D.P.R.S. 11.07.2000.

2. *Trasferimento degli esercizi commerciali.*

Gli esercizi commerciali di vicinato e le medie strutture di vendita hanno libertà di trasferimento sull'intero territorio comunale, nel rispetto delle condizioni e dei limiti imposti

dalle presenti norme, e in particolare dalla *Tabella dei Tipi Commerciali*.

3. *Ampliamento, concentrazione e accorpamento.*

Le superfici di vendita delle attività esistenti possono essere ampliati nei seguenti limiti massimi:

- per gli esercizi di vicinato, fino a 150 mq;
- per le medie strutture, fino a 1.000 mq.

L'ampliamento è soggetto a semplice comunicazione nei seguenti casi:

- esercizi di vicinato (raggruppamenti I e II), entro il 20% della superficie esistente e per una sola volta;
- esercizi di vicinato (raggruppamento III);
- medie strutture, entro il 20% della superficie esistente e per una sola volta;
- grandi strutture, entro il 20% della superficie esistente e per una sola volta;

L'ampliamento è soggetto ad autorizzazione quando supera il 20% della superficie esistente e/o per le volte successiva alla prima.

4. *Sanzioni, sospensioni e revoche.*

La violazione delle norme di legge è soggetta alle sanzioni previste dal D.lgs 31 marzo 1998 n° 114 (Titolo VII, art. 22) e dell'art. 22 della L.R. 22 dicembre 1999 n° 28.

Nel caso di infrazione di particolare gravità o di recidività (stessa violazione 2 volte in un anno) il sindaco può disporre la sospensione dell'attività per un periodo non superiore a 20 giorni.

L'autorizzazione è revocata nei seguenti casi:

- mancato inizio dell'attività entro un anno dalla data di rilascio (medie strutture) o entro due anni (grandi strutture), salvo proroga in caso di comprovata e documentata necessità, la proroga deve essere richiesta in data antecedente alla scadenza dei termini per l'attivazione dell'esercizio;

- sospensione dell'attività superiore a un anno;
- perdita dei requisiti di accesso all'attività;
- ulteriore violazione delle norme igienico-sanitarie intervenuta successivamente a una sospensione di attività.

In caso di svolgimento abusivo dell'attività l'Amministrazione Comunale dispone l'immediata chiusura dell'esercizio.

IX - DIMENSIONAMENTO DEL SISTEMA RESIDENZIALE

1. *Previsioni per sottozone omogenee.*

Nel *sistema residenziale* il dimensionamento della programmazione commerciale in termini di previsioni tipologiche (esercizi di vicinato e medie strutture di vendita), merceologiche (alimentari, non alimentari e misti) e quantitative (numero esercizi di vendita) si articola nelle zone e nelle sottozone omogenee del P.R.G. secondo le tabelle allegate in Appendice.

Nelle zone e nelle sottozone del *sistema residenziale* sono distinti gli esercizi di vendita esistenti da quelli previsti. Al numero degli esercizi di vendita corrisponde la superficie di vendita e i parcheggi pertinenziali pubblici relativi.

Ai fini dell'attuazione delle previsioni prevale il parametro relativo alla superficie del parcheggio pertinenziale pubblico, che resta quindi sovraordinato al numero di esercizi di vendita autorizzabile. Nel caso di esaurimento della disponibilità di superficie di parcheggio pertinenziale pubblico nella sottozona, l'autorizzazione a nuovi esercizi commerciali, ancorché previsti, è subordinata al reperimento e alla disponibilità di parcheggi privati convenzionati.

2. *Quadro dimensionale complessivo.*

Nel *sistema residenziale* (zone omogenee A, B e C) il dimensionamento complessivo della programmazione commerciale, in termini di previsioni del numero di esercizi di vendita, ammonta a complessivi n° 1.511, che comprendono gli esercizi di vendita ad oggi esistenti (n° 944) e i nuovi esercizi previsti (n° 604), secondo il prospetto che segue.

Zone omogenee territoriali	Superficie di vendita esistente <i>mq</i>	Parcheggio per esercizi esistenti <i>mq</i>	Parcheggio per esercizi previsti <i>mq</i>	Superficie di vendita prevista <i>mq</i>	Esercizi di vendita esistenti <i>n°</i>	Esercizi di vendita previsti <i>n°</i>	Esercizi di vendita totali <i>n°</i>
zona A.1	28.339	20.433	8.935	10.850	486	131	617
zone A.2-3	1.363	954	5.012	6.086	27	74	101
zona B.1	27.626	31.039	5.398	6.555	345	79	424
zona B.2	0	0	162	231	0	4	4
zona B.3	661	529	5.851	7.105	12	86	98
zona B.4	821	985	5.250	6.375	16	77	93
zona B.5	426	511	2.081	2.527	9	31	40
zona B.6	564	488	1.696	2.060	7	25	32
zona C.1	865	884	5.567	6.362	5	61	66
zona C.3	0	0	2.404	2.919	0	35	35
altre zone	-	-	-	-	37	-	-
Totali	60.665	55.823	42.357	51.070	944	604	1.511

Il numero degli esercizi di vendita, ai fini del dimensionamento complessivo, è ricavato sulla base della superficie di parcheggi pertinenziali pubblici prevista nel Piano Regolatore Generale, tenuto conto della superficie di parcheggi pubblici assorbita dal soddisfacimento del fabbisogno abitativo in termini di standards urbanistici.

I parcheggi pertinenziali pubblici per l'attività commerciale, pertanto, sono dimensionati sulla base delle superfici di parcheggi pubblici previsti nel P.R.G., in aliquota percentuale rispetto al totale della superficie eccedente il fabbisogno abitativo. La rimanente superficie è destinata a soddisfare il fabbisogno di parcheggi per attività del terziario, di fiere occasionali e periodiche, mercati, sagre, attività ludiche e di spettacolo e attività paracommerciali in genere di tipo saltuario, stagionale o periodico.

I parcheggi pertinenziali pubblici sono dimensionati per soddisfare le superfici di vendita esistenti e quelle previste.

INDICE

I – PREFAZIONE	1
1. Premessa amministrativa e riferimenti normativi	1
2. Quadro dimensionale comparativo della rete commerciale 1988 – 2003	2
II - QUADRO TERRITORIALE DI RIFERIMENTO	6
1. Popolazione e territorio della provincia di Messina	6
2. Il tessuto imprenditoriale	6
3. Il mercato del lavoro	10
4. Principali risultati economici	11
5. Apertura dei mercati	12
6. Il tenore di vita	15
7. La competitività del territorio	16
8. Il contesto sociale	18
9. La qualità della vita	18
10. Il sistema locale del lavoro di Barcellona P.G.	18
11. La consistenza del commercio in sede fissa	21
III - ELEMENTI DI ANALISI ECONOMICA	24
1. Elementi di inquadramento economico generale	24
2. Analisi economica dell' <<area vasta>> di Barcellona P.G.	25
3. La legge regionale e i suoi obiettivi	29
4. Obiettivi e proposte di tipo economico per garantire la concorrenzialità e lo sviluppo autopropulsivo del settore commerciale di Barcellona P.G.	32
5. Azioni di programma	34
IV - DEFINIZIONI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE	
URBANISTICA COMMERCIALE	40
1. Settori merceologici e tipologie degli esercizi commerciali	40
2. Superficie di vendita	42
3. Centri commerciali e tipologie assimilabili	42
4. Commercio su aree pubbliche	42

V - STRUMENTI DI PIANIFICAZIONE ATTUATIVA	43
1. Prescrizioni esecutive del P.R.G	43
2. Progetti di valorizzazione commerciale	44
VI - LA STRATEGIA TERRITORIALE	45
1. La filosofia delle previsioni urbanistiche del settore commerciale	45
2. Zone del P.R.G. a destinazione commerciale	48
3. Sistema residenziale	48
4. Sistema delle attività produttive	51
5. Parco commerciale	52
6. Sistema agricolo – ambientale	53
7. Sistema integrato dei parchi e degli ambiti naturalistici	54
8. Sistema delle attività turistico – ricettive	55
9. Sistema delle attrezzature	55
10 Sistema della mobilità	59
11. Apparecchi automatici	61
VII - DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI E DISCIPLINA DELLE AREE DI SOSTA	62
1. Definizione ed dotazione minima	62
2. Riduzione della dotazione	64
3. Dotazione di P.R.G. e monetizzazione	65
4. Aree di carico e scarico	66
VIII - ATTUAZIONE DEGLI INTERVENTI COMMERCIALI	67
1. Autorizzazione e comunicazione	67
2. Trasferimento degli esercizi commerciali	67
3. Ampliamento, concentrazione e accorpamento	68
4. Sanzioni, sospensioni e revoche	68
IX - DIMENSIONAMENTO DEL SISTEMA RESIDENZIALE	69
1. Previsioni per sottozone omogenee	69
2. Quadro dimensionale complessivo	69
APPENDICE	73