



COMUNE DI ELMAS
PROVINCIA DI CAGLIARI

Via del Pino Solitario - 09030 Elmas (CA)

Tel. 070/21921 Fax 070/243105

C.F. 92027670923 - P.I. 02379700921

#7 30/07/04

PIANO DELLA RETE URBANISTICO - COMMERCIALE

Approvato con deliberazione C.C. n. _____ del _____.

INDICE

Premessa	2
I. Indirizzi e criteri della programmazione urbanistico-commerciale	3
1. Riferimenti normativi nazionali	3
2. D.P.C.M. 6 ottobre 2000	6
3. Definizioni	8
II. La struttura socio-economica	10
1. Contesto economico e demografico.....	10
2. Gli aspetti territoriali del sistema distributivo	12
3. La struttura aeroportuale	13
4. Le finalità della pianificazione urbanistica-commerciale	15
III. La distribuzione commerciale ad Elmas	19
1. Introduzione	19
2. Stato di fatto della rete distributiva in sede fissa.....	20
IV. Regolamentazione per l'insediamento di strutture commerciali	27
1. Gli obiettivi dello sviluppo commerciale di Elmas	27
2. Le regole commerciali per zona urbanistica	28
3. Ampliamenti e concentrazioni	32
4. Indirizzi programmatici per le grandi strutture di vendita	34
5. Dotazione di parcheggi per la clientela	35
6. Aree di sosta e movimentazione merci	37
7. Verifica delle condizioni di compatibilità per insediamento GSV	38
8. Correlazione delle procedure amministrative	42

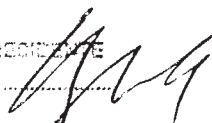
COMUNE DI ELMAS
UFFICIO TECNICO

COMMISSIONE CONSULENTE
VERGALINI.....55.....
PUNIERE.....

PAVORELLO

1.3 LUG. 2004

IL PRESIDENTE



Premessa

In attuazione del Decreto Legislativo del 31 marzo 1998, n.114, meglio noto come "Legge Bersani sul commercio"¹, il 29 dicembre 2000 la Regione Autonoma della Sardegna ha approvato la Delibera della Giunta Regionale n°. 55/108² contenente i nuovi criteri della programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale.

Con la stessa Deliberazione, la Regione ha indicato³ le modalità con le quali i Comuni devono adeguare i loro strumenti urbanistici generali ed attuativi, ed i loro regolamenti.

Conseguentemente l'Amministrazione di Elmas ha affidato alla società SkepsiData l'incarico per la predisposizione di uno Studio Progettuale finalizzato alla programmazione della "Rete urbanistico-commerciale".

La presente relazione è configurabile formalmente come l'ipotesi progettuale di adeguamento del P.R.G.C. ai criteri ed alle direttive di cui alla citata D.G.R. n°. 55/108 e potrà essere sottoposta alla discussione e all'approvazione degli organismi istituzionalmente competenti.

¹ Decreto pubblicato nella G.U. n.95 del 24 aprile 1998 – Supplemento Ordinario n.80 contenente la "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n.50".

² Deliberazione della Giunta Regionale n°. 55/108 del 29.12.00 contenente "Indirizzi e criteri di programmazione commerciale ed urbanistica in attuazione del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 6 ottobre 2000 -Intervento sostitutivo nei confronti della Regione Sardegna, per il mancato esercizio delle funzioni amministrative conferite dal D.L. 31 marzo 1998 n.114, art.31, comma 1>".

³ La Delibera 55/108 è stata pubblicata sul BURAS n.6 del 19 febbraio 2001.

I Indirizzi e criteri della programmazione urbanistico-commerciale

1. Riferimenti normativi nazionali

La normativa del settore del commercio al dettaglio è stata profondamente modificata dal Decreto Legislativo del 31 marzo 1998, n.114. Le finalità principali del Decreto possono essere così individuate⁴:

- trasparenza del mercato, concorrenza, libertà d'impresa e di circolazione delle merci;
- tutela del consumatore, con particolare riguardo al servizio di prossimità e alla sicurezza dei prodotti;
- efficienza e modernizzazione, anche tecnologica, della rete distributiva;
- pluralismo ed equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- valorizzazione e salvaguardia del servizio commerciale.

Tra le novità più significative introdotte dal D. Lgs. 114/98 spicca la correlazione tra programmazione urbanistica e programmazione commerciale, tramite l'affidamento alle **Regioni** del compito di fissare i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, ad ai **Comuni** il compito di valutare la conformità degli strumenti urbanistici generali e attuativi vigenti ai criteri e agli indirizzi indicati nei provvedimenti regionali (art.6, comma 2).

Al fine di contestualizzare a livello locale questa importante riforma, nel novembre del 1999 si è sancito un Accordo tra il Governo e i

⁴ D. Lgs. n.114/98, art.1 Oggetto e finalità.

rappresentanti delle autonomie regionali e locali in ordine alle procedure per attuare quanto richiesto dall'art.6, comma 2⁵. Questo accordo contiene alcuni fondamentali elementi di novità in relazione all'obbligo di adeguare gli strumenti urbanistici comunali al citato D.Lgs n. 114/98.

In primo luogo, l'accordo definisce in modo preciso la destinazione d'uso commerciale:

"Ove le Regioni non abbiano disposto diversamente, sia in materia urbanistica che in attuazione del D.L. n.114/98, va precisato che negli strumenti urbanistici vigenti, anche ove la funzione commerciale non sia codificata terminologicamente, essa va comunque presa in considerazione laddove l'insediamento commerciale era possibile. Del resto, anche ai sensi della precedente disciplina, l'avvio dell'esercizio dell'attività commerciale era stato subordinato al rispetto delle norme relative alla destinazione d'uso degli edifici nelle varie zone urbane e al riguardo era stato autorevolmente sostenuta la necessità che, qualora nelle norme e negli strumenti urbanistici vi fossero riferimenti ad insediamenti produttivi in senso generico, senza precisare di quale tipo si trattasse, si dovevano intendere per tali non soltanto quelli industriali, ma anche quelli commerciali. In altri termini ed ai fini che qui interessano, si può stabilire una sostanziale uguaglianza tra la funzione produttiva e quella commerciale, in coerenza per altro con la visione moderna delle attività economiche (creatrici di sviluppo economico, di reddito e di occupazione) che abbracciano le attività manifatturiere, quelle commerciali e quelle produttive di servizi in genere."

Gli strumenti urbanistici comunali dovranno individuare (D.L. 114/98, art.6 comma 2; Accordo Conferenza Unificata 15.11.99):

⁵ Accordo sull'adeguamento degli strumenti urbanistici di cui all'art.6 del D.L. 31 marzo 1998 n.114, raggiunto tra il Governo e i rappresentanti delle autonomie regionali e locali ai sensi dell'art.9, comma 2, lett. c), D.L. 28 agosto 1997 n.281 in sede di Conferenza Unificata e registrato dal Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato il 15 novembre 1999.

- le **aree** da destinare agli insediamenti commerciali;
- i **limiti** ai quali sono sottoposti, in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, nonché dell'arredo urbano, gli insediamenti commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- i **vincoli** di natura urbanistica relativi alle diverse forme di vendita (disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico, quantità minime di spazi per parcheggi);
- la **correlazione** dei procedimenti per il titolo abilitativo edilizio e l'autorizzazione commerciale, eventualmente prevedendone la contestualità, al fine di governare l'impatto socioeconomico e ambientale.

Il ritardo da parte della Regione Sardegna in ordine all'adozione dei provvedimenti di attuazione del Decreto 114/98 ha indotto il Governo ad emettere un provvedimento sostitutivo nella forma del D.P.C.M., in data 6 ottobre 2000⁶.

D.P.C.M. 6 ottobre 2000, G.U. n.284 del 5 dicembre 2000.

2. D.P.C.M. 6 ottobre 2000

A seguito di tale provvedimento la Giunta Regionale ha deliberato gli indirizzi e i criteri di programmazione commerciale ed urbanistica in data 29 dicembre 2000⁷.

Di recente (BURAS 19 sett. 2003) la Giunta Regionale è intervenuta per modificare alcune disposizioni adottate nel 2000 con riferimento allo sviluppo commerciale nelle zone D e G⁸.

Il principale elemento di novità introdotto dall'emanazione della D.G.R. n°. 55/108 del 2000, e nelle successive modifiche, è costituito dalla definizione dei compiti assegnati alla Giunta Regionale. Tra questi assume particolare rilevanza quello relativo alla emanazione dei "Criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale".

Tali criteri definiscono la griglia di compatibilità tra le caratteristiche delle strutture commerciali e le caratteristiche urbanistiche delle aree. Essi consistono principalmente in:

- a) Definizione degli indirizzi programmatici relativi alle Grandi Strutture di Vendita, suddivise in comparti Alimentare e Non Alimentare.
- b) Definizione della griglia di compatibilità tra le caratteristiche delle strutture commerciali, in relazione al settore merceologico (Alimentare e Non alimentare), alla tipologia commerciale (Esercizio Singolo e Centro Commerciale) ed alla superficie di vendita (Esercizio di Vicinato, Media Struttura di Vendita e Grande Struttura di Vendita), e le caratteristiche insediative delle aree di attuale o nuova localizzazione, classificate in zone urbanistiche omogenee di cui al D.A. 20.12.1983 n°. 2266/U.
- c) Definizione di nuovi parametri quantitativi per la dotazione di parcheggi per clientela e di aree per la movimentazione merci relativi agli insediamenti commerciali.

⁷ Deliberazione della Giunta Regionale n°. 55/108 del 29.12.00.

⁸ Deliberazione della Giunta Regionale n°. 15/35 del 28.05.03, pubblicata sul BURAS del 19.09.2003 n 28

d) Definizione dei criteri per la verifica delle seguenti condizioni di compatibilità per l'insediamento di Medie e Grandi Strutture di Vendita:

- verifica delle condizioni di accessibilità a livello puntuale;
- verifica dell'impatto trasportistico a livello di rete;
- verifica della compatibilità ambientale.

Sulla base di detti criteri, il presente Piano propone un'ipotesi di adeguamento delle Norme di Attuazione del P.R.G.C. che consiste sostanzialmente nella formulazione di indicazioni relative alla destinazione commerciale per ciascuna sottozona urbanistica vigente.

Le indicazioni sono fondate, oltre che sulla normativa vigente, anche sulle caratteristiche socio-economiche del Comune, e tengono conto dello stato attuale del sistema distributivo in relazione alla evoluzione più recente dei comportamenti dei consumatori.

Questi due aspetti sono esaminati nei punti successivi.

3. Definizioni

Al fine dell'applicazione della nuova normativa urbanistico-commerciale, si intendono:

- **SV = Superficie di Vendita di un esercizio commerciale.**

E' la superficie utile destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavoro, uffici e servizi.

- **SLP = Superficie Lorda di Pavimento di un esercizio commerciale.**

E' la somma di tutte le superfici che costituiscono l'esercizio commerciale, al lordo delle murature. (Si assume convenzionalmente che il rapporto tra la SV e la SLP non possa essere superiore a 0,75).

- **EV = Esercizi di Vicinato.**

Sono le strutture di vendita aventi SV non superiore a 150 mq..

- **MSV = Medie Strutture di Vendita.**

Sono le strutture di vendita aventi SV superiore a 150 mq. e non superiore a 1.500 mq..

- **GSV = Grandi Strutture di Vendita.**

Sono le strutture di vendita aventi SV superiore a 1.500 mq..

- **SVA = Strutture di Vendita Alimentari.**

Sono le strutture di vendita esclusivamente alimentari o quelle miste in cui vi sia una prevalenza di SV alimentare.

- **SVNA = Strutture di Vendita Non Alimentari.**

Sono le strutture di vendita esclusivamente non alimentari o quelle miste con prevalenza di SV non alimentare, cioè con una SV alimentare non superiore al 20% della SV globale e, comunque, non superiore a 300 mq.

- **ECS = Esercizio Commerciale Singolo.**

Sono le strutture di vendita composte da un unico esercizio commerciale.

– **CC = Centro Commerciale.**

Sono le MSV e le GSV nelle quali più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. La superficie di vendita del Centro Commerciale è quella risultante dalla somma delle superfici di vendita dei singoli esercizi.

II. La struttura socio-economica

1. Contesto economico e demografico

La struttura economica di Elmas è condizionata dalla sua collocazione geografica. Il comune (frazione di Cagliari fino al 1988) si trova, infatti, all'interno dell'area metropolitana di Cagliari, che comprende, oltre al comune capoluogo, anche Elmas, Assemini, Sestu, Capoterra e Selargius. La popolazione residente in questa vasta area è, al 31.12.2002, di 261 mila abitanti, pari al 34% degli abitanti della provincia di Cagliari ed al 16% dell'intera popolazione dell'Isola.

In aggiunta alle dimensioni demografiche dell'area metropolitana di cui fa parte, l'altro fattore che influisce sulla situazione economica e sociale di Elmas è che nel suo territorio è ubicato il principale aeroporto della Sardegna. Questa infrastruttura è importante non solo per il movimento passeggeri ma anche per l'elevato numero di addetti, civili e militari, circa 1.300.

Un'influenza non trascurabile, e che probabilmente aumenterà nel futuro, ha la zona industriale del CASIC, in via di completamento.

Infine, bisogna tenere conto che in prossimità di Elmas scorrono importanti vie di comunicazione stradale: le SS 130, 131 e 554.

La struttura economica, come emerge attraverso le "unità locali" (impianti, stabilimenti o esercizi) ubicate nel territorio amministrativo del Comune, presentava, secondo i dati del Censimento 2001, un'importanza relativamente maggiore rispetto alla media della Provincia degli addetti all'industria, al commercio ed alle altre attività. Mentre, per quanto riguarda il numero delle unità

⁷ Elmas fa parte dell'area programma n. 7, i cui comuni demograficamente più importanti sono, nell'ordine, Cagliari, Quartu Sant'Elena, Selargius, Assemini, Monserrato, Capoterra, Sinnai, Sestu e Quartucciu.

locali, esso è relativamente maggiore rispetto alla media provinciale soltanto nel settore industriale.

Elmas presenta, inoltre, una crescita della popolazione relativamente alta: i residenti sono infatti aumentati mediamente, nel periodo 1991-2002, dello 0,95% all'anno. Questo andamento è il risultato, più che della differenza, pur positiva, tra nascite e morti, soprattutto del saldo migratorio positivo, fenomeno che interessa, peraltro, tutti i comuni dell'*hinterland* di Cagliari (il saldo migratorio del comune capoluogo è, invece, negativo). Questi spostamenti segnalano la tendenza al decentramento residenziale verso i comuni dell'*hinterland*, favorito dalla maggiore disponibilità di aree, dal minor costo degli immobili e, a giudizio di numerose famiglie, da una migliore qualità della vita.

Il fatto che Elmas faccia parte di un'area metropolitana, al cui centro residenziale ed economico si trova il comune capoluogo, genera importanti implicazioni che, nella prospettiva della pianificazione commerciale, possono essere così riassunte:

- si generano fenomeni di pendolarismo verso Cagliari, alimentati da motivi di lavoro, cui può accompagnarsi l'utilizzazione della città per effettuare acquisti;
- costo e disponibilità di abitazioni nella cerchia urbana di Cagliari stimolano, come si è visto, la scelta di abitare nei comuni circostanti, e quindi anche ad Elmas;
- la maggiore disponibilità di aree ed una più facile accessibilità rendono relativamente più convenienti, oltre che gli insediamenti residenziali, anche quelli produttivi e commerciali, soprattutto quelli che abbisognano di superfici estese;
- l'importanza della funzione residenziale, in rapporto a quella lavorativa; il riferirsi al comune capoluogo per quanto riguarda le attività di servizio di grado più elevato; la stessa storia del comune di Elmas sono tutti fattori che contribuiscono a quella che può essere definita come una sorta di "debolezza sociale" del comune.

2. Gli aspetti territoriali del sistema distributivo

Le dimensioni possibili del bacino degli utenti-consumatori variano a seconda della tipologia del punto distributivo. Sono, infatti, molto ampie per quanto attiene alla Grande Superficie di Vendita (GSV): la sua capacità di attrazione non riguarda solo l'area metropolitana di Cagliari, ma si estende – anche grazie alla confluenza di importanti vie di comunicazione, le SS 130, 131 e 554 – verso un bacino ancora più esteso, che può abbracciare il Sulcis-Iglesiente, il Guspinese, la Trexenta, la Marmilla ed anche l'Oristanese.

L'ubicazione di Elmas favorisce la localizzazione nel suo territorio anche di centri commerciali all'ingrosso e di centri di distribuzione di merci e materiali.

Più limitato è il bacino delle Medie Superfici di Vendita (MSV) e degli Esercizi di Vicinato (EV). Sebbene la capacità di richiamo sia collegata con le dimensioni della superficie di vendita, oltre che alla specifica ubicazione, le dimensioni del bacino di ciascun esercizio rientrante in una o l'altra delle due tipologie variano a seconda della capacità imprenditoriale dell' esercente. Strategie di mercato basate sulla qualificazione dell'offerta, sulla competitività in termini di prezzo o di assortimento, sulla competenza e professionalità del servizio possono infatti ampliare considerevolmente le dimensioni territoriali della clientela, indipendentemente dalle dimensioni fisiche dell'esercizio, in una scala territoriale molto ampia che va dal quartiere, all'intera cittadina, all'area metropolitana, ed oltre.

L'appartenenza di Elmas ad un contesto demografico consistente e con elevata accessibilità rende poco significativa la ricerca del dimensionamento del bacino di utenza della distribuzione commerciale ubicata nel suo territorio. Le caratteristiche territoriali sopra elencate rassicurano, infatti, sulle elevate potenzialità di mercato, le cui dimensioni effettive per ciascuna tipologia distributiva e, in una certa misura, per ogni esercizio dipendono, come si è detto, dall'abilità commerciale degli operatori.

3. La struttura aeroportuale

Rientra nella pianificazione commerciale anche l'aeroporto. Per potersi insediare nella sua superficie gli esercizi della distribuzione devono rispondere alle caratteristiche richieste dal regolamento di attuazione di questo Piano.

La finalità principale degli esercizi ubicati in un aeroporto è il servizio ai passeggeri. Questa finalizzazione influisce evidentemente su molteplici aspetti: le caratteristiche strutturali devono essere tali da facilitare la rapidità della fruizione da parte dei viaggiatori; l'assortimento commerciale deve rispondere sia ai bisogni ed alle esigenze dei viaggiatori sia alla disponibilità ed agli impulsi di acquisto che possono manifestarsi durante il periodo di attesa; gli orari devono tenere conto della frequenza dei voli e dell'intensità del movimento dei passeggeri.

La commistione tra finalità diverse che si verificherebbe se si orientasse la distribuzione anche verso una clientela diversa da quella dei viaggiatori (e dei loro accompagnatori) può causare inefficienze nei confronti delle due tipologie di clientela. Tempi e modi del servizio distributivo rivolto ai viaggiatori possono, infatti, non conciliarsi con quelli della "normale" utenza commerciale. I consumatori non viaggiatori possono non essere soddisfatti da un servizio rivolto ad una categoria particolare di utenti (i viaggiatori) e non ai consumatori in generale.

Anche se si prevedesse dal punto di vista strutturale una distinzione più netta tra le strutture distributive a seconda della tipologia di clientela, l'aggiunta - all'interno della complessiva superficie aeroportuale - di una destinazione prevalentemente commerciale ad una prevalentemente di servizio ai viaggiatori non eliminerebbe

l'interferenza funzionale e logistica, e rimarrebbero comunque le difficoltà legate al sovrapporsi di utilizzazioni competitive nei confronti di altre porzioni dell'infrastruttura aeroportuale.

Questo vale soprattutto per quanto riguarda la disponibilità di parcheggi. La loro dotazione, pur essendo un requisito della distribuzione commerciale, rappresenta un vincolo ancor più stringente nella dotazione infrastrutturale di un aeroporto. La competizione nell'accesso e nell'utilizzo tra le due categorie di utilizzatori, i viaggiatori ed i clienti-consumatori, può compromettere la funzionalità della struttura aeroportuale.

Le considerazioni fatte giustificano un approccio non favorevole all'utilizzazione di porzioni della complessiva superficie aeroportuale diverse da quelle intrinsecamente legate alla sua funzione.

4. Le finalità della pianificazione urbanistica-commerciale

La pianificazione commerciale (ed urbanistica) deve tener conto degli elementi sopra elencati, nella loro configurazione attuale e, soprattutto, nell'evoluzione futura.

L'approccio corretto da utilizzare deve, in altri termini, far ovviamente riferimento agli elementi strutturali del contesto urbanistico ed economico in cui Elmas si ritrova, ma anche esplorare la possibilità di ritrovare elementi di forza all'interno del contesto visto, e quindi volgere in punti di forza quelli che sembrano essere punti di debolezza. La pianificazione urbanistica, e quella commerciale che di essa rappresenta una componente rilevante, possono dare un importante contributo verso questa direzione.

4.1. I cambiamenti nella distribuzione

Poiché esiste una correlazione stretta tra cambiamenti nella domanda (nei consumi) e nell'offerta (nella distribuzione commerciale), è utile esaminare congiuntamente queste due prospettive, con particolare riferimento al caso di Elmas.

Dal punto di vista strutturale, prosegue la dinamica più sostenuta del fatturato delle imprese di medie e grandi dimensioni, cui tuttavia corrisponde la vivacità imprenditoriale degli esercizi specializzati, la cui dimensione è prevalentemente medio-piccola.

Il più favorevole andamento delle vendite della grande distribuzione, rispetto a quella tradizionale, si spiega sia con la migliore capacità organizzativa, che permette di affrontare con maggiore efficienza e tempestività le esigenze ed i cambiamenti del mercato, sia con le politiche di prezzo, che per la grande distribuzione sono più moderne e flessibili.

Per quanto riguarda i modi del consumo, si afferma sempre di più il legame tra consumo e tempo libero. Pur essendo alcune tipologie di acquisto a carattere necessitato, che si riferisce, cioè, a beni di consumo quotidiano (non soltanto beni alimentari ma anche quelli

per l'igiene personale e domestica), le modalità di preparazione e confezione, e le possibilità domestiche di conservazione, affrancano dalla necessità quotidiana dell'acquisto. L'entità dell'investimento in tempo (e di "energie") necessario per l'atto (gli atti) di acquisto comporta che la spesa riguardi una quantità (in termini di volume e di gamma tali da dare, per così dire, un rendimento sufficiente a giustificare appunto questo tipo di investimento. Ciò determina, dal punto di vista dell'offerta, che anche i cosiddetti esercizi di prossimità, acquisiscano dimensioni più elevate rispetto al passato, così da contenere la gamma merceologica richiesta dalla clientela e da darle la possibilità, sia in termini visivi che di effettiva disponibilità nell'esercizio, di scegliere.

Anche per gli esercizi che, nonostante la normativa vigente consenta un'amplissima differenziazione merceologica, hanno scelto di specializzarsi in una tipologia relativamente ristretta dal punto di vista della categoria merceologica, la necessità di presentare un'ampia gamma di varietà porta a dimensioni più ampie rispetto al passato.

Anche la diffusione dei centri commerciali può essere vista come una delle conseguenze del restringersi del legame tra consumo e tempo libero. Come ben sa la grande distribuzione, ciò che cerca il consumatore è un'esperienza più ampia del consumo. Il "ritrovarsi in tanti" è un'occasione di socialità, di riconoscimento reciproco, di svago quasi ludico. Il centro commerciale nelle sue diverse articolazioni è la riproduzione artificiale, e fisicamente ravvicinata, non necessariamente all'interno dello stesso edificio, di ambienti, ed, a volte, anche di funzioni, che nel contesto urbano sono in genere il risultato di una stratificazione che ha richiesto tempo e che ha visto il nascere ed il morire di iniziative imprenditoriali, in parallelo con l'evoluzione dei consumi e delle forme di distribuzione.

La diffusione dei centri commerciali è principalmente, tuttavia, insieme presupposto e risultato della ricerca di economie di scala e di contenimento dei margini di ricarico, rese possibili, rispettivamente, dagli elevati volumi di vendita e dalla diminuzione

del contenuto di servizio in rapporto sia ai volumi sia alla superfici di vendita.

A ciò si aggiunga il potere di richiamo pubblicitario che la grande distribuzione è in grado di esercitare, attraverso la notorietà del marchio, le offerte speciali, le "dimostrazioni" ed altri strumenti.

Dal punto di vista dell'occupazione, la grande distribuzione ha un rapporto fatturato/addetti più elevato della piccola e media distribuzione, quindi, a parità di volumi di spesa, un impatto in termini di occupazione più basso. Anche dal punto di vista sociale ed urbanistico l'integrazione della grande distribuzione con l'ambiente fisico e sociale che la ospita è minore di quello della distribuzione tradizionale. Essi sono, per usare un'azzeccata definizione di Marc Augè, "non luoghi", spazi anonimi in cui si annullano le coordinate dello spazio e del tempo.

4.2. La nuova programmazione commerciale

La sostanziale liberalizzazione della piccola e media distribuzione in seguito alla cosiddetta legge Bersani ha cambiato sostanzialmente, come si è prima accennato, contenuti e finalità della programmazione commerciale.

In particolare, la valutazione della congruità della domanda necessaria per dimensionare l'offerta è un esercizio affidato all'imprenditore commerciale: sarà lui a decidere se vi sono favorevoli prospettive di mercato per la sua iniziativa, perché il segmento merceologico nel quale pensa di entrare è in crescita, o perché ritiene di essere capace di sottrarre quote di mercato agli operatori già in esercizio.

Attualmente, gli ambiti di intervento della programmazione commerciale riguardano i rapporti tra l'attività commerciale e gli aspetti urbanistici. Sono importanti non solo le caratteristiche strutturali dei locali destinabili all'attività commerciale, la cui definizione è tema tradizionale della normativa urbanistica, ma anche i rapporti tra l'attività commerciale ed il contesto, soprattutto per quanto riguarda l'accessibilità e l'arredo urbano.

La ricerca di un'accettabile accessibilità veicolare ha motivazioni diverse.

La prima è una necessità di tipo logistico: le dimensioni quantitative della "spesa" richiedono la vicinanza del parcheggio per il mezzo di trasporto utilizzato per arrivare all'esercizio. L'accessibilità può allora essere considerata una componente del servizio distributivo cui l'imprenditore non necessariamente presta la dovuta attenzione.

La seconda motivazione è legata alla già richiamata associazione tra tempo libero e consumo. Lo spostamento attraverso l'uso dell'automezzo privato è, ancora oggi, visto come una forma di impiego del tempo libero.

La distribuzione commerciale genera, in misura variabile, traffico, di persone e di merci. Sotto questo aspetto, se non adeguatamente inserita nel contesto urbanistico, può generare esternalità negative sotto forma di congestione, o di alterazione indesiderata dei flussi delle correnti di traffico rispetto al sistema di circolazione giudicato preferibile in relazione a parametri diversi dalla, o che comunque si aggiungono alla, accessibilità al sistema distributivo.

Anche all'interno di un'attenzione privilegiata al rapporto distribuzione - accessibilità - assetto urbanistico, rimangono considerazioni più prettamente commerciali. La prima è rappresentata dal perseguimento dell'obiettivo di dotare di esercizi di prossimità le zone di nuova espansione, o, più in generale, le zone che comunque ne risultino in qualche misura sprovviste. La seconda è l'utilizzo della distribuzione commerciale come fattore di richiamo di spesa nel territorio oggetto della pianificazione.

III. La distribuzione commerciale ad Elmas

1. Introduzione

La nuova normativa regionale¹⁰ introduce cinque criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale. Si tratta dei seguenti criteri:

- settore merceologico,
- tipologia di struttura commerciale,
- superficie di vendita,
- dimensione demografica del comune,
- zonizzazione prevista negli strumenti urbanistici vigenti.

Tra questi spicca il rimando alla "zonizzazione prevista negli strumenti urbanistici vigenti"¹¹ che dovrà fungere d'ora innanzi da riferimento per la programmazione del sistema distributivo a livello comunale.

La zonizzazione prevista dal Piano Regolatore Generale vigente classifica il territorio comunale in otto zone omogenee, ai sensi dell'art.3 del D.A. del 20 dicembre 1983 n.2266/U:

- ZONA A - Centro storico
- ZONA B - Completamento residenziale
- ZONA C - Espansione residenziale
- ZONA D - Industriali, artigianali e commerciali
- ZONA E - Agricole
- ZONA F - Turistiche
- ZONA G - Servizi Generali
- ZONA H - Salvaguardia

¹⁰ Deliberazione della Giunta Regionale del 29.12.00.

¹¹ Ibidem, par.5.3.1.1, BURAS n.6 del 19 febbraio 2001, pag.36.

La cartografia riportata nel CD allegato alla presente relazione indica la densità dell'offerta commerciale per vie/strade urbane ed extraurbane, ed è stata elaborata dall'Ufficio Tecnico comunale sulla base della carta del P.R.G. che suddivide il territorio comunale in zone e sottozone omogenee con caratteristiche urbanistico/insediative specifiche. Per ciascuna via/strada è indicata la zona omogenea di appartenenza, e il numero di esercizi commerciali distinti a seconda della dimensione (EV, MSV e GSV).

2. Stato di fatto della rete distributiva in sede fissa

Secondo il registro comunale delle attività commerciali, gli esercizi in sede fissa iscritti nel comune di Elmas sono, alla fine del 2003, 86, per una superficie di vendita totale di 15.653 mq..

Nel 1997, secondo i dati del precedente Piano Commerciale¹², gli esercizi in sede fissa erano 65, con una superficie totale di 11.782 mq..

Gli esercizi alimentari sono 15, quelli non alimentari 63 e 8 gli esercizi misti. La superficie di vendita degli esercizi alimentari è di 1.010 mq, il 6,5% del totale.

Struttura commerciale in sede fissa

	Esercizi Commerciali		
	Centro	Fuori	Totale
Alimentare	13	2	15
Non Alimentare	34	29	63
Alim. e Non Alim.	5	3	8
Totale	52	34	86

Superficie Mq.		
Centro	Fuori	Totale
760	250	1.010
2.829	8.519	11.348
937	225	1.162
4.526	11.127	15.653

¹² Comune di Elmas, *Piano commerciale per l'adeguamento e lo sviluppo della rete distributiva di vendita su locali e aree private - su aree e locali pubbliche*, Gennaio 1998.

Nel 1997, gli esercizi alimentari (considerando quelli con autorizzazioni nelle categorie dalla I alla VII) erano 13, con una superficie di vendita di 1.146 mq (compresi quelli ubicati nell'aeroporto ed esclusi quelli nel mercato civico).

Se si misura la densità degli esercizi commerciali sul territorio, si ha che ad Elmas per ogni mille residenti vi sono in media 10,6 esercizi commerciali, un valore molto vicino a quello medio nazionale al 31.12.2001, ma inferiore a quello regionale, pari a 15,2.

Se si suddivide il territorio in due grandi ripartizioni, centro e fuori, si ha che 52 sono gli esercizi ubicati nel centro (il 61,6% del totale), per 4.526 mq, corrispondenti al 29,1% della superficie di vendita, e 34 fuori, per il restante 70,9% della superficie.

La dimensione media degli esercizi (al netto dell'influenza della GSV) è di 65 mq per gli esercizi di vicinato che si trovano al centro, e sale a 75 mq per quelli fuori. La superficie media delle medie e grandi strutture di vendita è di 446 mq negli esercizi del centro, e sale a 540 mq per quelli "fuori".

Se si utilizza un'articolazione territoriale più dettagliata si ha, con riferimento all'intera distribuzione commerciale, e quindi considerando la grande distribuzione, che il 45,3% degli esercizi è ubicato nella zona B, l'incidenza di questa zona in termini di superficie scende al 21,3%.

L'importanza della zona B emerge con maggiore evidenza se si esclude la GSV, ubicata in zona D2. Infatti, l'incidenza degli esercizi localizzati nella zona B sale al 45,9%, ed al 24,7% in termini di superficie di vendita.

L'altra zona di concentrazione della distribuzione è la D, dove si trova il 25,9% degli esercizi, pari al 35,5% della superficie di vendita. La concentrazione è ancora più elevata per gli esercizi non alimentari: il 30,2% di questi si trovano, infatti, in questo tipo di zona, con una superficie corrispondente al 34,1% del totale.

¹³ Comune di Elmas. *Piano commerciale per l'adeguamento e lo sviluppo della rete distributiva di vendita su locali e aree private - su aree e locali pubbliche*, Gennaio 1998.

Gli esercizi cosiddetti di vicinato sono 68, con una superficie di vendita pari a 4.618 mq. Pertanto, mentre il numero degli esercizi di vicinato rappresenta il 79,1% del totale, la loro superficie contribuisce solo per il 29,5% all'intera offerta commerciale. La quota della superficie di vendita sale, tuttavia, al 34,2% se non si considera la GSV.

Le medie e grandi strutture di vendita sono 17, il 19,8% degli esercizi di Elmas, e la loro superficie incide per il 56,9% (il 65,8% al netto della GSV); la superficie media di questa tipologia di esercizi è di 524 mq..

L'unica grande struttura di vendita (GSV) - con i suoi 2.133 mq e insediata in zona D2 - rappresenta da sola il 13,8% dell'intera superficie di vendita.

Come si è visto, gli esercizi "alimentari" sono 15, il 17,4% del totale degli esercizi; 12 si trovano nella zona B (per l'88,6% dell'intera superficie di vendita degli esercizi alimentari).

Gli esercizi "misti", che vendono cioè prodotti alimentari e non, sono 8, per una superficie complessiva di 3.295 mq., di cui, tuttavia, 2.133 mq sono rappresentati dalla GSV. Al "centro" si trovano, infine, 5 esercizi misti (4 sono di vicinato).

La struttura distributiva di Elmas comprende anche un mercato civico, nel quale operano 12 operatori, distribuiti in 15 box, per un superficie di vendita pari a mq 249 mq, con una dimensione media di 20,75 mq.

Tutti gli esercizi operano nel comparto food: alimentari, prodotti ittici, ortofruttilicoli, carni, prodotti tipici. E' anche possibile acquistare prodotti per la casa.

COMUNE DI ELMAS - PIANO DELLA RETE URBANISTICO-COMMERCIALE

ESERCIZI DI VICINATO DISTINTI PER ZONA

ZONA	ESERCIZI				SUPERFICIE VENDITA (MQ)			
	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI
A	7	1	5	1	373,13	35	277,13	61
B	36	11	23	2	2474	695	1611	168
C	5	1	3	1	179	30	119	30
D	13	1	12	0	1234	50	1184	0
E	1	0	1	0	40	0	40	0
G	5	0	4	1	168	0	143	25
H	1	0	1	0	150	0	150	0
TOTALE	68	14	49	5	4618,13	810	3524,13	284

ESERCIZI DI VICINATO DISTINTI PER ZONA. Composizione percentuale.

ZONA	ESERCIZI				SUPERFICIE VENDITA (MQ)			
	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI
A	10,3	7,1	10,2	20,0	8,1	4,3	7,9	21,5
B	52,9	78,6	46,9	40,0	53,6	85,8	45,7	59,2
C	7,4	7,1	6,1	20,0	3,9	3,7	3,4	10,6
D	19,1	7,1	24,5	0,0	26,7	6,2	33,6	0,0
E	1,5	0,0	2,0	0,0	0,9	0,0	1,1	0,0
G	7,4	0,0	8,2	20,0	3,6	0,0	4,1	8,8
H	1,5	0,0	2,0	0,0	3,2	0,0	4,3	0,0
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

COMUNE DI ELMAS - PIANO DELLA RETE URBANISTICO-COMMERCIALE

MEDIE SUPERFICI DI VENDITA DISTINTE PER ZONA

ZONA	ESERCIZI				SUPERFICIE VENDITA (MQ)			
	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI
A	0	0	0	0	0	0	0	0
B	3	1	2	0	860	200	660	0
C	0	0	0	0	0	0	0	0
D	9	0	7	2	3567	0	2689	878
E	2	0	2	0	683	0	683	0
G	3	0	3	0	3792,45	0	3792,34	0
H	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	17	1	14	2	8902,45	200	7824,34	878

MEDIE SUPERFICI DI VENDITA DISTINTE PER ZONA. Composizione percentuale.

ZONA	ESERCIZI				SUPERFICIE VENDITA (MQ)			
	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI
A	0	0	0	0	0	0	0	0
B	17,6	100,0	14,3	0,0	9,7	100,0	8,4	0
C	0	0	0	0	0	0	0	0
D	52,9	0,0	50,0	100,0	40,1	0,0	34,4	100,0
E	11,8	0,0	14,3	0,0	7,7	0,0	8,7	0,0
G	17,6	0,0	21,4	0,0	42,6	0,0	48,5	0,0
H	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

COMUNE DI ELMAS - PIANO DELLA RETE URBANISTICO-COMMERCIALE

ESERCIZI DI VICINATO, MSV e GSV DISTINTI PER ZONA

ZONA	ESERCIZI				SUPERFICIE VENDITA (MQ)			
	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI
A	7	1	5	1	373,13	35	277,13	61
B	39	12	25	2	3334	895	2271	168
C	5	1	3	1	179	30	119	30
D	23	1	19	3	6934	50	3873	3011
E	3	0	3	0	723	0	723	0
G	8	0	7	1	3960,45	0	3935,34	25
H	1	0	1	0	150	0	150	0
TOTALE	86	15	63	8	15653,58	1010	11348,47	3295

ESERCIZI DI VICINATO, MSV e GSV DISTINTI PER ZONA. Percentuali di composiz

ZONA	ESERCIZI				SUPERFICIE VENDITA (MQ)			
	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI	Totale	ALIM.	NON AL	MISTI
A	8,1	6,7	7,9	12,5	2,4	3,5	2,4	1,9
B	45,3	80,0	39,7	25,0	21,3	88,6	20,0	5,1
C	5,8	6,7	4,8	12,5	1,1	3,0	1,0	0,9
D	26,7	6,7	30,2	37,5	44,3	5,0	34,1	91,4
E	3,5	0,0	4,8	0,0	4,6	0,0	6,4	0,0
G	9,3	0,0	11,1	12,5	25,3	0,0	34,7	0,8
H	1,2	0,0	1,6	0,0	1,0	0,0	1,3	0,0
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

IV. Regolamentazione per l'insediamento di strutture commerciali

1. Gli obiettivi dello sviluppo commerciale di Elmas

Alla luce del significativo contributo del sistema commerciale rispetto all'economia complessiva di Elmas - in termini di reddito prodotto, di servizio alla collettività e di occupazione generata - l'Amministrazione comunale si pone i seguenti **indirizzi generali** finalizzati a favorire lo sviluppo della rete distributiva sul proprio territorio, in conformità con quanto stabilito dal D.P.C.M. 20 ottobre 2000 e successive modificazioni:

- favorire lo sviluppo e l'innovazione della rete distributiva, promuovendo la crescita dell'imprenditoria e dell'occupazione;
- favorire un'articolazione della rete distributiva al dettaglio atta a garantire la diversificazione delle tipologie di esercizi e delle forme imprenditoriali;
- favorire l'insediamento commerciale correlato a programmi di assetto del territorio in termini di viabilità, parcheggi e accessibilità;
- garantire al consumatore una presenza equilibrata delle diverse strutture distributive anche al fine del corretto equilibrio tra attività di diverse dimensioni.

Tali indirizzi assumono valore di guida per l'adeguamento degli strumenti urbanistici generali e attuativi secondo quanto previsto dal presente Piano, e per la successiva attività amministrativa dell'Ente comunale in materia di programmazione urbanistico-commerciale.

Più precisamente, la programmazione urbanistica andrà orientata per raggiungere i quattro obiettivi sopra enunciati, nell'ambito delle prescrizioni previste dalla normativa vigente e nella consapevolezza dell'importanza dello sviluppo del comparto commerciale per l'intera economia di Elmas.

2. Le regole commerciali per zona urbanistica

In base alla griglia di compatibilità tra le strutture commerciali e la classificazione delle aree prevista dalla normativa regionale vigente, si indicano di seguito le prescrizioni allo sviluppo urbanistico-commerciale per zone omogenee.

▪ Zone A

La zona A racchiude il nucleo del centro storico di Elmas ed è limitata a pochi isolati del centro urbano. In tale zona sono autorizzabili esclusivamente:

- Esercizi di vicinato (EV) ALIMENTARI e NON ALIMENTARI al di sotto di 100 mq, Esercizi MISTI al di sotto dei 150 mq.

Il modello di rete è finalizzato innanzitutto a salvaguardare e valorizzare l'offerta commerciale di tipo diffuso: non sono quindi ammesse medie strutture di vendita (MSV).

¹⁴ Deliberazione della Giunta Regionale del 29.12.00.

¹⁵ Ibidem, par.5.3.1.1, BURAS n.6 del 19 febbraio 2001, pag.36.

▪ Zone B

Nelle Zone B sono autorizzabili sia esercizi di vicinato (EV) che medie strutture di vendita (MSV), sia Alimentari che Non Alimentari.

In particolare, le MSV alimentari andranno localizzate in prossimità delle principali arterie urbane per fungere da servizio alla popolazione residente e a sostegno delle abitudini di acquisto.

Il modello di rete commerciale è finalizzato ad escludere le grandi strutture di vendita (GSV) per salvaguardare e valorizzare l'offerta commerciale di tipo diffuso sia di esercizi commerciali di vicinato sia di supermercati di quartiere, caratterizzati da un ruolo di medi attrattori di traffico veicolare.

▪ Zone C

In queste zone sono autorizzabili:

- Esercizi di vicinato (EV) e medie strutture di vendita (MSV), sia Alimentari che Non Alimentari.

Il modello di rete commerciale è simile a quello descritto per le Zone B, con l'unica eccezione che in questo caso è consentita l'apertura di Centri Commerciali di medie dimensioni (superficie inferiore ai 1.500 mq.), che possono svolgere una funzione attrattiva per tipologie di vendita e baricentricità degli insediamenti rispetto allo sviluppo residenziale attuale o in previsione.

▪ Zone D e Zone G

In queste zone è consentito effettuare l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di:

- Esercizi di vicinato (EV) Alimentari e Non Alimentari;
- Medie strutture di vendita (MSV) prevalentemente o esclusivamente Alimentari, sia nella forma di esercizio singolo che di Centro Commerciale;

- Grandi strutture di vendita (GSV) Alimentari, con superficie massima di 2.500 mq., realizzati nella forma di esercizi singoli;
- Medie strutture di vendita (MSV) Non Alimentari, sia nella forma di esercizio singolo che di Centro Commerciale.

Di norma, l'apertura di una nuova MSV è subordinata alla cessazione o all'ampliamento di una o più autorizzazioni commerciali preesistenti nel territorio comunale.

Il modello di rete commerciale introdotto dalla Giunta Regionale prevede che nelle Zone D e G sia concentrata l'offerta alimentare di grande dimensione e sia possibile la localizzazione dell'offerta non alimentare di piccola, media e grande dimensione.

A proposito delle Zone D, ritenute finora prevalentemente destinate o da destinare a funzioni industriali ed artigianali, è importante ribadire che i criteri di programmazione regionali indicano, in accordo con gli esiti della citata Conferenza Unificata¹⁶, un'unica destinazione ad "attività produttive" che comprende sia le attività industriali ed artigianali che quelle commerciali.

Si riportano di seguito le indicazioni di sintesi contenute nella tabella 1 - Abaco delle compatibilità tra le Strutture Commerciali (divise per settore merceologico, tipologia e superficie di vendita) ed Aree di attuale o nuova localizzazione (zone urbanistiche omogenee)¹⁷ con gli adeguamenti proposti per il Piano Urbanistico del Comune di Elmas.

¹⁶ Accordo sull'adeguamento degli strumenti urbanistici di cui all'art.6 del D.L. 31 marzo 1998 n.114, raggiunto tra il Governo e i rappresentanti delle autonomie regionali e locali.

¹⁷ Art. 5.3.1.1 della Deliberazione della Giunta Regionale n°. 55/108 del 29.12.00, e successiva modificazione del 19.09.03.

Comune di ELMAS - (Prov. di Cagliari)

ZONA A -	SV <= 100 mq	ammissibili
	SV >= 100 mq	non ammissibili
	SV <= 150 mq	ammissibili
	SV >= 150 mq	non ammissibili
ZONA B -	SV <= 1.500 mq	ammissibili
	SV >= 1.500 mq	non ammissibili
ZONA C	SV <= 1.500 mq	ammissibili
	SV >= 1.500 mq	non ammissibili
	SV <= 1.500 mq	ammissibili
	SV >= 1.500 mq	non ammissibili
ZONA D	SV <= 2.500 mq *	ammissibili
	SV > 2.500 mq	non ammissibili
ZONA G	SV <= 1.500 mq	ammissibili
	MSV esercizio singolo e CC	ammissibili

* Realizzati nella forma di esercizi singoli.

3. Ampliamenti e concentrazioni

L'autorizzazione all'ampliamento di una MSV costituisce atto dovuto a condizione che l'ampliamento sia contenuto entro il limite del 20% del maggiore dei seguenti valori:

- SV autorizzata ai sensi L.426/1971 e successive integrazioni;
- SV autorizzata all'atto della domanda di ampliamento, a condizione che la struttura di vendita sia attiva da almeno tre anni; qualora essa sia attiva da meno di tre anni, la superficie utile è data dalla relazione tra la SV autorizzata e il numero dei giorni decorsi dalla data di attivazione.

L'autorizzazione all'apertura o all'ampliamento di una MSV a seguito di concentrazione costituisce atto dovuto a condizione che la nuova struttura abbia una superficie di vendita (SV) al massimo pari alla somma delle SV "utili" degli esercizi portati in concentrazione. Tale calcolo è dato dal maggiore tra i seguenti valori:

- SV autorizzata ai sensi L.426/1971 e successive integrazioni;
- SV facente parte della consistenza dell'esercizio all'atto della concentrazione, a condizione che l'esercizio sia attivo da almeno tre anni e, qualora tale superficie derivi da un ampliamento, che tale ampliamento sia stato realizzato da almeno tre anni.

L'autorizzazione è comunque subordinata al rispetto che il richiedente l'autorizzazione si impegni al reimpiego del personale occupato negli esercizi oggetto di concentrazione o ampliamento

Non è consentito l'ampliamento di una MSV o GSV di cui sia stato autorizzato un ampliamento nel triennio precedente la domanda di ampliamento.

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

Nella nuova autorizzazione rilasciata a seguito di ampliamento o concentrazione, dovrà essere computata separatamente la SV Alimentare e quella Non Alimentare.

4. Indirizzi programmatici per le Grandi Strutture (GSV)

Sulla base degli indirizzi emanati dalla Regione Sardegna¹⁸, nell'area programma considerata non è prevista, fino a nuove disposizioni regionali, alcuna nuova superficie di vendita per le GSV Alimentari e Non Alimentari.

Fanno eccezione le recenti disposizioni della Giunta Regionale¹⁹ che permetterebbero l'apertura di nuove GSV alimentari entro una superficie massima di 2.500 mq. da localizzarsi nelle sole zone D e G.

¹⁸ D.P.C.M. 6 ottobre 2000, G.U. n.284 del 5 dicembre 2000.

¹⁹ Deliberazione della Giunta Regionale n°. 15/35 del 28.05.03, pubblicata sul BURAS del 19.09.2003 n.28.

5. Dotazione di parcheggi per la clientela

Si indicano di seguito gli indirizzi generali relativi agli *standard* per i parcheggi; il rispetto di tali *standard* è condizione indispensabile per il rilascio dell'autorizzazione commerciale per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di una struttura di vendita, come pure in caso di modifica del settore merceologico e/o del *mix* di superficie di vendita tra alimentari e non alimentari. Gli *standard* definiti di seguito sono da considerarsi incrementali rispetto alla dotazione di spazi pubblici richiesta dal D.A. n.2266/U del 20 dicembre 1983.

5.1 Parcheggi Pertinenziali alla Clientela

I parcheggi pertinenziali per la clientela degli esercizi commerciali sono quantificati sulla base dei seguenti parametri:

PA = Numero di stalli di parcheggi riservati alla clientela

SP = Superficie di parcheggio riservata alla clientela, espressa in mq., comprensiva della viabilità interna al parcheggio e delle zone di manovra.

Si assume la correlazione: $1PA = 25 \text{ mq. di SP}$.

I parcheggi pertinenziali devono essere localizzati in aree contigue alle strutture di vendita, oppure collegate almeno ad un ingresso pedonale per la clientela senza interruzione di barriere architettoniche o viabilità diversa da quella interna al parcheggio.

Esercizi Alimentari

Gli esercizi di vicinato dovranno avere parcheggi pertinenziali pari a 5 stalli (PA) ogni 100 mq. di superficie di vendita da autorizzare. Le medie strutture di vendita dovranno avere parcheggi pertinenziali pari a 8 stalli (PA) ogni 100 mq. di superficie di vendita da autorizzare. Per le GSV, a causa della forte gravitazione e del potenziale concentrazione del traffico veicolare, tale parametro

passa a 10 posti auto (PA) riservati alla clientela ogni 100 mq. di superficie.

Con riferimento alle sole zone B, il parametro passa a 4 PA ogni 100 mq. di SV; inoltre, in tali zone gli esercizi di vicinato sono esentati dalla dotazione di parcheggi per la clientela.

Esercizi NON Alimentari

Medie e grandi strutture di vendita dovranno avere parcheggi pertinenziali pari a 6 stalli (PA) ogni 100 mq. di superficie di vendita da autorizzare. Gli esercizi con superficie inferiore ai 150 mq. non hanno l'obbligo di dotarsi di parcheggi per la clientela in aggiunta a quanto già previsto nel D.A. n.2266/U del 20 dicembre 1983.

Tutti i parametri summenzionati andranno applicati in proporzione alle frazioni di 100 mq. e in difetto al raggiungimento dell'unità di stallo.

E' stabilito, inoltre, che ogni cinque stalli destinati al parcheggio di autoveicoli, uno debba essere destinato al parcheggio di motocicli e bici. Tale prescrizione si applica agli esercizi con oltre 100 mq di SV e non è da intendersi aggiuntiva alle prescrizioni in precedenza indicate.

6. Aree di sosta e di movimentazione dei veicoli merci

Ogni MSV e GSV deve essere dotata di aree per la sosta e la movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento merci ad essa pertinente (SP_{mov}), espressa in mq..

La SP_{mov} deve essere contigua all'esercizio commerciale, nonché di uso esclusivo dei veicoli adibiti al rifornimento merci.

La SP dovrà essere posizionata in modo tale che l'accesso alla viabilità pubblica sia idoneo alla manovra dei veicoli adibiti al rifornimento merci, ed avere una forma tale da poter iscrivere in essa un rettangolo di misure non inferiori a mt. 5x10.

Strutture con Superficie di vendita minore di 2.500 mq.

In tali casi ($SV \leq 2.500$ mq.) la dotazione di aree di sosta e movimentazione veicoli merci è data dalla seguente relazione:

$$SP_{mov} = 0,18 \times SV + 48 \text{ mq.},$$

Ad esempio, una MSV con una superficie di vendita (SV) di 1.000 mq dovrà avere una dotazione di 228 mq..

Strutture con Superficie di vendita superiore a 2.500 mq.

Per $SV > 2.500$ mq. la superficie per la movimentazione dei veicoli merci (SP_{mov}) deve comunque essere superiore ai 500 mq.

Per tali esercizi è inoltre richiesta la separazione degli accessi veicolari al parcheggio riservato alla clientela ed all'area di sosta e movimentazione dei veicoli commerciali.

7. Verifica delle condizioni di compatibilità per l'insediamento di Medie e Grandi Strutture di Vendita

Per quanto attiene le verifiche delle condizioni di compatibilità per l'insediamento di medie strutture di vendita (MSV) e grandi strutture di vendita (GSV), si riportano di seguito le indicazioni e le prescrizioni adottate.

Verifica delle condizioni di accessibilità a livello puntuale.

Le aree adibite a parcheggio (SP e SP_{mov}) della struttura di vendita devono essere opportunamente raccordate alla viabilità pubblica, in modo tale da non determinare condizioni di intralcio alla circolazione, in particolare per quanto riguarda la formazione di code sulla sede viaria pubblica.

Nel caso di strutture di vendita con dotazione di parcheggio alla clientela maggiore di 100 PA è richiesta una specifica regolamentazione degli accessi al parcheggio e la verifica delle intersezioni.

Verifica dell'impatto trasportistico a livello di rete.

E' obbligatoria per le strutture di vendita con una dotazione di parcheggi alla clientela superiore a 100 PA, assumendo come dotazione di parcheggi il valore maggiore tra la dotazione standard e quella effettiva.

La metodologia da assumere per la verifica è quella del Manuale della Capacità delle Strade (*Highway Capacity Manual*).

La verifica deve prendere in considerazione la rete stradale compresa entro un'area di raggio pari ad almeno 1,5 km., con centro nel punto di accesso al parcheggio alla clientela della struttura di vendita.

La verifica preliminare individua le sezioni maggiormente caricate, ovvero quelle che presentano le più pesanti situazioni di criticità del traffico, poste sugli itinerari principali di accesso alla struttura di vendita. Il flusso orario veicolare considerato è dato dalla portata oraria di servizio stimata sulla base di rilievi di traffico relativi alla

situazione attuale, ossia senza la struttura di vendita. La verifica è sviluppata con riferimento a queste sezioni (sezioni monitorate).

Il flusso orario veicolare considerato è dato dalla somma dei seguenti valori:

- 1) portata orario di servizio, come sopra definita;
- 2) quota parte, attribuita alla sezione, del totale traffico orario addizionale generato dalla struttura di vendita, convenzionalmente posto pari al doppio dei posti auto del parcheggio riservato alla clientela; il riparto del totale traffico orario addizionale tra le sezioni monitorate è definito sulla base di ipotesi di indirizzamento dei flussi tenuto conto delle caratteristiche del bacino di mercato della struttura di vendita.

La verifica deve dimostrare che, tenuto conto della capacità delle sezioni monitorate, in nessuna si determina il livello di servizio E (Flusso Instabile), come definito dall'HCM.

Verifica delle condizioni di compatibilità ambientale.

E' obbligatoria per i progetti di intervento che implicino una trasformazione del territorio finalizzata alla realizzazione di nuove MSV e GSV.

La verifica consiste in uno studio di compatibilità ambientale corredato dai seguenti elaborati:

- a) Relazione geologica-tecnica ai sensi del D.M. LL.PP. 11.03.1988;
- b) Relazione idrogeologica per gli interventi ricadenti in zona soggetta a vincolo idrogeologico;
- c) Ricognizione del quadro di riferimento naturalistico ed antropico dell'area interessata con l'analisi dei seguenti tematismi:
 - Geologia e geopedologia, con l'indicazione delle formazioni geologiche desunte dalle informazioni bibliografiche, fotogrammetriche o dai rilievi di campagna;
 - Acclività, con la morfologia del territorio articolata per classi di pendenza;

- Manto vegetale, con l'indicazione delle specie arboree ed erbacee presenti, anche con riferimento alla tabella delle specie vegetali previste dalle norme di attuazione del vigente piano regolatore, delle misure previste per la conservazione dei complessi vegetazionali tipici locali, degli abbattimenti eventualmente necessari e delle misure adottate per minimizzarli;
 - Vincoli e strumentazione urbanistica, con l'individuazione delle aree soggette a vincoli derivanti da leggi speciali riguardanti i parchi, le riserve, la geologia, l'idrogeologia, i monumenti naturali, e la delimitazione delle zone urbanistiche omogenee;
 - Individuazione delle risorse naturalistiche e di eventuali preesistenze archeologiche ed architettoniche e testimonianze storico-culturali presenti;
 - Infrastrutture di trasporto, con l'indicazione delle principali reti viarie e ferroviarie;
 - Infrastrutture tecnologiche, con l'indicazione delle principali reti di distribuzione dell'energia, degli acquedotti, delle fognature e degli impianti di smaltimento dei rifiuti;
 - Colture in atto, con l'indicazione degli usi agricoli del suolo;
 - Insediamenti, con l'indicazione degli interventi antropici relativi alle attività produttive, residenziali e di servizio;
- d) Relazione fisico-economica descrittiva concernente le caratteristiche progettuali dell'intervento proposto;
- e) Documentazione fotografica dell'area di intervento che ne evidenzia i caratteri paesaggistici ed eventuale simulazione grafica e/o fotografica degli effetti degli insediamenti sul paesaggio laddove sia presente in progetto un manufatto edilizio.

8. *Correlazione delle procedure amministrative*

Secondo quanto previsto dalla normativa nazionale e regionale, si intende stabilire la stretta correlazione tra il procedimento di autorizzazione per l'apertura di una media o grande struttura di vendita ed il procedimento di rilascio della relativa concessione edilizia.

Relativamente alle procedure amministrative, in linea generale ed allo stato attuale delle regole, si possono ipotizzare tre casi:

1°) Domanda contestuale di rilascio di concessione edilizia e autorizzazione commerciale.

In tal caso i richiedenti dovranno:

- a) dimostrare la conformità della richiesta presentata ai parametri urbanistico-edilizi indicati nelle Norme di Attuazione del vigente P.R.G.C. e nel Regolamento Edilizio Comunale, alle verifiche delle condizioni di accessibilità a livello puntuale, di impatto trasportistico a livello di rete e di compatibilità urbanistica, nonché alle indicazioni della programmazione regionale di cui alla D.G.R. n°. 55/108 del 19.02.2001 e successive determinazioni;
- b) dimostrare la sussistenza dei requisiti amministrativi-commerciali del richiedente.

In caso di esito positivo delle verifiche, subordinatamente all'espletamento delle procedure indicate dall'art. 10 del D.P.C.M. 6.10.200 per quanto riguarda la conferenza di servizi prevista dall'art. 9 del D.Lgs. n. 114/98 necessaria nel caso di richiesta di autorizzazione di grandi strutture di vendita, l'Amministrazione Comunale formalizzerà con un unico provvedimento la concessione edilizia e l'autorizzazione commerciale all'apertura.

2°) Domanda di rilascio della sola concessione edilizia.

Ferma restando la necessità di dimostrare la conformità della richiesta presentata alle indicazioni della programmazione urbanistico-commerciale contenute nel presente Piano, il richiedente può ottenere la sola concessione edilizia se la richiesta risulta conforme ai parametri urbanistico-edilizi previsti nelle Norme di Attuazione del PUC vigente e nel Regolamento Edilizio Comunale.

In caso di esito positivo delle verifiche urbanistico-edilizie e, per le richieste di autorizzazione di GSV, subordinatamente all'espletamento delle procedure indicate dall'art. 10 del D.P.C.M. 6.10.200 (Conferenza di servizi prevista ai sensi dell'art. 9 del D.Lgs. n. 114/98), l'Amministrazione Comunale rilascerà la sola concessione edilizia e l'autorizzazione commerciale verrà rilasciata al momento della specifica richiesta.

3°) Domanda di autorizzazione commerciale per un edificio esistente.

Possono verificarsi due casi:

a) La domanda si riferisce ad un immobile già in possesso della destinazione d'uso commerciale: in tal caso l'Amministrazione Comunale - fermo restando l'espletamento delle procedure indicate dall'art. 10 del D.P.C.M. 6.10.200 per quanto riguarda la conferenza di servizi prevista dall'art. 9 del D.Lgs. n. 114/98 per l'autorizzazione di grandi strutture di vendita - formalizzerà l'autorizzazione commerciale all'apertura dopo aver accertato la sussistenza (ove necessario) delle verifiche delle condizioni di accessibilità a livello puntuale, di impatto trasportistico a livello di rete e di compatibilità urbanistica; la conformità della richiesta con le indicazioni della programmazione urbanistico-commerciale regionale di cui all'art. 5 della D.G.R. n°. 55/108 del 19.02.2001; la sussistenza dei requisiti amministrativi-commerciali del richiedente.

b) La domanda si riferisce ad un immobile non avente la destinazione d'uso urbanistica commerciale: in tal caso si applicano le stesse procedure indicate al punto 1).

COMUNE DI ELMAS - PIANO DELLA RETE URBANISTICO-COMMERCIALE

