

# COMUNE DI GELA



## PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE

**progettisti incaricati:**

**prof. Ignazio Arrabito  
rag. Maurizio Prodi  
arch. Marilena Trovato**

## Indice

Introduzione.....	"	4
<b>Capitolo I: Relazione tecnica generale - Aspetti tecnico-giuridici del Piano di Urbanistica Commerciale.....</b>	"	5
A. Premessa.....	"	5
B. Contenuti del Piano di Urbanistica Commerciale.....	"	6
<b>Capitolo II: Programmazione Urbanistica riferita al Settore Commerciale Relazione tecnica.....</b>	"	11
Criteri utilizzati per l'individuazione delle zone.....	"	11
1. Zone per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita.....	"	11
2. Zone per l'insediamento delle medie strutture di vendita.....	"	12
3. Cambi di destinazione ad uso commerciale.....	"	13
4. Parcheggi pertinenziali per la clientela.....	"	14
Analisi della rete di vendita.....	"	15
A. La consistenza della rete di vendita e delle grandi strutture di vendita..	"	15
B. Le caratteristiche tecnico-commerciali.....	"	15
B.1 Medie strutture di vendita.....	"	15
B.2 Grandi strutture di vendita.....	"	16
B.3 Esercizi di vicinato.....	"	18
Il commercio su aree pubbliche.....	"	20
Obiettivi della programmazione urbanistico-commerciale.....	"	21
Breve conclusione.....	"	24
<b>Capitolo III - Titolo I: Norme tecniche di attuazione.....</b>	"	25
La programmazione urbanistica riferita al settore commerciale.....	"	25
Articolo 1 - Caratteristiche della Programmazione Urbanistica riferita al settore commerciale.....	"	25
Articolo 2 - Delimitazione zone per insediamenti di medie strutture e di grandi strutture di vendita. Destinazioni d'uso ed indici e parametri edilizi.....	"	25
Articolo 3 - destinazione ad uso commerciale dei locali degli immobili.....	"	28
Articolo 4 - Parcheggi pertinenziali per la clientela. Definizione. Dotazione minime delle aree.....	"	30
<b>Titolo II - La programmazione commerciale.....</b>	"	38
Articolo 5 - Caratteristiche della programmazione commerciale.....	"	38
Articolo 6 - Le zone urbanistico-commerciali del territorio comunale.....	"	39
Articolo 7 - Disciplina per l'insediamento delle tipologie di esercizi commerciali nelle zone urbanistico-commerciali.....	"	41
Articolo 8 - Norme l'insediamento di tipologie di esercizi, ampliamento di superficie, trasferimento di sede.....	"	42
Articolo 9 - Disciplina transitoria per la regolarizzazione dell'attività. Provvedimenti per gli esercizi senza titolo idoneo.....	"	47
Articolo 10 - Interventi comunali per la riqualificazione.....	"	49
Articolo 11 - Carta dei limiti all'attività commerciale di impresa nella zona A	"	51

Articolo 12 - Misure fiscali comunali per la riqualificazione commerciale di particolari aree delle zone urbanistiche commerciali del territorio comunale.....	"	53
Procedura amministrativa.....	"	55
Documentazione da allegare alla domanda.....	"	58

## Introduzione

La tematica dell'urbanistica commerciale rivela ancora oggi - e forse in misura sempre maggiore – la sua formidabile rilevanza, in quanto deve integrare l'esigenza di un corretto governo del territorio con la necessità di una maggiore qualificazione ed efficienza possibile della distribuzione commerciale.

Se quanto riferito riguarda gli aspetti generali della citata tematica relativamente all'insieme delle realtà comunali, è di tutta evidenza che nel Comune di Gela la “soluzione” in ordine al problema indicato assume una valenza di ancor più straordinario valore, poichè nel territorio di Gela sono mancati:

- 1) il corretto uso e governo del territorio;
- 2) l'efficienza della rete di vendita.

Due elementi, quelli indicati, che nel determinare la qualità della vita cittadina, influenzano le modalità con cui una comunità si organizza in un territorio e può soddisfare i suoi bisogni fondamentali.

All'interno del quadro prima definito è di tutta evidenza che per organizzare al meglio l'attività della rete di vendita all'interno del territorio occorra, non solamente un approccio metodologico appropriato, ma l'individuazione del miglior modello possibile di interdipendenza fra i due elementi citati e successivamente la sua realizzazione, da concretizzare attraverso norme puntuali e conducenti.

# Capitolo I

## Relazione tecnica generale

### Aspetti tecnico-giuridici del Piano di Urbanistica Commerciale

#### A. Premessa

La problematica presentata nell'introduzione non è stata affrontata adeguatamente dall'adozione della Revisione Generale del Piano Regolatore Generale (PRG) da parte del Commissario Regionale ad acta, mancando al suo interno un approccio metodologico necessario per un'indicazione prospettica di come devono interferire urbanistica e commercio nel nostro Comune.

Da ricordare che la nota della Direzione Generale dell'ARTA, prot.n. 52120 del 5 agosto 2011 in materia di Valutazione Ambientale Strategica (VAS), dispone che *“i piani regolatori comunali, già adottati e privi di procedura di VAS, non verranno approvati e verranno restituiti ai Comuni per la loro riadozione, previa acquisizione della procedura di VAS”*, pertanto anche la predetta Revisione Generale è priva di efficacia, e di conseguenza l'urbanistica commerciale non può essere adeguata al PRG adottato; si rende, invece, necessaria una revisione Generale del vigente Piano di Urbanistica Commerciale (d'ora in avanti, PUC, ndr) che, naturalmente, per la parte strettamente urbanistica, costituisce una Variante del PRG Vigente.

La premessa fatta non è naturalmente di pregiudizio all'adottato PRG; infatti, la redazione del nuovo PUC affronta gli aspetti generali della problematica dell'urbanistica commerciale contemplati nel citato PRG adottato, assicurando al tempo stesso la necessaria “copertura” della VAS (Valutazione Ambientale Strategica) sia in ordine alle relative aree in esso previste, che per le altre che sono state individuate.

Inoltre l'adozione del presente PUC, intervenendo in un momento decisivo per il Comune di Gela, rende possibile l'auspicato sviluppo della rete di vendita comunale, ingessata

ormai da molti anni ed incapace di offrire spunti di offerta di elevata qualità, tali da attrarre e soddisfare i bisogni di consumo dei cittadini-residenti, che potrebbero avvantaggiarsi di una rete commerciale rinnovata e meglio qualificata.

Il raggiungimento di tali obiettivi, ormai ineludibile, dipende oltre che dagli imprenditori, che sulla base di forti motivazioni dovranno impegnare risorse finanziarie e manageriali, anche dall'Amministrazione Comunale che dovrà essere in grado di dirigere il processo di sviluppo della rete di vendita.

In tale ottica si colloca il presente PUC che intende offrire le “coordinate” normative necessarie per ottenere il rinnovamento e la qualificazione della rete di vendita tale che possa essere raggiunto il soddisfacimento degli importanti interessi dei consumatori recuperando così significative fasce di evasione della domanda.

I predetti processi di rinnovamento e di qualificazione nella distribuzione commerciale determineranno naturalmente la produzione di un maggiore valore aggiunto, che andrà a beneficio dell'intera comunità locale.

## **B. Contenuti del Piano di Urbanistica Commerciale**

Il presente Piano di Urbanistica Commerciale comporta:

- a)** una Variante al PRG vigente al PUC adottato dal Commissario Regionale con atto n. 52 del 28.06.2002 per la sostituzione della Programmazione Urbanistica riferita al Settore Commerciale di cui all'Allegato D;
- b)** la sostituzione del Piano Commerciale, di cui all'allegato A al PUC, adottato secondo quanto indicato alla precedente lettera **a**).

Dal punto di vista dei contenuti il PUC si articola in due parti: quella urbanistica e quella commerciale.

E' di tutta evidenza, comunque, che la parte commerciale "dipende" da quella urbanistica, quindi deve "agire" all'interno e nel totale rispetto di quest'ultima, che costituisce un "a priori" per l'esercizio dell'attività.

Ciò naturalmente non toglie che la programmazione commerciale abbia una sua intrinseca "dinamica", associata ad una logica tecnica-giuridica che trova la sua base in un complesso di leggi a carattere europeo, nazionale e regionale.

A tale ultimo riguardo l'approvazione della presente Revisione Generale del PUC renderà possibile operare all'interno di una situazione legislativa in cui la rete di vendita al dettaglio sarà "tarata" sulle seguenti necessità:

- a) operare all'interno di un corretto governo del territorio;
- b) articolare l'offerta secondo le differenti tipologie di esercizi;
- c) ridurre, in ordine all'acquisto dei beni di consumo, i costi del trasporto, oltre quelli della sostenibilità ambientale, sociale, e della viabilità;
- d) ottenere un'offerta innovativa che coniughi al meglio il binomio qualità/prezzo.

La predisposizione del presente Piano di Urbanistica Commerciale discende dalle norme emanate dai legislatori europeo, nazionale e regionale: la Legge n.28/99 della Regione Sicilia, il c.d. Decreto Bersani, il Decreto Legge 4 luglio 2006 n.223, convertito, con modificazioni, nella legge 4 agosto 2006,n.248, articoli 2, 4, 5 e 11, e il Decreto Legislativo 26 marzo 2010,n.59 – Attuazione della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato Interno (GU. n.94 del 23-4-2010 – Suppl. Ordinario n.73).

Infine, in relazione a dette ultime disposizioni, si richiama come l'Amministrazione Regionale Siciliana abbia emanato apposite circolari esplicative e orientative: la n.7 del 19 marzo 2007 sul decreto legge 4 Luglio 2006 e la n. 4 del 6 ottobre 2010, sul decreto legislativo 26 marzo 2010, n.59 – Attuazione della Direttiva n.2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno.

Dall'analisi della documentazione legislativa prima citata ne deriva, in via generale, che la disciplina in materia di commercio deve perseguire le seguenti finalità:

- a)** la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;
- b)** la tutela del consumatore, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
- c)** l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;
- d)** il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- e)** la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane e delle isole minori.

Il piano di urbanistica commerciale deve fare riferimento a motivi imperativi di interesse generale, cui riferire sia la programmazione urbanistico-commerciale quanto le possibilità in ordine all'effettivo insediamento dell'attività commerciale; tali interessi generali sono quelli riconducibili a ragioni di pubblico interesse, tra i quali: l'ordine pubblico, la sicurezza, l'incolumità, la sanità pubblica, la sicurezza stradale, la tutela dei lavoratori, compresa la protezione sociale dei lavoratori, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, la tutela dei consumatori, dei destinatari dei servizi e dei lavoratori, la tutela dell'ambiente incluso l'ambiente urbano, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico, gli obiettivi di politica sociale, di politica economica e culturale, pertanto la programmazione dell'insediamento delle attività commerciali non può prescindere da tali fattori.



D'altra parte il piano di urbanistica commerciale non deve prevedere che l'attività commerciale o il suo esercizio siano subordinati:

- a requisiti discriminatori fondati direttamente o indirettamente sulla cittadinanza o, per quanto riguarda le società sull'ubicazione della sede legale, in particolare non è determinante:
  - il requisito della cittadinanza italiana per il prestatore, il suo personale, i detentori di capitale sociale o i membri degli organi di direzione e vigilanza;
  - il requisito della residenza in Italia per il prestatore, il suo personale, i detentori di capitale sociale o i membri degli organi di direzione e vigilanza;
- alla pretesa che gli interessati non debbano avere stabilimenti in più di uno Stato membro o che non siano iscritti nei registri o ruoli di organismi, ordini o associazioni professionali di altri Stati membri;
- a restrizioni della libertà per il prestatore di scegliere la sede principale in Italia o scegliere l'Italia come sede di rappresentanza, succursale o filiale;
- a condizioni di reciprocità con lo Stato membro nel quale il prestatore abbia già uno stabilimento;
- all'applicazione caso per caso di una verifica di natura economica che subordini il rilascio dell'autorizzazione alla prova dell'esistenza di un bisogno economico o di una domanda di mercato, o alla valutazione degli effetti economici potenziali o effettivi dell'attività o alla valutazione dell'adeguatezza dell'attività rispetto agli obiettivi di programmazione economica stabiliti. Tale divieto non concerne i requisiti di programmazione che sono dettati da motivi imperativi di interesse generale;
- all'obbligo di presentare, individualmente o con altri, una garanzia finanziaria o di sottoscrivere un'assicurazione presso un prestatore o presso un organismo stabilito in Italia.

In breve, il Piano di Urbanistica Commerciale è uno strumento per raggiungere un razionale, moderno, equilibrato ed al tempo stesso concorrenziale assetto della rete distributiva del commercio al dettaglio su aree private nel territorio comunale nel pieno rispetto delle predette normative.

## **Capitolo II**

### **Programmazione Urbanistica riferita al Settore Commerciale**

#### **Relazione Tecnica**

La prima parte del PUC, costituita da una Variante al PRG vigente, sostituisce la Programmazione Urbanistica riferita al Settore Commerciale di cui all'Allegato D del PUC adottato dal Commissario Regionale con atto n.52 del 28.06.2003; i relativi contenuti riguardano:

- a)** l'individuazione e la relativa delimitazione di un'altra zona commerciale per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita ed attività annesse;
- b)** l'individuazione e la relativa delimitazione di nuove zone per l'insediamento di medie strutture di vendita.

Più in particolare il presente PUC stabilisce:

- 1) Per la zona di cui alla precedente lettera **a)**, unitamente a quelle precedenti (le Zone D1 e D2), già individuate nel precedente PUC, le destinazioni d'uso ed i requisiti urbanistico-edilizi per l'insediamento dei relativi immobili;
- 2) Per le zone di cui alla precedente lettera **b)**, in cui sono previste le medie strutture, le destinazioni d'uso ed i requisiti urbanistico-edilizi per l'insediamento dei relativi immobili;
- 3) la nuova normativa per i cambi di destinazione ad uso commerciale dei locali;
- 4) la nuova normativa per i parcheggi pertinenziali per la clientela.

#### **Criteri utilizzati per l'individuazione delle zone**

##### **1. Zone per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita**

Le zone sedi di medie e grandi strutture di vendita devono possedere caratteristiche tali che rendano possibile sia l'insediamento di tali strutture, sia il raggiungimento di tali zone da

parte della popolazione, per tale motivo tali aree devono essere sufficientemente grandi, accessibili, pianeggianti, provviste di idonee arterie viarie in grado di assorbire i maggiori livelli di traffico indotti dalla presenza delle unità commerciali de quo.

Tali aree, inoltre, dovranno essere ritenute sufficientemente appetibili da parte degli eventuali imprenditori, ossia tali da poter essere acquisite a prezzi che non scontino posizioni di rendita o di monopolio e che siano in grado di rendere equilibrato il conto economico dell'eventuale impresa, in breve, idonee a "sollecitare" l'investimento in guisa che lo stesso possa essere ritenuto utile e conveniente.

Per le ragioni citate, richiamato il fatto che a tutt'oggi nessuna delle due zone prima individuate è stata utilizzata per insediamenti di grandi strutture, il presente Piano ne individua un'altra secondo l'orientamento espresso dall'Amministrazione Comunale (con nota n.124373 del 21 settembre 2011), con cui appunto si esprime una valutazione favorevole in ordine ad una osservazione al PRG adottato .con la quale si prospetta la volontà di effettuare degli investimenti in materia.

Infine, occorre osservare che l'individuazione della nuova zona soddisfa in maniera più compiuta quanto stabilito dalla vigente normativa, ossia che *"al fine di evitare il crearsi di situazioni di monopolio sul mercato immobiliare e di contrastare il formarsi di rendite di posizione, il numero delle aree individuate per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita dovrà comunque essere sempre superiore al numero delle strutture distributive effettivamente attivabili"* (vedi art. 5, comma 5, DPRS n.165/2000).

## **2. Zone per l'insediamento delle medie strutture di vendita**

Le medie strutture possono essere insediate nelle zone territoriali omogenee A, B e C del PRG, ma con il presente piano sono state delimitate altre zone, peraltro già individuate per l'attività commerciale dal PRG adottato, anche per le medie strutture; ciò si è reso necessario per sopperire alle difficoltà che le zone individuate nel precedente PRG

presentano in merito ai parcheggi pertinenziali (specie nei casi in cui le superfici di vendita sono assai prossime alla soglia massima dei 1000 mq. e, comunque, oltre i mq 600 e pur tenendo conto che sono previste delle deroghe in materia), e alla possibilità di potere effettuare gli acquisti nelle zone esterne, abbastanza prossime, comunque, alle residenze e adeguatamente fornite dei necessari servizi complementari, nonché di arterie viarie idonee a raggiungere i luoghi di offerta.

In alcune aree di dette zone, scelte anche per evitare un sovradimensionamento di aree da destinare alla sola attività commerciale, sono previste, quando non già esistenti, attività di tipo artigianale, naturalmente non inquinanti, ed attività direzionali, le cui presenze sono perfettamente compatibili con le attività della distribuzione commerciale.

### **3. Cambi di destinazione ad uso commerciale dei locali**

In linea con le scelte di cui ai precedenti punti **1.** e **2.**, che riprendono quanto previsto all'art.5 del DPRS n.165, il medesimo Decreto, all'art.12, prevede "(...) *anche attraverso apposite normative urbanistiche di controllo dei cambi di destinazione d'uso*".

La possibilità di cambio di destinazione dei locali fa sì che l'esteso patrimonio immobiliare possa essere utilmente destinato ad attività commerciali, qualificando e valorizzando contestualmente intere aree urbane; tale normativa consentirà di non aggravare le attuali situazioni di degrado ambientale, includendo nella norma quei locali precedentemente utilizzati per l'attività e, successivamente abbandonati per sfratto od impossibilità di sub-ingresso, che, stante all'attuale normativa, resterebbero sfitti od abbandonati con grave pregiudizio della vivibilità del centro storico e delle parti ad esso limitrofe .

#### **4. Parcheggi pertinenziali per la clientela**

La normativa per i parcheggi pertinenziali per la clientela, oltre a richiamare gli standards da rispettare per l'insediamento delle differenti tipologie di esercizi, articolate per settore merceologico, assume la possibilità indicata dall'art.16 del DPRS citato, di ottenere delle deroghe, stabilite per i casi corrispondenti.

La disciplina contempla, altresì, in modo puntuale e dettagliato, tutti i casi in cui, ad esempio, gli insediamenti commerciali sono richiesti in zone nelle quali è prevista la realizzazione di progetti di riqualificazione commerciale (così come previsti dalla vigente normativa), all'interno dei centri commerciali naturali accreditati dalla Regione Siciliana, nel caso di zone in cui è richiesto l'insediamento di mercati coperti o di centri commerciali locali urbani, nel caso di sub ingressi.

L'utilizzo delle deroghe, sarà naturalmente possibile a seguito dell'avvenuto pagamento delle somme al riguardo previste dall'istituto della monetizzazione, tale modalità, favorendo l'effettivo insediamento dell'unità di vendita da parte dell'operatore commerciale interessato, renderà possibile costituire un fondo a cui l'Ente Locale potrà attingere per consentire, in tutto od in parte, la realizzazione di parcheggi pubblici.

La norma sui parcheggi pertinenziali, senza pregiudicare il livello minimo degli spazi privati per la sosta nei pressi delle unità commerciali, eviterà dunque il congelamento degli insediamenti, fenomeno che l'Amministrazione Comunale vuole evitare a favore dello sviluppo della distribuzione commerciale, ma nel rispetto di un corretto uso e governo del territorio, ottenuto attraverso una normativa coerente redatta avendo presenti questi obiettivi.

## Analisi della rete di vendita

### A. La consistenza della rete di vendita delle medie e delle grandi strutture di vendita

Numero esercizi e superfici per settore e per tipologia

		Medie strutture	Grandi strutture
alimentare	Numero	<b>35</b>	<b>1</b>
	Superfici totali (mq)	<b>12997</b>	<b>1.340</b>
	Superficie media per eserc. (mq)	<b>371,0</b>	<b>1.340</b>
non alimentare	Numero	<b>86</b>	<b>2</b>
	Superfici totali (mq)	<b>22404</b>	<b>2.500</b>
	Superficie media per eserc. (mq)	<b>260.5</b>	<b>1.250,0</b>

### B. Le caratteristiche tecnico-commerciali

Dal precedente prospetto e da alcune relative elaborazioni emerge, anche rispetto a delle analisi possibili, quanto segue:

#### B.1 Medie strutture di vendita

Per ogni 1000 abitanti sono a disposizione mq.167 di superficie di vendita del settore alimentare e mq 289 di superficie di vendita del settore non alimentare.

I dati e gli indici sulle medie strutture di vendita rendono conto di una situazione distributiva caratterizzata da carenze, più di tipo dimensionale e di varietà merceologica offerta, che di tipo quantitativo complessivo (tale giudizio è dato anche in riferimento alla superficie di vendita comunale complessiva espressa da tutte le tipologie degli esercizi).

In tale quadro, anche la "diffusione" territoriale soffre di incertezze e di "risposte distributive" non sempre pienamente adeguate alle necessità dei cittadini-consumatori

residenti nei differenti ambiti urbani. Anche se da un lato si è cercato di introdurre elementi di modernità nel sistema, dall'altro, è però mancato un approccio sistematico che ne "strutturasse" le iniziative ed i modi di intervento, in un quadro prospettico di sicuro avvenire. Le norme comunali, quando esistenti, non sempre hanno saputo "accompagnare" i tentativi messi in campo; paradigmatica è la circostanza che si è venuta a determinare negli ultimi anni, durante i quali il sistema si sarebbe potuto e dovuto meglio strutturare con l'inserimento di ben dimensionati esercizi localizzati in maniera strategicamente efficace, anche per effetto dell'applicazione della legge n.28/99, nei fatti, però, le prospettive di sviluppo, pure esistenti e possibili, sono rimaste bloccate col risultato che il nuovo stenta a crescere e le incrostazioni del sistema, nella sua generalità interpretato, impediscono i necessari processi di crescita.

Le possibilità offerte con la presente programmazione urbanistico-commerciale consentono, anche per tale tipologia di esercizi, di ottenere degli sviluppi interessanti nelle zone di più idoneo insediamento che offra a detta tipologia di poter dispiegare compiutamente il suolo e la sua funzione, indubbiamente di grande respiro per la migliore qualificazione della distribuzione commerciale comunale.

## **B.2 Grandi strutture di vendita**

Per ogni 1000 abitanti sono a disposizione mq.17.3 di superficie di vendita del settore alimentare e mq 32.2 di superficie di vendita del settore non alimentare.

In ordine al presente paragrafo, appare propedeutico un cenno sul rapporto esistente fra i cittadini-consumatori e altre realtà distributive extra-comunali; si registra, infatti, un'evasione significativa di domanda presso i centri commerciali e le grandi strutture di vendita di tali altre realtà (specie quella di Ragusa e dell'area metropolitana di Catania), e l'eventuale insediamento di strutture del tipo indicato all'interno del territorio comunale di Gela determinerebbe:



- 1) una maggiore qualificazione della rete di vendita comunale;
- 2) un valore aggiunto a beneficio degli eventuali operatori, ma anche della comunità locale, per gli indubbi riflessi su livelli di reddito, maggiore occupazione complessiva dei lavoratori locali nel settore della distribuzione commerciale;
- 3) vantaggi e benefici significativi ai cittadini-consumatori, evitando, o riducendo, sensibilmente il fenomeno assai importante della relativa evasione verso strutture simili insediate in altri territori, anche lontani da Gela;
- 4) un'offerta commerciale innovativa, che è uno dei cardini su cui dover contare per soddisfare al meglio le esigenze dei consumatori.

Si tratterebbe di disegnare un percorso in cui imprenditori capaci e coraggiosi, investendo le loro risorse finanziarie, impegnando la loro passione imprenditoriale e scommettendo sulla realtà di Gela, potrebbero innescare processi di sicura modernità dai quali la comunità cittadina naturalmente non rimarrebbe esclusa.

L'utilità del nuovo "percorso distributivo" emerge dal fatto che la tipologia delle grandi strutture non ha avuto la diffusione che una realtà demografico-sociale come quella di Gela avrebbe potuto ben ospitare, ove si consideri anche quanto già riferito in precedenza sull'evasione della popolazione verso quei territori dove insistono tali tipologie di strutture, da considerare più delle medie strutture piuttosto che grandi per le loro dimensioni di poco superiori ai mq 1000 (mille).

Il mancato insediamento costituisce di certo una "diminutio" all'interno della rete distributiva e non già, o comunque non solo, per i supposti vantaggi di questa modalità di offerta, ma anche per l'opportunità per gli eventuali imprenditori di misurarsi con tale tipologia di offerta e, soprattutto, per offrire ai cittadini-consumatori la possibilità di poter scegliere all'interno di un mercato concorrenziale la forma distributiva che ritengono possa soddisfare al meglio i loro bisogni e le loro attese nel campo dei beni da acquistare.

La programmazione comunale con l'individuazione delle zone in cui poter ospitare dette strutture persegue, dunque, gli obiettivi fissati dalla legge, richiamando naturalmente la circostanza che l'eventuale insediamento, ove richiesto, di qualche struttura, sarà vincolato al soddisfacimento di particolari requisiti che la stessa legislazione impone. Difatti, il concreto sviluppo di tali iniziative, anche se auspicabile, attualmente risulta scoraggiato dalle attuali norme, soprattutto a seguito di un recente Decreto dell'Assessorato Regionale delle Attività Produttive che ha stabilito per tutto il territorio regionale delle norme che limitano fortemente, fino ad escludere, possibili insediamenti di tal genere. Il legislatore con tale norma ha voluto rimediare all'enorme espansione di tali strutture lungo il versante est della Sicilia (soprattutto l'area metropolitana di Catania e la Provincia di Siracusa), resa possibile negli anni proprio per la mancanza di una seria politica di programmazione regionale per il settore, attesa da dodici anni, e per altrettanti sempre evocata nei Decreti che ha fatto sì che nelle predette aree del citato versante si sono avuti degli insediamenti il cui spessore quantitativo ha superato qualsiasi logica economica e di governo del territorio. Tale decreto, in realtà, penalizza tutto il territorio regionale, in quanto non sono possibili insediamenti di altre strutture di tale tipo, anche in quelle realtà in cui l'insediamento di grandi strutture di vendita riveste carattere assolutamente episodico. Si deve altresì ricordare che uno dei principi fondanti dell'Unione Europea è quello della libera concorrenza e tale principio, fatto proprio già dalla legislazione europea e nazionale, dovrà essere anche acquisito dalla legislazione regionale, trovando un punto di equilibrio per una configurazione più rispondente alle necessità.

### **B.3 Esercizi di vicinato**

La rete degli esercizi di vicinato esprime una grandissima realtà distributiva, sicuramente evidente a quanti abitano a Gela, ma, al tempo stesso, sconta una sua inadeguatezza nel

soddisfare al meglio i bisogni della domanda, non riuscendo ad offrire la necessaria innovazione riguardo al prodotto; con buona approssimazione si può riferire che gli esercizi di vicinato del settore alimentare, con la presenza, quasi sempre, di una parte di superficie di vendita riservata al settore non alimentare (come del resto accade anche per le medie e le grandi strutture), siano rappresentati da 385 unità, in cui sono attivati poco più di 25.000 mq. di superficie, e quella del settore non alimentare è costituita da poco meno di 495 esercizi, in cui sono attivati poco meno di 30.000 mq.; tale stima è da considerare approssimativa a causa delle gravi difficoltà di carattere amministrativo riscontrate nel reperimento dei dati.

Una fascia importante di esercizi del settore alimentare cerca di soddisfare la domanda “di prossimità”, ma la mobilità dei consumatori ed i significativi vantaggi che gli stessi riescono ad ottenere in materia di prezzi utilizzando altre modalità di offerta, riduce l’ambito di influenza che il settore in questione può esprimere.

Sicuramente in alcune parti della città una significativa riqualificazione della rete, associata a quella urbanistica ed ambientale dell’ambito urbano di riferimento, potrebbe “restituire” all’offerta presentata da detti esercizi una rinnovata validità, anche per mezzo di un impiego di nuove forze imprenditoriali, ma verosimilmente, non si potrà trattare di processi assai ampi, pur se significativi e necessari perchè per sopravvivere tali esercizi devono innovare.

Per quanto riguarda il settore non alimentare, l’offerta presentata da detti esercizi di vicinato non può naturalmente consentire la necessaria efficienza a causa delle relative superfici medie di vendita, e in futuro non potrà migliorare di molto, anche se in particolari ambiti urbani, quali i centri commerciali naturali (e, naturalmente, ove gli stessi saranno meglio qualificati con previsti interventi) potrà assumere aspetti assai interessanti (nei limiti naturalmente delle economie di scala che possono essere ottenuti all’interno di dimensioni di vendita che, come è noto, per detti esercizi non possono superare i mq. 150).

La crisi economica che sta caratterizzando questi ultimi anni potrebbe offrire qualche elemento in più per immaginare uno sviluppo qualitativo, non naturalmente quantitativo, della rete degli esercizi di vicinato, poichè se si vorrà evitare che gli esercizi di dimensioni maggiori, ovvero quelle rappresentate dalle medie strutture e. dalle grandi strutture di vendita, continuino ad erodere i già modesti margini di utile che i piccoli esercizi riescono ad ottenere, sarà necessario da parte degli stessi operatori un autentico processo di rinnovamento, finalizzato a difendere al meglio il proprio lavoro, ciò si tradurrebbe anche in un vantaggio per la comunità locale complessivamente considerata in ragione dell'importante ruolo sociale che la rete di vendita in questione esprime in termini di occupazione.

L'Amministrazione Comunale con la presente programmazione asseconderà tale processo di rinnovamento, nei limiti delle possibilità concesse dalla stessa programmazione.

### **Il commercio su aree pubbliche**

Un'analisi quale quella fin qui complessivamente condotta non può trascurare l'esame circa il ruolo e la funzione svolta dal commercio su aree pubbliche, forma di vendita che non rientra nella disciplina del PUC, ma che interferisce con la rete di vendita al dettaglio su aree private, anche in modo assai significativo nel comune di Gela, in quanto i rapporti tra queste due forme di commercio, così diverse tra loro nei ruoli, sono abbastanza stretti ed interdipendenti.

Il commercio su aree pubbliche è ovunque un'attività importante ed irrinunciabile, ma anche questa forma di commercio deve uniformarsi a delle regole che non sono negoziabili, pena il ritorno a situazioni di distribuzione pre-moderne, in cui, alla fine, fa aggio la prevaricazione e, a volte, la prepotenza .

A Gela il commercio su aree pubbliche assume per la distribuzione commerciale un rilievo essenziale, forse molto più che presso altre realtà comunali, per il numero di presenze di

operatori, per il numero e la frequenza di utilizzazione delle aree, per il monte ore utilizzato e per il numero di ambiti territoriali interessati, ma tale forma di commercio ha sofferto e continua a soffrire di diffuse forme di illegalità; è per ciò indubbia la necessità in un futuro più prossimo di un suo miglior governo, che assicuri il rispetto dell'ambiente e condizioni più civili per il suo esercizio, come avviene in centinaia di città italiane, dove una seria razionalizzazione e regolamentazione dell'attività rende possibile che il commercio su aree pubbliche "conviva" in modo pacifico e civilissimo tra straordinarie e splendide testimonianze di arte e di cultura: piazze, monumenti, chiese, ecc.

Con la redazione del PUC nel prevedere diritti ed obblighi per gli operatori della rete, ci si affida alla ragionevole aspettativa che anche per quella del commercio su aree pubbliche sorgano e vengano fatti rispettare, nel quadro dell'ordinamento vigente, obblighi e diritti.

Naturalmente all'interno di detta prospettiva, se si vuole che i rapporti tra le due reti si modificino a favore della rete su aree private, sarà necessario costituire una rete di vendita del commercio al dettaglio su aree private più robusta, modernamente organizzata e territorialmente ben distribuita, ciò è quanto si intende ottenere, in concorso con gli operatori, attuali e futuri, anche con la redazione del predetto PUC.

### **Obiettivi della programmazione urbanistico-commerciale**

Per la completa e piena comprensione degli obiettivi della programmazione urbanistico-commerciale per il Comune di Gela e dei criteri adottati per ottenerli, occorre disporre, da un lato dei riferimenti normativi di cui si è già accennato in precedenza, dall'altro sia delle autonome valutazioni tecnico scientifiche compiute dai progettisti, quanto degli orientamenti espressi dall'Amministrazione Comunale previsti all'art.15 del DPRS n.165/2000.

I predetti obiettivi e i relativi criteri per ottenerli possono essere così formulati:

- a)** favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità del servizio da rendere al consumatore;
- b)** assicurare, nell'individuare i limiti di presenza delle medie e grandi strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive e la pluralità delle insegne;
- c)** evitare il crearsi di situazioni di monopolio sul mercato immobiliare e di contrastare il formarsi di rendite di posizione, individuando un numero di aree per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita sempre superiore al numero delle strutture distributive effettivamente attivabili;
- d)** far sì che le grandi strutture di vendita siano di norma collocate o realizzabili in zone specialistiche e nei poli funzionali di tipo specialistico;
- e)** rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali sul territorio con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzando l'attività commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda quartieri degradati, in modo da ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
- f)** preservare il centro storico, attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti commerciali ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
- g)** favorire gli insediamenti commerciali destinati al recupero delle medie imprese già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali reali, prevedendo eventuali forme di incentivazione;
- h)** perseguire gli obiettivi specifici della promozione delle componenti produttive del territorio, dell'integrazione e riqualificazione socio-economica degli

insediamenti produttivi e residenziali, del miglioramento della qualità urbana e del servizio commerciale;

- i)** verificare la possibilità di collocare particolari medie e grandi strutture del settore non alimentare, preferibilmente con la formula della galleria commerciale, in aree del centro storico, compatibili e suscettibili di un uso appropriato, e di altre aree urbane a forte vocazione commerciale;
- l)** individuare i limiti cui sottoporre gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano, nonché i limiti ai quali sono sottoposti le imprese commerciali nel centro storico e nelle aree di particolare interesse artistico e naturale;
- m)** individuare 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;

Inoltre:

- 1)** nel centro storico:
  - incentivare processi di qualificazione di area volti al rafforzamento della funzione della struttura urbana centrale;
  - programmare lo sviluppo e la riqualificazione del commercio puntando a potenziarne l'integrazione e la concentrazione in centri commerciali locali urbani e gallerie commerciali, favorendo la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di controllo dei cambi di destinazione d'uso;
- 2)** nelle aree di presenza commerciale nelle zone urbane consolidate e della periferia urbana :

perseguire l'obiettivo della qualificazione e del potenziamento degli assi commerciali e dei nuclei di servizio esistenti attraverso:

- a. l'integrazione ed il completamento dei servizi lungo gli assi commerciali esistenti;
- b. la previsione di medie strutture di vendita, favorendo operazioni di ammodernamento delle strutture esistenti;
- c. il recupero del patrimonio edilizio esistente, ivi compresi i complessi produttivi dismessi, garantendo la tutela e la valorizzazione delle caratteristiche storico-culturali presenti;
- d. il miglioramento dell'assetto e dell'arredo di piazze e di strade commerciali.

### **Breve conclusione**

La grande offerta esistente in termini quantitativi dovrà operare secondo un quadro normativo di assoluto rigore e rispetto delle regole e dovrà riuscire a mettere in atto quei processi innovativi necessari per poter rispondere adeguatamente ai mutamenti del mercato se vorrà rappresentare una fonte di reddito adeguata per gli operatori e una modalità di offerta per mezzo della quale soddisfare al meglio le proprie necessità per i consumatori.

Nella situazione esistente e con le prospettive che si pongono all'orizzonte, la politica ha un ruolo fondamentale nel guidare i processi, avendo a disposizione come strumento necessario il presente Piano di Urbanistica Commerciale.



**Capitolo III**  
**TITOLO I**  
**NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE**

**LA PROGRAMMAZIONE URBANISTICA RIFERITA AL SETTORE COMMERCIALE**

**Articolo 1 - Caratteristiche giuridiche della Programmazione Urbanistica riferita al settore commerciale**

Dal punto di vista giuridico-urbanistico la Programmazione Urbanistica Commerciale riferita al settore commerciale presenta contestualmente le seguenti caratteristiche:

- a)** E' Variante al PRG vigente;
- b)** Sostituisce integralmente quella precedente di cui all'Allegato D del PUC adottato dal Commissario Regionale con atto n. 52 del 28.06.2002, tranne la delimitazione delle Zone D1. e D2, che rimane in vigore, con il cambio di denominazione, ossia la D1, ora denominata D8.1, la D2, ora denominata D8.2.

**Articolo 2 - Delimitazione zone per insediamenti di medie strutture e di grandi strutture di vendita. Destinazioni d'uso ed indici e parametri edilizi**

Per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita sono delimitate rispettivamente le seguenti nuove Zone:

- a) Per le medie strutture di vendita:**
  - ZONA D1
  - ZONA D2
- b) Per le medie e le grandi strutture di vendita:**
  - ZONA D8.1, D8.2 e D8.3

La delimitazione delle Zone di cui alle superiori lettere **a)** e **b)** è stata operata su apposita tavola planimetrica (tavola 4) che, fornita in allegato, costituisce parte integrante della presente Variante.

Le destinazioni d'uso, gli indici ed i parametri urbanistici sono rispettivamente i seguenti:

### **ZONA D1**

#### **(Attività direzionali, commerciali)**

**Destinazioni d'uso:** Insediamento di attività direzionali e commerciali (esercizi di vicinato e medie strutture)

#### **Indici e parametri urbanistici**

- Rapporto di copertura : 40%; max;
- Altezza massima : non superiore a metri 10 (dieci);
- Numero massimo piani fuori terra : 2 (due);
- Distacchi minimi dai confini e da altri corpi di fabbrica : non inferiori a metri 10 (dieci);
- Distacchi minimi dal filo stradale: non inferiori a metri 30 (trenta);
- Arretramento dalla strade interne: non inferiore a metri 7,5.
- La reaqlizzazione deve avvenire con piano di lottizzazione unitario, o con piani attuativi di iniziativa privata;
- E' consentita la demolizione con ricostruzione di manufatti esistenti.

## Zona D2

### **(Attività artigianali e commerciali)**

**Destinazioni d'uso:** Officine a carattere produttivo; medie strutture di vendita

#### **Indici e parametri urbanistici**

- Rapporto di copertura : 40%; max;
- Altezza massima : non superiore a metri 10 (dieci);
- Numero massimo piani fuori terra : 2 (due);
- Distacchi minimi dai confini e da altri corpi di fabbrica : non inferiori a metri 10 (dieci);
- Distacchi minimi dal filo stradale: non inferiori a metri 30 (trenta);
- Arretramento dalla strade intere: non inferiore a metri 7,5.

La costruzione deve avvenire con intervento diretto, con piano di lottizzazione unitario, o con piani attuativi di iniziativa privata;

E' consentita la demolizione con ricostruzione di manufatti esistenti.

### **ZONE D8.1 (°), D8.2,(°), D8 .3**

#### **(aree per medie grandi strutture di vendita e per attività annesse e complementari)**

(°) Si richiama che le denominazioni Zone D8.1 e D8.2 sostituiscono, rispettivamente, le Zone D.1 e D.2 della precedente programmazione urbanistica riferita al settore commerciale, mantenendone, ciascuna, la rispettiva delimitazione.

**Destinazione d'uso:** Medie e Grandi strutture di vendita (anche con la modalità del centro commerciale, dell'area commerciale integrata, del parco commerciale); Impianti per attività paracommerciali; Impianti per la somministrazione e la ristorazione; Impianti per attività turistico-alberghiere; Impianti per attività sportive, per l'uso del tempo libero, per la cura ed il

benessere della persona; parchi gioco per ragazzi; Impianti per la cultura, per lo spettacolo; Impianti per attività amministrative e direzionali (uffici, agenzie immobiliari, bancarie assicurative e simili); Distributori carburanti.

#### **Indici e parametri urbanistici:**

Gli interventi di nuova edificazione sono subordinati alla redazione di un Piano esecutivo di iniziativa privata, che contempri un'area di intervento di almeno 10.000 (diecimila) mq.

- Rapporto di copertura : Non superiore al 30%;
- Altezza massima : non superiore a metri 10 (dieci);
- Numero massimo piani fuori terra: 2 ( due);
- Distacchi minimi dai confini e da altri corpi di fabbrica : non inferiori a metri 10 (dieci);
- Distacchi minimi dal filo stradale: non inferiori a metri 30 (trenta);
- Cubatura residenziale ammessa: non superiore a mc. 300,00 (trecento).

### **ZONA F9**

#### **(attrezzature sportive e commerciali)**

**Destinazioni d'uso:** Aree per spazi pubblici attrezzati; per attività sportive; per attività commerciali da parte di esercizi di vicinato facenti parte degli spazi pubblici e/o annessi alle attività sportive.

#### **Indici e parametri urbanistici**

L'edificazione nelle zone avviene secondo le leggi ed i regolamenti specifici emanati dalle Autorità competenti per materia.

### **Articolo 3 - Destinazione ad uso commerciale dei locali degli immobili**

1. L'attività di vendita per il commercio al dettaglio su aree private può essere svolta ai piani: terra, primo e secondo.

2. Il Comune, fatti salvi il rispetto dei requisiti igienico-sanitari, dell'eventuale vincolo di destinazione a garage, o il divieto derivante dall'applicazione di leggi speciali, su richiesta, certifica la destinazione od il mutamento ad uso commerciale dei locali (a piano terra, primo piano, secondo piano, secondo le distinte richieste degli interessati) facenti parte di immobili esistenti all'interno delle zone territoriali omogenee "A", "B" e "C" del vigente PRG.
3. Su richiesta degli interessati sarà adottato da parte del Comune, previo pagamento degli oneri, analogo atto di mutamento ad uso commerciale dei locali, relativamente ai casi di immobili produttivi dismessi, localizzati nelle predette zone territoriali omogenee, già nel tempo utilizzati per gli scopi originari.
4. Per gli impianti produttivi esistenti, realizzati in verde agricolo con regolare concessione edilizia o ammessi a sanatoria con il rilascio della relativa concessione, fatto salvo il pagamento degli oneri, è ammessa, su richiesta, la variazione di destinazione d'uso commerciale.  
  
I locali eventualmente utilizzati per l'attività di commercio al dettaglio non potranno comunque superare i mq.1000 di superficie di vendita anche se ubicati all'interno delle Zone D8.
5. In caso di istanza di esercizio di nuova attività commerciale all'interno di locali privi di destinazione ad uso commerciale, qualora sia dimostrato l'esercizio con regolare autorizzazione amministrativa o a seguito di comunicazione di inizio di attività per almeno otto anni negli ultimi dieci, il Comune, previo pagamento degli oneri, rilascerà il certificato di destinazione ad uso commerciale dei locali.

6. Il Comune adotterà il medesimo provvedimento di cui al precedente comma al richiedente che, in qualità di figlio o coniuge del dante causa, intenda subentrare nell'esercizio dell'attività commerciale già condotta con il requisito dell'anzianità indicato nel predetto comma.

#### **Articolo 4 - Parcheggi pertinenziali per la clientela. Definizione. Dotazione minime delle aree**

##### **a) Definizione e caratteristiche tecniche.**

I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni o porzioni di aree o costruzioni, adibiti a parcheggio dei veicoli al servizio esclusivo di un determinato insediamento.

Nei parcheggi pertinenziali le dimensioni lineari del singolo posto-auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a ml.2,5 x 4,8.

La superficie convenzionale di un posto-auto, comprensiva dei relativi spazi di manovra, si considera pari a mq.25,00.

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

I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nello stesso complesso edilizio che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale

(comunque non superiore a 300 metri), purchè permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale e purchè collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiedi, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche.

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

Nel caso di strutture con più di 100 dipendenti è opportuno che nell'ambito dei parcheggi pertinenziali sia individuata una porzione specifica destinata ai dipendenti della struttura di vendita.

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

#### **b) Dotazioni minime di aree destinate ai parcheggi pertinenziali per la clientela**

Le misure standards di parcheggi pertinenziali per la clientela per nuove aperture, ampliamenti oltre il 20% delle superfici di vendita precedentemente autorizzate, trasferimenti di sede, sono così articolate in relazione alle diverse tipologie distributive ed ai settori merceologici in cui operano:

##### **1. Per esercizi di vicinato (alimentari, non alimentari, misti)**

E' richiesta la medesima dotazione, in termini quantitativi, che è richiesta per la funzione residenziale, fermo restando che deve trattarsi di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela;

**2. Per medie strutture di vendita alimentari o miste**

E' richiesta una dotazione di mq.1,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

**3. Per medie strutture di vendita non alimentari**

E' richiesta una dotazione di mq.0,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

**4. Per grandi strutture di vendita alimentari o miste con superficie di vendita inferiore a mq.5.000**

E' richiesta una dotazione di mq.2,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

**5. Per grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita inferiore a mq.5.000**

E' richiesta una dotazione di mq.1,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita.;

**6. Per grandi strutture di vendita alimentari o miste con superficie di vendita superiore a mq.5.000**

E' richiesta una dotazione di mq.2,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita.

**7. Per grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita superiore a mq.5.000**

E' richiesta una dotazione di mq.2,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita.

**Per i centri commerciali, le aree commerciali integrate, i parchi commerciali, la dotazione di parcheggi pertinenziali è calcolata distintamente:**



- ❖ per le medie e grandi strutture di vendita in essi presenti secondo le tipologie sopra indicate, la dotazione richiesta è quella riportata alle lettere 2), 3), 4), 5), 6), 7) di cui sopra;
- ❖ per la rimanente parte degli esercizi commerciali, per le attività paracommerciali, ed altre attività di servizio in esso presenti, la dotazione di parcheggio pertinenziale per la clientela è prevista in mq. 1,0 per ogni metro quadrato di superficie lorda di pavimento;
- ❖ per gli ambienti quali depositi, uffici a servizio dell'attività commerciale, disimpegni, corridoi e connettivo in genere, il calcolo dei parcheggi pertinenziali deve essere pari, in mq, ad 1/10 del volume;
- ❖ concorrono alla determinazione della superficie destinata a parcheggio pertinenziale anche gli spazi di manovra e disimpegno, con esclusione della viabilità interna di accesso al parcheggio pertinenziale, nella quale non è possibile individuare posteggi;
- ❖ le aree pertinenziali da destinare a carico e scarico delle merci non accessibili dalla clientela devono essere individuate in aggiunta alle aree da destinare ai parcheggi pertinenziali. L'accesso a tali aree deve essere differenziato rispetto alle aree a servizio della clientela.

La relativa disponibilità, nelle misure indicate, costituisce requisito essenziale sia per il rilascio dell'autorizzazione per la vendita al dettaglio di un nuovo esercizio, di una struttura media o grande, di quello/a per il/la quale si chiede l'autorizzazione al trasferimento, quanto per i casi in cui è richiesto l'aumento delle superficie di un esercizio o struttura insediati o meno alla data di adozione del PUC. Per tale ultima fattispecie dell'ampliamento, qualora lo stesso ecceda il 20% della

superficie di vendita precedentemente autorizzata, la dotazione dei parcheggi va riferita alla superficie totale di vendita dell'esercizio o della struttura ampliato/a.

Il venir meno del predetto requisito costituisce motivo di revoca dell'autorizzazione amministrativa.

**c) Casi di deroga nella dotazione di parcheggi.**

Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione, al consolidamento della rete distributiva esistente, si dispone che non si debba possedere le dotazioni minime stabilite per i parcheggi pertinenziali nei seguenti casi:

- l'attività commerciale si svolga attraverso variazione di destinazione d'uso funzionale, ovvero in edifici esistenti nei quali occorre effettuare esclusivamente interventi manutentivi senza aumento di superficie;
- l'attività commerciale si svolga attraverso variazione di destinazione d'uso, in edifici esistenti nei quali occorre effettuare interventi di ristrutturazione edilizia;
- si eseguano interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata;
- nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale di cui all'articolo 13 del DPRS 11.07.2000,n.165, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi colleivi o con veicoli leggeri, e purchè gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio di destinazione d'uso. Le dotazioni di cui all'articolo 16 comma 4 dello stesso Decreto sono

comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

- nell'ambito dei centri commerciali naturali accreditati con relativo Decreto da parte dell'Assessorato Regionale competente;
- nel caso di sub ingresso.

Inoltre, i parcheggi pertinenziali non sono pretesi:

- **per gli esercizi di vicinato;**
- **nelle Zone A e B ( B1 e B2):**
  - Nel caso di nuova apertura, o di trasferimento di sede senza variazione di zona (trasferimento di sede da un ambito della zona A ad altro ambito della stessa zona A, o da un ambito della zona B ad altro ambito della medesima zona B), di esercizi alimentari o misti la cui superficie di vendita non superi i mq.300 o, se non alimentare la superficie non superi i mq.500, l'eventuale ampliamento di superficie di vendita oltre il 20% di quella precedentemente occupata, rende obbligatorio la presenza di parcheggio pertinenziale riferita alla superficie totale di vendita dell'esercizio ampliato;
  - Nel caso di nuova apertura di una media struttura di vendita con la modalità del mercato coperto o del centro commerciale locale urbano, costituiti, l'uno o l'altro, da nuovi esercizi e/o da esercizi già attivi insediati nelle predette Zone od in altre zone.

La superficie di vendita riservata al settore alimentare non può superare il 25% della superficie totale del centro.

La deroga si applica anche ai casi di aumento della superficie, entro il 20% di quella precedentemente occupata, che non comportino il superamento della soglia massima dei mq.1.000 (mille) stabiliti per le medie strutture.

- **nella sola zona A**

In caso di apertura di una grande struttura di vendita, ma solo se la stessa è richiesta con la modalità del centro commerciale locale urbano ed i locali di vendita non superino la soglia massima di mq.2.500,00 (duemilacinquecento/00) non aumentabile di qualsivoglia misura. Infine, l'eventuale superficie riservata all'interno del centro al settore alimentare non potrà superare il 20% di quella totale del centro;

- nel caso di immobili produttivi dismessi, per i quali sia stato chiesto ed ottenuto il cambio di destinazione ad uso commerciale dei locali e gli stessi non superino la soglia dimensionale massima prevista per le medie strutture e tali che la superficie eventualmente riservata al settore alimentare non superi il 25% del totale della superficie dei locali di vendita.

Si chiarisce infine che per gli impianti produttivi esistenti su terreni aventi con destinazione d'uso "verde agricolo" per i quali è stata richiesta ed ottenuto la certificazione del cambio di destinazione ad uso commerciale dei locali, è sempre pretesa la dotazione di parcheggi pertinenziali, prevista dall'art.16, comma 4, del Dprs n.165/2000, n.165.

Per ciascuno di tutti i predetti casi di deroga, la dotazione di parcheggi pertinenziali è ridotta fino a mancare anche del tutto, ma va richiesta, in alternativa, la "monetizzazione" parziale o totale delle dotazioni prescritte.

Le risorse finanziarie reperite nel predetto modo dal Comune, sono riservate, nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'insediamento commerciale, alla realizzazione di verde pubblico, al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici, alla realizzazione di piste ciclabili, alla realizzazione di

parcheggi pubblici.

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa è effettuato da parte del Comune previo il pagamento delle somme stabilite con l'utilizzo dell'istituto della monetizzazione.

Per i casi di mancato pagamento di dette somme entro il termine perentorio di giorni 30 (trenta) dal momento in cui il Comune ha comunicato l'accoglimento dell'istanza, si stabilisce il mancato rilascio dell'autorizzazione o la revoca dell'autorizzazione amministrativa; infine, se l'attività può essere svolta previa relativa comunicazione, l'Ufficio Comunale allo Sviluppo Economico diffiderà l'operatore interessato dallo svolgimento dell'attività dandone altresì comunicazione al Comando di Polizia Municipale a cui vengono trasmessi gli atti per le dovute conseguenze.

## TITOLO II

### LA PROGRAMMAZIONE -COMMERCIALE

#### Articolo 5 - Caratteristiche della programmazione commerciale

- a) La presente programmazione commerciale sostituisce integralmente l'analoga programmazione di cui all'Allegato A al Piano di Urbanistica Commerciale adottato con atto del Commissario Regionale n.52 del 28.06.2002.
- b) Per le istanze presentate prima della sua entrata in vigore e che, al momento della stessa, sono ancora in corso di istruttoria, sarà applicata la relativa norma che, fra i due PUC, è più favorevole.
- c) La programmazione commerciale ha validità quinquennale, non prorogabile, a partire dalla relativa data di adozione da parte del Consiglio Comunale.
- Il Comune, alla fine del primo biennio successivo alla citata adozione, dovrà effettuare un monitoraggio della dinamica commerciale avutasi nel corso della gestione del Piano. Se, sulla base delle relative risultanze predisporrà ed adotterà una nuova programmazione, aggiornando i criteri e/o integrando i valori delle superfici di vendita effettivamente attivabili, tale nuova programmazione avrà durata quinquennale, non prorogabile e non riducibile.
- d) Gli obiettivi aggiornati del Piano sono i seguenti:
- Favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore attività del sistema e la qualità del servizio da rendere al consumatore;
  - Assicurare, nella individuazione dei limiti di presenza delle medie e grandi strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive nonchè la

pluralità delle insegne, anche al fine di ottenere un rapporto equilibrato tra gli insediamenti commerciali e la popolazione residente, turistica e di quella proveniente da ambiti extra comunali;

- Rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali sul territorio e valorizzare l'attività al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda alcuni quartieri, in modo da costituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
  - Preservare e tutelare il centro storico attraverso il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
  - Favorire la formazione di gallerie commerciali e centri commerciali locali urbani da parte di piccole e medie imprese già operanti sul territorio comunale.
- e) I contenuti del Piano hanno efficacia sia nei confronti dei privati, che nei confronti del Comune.

#### **Articolo 6 - Le zone urbanistico-commerciali del territorio comunale**

- a) Le zone urbanistico-commerciali sono state perimetrare per individuare gli ambiti territoriali in cui è consentito l'insediamento di attività commerciali al dettaglio su aree private, fatto salvo il rispetto di tutte le relative norme di natura urbanistica e commerciale.
- b) Le predette zone urbanistico-commerciali, la cui delimitazione è stata effettuata sull'apposita tavola planimetrica fornita in allegato, sono le seguenti:

**ZONA A: centro storico federiciano – ambito via mare**

**ZONA B1: ambito urbano su parte di via Venezia**

**ZONA B2: ambito urbano su via Salvatore Aldisio**

**ZONA C1: ambito urbano zona Macchitella**

**ZONA C2: ambito urbano su via Settefarine e via Butera**

**ZONA C3: ambito urbano di Manfria**

**ZONA D1: aree direzionali e commerciali**

**ZONA D2: aree artigianali e commerciali**

**ZONA D8.1, D8.2, D8.3: aree per medie e grandi strutture di vendita, attività annesse e/o complementari, attività direzionali**

**ZONA F9: aree per attrezzature sportive e commerciali**

- c)** Le Zone A, B, C, sono parti del territorio comunale rappresentate da zone territoriali omogenee del vigente PRG, singolarmente considerate od accorpate fra di loro;
- d)** Le Zone D1, D2, D8 (così articolate: la D8.1 e la D8.2, che ridenomimano rispettivamente la D.1 e la D.2 del precedente PUC, mantenendone inalterata la delimitazione, la D8.3, che è una nuova zona) sono tutte indicate all'Articolo 2 della Programmazione urbanistica riferita al settore commerciale che costituisce la prima parte del presente PUC;
- e)** Per la costruzione di impianti commerciali e/o per procedere alla ristrutturazione urbanistica, manutenzione, demolizione e ricostruzione, nelle predette zone urbanistico-commerciali si stabilisce che:
- Per quelle di cui al precedente comma **c)** si applicano le vigenti norme del PRG e del Regolamento Edilizio;
  - Per quelle di cui al precedente comma **d)** si applicano ugualmente le vigenti norme del PRG e del Regolamento Edilizio, oltre quanto stabilito nella Variante al presente PUC.



- f) All'interno delle zone urbanistico-commerciali interessate si applica, per le relative aree comunali, quanto per queste ultime stabilito con la Deliberazione del Consiglio Comunale n.52 del 22/04/2004.
- g) Nelle altre parti od ambiti del territorio comunale non ricompresi all'interno delle predette zone urbanistico-commerciali in cui sono già insediati punti vendita di commercio al dettaglio su aree private, gli stessi potranno continuare ad esercitare l'attività, eventualmente anche a seguito di subingresso nella titolarità, ma non potranno esservi localizzati nuovi punti vendita, fatto salvo quanto stabilito nella citata Variante per gli impianti produttivi in verde agricolo.

#### **Articolo - 7 Disciplina per l'insediamento delle tipologie di esercizi commerciali nelle zone urbanistico-commerciali**

Nelle zone urbanistico-commerciali in ordine all'insediamento di tipologie di esercizi commerciali al dettaglio si stabilisce quanto segue:

##### **• Nella Zona A**

E' consentito l'insediamento di tutte le tipologie di esercizi, ma, per quanto riguarda le grandi strutture di vendita nel rispetto dei seguenti vincoli:

- devono appartenere al settore misto e la superficie di vendita riservata al settore alimentare non deve essere superiore al 20% di quella totale della struttura di vendita;
- devono presentare la modalità del centro commerciale locale urbano e non superare, comunque, complessivamente, una superficie di vendita superiore a mq. 2.500,00 (duemilacinquecento/00).

##### **• Nelle Zone B**

E' consentito l'insediamento di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita.

##### **• Nelle Zone C**

E' consentito l'insediamento di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita.

• **Nelle Zone D1 e D2**

E' consentito l'insediamento di medie strutture di vendita.

• **Nelle Zone D8.**

Si stabilisce che è consentito l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita, anche con la modalità del centro commerciale, dell'area commerciale integrata, del parco commerciale.

• **Nelle Zone F9**

E' consentito l'insediamento di esercizi di vicinato.

**Articolo - 8 Norme per l'insediamento di tipologie di esercizi, ampliamento di superficie, trasferimento di sede**

Premesso:

- che all'interno di ciascuna zona urbanistico-commerciale e nelle aree esterne alla relativa perimetrazione è consentito continuare ad esercitare l'attuale attività di vendita al dettaglio su aree private, fatto salvo quanto disposto al successivo Articolo 9;
  - che quanto disciplinato riguardo all'ampliamento (fino al 20% od in misura superiore della superficie precedentemente autorizzata) concerne quei casi in cui per effetto dello stesso non muti la tipologia dell'esercizio;
  - che quanto consentito in termini di tipologie di esercizi da poter insediare o di ampliamento della superficie di vendita, soggiace comunque al soddisfacimento della norma, ove prevista, sulla dotazione del previsto parcheggio pertinenziale o all'avvenuta monetizzazione dello stesso;
- si stabilisce, sulla base delle norme contenute nella programmazione urbanistica riferita al settore commerciale di cui alla prima parte del presente PUC, nonché dei precedenti Articoli 5, 6 e 7:

**a) Per gli esercizi di vicinato:**

**a.1) Apertura od il trasferimento di sede**

E' previsto, per il settore alimentare e per il non alimentare, l'utilizzo dell'istituto della "comunicazione di inizio di attività" con effetto immediato.

**a.2) Ampliamento**

L'ampliamento è consentito a seguito di comunicazione, fatto salvo che lo stesso non comporti il superamento della soglia di mq.150 riferiti all'intera superficie dell'esercizio, ottenibile a seguito dell'ampliamento medesimo.

**b) Per le medie strutture di vendita**

Premesso:

**1)** Che la domanda dovrà essere presentata utilizzando l'apposito modello pubblicato nel Suppl.Ord. alla G.U.R.S. (P.I.) n.41 del 17.08.2001; all'istanza dovrà essere allegato un progetto tecnico illustrativo contenente i seguenti elementi:

- descrizione dell'area di insediamento;
- descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa;
- descrizione della struttura che si intende realizzare, riconvertire, ristrutturare, ampliare, con specificazione della destinazione dei singoli vani;
- descrizione delle aree previste per i parcheggi (secondo l'art.16 del DPRS 11.07.2000, specificando, in caso contrario, la norma in deroga prevista ed utilizzata), nonché delle aree destinate ad operazioni di carico e scarico delle merci;

- planimetria dei locali di vendita (in scala almeno 1:100) con legenda relativa al layout delle diverse zone di intervento (in particolare con l'indicazione della superficie di vendita e di quella destinata ad altri usi);
- un elaborato grafico (in scala 1:200 o 1:500) relativo alla sistemazione esterna dell'insediamento commerciale;
- un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate alla domanda di autorizzazione

Qualora la documentazione tecnica e cartografica di cui sopra risulti già totalmente o parzialmente depositata presso il Comune per altra istanza, il richiedente potrà ometterne la presentazione specificando gli estremi dai quali risulti il predetto deposito e presentando, se del caso, la parte che, richiesta, non risulti depositata;

**2)** Che per quanto concerne la normativa sul procedimento il Comune con il presente PUC soddisferà quanto stabilito nell'Allegato 4 del DPRS n.165/2000;

per i casi che possono presentarsi si dispone come segue:

**b.1) Apertura od il trasferimento di sede**

- Per l'apertura od il trasferimento di sede è previsto il preventivo ottenimento della relativa autorizzazione amministrativa;
- Il rilascio dell'autorizzazione è disciplinato dall'Allegato alla presente programmazione con cui sono specificate le norme sul procedimento relativo al rilascio delle autorizzazioni amministrative ai sensi dell'Articolo 8, comma 4, della Legge Regionale n.28/993. Per quanto non stabilito nel presente Piano si applicano le disposizioni

contenute nelle Delibere Consiliari n.40 e n.41, entrambe del 28.09.2001;

- Per i trasferimenti di sede si chiarisce che occorre distinguere, al fine di inquadrare la particolare normativa da applicare prevista per la zona di riferimento in cui ci si intende trasferire, tra quelli richiesti nell'ambito della medesima zona da quelli richiesti da una zona all'altra. Contestualmente, occorrerà verificare se a seguito del richiesto trasferimento si intende aumentare la superficie di vendita entro od oltre il 20% rispetto a quella precedentemente occupata.

Per ciascun caso l'autorizzazione sarà esaminata ed eventualmente accolta come richiesta di nuova apertura.

In particolare, atteso che i requisiti soggettivi (e, del caso, quelli professionali) rimangono immutati, occorre disporre per la media struttura richiesta della certificazione ad uso commerciale dei locali nonché della disponibilità dei parcheggi pertinenziali per la clientela nella misura stabilita o, se in deroga, secondo quanto relativamente previsto. .

#### **b.2) Ampliamento della superficie**

- Per ampliamento si intende l'aumento della superficie di vendita che si intende effettuare all'interno di locali di vendita esistenti;
- L'ampliamento fino al 20% della superficie di vendita di precedente titolarità e, comunque, se richiesto una sola volta, è consentito a seguito di relativa comunicazione da parte dell'interessato;
- La richiesta di ampliamento che comporti un aumento superiore al 20% della superficie di precedente titolarità è accolta con conseguente rilascio della relativa autorizzazione amministrativa,

ove sarà stata rispettata la norma sulla disponibilità dei parcheggi pertinenziali riferiti alla complessiva superficie di vendita della media struttura di riferimento.

In particolare:

- Nel caso non autorizzato di aumento oltre il 20% della superficie già occupata, potranno ottenere la relativa autorizzazione per la superficie eccedente la predetta misura se dimostreranno di disporre del parcheggio pertinenziale stabilito per la superficie complessivamente autorizzata. In difetto di tale disponibilità potranno utilizzare la disposizione di cui al precedente punto a.1, e in mancanza di relativa richiesta e/o di adempimento dei relativi obblighi stabiliti con l'utilizzo dell'istituto della monetizzazione, subiranno immediata revoca dell'autorizzazione.
- Nel caso in cui la superficie utilizzata dovesse eccedere i mq,1000 subiranno la immediata inibizione all'utilizzo di detta superficie eccedente secondo le disposizioni normative al riguardo stabilite e, inoltre, ove si dovesse accertare la mancanza totale o parziale del previsto parcheggio pertinenziale relativo alla superficie di vendita precedentemente autorizzata, potranno utilizzare la norma sulla regolarizzazione dell'attività di cui al presente Articolo.

In caso di mancata detta utilizzazione, che si concretizza anche nel mancato pagamento di quanto stabilito con la monetizzazione, si provvederà da parte del Comune, alla revoca dell'autorizzazione per la media struttura in precedenza rilasciata.

**c) Per le grandi strutture**

L'insediamento è vincolato al rispetto oltre che delle norme della programmazione urbanistica riferita al settore commerciale di cui alla prima parte del presente PUC, all'osservanza della normativa regionale sull'insediamento delle grandi strutture di vendita, prevista con la relativa normativa contenuta nella Legge Regionale n.28/99, nel DPRS n.165/2000, nel DPRS n.176/2000.

**Articolo 9: Disciplina transitoria per la regolarizzazione dell'attività.**

**Provvedimenti per gli esercizi senza titolo idoneo.**

Per i soli primi sei mesi successivi alla data di adozione del Piano si applica la seguente disciplina normativa transitoria per la regolarizzazione dell'attività da parte delle differenti tipologie di esercizi commerciali che ricadano nei casi qui di sotto rappresentati:

**1. Esercizi di vicinato**

I titolari di esercizi di vicinato, ovvero con superficie di vendita fino a 150 mq, che alla data di adozione del presente Piano utilizzino una superficie di vendita superiore ai predetti mq.150, indicata nella comunicazione di inizio attività inviata al Comune, possono su loro richiesta, da presentare entro il termine perentorio di mesi 6 (sei) dalla data di adozione del presente Piano, ottenere l'autorizzazione amministrativa per la media struttura di vendita di riferimento.

Il rilascio del titolo, consentito anche per le zone urbanistico-commerciali in cui non si prevede con il Piano l'istituto della monetizzazione in caso di parziale o totale mancanza del parcheggio pertinenziale per la clientela, è però previamente vincolato al pagamento dell'importo stabilito per

l'applicazione del predetto istituto.

Ove, per detto pagamento, il richiedente avrà ottenuto la rateizzazione del relativo importo, il Comune consentirà temporaneamente la prosecuzione dell'attività, ma rilascerà il relativo titolo solo al termine del periodo di rateizzazione previsto, prorogabile di un termine massimo di mesi 3 (tre), dopo aver verificato l'integrale pagamento di quanto stabilito.

Dopo mesi sei dall'adozione della programmazione commerciale nei casi di mancato utilizzo da parte degli interessati della norma agevolativa di cui al presente Articolo o, parimenti, del mancato pagamento, parziale o totale, delle somme dovute come monetizzazione, il Comune eseguirà le procedure previste dalla vigente normativa per il caso di mancanza del titolo idoneo all'esercizio dell'attività.

## **2. Medie strutture**

I titolari delle medie strutture di vendita, insediate dopo l'entrata in vigore della programmazione commerciale comunale di cui all'Allegato A al Piano di Urbanistica Commerciale adottato con atto del Commissario Regionale n.52 del 28.06.2002. che, in assenza di relativa autorizzazione, dovessero utilizzare una superficie di vendita di una misura superiore al 20% di quella precedentemente autorizzata, e/o del caso, superare, complessivamente, la superficie di mq.1000 (mille), saranno sanzionate come da norme vigenti.

In particolare:

- a.** Nel caso non autorizzato di aumento oltre il 20% della superficie già occupata, potranno ottenere la relativa autorizzazione per la superficie eccedente la predetta misura se dimostreranno di disporre del



parcheggio pertinenziale stabilito per la superficie complessivamente autorizzata. In difetto di tale disponibilità potranno utilizzare la disposizione di cui al precedente punto 1., e/o in mancanza di relativa richiesta e adempimento dei relativi obblighi stabiliti con l'utilizzo dell'istituto della monetizzazione, subiranno immediata revoca dell'autorizzazione.

**b.** Nel caso in cui la superficie utilizzata dovesse eccedere i mq.1000 (mille) subiranno l'immediata inibizione all'utilizzo di detta superficie eccedente secondo le disposizioni normative al riguardo stabilite e, inoltre, ove si dovesse accertare la mancanza totale o parziale del previsto parcheggio pertinenziale relativo alla superficie di vendita precedentemente autorizzata, potranno utilizzare la norma sulla regolarizzazione dell'attività di cui al presente Articolo.

In caso di mancata richiesta, che si concretizza anche nel mancato pagamento di quanto stabilito con la monetizzazione, si provvederà da parte del Comune alla revoca dell'autorizzazione per la media struttura in precedenza rilasciata.

#### **Articolo 10: Interventi comunali per la riqualificazione**

Al fine di preservare e sviluppare la funzione del commercio nelle Zona A, anche con riferimento al contributo che tutti tali ambiti forniscono alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, l'Amministrazione Comunale promuove la realizzazione di progetti di valorizzazione commerciale, anche di natura urbanistico-edilizia, volti alla riqualificazione ed allo sviluppo del tessuto commerciale, artigianale di servizio e della ricettività, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbane di queste

aree. Tali progetti possono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche i pubblici esercizi, le attività turistico-ricettive, di intrattenimento e svago e di artigianato di servizio.

I Progetti di valorizzazione commerciale possono prevedere interventi a carattere strutturale, che a titolo esemplificativo possono essere così richiamati:

- a)** il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali con funzione di "magnete" o il potenziamento di quelli esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità e delle gallerie specializzate;
- b)** il rifacimento di illuminazione pubblica e ripavimentazione di vie e piazze;
- c)** la pedonalizzazione e restrizione del traffico;
- d)** il miglioramento della rete del trasporto pubblico urbano;
- e)** la realizzazione di opere di arredo urbano che migliorino l'estetica, l'identità e la capacità di richiamo dell'area interessata;
- f)** il recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
- g)** il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali; paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- h)** 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 di carattere periodico, così come la creazione di spazi polifunzionali destinati all'attività di intrattenimento e di svago;
- i)** l'attuazione di azioni di promozione di marketing urbano.

Al fine di incentivare gli interventi di carattere strutturale, il miglioramento e l'inserimento di attività commerciali, può essere previsto l'abbattimento degli

oneri di urbanizzazione e stabilire la quota del contributo di costruzione a carico dei frontisti.

Gli interventi comunali di cui al presente Articolo sono quelli previsti al precedente art. 4 comma c) in ordine alle deroghe nella dotazione dei parcheggi pertinenziali previste per gli esercizi localizzati nelle aree di cui ai predetti interventi.

### **Articolo 11: Carta dei limiti all'attività commerciale ed all'esercizio di impresa nella Zona A**

Ai fini della tutela dei beni artistici, culturali e ambientali della Zona A e, comunque, delle aree comunali che insistono all'interno dei tre centri commerciali naturali, ossia:

“Gela centro”,

“Perimetro Via Venezia Est”,

“Perimetro Via Venezia Ovest”,

accreditati dalla Regione Siciliana con Decreti rispettivamente n.188 del 07/04/2011, n.367 del 28/06/2011, n. 358 del 28/06/2011, sono stabiliti i seguenti limiti alle attività degli insediamenti e delle imprese commerciali per i nuovi esercizi:

#### **a. Limiti alle attività**

**E' esclusa la vendita di:**

- 1) Gas liquido in bombole;
- 2) Legname;
- 3) Materassi;
- 4) Combustibili solidi;
- 5) Articoli di imballaggio;

6) Articoli di rottamazione e di recupero;

7) Prodotti chimici;

8) Articoli per l'imballaggio industriale.

**b. Limiti all'esercizio di impresa**

1. E' esclusa la collocazione di strutture di qualsivoglia specie e di beni di vendita all'esterno dei locali (sui marciapiedi i e sui prospetti);

2. E' vietata la collocazione di bacheche espositive sui prospetti di pertinenza;

3. E' fatto obbligo dell'utilizzo di serrande avvolgibili microforo;

4. La visibilità dell'esercizio deve essere assicurata anche nel corso delle ore notturne con appropriati sistemi di illuminazione;

5. E' vietata la collocazione di insegne a bandiera e di cassoni illuminati sui prospetti;

6. E' vietata la collocazione di fioriere all'esterno dei locali di vendita.

La dichiarata disponibilità ad osservare le prescrizioni di cui alle superiori lettere a) e b) costituisce requisito essenziale per il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per le medie strutture o di conferma sulla possibilità di avviare l'attività nei nuovi esercizi di vicinato.

Il mancato rispetto anche di una sola delle relative prescrizioni costituisce motivo di revoca dell'autorizzazione amministrativa o di procedura di chiusura nei casi di esercizi di vicinato.

**Normativa per gli attuali esercizi**

Nel termine perentorio di mesi 12 (dodici) dalla data di adozione del PUC, gli esercizi commerciali esistenti alla predetta data, provvederanno all'osservanza delle prescrizioni di cui alle lettere a. e b. Il mancato rispetto di una o più delle predette prescrizioni comporta l'impossibilità per le unità

commerciali inadempienti di poter accedere ai benefici od incentivi di qualsivoglia natura previsti per i centri commerciali naturali o, in caso di progetti di riqualificazione commerciale che dovessero riguardare gli ambiti urbani in cui si trovino le predette unità strutture commerciali.

## **Articolo 12: Misure fiscali comunali per la riqualificazione commerciale di particolari aree delle zone urbanistiche commerciali del territorio comunale**

Sono previsti degli interventi da parte del Comune per favorire la riqualificazione commerciale delle zone urbanistico-commerciali A e C3, del territorio comunale.

A tal fine, compatibilmente con le risorse finanziarie a disposizione dell'Ente, è data delega alla Giunta Municipale di predisporre una serie di programmi a lunga scadenza, a favore di particolari aree delle predette zone.

Le misure consisteranno in provvedimenti di natura fiscale, con l'applicazione di aliquote agevolate in ordine ai seguenti tributi:

- a) ICI, ma solo se il titolare dell' esercizio commerciale è anche proprietario dei locali di vendita;
- b) TA.R.S.U. tassa di smaltimento dei rifiuti solidi urbani;
- c) I.C.P. Imposta comunale sulla pubblicità;
- d) T.O.S.A.P. tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche

Infine l'Amministrazione comunale, nei limiti stabiliti annualmente dal bilancio comunale, contribuirà al pagamento degli interessi derivanti dall'eventuale mutuo contratto per il rifacimento dei prospetti, le ristrutturazioni edilizie, le manutenzioni straordinarie, esclusi i casi in cui

detti interventi riguardino le gallerie commerciali o i centri commerciali locali urbani.

L'Amministrazione Comunale in sede di bilancio annuale provvede ad istruire apposito capitolo per finanziare tali agevolazioni di cui al presente art. 12, compatibilmente con le risorse finanziarie disponibili.

## **Procedura amministrativa per apertura e/o variazioni di attività di commercio tipologia A e B**

- 1. Il procedimento amministrativo di cui all'articolo 8, comma 1, della legge regionale 22 dicembre 1999, n. 28, è attivato con domanda da parte del richiedente all'Amministrazione comunale nei casi di:
- nuovo esercizio;
  - concentrazione di esercizi preesistenti;
  - trasferimento di sede;
  - ampliamento di superficie di vendita, oltre il limite del 20% della superficie occupata;
  - ampliamento di superficie di vendita a seguito di accorpamento;  
estensione di settore merceologico.

Nei seguenti casi, il procedimento amministrativo è attivato con comunicazione da parte dell'interessato all'Amministrazione Comunale:

- ampliamento della superficie di vendita, nel limite del 20% della superficie occupata;
- subingresso nella titolarità dell'esercizio;
- riduzione di superficie di vendita;
- riduzione di settore merceologico;
- cessazione di attività.

**2.** Il responsabile del procedimento è il responsabile del Servizio Commercio.

Le domande o le comunicazioni possono essere inviate tramite lettera raccomandata ovvero presentate all'Ufficio Protocollo del Comune, il quale, a richiesta, provvederà al rilascio di apposita ricevuta attestante l'avvenuta

presentazione della domanda

Entro 7 giorni dal ricevimento della domanda o della comunicazione, sarà inviata al soggetto interessato da parte del Servizio comunale competente una comunicazione di avvio del procedimento recante le seguenti indicazioni:

- amministrazione competente;
- oggetto del procedimento promosso;
- l'Ufficio in cui si può prendere visione degli atti;
- responsabile del procedimento.

**3.** Verificata la domanda o la comunicazione, nel caso di incompletezza o irregolarità della stessa, il responsabile del procedimento provvederà a richiedere all'interessato, entro 10 giorni dal ricevimento, le necessarie integrazioni, interrompendo i termini del procedimento. Tali termini inizieranno a decorrere ex novo al momento della presentazione della documentazione integrativa richiesta e potranno essere interrotti una seconda volta solo se vi è la necessità di acquisire ulteriori elementi di giudizio che non siano già nella disponibilità del Comune e che essa non possa acquisire autonomamente. Nel caso di richiesta di elementi integrativi i termini inizieranno a decorrere nuovamente dalla data del ricevimento degli stessi da parte del Comune.

Per quanto concerne i provvedimenti soggetti a comunicazione l'attività potrà essere iniziata decorso il termine di 30 giorni dalla comunicazione medesima, fatta salva l'adozione di eventuali provvedimenti interdettivi da parte del Comune.

Il responsabile del procedimento trasmette ai competenti Uffici di Urbanistica ed al Comando di Polizia Municipale l'insieme della documentazione di pertinenza ed eventualmente anche l'autocertificazione, ove prodotta dall'interessato, per i



necessari controlli.

L'Ufficio Urbanistica e la Polizia Municipale riscontreranno la superiore documentazione trasmettendo l'esito del controllo al Responsabile del procedimento.

**4.** Il Comune entro 90 giorni dalla data di ricevimento della domanda, completa e regolare, deve procedere al rilascio dell'autorizzazione o a negarla. A tale scopo, terminata la fase istruttoria, il Dirigente del servizio comunale competente provvederà al riguardo. Il rilascio dell'autorizzazione commerciale, di norma, sarà effettuato prima di quello della concessione edilizia. Qualora il Responsabile del procedimento ritenga necessario, potrà convocare apposita Conferenza dei Servizi cui parteciperanno il citato Dirigente, quello dell'Ufficio di Urbanistica e, ove ugualmente ritenuto necessario, il Comandante della Polizia Municipale.

In questo caso, il rilascio dell'autorizzazione sarà contestuale a quello della concessione .

Dei lavori della Conferenza dei Servizi verrà redatto apposito verbale che costituirà parere istruttorio non vincolante ai fini dell'emissione del provvedimento di rilascio o diniego dell'autorizzazione commerciale per media struttura di vendita.

In caso di provvedimento di diniego, dello stesso dovrà essere data regolare notifica all'interessato indicando le norme di legge e comunali ostative al richiesto rilascio.

La domanda completa delle informazioni contenute nella modulistica e nella documentazione prescritta, per la quale non sia stato comunicato il diniego entro 90 giorni dal suo ricevimento, è ritenuta accolta.

**5.** L'interessato può iniziare a svolgere l'attività:

-dopo il rilascio dell'autorizzazione e dopo l'ottenimento della concessione edilizia, ove prevista;

- decorso il termine stabilito per la formazione del silenzio-assenso senza che gli sia stato comunicato un provvedimento di diniego.

6. Ai sensi dell'articolo 22, commi 4 e 5, della Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28, l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è revocata qualora il titolare:

- a) non inizi l'attività entro un anno dalla data di rilascio, salvo proroga su richiesta motivata dell'interessato in caso di comprovata necessità dipendente da fatti non imputabili all'impresa;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- c) venga a trovarsi nelle condizioni previste dal Titolo II, articolo 5, commi 2, e del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114;
- d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria, avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi dell'articolo 22, comma 3, della Legge Regionale n. 28/99.

7. Ai fini dell'accesso ai documenti relativi all'istruttoria delle domande, si applicano le norme di cui alla Legge Regionale 30 aprile 1991, n. 10

#### **Documentazione da allegare alla domanda**

La domanda per il rilascio dell'autorizzazione all'esercizio di commercio dovrà essere presentata utilizzando l'apposito modello pubblicato nel Suppl.Ord. alla G.U.R.S. (P.I.) n.41 del 17.08.2001.

All'istanza dovrà essere allegato un progetto tecnico illustrativo contenente i seguenti elementi:

- **descrizione dell'area di insediamento;**
- **descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa;**
- **descrizione della struttura che si intende realizzare, riconvertire, ristrutturare, ampliare, con specificazione della destinazione dei singoli vani;**
- **descrizione delle aree previste per i parcheggi (secondo l'art.16 del DPRS 11.07.2000, specificando, in caso contrario, la norma in deroga prevista ed utilizzata), nonché delle aree destinate ad operazioni di carico e scarico**

**delle merci.**

Devono inoltre essere allegati (in duplice copia):

- **planimetria dei locali di vendita (in scala almeno 1:100) con legenda relativa al layout delle diverse zone di intervento (in particolare con l'indicazione della superficie di vendita e di quella destinata ad altri usi);**
- **un elaborato grafico (in scala 1:200 o 1:500) relativo alla sistemazione esterna dell'insediamento commerciale;**
- **un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate alla domanda di autorizzazione.**

Qualora la documentazione tecnica e cartografica di cui sopra risulti già totalmente o parzialmente depositata presso il Comune per altra istanza, il richiedente potrà ometterne la presentazione specificando gli estremi dai quali risulti il predetto deposito e presentando, se del caso, la parte che, richiesta, non risulti depositata.