

**TESTO COORDINATO DELLA DCR N.1253/1999 CON LE MODIFICHE INTRODOTTE DALLE DD.CC.RR .NN.344/2002 -653/2005 E DAL. N.155/2008.**

**INDICE**

1. CRITERI PER LA DEFINIZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA E DELLE TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI (ART. 4 LETT. A L.R. 14/1999)

2. ARTICOLAZIONE DEGLI INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI (L.R. 14/1999 ART. 4 LETT. B)

2.1 INDIRIZZI PER LA DEFINIZIONE DEGLI AMBITI DELLA PROGRAMMAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI

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

3. INDIRIZZI IN MATERIA DI URBANISTICA AI FINI DELL'INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DA DESTINARE AGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI IN SEDE FISSA IN RELAZIONE ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DI STRUTTURE (L.R. 14/1999 ART. 4 LETT. C)

3.1 INDIRIZZI GENERALI

3.2 METODOLOGIA PER GLI ADEMPIMENTI DEI COMUNI

4. CONDIZIONI E CRITERI CUI I COMUNI E LE PROVINCE DEVONO ATTENERSI PER L'INDIVIDUAZIONE, ATTRAVERSO GLI STRUMENTI URBANISTICI, DELLE AREE IDONEE PER LA LOCALIZZAZIONE DI STRUTTURE DI VENDITA (L.R. 14/1999 ART. 4 LETT. C e D)

4.1 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DEGLI ESERCIZI DI VICINATO

4.2 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

4.3 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

5. REQUISITI URBANISTICI PER LA REALIZZAZIONE DELLE STRUTTURE COMMERCIALI

5.1 STANDARD URBANISTICI, CRITERI PER INCENTIVARE L'AMMODERNAMENTO E LA RIQUALIFICAZIONE DELLE STRUTTURE DI VENDITA ESISTENTI (L.R.14/99 ART. 4 LETT. E - F)

5.2 DOTAZIONI DI PARCHEGGI PERTINENZIALI E DI AREE PER IL CARICO E SCARICO MERCI

5.3 ACCESSIBILITA'

## **1. CRITERI PER LA DEFINIZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA E DELLE TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI - ART. 4, LETTERA A), L.R. N. 14/1999**

1.1 I Comuni e le Province, nei propri strumenti di pianificazione e nei regolamenti, articolano le indicazioni e le norme relative alle attività di commercio al dettaglio in sede fissa con riferimento alle tipologie di esercizi commerciali e ai due settori merceologici definiti nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, nonché alle specificazioni definite nel presente provvedimento.

1.2 I due settori merceologici sono i seguenti:

- a) vendita di prodotti alimentari;
- b) vendita di prodotti non alimentari.

1.3 Le tipologie fondamentali di esercizi commerciali, in termini di classi dimensionali, sono le seguenti:

a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore ai 10.000 abitanti, e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore ai 10.000 abitanti;

b) medie strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

c) grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita.

1.4 I Comuni articolano, ai fini dell'adeguamento dei propri strumenti urbanistici generali ed attuativi, le norme relative alle medie e grandi strutture di vendita di cui al precedente punto 1.3 in relazione ai due settori merceologici e alla seguente ulteriore specificazione in classi dimensionali:

a) medio-piccole strutture di vendita: gli esercizi e i centri commerciali così come definiti nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 aventi superficie di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 800 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

b) medio-grandi strutture di vendita: gli esercizi e i centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 800 mq. fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti, e gli esercizi e centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq. fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

L'individuazione delle aree per medie strutture di vendita di dimensioni superiori a 1,5 ettari di superficie territoriale e quindi tale da consentire la concentrazione di più strutture di vendita, anche attraverso fasi successive di accrescimento, e comunque quando consentano l'insediamento di medie superfici per una superficie di vendita complessiva superiore a 5000 mq., deve avvenire nell'ambito del Piano territoriale di coordinamento provinciale (PTCP) o di apposita variante allo stesso, al fine di una valutazione congiunta degli effetti cumulativi che tali scelte urbanistiche possono produrre sui differenti sistemi (viabilità e traffico, impermeabilizzazione dei suoli, adeguamento delle infrastrutture, ecc.). (2) Il PTCP può individuare le modalità di attuazione di tali strutture. (2)

Qualora detta previsione sia contenuta in una variante specifica del PTCP, essa, in quanto coinvolge aspetti rilevanti per l'insieme dei comuni appartenenti al medesimo ambito territoriale sovracomunale, definito dalla Provincia ai sensi dell'art. 3, comma 5, della L.R. n. 14 del 1999, dovrà essere approvata d'intesa con i Comuni dell'ambito. (2)

Poiché la realizzazione, anche se per parti, deve avvenire nell'ambito di un Piano urbanistico unitario (Piano Attuativo), la superficie di vendita complessiva delle medie superfici prevista nel progetto urbanistico costituisce riferimento ai fini dell'applicazione delle norme specifiche sugli standard urbanistici e sulle dotazioni di parcheggi pertinenziali e di aree per il carico e scarico merci di cui ai punti 5.1 e 5.2. (2)

L'area deve inoltre complessivamente risultare dotata di una efficace accessibilità, che tenga conto del dimensionamento complessivo, tale da minimizzare l'impatto sul sistema viario, da valutare anche sulla base di apposito studio di viabilità. (2) A tal fine trovano applicazione i requisiti di accessibilità previsti al punto 5.3, con riferimento alla superficie di vendita complessiva risultante dal progetto unitario. (2) Viceversa le procedure autorizzative saranno riferite agli interventi realizzativi delle singole strutture di vendita; (2)

c) grandi strutture di vendita di livello superiore: le grandi strutture di vendita alimentari di almeno 4.500 mq. di superficie di vendita e le grandi strutture non alimentari di almeno 10.000 mq. di superficie di vendita.

Al fine dell'applicazione degli standard, nel caso di esercizi che vendono prodotti alimentari e non alimentari si applicano le norme riferite agli esercizi del settore alimentare, salvo che la superficie di vendita riservata al settore alimentare risulti inferiore al 3% di quella complessiva.

1.5 Per popolazione residente si intende quella risultante dal dato anagrafico riferito al 31 dicembre dell'anno precedente.

1.6 Per superficie di vendita di un esercizio commerciale si intende, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. n. 114/1998, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita.

Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi per i quali non è previsto l'ingresso dei clienti, nonché gli spazi di "avancassa" purché non adibiti all'esposizione di merci.

La superficie di vendita degli esercizi commerciali che hanno ad oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti non immediatamente amovibili e a consegna differita (concessionarie auto e relativi accessori (4), rivendite di legnami, di materiali per l'edilizia e di mobili) è computata nella misura di 1/10 della superficie di vendita quando questa non sia superiore a 1500 mq. (nei Comuni con popolazione fino a 10.000 abitanti) e a 2500 mq. (nei restanti Comuni). (1) Per superfici eccedenti le succitate dimensioni la superficie di vendita è computata nella misura di 1/10 fino ai predetti limiti e di 1/4 per la parte eccedente. (1) Ai fini e per gli effetti di quanto sopra disposto, è obbligatoria la sottoscrizione di un atto d'impegno d'obbligo tra Comune e operatore commerciale, che costituisce integrazione alla comunicazione di cui all'art. 7 del D.Lgs. n. 114/1998. (1) Con il suddetto atto l'operatore s'impegna a non introdurre e/o vendere merci diverse da quelle sopra tassativamente indicate e a comunicare preventivamente al Comune competente per territorio qualsiasi variazione intenda apportare alle merceologie commercializzate. (1)

Nei punti di vendita nei quali è possibile esercitare congiuntamente le attività di commercio all'ingrosso e al dettaglio - esclusivamente per la vendita dei prodotti elencati all'art. 19 bis della legge regionale n. 14 del 1999 come modificata dalla legge regionale n. 6 del 2007 - la superficie di vendita al dettaglio è computata nella misura di almeno il 50% della superficie lorda complessivamente utilizzata per la vendita all'ingrosso e al dettaglio quando questa non sia superiore a 3.000 mq., nei Comuni con popolazione fino a 10.000 abitanti, e a 5.000 mq. nei restanti Comuni. (4)

La parte di superficie eccedente le succitate dimensioni viene considerata esclusivamente come superficie per la vendita al dettaglio. (4)

Ai fini e per gli effetti di quanto sopra disposto è obbligatoria la sottoscrizione di un atto d'impegno d'obbligo da parte dell'operatore con cui il medesimo si impegna a non introdurre e vendere merci diverse da quelle tassativamente indicate o a comunicare preventivamente al Comune competente per territorio qualsiasi variazione intenda apportare alle merceologie commercializzate. (4)

1.7 Si definisce centro commerciale una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.). Deve essere considerata unitariamente, ai fini dell'individuazione delle norme sulle procedure autorizzative e delle prescrizioni e requisiti urbanistici, l'aggregazione di più esercizi commerciali, anche se collocati in unità edilizie distinte, purché situate in un lotto unitario e dotate di collegamenti funzionali ed, in ogni caso, quando gli esercizi siano collocati in unità edilizie fisicamente accostate. (2) Nell'ambito dei centri commerciali si definiscono:

- centri commerciali di vicinato quelli nei quali gli esercizi, considerati singolarmente, rientrano nella dimensione degli esercizi di vicinato, salvo l'eventuale presenza di una medio-piccola struttura;

- centri commerciali d'attrazione gli altri, suddivisi in:

- attrazione di livello superiore se comprensivi di grandi strutture alimentari di livello superiore, di cui al punto 1.3<sup>1</sup>, lettera c), e comunque di medie o grandi strutture alimentari le cui superfici di vendita complessivamente superano i 4.500 mq. o di grandi strutture non alimentari di livello superiore, di cui al punto 1.3<sup>2</sup>, lettera c), e comunque di medie o grandi strutture non alimentari le cui superfici di vendita superino complessivamente i 10.000 mq.;

- attrazione di livello inferiore se comprensivi di medie strutture e/o di grandi strutture le cui superfici risultano complessivamente inferiori ai limiti di 4.500 mq. di superficie di vendita per le strutture alimentari e di 10.000 mq. per le strutture non alimentari e con superficie territoriale non superiore a 5 ettari.

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

Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie di vendita pari alla loro superficie di vendita complessiva;

---

<sup>1</sup> Leggasi 1.4 (Nota redazionale a cura del Servizio Programmazione della distribuzione commerciale)

<sup>2</sup> Leggasi 1.4 (Nota redazionale a cura del Servizio Programmazione della distribuzione commerciale)

analoga equiparazione è stabilita per quanto riguarda gli indirizzi, direttive e requisiti urbanistici, salvo diverse specifiche disposizioni contenute nei punti successivi.

I "complessi commerciali di vicinato" o "gallerie commerciali di vicinato" sono formati da un'aggregazione di esercizi di vendita nell'ambito di una o più unità edilizie esistenti destinate anche ad altre funzioni non commerciali, costituita da più esercizi di vicinato, eventualmente con la presenza anche di medio-piccole strutture di vendita, e da esercizi paracommerciali e ricreativi con accessi separati ancorché collocati in contenitori contigui e caratterizzati da attrattività unitaria per gli utenti. (3)

Nell'ambito di tali complessi è consentita, nei comuni con meno di 10.000 abitanti, la presenza anche di una media struttura di vendita fino a 1.500 mq. (3)

La realizzazione di tali complessi commerciali di vicinato o gallerie commerciali di vicinato è ammessa solo nell'ambito di interventi di recupero del patrimonio edilizio esistente con opere di manutenzione straordinaria, ristrutturazione edilizia, restauro e risanamento conservativo, anche nell'ambito di piani di recupero e di programmi di riqualificazione. (3)

Per tali "complessi" o "gallerie" non trova applicazione la disciplina dei centri commerciali se realizzati all'interno della zona A come individuata dai Piani regolatori generali. (3) Per gli stessi non si considera quindi la superficie di vendita complessiva: sia le procedure autorizzative, sia le prescrizioni e i requisiti urbanistici di cui ai punti successivi si applicano con riferimento ai singoli esercizi. (3)

Nel caso di "complessi" e di "gallerie", aventi le caratteristiche sopra descritte, realizzati in unità edilizie esistenti, al di fuori della zona A, purché non si superi la superficie di vendita complessiva di 2.500 mq. nei comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti e di 3.500 mq. nei rimanenti comuni, viene considerata la superficie di vendita complessiva ai soli fini dell'applicazione delle norme specifiche sugli standard urbanistici e sulle dotazioni di parcheggi pertinenziali e di aree per il carico e scarico merci di cui ai punti 5.1 e 5.2. (3)

1.8 Negli strumenti urbanistici e ai fini dei presenti indirizzi si definisce area commerciale integrata un'area di norma interessante almeno due ettari di superficie territoriale, specialmente dedicata al commercio, all'interno della quale esista o venga progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari. L'area commerciale integrata deve comprendere più strutture di medie e/o grandi dimensioni in conformità alla pianificazione comunale e provinciale per tali strutture. (3) Essa è configurabile come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco per ragazzi e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi. Dal punto di vista della collocazione urbanistica, dell'organizzazione insediativa, dell'accessibilità e degli effetti sul territorio queste zone sono da considerare unitariamente nell'ambito di un piano urbanistico attuativo; poiché la realizzazione, anche se per parti, deve avvenire nell'ambito di un piano urbanistico unitario (Piano Attuativo), la superficie di vendita complessiva delle medie e grandi strutture di vendita deve essere prevista nel progetto urbanistico e costituisce riferimento ai fini dell'applicazione delle norme specifiche sugli standard urbanistici e sulle dotazioni di parcheggi pertinenziali e di aree per il carico e scarico merci di cui ai punti 5.1 e 5.2. (3)

L'area commerciale integrata deve inoltre risultare complessivamente dotata di una efficace accessibilità, che tenga conto del dimensionamento complessivo, tale da minimizzare l'impatto sul sistema viario, da valutare anche sulla base di apposito studio di viabilità. (3) A tal fine trovano

applicazione i requisiti di accessibilità previsti al punto 5.3, con riferimento alla superficie di vendita complessiva risultante dal progetto unitario. (3)

Viceversa le procedure autorizzative saranno riferite agli interventi realizzativi delle singole unità edilizie. (3)

Deve essere considerata comunque unitariamente e quindi grande struttura di vendita l'aggregazione di più esercizi commerciali, che superi i limiti dei 1500 mq. di SV nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e i 2.500 mq. di SV nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti, collocati in unità edilizie fisicamente accostate. (3)

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

Si definisce di livello superiore l'area commerciale integrata che comprende più strutture di cui almeno una grande struttura di livello superiore alimentare o non alimentare, e comunque qualora superi la superficie territoriale di 5 ettari.

Tali aree sono definite poli funzionali in quanto costituite da parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale e a forte attrattività e pertanto sottoposte alle procedure di programmazione e di intervento individuate nella normativa regionale in materia di pianificazione territoriale e di programmazione urbanistica.

## **2 ARTICOLAZIONE DEGLI INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI - L.R. N. 14/1999, ART. 4, LETTERA B)**

### **2.1 INDIRIZZI PER LA DEFINIZIONE DEGLI AMBITI DELLA PROGRAMMAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI**

2.1.1 Al fine di realizzare la pianificazione territoriale urbanistica degli insediamenti delle attività commerciali, come stabilito agli articoli 5 e 6 della L.R. n. 14/1999, nonché di procedere alle valutazioni previste dall'art. 7 della medesima, le Province e i Comuni tengono conto delle caratteristiche dei diversi ambiti territoriali come definiti dalla normativa regionale di pianificazione territoriale ed urbanistica e dagli strumenti urbanistici comunali con riferimento alle tendenze evolutive socio-economiche, insediative e dell'assetto strutturale della rete distributiva.

In particolare i Piani territoriali di coordinamento provinciale (PTCP) - e, in fase di prima attuazione, la Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L.R. n. 14/1999 - provvedono alla individuazione delle aree metropolitane omogenee, come successivamente definite al punto 2.2.4, e delle aree sovracomunali di cui alle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs. n. 114/1998 e delle aree montane, rurali e di minore consistenza demografica di cui all'art. 9 della L.R. n. 14/1999.

2.1.2 Le Province o la Conferenza dei servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.R. n. 14/1999, per l'individuazione degli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale, tengono conto in primo luogo dell'assetto e della gerarchizzazione del sistema insediativo e delle aree sovracomunali di gravitazione determinate dall'assetto delle reti dei servizi e delle reti infrastrutturali; a questo riguardo costituisce riferimento la definizione delle "città regionali" e dei "centri ordinatori" come definiti dal Piano territoriale regionale e dai Piani territoriali di coordinamento provinciale vigenti. In secondo luogo tengono conto di eventuali specifiche connotazioni delle gravitazioni commerciali evidenziate da analisi sulla mobilità e sulle abitudini di acquisto.

2.1.3 Le Province, con i PTCP o la Conferenza dei servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.R. n. 14/1999, articolano le proprie previsioni individuando di norma:

a) gli eventuali ambiti territoriali idonei alla collocazione delle aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale, ovvero i poli funzionali programmati in relazione alla capacità di sopportare forte attrazione di mobilità, idonei alla localizzazione di centri commerciali di livello superiore, come definiti al punto 1.7, e di aree commerciali integrate di livello superiore, come definite al punto 1.8;

b) le aree sovracomunali configurabili come bacino di utenza per gli insediamenti commerciali e per le eventuali restanti grandi strutture di vendita, centri commerciali e aree commerciali integrate, considerando l'intero territorio provinciale e individuando in prima approssimazione, un bacino di utenza per ciascuno dei centri urbani riconosciuti come "città regionali" o "centri ordinatori";

c) eventuali sub-partizioni delle aree sovracomunali di cui alla lettera precedente, qualora, in relazione alle caratteristiche orografiche e infrastrutturali del territorio, si configurino come specifici bacini di utenza per strutture di vendita di medio-grandi dimensioni di cui al precedente punto 1.4 che sono di più limitata attrazione sovracomunale.

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

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

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

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

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

a) incentivare processi di qualificazione di area volti a migliorare la vivibilità dei luoghi di aggregazione e l'efficacia dell'attività delle imprese;

b) programmare lo sviluppo e la qualificazione del piccolo commercio di vicinato alimentare e non alimentare puntando a potenziarne l'integrazione e la concentrazione, favorendo la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di controllo dei cambi d'uso;

c) potenziare la gamma dei servizi culturali, artigianali, di ritrovo, ristoro e svago, quali ulteriori componenti dell'attrattività dell'area;

d) qualificare la presenza del commercio su aree pubbliche;

e) prevedere l'inserimento di medie strutture, centri commerciali di vicinato e complessi commerciali di vicinato di norma nell'ambito di programmi di riqualificazione urbana o altri piani urbanistici attuativi o attraverso progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.R. n. 14/1999, secondo modalità e in localizzazioni che siano sinergiche con la rete preesistente;

f) favorire l'accessibilità dell'area con i mezzi pubblici e comunque secondo modalità compatibili con la struttura insediativa;

g) nei centri storici e nelle aree urbane centrali può essere previsto di norma l'insediamento di centri commerciali di vicinato o di complessi commerciali di vicinato evitando l'insediamento di grandi strutture di vendita di livello superiore e centri commerciali d'attrazione.

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

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

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

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

a) integrare e completare la gamma dei servizi lungo gli assi commerciali esistenti;

b) prevedere la presenza di medie strutture di vendita e di complessi commerciali di vicinato, come definiti al punto 1.7, privilegiando le azioni di razionalizzazione di medie strutture di vendita esistenti e dei complessi commerciali di vicinato, e favorendo operazioni di ammodernamento delle strutture esistenti;

c) prevedere nuovi insediamenti privilegiando le operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di insediamenti dismessi anche per l'incremento e diversificazione dell'offerta commerciale, laddove ciò possa avere effetti sinergici di rafforzamento di assi o nuclei commerciali preesistenti;

d) migliorare l'assetto e l'arredo di piazze, slarghi, isole pedonali, ovvero creare nuove aree qualificate di aggregazione urbana e per il commercio su aree pubbliche.

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

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



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

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

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

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

### **3. INDIRIZZI IN MATERIA DI URBANISTICA AI FINI DELL'INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DA DESTINARE AGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI IN SEDE FISSA IN RELAZIONE ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DI STRUTTURE - L.R. N. 14/1999, ART. 4, LETTERA C)**

#### **3.1 INDIRIZZI GENERALI**

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

3.1.2 La Conferenza dei servizi convocata dalla Provincia, nella fase di prima attuazione, e i PTCP, nella fase a regime, secondo quanto previsto dagli articoli 5 e 7 della L.R. n. 14/1999 provvedono a valutare e ad individuare le aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione

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

### 3.2 METODOLOGIA PER GLI ADEMPIMENTI DEI COMUNI

3.2.1 I Comuni, entro sei mesi dall'emanazione dei presenti criteri, valutano la conformità dei propri strumenti urbanistici generali e attuativi ai medesimi, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 6 della L.R. n. 14/1999.

3.2.2 Le indicazioni metodologiche per le operazioni da compiersi da parte dei Comuni sono le seguenti:

a) un'analisi della rete commerciale in essere, costituita quanto meno dalla localizzazione e consistenza di ciascuna media o grande struttura di vendita e dalla localizzazione delle aree o assi o fronti ove si concentra il commercio di vicinato;

b) la valutazione del dimensionamento, anche in termini di raffronto con i dati disponibili a livello provinciale e regionale, in riferimento: alla popolazione residente e/o gravitante, alle scelte urbanistiche generali del Comune in materia di sviluppo insediativo, e alle tendenze socio-demografiche, con particolare riferimento alle esigenze che emergono dalle mutazioni della struttura familiare e delle classi di età della popolazione;

c) una valutazione dell'efficacia della dislocazione attuale della rete delle strutture di vendita rispetto all'accessibilità (veicolare, ciclabile, pedonale, con i mezzi pubblici) da parte dell'utenza, ivi compresi i portatori di handicap;

d) un'analisi delle previsioni del PRG vigente, consistente nella mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento;

e) la individuazione delle aree urbane centrali di cui al punto 2.2.2;

f) la formulazione degli orientamenti dell'Amministrazione riguardo all'evoluzione della rete stessa nelle diverse parti del territorio, con particolare riferimento alle aree commerciali consolidate, agli esercizi di vicinato, alle possibilità di insediamento di medie strutture di vendita, e alle eventuali aree suscettibili di ospitare grandi strutture di vendita;

g) la riformulazione delle norme dello strumento urbanistico generale riguardanti i tipi d'uso commerciali e relativi standard e requisiti di insediamento, per adeguarla alla casistica di tipologie, di merceologie, di forme di aggregazione di cui al punto 1 e agli indirizzi, direttive e requisiti di insediamento previsti nei restanti punti del presente provvedimento;

h) la riformulazione delle norme urbanistiche relative alle zone di possibile insediamento di attività commerciali per adeguarle agli orientamenti dell'Amministrazione di cui alla precedente lettera f) e agli indirizzi, direttive e requisiti del presente provvedimento;

i) l'eventuale individuazione di nuove opportunità urbanistiche ove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciali.

3.2.3 In linea di indirizzo, nello strumento urbanistico generale, il commercio di vicinato sarà considerato una delle destinazioni d'uso ammesse, insieme ad altre, nelle zone prevalentemente

residenziali e miste e, in particolare, negli ambiti urbani consolidati e negli ambiti da riqualificare; le medie strutture, in particolare le medio-piccole, saranno di norma una delle destinazioni ammesse nelle zone urbane a carattere misto, consolidate o da riqualificare, ma possono anche essere individuate in zone per nuovi insediamenti e in zone specialistiche, ovvero nei poli funzionali. Le grandi strutture di vendita saranno di norma collocate o realizzabili nei poli funzionali di tipo specialistico.

3.2.4 In particolare le grandi strutture di vendita di livello superiore, di cui al punto 1.4, lettera c), i centri commerciali di livello superiore, di cui al punto 1.7 e le aree commerciali integrate con superficie territoriale superiore a 5 ettari devono sempre essere collocate in zone specialistiche ovvero in poli funzionali.

3.2.5 Qualora i Comuni ritengano di procedere ai sensi del comma 2 dell'art. 6 della L.R. n. 14/1999 adottano i provvedimenti prescelti in variante allo strumento urbanistico generale vigente per introdurre le modifiche normative ed eventualmente cartografiche necessarie. La relazione illustrativa del o dei provvedimenti comprende i contenuti di cui alle lettere a), b), c), d), e), f), del precedente comma 3.2.2.

3.2.6 Qualora il Comune ritenga di procedere ai sensi del comma 3 dell'art. 6 della L.R. n. 14/1999 è tenuto a predisporre, ai fini della preparazione della Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della medesima legge:

- una relazione illustrativa con i medesimi contenuti di cui sopra;

- il testo delle modifiche o integrazioni alla normativa dello strumento urbanistico proposto alla Conferenza.

3.2.7 I Comuni, ai sensi di quanto fissato al comma 5 dell'art. 6 del D.Lgs. n. 114/1998, entro 6 mesi dall'emanazione dei presenti criteri adottano inoltre:

- a) una delibera che, sulla base degli indirizzi generali di cui all'art. 2 della L.R. n. 14/1999, e dei presenti criteri, fissa i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di medie strutture di vendita, secondo le metodologie di cui al punto 3.2. I Comuni dovranno procedere ad una verifica periodica degli standard di servizio raggiunto dalla rete distributiva;

- b) le modifiche regolamentari per introdurre le norme sul procedimento per il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento o all'ampliamento di medie strutture di vendita.

I Comuni, inoltre, ai sensi degli articoli 8 e 10 della L.R. n. 14/1999, adottano, entro lo stesso termine e in fase di prima applicazione, appositi atti contenenti:

- a) l'individuazione delle aree in cui promuovere i progetti di valorizzazione commerciale, anche ai sensi di quanto specificatamente previsto al comma 9 dell'art. 8;

- b) la perimetrazione e regolamentazione di specifiche aree o complessi di immobili in centri storici;

- c) la classificazione delle botteghe storiche.

#### **4. CONDIZIONI E CRITERI CUI I COMUNI E LE PROVINCE DEVONO ATTENERSI PER L'INDIVIDUAZIONE, ATTRAVERSO GLI STRUMENTI URBANISTICI, DELLE AREE IDONEE PER LA LOCALIZZAZIONE DI STRUTTURE DI VENDITA - L.R. N. 14/1999, ART. 4, LETTERE C) E D)**

##### **4.1 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DEGLI ESERCIZI DI VICINATO**

4.1.1 I Comuni, attraverso la propria strumentazione urbanistica, prevedono prioritariamente la possibilità di insediamento di esercizi di vicinato negli ambiti urbani a funzione residenziale o mista, come precisato al punto 3.2.3.

4.1.2 I Comuni non prevedono, di norma, la possibilità di insediamento di nuovi esercizi di vicinato:

- nelle aree produttive ecologicamente attrezzate ovvero nelle aree industriali di maggiore rilevanza e impatto ambientale;

- in fregio alla viabilità urbana principale di scorrimento come definita dallo strumento urbanistico generale o dal piano urbano del traffico (PUT) ai sensi del Codice della Strada;

- nelle zone rurali, al di fuori dei nuclei abitati.

I Comuni possono tuttavia definire nella disciplina urbanistica condizioni di ammissibilità di nuovi esercizi di vicinato anche nelle situazioni suddette.

##### **4.2 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

4.2.1 Nel definire la disciplina urbanistica e i criteri per il rilascio di nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita i Comuni privilegiano l'obiettivo primario del rafforzamento del ruolo commerciale dei centri storici e delle aree di consolidata presenza di servizi commerciali.

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

4.2.3 I Comuni individuano nell'ambito dello strumento urbanistico generale le zone o comparti nei quali si ritenga ammissibile ed idoneo l'insediamento di medie strutture di vendita, in coerenza con le altre scelte dello stesso strumento urbanistico, con le eventuali previsioni del PUT ove vigente, con le indicazioni della zonizzazione acustica di cui alla legge n. 447/1995, con gli obiettivi dei Programmi di riqualificazione urbana di cui alla L.R. 3 luglio 1998, n. 19 ove approvati o previsti, osservando i seguenti criteri:

- a) al fine di evitare la diffusione di esercizi isolati e di localizzazioni incongrue, non sono insediabili di norma medie strutture di vendita, fatte salve quelle eventualmente preesistenti, nel territorio extraurbano;

- b) in relazione alla zonizzazione acustica, non sono insediabili medie strutture di vendita nelle zone classificate nelle classi I e II, mentre per le altre zone acustiche dovrà essere valutata la compatibilità, ponendo specifici limiti in relazione ai caratteri della classe stessa;

- c) le nuove medie strutture di vendita sono insediabili prioritariamente:

- nell'ambito o in contiguità di aree di consolidata presenza di servizi commerciali, con funzione di rafforzamento dell'attrattività dell'area stessa, e in particolare nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.R. n. 14/1999 specie qualora si tratti di strutture di vendita di prodotti alimentari;

- lungo gli assi della viabilità urbana principale (di scorrimento e di quartiere), così come definita dallo strumento urbanistico generale o dal PUT;

d) nell'individuazione delle possibilità di insediamento delle medio-grandi strutture di vendita, i Comuni sono tenuti a considerare le eventuali influenze sovracomunali, con riferimento alle aree configurabili come unico bacino di utenza, definite dalle Province ai sensi del precedente punto 2, e a valutare i possibili impatti dei nuovi insediamenti commerciali sull'ambiente, sulla mobilità e sulla rete dei servizi pubblici e privati preesistente; in particolare devono essere considerati gli effetti del traffico indotto sulla rete stradale in relazione al tipo di accessibilità previsto, alle caratteristiche geometriche delle sedi stradali e al loro stato di congestione;

e) l'insediamento di medio-grandi strutture di vendita, di cui al precedente punto 1.4, anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti, può essere consentito solo:

- in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo;

- previa approvazione di un piano urbanistico attuativo, anche al fine di prevedere nella convenzione gli impegni relativi alle opere di mitigazione ambientale e/o di miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie;

- oppure nel caso che sia previsto nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.R. n. 14/1999.

#### 4.3 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

4.3.1 I Comuni e le Province, nell'adeguamento dei rispettivi strumenti di pianificazione ai sensi degli articoli 5 e 6 della L.R. n. 14/1999 si attengono ai seguenti criteri:

a) nel definire gli ambiti territoriali, da parte delle Province, e le zone urbanistiche, da parte dei Comuni, ove sia possibile insediare nuove grandi strutture di vendita devono essere valutati i possibili impatti dei nuovi insediamenti sull'ambiente, sulla mobilità e sulla rete dei servizi pubblici e privati preesistente; in particolare devono essere considerati gli effetti del traffico indotto sulla rete stradale in relazione al tipo di accessibilità previsto, alle caratteristiche geometriche delle sedi stradali e al loro stato di congestione, avendo riguardo al fatto che i progetti a corredo delle domande per grandi strutture dovranno contenere idonee simulazioni dei prevedibili flussi generati/attratti nelle ore di punta dalle strutture commerciali, al fine di verificare la compatibilità degli stessi con le densità veicolari ordinarie sulla viabilità esistente e l'efficacia delle soluzioni proposte. Le specifiche indicazioni riferite ai parametri di valutazione saranno contenute nell'atto di cui all'art. 3, comma 2, lettera b), della L.R. n. 14/1999;

b) l'insediamento di grandi strutture di vendita e di aree commerciali integrate, anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti, può essere consentito solo:

- in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo che contempli specificamente tale insediamento;

- previa approvazione di un piano urbanistico attuativo preventivo, anche al fine di prevedere nella convenzione gli impegni relativi alle opere di mitigazione ambientale e/o miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie;

c) l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di livello superiore di cui al punto 1.4, lettera c), può essere previsto esclusivamente in poli funzionali, in ambiti configurabili come aree commerciali integrate di cui al precedente punto 1.8;

d) per l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti alimentari o centri commerciali comprendenti grandi superfici alimentari, a parità di altre condizioni sono da preferirsi le localizzazioni nelle quali è più elevata la quantità di popolazione residente rispetto al bacino d'utenza e dotate di una efficace accessibilità tale da minimizzare l'impatto sul sistema viario;

e) l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari potrà essere previsto:

- in ambiti a destinazione specialistica, o comunque in aree specificamente destinate dai piani urbanistici ad ospitare più strutture commerciali, dotate di un sistema integrato di accessi e di parcheggi;

- in ambiti nei quali si siano formate nel tempo aggregazioni di grandi o medie strutture commerciali, anche non adeguatamente attrezzate ed integrate, e nei quali l'insediamento di ulteriori strutture possa consentire e assicurare la razionalizzazione e il miglioramento del sistema di accessi e dei parcheggi;

- in aree già insediate, nelle quali si verifichi la dismissione delle precedenti funzioni, che possano essere validamente destinate a funzioni anche commerciali.

## **5. REQUISITI URBANISTICI PER LA REALIZZAZIONE DELLE STRUTTURE COMMERCIALI**

### **5.1 STANDARD URBANISTICI, CRITERI PER INCENTIVARE L'AMMODERNAMENTO E LA RIQUALIFICAZIONE DELLE STRUTTURE DI VENDITA ESISTENTI - L.R. N. 14/1999, ART. 4, LETTERE E) - F)**

5.1.1 In materia di aree da cedere ad uso pubblico per standard urbanistici, fino all'approvazione di una riforma della legge regionale sulla tutela e uso del territorio si applicano le norme della L.R. n. 47/1978 e successive modificazioni e integrazioni, con le seguenti precisazioni:

a) agli esercizi di vicinato e ricompresi in ambiti prevalentemente residenziali sono applicabili le norme sugli standard relative agli insediamenti residenziali;

b) alle medie e grandi strutture commerciali, ancorché inserite in ambiti comprendenti altre funzioni, si applicano sempre le norme specifiche sugli standard relative agli insediamenti commerciali;

c) nel caso di medie o grandi strutture di vendita collocate fuori o ai margini dei centri abitati in posizione tale per cui le aree da cedere ad uso pubblico non siano di fatto utilizzabili dalla popolazione residente nella zona circostante, né siano utilizzabili come parcheggi scambiatori per

l'accesso al centro urbano con mezzi collettivi, i Comuni possono stabilire nella convenzione la gestione privata delle stesse a cura del gestore della struttura commerciale.

5.1.2 Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione e al consolidamento della rete preesistente, i Comuni possono prevedere la "monetizzazione" parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di aree per parcheggi pubblici e verde pubblico, nel rispetto dei limiti e condizioni definite dalla legislazione regionale in materia, nei seguenti casi:

a) nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.R. n. 14/1999 qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga prevalentemente a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purché gli interventi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e all'ampliamento di edifici preesistenti. Le dotazioni di cui al punto precedente sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;

c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali di vicinato, purché nell'ambito dei centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti;

d) nel caso di formazione di medio-piccole strutture di vendita, purché nell'ambito dei centri storici e delle zone a traffico limitato, anche se localizzate fuori dai centri storici. (2)

5.1.3 Le risorse finanziarie in tal modo acquisite dai Comuni sono riservate al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili e al reperimento e alla realizzazione di parcheggi pubblici e verde pubblico nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'intervento.

## 5.2 DOTAZIONI DI PARCHEGGI PERTINENZIALI E DI AREE PER IL CARICO E SCARICO MERCI

### 5.2.1 Parcheggi pertinenziali di uso comune: definizione e misure.

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

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

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

### 5.2.2 Localizzazione e organizzazione dei parcheggi pertinenziali di uso comune

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

I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nella stessa unità edilizia che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale, purché permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiede, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dai parcheggi pubblici e dalle aree a verde pubblico di cui al precedente punto 5.1, senza sovrapposizioni.

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

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

In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso, e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

### 5.2.3 Caratteristiche tipologiche dei parcheggi pertinenziali

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

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

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

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

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

a) esercizi di vicinato: va richiesta di norma la medesima dotazione, in termini quantitativi, che è richiesta per la funzione residenziale, fermo restando che si deve trattare di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela;

b) medie e grandi strutture di vendita di prodotti alimentari:

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita o frazione;

- per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita o frazione;

- per esercizi da 800 fino a 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 13 mq. di superficie di vendita o frazione;



- per esercizi con oltre 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 8 mq. di superficie di vendita o frazione;

c) medie e grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari:

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 40 mq. di superficie di vendita o frazione;

- per esercizi da 400 mq. fino a 800 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 25 mq. di superficie di vendita o frazione;

- per esercizi da 800 mq. fino a 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 20 mq. di superficie di vendita o frazione;

- per esercizi con oltre 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 16 mq. di superficie di vendita o frazione;

d) centri commerciali: la dotazione richiesta è pari a quella che risulta considerando la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti alimentari, separatamente, la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti non alimentari, ed applicando a tali somme le dotazioni richieste ai sensi delle precedenti lettere b) e c).

Nel caso di centri commerciali, complessi commerciali di vicinato o aree commerciali integrate, alle dotazioni richieste di parcheggi pertinenziali relativi alle attività commerciali si sommano le dotazioni relative alle altre eventuali funzioni presenti o previste (pubblici esercizi, attività terziarie, attività ricreative, ecc.) nella misura prescritta dallo strumento urbanistico generale.

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

#### 5.2.5 Casi di possibile riduzione delle dotazioni

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

a) nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.R. n. 14/1999 qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purché gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio d'uso. Le dotazioni di cui al precedente punto 5.2.4 sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata, e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;

c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali in cui non siano compresi esercizi che superano la dimensione degli esercizi di vicinato, purché nell'ambito dei

centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.

d) nel caso di formazione di medio-piccole strutture di vendita, purché nell'ambito dei centri storici e delle zone a traffico limitato, anche se localizzate fuori dai centri storici. (2)

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

#### 5.2.6 Posti per motocicli e biciclette

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

#### 5.2.7 Aree per il carico e lo scarico delle merci

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

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

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

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

### 5.3 ACCESSIBILITÀ

5.3.1 Per la localizzazione di medie o grandi strutture di vendita devono essere assicurati requisiti di localizzazione e di organizzazione degli accessi tali da offrire un'efficace accessibilità rispetto al bacino di utenza previsto e da minimizzare l'impatto della struttura sull'efficienza della rete stradale.

I requisiti di accessibilità sono così definiti:

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

Per ciascun requisito sono descritti gradi diversi di prestazioni da assicurare in relazione alla tipologia e alla dimensione della struttura di vendita. Il raggiungimento di prestazioni più elevate di quelle minime richieste costituisce elemento di priorità fra domande concorrenti ai sensi dell'art. 12 della L.R. n. 14/1999.

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

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione:

a1) struttura raggiungibile direttamente da una strada con le caratteristiche delle strade di tipo A o B di cui all'art. 2 del Codice della Strada o quanto meno con le caratteristiche geometriche di cui al tipo III CNR [1]

a2) struttura con accesso diretto da strada extraurbana principale con caratteristiche geometriche quanto meno pari a quelle del tipo IV CNR

a3) struttura accessibile da strada extraurbana con caratteristiche geometriche quanto meno pari a quelle del tipo V CNR

a4) struttura raggiungibile direttamente da una strada urbana di scorrimento, ossia con le caratteristiche delle strade di tipo D di cui all'art. 2 del Codice della Strada [2]

a5) struttura accessibile direttamente da una strada a cui il PUT e/o il PRG assegna il ruolo di strade urbane di quartiere.

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

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

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

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

Le prestazioni richieste possono essere riconsiderate in sede di PTCP ovvero di Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L.R. n. 14/1999 in relazione alle caratteristiche di assetto del sistema insediativo e di assetto della rete viaria.

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

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione decrescenti:

b1) collocazione a meno di 200 m. da una stazione del Servizio Ferroviario Regionale o di servizi ferroviari di bacino ad elevata frequenza;

b2) collocazione presso una fermata di servizi di trasporto urbano collettivo, in posizione tale che il parcheggio pubblico realizzato dalla struttura di vendita come standard di urbanizzazione possa svolgere funzioni di parcheggio scambiatore per il raggiungimento del centro urbano;

b3) collocazione a meno di cento metri fra l'ingresso alla struttura e una fermata di servizi di trasporto urbano o suburbano collettivo a media o elevata frequenza.

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

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

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

Le prestazioni richieste possono essere precisate in sede di PTCP ovvero di Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L.R. n. 14/1999 in relazione alle caratteristiche di assetto del sistema

insediativo e di assetto della rete di servizi di trasporto collettivo specifiche di ciascun bacino di utenza.

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

#### 5.3.4 Requisito c): innesto fra viabilità pubblica e privata.

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione decrescenti:

c1) innesto ad uso esclusivo della struttura di vendita o della area commerciale integrata, senza intersezioni a raso;

c2) innesto canalizzato ad uso esclusivo della struttura di vendita o della area commerciale integrata, con corsie di accelerazione, di decelerazione e di accumulo di lunghezza adeguata ai flussi di traffico attesi;

c3) innesto canalizzato ad uso esclusivo della struttura di vendita.

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

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

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

Per le grandi strutture di vendita e per le aree commerciali integrate il livello di prestazione richiesto può essere precisato in sede di Conferenza di servizi di cui all'art. 9 del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, in relazione al volume di traffico atteso. Per le medie strutture di vendita il livello di prestazione richiesto può essere precisato in sede di strumento urbanistico generale o di piano attuativo, anche con riferimento alla specifica localizzazione.

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

[2] Per "raggiungibile direttamente" si intende in questo caso che fra la strada di scorrimento e l'accesso ai parcheggi pertinenziali della struttura di vendita si percorre un raccordo stradale di lunghezza non superiore a 500 m. di sezione adeguata al traffico atteso.

Note

(1) aggiunto da DCR 344/2002

(2) aggiunto da DCR 653/2002

(3) così sostituito da DCR 653/2002

La DCR 653/2002 prevede che "le disposizioni previste dal presente atto non trovano applicazione nei seguenti casi:

1) in presenza di progetti di insediamenti commerciali già presentati presso le Amministrazioni comunali all'entrata in vigore della presente disposizione che pertanto concludono l'iter approvativo secondo le previgenti disposizioni;

2) in presenza di strumenti urbanistici attuativi adottati precedentemente all'entrata in vigore della presente disposizione, che contemplino la dettagliata previsione delle diverse strutture di vendita da insediare;

3) in presenza di specifiche varianti allo strumento urbanistico generale, adottate precedentemente all'entrata in vigore della presente disposizione, con previsioni di intervento edilizio diretto e con l'indicazione delle tipologie di strutture di vendita da insediare nell'area oggetto di variante;

4) in presenza di insediamenti commerciali pianificati precedentemente all'entrata in vigore della presente disposizione nell'ambito delle decisioni finali delle Conferenze dei Servizi svolte a livello provinciale, ai sensi di quanto disposto dall'art. 7 della L.R. n. 14 del 1999 o nell'ambito dei PTCP, e non ancora realizzati".

(4) aggiunto da DAL 155/2008

La DAL 155/2008 prevede che "nel caso di computo della superficie di vendita secondo le modalità indicate nel presente provvedimento non risultano applicabili le disposizioni contenute nella deliberazione del Consiglio regionale n. 344 del 2002 in materia di vendita di merci ingombranti".