



CITTA' DI RAGUSA

Settore XI

PIANIFICAZIONE E SVILUPPO ECONOMICO DEL TERRITORIO

1° SERVIZIO -Gestione piani commerciali artigianali e p.e.

PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE

Introduzione

La legge n.28/99 sul commercio rappresenta, a quasi trent'anni dall'emanazione della legge nazionale n.426 del 1971, il primo atto autonomo della Regione Siciliana in tema di commercio su aree private.

Detta legge riprende il recente Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n.114 sul settore e ne innova in maniera significativa alcune parti. La presente nota introduce alla presentazione delle direttive che esplicitano, a livello del nostro comune, i criteri e gli obiettivi di cui all'art.5 della legge.

Secondo la legge n.28 i settori merceologici ed i raggruppamenti di prodotti omogenei sono i seguenti:

Settore alimentare

- I. Tutti i prodotti alimentari nonché articoli per la pulizia della persona e della casa ed articoli in carta per la casa.

Settore non alimentare

- II. Prodotti dell'abbigliamento (articoli di vestiario confezionato di qualsiasi tipo e pregio con esclusione degli accessori e della biancheria intima), calzature.
- III. Prodotti vari (trattasi di una o più categorie merceologiche non compresi nel raggruppamento II).

Per l'insediamento di esercizi di vicinato (sono tali per il nostro Comune quelli con superfici di vendita fino a 150 mq) con i quali si intendono offrire i prodotti del settore alimentare e quelli del settore non alimentare (raggruppamenti II) occorre munirsi di autorizzazione, per quelli, invece, del settore non alimentare (raggruppamento III) è sufficiente inviare invece al Comune apposita comunicazione.

Per gli esercizi appartenenti al tipo delle medie strutture di vendita (sono tali per il nostro Comune quelli con superfici da 151 a 1000 mq) occorre, invece, l'autorizzazione, per qualsivoglia settore o Raggruppamento e così pure per gli esercizi appartenenti al tipo delle grandi strutture di vendita (ossia quelli per i quali si richiede l'esercizio dell'attività utilizzando una superficie di vendita superiore a mq. 1000).

Il principio della programmazione viene dunque riproposto pur se in altri termini rispetto al passato: con la precedente normativa occorre che l'istituendo esercizio presentasse dei locali con una determinata superficie minima (era però, questa, una misura opzionale, ancorché fosse diventata, nella prassi della programmazione comunale, una norma) e che, soprattutto, esistesse una superficie disponibile (contingente), soggetta a mutamenti, in diminuzione, in occasione naturalmente di nuovi

insediamenti - e in ragione della nuova superficie insediata - in aumento, a seguito di cessazione o revoche- in ragione delle rispettive superfici non più utilizzate .

Con la nuova legge regionale, per ottenere il rilascio dell'autorizzazione occorre rispettare determinati criteri che il Comune individua autonomamente esplicitando quelli che la legge stessa individua in maniera generale.

Per tali esercizi di vicinato, ma anche per gli altri: medie e grandi strutture, il "potere comunale" viene riaffermato forse in maniera significativamente più importante che in precedenza, non foss'altro che per le medie strutture occorrerà adottare dei criteri che dovranno essere rispettati per il rilascio delle autorizzazioni e, per le grandi, l'intervento del Comune sarà finalmente aderente alle necessità stante che l'Ente parteciperà con altri (Regione, Provincia, Camera di Commercio) alla determinazione positiva o meno in ordine al rilascio dell'autorizzazione quando invece, in precedenza, l'insediamento dipendeva da un Nulla-Osta regionale, emanato dal competente Assessorato, senza che la Regione avesse mai predisposto un piano per gli insediamenti delle grandi strutture nel territorio dell'Isola e senza che la Provincia e soprattutto il Comune interessato, ossia quello in cui l'insediamento poteva essere effettuato, venissero in qualche modo coinvolti nel processo decisionale.

Infine si ricorda che tanto per le medie che per le grandi strutture di vendita occorre indicare delle aree specialistiche all'interno del territorio comunale in cui consentire gli eventuali, relativi insediamenti. Detta indicazione costituirà variante allo strumento urbanistico vigente o adeguamento ove lo stesso sia solo adottato.

Per completare le informazioni sul rilascio delle autorizzazioni amministrative per gli esercizi di vicinato, si richiama la circostanza che i raggruppamenti I e II, precedentemente indicati, comprendono i "generi di largo e generale consumo", locuzione già utilizzata dalla legge 426 del 1971 e riguardante i generi per i quali occorreva determinare quello che abbiamo definito contingente. In verità occorreva determinare la superficie massima disponibile, ma la stessa era data da quella esistente più appunto il contingente previsto. Per le medie strutture, invece, i criteri si riferiranno a tutti i tipi di esercizi .

In conclusione, la nuova legislazione assegna indubbiamente al Comune un ruolo ed una funzione significativamente "più alti e qualificanti" di quanto non fosse con la precedente normativa per la quale il compito del Comune si esprimeva nella pura e semplice determinazione di un quantum di superficie disponibile. Non si ha dunque con la nuova legislazione la liberalizzazione di cui si è spesso impropriamente parlato. Certo, per gli esercizi di vicinato con prodotti vari non occorrerà osservare i criteri appena descritti e si procederà all'esercizio dell'attività a seguito della relativa comunicazione, sottoposta naturalmente ai previsti controlli, peraltro previsti anche per gli

insediamenti sottoposti ad autorizzazione, in ordine al rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, e igienico sanitaria, del regolamento edilizio, delle norme urbanistiche e di quelle relative alle destinazioni d'uso.

Per tutte le altre fattispecie, il principio della programmazione viene riproposto con più forza e maggiore significatività e, a tal riguardo, non è senza rilievo il fatto che la legge parli più volte e le Direttive lo confermano con la loro stessa dizione, di “programmazione urbanistico-commerciale”. Per quanto riguarda in particolare la concretizzazione di uno dei principi della programmazione, la nuova legge riprende le espressioni già utilizzate nella legislazione precedente quale quella ad esempio che occorre assicurare, per il settore dei generi di largo e generale consumo, un rapporto equilibrato tra gli insediamenti commerciali e la capacità di domanda della popolazione residente (vedi al riguardo l'art.5, comma 1, lettera b della legge), richiamando dunque alla necessità di un approccio per certi aspetti vincolistico – pur nella intelligenza delle differenti situazioni comunali – con cui occorrerà predisporre i più volte citati criteri. La preoccupazione del legislatore regionale va prevedibilmente ricercata nel fatto che il commercio siciliano presenta ancora situazioni di debolezza nell'offerta, una modesta razionalizzazione dell'apparato, difficoltà a rispondere alla sfida della grande distribuzione e, infine, si è forse inteso scoraggiare “inquinamenti” sempre possibili nel settore e, al tempo stesso, cercare di ottenere un serio e definitivo rafforzamento del settore distributivo senza il quale, per effetto di selvaggi processi di liberalizzazione e/o di prepotenza del capitale finanziario – e di alcune più o meno irresponsabili applicazioni delle cosiddette “regole” del mercato- si potrebbero minare le stesse basi per un armonico assetto economico, sociale ed urbanistico dei nostri territori.

Con la norme previste, l'attività commerciale rimane invece ancorata, anche a previsioni dipendenti da analisi e prospettive oltre che di varia natura e complessità, di sapiente prefigurazione, di una struttura cioè ben articolata e basata su un mix di offerta in cui appunto possano coesistere, piccole, medie e grandi strutture con i differenti pesi che in un regime concorrenziale le corrispondenti forze sapranno e potranno esprimere.

Il Comune di Ragusa che non presenta naturalmente i problemi di molti altri Comuni siciliani, per aver utilizzato negli anni lo strumento di programmazione commerciale predisposto sulla base della legge n.426 del 1971 pone le premesse valide e coerenti per un ulteriore e sempre più razionale assetto della distribuzione commerciale nel suo territorio. Ciò sulla base di più impegnative ricerche ed analisi, necessarie, da un lato, perché venga predisposto quello che, finalmente, la legge definisce come “piano di urbanistica commerciale”, dall'altro, per favorire le innovazioni che interessano il comparto della distribuzione commerciale.

IL SISTEMA DISTRIBUTIVO ATTUALE

ESERCIZI DI VICINATO

Settori e generi alimentari

Circoscrizione (*)	Numero Esercizi	Superfici in mq.
Ragusa Centro	124	5160
Ragusa Sud	126	7582
Ragusa Ovest	10	756
Ragusa Ibla	22	738
Marina di Ragusa	19	858
S. Giacomo	2	64
C/de	3	126
Totale	306	15484

(*) Ai fini della ricerca e dunque per ragioni territoriali, l'ambito: "Circoscrizione Sud" è stato leggermente ampliato rispetto alla delimitazione amministrativa, a scapito della "Circoscrizione Ovest": all'interno della prima sono state infatti ricomprese le Vie: Monti Iblei, dei Peloritani, delle Madonne, degli Appennini, Plebiscito e, significativamente, anche la parte di Via Veneto a partire da Via Bramante fino appunto a Via Monti Iblei.

(**) la delimitazione è stata effettuata perché i relativi insediamenti ritenuti oggettivamente estranei alla Circoscrizione amministrativa di riferimento.

a. Settore generi alimentari

Circoscrizione	Superfici in mq.
Ragusa Centro	3264
Ragusa Sud	7286
Ragusa Ovest	2426
Marina di Ragusa	1336
Ibla	--
S. Giacomo	360

14672

A. LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

b. Settore generi non alimentari (Raggruppamento II)

Circoscrizione	Superfici in mq.
Ragusa Centro	4830
Ragusa Sud	664
Ragusa Ovest	1218
Marina di Ragusa	--
S. Giacomo	--
Ibla	--
Totale	6712

c. Prodotti Vari

Circoscrizione(*)	Superfici (in mq.)
Ragusa Centro	3780
Ragusa Sud	16259
Ragusa Ovest	3737
Marina di Ragusa	1471
S. Giacomo	160
Ibla	--
Totale	25075

(*) Al fine del conteggio completo, si richiama la circostanza che alcuni esercizi, ancorché appartenenti alla circoscrizione in quanto ambito "Istituzionale- Amministrativo" sono indicati nel successivo quadro "Contrade" nei casi in cui ciò sia reso necessario per una o più aderente collocazione territoriale degli stessi.

c.1 Prodotti Vari

Contrade	Superfici (in mq.)
C.da Monachella	956
SS 115, Km 317	200
C.da Cisternazzi	280
SP 25, Km 4,7	528
Villaggio Ann.ta	175
C.da Maiorana	199
S.P. per Marina	2628
C.da Cimillà	175
Zona Ind.le	2305
C.da Musebbi	200
C.da Mugno	195
C.da Ann.ta	160
C.da Roba Nova	545
C.da Bruschè	200
Totale	8476

Confronto fra esercizi di vicinato e medie e grandi strutture

A. Settore Generi Alimentari

Circoscrizione(*)	Superfici (in mq.)	
	Esercizi	
	Di vicin.	M. e G. Strutt.
Ragusa Centro	5160	3264
Ragusa Sud	7582	7286
Ragusa Ovest	756	2426
Marina di Ragusa	858	1336
Ibla	738	---
S. Giacomo	64	360
C.de(**)	126	---
Totale	15284	14672

(*) Gli esercizi con ex tabella VIII, ove siano utilizzate esclusivamente od in maniera prevalente come esercizi di generi alimentari, sono stati inclusi all'interno della circoscrizione di riferimento. Si precisa dunque che, oltre a detti esercizi, e a qualche altro con detta tabella non incluso dunque nel presente quadro, vanno considerate altre 4 (quattro) strutture ugualmente con la tabella VIII, di cui 3 (tre) in C.da Ginestra, per una superficie pari a mq. 2668 ed 1 (una) in C.da Brusce per una superficie pari a mq. 1490.

(**) Vedi nota(*) di cui al precedente Quadro.

B. Settore Generi Non Alimentari (Raggruppamento II)

Circoscrizione(*)	Superfici (in mq.)	
	Esercizi	
	Di vicin.	M. e G. Strutt.
Ragusa Centro	5427 4830	
Ragusa Sud	3726 664	
Ragusa Ovest	309 1218	
Marina di Ragusa	770 ---	
Ragusa Ibla	114 ---	
Totale	10346	6712

B. LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

Le grandi strutture di vendita sono le seguenti e così insediate:

1(una) con una superficie pari a mq. 1210(milleduecentodieci) a Ragusa Sud. Appartiene al terzo

settore o, che è la stessa cosa, al Settore Non Alimentare(Raggruppamento III);

1(una) a Ragusa Centro; la superficie è di mq. 1495(millequattrocentonovantacinque). La superficie per la gran parte è riservata al settore dei generi alimentari e prodotti per la casa e la pulizia della persona;

1(una) sempre a Ragusa Centro, per la vendita soprattutto di generi di abbigliamento e prodotti vari: con superficie di vendita pari a mq. 1405(millequattrocentocinque);

1(una) nella Circoscrizione Ragusa Ovest, con superficie di mq. 1218, per la vendita di generi di abbigliamento;

1(una) in C.da Bruschè che, dal punto di vista “amministrativo”, appartiene alla suddetta Circoscrizione, con superficie di 1490(millequattrocentonovanta), riservata in gran parte al settore dei generi alimentari e prodotti per la casa e la pulizia della persona;

1(uno) esercizio, appartenente al terzo settore è localizzato nella Zona Industriale; presenta una superficie di mq. 1950(millenovecentocinquanta);

1(uno) lungo la S.P. Ragusa - Marina di Ragusa, del terzo settore, con una superficie pari a mq. 1473(millequattrocentosettantatre).

La spesa delle famiglie

La spesa delle famiglie per generi alimentari e bevande è stata stimata in 246 miliardi di lire, quella per abbigliamento e calzature in lire 76,4 miliardi.

Altre voci di spesa significative, che sono sostenute alcune in grande misura, altre in misura più contenuta presso la rete della distribuzione commerciale, sono le seguenti:

per arredamenti, elettrodomestici e servizi casa: 75 miliardi;

per tempo libero e cultura: 46 miliardi;

per altri beni e servizi: 88 miliardi.

(*)In lire '99.

I valori – base sono quelli ISTAT riferiti all'ambito Mezzogiorno, aumentati del 5% per quanto riguarda quelli relativi alla spesa per abbigliamento e calzature. I valori presentati sono naturalmente valori medi, ossia sono derivati dalla spesa media delle famiglie se fosse stato possibile, per una ricerca più rigorosa si sarebbero dovuti sommare i relativi valori corrispondenti. Si ritiene, in ogni caso, che lo scarto fra dati offerti e quelli reali sia statisticamente tollerabile per una corretta valutazione della rete commerciale nonché della sua produttività e redditività attuali e di quelle prevedibili per la fine del prossimo quinquennio. A tale riguardo si possono sottolineare due cose:

- A. La prima è che la spesa così come presentata per i generi alimentari e per l'abbigliamento e calzature sia quella effettivamente sostenuta presso la rete di vendita in quanto i corrispondenti livelli di attrazione e di evasione si compensano fra di loro. In particolare si richiama la circostanza che la domanda attratta è quasi corrispondente a quella che si rivolge presso il commercio su aree pubbliche e l'altra che la spesa presso questa altra forma di vendita è di gran lunga la più significativa sul totale della domanda che evade;
- B. La seconda è che detta spesa, attesa la positiva evoluzione dell'economia del territorio e sulla base del previsto successo delle nuove iniziative nel settore della distribuzione commerciale, al termine del prossimo quinquennio potrà fare registrare incrementi percentuali assai significativi che esprimeranno aumenti in termini reali di notevole rilievo.

ANALISI DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMUNALE

- A. ESERCIZI DI VICINATO
- B. MEDIE STRUTTURE DI VENDITA
- C. GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

A. Esercizi di vicinato

Dalle tabelle presentate emerge dunque che gli esercizi di vicinato del settore alimentare sono complessivamente 306 (trecentosei) per una superficie totale pari a mq. 15484 (quindicimilaquattrocento84). Per una corretta interpretazione della realtà di vendita si precisa che il dato prima citato esclude gli esercizi della somministrazione di alimenti e bevande ancorché titolari della tabella I e/o VII, ossia di due delle ex tabelle merceologiche, che unitamente alla II, alla V, alla VI, alla III e alla IV, definiscono un esercizio come appunto di generi alimentari, fermo che i citati esercizi della somministrazione, quando in qualche misura alcuni lo fanno, potrebbero vendere, proprio perché titolari delle citate tabelle, generi alimentari. Si chiarisce, infine, che nel numero sopra offerto sono ricompresi ad esempio dei panifici che sono titolari della tabella I o delle pasticcerie (titolari dell'ex tabella VII) che, giuridicamente, sono, come si richiamava prima, degli esercizi alimentari, ed anche praticamente, visto che i generi che offrono in vendita sono tali, ma che nella prassi non si è portati a ritenere dei veri e propri esercizi alimentari. La doppia precisazione ha dunque voluto delineare i contorni del dato complessivo offerto.

C'è infine da aggiungere che il dato in questione ricomprende al suo interno esercizi dissimili fra di loro: esercizi esclusivamente di generi alimentari, per la vendita esclusiva di carni, di generi di ortofrutta od ancora esercizi che vendono detti differenti generi in misura assai varia e combinata fra di loro. Dall'altra parte, pur se verrà offerto qualche dato su detti esercizi esclusivi, la novità giuridica che consente, anche se non naturalmente in via automatica per quanto attiene ad esempio all'aspetto igienico-sanitario, di trasformare od ampliare la precedente attività, non consente di offrire una disaggregazione tal quale si presentava prima dell'entrata in vigore della legge. Rimane naturalmente da aggiungere che detta entrata in vigore non ha ipso facto determinato che là dove ad es. venivano offerti generi di ortofrutta si vendano tutti i generi alimentari o, ad esempio, i citati generi di ortofrutta e le carni. Ciascuna possibilità di vendita è infatti legata a particolari convenienze dell'operatore, alle strutture di vendita, ai locali, all'organizzazione, per cui, l'estensione dell'attività potrebbe essere data nel breve periodo, in quello medio o lungo, ma potrebbe anche non avere alcuna possibilità di essere realizzata.

Aggiunta quest'ultima considerazione, con la quale si è cercato di completare la descrizione della situazione che si è venuta a determinare, appare utile ad es. : offrire il dato riguardante gli esercizi che hanno avuto la titolarità – e che quasi tutti continuano ad utilizzare in modo appunto esclusivo la tabella II (che consentiva la vendita delle carni) o VI (che consentiva la vendita dei generi di ortofrutta): gli uni e gli altri, complessivamente una settantina di esercizi: i primi con una superficie totale do poco superiore ai 1500 mq., con una superficie media per esercizio al di

sotto dei 40 mq.; i secondi, con una superficie totale inferiore ai 1300 mq. con una superficie media per esercizio pari a circa 48.0 mq. Dal rapporto quantitativo fra i due tipi di esercizi si rileva che le macellerie sono circa il 60% del totale degli esercizi in parola.

La “composizione” all’interno delle differenti Circoscrizioni è paradigmatica della “rincorsa” della Circoscrizione Sud nei confronti di quella di Ragusa Centro: è assolutamente naturale che ciò sia avvenuto stante i mutati rapporti demografici fra i due differenti ambiti, ma sol se si pensa quale fosse la distribuzione commerciale in precedenza si può comprendere quale sia stato il balzo fatto dalla rete di vendita della “nuova” Circoscrizione, ancorché molte delle sue parti siano nate monche anche nel disegno relativo ad un livello minimo di servizi. Interi quartieri, senza tema di essere smentiti, sono nati ed hanno in gran parte conservato il carattere di quartieri dormitorio. Solo in parte, successivamente, sono stati riscattati, in buona sostanza, dalla presenza degli insediamenti commerciali che sono stati progressivamente realizzati. A fronte tuttavia di un assetto complessivo che deve ancora essere migliorato proprio nella struttura e nella composizione stessa dei servizi complessivi che il moderno vivere civile reclama.

La Circoscrizione Ragusa Ovest è tributaria anch’essa del citato “deficit” progettuale se è vero che gli insediamenti commerciali sono stati episodici e più “orientati” verso l’insediamento di qualche grande capannone che non su una linea di “interpretazione dei servizi” in un’area che rimane sostanzialmente ibrida, con una caratterizzazione del tipo misto (residenze più servizi di natura commerciale), ma senza una vera e propria “anima”, con una vita sociale che naturalmente non può essere reclamata al suo interno stante le sue caratteristiche, ma in qualche modo caratterizza non certo positivamente la vita dei suoi residenti.

Il livello del servizio a Ragusa Ibla – in termini di superficie complessiva e di numero di esercizi- relazionato ad un livello di domanda limitato e “ritagliato” su una disponibilità di locali di vendita che, finora almeno, non è stata utilizzata per un esercizio produttivo e redditizio dell’attività commerciale.

A Marina di Ragusa le superfici complessive sono leggermente più alte di quelle di Ibla. Ma lo “scarto” non sarebbe idoneo a giustificare il fatto che in estate la popolazione presente a Marina è almeno quindici-diciassette volte quella registrata in inverno, richiamando la circostanza, che in tale secondo periodo dell’anno, la popolazione residente nei due ambiti è tale che quella di Ibla supera l’altra di circa 700 unità. Perciò, la differenza fra i due dati relativi agli esercizi di vicinato sarebbe a sfavore della realtà marinara se non fosse che il consistente dimensionamento di alcune medie strutture di vendita presenti a Marina rendono quest’ultima assai poco vulnerabile dal lato dell’offerta relativa. Tutto ciò nella considerazione che occorre considerare tutta la città, per certi aspetti, come un grande, unico mercato, per cui anche se in estate

risiedono a Marina larghe fasce di consumatori continuano ad effettuare la loro spesa presso i negozi di Ragusa dove tradizionalmente accadono nel corso dell'anno.

La realtà distributiva nella Circostrizione S.Giacomo non è grave così come appare dai dati presentati. I rapporti residenti/esercizi e superfici di vendita/ residenti sono infatti riscattati dalla presenza di un paio di esercizi appartenenti alle medie strutture che rendono sorprendentemente interessante il livello dell'offerta complessivo.

Il dato riguardante gli esercizi con l'ex tabella IX: ora esercizi del Settore Non Alimentare (Raggruppamento II), è, come abbiamo riportato nel quadro relativo, di 303 esercizi: un dato impressionante per consistenza cui non corrisponde altrettanta produttività e redditività.

Qui la "tradizione" di Ragusa Centro fa ancora aggio su Ragusa Sud, non solamente in termini di maggior numero di esercizi (154 a fronte di 126), ma soprattutto in termini di superficie complessiva (5427 mq. contro 3726 mq.). Valori questi, che ritroveremo corretti in misura assai elevata a favore di Ragusa Centro quando esamineremo le medie strutture di vendita, per le quali, appunto, la consistenza di Ragusa Centro dal punto di vista delle dimensioni complessive supera quell'altra Circostrizione di quasi otto volte. Ma tutto ciò non depone naturalmente a favore del più antico ambito urbano fra i due. Anzi, ne sottolinea le gravi difficoltà gestionali e di prospettiva, non solamente perché la relativa rete ha sostanzialmente cessato di essere un polo di attrazione anche per altri Comuni, ma si trova "ingessata", "bloccata" per il mancato decollo del Centro Storico e l'incapacità di fare della parte antica appunto di Ragusa il "cuore" almeno di un livello di servizi per la città adeguato ed aderente alle necessità di più vaste fasce sociali e generazionali della popolazione. Con la prospettiva, peraltro, di veder falciato un tessuto distributivo che tiene solo in forza di una sottoremunerazione dei fattori produttivi impiegati (il che è quanto di meno accettabile si possa immaginare!) in attesa di un risveglio che è ormai atteso da molto tempo perché forse possa veramente realizzarsi.

Una sagace ed accorta svolta in ordine all'uso di spazi per la sosta, all'utilizzo dei parcheggi esistenti e di quelli in prospettiva da realizzare, politiche promozionali degli operatori che quasi tutti i centri storici stanno sperimentando con grande successo, una "scientifica" azione per una mobilità coerente, in uno con una effettiva politica di valorizzazione dell'ambito in questione, lungo una serie di ventagli finora sostanzialmente trascurato in modo pressoché totale (azione progettuale complessiva di cui il previsto "Progetto di Valorizzazione Commerciale" previsto dalle Direttive Regionali di Programmazione Urbanistico Commerciale potrà presentare il "vettore" fondante e necessario non solamente per rinforzare l'attuale rete, ma per dare una possibilità di prospettiva per eventuali operatori futuri) potrà certamente cambiare radicalmente una realtà altrimenti destinata all'impoverimento.

Sorprende in modo assolutamente negativo la gravissima insufficienza della rete di vendita in questione all'interno della Circoscrizione di Ragusa Ibla e ciò anche per due ragioni fondamentali che dovrebbero deporre in modo del tutto rispetto a quanto si registra: la prima di tali ragioni è che si tratta di un ambito privilegiato per la ricchezza architettonica all'interno del pur ricco panorama siciliano; la seconda, perché detto ambito è stato sostenuto per venti anni da una legge speciale che ne ha gradualmente favorito lo sviluppo attraverso forti incentivi quando non anche con l'ottenimento di somme a fondo perduto per la ristrutturazione di palazzi, monumenti, chiese, vecchi edifici o fabbricati rurali, per non accennare ai consistenti incentivi alle attività economiche. La presenza degli esercizi di che trattasi a Ragusa Ovest è assolutamente inconsistente. L'esercizio appartenente al tipo delle grandi strutture insediato all'interno dell'area non può naturalmente dare la possibilità, assieme a qualche altro, dalle limitate dimensioni, però, di poter condurre una se pur breve analisi proprio perché, nell'insieme, le unità di vendita esistenti non "fanno" rete. La popolazione esistente (poco meno di 7500 unità, destinate ad aumentare in maniera abbastanza significativa) non ha dunque a disposizione un'offerta adeguata. Ma ciò è comunque assolutamente normale. Per quanto riguarda in particolare l'area in questione c'è tuttavia da significare che una o parte di esse, anche se ormai meno significativa e consistente delle altre, da tutti i punti di vista, è a ridosso di Ragusa Centro e, considerate le "economie di scala" di tale altro ambito –pur con i limiti più volte richiamati– anche questo elemento gioca favore del "deficit" di offerta nella zona in questione. Infine: trattasi di un settore di offerta che è "appannaggio" di zone storiche della città, sostanzialmente di quelle centrali, che riescono, come sappiamo e si è potuto comprendere, per la valenza degli esercizi in esse insediate, ad attrarre la domanda da tutte le parti del territorio comunale ed anche in altri Comuni. Probabilmente, dunque, ci si sarebbe meravigliati se la situazione non fosse stata quella registrata. Ma non c'è dubbio che processi di "rimiscolamento dell'offerta" si registreranno anche lungo il versante di offerta in questione, con diversi "posizionamenti" delle varie parti della città in ordine ai rispettivi livelli appunto di offerta.

Il tempo, le forze che il mercato in quanto tale riuscirà a sprigionare, "renderanno noto" l'esito che, anche in questo campo cambierà verosimilmente una parte almeno dell'assetto distributivo della città.

La realtà di Marina di Ragusa, testimonia invece di una presenza che sebbene sostanzialmente assicurata da titolari esercizi insediati a Ragusa (intendendo naturalmente con detta locuzione la tre Circoscrizioni, anche se naturalmente il numero di gran lunga più elevato di imprenditori opera a Ragusa Centro) assicura comunque nel periodo estivo un'offerta il cui livello di servizio appare accettabile in un quadro in cui qualche esigenza dei residenti nella frazione marina,

almeno d'inverno, appare piuttosto trascurata, anche se di ciò non si può naturalmente far torto a nessuno in quanto trattasi al riguardo di un'attività privata che viene svolta là dove appunto gli imprenditori interessati ritengono di svolgere o meno.

Concludiamo l'analisi della rete degli esercizi di vicinato offrendo il dato su quelli che vendono i cosiddetti "prodotti vari": si tratta di circa 650 esercizi che già per il loro numero rendono evidente una ricchezza ed un'articolazione commerciale che colloca Ragusa ai primi posti nel panorama siciliano. Detti esercizi sono naturalmente diffusi in tutto il territorio, ma, nuovamente, Ragusa Sud, soprattutto, seguita dalla Circostrizione Ragusa Centro, costituiscono la gran parte della maglia commerciale in questione con un impressionante ventaglio di esercizi caratterizzati spesso da dimensioni di vendita che, pur se all'interno della soglia dei 150 mq., si pongono su posizioni di assoluta preminenza nell'offerta relativa. Il dato medio sulle superfici degli esercizi, ottenuto a seguito della lunga indagine che è stata compiuta al riguardo – che come si è potuto ben comprendere ha riguardato nei dettagli l'intera realtà commerciale del nostro territorio- pur dunque se ottenuto non viene offerto perché ritenuto inadatto a rappresentare in maniera corretta la situazione: trattasi di esercizi che offrono infatti i beni più vari la cui superficie media non può dir nulla in ordine ad un ottimale o meno dimensionamento. Anche in questo caso, quel che è verosimile ipotizzare è che ci sarà una "ristrutturazione" quantitativa e territoriale dell'offerta, in una prospettiva cogente di nuova cultura commerciale, di nuovi assetti fra forze imprenditoriali in cui gli operatori locali dovranno entrare a far parte di circuiti interpretativi della realtà e della domanda assai dissimili da quelli percorsi in un passato anche recente.

B. Medie strutture di vendita

Non c'è alcun dubbio sul fatto che ove si articoli l'analisi sulle dimensioni complessive di vendita per la circoscrizione, si corra il rischio di non rappresentare la realtà commerciale della zona di riferimento in maniera assolutamente aderente alla realtà della stessa: si pensi al riguardo ai più esercizi –più o meno significativi- che si trovano lungo o abbastanza vicini ai confini delle differenti zone e, dunque, per mero caso, inclusi nella rete commerciale di una circoscrizione piuttosto che in quella dell'altra. In ogni caso, dette situazioni non riescono a far

deviare da un'interpretazione realistica della situazione di ciascuna zona ed avere in ordine ai citati differenti ambiti delle informazioni dettagliate ed esaurienti, si da ottenere dei paradigmi commerciali sicuramente interpretative di tutte le realtà in questione. Se a questa considerazione si associa la "lettura" della localizzazione di tutti gli esercizi, effettuata sull'apposita carta tecnica comunale, si ottengono delle informazioni esaustive e plausibili anche del "modello" di rete e si sarà in grado di poter comprendere, almeno in prima approssimazione, le ragioni della prefigurazione dell'assetto commerciale, prefigurazione che sarà ottenuta sia attraverso l'indicazione delle aree nelle quali consentire gli insediamenti quanto dai Criteri che dovranno essere rispettati per il rilascio delle relative autorizzazioni.

Analizziamo dunque i dati quantitativi e quelli sulle dimensioni relativamente a tutto il territorio comunale, quelli che riteniamo più significativi riferiti soprattutto alla tre grandi Circoscrizioni: Ragusa Centro, Ragusa Sud e Ragusa Ovest, con qualche "incursione" in quelli di altri ambiti che appariranno meritevoli di analisi e riflessioni. Gli esercizi appartenenti al Tipo della Medie Strutture insediati nel territorio comunale sono pari a 179 (centosettantanove). Quelli da includere fra le Grandi Strutture sono pari a 7 (sette). Detti dati segnalano una presenza assai consistente che rapportata a quella delle Regine Sicilia, offrono il "segno" di una fortissima differenziazione rispetto appunto alla realtà regionale, in termini di maggior numero di esercizi per abitante.

I dati sulle superfici sono i seguenti:

Medie strutture: mq. 40876 (quarantamilaottocentosettantasei)

Grandi strutture: mq. 10241 (diecimiladuecentoquarantuno)

Sia i primi che i secondi vanno tuttavia attentamente analizzati. Certo, non richiamando la superficie di ciascun esercizio (per tale aspetto dell'analisi occorrerà il valore medio che presenteremo più avanti) ma in ogni caso segnalando alcune "posizioni" per potere al meglio comprendere la realtà. In breve: l'impatto e l'influenza commerciale di un esercizio di generi del settore alimentare, con superficie ad esempio di mq.800, è differente da quella esercitata da un esercizio del settore non alimentare (Raggruppamento II) ed è ancora assai più differente da quella di un esercizio con la medesima superficie appartenente a detto settore non alimentare ma al Raggruppamento III. Intuire ciò è abbastanza semplice anche se lungo da spiegare. In questa sede si possono dire dunque solo alcune cose al riguardo.

Il primo degli esercizi anzidetti ha un impatto commerciale, urbanistico, sui consumi, sulla mobilità, sulla "percezione" che delle stesso hanno i consumatori (non foss' altro che gli abitanti della zona possono avere un rapporto giornaliero con detto esercizio, mentre le "relazioni" con ad es. l'ultimo tipo di esercizi sono molto più blande) di gran lunga più importanti e significativi

che, nell'ordine ha rispetto agli altri due. Ancora: mentre il primo, ha una sua caratterizzazione, dell'ultimo, in forza del valore della sola superficie, non si può dire praticamente nulla in quanto, all'interno del settore di appartenenza, gli esercizi relativi possono essere svariati stante l'estesissima varietà dei beni che possono essere offerti per la vendita. Infine, ma solo per accennare a qualche altro aspetto, mentre un esercizio di generi alimentari insediato in una zona con la superficie indicata ed un altro con la stessa superficie, nella medesima zona, si può ragionevolmente prevedere che abbiano una produttività ed una redditività abbastanza simili, se i due esercizi considerati fossero dell'altro settore prima indicato, produttività e redditività sarebbero assolutamente differenti stante la diversità dei beni offerti in vendita e ciò anche nel caso dovessero avere la titolarità per la medesima tabella e specializzazione (il che tra l'altro è abbastanza raro).

Se, quanto detto, “suggerisce” interpretazioni corrette in ordine alle superfici medie dei differenti tipi di esercizi –superfici medie che ci serviranno per esplicitare una componente importante della distribuzione commerciale ed anche di alcune previsioni in ordine agli esercizi appartenenti al tipo delle medie strutture per quanto riguarda particolari adempimenti da assolvere in occasione della presentazione delle istanze, in relazione, appunto, alla fascia in cui trovasi il richiesto esercizio- per completare la precedente analisi si può aggiungere che alcuni esercizi del settore non alimentare (Raggruppamento III) sono di titolarità di alcune imprese industriali e anche di alcune unità che operano all'interno del sistema delle imprese artigiane. In questi casi, la caratterizzazione commerciale è quindi piuttosto sfocata in quanto prevalente l'attività appunto di trasformazione e, spesso, la superficie indicata non è “propria”, nel senso che è stata assegnata come superficie di vendita quella occupata dal capannone o dalla struttura comunque utilizzata per la complessiva attività. Si tratta, tuttavia, di un non grande numero di casi: averlo sottolineato consentirà comunque di procedere ad un'accurata analisi di quelle che abbiamo appunto definito superfici medie.

Richiamati tutti i dati per circoscrizione, non ci si può esimere, anche in ragione della consistenza che aveva la rete relativa alcuni anni or sono, del gran balzo in avanti della rete di vendita –lungo qualsivoglia aspetto la si voglia considerare – della Circoscrizione Sud. Si tratta di un ambito composito ed assai articolato che abbraccia spazi urbani abbastanza eterogenei e con un “territorio” assai esteso, all'interno del quale, la possibilità di insediamenti – con locali che presentano le misure più varie – si è progressivamente estesa. Se la circoscrizione è di gran lunga più importante per la popolazione, non c'è alcun dubbio che la diffusione delle unità commerciali ha invaso ogni relativo spazio urbano e, previsioni riguardo nuovi insediamenti, dovranno naturalmente essere compiute con molta “scienza”, al di là del fatto che il Comune

farà la sua parte con l'indicazione delle aree nelle quali, come si diceva, consentire gli insediamenti.

In via del tutto cautelativa si può dire- ma questo vale in generale- che nelle zone in cui già a seguito dell'adozione della presenti Direttive sarà possibile insediare negozi, le possibilità di insediamento appunto potrebbero essere ritenute ottimali, ma occorrerà ricordare che i consumi non si espandono in via geometrica, che sono necessarie condizioni di accessibilità e verifiche di impatto ambientale di notevole spessore e qualità, che, al di là delle apparenze, la Città di Ragusa ha una straordinaria rete commerciale che purtroppo ha visto ridurre il suo ruolo per la mancanza sostanzialmente di un progetto complessivo che la esprimesse come “rete”, con “funzioni attrattive” (dalle altre zone comunali e soprattutto dal territorio provinciale).

In ogni caso, i dati offerti sono, di per sé paradigmatici delle differenti realtà territoriali e, nel loro complesso, “segnalano” dimensioni quantitative che, rapportate ai residenti, si situano soglie abbastanza alte. Quel che si può aggiungere –senza dimenticare quanto riportato in ordine agli esercizi di vicinato, perché non si può e non si deve interpretare l'una rete scollegata dall'altra e viceversa- è la straordinaria e capillare diffusione di esercizi del settore alimentare in uno con la presenza di unità commerciali che offrono in vendita i beni di più recente produzione dell'area tecnologica.

All'interno della situazione commerciale descritta, se “una guerra commerciale” dovesse essere ingaggiata fra diversi ed ipotetici attori per sottrarsi a vicenda quote di mercato – non sarà indolore. Saranno in parecchi a “rovinare” sulla strada di una malintesa possibilità di ottenere margini di operatività elevati. Il problema non è tanto di preoccuparsi della “sorte privata” di qualcuno, ma alcuni obiettivi fondamentali non devono essere persi di vista:

- a. la città è un tessuto delicato, che non deve essere smagliato. Dal punto di vista urbanistico l'assetto relativo e l'impatto di eventuali insediamenti dovrà essere del tutto compatibile con i postulati della scienza urbanistica e con le esigenze del vivere civile;
- b. dalla “guerra” eventuale anzidetta e dalle “macerie” che ne potrebbero derivare, oltre ai privati non dovranno uscire penalizzati i consumatori che non dovranno ritrovarsi con poche ed oligopolistiche imprese che “faranno” il mercato.

Ma ritorniamo all'aspetto tecnico che è rimasto da considerare, ossia la superficie media delle strutture di vendita in questione.

Per quanto riguarda il settore alimentare, nella zona di Ragusa Sud la superficie media è di mq.425.0, contribuisce a determinarla la presenza di alcuni esercizi con l'ex tabella VIII, della quale per averne la titolarità, occorreva disporre di una superficie minima di mq. 400. In ogni caso, la struttura complessiva di vendita è abbastanza robusta anche perché la presenza degli

esercizi è significativamente numerosa. In detta zona, ancora, la superficie media degli esercizi del settore non alimentare (Raggruppamento II) è di mq. 183.0, ma è scarsamente rappresentativa di una qualsivoglia realtà in quanto la presenza degli esercizi è trascurabilissima.

Gli esercizi del terzo raggruppamento sono assai numerosi e, con le cautele interpretative del caso, si segnala come la superficie media sia pari a mq. 276.0 con una numerosità di esercizi pari a poco più di tre volte quella degli esercizi del settore non alimentare (ma abbiamo detto della differente "importanza commerciale degli esercizi in questione, al di là del fatto che la redditività di quelli del terzo settore in molti casi è assai più elevata di quella ottenuta dagli esercizi del primo).

Per quanto riguarda Ragusa Centro, da segnalare il valore intorno ai 400 mq. degli esercizi del settore alimentare, ma, associata a questa considerazione, l'altra, ossia che gli esercizi sono scarsamente numerosi, il che è abbastanza scontato considerata l'armatura urbana dell'area, pur se occorre dire che, nonostante tutto, il valore complessivo della superficie di vendita è forse più elevato di quanto si potrebbe sospettare, nel senso che, nel caso in questione si dimostra che se la propensione all'investimento è alta si riesce a trovare la disponibilità dei parcheggi necessari anche quando ciò potrebbe apparire quasi impossibile.

Nel Raggruppamento II la superficie media è di mq. 223.0. Non è elevata, ma è del tutto plausibile, considerato, da un lato, la caratteristica degli esercizi in questione e, anche il fatto, rappresentato dalla massiccia presenza degli esercizi di vicinato corrispondente che "assorbono" una buona parte della domanda. In detta zona, infine, la presenza degli esercizi del terzo Raggruppamento è abbastanza limitata, in ogni caso, la superficie media è di mq. 203.0.

DIRETTIVE COMUNALI PER L'ESERCIZIO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO SU AREE PRIVATE

Introduzione

La presente nota introduce alla presentazione delle Direttive che esplicitano, a livello del nostro Comune, i criteri e gli obiettivi di cui all'art. 5 della Legge. Dette Direttive sono emanate in forza dell'articolo 23 della Legge medesima e riguardano i soli esercizi di vicinato, ossia quegli esercizi che, per quanto riguarda i Comuni con popolazione superiore a 10.000 e non oltre i 100.000 abitanti, possono presentare una superficie fino a 150 mq. In particolare, ove per detti esercizi per la vendita dei beni dei Raggruppamenti I e II di cui all'allegato alla Legge, si chiedi l'apertura, occorre ottenere da parte del Comune apposita autorizzazione Amministrativa che potrà essere rilasciata con provvedimento motivato solo se la richiesta rispetta i criteri comunali basati su quelli indicati all'articolo 5 della Legge.

Per il caso del trasferimento e dell'ampliamento il rilascio dell'autorizzazione commerciale da parte del Comune è invece atto dovuto. Rimane fermo – ove del caso- il rispetto di tutte le altre norme relative vigenti.

I CRITERI E GLI OBIETTIVI COMUNALI

Il Comune deve rilasciare le autorizzazioni amministrative per gli esercizi di vicinato con provvedimento motivato nel rispetto dei Criteri ed Obiettivi fissati dall'art. 5 della Legge n.28/99.

Il Comune deve dunque a livello appunto comunale , in ragione della situazione distributiva esistente, della sua politica commerciale, degli obiettivi possibili e necessari, assumere i Criteri fissati a livello regionale, validi dunque per l'intera realtà dell'Isola, ed esplicitarli, tradurre detti Criteri generali alla scala comunale, nel nostro caso alla scala del territorio comunale di Ragusa e dunque dell'assetto distributivo previsto.

Con la nuova legislazione è dunque necessario esplicitare dei Criteri che siano, da un lato, come assolutamente riconoscibili, dall'altro, verificati come idonei per la realizzazione degli obiettivi corrispondenti. Criteri che potremmo definire di "ammissibilità", perché ognuno di essi "implica",

“rivela”, “contiene” una parte dell’obiettivo generale corrispondente, mentre, il rispetto di un insieme di criteri – questi ultimi fra di loro differenti e variamente articolati- realizza l’insieme degli obiettivi prefissati.

Nei fatti, per la richiesta di insediamento: se tali criteri sono presenti, oggettivamente riconoscibili in un determinato numero, nella richiesta di autorizzazione, consentono il provvedimento di rilascio della stessa. Provvedimento dunque motivato in ragione proprio del fatto che con il complessivo rispetto dei criteri vengono soddisfatte specifiche, puntuali e mirate esigenze del consumo in uno con quelle altrettanto specifiche, puntuali e mirate esigenze dei potenziali operatori. Il che realizza gli obiettivi della programmazione fissati dalla legge e quelli specifici legati ai primi, “interpretati” e dunque fissati dal Comune. L’Ente, in tal modo, con i Criteri “da utilizzare” indica quali sono le chiavi “idonee”, congrue”, “efficaci”, che l’operatore dovrà dimostrare di possedere nella richiesta che dovrà presentare, chiavi che diventano le credenziali necessarie e sufficienti, la condizione per quella che abbiamo chiamato “l’ammissibilità” del progetto, per la “motivazione” del provvedimento di rilascio dell’autorizzazione amministrativa. Criteri, infine, come si è cercato di far comprendere, non discrezionali, utilizzabili a seconda delle richieste o comunque solo ed esclusivamente legati a soggetti particolari o a richieste appunto particolari, ma riconoscibili, espliciti e mirati, la cui complessiva esistenza favorisce l’ottenimento di obiettivi dichiarati dall’Ente. Tutto ciò non ha evidentemente niente a che vedere con una supposta limitazione della libera iniziativa economica privata. Al di là del fatto che la nostra Costituzione prevede che detta libertà non è senza limiti (peraltro, nessuna libertà, in qualsiasi Stato democratico e civile è o potrà mai essere senza limiti: si negherebbe il concetto stesso di libertà, la quale finisce là dove deve iniziare quella degli altri), detta libertà, deve conseguire “finalità sociali”, che, in quanto tali, non possono essere decise o interpretate come tali dal privato, ma naturalmente dalle Pubbliche Istituzioni. Nella fattispecie, l’Ente Locale, predetermina cosa fare o quali obblighi assolvere perché dette finalità- od obiettivi- possano venire soddisfatte.

INDICAZIONI NON COGENTI DI ACCOMPAGNAMENTO

La novità contenuta nella legge, ossia che nella domanda di autorizzazione non si deve chiedere di quale tabella si intende ottenere la titolarità, ma il settore. Infatti: prima, si chiedeva ad es. l'autorizzazione per la tabella I, il che consentiva, ove si fosse ottenuta l'autorizzazione, la vendita di alcuni generi alimentari; con la titolarità della tabella II era consentita la vendita delle carni, con quella per la VI dei generi di ortofrutta e così via, fermo che, ove esistesse un abbinamento gabellare lo stesso consentiva di vendere i generi appartenenti a ciascuna delle tabelle abbinata di titolarità.

Con la nuova legge, il richiedente non deve ad es. indicare che intende vendere carni, ancorché questo possa essere, almeno per l'immediato, il suo intendimento, ma chiederà l'autorizzazione per

il settore alimentare. All'interno della titolarità ottenuta per detto settore potrà vendere qualsivoglia bene relativo, mutando, ove lo voglia, nel tempo, le merceologie vendute.

Il Comune, se rilascia l'autorizzazione, lo fa relativamente a tutto il settore, non potendo escutere la vendita di qualsivoglia dei tipi di beni in parola, se non per motivi sanitari, mentre, precedentemente, sulla base delle superfici distintamente rese disponibili per ciascuna della differenti tabelle riguardanti i generi di largo e generale consumo si dava o meno di vendere determinati beni. Dunque: la mancata disponibilità di superficie, nuovamente ad es. per la tabella II, escludeva la possibilità di vendere le carni, ricomprese appunto in detta tabella. Con le nuove disposizioni, occorre rispettare determinati criteri per cui, fatto salvo che il Raggruppamento II in cui i beni sono individuati: generi di abbigliamento e/o calzature, all'interno del settore alimentare, i criteri non possono essere riferiti a ciascun tipo di beni che considerati complessivamente costituiscono l'intero settore. Sarebbe non solo assai complicato, ma anche illegittimo. Ciò naturalmente potrà comportare che pur essendo rispettati i criteri indicati, l'attività di vendita che si intende porre in essere non sia pienamente corrispondente agli obiettivi specifici fissati. Il Comune non può infatti "entrare" nel particolare tipo di beni che si intendono offrire in vendita. Poiché dunque il rispetto integrale dei criteri può non bastare – dal punto di vista del Comune, che pure ha fissato detti criteri, ad ottenere gli obiettivi indicati, ossia far sì che le caratteristiche o, meglio, il particolare tipo di vendita attivato coincida con quanto effettivamente necessita, in questa sede, in modo non cogente, in quanto non si può assegnare la valenza di norma alle indicazioni proposte, si offrono appunto delle indicazioni supplementari, "di accompagnamento", il cui rispetto potrebbe al limite scoraggiare dall'insediamento. Dette indicazioni di "accompagnamento" emergono, in modo che vorremmo definire naturale, da quanto è stato riferito in sede di analisi della situazione distributiva comunale esistente nel territorio comunale e, in particolare, nei differenti ambiti urbani che sono stati esaminati ed anche in ragione di quanto è accaduto negli ultimi anni e di quanto sta tuttora emergendo all'interno della distribuzione commerciale considerata a livello nazionale.

Riaffermata dunque la non cogenza di dette indicazioni, ne offriamo qui di seguito una breve illustrazione.

Si può cominciare col dire che costituirebbe un approccio ideale ed efficace quello che sia soddisfatto il maggior numero di criteri proposti, al limite di tutti (esclusa tale necessità solo per i criteri che abbiamo definito sociali). La possibilità infatti di utilizzare tutti i criteri indicati dà la possibilità di prefigurare un insediamento ottimale dal punto di vista commerciale, territoriale, economico. Fermo restando, naturalmente, che l'insieme dei criteri proposti non esaurisce la gamma dei criteri utili ed efficaci, per cui, autonomamente, l'istituendo esercizio potrebbe presentarne anche degli altri in aggiunta ai primi. Detto soddisfacimento darebbe infatti la possibilità di

insediare – parliamo per il momento dei soli esercizi del settore alimentare – delle unità di vendita che, all'interno della soglia dei 150 mq. potrebbero sfruttare al massimo i benefici della soglia dimensionale indicata. Naturalmente – e qui si inserisce il discorso sui criteri non cogenti – per il fatto che si può parcellizzare la vendita dei suddetti generi, è evidente che ancorché tutti i criteri fossero stati soddisfatti- ed anche altri non indicati- se il numero corrispondente ed abbastanza numeroso di detti esercizi fosse insediato e si trattasse di unità di vendita simili ad es. alle ex macellerie, la situazione dell'offerta delle carni risulterebbe assurda e così pure se fossero tutti ad esempio solo negozi di generi di ortofrutta o solo negozi di generi alimentari.

Dunque sottolineato che nel nostro Comune l'offerta di generi alimentari è pienamente aderente alle necessità della domanda attuale – non si può naturalmente trascurare il fatto che quando si parla del settore non si può dimenticare la consistenza delle dimensioni delle medie strutture di vendita e che sarebbe un errore metodologico e pratico gravissimo scorporare le due offerte in quanto l'una risente dell'influenza dell'altra e viceversa, per cui anche le distinte previsioni devono tener conto dei differenti “pesi” – una indicazione non cogente è che eventuali esercizi di generi alimentari (per intenderci quelli con l'ex tabella I) dovrebbero essere insediati in numero assai limitato e che se le supposte od effettive capacità imprenditoriali si volessero esprimere sarebbe utile che venisse percorsa la “via” della specializzazione. Per l'aspetto indicato, beneficio per gli esercizi insediati, è che gli stessi “mutassero” organizzazione e modalità di offerta. In sintesi: è più efficace un vecchio esercizio ristrutturato almeno dal punto di vista commerciale che uno nuovo che “ripeta” un altro già insediato. Il problema, per tale aspetto, è anche di tipo generazionale oltre naturalmente al fatto che intervengono altre variabili. Ossia: le nuove generazioni- almeno quelle interessate al settore- dovrebbero impegnarsi nel “ricollocare” la rete su una soglia di efficienza più elevata. Il problema è anche naturalmente di capire e valutare se tali nuove forze, o nuove leve, esistano o se i giovani non guardano verso altre soluzioni in ordine al problema del lavoro. Un fatto certo è che solo una sagace politica di “avvicinamento” al consumatore potrà scongiurare l'infiltrazione sempre più massiccia delle strutture con dimensioni di vendita abbastanza elevate, che devono “coesistere” con quelle piccole.

Un'altra indicazione non cogente riguarda il suggerimento per cui dovrebbe continuare ad essere tenuto sostanzialmente ai livelli attuali il numero di esercizi e quindi la complessiva offerta di carni, pur con la seguente precisazione supplementare. Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un doppio fenomeno: una stabilizzazione del consumo delle carni, quando non si è registrato un calo e la progressiva espulsione delle classiche macellerie del mercato, sostituite dai reparti di carni delle grandi strutture di vendita.

Il recente fenomeno legato alla paura del consumo di alcuni tipi di carne potrebbe aver generato nei consumatori la necessità di rivolgersi alle classiche macellerie, pur se si può tranquillamente immaginare che i grandi magazzini cercheranno – in maniera del tutto legittima ed anche assolutamente plausibile e giustificata – di promuovere campagne di consenso in ordine alle carni vendute appunto nei loro reparti. Certo è che i consumi di carne – anche per i mutati modelli alimentari- non solo non avranno le impennate degli anni '80 e '90, ma continueranno a stabilizzarsi verso il basso per cui eventuali insediamenti di esercizi basati solamente sulla vendita di detti beni potrebbero far registrare degli insuccessi. In breve, per ripetere: tutti i Criteri potrebbero essere stati rispettati, l'autorizzazione essere stata ottenuta, ma, se detta autorizzazione dovesse essere utilizzata solo per la vendita della carne- fatto salvo che il sito non sia assolutamente strategico e pienamente aderente ad un livello di domanda al riguardo insoddisfatto per quanto concerne anche l'ambito urbano od il quartiere di riferimento – e gli insediamenti in questione dovessero essere numerosi, la situazione dell'offerta non migliorerebbe certamente.

Gli esercizi per la vendita dei generi di ortofrutta sono in numero ridotto rispetto a quello che il livello della domanda farebbe correttamente prefigurare. Ma anche in questo caso il dato non può essere isolato dal contesto generale: che non solo è contrassegnato dall'offerta, anche in questo caso, dei generi in questione nei relativi reparti degli esercizi dalle consistenti dimensioni, ma, in maniera assai significativa – e praticamente in tutti gli ambiti urbani più importanti dall'analoga offerta proposta dal commercio rionale su aree pubbliche, arricchita a sua volta dal mercato settimanale generale. E per ciò ugualmente: solo dei punti ottimali di localizzazione – in cui venga espressa naturalmente un'elevata capacità imprenditoriale – potrebbero innescarsi processi positivi. In caso diverso le prospettive di successo non appaiono elevate e comunque aderenti alle necessità (sia degli operatori interessati, che, naturalmente, degli stessi consumatori).

La conclusione definitiva viene riservata alle indicazioni, pur esse non cogenti, riferiti agli esercizi del Settore Non Alimentare (Raggruppamento II).

Per questo comparto la situazione dell'offerta assume, come abbiamo visto in sede di presentazione della rete commerciale comunale, valenze di straordinario spessore, che non significano naturalmente che la rete stessa sia molto produttiva, concorrenziale e redditizia. Il vantaggio per il consumatore non si assume evidentemente dal numero degli esercizi, ossia: un'offerta straripante non “segnala” necessariamente una rete concorrenziale. Il dato sugli esercizi attualmente insediati è paradigmatico di una situazione di offerta caratterizzata da una “esasperata” presenza di esercizi, una diffusione che ha il suo epicentro lungo le due Vie fra di loro perpendicolari –Via Roma e Corso Italia – ma informa di sé altre numerose arterie cittadine. Detta rete come si faceva prima intendere, sollecita, senza peraltro alcuna difficoltà , a compiere qualche riflessione con cui

evidenziare, da un lato, il fatto che le superfici di vendita sono spesso assai modeste, con importanti segmenti di esercizi in cui l'offerta dei generi di abbigliamento cede il passo a quella di merceria e di biancheria intima, in uno con alcune punte di eccellenza riguardo appunto ai generi di abbigliamento, dall'altro che il bacino di utenza è in buona parte costituito dai cittadini residenti, ai quali si associano quelli di Chiaramonte, Giarratana, in misura naturalmente assai ridotta quelli di Comiso e i non ancora numerosi turisti il cui numero, di gran lunga più alto in termini di presenze negli ultimi anni, non vede questa componente come "fruitrice" della rete. Il "bypassamento" del quale si ha qualche notizia, ossia che ad es. i turisti che provengono da Malta si dirigono verso l'area metropolitana di Catania è sintomatica, al riguardo, di una incapacità – non si devono avere difficoltà a dirlo- della classe imprenditoriale ragusana a suscitare forze e capacità di attrazione che dovrebbero agire in maniera del tutto opposta. Se a ciò si aggiunge che, mentre fino a dieci – quindici anni fa la rete di vendita in questione riusciva ad attrarre la domanda proveniente da molti centri della provincia ed ora, sostanzialmente non più, ed ancora, che l'elevata consistenza ed aggressività del corrispondente sistema di offerta del Comune di Modica, specie con il suo polo commerciale di più recente costituzione rispetto a quello analogo di Modica bassa, hanno impedito che i margini di sopravvivenza per molti esercizi comunali potessero diventare più consistenti quando non si sono assottigliati in modo preoccupante, rende abbastanza chiaro il panorama distributivo esaminato. Il sistema si è dunque avvitato negativamente su se stesso pur se ampie fasce di lavoratori sono comunque riuscite a trovare un lavoro. In gran parte appannaggio delle donne, ma con una remunerazione che non appare soddisfacente e comunque non in linea con quel che richiede il costo della vita.

E' appena il caso di aggiungere che anche su questo settore "l'alluvione" commercio su aree pubbliche esercita la sua influenza, nettamente corrosiva anche se commercialmente valida o comunque soddisfacente per molte fasce di consumatori (al di là degli aspetti negativi –che sono però anche pittoreschi e straordinariamente interessanti dal punto di vista dell'animazione sociale e della condivisione di esperienze che caratterizzano, da parte delle consumatrici, l'accesso ai mercati -, il commercio su aree pubbliche, se non esistesse, bisognerebbe inventarlo!), per cui il quadro di offerta non sembra aperto ad eventuali suggestioni di sviluppo, tranne che autentici colpi d'ala imprenditoriali non riescano ad innovare in maniera profonda e come finora non è stato tentato di fare: in tal caso potrebbero essere registrati molti recessi, ma il sistema potrebbe verosimilmente essere veramente più competitivo e concorrenziale.

Premesso che la rete in questione offre l'esempio in maniera palmare di come un elevato livello di offerta, imperniato su un gran numero di esercizi, non favorisca la concorrenza e, per molti aspetti, neppure prezzi competitivi, per cui i consumatori, invece che essere avvantaggiati da tale stato di

cose ne risultano alla fine danneggiati, per dovere di completamento dell'analisi rimane da osservare che il livello di spesa dei beni in questione è quello che ha scontato le percentuali di diminuzione più elevate in termini reali all'interno dei settori di spesa in cui si è avuto appunto un calo percentuale sul totale dei consumi e che anche la meteorologia ha fatto e continua a fare la sua parte in un crescendo di lenti ma costanti processi di stravolgimento delle stagioni per cui di un utile approvvigionamento dei beni e del loro smaltimento sono diventati di sempre più difficile soluzione. Per il fosco quadro descritto, non è difficile intuire che le cosiddette indicazioni non cogenti, di accompagnamento, potrebbero essere sostanziate dall'affermazione per la quale se il Comune non può negare il rilascio delle autorizzazioni il meno che si può dire che l'exasperazione del modello di "diffusione" esistente non arrecherà benefici né agli eventuali imprenditori né ai consumatori. Ciò naturalmente in termini generali. Prospettive e possibilità di successo potrebbero anche essere intraviste ed ottenute da qualcuno, ma non vi è dubbio che gli insediamenti relativi dovrebbero saper coniugare al meglio "sapienza localizzativa" e notevoli capacità imprenditoriali. Il Comune ritiene che almeno per i prossimi tre/quattro anni le nuove aperture potrebbero convenientemente costituire dei casi isolati.

Per concludere in ordine al seguente paragrafo: nulla toglie che al di là degli accorgimenti che si è cercato di far interpretare e vagliare al fine di eventuali insediamenti, ci siano degli imprenditori che ritengano di innovare l'offerta complessiva del quartiere di riferimento e che giudichino dunque le indicazioni non cogenti, che abbiamo definito di accompagnamento, come ininfluenti rispetto all'idea e al valore delle loro iniziative. Tale forte convinzione – associata al rispetto dei criteri oggettivi più volte citati, che sono vincolanti, ma soprattutto assolutamente aderenti agli obiettivi della programmazione commerciale e alla natura stessa degli esercizi in questione – potrà naturalmente sortire effetti positivi che se, in questo momento non è dato prefigurare, non potrebbero che essere accolti dal Comune con assoluto favore.

Quel che conta è che ognuno faccia la sua parte: il potere pubblico traccia le coordinate di un percorso possibile, che può essere o meno accolto dai privati, fermo il principio generale che la libertà di insediamento commerciale non è assoluta e non è neppure tale quella di limitare detti insediamenti.

DIRETTIVE COMUNALI CONTENENTI I CRITERI OGGETTIVI
PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
PER MEDIE STUTTURE DI VENDITA

La normativa comunale relativa alle medie strutture di vendita (si ricorda che per il nostro Comune sono tali gli esercizi per i quali si richiede l'utilizzo di una superficie di vendita ricompresa fra i 151 e i 1000 mq.) si basa sulla previsione legislativa contenuta nella Legge n. 28/99 e sulle Direttive ed Indirizzi di programmazione commerciale e Criteri di programmazione urbanistica commerciale che sono contenute nel Decreto Presidenziale di attuazione della Legge citata.

Per quanto riguarda la legislazione richiamiamo le norme fondamentali:

Legge n. 28/99:

Art. 8, comma 1: "L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie fino ai limiti di cui all'art. 2, comma 1, lettera f) di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio, anche in relazione agli obiettivi di cui all'art. 5, comma 2, nonché alla priorità di cui al comma 2 dell'articolo 11 ed ai casi di cui al comma 3 dello stesso articolo";

Art. , comma 3: "Il Comune.....
.....

adotta i criteri per il rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1".

Direttive e Indirizzi:

Art. 3, comma 1: "I Comuni nei propri strumenti urbanistici 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 ed ai settori merceologici definiti nell'articolo 2 della Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28.....”.

Art. 15, comma 3: “Le medie strutture di vendita saranno invece di norma una delle destinazioni ammesse nelle zone urbane a carattere misto, consolidate o da riqualificare, ma possono anche essere individuate in zone per nuovi insediamenti e in zone specialistiche (del tipo sottozona D3)”.

Art. 15, comma 4: “ Al fine di evitare il crearsi di situazioni di monopolio sul mercato immobiliare e di contrastare il formarsi di rendite di posizioni, il numero della aree individuate per insediamento di medie e grandi strutture di vendita dovrà comunque essere sempre superiore al numero delle strutture distributive effettivamente attivabili”.

Art. 15, seconda parte, delle Direttive , avente per oggetto “Dotazioni di parcheggi pertinenziali, disciplina delle aree di sosta”, dopo la definizione e le misure che devono aver i parcheggi pertinenziali, al comma 4, per la dotazione minima di aree destinate a parcheggi pertinenziali per clientela si prescrive che:

“medie strutture di vendita alimentari o miste: va richiesta una dotazione di mq. 1,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita”;

“medie strutture di vendita non alimentari: va richiesta una dotazione di mq. 0,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita”.

Infine al comma 5, “al fine di agevolare le iniziative tendenti all’ammodernamento, qualificazione e consolidamento della rete distributiva preesistente si specifica che i Comuni possono richiedere dotazioni di parcheggi pertinenziali inferiori a quelle prima indicate nei soli seguenti casi:

- a. “nell’ambito di Progetti di Valorizzazione Commerciale di cui al precedente articolo 13.....
...”;
- 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 vendite precedentemente autorizzata”;
- c. “nel caso la realizzazione di centri commerciali al dettaglio nei centri storici e/o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale determini flussi di traffico aggiuntivi”.

Nei casi della lettere a), b) e c) sopra indicato il Comune può richiedere in alternativa la “monetizzazione” parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di parcheggi pubblici e verde pubblico”.

Infine, sempre all’art. 15, lettera h), ultimo capoverso, si prescrive che: “la disponibilità delle aree di parcheggio, nelle misure indicate, costituisce requisito essenziale per il rilascio delle autorizzazioni per la vendita al dettaglio ed il venir meno di tale requisito oggettivo costituisce motivo di revoca della medesima”.

Come si può dunque ben comprendere un insieme di norme che intendono collocare l'attività commerciale nell'alveo di una corretta interpretazione ed uso del territorio e delle sue funzioni. La necessità della dotazione di parcheggi della quale si è fatto cenno, è la "spia" della delicatezza che riveste un insediamento commerciale e di come il problema che sorge possa in discreta misura essere risolto con l'adozione dei "progetti di valorizzazione commerciale" che diventano un chiave importante per uno sviluppo della distribuzione commerciale coerente con i fini che la stessa deve perseguire.

Non è dunque dubbio che le "buone norme" dell'urbanistica commerciale siano state calate in dette Direttive e che tali norme costituiscono effettivamente un novità nel panorama regionale siciliano dove la funzione commerciale nella pratica progettuale degli strumenti urbanistici generali era stata praticamente trascurata.

Si può aggiungere un'altra novità significativa, ossia quella rappresentata dal fatto che i privati devono contribuire a far sì che le strutture di vendita interagiscano positivamente con la città e questa con quella. Vedesi al riguardo il cosiddetto principio della monetizzazione che, previsto nei casi ammessi di mancato rispetto dei vincoli relativi alle citate dotazione di parcheggi, sempre all'art.15 citato contempla che con il relativo contributo, appunto, "le risorse finanziarie in tal modo acquisite dai Comuni sono riservate al reperimento ed alla realizzazione di parcheggi pubblici e verde pubblico, alla realizzazione di opere di arredo urbano ed al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'insediamento commerciale".

In un quadro così articolato e, per certi aspetti, di oggettiva difficoltà, in alcuni contesti, per non far velo alla realtà, sarà oltre modo difficile, poter definire assetti distributivi compatibili e congruenti con uno sviluppo "tout-court", fatto naturalmente salvo quanto previsto in termini di deroghe possibili.

In ogni caso c'è da dire che al di là del fatto che in alcuni ambiti non è per nulla necessario che siano insediate delle medie strutture –almeno quelle con certe dimensioni e con determinate tipologie merceologiche- è evidente la necessità di analisi ben ponderate in termini di costi/benefici da parte degli eventuali operatori in uno con le prospettive di compatibilità urbanistica-commerciale delineate dal Comune.

Qui di seguito vengono illustrate le linee guida che hanno ispirato la formulazione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni, al di fuori delle ipotesi in cui le aree nelle quali possono essere consentiti gli insediamenti riguardino quelle in cui sono previste anche le grandi strutture.

Dette linee sono emanate sulla scorta di ciò che è stato riferito precedentemente quanto delle analisi relative all'attuale rete delle medie strutture di vendita. Infine, esplicitano come detta rete, per la

sua parte, dovrà interpretare e rappresentare il futuro urbanistico commerciale della nostra città, sostanzialmente quale dovrà essere la sua funzione, in un quadro armonico di convivenza sia con le strutture di vicinato che con le grandi strutture di vendita avendo per obiettivo il miglior soddisfacimento possibile delle esigenze del consumatore, considerato non solo come tale e quindi avente il diritto di poter ottenere la migliore produttività dal sistema e qualità del servizio, ma più complessivamente come cittadino al quale occorre dunque riservare anche una rete idonea di servizi paracommerciali, la migliore accessibilità ai punti di vendita.

Inoltre è stato valutato l'impatto compatibile degli insediamenti in questione sul territorio per quanto riguarda in particolare i fattori relativi interessati, ossia la mobilità, il traffico e l'inquinamento in un quadro in cui l'attività commerciale, nei limiti dell'insediamento relativo, dovrà riuscire anche a riqualificare il tessuto urbano specie là dove il quartiere di riferimento è degradato.

Più in particolare, per il nostro Comune, i criteri di "ammissibilità" per il rilascio delle autorizzazioni si basano sulle seguenti valutazioni:

- a) la città, come abituale sede di relazioni e di scambi, richiede che il sistema distributivo sia compatibile con la maglia dei tessuti già formati o in formazione;
- b) al fine di evitare dei "doppioni" non motivati da ragioni di interesse generale, non sono previsti:
 - b.1) insediamenti di grandi capannoni commerciali;
 - b.2) collocazioni sostanzialmente estranei al tessuto della città;
- c) favorire i processi di aggregazione fra esercizi già esistenti;
- d) ottenere una configurazione distributivo- commerciale propria di una città rinnovata nell'uso, riabilitata dalle nuove reti di mobilità;
- e) valorizzare la funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano dove là dove lo stesso è meno evoluto;
- f) attendere ad una corretta previsione nel rapporto fra domanda e offerta per quanto riguarda il settore dei cosiddetti generi di "largo generale consumo".

**L'INSEDIAMENTO DELLE GRANDI STRUTTURE:
DETERMINAZIONI QUANTITATIVE ED OPZIONI DEL COMUNE**

LE STRUTTURE EFFETTIVAMENTE ATTIVABILI

1. Introduzione

L'organizzazione urbana del settore commerciale al dettaglio è solo una delle componenti su cui si può contare per l'ottenimento di certi valori urbani nei centri dei quartieri vecchi e nuovi e va inoltre riconosciuto che l'apparato della distribuzione commerciale al dettaglio possiede un'elevata capacità strutturante ai fini della configurazione dell'assetto funzionale dei relativi ambiti urbani di una città ed un notevole effetto polarizzante nei confronti delle altre funzioni urbane. Le qualità suddette, unite al contenuto economico che permette alle iniziative commerciali, a differenza delle attività culturali e sociali, di configurarsi come operazioni imprenditoriali sia nell'ambito dell'intervento pubblico che di quello privato, conferisce al settore commerciale un valore strategico insostituibile ai fini urbanistici. Se dunque è finalmente questa l'acquisizione della stessa letteratura urbanistica, finora sorda e cieca, almeno quella "realizzata" nel Meridione d'Italia, di fronte all'evidenza e cioè che l'organizzazione commerciale costituisce una delle maglie infrastrutturali degli insediamenti umani, l'urbanistica commerciale deve essere considerata non già soltanto un momento della fase attuativa di un Piano Regolatore, ma una componente primaria nella fase formativa della pianificazione urbanistica.

E' noto che il Comune di Ragusa è da anni alle prese con la formazione di detto Piano ed è ugualmente vero tuttavia che gli eventuali insediamenti commerciali non potranno aspettare i lunghissimi ed assolutamente indeterminati tempi della definitiva approvazione del citato strumento. E' dunque assolutamente provvidenziale, se non fosse stato accertamente previsto dal

legislatore, dover adeguare gli strumenti urbanistici vigenti generali ed attuativi per mezzo di apposite varianti in guisa che, la successiva adozione dello strumento, ora in fase di formazione, “ingloberà” l’impostazione assunta con le varianti e, soprattutto consentirà al Comune di esaminare le richieste che saranno presentate dagli eventuali operatori. Tra l’altro, in una situazione in cui gran parte delle scelte di fondo della strumentazione urbanistica sono state fatte e, soprattutto, il Consiglio Comunale si è comunque sostanzialmente già espresso in ordine ad alcune opzioni sugli insediamenti commerciali, con il presente strumento, che ha la sua parte “fondante” anche nelle previsioni quantitative delle aree effettivamente attivabili, naturalmente adottato dal predetto Consiglio, si conclude una fase importante del processo della strumentazione in oggetto, senza “slabbrature” naturalmente, eventualmente invocabili per non aver normato del “tutto”. A tal fine vale richiamare, oltre a quanto detto, un concetto fondamentale ossia che l’urbanistica non è più soltanto il disegno formale di una città o degli aspetti compositivi delle sue varie parti componenti. Ciò da quando essa è divenuta il coacervo di previsioni che investono i sempre più complessi problemi della società. Il suo stesso codice si basa o, comunque si dovrebbe basare, su un opportuno equilibrio fra elementi rigidi e fondamentali ed elementi flessibili. Ma ritorniamo un po’ indietro per meglio riassumere i processi che si è chiamati a governare e per illustrare un’opzione di carattere tecnico commerciale che sottintende le scelte in ordine ad un particolare aspetto degli insediamenti commerciali previsti.

Per un veloce richiamo dunque a ciò che è stata la generale vicenda urbanistica del commercio, che ha naturalmente molte affinità con quella ragusana, si può affermare che se le strutture urbanistiche non sono mai state adeguate alla situazione, non per questo non è avvenuta un’evoluzione nel settore della distribuzione commerciale, anche sotto la spinta delle sempre maggiori dimensioni della città, dell’incremento dei consumi, dell’incremento della motorizzazione e dei molti cambiamenti delle abitudini di vita che hanno influenza sul commercio. Si sono così sviluppati i magazzini a prezzo unico prima, i supermercati alimentari poi, dando luogo ad un processo di concentrazione, assai opportuno sotto certi aspetti, ma negativo per altri, come quello del traffico e dei parcheggi: ma proprio questi ultimi elementi scioglieranno i nuovi previsti insediamenti dai molti vincoli ubicazionali, generando, nello stesso tempo, poli di attrazione che, se non pianificati e regolamentati, potrebbero rivelarsi eversivi rispetto alle direttive urbanistiche del piano regolatore.

E’ dunque un grande momento, oseremmo dire storico, quello della previsione di urbanistica commerciale nel corpo della pianificazione generale. Anche se oramai ciò appare del tutto scontato. Non per ciò, comunque, le soluzioni sono meno impegnative. Anzi, sono assolutamente delicate, e non solamente perché è appunto la prima volta che si interviene, ma per le implicanze che occorre assumere in ordine agli altri settori e funzioni urbane interessate.

Occorre infine aggiungere che dopo il vuoto temporale che ha contrassegnato la pianificazione urbanistica dal punto di vista commerciale, oggi, siamo in grado di appropriarci della nuova impostazione metodologica che sovrintende alla corretta pianificazione del territorio: da tale punto di vista, la mancanza di una rigida regolamentazione dei siti per possibili insediamenti, che con la vecchia impostazione urbanistica sarebbero stati predeterminati appunto rigidamente, quasi in via canonica, adesso, invece, nell'ambito di un processo coerente con la sistemazione e l'assetto del territorio, ci si muove nell'ottica di offrire al mercato diverse opzioni di scelta (ciò, per non far velo alla realtà, a Ragusa è anche oltremodo possibile perché le aree sono sovrabbondanti). Individuare dunque “un numero di aree maggiore delle strutture di vendita effettivamente attivabili”, ossia di

portata storica ai fini dell'urbanistica commerciale, costituisce uno dei momenti fondanti dell'intera progettazione in questione.

2. Le quantità di superficie

Le quantità di superficie “ammissibili” trovano la loro ragione d’essere in due elementi-base. Il primo è dato dalla legge stessa che, nell’indicare i criteri e gli obiettivi della programmazione della rete distributiva, in particolare, all’art. 5, comma 1, lettera b) così recita:

“assicurare, nell’individuare i limiti di presenza delle medie e grandi strutture di vendita, il rispetto della libera concorrenza, favorendo l’equilibrato sviluppo delle diverse forme distributive e la pluralità delle insegne”.

Il secondo elemento, assume pienamente il contenuto del primo appena indicato, ed esprime la necessità/obiettivo di far sì che il territorio comunale di Ragusa venga “governato”, per quanto concerne gli aspetti territoriali, della viabilità e del traffico ma, al tempo stesso diventi, o meglio, ridiventi il polo commerciale più importante della provincia per la capacità dei suoi imprenditori , per la tradizione di grande rilievo che il commercio ragusano ebbe in un passato non lontano, per il livello dei consumi che al suo interno esprime e per quello che può attrarre a favorire in tal modo l’inserimento del Comune nel circuito della grande distribuzione organizzata.

Ciò costituirà la ragione necessaria e sufficiente per favorire un maggiore sviluppo economico e sociale dell’intera area favorendo una plausibile integrazione fra capitale e lavoro in una prospettiva appunto di maggiori opportunità per la creazione di ricchezza.

Ragusa potrà così essere “collegata” ai traffici ed agli scambi, il che consentirà, non solo alla nostra città, ma all’intera provincia, l’affermarsi di una cultura dell’integrazione, basata sulla modernizzazione dei rapporti e dell’intrecciarsi delle esperienze e la contestuale, quando non previa, realizzazione di nuove reti infrastrutturali moderne ed efficienti, che, anche per tale versante, comunque importantissimo, dovranno cominciare a spezzare l’isolamento in cui la nostra provincia è stata appunto relegata o l’abbiamo relegata.

L'opzione del Comune in ordine alle grandi strutture

Richiamata la definizione di “grande struttura di vendita”, con la quale deve intendersi sia l'esercizio commerciale con più di 1000 metri quadrati, che il centro commerciale(*) che presenti detta superficie, il Comune di Ragusa individua come ottimale per i propri obiettivi di programmazione commerciale che, nel caso venisse formulata la richiesta per l'insediamento di grandi strutture di vendita, le stesse assumano la modalità tecnico- commerciale del centro sopra indicato. Qui di sotto vengono presentate le motivazioni per le quali è stata fatta detta scelta.

(*) Si definisce “centro commerciale” un insieme di esercizi di vendita al dettaglio progettati e realizzati unitariamente, inseriti in una struttura edilizia fisicamente continua, a destinazione specifica, che condividono strutture e infrastrutture comuni gestite unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.)(vedi art. 4, comma 1 del D.P.R.S. dell'11 luglio 2000 contenente

le Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica Commerciale).

Un fattore di particolare interesse nell'economia di un centro commerciale concerne gli effetti che la concentrazione dell'azienda ha sul grado di utilizzo della capacità di vendita dell'esercizio. Una delle caratteristiche operative degli esercizi commerciali nel modello non programmato, è data dalla possibilità di un eccesso di capacità di vendita, nel senso che il complesso degli esercizi esistenti sia teoricamente in grado di soddisfare un numero di clienti superiore a quello effettivamente esistente. Il modello di localizzazione programmata in centri commerciali, comporta la riduzione di fenomeni di eccesso delle capacità di vendita. Ciò discende dal fatto stesso che il numero degli esercizi è prestabilito come lo è, altresì, la superficie totale di vendita degli esercizi stessi. E' vero che vi possono essere errori di programmazione per eccesso di impianti, ma questi nel medio periodo sono riassorbiti più facilmente che non in un modello programmato. In linea generale, il carattere elastico della programmazione può correggere eventuali errori di valutazione.

A questo punto dell'analisi possiamo formulare alcune conclusioni sulle posizioni dell'azienda nel centro commerciale, dal che ne discendono anche le caratteristiche stesse dell'intero centro.

1^) La possibilità di praticare prezzi diversi per beni omogenei tra le aziende viene meno, per lo scomparire di rendite di posizione;

2^) I profitti, per effetto della concorrenza non solo tra aziende similari ma tra queste ed i grandi complessi commerciali e per la trasparenza del mercato, saranno livellati su margini di redditività conforme alla struttura sociale dei redditi;

3^) L'eliminazione della concorrenza potenziale non crea posizione di monopolio, ma trova compenso nella più accesa concorrenza connessa alla posizione di contiguità di aziende di diversa condizione;

4^) L'azienda realizza alcune economie di agglomerazione e riesce ad avere locali più efficienti, mentre diminuisce l'eccesso di capacità di vendita proprio dei modelli diffusi. Ciò consente al commerciante di realizzare margini adeguati, senza altri costi di intermediazione per il sistema economico.

Volendo approfondire qualche altro momento di riflessione si può ancora sostenere come la concentrazione delle aziende comporta per le stesse delle economie esterne da agglomerazione che possono consistere:

- 1) nella possibilità di fruire di servizi di interesse generale a condizioni più vantaggiose;
- 2) una economia nel prezzo dei rifornimenti delle merci da vendere;
- 3) un più agevole rifornimento e stoccaggio dei beni.

Tutti quelli appena indicati sono fattori che influiscono positivamente sui costi aziendali.

Esistono poi delle economie che dipendono dalle ottimali dimensioni aziendali.

E' noto che una delle caratteristiche dei modelli spontanei di localizzazione delle imprese è quello di fruire spesso di locali inadeguati per l'esercizio dell'attività commerciale . Tale inadeguatezza si manifesta per il fatto che i locali adibiti ad esercizio commerciale non sono stati progettati per tale specifica od unica utilità, ovvero, pur essendo stati progettati per essere destinati a negozi, tale destinazione è generica e prescinde dal tipo concreto di azienda che deve operare in un locale. Pertanto, questi sono lungi da aver una dimensione e struttura ottimali per l'esercizio dell'attività commerciale. Al contrario, nel centro commerciale, la specializzazione dell'attività costruttiva, porta a dar vita a negozi di dimensioni ottimali od almeno prossime da quelle ritenute ottimali per ciascun tipo di esercizio, sia in relazione alla specializzazione merceologica, sia in connessione alla tecnica di vendita. Tale circostanza può implicare delle economie nei costi di distribuzione e può consentire alla imprese di offrire servizi a condizioni più convenienti per i consumatori , con una gestione su livelli adeguati di redditività.

In definitiva, il centro commerciale è una struttura mercantile tipica di una società ad un buon grado di sviluppo, nel quale i consumatori tendono a risparmiare, soprattutto “tempo” ed il sistema distributivo che lo caratterizza si fonda su aziende organizzate secondo standards elevati di efficienza. Inoltre, in una situazione in cui le possibilità di trascorrere il tempo libero con modalità non stressanti, come si sperimenta invece nel centro storico, (vedi problemi legati al traffico, al reperimento dei parcheggi, alle insufficienti strutture di servizio per il tempo libero), il centro commerciale “restituisce” sostanzialmente, pur se con connotazioni differenti, “standards di servizio complessivi” che un tempo erano appannaggio dei centri commerciali naturali.

INTRODUZIONE NORMATIVA GENERALE

TITOLO I

PRINCIPI GENERALI DELLA PROGRAMMAZIONE

ARTICOLO 1

Principi, Obiettivi e Contenuti generali

1. l'esercizio del commercio nel Comune, nell'ambito delle limitazioni espressamente previste dalla legge, è fondato sul principio della libertà di iniziativa economica.
2. l'Amministrazione comunale garantisce il contemperamento del suddetto principio con le esigenze del pubblico interesse ed il perseguimento delle finalità di cui all'art. 1 della Legge Regionale n. 28/99 e delle Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica Commerciale contenuti nel D.P.R.S. dell'11 luglio 2000.
3. il Comune, nel proprio strumento urbanistico commerciale e nelle direttive articolate le indicazioni e le norme relative alla attività di commercio al dettaglio in sede fissa con riferimento alle tipologie di esercizi commerciali ed ai settori merceologici definiti all'art. 2 della L.R. 28/99.

ARTICOLO 2

Definizioni

Ai fini del presente Piano di Urbanistica Commerciale si intendono:

- a) per Legge, la Legge Regionale 22 dicembre 1999, n.28 “Riforma della disciplina del commercio”;
 - b) per Decreto, il Decreto del Presidente della Regione Siciliana 11 luglio 2000, contenente “Direttive ed Indirizzi di Programmazione Urbanistica Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica Commerciale in attuazione della Legge Regionale 22 dicembre 1999 n. 28”;
 - c) per “commercio all’ingrosso” l’attività svolta da chi professionalmente acquista in nome proprio e le rivende ad altri commercianti, all’ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione e può essere svolta su aree pubbliche private;
 - d) per “commercio al dettaglio” l’attività svolta da chi professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
 - e) per “superfici di vendita” la misura dell’area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e simili (nelle sostanza quella in cui sono esposte o collocate le merci che possono essere acquistate dal pubblico).
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 (se non accompagnati da personale addetto alle vendite), nonché gli spazi di “avancassa”;
 - f) per “esercizio commerciale”, il luogo o lo spazio complessivamente utilizzato ed organizzato dall’imprenditore per lo svolgimento dell’attività di vendita.
 - g) per esercizi di vicinato quelli aventi una superficie di vendita non superiore a 150 mq.;
 - h) per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai 150 mq. e fino ai 1000mq.
 - i) per grandi strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore a 1000 mq.;
- All’interno di dette grandi strutture esiste un’ulteriore specificazione in classi dimensionali:
- 1) grandi strutture di vendita di livello inferiore: gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita fino a 5000 mq.;
 - 2) grandi strutture di livello superiore: gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita superiore a 5000 mq.
- l) per centro commerciale un insieme di diversi esercizi di vendita al dettaglio progettati e realizzati unitariamente, inseriti in una struttura edilizia fisicamente continua a destinazione specifica, che condividono strutture e infrastrutture comuni gestite unitariamente.

I centri commerciali possono comprendere anche pubblici servizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.).

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

Negli strumenti urbanistici e ai fini dei Criteri di Programmazione Urbanistica si definisce “area commerciale integrata” o “parco commerciale” un’area di norma interessante almeno due ettari di superficie territoriale, specialmente dedicata ad attività commerciali al dettaglio, 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. 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.

Si individuano 4(quattro) tipi di centro commerciale:

- 1) mercato coperto: aggregazione di almeno 4 esercizi di vicinato all’interno di una struttura comune (un’area od anche un edificio);
- 2) centro commerciale locale urbano: è costituito da almeno 6 esercizi di vendita ed ha una superficie di vendita complessiva inferiore a 2500 mq.
All’interno del centro commerciale è possibile anche localizzare attività di servizio.
- 3) medio centro commerciale: è costituito da almeno 8 esercizi di vendita ed ha una superficie di vendita complessiva compresa tra 2500 e 5000 mq.
All’interno del centro commerciale è anche possibile localizzare attività di servizio.
- 4) grande centro commerciale: è costituito da almeno 8 esercizi di vendita e ha una superficie superiore a 5000 mq. La quota di superficie dei punti di vendita di piccole dimensioni (equiparabili a esercizi di vicinato) non può essere inferiore al 30% del totale della superficie di vendita del centro commerciale. All’interno del centro commerciale è possibile localizzare attività di servizio.

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.

Al fine di favorire i fenomeni di riaggregazione e di modernizzazione del commercio tradizionale i Comuni individuano aree destinate alla realizzazione di mercati coperti e di centri commerciali urbani.

Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie pari alla loro superficie di vendita complessiva; analoga equiparazione e stabilità per i requisiti urbanistici, salvo diverse specifiche disposizioni contenute nei relativi articoli delle Direttive ed Indirizzi di Programmazione Urbanistica Commerciale della Regione Siciliana.

Il numero minimo di esercenti individuato per la costituzione di qualsivoglia Centro Commerciale non può mai essere soggetto, nel tempo, a diminuzione nel relativo numero, ma anche per quanto attiene all’effettivo svolgimento dell’attività di tutti i singoli punti vendita, pena la revoca dell’autorizzazione relativa al Centro medesimo.

Il legale rappresentante della Società che gestisce il centro e/o tutti i titolari dei singoli punti vendita assumono la responsabilità in solido dell’obbligo e delle conseguenze derivanti dal

- mancato rispetto del disposto di cui al precedente comma per mezzo di apposita firma apposta accanto al contenuto di detto comma riprodotto sull'autorizzazione.
- m) Come “edifici a destinazione commerciale esistenti” quelli che, alla data di entrata in vigore della Direttive, risultano già costruiti, in corso di costruzione o per i quali sia già stata rilasciata concessione edilizia o autorizzato il cambio di destinazione d'uso;
 - n) per requisiti morali i requisiti prescritti dal Titolo II, articolo 5, commi 2, 3 e 4 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n. 114;
 - o) per requisiti professionali i requisiti prescritti dall'articolo 3, e, a seconda dei casi, commi 3 o 4, della Legge.

ARTICOLO 3

DURATA DI VALIDITÀ

Il Piano, con le sue Direttive e Criteri ha validità triennale a partire dalla relativa data di adozione da parte del Consiglio Comunale. Alla fine di ogni anno dalla suddetta adozione verrà effettuato un monitoraggio relativo ai mutamenti ed alla composizione quantitativa e qualitativa che si sono determinati nella rete commerciale comunale. Il Comune, valutate come necessarie determinate esigenze di carattere territoriale e commerciale, potrà predisporre nuovi criteri, una sola volta, prima del suddetto termine triennale.

Le aree, invece, in cui consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita potranno essere utilizzate per un termine decennale a partire dalla suddetta data di adozione .

Si specifica inoltre che, per quanto riguarda i Criteri da rispettare per gli esercizi di vicinato del Settore Non Alimentare (Raggruppamento II), gli stessi avranno valore fino allo scadere del termine di 36 (trentasei) mesi a partire dall'entrata in vigore della legge n.28/99. Scaduto detto termine, se la Regione non avrà approvato la relativa legge di conferma dell'attuale suddivisione in Raggruppamenti del settore Non Alimentare, troveranno applicazioni le disposizioni di cui all'articolo 5 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n.114.

ARTICOLO 4

Domande e/o Comunicazioni

Tutte le domande e/o Comunicazioni previste dalla presenti Direttive e dalla Legge devono essere compilate per mezzo degli appositi moduli predisposti e diffusi. Devono essere presentate ed inviate esclusivamente a:

COMUNE DI RAGUSA – UFFICIO SVILUPPO ECONOMICO

P.ZZA S. GIOVANNI

RAGUSA

Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti o parti di essi, indicati nelle presenti Direttive, decorrono esclusivamente dalla data di ricevimento/arrivo della domanda presso l'Ufficio Sviluppo Economico del Comune.

ARTICOLO 5

Progetti di valorizzazione commerciale

Il Comune, al fine di preservare e sviluppare la funzione del commercio nei centri storici di Ragusa Ibla e Ragusa superiore e nelle altre aree urbane a forte vocazione commerciale, anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, adotterà per detti ambiti, **entro 60 giorni** dall'adozione del presente piano, appositi progetti di valorizzazione commerciale, congiuntamente ai relativi programmi di attuazione.

TITOLO II

PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA DEGLI ESERCIZI DI VICINATO

ARTICOLO 1

Fonti Campo di applicazioni. Allegato

Le presenti Direttive Comunali contenenti i Criteri e gli Obiettivi della programmazione commerciale trovano il loro fondamento nella Legge Regionale n. 28/99, art. 23, comma 6, ultimo capoverso. Per mezzo di esse si intende contribuire alla ulteriore razionalizzazione della rete commerciale e ad assicurare una maggiore efficienza delle strutture di vendita interessate, in termini di organizzazione imprenditoriale e di funzionalità del servizio distributivo nel territorio del Comune di Ragusa. In particolare, il rispetto dei suddetti Criteri ed Obiettivi in esse contenute, consentirà l'emanazione dei provvedimenti motivati di rilascio delle autorizzazioni amministrative riguardanti l'apertura degli esercizi di vicinato, ossia degli esercizi commerciali con superficie di vendita fino a 150 (centocinquanta) mq di cui ai Raggruppamenti I e II dell'allegato alla suddetta legge n. 28, ed esattamente:

SETTORE ALIMENTARE:

Raggruppamento I: tutti i prodotti alimentari nonché articoli per la pulizia della persona e della casa ed articoli per la casa;

SETTORE NON ALIMENTARE:

Raggruppamento II: prodotti dell'abbigliamento (articoli di vestiario confezionato di qualsiasi tipo e pregio con esclusione degli accessori e della biancheria intima), calzature.

In allegato alle presenti Direttive, delle quali fa parte integrante, viene fornito il quadro relativo alle superfici di vendita, utilizzate al momento dell'adozione delle Direttive medesime, degli esercizi di vicinato del Settore Alimentare e del Settore Non Alimentare (Raggruppamento II).

A dette superfici occorrerà fare riferimento in occasione delle distinte verifiche per il rilascio delle relative autorizzazioni amministrative secondo l'articolato della normativa riguardante i corrispondenti ambiti urbani interessati.

ARTICOLO 2

Criteri ed obiettivi generali per il rilascio delle autorizzazioni amministrative per gli esercizi di vicinato

In ordine alla richiesta di apertura, per gli esercizi di vicinato con i Raggruppamenti di prodotti indicati nel precedente Articolo 1, il rilascio delle distinte autorizzazioni sarà fatto nel rispetto di Criteri ed Obiettivi generali qui indicati:

- a) Favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore produttività del servizio da rendere al consumatore;
- b) Rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali sul territorio con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico, l'inquinamento e valorizzare l'attività commerciale specie nei quartieri meno favoriti, in modo da ottenere un ambiente idoneo allo sviluppo.

Dai citati Criteri ed Obiettivi generali ne discendono quelli specifici per il nostro Comune di cui ai successivi articoli. In particolare, la verifica del rispetto di un ben precisato ed individuato numero di Criteri concretizzerà gli Obiettivi corrispondenti e costituirà la "motivazione" per il provvedimento di rilascio dell'autorizzazione amministrativa richiesta.

ARTICOLO 3

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per nuova apertura di esercizi di vicinato del settore alimentare e non alimentare (Raggr. II)

PER RAGUSA(^)

Il quadro degli obiettivi e di Criteri fissati per gli esercizi di vicinato appartenenti al Settore Alimentare e non Alimentare (Raggruppamento II) è il seguente:

OBIETTIVI COMMERCIALI

Favorire la ristrutturazione di una rete distributiva che assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità del servizio da rendere al consumatore.

CRITERI COMMERCIALI PER L'AMMISSIBILITA' DEL PROGETTO:

Per l'istituendo esercizio si prevede:

- a) L'utilizzo della vendita self-service;
- b) L'utilizzo del servizio a domicilio a favore dei clienti;
- c) L'adesione, anche per mezzo dell'affiliazione, a strutture operative dell'associazionismo economico operanti con proprie insegne commerciali;
- d) La vendita di prodotti tipici locali e/o regionali;
- e) Nell'ambito di norme di autoregolamentazione concertate con il Comando di Polizia Municipale o, comunque, di accordi stipulati o da stipulare dal soggetto interessato con l'Ente, l'utilizzo per le operazioni di carico e scarico della merci nelle ore di minor traffico;
- f) L'adesione a comitati per attività di servizio lungo fronti della strada commerciale di riferimento;
- g) La vendita di prodotti monotematici e/o in abbinamento con attività artigianali di produzione di alimenti;
- h) La vendita anche di prodotti di gastronomia;
- i) Che il titolare o legale rappresentante sia titolare di altro punto vendita ovvero abbia conseguito il requisito professionale secondo quanto previsto dall'art. 3, comma 3 lett. b), della legge regionale 28/99;
- j) L'utilizzo di vetrine commerciali;
- k) L'utilizzazione della formula del franchising.

(^) Comprende il territorio comunale esclusi gli ambiti di: M. di Ragusa, Ragusa Ibla, S.Giacomo.

OBIETTIVI TERRITORIALI:

Rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento, e valorizzare l'attività commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano.

CRITERI TERRITORIALI PER L'AMMISSIBILITA' DEL PROGETTO:

L'istituendo esercizio:

- a) Non è a meno di ml. 100 da un semaforo non pedonale;
- b) Comporta il recupero di un complesso dimesso assicurandone la valorizzazione delle caratteristiche presenti;
- c) La superficie dei locali di vendita, ricompresa tra i 125 e i 150 mq. dispone di un parcheggio pertinenziale tale da poterne ricavare 1(uno) posto macchina per ogni 25.00 mq. di superficie di vendita autorizzata;
- d) Non è a meno di ml. 50 da una piazza, slargo o area utilizzati a parcheggio;
- e) E' richiesto in ambiti urbani consolidati e/o negli ambiti da riqualificare;
- f) Rivitalizza una via e/o quartiere che la comprende;
- g) Comporta l'utilizzo di locali di vendita ristrutturati negli ultimi **10 (dieci)** anni;
- h) Comporta l'utilizzo di locali di vendita inseriti in edifici facenti parte di un piano di lottizzazione approvato;
- i) Comporta l'utilizzo di locali di vendita facenti parte di un edificio sottoposto, negli ultimi **10 (dieci)** anni, a complessiva ristrutturazione o rifacimento della facciata.

OBIETTIVI ECONOMICI

Favorire un rapporto equilibrato tra gli insediamenti commerciali e la capacità di domanda della popolazione.

CRITERI ECONOMICI PER L'AMMISSIBILITA' DEL PROGETTO

L'istituendo esercizio:

- a) Comporterà l'utilizzo di una superficie di vendita dei locali non inferiore a mq. 100 ovvero non inferiore a mq. 75 se trattasi del settore non alimentare (raggr. II);
- b) Si trova a non meno di ml 150 da un altro esercizio di vicinato appartenente allo stesso Settore Alimentare;
- c) La superficie di vendita che sarebbe complessivamente utilizzata dagli esercizi di vicinato del settore alimentare a seguito dell'eventuale attivazione del richiesto insediamento non superi dell'8% quella indicata nell'Allegato di cui al precedente articolo 1;
- d) E' a meno di ml 200 da una scuola, da un ufficio postale, da una banca;
- e) La popolazione residente, alla fine del mese precedente a quello della richiesta, non è diminuita più del 5% rispetto a quella risultante alla fine del mese di adozione delle Direttive;
- f) La superficie di vendita che sarebbe complessivamente utilizzata dagli esercizi di vicinato del settore non alimentare (raggr. II) a seguito appunto dell'eventuale insediamento non superi del 6% quella indicata nell'allegato di cui al precedente articolo 1.

OBIETTIVI SOCIALI

Favorire l'occupazione reale

CRITERI SOCIALI PER L'AMMISSIBILITA' DEL PROGETTO:

L'autorizzazione amministrativa è richiesta:

- a) Da un ex detenuto;
- b) Da chi è iscritto nelle liste di collocamento;
- c) Da una donna;

- d) Da un disabile o da un gruppo più o meno costituito da disabili;
- e) Da chi non ha superato i 36 anni di età;
- f) Da un'impresa familiare;
- g) Da chi si impegna ad occupare una persona dipendente;
- h) Da un gruppo più o meno costituito che, nell'eventuale Statuto, in un contratto od accordo, abbia indicato fra i suoi scopi quello di favorire il commercio di prodotti alimentari provenienti da realtà povere che appartengono alla civiltà del Terzo Mondo;
- i) Da chi avendo cessato una precedente attività commerciale negli ultimi 5 anni, non abbia beneficiato di provvidenze economiche o fiscali legati all'utilizzo della legge sulla "rottamazione" delle licenze;
- j) Da una società regolarmente costituita;
- k) Da chi è ammesso a beneficiare di provvidenze economiche riconosciute per la fattispecie da leggi nazionali e/o comunitarie.

La motivazione con la quale sarà rilasciata l'autorizzazione amministrativa sarà invocata ed adottata quando saranno stati rispettati complessivamente 4 (quattro) Criteri. Nel calcolo non potranno essere ricompresi più di 2 (due) criteri appartenenti ai differenti tipi.

Il procedimento di rilascio dell'autorizzazione amministrativa sarà curato dall'Ufficio Sviluppo Economico e al riguardo si dispone come segue:

Ferma la responsabilità del dichiarante in ordine alla corrispondenza fra quanto dichiarato e quanto attuato, rimane affidata ai seguenti Uffici Comunali la verifica dei Criteri:

- All'Ufficio Sviluppo Economico, dei Criteri Economici di cui alle lettere: a), c) e f); dei Criteri Sociali, quello di cui alla lettera h);
- All'Ufficio Urbanistica: di tutti i Criteri Territoriali escluso quello di cui alla lettera a);
- All'Ufficio Anagrafe del Criterio Economico di cui alla lettera e);

- Al Comando di Polizia Municipale dei Criteri Economici, quelli di cui alla lettera b) e d); del Criterio Territoriale quello di cui alla lettera a), dei Criteri Commerciali quello di cui alla lettera e).
- Per tutti gli altri tipi di criteri, fatto naturalmente salvo quello di cui alla lettera c) dei Criteri Sociali, è prevista la forma dell'autocertificazione.

Il provvedimento dovrà essere concluso entro il termine massimo di giorni 90 (novanta) dalla data di acquisizione dell'istanza al protocollo generale del Comune. In caso di riscontrate irregolarità o di mancanza di alcuni elementi nella domanda, detto termine **resta sospeso fino alla data dell'integrazione della documentazione irregolare o mancante**, ma dando notifica al richiedente di dette irregolarità o carenze.

Nel curare il procedimento, l'Ufficio Sviluppo Economico, notificherà tempestivamente agli altri Uffici Comunali le richieste di competenza in ordine ai distinti adempimenti prima indicati. Detti Uffici forniranno il previsto riscontro entro il termine massimo di giorni 10 (dieci) dal ricevimento della nota relativa.

A termine dell'istruttoria, l'Ufficio Sviluppo Economico dovrà comunicare al richiedente l'esito della richiesta, specificando in caso di diniego quali sono stati i Criteri e dunque gli Obiettivi il cui mancato rispetto ha determinato il rigetto della richiesta.

ARTICOLO 4

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per nuova apertura di esercizi di vicinato del settore alimentare (Raggruppamento I)

RAGUSA IBLA

Non occorre osservare alcun Criterio cogente per ottenere il provvedimento di rilascio dell'autorizzazione amministrativa.

Qui di seguito, al fine di offrire degli spunti per relative, future attività commerciali, viene presentato un quadro di Criteri non cogenti. Il Comune ritiene che il loro rispetto, totale o parziale, contribuirà meglio ad ottenere gli Obiettivi fissati dall'articolo 5 della legge.

CRITERI COMMERCIALI

Che per l'istituendo esercizio venga contemplato/a:

- a) L'utilizzo della vendita self – service;
- b) L'utilizzo del servizio a domicilio a favore dei clienti;
- c) L'adesione, anche per mezzo dell'affiliazione, a strutture operative dell'associazionismo e economico operanti con proprie insegne commerciali;
- d) La vendita dei beni da parte di produttori;
- e) Nell'ambito delle norme di autoregolamentazione concertate con il Comune o, comunque, di accordi stipulati o da stipulare dal soggetto interessato, singolarmente considerato od in associazione con altri, l'utilizzo per le operazioni di scarico delle merci delle ore di minor traffico;
- f) L'adesione a comitati per attività di servizio lungo fronti della strada commerciale di riferimento;
- g) La richiesta di utilizzo di spazi pubblici da destinare ad attività periodiche di intrattenimento e di svago.

CRITERI TERRITORIALI

Che l'istituendo esercizio preveda o comporti:

- a) Il recupero di un complesso dismesso assicurandone la valorizzazione delle sue caratteristiche;
- b) L'utilizzo di locali di vendita ristrutturati negli ultimi **dieci** anni;
- c) L'inserimento in ambiti o, più limitatamente, in spazi urbani in cui il Comune abbia realizzato od intenda realizzare progetti di riqualificazione o di valorizzazione anche per mezzo di interventi progettuali riferiti a piazze, chiese, monumenti, o per il complessivo arredo urbano dell'ambito o spazio considerati;
- d) L'utilizzo di locali per i quali sono stati richiesti ed ottenuti dei finanziamenti in forza dell'applicazione della legge speciale su Ibla;
- e) Il recupero, eseguito o in progetto, della facciata dell'edificio, del quale lo stesso fa parte, di valori storici o culturali;
- f) Il recupero, eseguito od in progetto, di un immobile pubblico, del quale lo stesso fa parte, adibito o da adibire ad attività commerciali o para – commerciali.

CRITERI ECONOMICI

Che l'istituendo esercizio preveda o comporti:

- a) La maggiore superficie di vendita possibile;
- b) La vicinanza con strutture pubbliche o private di servizio, per utenze varie;
- c) L'interdipendenza con altre strutture simili;
- d) Una politica dei prezzi di offerta al pubblico capace di attrarre la domanda e consolidarla.

La motivazione con la quale sarà rilasciata l'autorizzazione amministrativa per nuova apertura è che l'istanza, in quanto tale, rispetta il primo comma del presente Articolo.

Resta fermo l'obbligo dell'uso di insegne conformi al Regolamento comunale.

ARTICOLO 5

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per nuova apertura di esercizi di vicinato del settore non alimentare (Raggruppamento II)

RAGUSA IBLA

Anche per gli esercizi di vicinato del Raggruppamento II vale il disposto di cui al primo comma del precedente articolo.

Il quadro dei Criteri non cogenti che concretizzano gli Obiettivi fissati è lo stesso di quello del suddetto, precedente articolo, fatta eccezione, naturalmente, per i primi due Criteri Commerciali. La motivazione che sarà adottata per il rilascio dell'autorizzazione è la stessa utilizzata per gli esercizi di vicinato di cui al precedente articolo.

ARTICOLO 6

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per nuova apertura di esercizi di vicinato del settore alimentare o non alimentare (Raggruppamento II)

PER S.GIACOMO

La motivazione con la quale sarà rilasciata l'autorizzazione amministrativa per nuova apertura è che l'istanza, in quanto tale, rispetta i criteri generali ed obiettivi indicati all'art. 5 della Legge n. 28/99.

ARTICOLO 7

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per nuova apertura di esercizi di vicinato del Settore Alimentare (Raggruppamento I)

PER GLI AMBITI PER I QUALI E' STATO APPROVATO UN
PIANO DI RECUPERO URBANISTICO

In deroga ai Criteri di cui ai precedenti articoli, per le circoscrizioni interessate, ossia per gli ambiti all'interno delle stesse, per i quali il Comune ha predisposto ed approvato un Piano di Recupero Urbanistico, l'unico Criterio che si assume e che dovrà essere rispettato per il provvedimento motivato di rilascio dell'autorizzazione è che, nell'ambito di riferimento, la superficie di vendita autorizzata di tutti gli esercizi di vicinato del Settore Alimentare, non dovrà superare i mq. 300 (trecento).

ARTICOLO 8

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per nuova apertura di esercizi
di vicinato del settore Alimentare e Non Alimentare (Raggruppamento II)

Per Marina di Ragusa

I criteri e gli obiettivi sono tutti quelli indicati al precedente art. 3 con la sola differenza che la percentuale dell'8% indicata alla lettera c) del criterio economico va sostituita con "25%".

Per altri adempimenti, verifiche e procedure si applica quanto disposto al suddetto art. 3.

ARTICOLO 9

Disposizioni finali

1. I Criteri di cui alla presente normativa non si applicano per l'apertura di esercizi di vicinato facenti parte di centri commerciali autorizzati.

2. Gli insediamenti di esercizi di vicinato sono comunque ammessi, fatto salvo quanto previsto al precedente articolo 8, solo all'interno del perimetro urbano così come delimitato dal vigente strumento urbanistico.

ALLEGATO

A. SETTORE ALIMENTARE

CIRCOSCRIZIONE	SUPERFICIE DI VENDITA (in mq.)
Ragusa Centro	5160
Ragusa Sud	7582
Ragusa Ovest	756
<hr/>	
Totale Ragusa(*)	13498
Ragusa Ibla	738
Marina di Ragusa	858
S. Giacomo	64

(*) Secondo la definizione di cui all'articolo 3.

B. SETTORE NON ALIMENTARE (RAGGRUPPAMENTO II)

CIRCOSCRIZIONE	SUPERFICIE DI VENDITA (in mq.)
Ragusa Centro	5427
Ragusa Sud	3726
Ragusa Ovest	309
<hr/>	
Totale Ragusa(*)	9462
Ragusa Ibla	114
Marina di Ragusa	770

(*) Secondo la definizione di cui all'articolo 3.

TITOLO III

PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

ARTICOLO 1

Oggetto e finalità

I criteri di rilascio delle autorizzazioni per medie strutture di vendita previsti dall'articolo 8 della Legge Regionale n.28/99, nell'ambito del territorio comunale sono emanati per ottenere le seguenti finalità:

1. perseguire un processo di modernizzazione del sistema distributivo locale;
2. assicurare garanzie di concorrenzialità tra le diverse forme distributive;
3. promuovere l'equilibrato sviluppo delle medie strutture di vendita nelle diverse parti del territorio comunale;
4. svolgere una funzione di tutela delle piccole e medie imprese commerciali, stante il loro grado di radicamento sul territorio comunale ed il ruolo da queste svolte sotto il profilo dello sviluppo dell'occupazione di manodopera;
5. mirare al perseguimento di una presenza qualificata del servizio commerciale di prossimità.

ARTICOLO 2

L'autorizzazione amministrativa

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie fino ai limiti di mq. 1000, di una media struttura di vendita sono subordinati al rilascio di apposita autorizzazione rilasciata dal Comune.

Detto rilascio, è subordinato:

- a) al rispetto dei Criteri di cui al presente provvedimento;
- b) all'ottenimento di parere favorevole sui requisiti urbanistici ed edilizia da parte dell'Ufficio Comunale di Urbanistica;
- c) al rispetto delle altre norme previste dalla legge e di quelle igienico- sanitarie.

Il rilascio dell'autorizzazione sarà effettuato prima o contestualmente a quello della concessione edilizia. Sarà contestuale solo se l'Ufficio Sviluppo Economico riterrà necessaria la convocazione di apposita conferenza di servizi nel corso della quale si provvederà ai predetti rilasci contestuali. Nel caso in cui, infine, alla data di adozione del presente documento fosse già stata ottenuta la concessione edilizia, il rilascio dell'autorizzazione, oltre al rispetto dei criteri citati, sarà anche vincolato all'adeguamento della predetta concessione alle norme di urbanistica commerciale del relativo piano comunale, ivi comprese le dotazioni dei parcheggi pertinenziali previsti dal D.P.R.S. dell'11 luglio 2000 contenente Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Urbanistica Commerciale.

Costituisce un atto dovuto, nel rispetto dei requisiti urbanistici , il rilascio di autorizzazione nei seguenti casi:

- a) l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita mediante concentrazione di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge n. 426/71;
- b) l'autorizzazione di ampliamento della superficie di vendita di una media struttura di vendita mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge n. 426/71;

- c) l'autorizzazione all'ampliamento di una grande struttura di vendita esistente mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge n. 426/71.

In ognuno dei casi a), b) e c) la superficie massima del nuovo esercizio o dell'esercizio ampliato non può superare la somma dei limiti massimi consentiti per gli esercizi di vicinato e delle superfici di vendita già autorizzate, qualora la superficie di detti esercizi sia superiore a detti limiti, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati e delle superfici delle medie o grandi strutture concentrate o accorpate.

L'ampliamento della superficie di vendita di cui alle lettere b) e c) non comporta variazioni al settore merceologico dell'esercizio.

Quanto previsto nel presente comma è consentito anche nell'ipotesi di centro commerciale.

In ogni caso il rilascio della nuova autorizzazione comporta la revoca di quella relativa agli esercizi oggetto di concentrazione o di accorpamento.

L'estensione di un nuovo settore o raggruppamento merceologico, di cui all'allegato della Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28, nell'ambito di una media struttura di vendita equivale a nuova apertura e può essere autorizzata nell'osservanza delle relative procedure.

Infine: si considerano concorrenti le domande, corredate dalla prescritta documentazione, pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria di una domanda del medesimo raggruppamento merceologico e tipologia dimensionale, nonché relative ad un medesimo ambito territoriale omogeneo per destinazione e funzioni e, comunque, non oltre il settantesimo giorno dei novanta fissati come termine ultimo per la conclusione del procedimento.

L'istruttoria si ritiene conclusa quando il Comune si pronuncia nel merito della domanda o eventualmente alla maturazione del silenzio assenso.

Nel caso di domande concorrenti nella stessa area territoriale di riferimento l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è concessa prioritariamente:

- a) per il settore alimentare a domande che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di preesistenti medie strutture ovvero di medie strutture di esercizi di vicinato, preesistenti o operanti nel settore alimentare e l'assunzione dell'impegno di reimpiego del personale dipendente;
- b) per il settore non alimentare a domande che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di preesistenti medie strutture ovvero di medie strutture e di esercizi di vicinato preesistenti ed operanti nel medesimo settore non alimentare, e siano presentate da richiedenti che abbiano frequentato un corso di formazione professionale per il commercio o risultino in possesso di adeguata qualificazione professionale. Tale qualificazione può essere

comprovata dall'aver esercitato in proprio, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, l'attività di vendita all'ingrosso o al dettaglio di prodotti del settore non alimentare; o aver prestato la propria opera, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, in qualità di dipendente qualificato addetto alla vendita o alla somministrazione o, se trattasi di coniuge o parente o affine entro il terzo grado dell'imprenditore, in qualità di coadiutore familiare, attestata dall'iscrizione all'I.N.P.S.; o essere in possesso di un diploma universitario o di un diploma di Istituto Secondario di secondo grado riconosciuto a norma dell'articolo 4, comma 5, della legge e del D.A. 25.10.2000.

In entrambi i settori merceologici sopra indicati, a) e b), sono comunque prioritarie le domande relative agli insediamenti, frutto di operazioni di concentrazione o di accorpamento, inseriti nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 13 del D.P.R.S. dell'11 luglio 2000;

- c) il trasferimento di medie strutture già operanti nel territorio comunale, con eventuale ampliamento nei limiti dimensionali del 20% previsti;
- d) ampliamento di medie strutture esistenti, oltre, il limite del 20% della superficie di vendita già autorizzata;
- e) nuova apertura di media struttura operante nel settore non alimentare da parte di un soggetto che abbia frequentato un corso di formazione professionale per il commercio riconosciuto dalla regione, ovvero sia in possesso di adeguata qualificazione professionale, secondo le modalità di cui al precedente punto b);
- f) nuova apertura di media struttura.

In caso di concorrenza di domande i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un tempo non superiore a quindici giorni, durante i quali il Comune individua la domanda prioritaria.

ARTICOLO 3

Aree nelle quali sono consentiti gli insediamenti
di medie strutture di vendita e criteri di ammissibilità

Con i limiti ed i vincoli indicati nelle presenti Direttive, nonché quelli generali previsti dalla Legge per gli esercizi commerciali e, per quanto riguarda in particolare le medie strutture, relativamente alla dotazione di parcheggi pertinenziali, le AREE nelle quali sono consentiti gli insediamenti di medie strutture sono le Zone A, B e C del vigente strumento urbanistico generale e le AREE previste all'articolo 9, punto 3, della Norme di Attuazione del Piano di Urbanistica Commerciale.

Si specifica, comunque, in particolare, che gli insediamenti in Zona C sono ammessi se ricadono all'interno del perimetro urbano così come delimitato dal suddetto strumento urbanistico generale.

Per le suddette Zone A, B e C, i Criteri di Ammissibilità assumono, per le differenti Circoscrizioni, i seguenti interventi:

A): Per la Circoscrizione Ragusa-Centro:

- a. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore alimentare: mq. 1000(mille);
- b. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore non alimentare: mq. 500(cinquecento);

Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore non alimentare (Raggruppamento III): non è fissato alcun limite dimensionale complessivo.

Gli eventuali ampliamenti di superficie di vendita in locali già esistenti, fatto salvo il rispetto di tutte le relative norme di legge, non concorrono a formare le superfici di vendita previste per i superiori casi di cui ai punti a. e b.

B): Per la Circoscrizione Ragusa – Sud:

- a. Nuove superfici di vendita per medie strutture di vendita del settore alimentare: mq. 1000 (mille).
- b. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore non alimentare (Raggruppamenti II e III): non è fissato alcun limite dimensionale complessivo.

Gli eventuali ampliamenti di superficie di vendita in locali già esistenti, fatto salvo il rispetto di tutte le relative norme di legge, non concorrono a formare le superfici di vendita previste per il superiore casi di cui al punto a.

C): Per la Circoscrizione Ragusa- Ovest:

- a. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore alimentare: mq. 1500 (millecinquecento);

b. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore non alimentare (Raggruppamenti II e III): non è fissato alcun limite dimensionale complessivo.
Gli eventuali ampliamenti di superficie di vendita in locali già esistenti, fatto salvo il rispetto di tutte le norme di legge, non concorrono a formare le superfici di vendita previste per il superiore caso di cui al punto a.

D): Per la Circoscrizione Marina di Ragusa:

- a. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore alimentare: mq. 1000(mille);
Inoltre, il criterio di relativa articolazione è che la superficie di vendita dell'istituendo esercizio non potrà superare i mq. 400(quattrocento) ;
- b. Nuove superfici di vendita del settore non alimentare (Raggruppamenti II e III): non è previsto alcun limite dimensionale complessivo.

Gli eventuali ampliamenti di superficie di vendita in locali già esistenti, fatto salvo il rispetto di tutte le norme di legge, non concorrono a formare le superfici di vendita previste per ciascun caso di cui ai rispettivi punti indicati.

E): Per la Circoscrizione Ragusa Ibla:

- a. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore alimentare mq.600 (seicento);
- b. Nuove superfici di vendita di medie strutture del settore non alimentare (Raggruppamenti II e III): non è previsto alcun limite dimensionale complessivo.
Inoltre per ciascuno dei casi cui ai superiori punti a. e b. il criterio di relativa articolazione è che la superficie di vendita di ciascun istituendo esercizio non potrà superare i mq. **300 (trecento)**;

Gli eventuali ampliamenti di superficie di vendita in locali già esistenti, fatto salvo il rispetto di tutte le norme di legge, non concorrono a formare le superfici di vendita previste per ciascun caso di cui ai rispettivi punti indicati.

F): Per la Circoscrizione San Giacomo:

- a. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore alimentare : mq. 200(duecento);
- b. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore non alimentare (Raggruppamento II): mq. 300(trecento);
- c. Nuove superfici di vendita per medie strutture del settore non alimentare (raggruppamento

III): non è fissato alcun limite dimensionale complessivo.

Gli eventuali ampliamenti di superficie di vendita in locali già esistenti, fatto salvo il rispetto di tutte le norme di legge, non concorrono a formare le superfici di vendita previste per ciascun caso di cui ai rispettivi punti indicati.

ARTICOLO 4

All'interno delle aree X1, X2, X3 e X4 di cui all'ARTICOLO UNICO riguardante le grandi strutture di vendita effettivamente attivabili, l'insediamento di medie strutture di vendita è consentito solo se le stesse sono inserite all'interno di Centri Commerciali. Le relative superfici di vendita sono scorporate da quelle previste per le Circoscrizioni di cui al precedente Articolo 3. In deroga al precedente comma sono consentiti insediamenti di medie strutture per la vendita di generi del settore alimentare e non alimentare, all'interno delle aree X1 di cui all'ARTICOLO UNICO riguardante la programmazione per le grandi strutture.

TITOLO IV

PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA EFFETTIVAMENTE ATTIVABILI ALL'INTERNO DELLE RELATIVE AREE PREVISTE

ARTICOLO UNICO

Le superfici di vendita effettivamente attivabili
per grandi strutture all'interno delle previste aree

1. A Ragusa e lungo la S.P. Ragusa – Marina di Ragusa:

Per l'insieme delle seguenti Aree:

- X1 costituenti vuoti del tessuto urbano;
- X2 costituenti “ambiti di riqualificazione della periferia urbana”;
- X3 a destinazione specifica per insediamenti produttivi (lungo la SS. 115 per Comiso – Vittoria-Catania e lungo la S.P. Ragusa – Marina di Ragusa);
- X4 individuate dal Consorzio Sviluppo Industriale all'interno del Piano Regolatore della Zona Industriale;
- Aree con progetti ai sensi dell'articolo 5 D.P.R. 447 del 20/10/1998;

E' prevista l'utilizzazione di una superficie massima di vendita di mq. 40.000 (quarantamila) da adibire a grandi strutture o a centri commerciali per la vendita di generi alimentari o misti,

(Raggruppamenti I e II).

Ciascun intervento non potrà tuttavia superare i mq. 20.000 (ventimila) ed essere inferiore a mq. 2500 (duemilacinquecento). Infine, nelle aree X1, costituenti vuoti del tessuto urbano, oltre agli interventi di cui al precedente disposto normativo possono anche essere consentiti insediamenti di medie e grandi strutture commerciali per la vendita di generi alimentari o misti, aventi ciascuna, a seconda dei casi una superficie ricompresa fra 151 (centocinquantuno) e 2500 (duemilacinquecento) mq. La superficie complessiva dell'insieme di detti insediamenti non potrà tuttavia superare i mq.

10000(diecimila) e, ove autorizzata, impegnerà in diminuzione la superficie complessiva di cui al presente punto esistente per l'insieme delle aree.

2. A Marina di Ragusa:

Nelle Aree X1 costituenti vuoti del tessuto urbano è prevista l'utilizzazione di una superficie di vendita fino a 2500 mq. (duemilacinquecento) per la vendita di generi alimentari o misti.

Le superfici di vendita indicate in ciascuno dei suddetti ambiti 1. e 2., ossia rispettivamente mq. 40.000(quarantamila) e mq. 2500(duemilacinquecento), sono comprensive di quelle degli esercizi di vicinato e delle medie strutture di vendita eventualmente richieste ed autorizzate all'interno di Centri Commerciali. Per questi ultimi si richiama il disposto che, ove con superficie di vendita superiore ai 1000 mq., sono equiparati alle grandi strutture di vendita.

Nelle Aree di cui al presente Articolo, l'insediamento di detti esercizi di vicinato e/o medie strutture è consentito solo se richiesto all'interno dei citati Centri Commerciali fatto salvo il disposto per le medie strutture previste nelle aree X1.

Infine, è consentito qualsivoglia insediamento di grandi strutture per la vendita dei generi di cui al settore non alimentare (Raggruppamento III), ma ciascun intervento non potrà presentare una superficie di vendita superiore a mq. 20.000 (ventimila). **Le superfici di vendita del Raggruppamento III di grandi strutture o di Centri Commerciali non impegnano, a seconda dei casi, le superfici rispettivamente di mq. 40.000 (quarantamila) o 2500 (duemilacinquecento), per strutture adibite alla vendita di generi alimentari o misti .**

Nelle Conferenze di Servizi previste dal Decreto Regionale contenente norme sul procedimento concernenti le domande relative alla grandi strutture di vendita e sul funzionamento di dette Conferenze, ove nel corso dell'esame delle relative istanze , si registrasse la concorrenza di domande per l'insediamento di grandi strutture di vendita e di centri commerciali, aventi le une e gli altri superfici superiori a mq. 8000 (ottomila) e naturalmente inferiore o pari ai massimi previsti per ciascun intervento, ed il pare del Comune fosse favorevole per l'insediamento della struttura commerciale nell'area di riferimento, l'opzione dell'Ente sarà a favore dell'insediamento di centri commerciali che contemplino all'interno del centro anche l'attivazione di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita.

CARTA DEI LIMITI AI QUALI SOTTOPORRE
LE IMPRESE COMMERCIALI NEL CENTRO STORICO

ARTICOLO UNICO

Limiti agli insediamenti commerciali nel Centro Storico di Ragusa Ibla

Sulla base dell'art. 5 della Legge, comma 2, lettera c), nelle more dell'adozione del previsto Progetto di Valorizzazione commerciale e relativamente al Centro Storico di Ragusa Ibla, per salvaguardare le caratteristiche, l'immagine e il decoro di detto "bene culturale" rappresentato da luoghi di particolare pregio ed interesse storico, architettonico, ambientale e culturale, in coerenza con i programmi di viabilità, limitazione ed interdizione al traffico veicolare e di prevenzione dell'inquinamento, all'interno del perimetro del Centro Storico anzidetto sono vietate le seguenti attività, svolte sia all'interno di esercizi di vicinato che di medie strutture di vendita:

esercizi di vendita di "Prodotti vari" relativi a:

- a) materie prime tessili e simili;
- b) rottami e materiale di recupero;
- c) articoli per l'imballaggio industriale;
- d) autoveicoli e simili;
- e) imbarcazioni e relative attrezzature;
- f) motori di qualsiasi tipo e genere e relativi accessori e ricambi;
- g) combustibili solidi e liquidi;
- h) macchine, attrezzature e articoli tecnici simili;
- i) materiali antincendio;
- j) prodotti chimici;
- k) macchine e attrezzature per l'agricoltura e simili compresi ricambi e accessori.

**NORME SUL PROCEDIMENTO RELATIVO AL RILASCIO DELLE
AUTORIZZAZIONI PER MEDIE STRUTTURE DI VENDITA
AI SENSI DELL'ARTICOLO 8, COMMA 4 DELLA L. R. N. 28**

1. Per ottenere l'autorizzazione all'apertura, il trasferimento di sede, l'estensione di settore merceologico, l'ampliamento della superficie di vendita nei limiti di cui all'articolo 2, comma 1, lettera f), di una media struttura di vendita in base a quanto previsto all'articolo 8, comma 1, della legge regionale 22 dicembre 1999, n. 28 il richiedente deve presentare al Comune apposita domanda corredata delle informazioni contenute nella Modulistica (Mod. COM. 2- Mod. COM. 3) di cui all'allegato B e C della deliberazione 13 aprile 1999 della conferenza unificata Stato- Regioni Enti locali ex articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale 23 aprile 1999- Seri Generale- n. 94 e successive modificazioni. La modulistica di cui sopra deve essere compilata dal richiedente con le modalità e le istruzioni di cui alla circolare del Ministero dell'Industria e del Commercio n. 3465/C del 25 giugno 1999 recante "Istruzioni modulistica inerente le comunicazioni e le domande di cui agli articoli 7, 8 e 9 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114".

Il responsabile del 2. 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.

Il procedimento amministrativo di:

- 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.

relativo ad una media struttura è attivato con comunicazione da parte dell'interessato all'Amministrazione Comunale.

Il responsabile del procedimento è il responsabile del Servizio Attività Economiche.

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. Documentazione necessaria per la richiesta di apertura,trasferimento di sede,ampliamento (oltre il limite del 20%) di superficie o di estensione di settore merceologico, di una media struttura di vendita.

A) PER STRUTTURE CON SUPERFICI FINO A 600 MQ.

La presentazione della domanda deve essere fatta su appositi modelli ministeriali denominati "Mod.COM 2 " e " Mod.COM 3 " pubblicati nella Gazzetta Ufficiale 23 aprile 1999 – Serie Generale – n.94 e successive modificazioni.

Il richiedente deve inoltre:

1. Dichiarare:

- a. il possesso dei requisiti morali di cui all'articolo 3, comma 2, e professionali (se trattasi di attività commerciale del settore alimentare) di cui all'articolo 3, commi 3 e 4,della Legge Regionale n.28/99;
- b. il rispetto delle norme urbanistiche e di quelle relative all'uso ed ai regolamenti edilizi;
- c. il rispetto dei regolamenti di polizia urbana,annonaria ed igienico- sanitaria;
- d. il rispetto del regolamento comunale d'igiene;
- e. la dotazione dei parcheggi pertinenziali nelle misure previste dalle Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica riferiti al settore commerciale di cui al Decreto Presidenziale dell'11 luglio 2000;

2. Presentare:

- a. la planimetria dei locali di vendita (in scala 1:100) e, ove trattasi di esercizio con offerta di generi alimentari,con leggenda relativa al laj out delle diverse zone;
- b. un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate dalla domanda di autorizzazione.

B) PER STRUTTURE CON SUPERFICI COMPRESSE FRA 601 E 1000 MQ.

La presentazione della domanda deve essere fatta su appositi modelli ministeriali denominati “ Mod.COM 2 “ e “ Mod.Com.3 “ pubblicati nella Gazzetta Ufficiale 23 aprile 1999 – Serie Generale _ n.94 e successive modificazioni.

Il richiedente deve inoltre:

1. Dichiarare:

- a) il possesso dei requisiti morali di cui all’articolo 3, comma 2, e professionali (se trattasi di attività commerciale del settore alimentare) di cui all’articolo 3, commi 3 e 4,della Legge Regionale n.28/99;
- b) il rispetto delle norme urbanistiche e di quelle relative all’uso ed ai regolamenti edilizi;
- c) la dotazione dei parcheggi pertinenziali nelle misure previste dalle Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica riferiti al settore commerciale di cui al Decreto Presidenziale dell’11 luglio 2000;
- d) il rispetto del regolamento comunale d’igiene;
- e) la dotazione dei parcheggi pertinenziali nelle misure previste dalle Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica riferiti al settore commerciale di cui al Decreto Presidenziale dell’11 luglio 2000.

2. Allegare:

Un progetto tecnico illustrativo dell’iniziativa in cui siano descritte le caratteristiche tecniche della stessa.In particolare,se trattasi di centro commerciale,indicando il numero complessivo degli esercizi previsti,le loro caratteristiche dimensionali e merceologiche,la superficie di vendita complessiva.

Detto progetto deve inoltre includere:

- a) un elaborato grafico (in scala 1:200 o 1:500) relativo alla sistemazione esterna dell’insediamento commerciale con particolare riguardo ai parcheggi pertinenziali per la clientela;
- b) un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate alla domanda di autorizzazione;
- c) nel caso di esercizio con offerta di generi alimentari,la rappresentazione in scala adeguata dei collegamenti pedonali alla struttura di vendita dei parcheggi pertinenziali;
- d) una relazione tecnica contenente la previsione dei flussi di traffico previsti a seguito dell’apertura della nuova struttura distributiva.

Per ciascuna delle due suddette fattispecie A) e B), qualora la documentazione cartografica risulti già parzialmente depositata presso l’Amministrazione Comunale a corredo di domanda per concessione o autorizzazione edilizia,l’interessato potrà ometterne la presentazione dichiarando che la stessa risulta appunto allegata ad altra istanza, specificandone gli estremi.

4. Il responsabile del procedimento, entro 7 giorni dall'acquisizione dell'istanza, trasmette ai competenti Uffici di Urbanistica e Polizia Municipale l'insieme della documentazione di pertinenza di cui al precedente articolo ed eventualmente anche l'autocertificazione, ove prodotta dall'interessato, nell'ipotesi di cui all'articolo 3, per i necessari controlli.

Gli Uffici Urbanistica e Polizia Municipale entro 30 (trenta) giorni riscontoreranno la superiore documentazione trasmettendo l'esito del controllo al Responsabile del procedimento.

5. Verificata la domanda nonché l'esito dei controlli di cui al precedente articolo 4, nel caso di incompletezza o irregolarità, il responsabile del procedimento provvederà a richiedere all'interessato, entro 10 giorni, le necessarie integrazioni interrompendo i termini del procedimento. Tali termini continueranno a decorrere ex novo al momento della presentazione della documentazione integrativa richiesta potranno essere interrotti una seconda volta solo se vi è la necessità di acquisire ulteriori elementi di indirizzo che non siano già nella disponibilità dell'Amministrazione Comunale che essa non possa acquisire autonomamente.

Nel caso di richiesta di elementi integrativi i termini continueranno a decorrere nuovamente dalla data del ricevimento degli stessi da parte dell'amministrazione Comunale.

6. Il Comune, entro 90 giorni dalla data di ricevimento della domanda, completa e regolare, deve procedere al rilascio dell'autorizzazione. A tale scopo, terminata la fase istruttoria, il Dirigente del servizio comunale competente provvederà al rilascio dell'autorizzazione commerciale che, 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 medie strutture di vendita.

In caso di provvedimento di diniego – che dovrà essere adottato previa verifica del mancato rispetto dei Criteri di cui al presente provvedimento e dei requisiti urbanistici – dello stesso dovrà essere data regolare notifica all'interessato.

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.

7. L'interessato può iniziare a svolgere l'attività:

- dopo il rilascio dell'autorizzazione;

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

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, 3 e 4 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.

8. 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.

DISPOSIZIONI FINALI

Per quanto non disciplinato nel presente Piano si rinvia alle norme di legge e alle Direttive Regionali.

Nel caso di discordanza tra le norme di attuazione (elab. n. 6) e quelle contenute nella relazione programmatica, le prime prevalgono sulle seconde.