

Comune di Avio

Provincia di Trento

C.A.P. 38063

C.F. 00110390226

# **REGOLAMENTO COMUNALE**

## **CRITERI COMUNALI PER L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

*ai sensi dell'articolo 3, comma 3 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4  
"Disciplina dell'attività commerciale in provincia di Trento" e dell'articolo 5,  
allegato 1 alla deliberazione della Giunta Provinciale n.339 di data 16 febbraio 2001*



## SOMMARIO

1.	Cenni premessuali	pag. 3
2.	Le fonti	pag. 3
3.	La programmazione commerciale: presupposti giuridici	pag. 4
4.	L'evoluzione dei profili normativi	pag. 5
	4.1. La legge 2 giugno 1971 n.426: obiettivi e contenuti	pag. 5
	4.2. La legge provinciale 22 dicembre 1983 n.46	pag. 7
	4.3. Il decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114 e la riforma del commercio	pag. 9
5.	I modelli di programmazione commerciale	pag. 10
	5.1. Il modello di programmazione economico – commerciale	pag. 12
	5.2. Il modello urbanistico – ambientale	pag. 14
6.	La legge provinciale 8 maggio 2000 n.4	pag. 16
	6.1. Riferimenti al Decreto Bersani	pag. 16
	6.2. Operatività e contenuti della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4	pag. 18
	6.3. Commento alla legge provinciale 8 maggio 2000 n.4	pag. 20
7.	Provvedimenti attuativi della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4	pag. 24
	7.1. Indirizzi generali per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita	pag. 24
	7.2. Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale	pag. 29
	7.2.1. Contenuti	pag. 29
	7.2.2. Obiettivi	pag. 29
8.	Metodologia del lavoro	pag. 36
	8.1. Il metodo degli indici di densità	pag. 37
	8.2. Il metodo dei limiti di sviluppo	pag. 41
9.	La situazione commerciale locale: brevi cenni	pag. 42
10.	Norme di attuazione dei criteri comunali per l'insediamento delle medie strutture di vendita	pag. 48
	- articoli 1-10	pag. 49
	- allegato 1 alle Norme di attuazione	pag. 60
11.	Tavole statistiche (Tavv.1/4)	pag. 68



## 1. Cenni premessuali

I "Criteri per l'insediamento delle medie strutture di vendita" costituiscono uno degli strumenti di programmazione della rete commerciale previsti dall'articolo 3 della legge provinciale 8 maggio 2000, n.4 "Disciplina dell'attività commerciale in provincia di Trento", che ha provveduto ad estendere al territorio provinciale la riforma del settore approvata con decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114, denominato "Decreto Bersani".

Quest'ultimo, ha attuato una incisiva riforma della disciplina del settore distributivo, semplificando gli accessi al settore, snellendo l'attività amministrativa, trasferendo importanti competenze alle Regioni ed ai Comuni, dettando regole per una diversa pianificazione dello sviluppo commerciale.

La legge provinciale 4/2000 ha attribuito alla competenza comunale non solo importanti adempimenti gestionali, ma anche una autonoma facoltà di programmazione con riferimento alle medie strutture di vendita, vale a dire agli esercizi commerciali compresi nella classe di superficie da 150 a 800 mq. nei Comuni con oltre 10.000 abitanti e nella classe da 100 a 400 mq. negli altri Comuni (qual è Avio).

Questa competenza deve essere peraltro esercitata nel rispetto delle direttive contenute nell'atto di indirizzo che è stato attribuito dal Legislatore alla competenza della Giunta Provinciale, la quale ha provveduto con deliberazione n.339 di data 16 febbraio 2001, in vigore con decorrenza 21 febbraio 2001.

Il presente documento costituisce lo **studio preliminare** e la proposta d'atto deliberativo da sottoporre alla approvazione del Consiglio comunale.

## 2. Le fonti

L'elaborato si basa sui seguenti documenti/riferimenti normativi:

- Legge provinciale 8 maggio 2000 n. 4 "Disciplina dell'attività commerciale in Provincia di Trento";
- Regolamento di esecuzione della LP 4/2000, approvato con D.P.G.P. di data 18 dicembre 2000 n.32-50/Leg.;



- deliberazione della Giunta Provinciale n. 339 di data 16 febbraio 2001, "Indirizzi generali per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita";
- deliberazione della Giunta Provinciale n. 340 di data 16 febbraio 2001, "Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale";
- dati forniti dal Comune (il dato **residenti** è aggiornato a **fine dicembre 2001** e quello dell'**offerta commerciale** scaturisce dalle **conversioni operate dal Comune**), dal Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, dalla Camera di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato di Trento (specie per l'analisi in trend storico);
- ulteriori informazioni acquisite dalla verifica degli strumenti urbanistici e di programmazione latu sensu vigenti e interessanti l'ambito oggetto di indagine.

### 3. La programmazione commerciale: presupposti giuridici

L'articolo 41 della Costituzione sancisce il principio della libertà della iniziativa economica privata, precisando peraltro che la legge deve garantire, attraverso opportuni programmi e controlli, che la stessa sia indirizzata a conseguire finalità sociali.

Alcune leggi di settore hanno sviluppato il principio costituzionale di "utilità sociale" dell'attività economica, varando regole che disciplinano l'ingresso di nuovi soggetti nel mercato. E' il caso, ad esempio, della legge 2 giugno 1971 n.426, che per prima ha disciplinato lo svolgimento dell'attività commerciale e nel cui contesto sono stati previsti particolari vincoli di natura amministrativa per limitare gli accessi al settore.

Fino ad allora l'attività amministrativa non risultava vincolata da piani di settore. Pertanto, la discrezionalità della Pubblica Amministrazione aveva supplito alla carenza di regole, facendo leva sul concetto che un "eccesso di concorrenza" poteva risultare un fenomeno negativo, suscettibile di danneggiare i cittadini in quanto consumatori per il fatto di provocare un aumento dei costi produttivi e il rialzo dei prezzi al consumo.

Analogamente, l'obiettivo principale della Legge 426/1971 era rappresentato dal conseguimento dell'equilibrio, economico e territoriale, fra la domanda e l'offerta di beni di consumo, ottenuto attraverso il con-



tingentamento delle autorizzazioni, da operare attraverso i cd. "piani commerciali comunali".

Si tratta di un obiettivo di fondo condiviso e recepito anche dal Legislatore provinciale con la legge 22 dicembre 1983 n.46, con la quale si è cercato di dare vita ad un quadro normativo che, oltre ad essere coerente con le scelte di politica commerciale operate a livello nazionale, fosse anche modellato sul sistema istituzionale proprio della realtà locale e coordinato con gli altri strumenti di governo della economia provinciale (come i piani di sviluppo socio - economico, provinciale e comprensoriali).

Tuttavia, negli ultimi anni tale impianto è andato rivelandosi superato, sia sotto il profilo della politica commerciale che sotto quello della coerenza con il quadro giuridico - legislativo, specie con riferimento al processo di integrazione europeo, che imponeva regole uniformi anche nel settore della distribuzione.

Dopo l'infruttuoso esito del referendum abrogativo del 1995 il Governo, avvalendosi della delega contenuta nella legge 15 marzo 1997 n.59, emanava nel corso del 1998 il decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114, denominato "Decreto Bersani", dal nome del Ministro proponente.

Titolare di competenza secondaria nella materia disciplinata dal decreto, la Provincia Autonoma di Trento era tenuta a recepire con propria legge i principi contenuti della nuova legislazione statale. A tale adempimento si è provveduto con la legge provinciale 8 maggio 2000, n.4 "Disciplina dell'attività commerciale in Provincia di Trento", che ha contestualmente abrogato la legge provinciale 22 dicembre 1983, n.46.

#### **4. L'evoluzione dei profili normativi**

##### **4.1. La legge 2 giugno 1971 n.426: obiettivi e contenuti**

La legge statale 2 giugno 1971 n.426 ha rappresentato la prima norma volta a disciplinare in modo organico lo svolgimento della attività commerciale.

Ha introdotto in modo innovativo nell'ordinamento un complesso di principi programmatici indirizzati a controllare l'evoluzione delle strutture dell'offerta commerciale, secondo finalità ritenute rispondenti al pubblico interesse.



E' stata infatti concepita dal Legislatore come strumento di controllo quantitativo e territoriale della espansione della rete commerciale, finalizzato a conseguire - in un quadro di programmazione pubblica - l'equilibrio economico fra la domanda e l'offerta di beni di largo e generale consumo.

L'intervento legislativo aveva provveduto in questo modo a colmare una lacuna dell'ordinamento giuridico consentendo d'attuare quanto previsto dall'articolo 41 della Costituzione con una serie di regole a contenuto amministrativo, sinteticamente così riassumibili:

- individuazione di strumenti programmatici pubblici, rappresentati dai "piani comunali di sviluppo e di adeguamento della rete commerciale", diretti a collegare il regime delle autorizzazioni per l'esercizio della attività commerciale con criteri oggettivi, rappresentati dai "contingenti di superficie", criteri che avevano lo scopo di contemperare il principio della libera iniziativa economica privata con l'interesse pubblico a garantire che lo sviluppo dell'offerta potesse attuarsi nel rispetto degli equilibri economici e sociali;
- istituzione di un meccanismo preventivo di selezione professionale degli operatori, rappresentato dal Registro degli Esercenti il Commercio (REC), con funzione di ulteriore barriera all'entrata di nuovi soggetti;
- ripartizione dell'offerta commerciale in tipologie merceologiche, secondo un sistema tabellare predefinito con articolazione fra settori di largo consumo e settori di consumo non soggetti a contingentamento.

Le valutazioni in ordine alla Legge 426/1971 divergono:

- alcuni ne mettono in rilievo gli indubbi effetti di razionalizzazione e consolidamento del settore;
- altri lamentano l'eccessivo rallentamento che la stessa avrebbe prodotto nei confronti del processo di ricomposizione e concentrazione dell'offerta commerciale e, quindi, di freno alla crescita economica generale.

Fra i primi si trovano alcuni autorevoli economisti, che non hanno mancato di rilevare che la cosiddetta "polverizzazione" della rete distributiva italiana è stata - in realtà - funzionale allo sviluppo industriale, in quanto avrebbe consentito di impiegare una risorsa abbondante come il lavoro.



ro (vista l'esuberanza di manodopera dequalificata per lungo tempo assorbita dal settore distributivo) risparmiando la risorsa scarsa costituita dal capitale, resa quindi disponibile per gli ingenti investimenti necessari all'ammodernamento del settore industriale e al mantenimento di adeguate condizioni di concorrenza nel contesto internazionale.

I secondi, mettono in rilievo soprattutto i ritardi che hanno caratterizzato e connoterebbero tuttora il processo di ammodernamento strutturale dell'offerta commerciale in confronto ai Paesi concorrenti dell'area comunitaria e, di riflesso, i danni provocati nel medio - lungo termine al sistema economico generale, anche per margini commerciali eccessivamente elevati, che certamente non hanno consentito di sviluppare adeguatamente la produzione e l'offerta di beni.

Pare esservi, in ogni caso, condivisione nel riconoscere che la Legge 426/1971 ha rappresentato un fondamentale momento di evoluzione delle politiche pubbliche di regolazione del settore commerciale.

Tuttavia, e dopo trent'anni di esperienza applicativa, non poteva non emergere l'esigenza della revisione organica di una disciplina chiamata a fare i conti con la rapida trasformazione della realtà economica, sociale, commerciale, che ha connotato proprio il periodo più recente.

#### **4.2. La legge provinciale 22 dicembre 1983 n.46**

La legge provinciale 22 dicembre 1983, n.46 e il complesso di strumenti di programmazione ad essa collegati, ha rappresentato nel corso degli anni Ottanta e Novanta il "sistema di regole" che ha consentito agli Enti pubblici locali (Provincia, Comprensori, Comuni) di esercitare una fondamentale azione di governo nei confronti dell'assetto e dello sviluppo del settore distributivo locale.

Si tratta di una legge concepita nel solco dei principi ispiratori della legislazione statale, in particolare della legge 2 giugno 1971 n.426, legislazione basata - come già osservato - sul principio della programmazione pubblica in base al quale la quantità di "nuova" offerta risultava stabilita dai piani commerciali.

L'obiettivo di tale programmazione era essenzialmente costituito dal tendenziale equilibrio economico e territoriale fra la domanda e l'offerta di beni di consumo.



Al momento della emanazione del Decreto Bersani, la normativa provinciale si presentava con profili formalmente più evoluti di quella statale per quanto riguarda la disciplina legislativa. Al contrario, per quanto riguardava gli strumenti di programmazione previsti dalla LP 46/1983 si era venuta stratificando nel corso del tempo una serie ampia di vincoli normativi, riflesso del tentativo operato sia dalla Provincia che dai Comprensori e dai Comuni di graduare e ammortizzare gli effetti economici e sociali legati ai processi di mutamento strutturale ed organizzativo della rete distributiva.

Il Piano Provinciale di Politica Commerciale (PPPC), adottato dalla Giunta Provinciale nel corso del 1987, conteneva una serie di indirizzi e prescrizioni, in seguito mutate da Comprensori e Comuni nei rispettivi strumenti di programmazione commerciale, indirizzi di tenore assai restrittivo. Ad esempio, si prevedeva:

- l'istituzione di rigide distinzioni fra zone commerciali all'interno dei singoli comuni;
- vincoli piuttosto selettivi nei confronti dei trasferimenti degli esercizi fra zone commerciali diverse;
- limiti per contenere gli ampliamenti di assortimento merceologico;
- limiti nei confronti degli ampliamenti di superficie e delle concentrazioni di strutture distributive.

Si è trattato di misure che hanno contribuito a contenere l'espansione del commercio cosiddetto "moderno", ma le restrizioni normative, in particolare il contingentamento di diversi settori non appartenenti ai generi di largo consumo, oltre a ulteriori vincoli in materia di ampliamento merceologico e di trasferimento sul territorio comunale, hanno spesso finito col penalizzare anche le piccole imprese del settore, impedendo loro di adeguarsi ai rapidi mutamenti della domanda, con una dannosa perdita di competitività.

Fondamentale appare invece operare per consentire alle stesse di "sfruttare" quella duttilità organizzativa che dovrebbe costituire proprio il vantaggio differenziale specifico di tali unità di vendita rispetto alle grandi strutture.

Queste considerazioni avevano indotto il Legislatore provinciale ad



emanare alcune norme di liberalizzazione e di semplificazione, e ciò ancora prima di porre mano ad un provvedimento legislativo organico diretto a recepire la riforma statale.

In questo senso, la legge provinciale 11 settembre 1998 n.10, collegata all'assestamento di bilancio, aveva operato per una modifica e rendendo in parte inoperanti alcuni istituti normativi contenuti sia nella legge che negli strumenti di pianificazione settoriale.

Fra le altre previsioni si ricorda, in particolare:

- la soppressione del parere obbligatorio delle commissioni comunali e comprensoriali per il commercio;
- l'eliminazione dei vincoli relativi ai trasferimenti degli esercizi del piccolo dettaglio nell'ambito del territorio comunale;
- l'eliminazione di alcune limitazioni all'ampliamento merceologico (superfici minime, affinità fra tabelle merceologiche);
- la limitazione del sistema del contingentamento ai soli comparti della alimentazione e dell'abbigliamento.

Era stata inoltre "anticipata" la riforma dei requisiti di accesso all'attività commerciale, uniformando la disciplina provinciale ai contenuti del "Bersani".

#### **4.3. Il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114 e la riforma del commercio**

Il decreto legislativo 114 costituisce un provvedimento di riforma economico - sociale, avendo introdotto nell'ordinamento mutamenti sostanziali, innovando incisivamente il quadro di regole fondate sui principi della legge 2 giugno 1971 n.426 e ponendo le premesse per avviare una nuova fase della politica commerciale.

Col decreto Bersani la disciplina del settore commerciale è stata trasferita alla competenza regionale e comunale, in omaggio al principio di sussidiarietà sancito dalla Legge 59/1997, ferma restando l'emanazione di norme "cornice" da parte dello Stato. In precedenza, le Regioni a statuto ordinario non possedevano invece alcuna competenza legislativa autonoma.



Sono stati inoltre rivisti molti degli istituti normativi sui quali era incentrata la precedente legislazione:

- le barriere professionali di accesso al settore, con la soppressione del Registro degli Esercenti il Commercio e l'abrogazione dei requisiti professionali per il settore non alimentare;
- il sistema tabellare, sostituito da due soli settori;
- i criteri di programmazione della rete distributiva, con la liberalizzazione delle piccole superfici e l'introduzione della pianificazione urbanistico - commerciale per le grandi strutture;
- gli orari di svolgimento dell'attività, resi assai più flessibili.

Il Decreto Bersani ha inoltre riformulato la normativa e la conseguente azione amministrativa secondo un'ottica di semplificazione dei procedimenti, introducendo le nuove procedure previste dalle leggi cosiddette "Bassanini", fra le quali si ricordano: la denuncia di inizio attività, il principio del silenzio – assenso, l'autocertificazione.

Ma l'innovazione fondamentale della riforma è senza dubbio quella che riguarda la programmazione commerciale, completamente rivista rispetto all'impianto normativo della Legge 426/1971.

Si è sostituito il **modello programmatico economico - commerciale** tipico dell'ordinamento italiano, ma anomalo nel panorama europeo, con quello **urbanistico - commerciale** mutuato dall'esperienza dei maggiori Paesi dell'area comunitaria.

## 5. I modelli di programmazione commerciale

La legge statale 2 giugno 1971 n.426 e la legge provinciale 22 dicembre 1983 n.46, che ne ha recepito i principi fondamentali, sono stati espressione di un modello di programmazione commerciale molto diverso da quelli applicati negli altri Paesi comunitari, dove la regolazione dello sviluppo della rete distributiva non è stata affidata a specifici strumenti di politica settoriale con contenuto quasi esclusivamente economico (come i piani commerciali) ma alla disciplina della pianificazione urbanistica.

Lo sviluppo crescente della rete commerciale ha fatto registrare specie in alcuni Paesi l'affermazione e il successo delle moderne formule



distributive, consistenti nella vendita di grandi volumi di merci a prezzi contenuti e su elevate superfici espositive.

Ad una rete polverizzata e diffusa sul territorio è così subentrata - progressivamente - una distribuzione più concentrata, sia in termini spaziali che strutturali ed organizzativi.

Il processo di concentrazione dell'offerta ha tuttavia influito in misura notevole sull'uso delle risorse territoriali ed ha concorso in modo determinante ad incrementare la mobilità dei consumatori, con conseguenze negative sulla funzionalità della rete viaria e sulla qualità ambientale.

Per mettere sotto controllo questi fenomeni occorre intervenire e soluzioni di natura urbanistica ed ambientale, finalizzati a contenere gli impatti territoriali e le diseconomie esterne che si producono con l'insediamento di unità di vendita di grandi dimensioni.

La pianificazione urbanistico - territoriale della rete distributiva implica l'abbandono della programmazione "per settori merceologici" e l'assunzione di criteri di pianificazione "per tipologie dimensionali", dal momento che solo oltre determinate soglie tende a manifestarsi un apprezzabile impatto (territoriale e ambientale).

Le motivazioni dell'intervento pubblico in un settore economico fondamentale come quello del commercio, possono essere dunque ricondotte a due ordini di **motivazioni: settoriali - extrasettoriali.**

Al primo si associano gli strumenti di mera politica settoriale, che intervengono direttamente sulle modalità di azione della concorrenza agendo attraverso barriere all'entrata di tipo amministrativo. Trattasi, ad esempio, dei piani commerciali, che risultano essenzialmente basati sul contingentamento delle autorizzazioni.

Al secondo, invece, appartengono gli strumenti indirizzati a contenere le esternalità negative generate dallo sviluppo del settore commerciale, che comportano una preventiva valutazione dell'impatto prodotto ed interventi mirati a conseguire uno sviluppo armonico delle diverse attività economico - sociali in un determinato contesto territoriale.

Nelle esperienze di altri Paesi europei queste tipologie di intervento pubblico sono presenti talora in forma mista (come in Francia e Spagna), talora in modo esclusivo nella seconda forma (come in Inghilterra e Germania). L'atipicità dell'esperienza italiana consiste nel fatto che per



mania). L'atipicità dell'esperienza italiana consiste nel fatto che per circa trent'anni la forma esclusiva dell'intervento regolatore pubblico è stata di tipo settoriale.

### **5.1. Il modello di programmazione economico - commerciale**

L'approccio di natura economico - settoriale si propone di guidare lo sviluppo della rete distributiva esclusivamente attraverso la predeterminazione dell'offerta in termini quantitativi, prefigurando un modello di rete fondato sull'equilibrio fra domanda ed offerta.

In questo modo, l'obiettivo della utilità sociale sancito dall'articolo 41 della Costituzione viene identificato nell'interesse dei consumatori ad essere riforniti dei prodotti di cui necessitano al minor prezzo possibile ed a garantire un corretto funzionamento del mercato, evitando sia la insufficienza di approvvigionamenti (scarsità di offerta rispetto ai livelli di domanda) che l'esubero di concorrenza (eccesso di offerta rispetto alla domanda effettiva).

In altri termini, attraverso l'equilibrio di tipo economico fra domanda ed offerta si attuerebbe – sempre secondo tale approccio - l'obiettivo dell'equilibrio di natura giuridica fra la libertà di iniziativa economica e la tutela della utilità sociale.

Nel modello di programmazione settoriale lo sviluppo dell'attività imprenditoriale è regolato dal Piano commerciale comunale attraverso la predeterminazione della superficie di vendita autorizzabile per un dato territorio (tutto il comune o una specifica zona comunale) e per un determinato intervallo temporale (in genere quattro/cinque anni).

Il quantitativo di superficie fruibile/obiettivo è il risultato di una procedura di calcolo che tiene conto di una serie di dati di stima di ordine statistico - economico (numero di consumatori, spesa media pro - capite annua, quote di domanda evasa o attratta, numero di esercizi operanti, volume di affari teorico necessario per remunerare i costi aziendali, etc. etc.).

Il modello si propone dunque un mero controllo dello sviluppo della offerta commerciale, ignorando invece il problema del controllo dello sviluppo della distribuzione rispetto alle altre attività presenti o previste sul territorio.



Non si pone realmente il problema di come regolare in modo armonico gli insediamenti delle diverse attività in un dato contesto territoriale, secondo un'ottica di equilibrata compresenza delle diverse funzioni (produttive, di servizio, residenziali, infrastrutturali, etc.).

Ma anche sotto il profilo della razionalità economica, l'approccio settoriale non appariva del tutto convincente. Il principio dell'eccesso di concorrenza equivale infatti ad affermare che l'espansione incontrollata delle unità di vendita riduce lo spazio operativo a disposizione di ciascuna, portando ad una sottoremunerazione dei fattori produttivi, col risultato di indurre un rialzo artificioso dei prezzi che si traduce, a sua volta, in un danno per i consumatori.

Tuttavia, ciò sembra corrispondere ad una visione statica della domanda, considerata come dato invariabile nel tempo, e non considera affatto la mobilità dei consumatori, che tende a premiare le unità di vendita più convenienti attraverso gli spostamenti sul territorio finalizzati ad effettuare altrove gli acquisti.

Va inoltre osservato che l'equilibrio fra la domanda e l'offerta è suscettibile di generare inefficienze nel sistema economico, perché tale equilibrio è virtualmente conseguibile anche ad un livello di prezzi eccessivamente elevato rispetto ad altri contesti territoriali, penalizzando sia il potere d'acquisto dei consumatori che l'attività produttiva, impossibilitata a crescere a causa di margini di intermediazione troppo elevati.

L'offerta dovrebbe infatti poter crescere e svilupparsi anche nel caso di una domanda temporaneamente stabile o poco dinamica, allo scopo di perseguire una maggiore efficienza produttiva capace di generare, a sua volta, nuova domanda.

In altri termini, l'equilibrio fra domanda ed offerta non può essere inteso in senso statico ma deve avvenire in modo dinamico, perché la rottura dell'equilibrio può rendersi talvolta necessaria a produrre una diversa e più efficiente situazione, tale da accrescere le potenzialità di acquisto dei consumatori anche nel caso di invarianza reale del reddito.

L'approccio settoriale tende, in ultima analisi, a rallentare lo sviluppo della attività economica ed a frenare l'ammodernamento della rete commerciale, nel tentativo di contenere piuttosto che di regolare la concorrenza.



Tuttavia le esigenze di ammodernamento non sono inconciliabili col mantenimento della funzione del piccolo commercio tradizionale, perché la segmentazione e diversificazione della domanda già attuata ed affermata nel grande mercato dei beni di consumo garantisce un ruolo di primaria importanza ad un piccolo commercio efficiente e specializzato, che può essere meglio tutelato con una politica attiva, attuata attraverso:

- il sistema degli incentivi pubblici;
- la valorizzazione e il rilancio dei centri storici;
- la prestazione di servizi di assistenza tecnica;
- altre analoghe misure.

E' questa la strada tracciata dal processo di riforma innescato dal decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114 e dalla nuova legge provinciale.

## **5.2. Il modello urbanistico - ambientale**

Il modello di pianificazione commerciale praticato nei maggiori Paesi europei è espressione, in via esclusiva o prevalente, di un approccio di tipo urbanistico - ambientale, il cui obiettivo consiste non tanto nel controllo dello sviluppo della offerta commerciale e della concorrenza ma nel controllo dello sviluppo del territorio, finalizzato a contenere le esternalità negative dello sviluppo commerciale (traffico, inquinamento, mutamento della vocazione territoriale dell'area interessata, etc.).

In questo tipo di approccio, non interessa determinare la quantità dell'offerta e della domanda (attuale e potenziale), né porsi il problema di liberalizzare o contenere la concorrenza.

Ciò che importa è garantire condizioni di sviluppo equilibrato e compatibile con la salvaguardia dell'ambiente, del paesaggio e delle risorse territoriali, della funzionalità della rete viaria, degli equilibri territoriali fra zone ad alta intensità di attività economica e zone socialmente disagiate, fra centri storici e ambiti urbani periferici, fra obiettivi di crescita e di sviluppo ed esigenze di vivibilità e qualità della vita.

Per tali ragioni nell'approccio urbanistico - ambientale acquistano importanza:



- l'ambito di pianificazione;
- il problema di come articolare le competenze della pianificazione fra i diversi livelli dell'amministrazione pubblica, dato che i riflessi territoriali degli interventi comprendono ambiti territoriali estesi;
- i criteri per l'individuazione dell'oggetto del controllo;
- le modalità di effettuazione del controllo stesso.

Nelle esperienze europee queste ultime sono ripartite in due metodi di valutazione:

- per singolo progetto (Gran Bretagna);
- per soglie dimensionali (Germania, Francia, Spagna).

Il secondo metodo comporta, come necessario corollario, la zonizzazione del territorio, accompagnata da una griglia di criteri di compatibilità/ammissibilità che impone specifiche destinazioni urbanistiche agli insediamenti soprasoglia.

In questo caso, il criterio di individuazione dell'oggetto del controllo è di tipo dimensionale (superficie netta o lorda della struttura commerciale interessata), mentre nella valutazione per singolo progetto possono essere utilizzate anche definizioni qualitative dell'oggetto, attraverso le tipologie distributive presenti nel mercato (supermercato, ipermercato, centro commerciale, parco commerciale, etc.).

Attualmente le soglie di rilevanza urbanistica sono: 800 mq. di superficie netta in Germania (1.200 mq. per la superficie lorda); 1.000 - 1.500 mq. netti (2.000 - 3.000 lordi), secondo l'entità demografica dei comuni (con meno o più di 40.000 abitanti), in Francia; 500 - 1.000 - 2.000 mq. netti in Spagna (rispettivamente per comuni fino a 20.000 abitanti, fino a 500.000, superiori).

Ognuno dei metodi e delle modalità sopra descritte presenta vantaggi e inconvenienti.

Per esempio: la definizione dell'oggetto attraverso soglie dimensionali non sempre è idonea a valutarne correttamente le implicazioni di natura urbanistica, ma presenta il vantaggio di offrire maggiori certezze agli



investitori e di offrire snellezza procedurale al controllo pubblico. Invece, la valutazione per progetti e per tipologie distributive tende a sfuggire all'azione di controllo pubblico, essendo più facilmente in grado di variare nel corso del tempo.

E' indubbio, inoltre, che il metodo della zonizzazione (zoning) comporta fenomeni di implicita rendita per le aree con specifica destinazione d'uso commerciale.

Ma poiché si tratta di un fenomeno generalizzato, tipico di tutte le possibili funzioni e destinazioni (produttive, residenziali), si tratta d'individuare il modo di minimizzare tali rendite con una adeguata offerta di aree disponibili, per evitare il contingentamento/blocco delle aree che rischierebbero di costituire il succedaneo del contingentamento delle autorizzazioni, caratteristico dell'approccio settoriale.

## **6. La legge provinciale 8 maggio 2000 n.4**

### **6.1. Riferimenti al Decreto Bersani**

Nel recepire con legge il decreto statale, il Legislatore provinciale non ha potuto prescindere dai principi contenuti nello stesso, poiché la Provincia di Trento possiede per quanto riguarda la materia del commercio competenza di tipo concorrente o secondario.

Fra i **principi del Decreto Bersani** vi sono quelli indicati dagli obiettivi del medesimo all'articolo 1, fra i quali spiccano:

- "la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci";
- "la tutela del consumatore";
- "l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva".

Costituiscono inoltre principi innovativi:

- la ripartizione del commercio - ai fini amministrativi - in due soli settori merceologici (articolo 5, comma 1);
- le nuove regole di accesso al settore (articolo 5, commi 2 e 5);



- l'articolazione delle strutture distributive in tre tipologie (di vicinato, medie e grandi: articoli 7, 8 e 9), cui corrisponde una articolazione specifica delle competenze, delle procedure di rilascio delle autorizzazioni, dei criteri di programmazione;
- la nuova disciplina degli orari (articoli 11, 12 e 13).

Ma tra i principi fondamentali spicca, per l'importanza e per la novità che rappresenta, quello della programmazione della rete distributiva (articolo 6), che viene confermato e qualificato ancora come competenza pubblica, ma solo per quanto riguarda le "medie e grandi strutture di vendita", mentre le piccole strutture (esercizi di vicinato) sono sottratte al vincolo della programmazione pubblica di natura settoriale (contingenti), fermo restando il rispetto delle norme urbanistiche (comprese quelle sulle destinazioni d'uso).

L'articolo 6 del Decreto Bersani rappresenta una peculiare novità della riforma. La sua formulazione ha originato numerose interpretazioni ed applicazioni da parte delle Regioni, anche a causa della scelta operata dal Legislatore di non indicare una specifica metodologia operativa, come aveva fatto - ad esempio - con l'articolo 12 della Legge 426/1971 ma di limitarsi ad indicare, oltre all'oggetto (le medie e grandi strutture di vendita) ed ai livelli di competenza (regionali e comunali), gli obiettivi e le finalità della programmazione pubblica.

Si lascia quindi alle Regioni la scelta concreta dei criteri di pianificazione della propria rete commerciale.

Quanto al modello di pianificazione, le prescrizioni del decreto appaiono invece piuttosto chiare. Si tratta infatti di un **modello misto, commerciale ed urbanistico**. Prevede in due commi distinti due specifici strumenti regionali (nel caso in specie provinciali):

- gli "**indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali**" (articolo 6, comma 1), che devono fra l'altro indicare "gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita";
- "**i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale**" (articolo 6, comma 2), cui spetta indicare vincoli, limiti e modalità a valenza urbanistico - ambientale, destinati ad essere recepiti negli strumenti di pianificazione territoriale dei Comuni.



## 6.2. Operatività e contenuti della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4

Ciò premesso, la legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 può essere definita un provvedimento/cornice finalizzato a recepire nell'ordinamento provinciale le disposizioni di principio contenute nel Decreto Bersani, rinviandone la dettagliata definizione agli adempimenti attuativi di natura regolamentare e amministrativa.

Trattasi, nello specifico:

- del **Regolamento di esecuzione della legge** (come previsto dall'articolo 29 della LP 4/2000);
- degli **"Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento delle attività commerciali"** (come previsti dall'articolo 3 della LP 4/2000).

Questa scelta consentirà di adeguare più facilmente la normativa alle esigenze che potrebbero manifestarsi nel corso del tempo, tenuto conto del quadro normativo assai innovativo e privo di esperienze applicative pregresse che la nuova disciplina comporta.

Di fondamentale importanza appaiono poi le disposizioni della nuova normativa finalizzate al raccordo funzionale fra gli strumenti di politica settoriale, vale a dire la pianificazione urbanistica e la politica di tutela ambientale, destinati a trovare concreta applicazione attraverso la emanazione di appositi atti di indirizzo da parte della Provincia in materia di urbanistica commerciale, atti a loro volta destinati ad essere recepiti nei P.R.G. comunali attraverso specifiche varianti.

Inoltre, si ricorda l'importanza di quanto recato dall'aggiornamento del Regolamento di esecuzione della legge provinciale in materia di valutazione di impatto ambientale (legge provinciale 28/1988), che prevede l'obbligo di sottoporre a preventiva verifica (screening) le grandi strutture eccedenti la soglia - limite di 1.500 mq. di superficie di vendita.

La legge provinciale 4/2000 dispone inoltre che nei rispettivi strumenti di programmazione urbanistico - commerciale, sia la Provincia che i Comuni dovranno individuare in modo puntuale le tipologie di zone compatibili con le tre diverse categorie di strutture commerciali (di vicinato, medie, grandi), mentre le aree destinate all'insediamento di grandi strutture di vendita (con bacino di utenza provinciale o sovracomunale)



dovranno essere individuate secondo criteri di localizzazione stabiliti negli atti di indirizzo della Giunta Provinciale.

Il Legislatore provinciale si è posto anche il problema della correlazione fra la concessione edilizia e l'autorizzazione commerciale, che il Decreto Bersani ha indicato come possibile opzione, prevedendone la contestualità solo nel caso di grandi strutture sottoposte a valutazione di impatto ambientale "assorbente", la cui procedura incorpora tutte le autorizzazioni e concessioni connesse.

E ciò in quanto tale contestualità potrebbe risultare alquanto penalizzante nel caso di fabbricati costituiti da una pluralità di unità immobiliari con differenti destinazioni d'uso, in quanto le destinazioni non commerciali, come quelle residenziali, risulterebbero penalizzate dal vincolo di contestualità fra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale.

Del resto, una volta stabilita a monte la saldatura tra la strumentazione urbanistica e quella commerciale, il problema dei "tempi" di rilascio della concessione e della autorizzazione all'esercizio della attività commerciale diviene, a differenza che nel passato, sostanzialmente secondario ed ininfluenza.

Per quanto riguarda la materia degli orari di apertura degli esercizi commerciali, la legge ha recepito lo spirito innovatore della disciplina statale, che ha previsto una più ampia autonomia degli operatori nell'adeguare gli orari di svolgimento della attività alle esigenze della propria clientela. Peraltro, la legge provinciale si è in parte differenziata dalla norma statale per tenere conto delle specificità della realtà socio-economica locale, dato che il territorio provinciale è in gran parte costituito da comuni a prevalente economia turistica e che l'esistenza di consolidate abitudini e tradizioni locali, talvolta divergenti rispetto al panorama nazionale, richiedevano soluzioni appropriate.

Infine, merita ricordare che la legge provinciale ha previsto delle novità, peraltro non sostanziali, rispetto alla previgente disciplina relativa al commercio su aree pubbliche, come la riduzione da tre a due delle tipologie di autorizzazione (entrambe di competenza comunale) e la estensione a tutto il territorio nazionale della validità della autorizzazione per il commercio in forma itinerante, mentre in precedenza l'efficacia territoriale era limitata all'ambito provinciale.



La nuova disciplina prevede inoltre la possibilità di articolare i posteggi in più "tipologie", invece che in due soli settori (alimentare e non alimentare) come invece previsto per il commercio al dettaglio su aree private.

Per quanto riguarda le cosiddette "forme speciali di vendita" (commercio elettronico, vendita tramite apparecchi automatici, vendite per corrispondenza, telematiche e presso il domicilio dei consumatori, vendite in spacci non aperti al pubblico), la legge provinciale si è limitata a rinviarne la disciplina al Decreto Bersani.

In ogni caso, per tutte queste forme alternative di commercio attualmente in fase di notevole diffusione, è previsto l'avvio dell'attività mediante denuncia inizio attività da presentare al Comune competente, soggetta alla sola verifica dei requisiti morali e/o professionali.

### **6.3. Commento alla legge provinciale 8 maggio 2000 n.4**

Si ritiene utile riportare di seguito una sintetica illustrazione dei principali articoli della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4.

Articolo 2. Recepisce la ripartizione delle strutture commerciali operata dal Decreto Bersani. Trattasi di tre tipologie: vicinato, medie e grandi strutture. Ne abbassa tuttavia le soglie, per tenere conto della minore consistenza demografica media dei comuni trentini rispetto a quella nazionale e degli effetti sui bacini di utenza sovracomunale; più elevata è la consistenza demografica di un comune, più ridotto tende a divenire mediamente il bacino di utenza di una struttura di vendita.

Articolo 3. Individua gli strumenti per la regolazione ed il controllo dell'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita sul territorio provinciale. Alla Provincia spetta il compito di approvare l'atto di indirizzo generale al quale devono attenersi i Comuni in sede di rilascio delle autorizzazioni per grandi strutture di vendita e per l'adozione dei criteri per l'insediamento delle medie strutture.

Articolo 4. Prevede uno stretto raccordo funzionale tra la disciplina commerciale e la normativa urbanistica, sancendo l'obbligo dei Comuni di adeguare i piani regolatori comunali agli indirizzi di urbanistica commerciale approvati dalla Giunta Provinciale. Ciò dovrà avvenire entro i termini più brevi previsti dalla normativa urbanistica provinciale (la metà dei ter-



mini ordinari).

Articolo 6. Stabilisce i requisiti soggettivi di accesso all'attività commerciale: requisiti morali per tutti i settori merceologici; requisiti professionali per il solo settore alimentare, volti a verificare la conoscenza di elementari nozioni in materia di igiene e sicurezza degli alimenti.

Articolo 7. Individua la distinzione, ai fini amministrativi, fra due settori merceologici: alimentare e non alimentare. E' peraltro consentita la trattazione congiunta di beni alimentari e non alimentari: trattasi di attività promiscua. La distinzione è operata solamente in via formale, anche per rendere applicabile l'obbligo dei requisiti professionali per l'esercizio della attività nel settore alimentare.

Articolo 8. Disciplina le modalità per l'apertura degli esercizi di vicinato e le competenze per il rilascio delle autorizzazioni delle medie e grandi strutture. I criteri per il rilascio delle autorizzazioni sono stabiliti: per le medie strutture di vendita dai Comuni, sulla base di direttive provinciali; per le grandi strutture dalla Provincia. L'istruttoria ed il rilascio delle autorizzazioni è affidata in ogni caso ai Comuni.

Articolo 9. Regola i procedimenti per il rilascio delle autorizzazioni e le modalità per le comunicazioni. Gli esercizi di vicinato possono essere attivati, ampliati o trasferiti mediante la procedura semplificata della comunicazione, con un termine di 30 giorni, prima del quale l'attività non può essere comunque iniziata. Permane solo il vincolo della idoneità urbanistica dei locali e dei requisiti soggettivi (moralì ed eventualmente professionali) del soggetto richiedente. Per le medie strutture di vendita è stabilito il termine massimo di 90 giorni, che i singoli Comuni possono ridurre in quanto le norme procedurali sono rimesse alla autonoma determinazione dei Comuni medesimi, nel rispetto della normativa sulla semplificazione e trasparenza degli atti amministrativi. Per le grandi strutture di vendita i criteri d'insediamento sono definiti con atto della Giunta Provinciale. Alle grandi strutture di vendita si applica la procedura di valutazione di impatto di cui alla LP 28/1988, con riferimento alle soglie ridefinite dal relativo regolamento (sopra i 1500 mq. di superficie). E' poi previsto un ulteriore filtro amministrativo, rappresentato dal parere della Conferenza di servizi composta dai rappresentanti di Provincia, Comune interessato, Comuni confinanti. Il parere del rappresentante della Provincia è vincolante quando espresso in forma negativa.



Articoli 10-11-12. Disciplinano la materia degli orari di vendita in analogia con gli articoli 11, 12 e 13 del Decreto Bersani, dai quali si discostano nei seguenti aspetti:

- la fascia oraria dei comuni non turistici è di 11 ore, mentre nel Decreto Bersani è di 13 ore; inoltre, la fascia oraria è compresa fra le ore 7 e le ore 20, non già fra le ore 7 e le ore 22;
- la mezza giornata di chiusura infrasettimanale per comuni non turistici non è lasciata alla determinazione facoltativa dei Comuni, come previsto nel Bersani, ma è resa obbligatoria per legge, consentendo peraltro ai Comuni la scelta della sua collocazione nell'arco della settimana;
- le deroghe alle chiusure domenicali e festive nei comuni non turistici sono stabilite in un massimo di 8, di cui 4 nel mese di dicembre, in luogo delle 12 comprese le 4 del mese di dicembre come stabilite dal Bersani;
- si è introdotta la novità dei "comuni ad economia terziaria" in luogo delle "città d'arte", per definire i comuni che rivestono un ruolo di attrazione derivante dalla concentrazione sul rispettivo territorio di funzioni di servizio, private e pubbliche, che sembrano giustificare una maggiore flessibilità nell'apertura dei negozi. Per questi centri i periodi di maggiore afflusso di visitatori sono determinati dalla Giunta Provinciale, di intesa con i Comuni interessati;
- per i comuni turistici, diversamente dal decreto Bersani che non prevede alcun limite, è stata introdotta una fascia massima di apertura giornaliera dalle ore 6 alle ore 22.30;
- per gli esercizi specializzati e le attività non rientranti nella disciplina degli orari di cui all'articolo 12, la LP 4/2000 ha comunque stabilito il divieto generale di attività notturna, lasciando tuttavia una più puntuale regolamentazione ai comuni, che potranno stabilire specifiche deroghe (ad esempio per la fornitura notturna di generi di prima necessità in negozi di vicinato, o nelle aree di servizio lungo le autostrade, nei complessi turistici come i campeggi).

Articoli 13-14-15-16. Dettano la normativa relativa al commercio su aree pubbliche, che prevede alcune novità, come la riduzione da tre a due delle tipologie di autorizzazione (con e senza posteggio) e l'estensione a tutto il territorio nazionale della validità dell'autorizzazione per il commercio in forma itinerante. La nuova normativa prevede inoltre, a differenza di quanto si ha nel settore del dettaglio su aree private in sede fissa, la possibilità di articolare i posteggi in diverse "tipologie", invece che in due



solli settori (alimentare e non alimentare).

Articolo 17. Rinvia alla disciplina contenuta negli articoli 16, 17, 18, 19, 20 e 21 del Decreto Bersani per quanto riguarda le forme speciali di vendita, quali spacci interni, apparecchi automatici, vendite per corrispondenza, telematiche e presso il domicilio dei consumatori, commercio elettronico. E' prevista l'attivazione con semplice comunicazione, da inviare al Comune e soggetta alla sola verifica dei requisiti soggettivi.

Articoli 18-19-20. Contengono le disposizioni relative a: vigilanza sulla attività di vendita; revoca delle autorizzazioni per mancata attivazione o protratta sospensione ingiustificata dell'attività; sanzioni per violazione delle norme sull'esercizio dell'attività.

Articolo 21. Prevede alcune modifiche e integrazioni della legge provinciale 3 gennaio 1983 n.38, che disciplina le vendite di liquidazione, promozionali ed i saldi di fine stagione, il cui impianto normativo, già aggiornato con la legge provinciale 11 settembre 1998 n.10 (che ha tra l'altro delegificato i periodi delle vendite straordinarie), era comunque in linea con quanto previsto dal Decreto Bersani.

Articolo 22. Prevede un rinvio al Decreto Bersani in materia di vendite sottocosto e di pubblicità dei prezzi. Si tratta di norme dirette ad assicurare al mercato condizioni di trasparenza ed una corretta informazione dei consumatori. Viene riproposto l'articolo 14 del Bersani in materia di pubblicità dei prezzi, che devono essere indicati su tutte le merci esposte in visione al pubblico nelle vetrine o all'interno dei negozi. Per le vendite sottocosto si dovrà pertanto applicare il regolamento statale previsto dal decreto Bersani (articolo 15, commi 7, 8 e 9). La norma mira a tutelare mercato e consumatori da comportamenti illeciti tendenti ad alterare il corretto equilibrio concorrenziale attraverso strumenti sanzionatori, per scoraggiare comportamenti sleali e lesivi della concorrenza.

Articolo 23. Prevede l'istituzione dell'Osservatorio provinciale del commercio, per monitorare l'evoluzione dell'apparato commerciale e fornire strumenti conoscitivi necessari per adeguare la programmazione settoriale alle manifeste esigenze di sviluppo dell'economia locale. Il funzionamento viene disciplinato con deliberazione della Giunta Provinciale.

Articolo 24. Ripropone, integrandolo, il contenuto dell'articolo 22 della legge provinciale 7 luglio 1997 n.10, volto a incentivare l'insediamento di attività multiservizi o empori polifunzionali nelle zone disagiate prive di ser-



vizi. Nella versione aggiornata è prevista la possibilità di contribuzione anche per acquisizione e ristrutturazione di immobili da parte di privati (oltre che di Comuni) e per l'attivazione di servizi di somministrazione.

Articolo 28. Prevede l'obbligo per i comuni con popolazione superiore a tremila abitanti o sede di comprensorio di predisporre un progetto organico di qualificazione del centro storico, strumento al quale è affidato il compito di sviluppare una politica attiva di rilancio dell'attività commerciale, artigianale ed economica latu sensu proprio nei centri storici dei comuni.

Articoli 29, 30, 31, 32. Disciplinano la fase transitoria di passaggio dalla previgente alla nuova disciplina, regolandone durata e modalità.

## **7. Provvedimenti attuativi della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4**

### **7.1. Indirizzi generali per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita**

La legge provinciale 4/2000 ha provveduto a definire gli obiettivi, gli strumenti, le procedure e gli organismi di controllo dello sviluppo della distribuzione locale.

I criteri per attuare concretamente una nuova politica commerciale, in linea con gli strumenti di governo del territorio e compatibile sotto il profilo ambientale, sono stati affidati dal Legislatore ai provvedimenti esecutivi previsti dalla legge.

Fra questi assumono fondamentale importanza gli "**Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale**", approvati dalla Giunta Provinciale con deliberazioni n.339 e n.340 di data 16 febbraio 2001, in vigore con decorrenza 21 febbraio 2001.

Sia la legge 11 giugno 1971 n.426 che il Decreto Bersani, così come le leggi provinciali 46/1983 e 4/2000, rispondono ad un'ottica di intervento regolatore pubblico nell'economia.

Tuttavia, col Decreto Bersani la natura dell'intervento pubblico ha cambiato decisamente segno, adottando regole e perseguendo obiettivi diversi dal passato.



Tra le finalità della legislazione commerciale non figura più quella dell'equilibrio economico e territoriale fra la domanda e l'offerta.

Questo obiettivo, che costituiva il nodo fondamentale della legge 426 del 1971, è stato sostituito da un "equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive", ben diverso dal primo sia per quanto riguarda il metodo della regolazione che le conseguenze.

La nuova legislazione ha inoltre indicato ulteriori obiettivi, tutti ispirati ad una maggiore apertura del mercato, come la concorrenza e la libertà di impresa, la tutela del consumatore, l'efficienza e la modernizzazione della rete.

Ha individuato come metodi fondamentali per "governare" lo sviluppo delle grandi strutture distributive e ridurre gli impatti territoriali ed ambientali il coordinamento fra gli strumenti di politica settoriale e quelli di governo del territorio.

Nell'ottica degli atti di indirizzo provinciale, lo sviluppo delle medie strutture è da incoraggiare perché la loro dimensione è ritenuta idonea sia per potenziare i servizi commerciali nei territori periferici che per riqualificare i quartieri urbani dei centri maggiori.

Ma i limiti dimensionali piuttosto contenuti (fino a 400 - 800 mq. di superficie, vale a dire un terzo di quelle previste dal Bersani) non rendevano possibile regolare lo sviluppo delle medie strutture solo attraverso la strumentazione urbanistica, perché il vincolo della zonizzazione avrebbe portato ad un irrigidimento eccessivo della fungibilità delle aree tale da contrastare - secondo il programmatore provinciale - con gli obiettivi della legge e penalizzare anche l'economia provinciale.

D'altro canto, l'elevazione degli standards minimi di parcheggio costituiva un metodo utile ma insufficiente alla loro regolazione.

E' stata quindi considerata preferibile dalla Giunta Provinciale la scelta di affiancare ai vincoli urbanistici alcune regole di carattere settoriale, finalizzate a stabilire gli obiettivi di sviluppo raggiungibili.

E' stato in tal modo applicato alle medie strutture un metodo di regolazione misto.

Si tratta di un metodo utilizzato anche in altri contesti regionali, che



limitatamente alle nuove possibilità di attivazioni é espresso attraverso i cosiddetti:

- **“indici di densità”**, secondo un rapporto predefinito fra superficie e popolazione residente. Tale metodo è principalmente indicato per i comuni di minore entità demografica, di norma caratterizzati da indici di densità inferiori rispetto alla media provinciale;
- **“limiti di sviluppo”**; indicano la superficie aggiuntiva autorizzabile. Si ottengono applicando un indice di sviluppo rispetto alla consistenza di strutture esistenti. In tal caso il metodo sarà applicato prevalentemente nei comuni maggiori e già dotati di una certa presenza di medie strutture, eventualmente da potenziare e riqualificare.

L'applicazione di questi due metodi dovrebbe consentire di ottenere effetti di riequilibrio territoriale nello sviluppo della rete commerciale, assegnando indici di sviluppo proporzionalmente più elevati alle aree periferiche rispetto alle zone centrali e di fondovalle, che rappresentano attualmente le aree di maggiore sviluppo commerciale a livello provinciale.

Sono state inoltre previste percentuali automatiche di ampliamento delle medie strutture di vendita esistenti, fino al raddoppio della superficie originaria ogni tre anni, ciò per dare carattere di certezza ai programmi di sviluppo aziendali almeno entro dimensioni non particolarmente impattanti sulla rete commerciale locale e sul territorio di riferimento.

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, la funzione di controllo dell'espansione delle grandi superfici è stata affidata prevalentemente alla valutazione d'impatto ambientale, la cui soglia è stata fissata con riferimento alle dimensioni minime ritenute mediamente impattanti sull'ambiente e sul territorio (vale a dire i 1.500 mq.), nonché alla strumentazione urbanistica.

Sotto quest'ultimo aspetto, oltre ad elevare gli standards (per i parcheggi, il verde attrezzato, etc.) ed a stabilire condizioni minime di funzionalità viaria, è stato introdotto lo strumento della zonizzazione monofunzionale, prevedendo l'obbligatorio insediamento delle nuove grandi strutture (di dimensione superiore a 400/800 mq. - rispettivamente - nei comuni con meno/più di 10.000 abitanti) in zone commerciali specializzate, specificamente previste dagli strumenti urbanistici dei Comuni che vanno ad assumere, in base ad apposito atto della Giunta Provinciale, ruolo di centri sovracomunali. Questa prescrizione è estesa anche agli ampliamenti



ed ai trasferimenti di grandi strutture di livello intermedio e superiore (sopra i 1.500/800 mq., rispettivamente nei Comuni costituenti centri di attrazione e negli altri).

L'atto di indirizzo ha provveduto poi a ripartire il territorio provinciale in 14 ambiti territoriali omogenei, definiti di 1°, 2° e 3° livello, a seconda della dimensione demografica del bacino di utenza.

In ognuno di tali ambiti è prevista la presenza di uno o più Comuni nei quali, assumendo il ruolo di centri di attrazione commerciale, risulterà possibile prevedere l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita, da collocare in aree commerciali monofunzionali infrastrutturate.

In questo modo la Giunta Provinciale assume ed esercita il ruolo di regia ad essa assegnato dalla legge con riferimento ad una funzione eminentemente sovracomunale qual è la regolazione dello sviluppo delle grandi strutture di vendita.

Con queste modalità e criteri è possibile infatti contenere la espansione delle grandi superfici entro i limiti desiderati e considerati compatibili, da un lato con le esigenze di sviluppo del settore economico, dall'altro con gli obiettivi di tutela e salvaguardia delle risorse territoriali e dell'ambiente (quest'ultimo inteso *latu sensu* quale ambiente sociale).

E' inoltre possibile promuovere o mantenere, secondo i casi, l'equilibrato sviluppo delle diverse formule distributive che la legge indica fra i suoi fondamentali obiettivi.

Anche nel caso delle grandi strutture di vendita la strumentazione urbanistica e la procedura di valutazione d'impatto non rappresentano le uniche regole per guidare lo sviluppo distributivo.

Anche in questo caso la Giunta Provinciale ha ritenuto di accompagnare le stesse con ulteriori strumenti di natura settoriale finalizzati ad evitare che, nella prima applicazione del modello urbanistico - ambientale, eventuali difficoltà applicative ed operative derivanti dalle innovazioni e dalla complessità delle regole urbanistiche possano determinare conseguenze indesiderate.

Sono stati pertanto individuati appositi limiti di sviluppo, espressi in termini di superficie autorizzabile per l'apertura di nuove grandi strutture di vendita, ottenuti applicando delle percentuali di sviluppo rispetto alla



consistenza delle grandi strutture proporzionalmente più elevate (dal 20% all'80%) negli ambiti di minore dimensione e assegnando agli ambiti stessi quantitativi di superficie da utilizzare nel triennio 2002/05. Ciò, comunque, solo nei Comuni costituenti centri d'attrazione sovracomunale.

La ripartizione dei limiti di sviluppo fra i settori merceologici è stata poi operata attribuendo - rispettivamente - il 30% ed il 70% delle superfici al settore alimentare/misto ed al settore non alimentare.

Nel corso di detto triennio gli obiettivi di sviluppo sono individuati tenendo conto dell'attività di ricerca dell'Osservatorio del commercio, le cui valutazioni sulle conseguenze dei provvedimenti di pianificazione consentiranno alla Giunta Provinciale di adottare in tempo utile gli eventuali necessari aggiustamenti.

In ultima analisi si può dire che nel tracciare le linee di politica commerciale la Giunta Provinciale si è preoccupata di individuare una linea intermedia tra la salvaguardia del contesto commerciale esistente e le esigenze di sviluppo economico, nella convinzione che quest'ultimo non debba essere impedito ma piuttosto regolato nel rispetto dell'interesse generale.

Questa linea sembra essere stata individuata in un modello di politica commerciale attenta a migliorare e potenziare le strutture esistenti, piuttosto che consentire l'attivazione di nuove iniziative.

Quali possano essere le **conseguenze** più significative della nuova fase di politica commerciale avviata con i provvedimenti sopra illustrati, non è difficile prevederlo.

La nuova legge liberalizza le piccole strutture di vendita, che possono essere attivate senza eccessivi vincoli con una semplice denuncia di inizio attività.

Per questo tipo di esercizio vi è quindi una consistente apertura al mercato, appena rallentata da alcuni vincoli urbanistici (come gli spazi minimi parcheggio) e dalla legislazione degli affitti commerciali.

Potrebbero quindi nascere, come in parte è già avvenuto almeno con riferimento alle zone di fondovalle, numerose piccole attività.

Per quanto riguarda invece la media distribuzione, occorrerà at-



tendere completamento ed avvio del nuovo sistema di programmazione affidato alla competenza comunale prima di esprimere delle valutazioni fondate su elementi oggettivi.

Le grandi strutture di vendita potranno invece insediarsi solamente in aree appositamente definite dagli strumenti urbanistici generali e attuativi e in quei Comuni individuati attraverso l'apposita procedura – sopra descritta – da parte della Giunta Provinciale.

E' prevedibile quindi una generale azione di contenimento dell'ingresso di nuove strutture rispetto al recente passato, ma in un contesto nel quale si assisterà verosimilmente al moltiplicarsi di iniziative di riconversione, ampliamento e mobilità territoriale delle grandi superfici già presenti nel bacino di utenza provinciale.

## **7.2. Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale**

### **7.2.1. Contenuti**

L'articolo 3, commi 4 e 5, della legge provinciale 8 maggio 2000 n. 4 nel prevedere l'emanazione con deliberazione della Giunta provinciale dei "**Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale**" stabilisce anche i principali contenuti di tale provvedimento, che sono:

- i criteri per l'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali e, in particolare, di quelle nelle quali è consentito l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- i vincoli di natura urbanistica, in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico, nonché le quantità minime di aree parcheggio relative alle diverse strutture di vendita;
- le condizioni minime di compatibilità urbanistica, ambientale e funzionale per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita, con riguardo a fattori quali mobilità, traffico, inquinamento.

Il provvedimento affronta distintamente le diverse problematiche.

### **7.2.2. Obiettivi**

Dopo aver definito le tipologie delle strutture distributive e degli in-



sediamenti commerciali (articolo 3), l'atto di indirizzo fornisce ai Comuni le direttive per l'insediamento delle attività commerciali definendo, prima di tutto, gli obiettivi di programmazione urbanistica da perseguire ai diversi livelli territoriali (articolo 4).

Nelle aree urbane centrali, come i centri storici ed altri luoghi di consolidata presenza commerciale nei comuni di maggiore dimensione (oltre i 10.000 residenti) e negli altri centri di attrazione sovracomunale, come minimo uno o due per ciascuno dei 14 ambiti commerciali omogenei, secondo la consistenza demografica, si indica - in particolare - di programmare sviluppo e qualificazione dei servizi commerciali di vicinato in un'ottica di integrazione e concentrazione in centri commerciali e gallerie commerciali anche pluripiano, favorendo la compresenza di servizi culturali, artigianali, di ristorazione e intrattenimento.

Nel senso di un riequilibrio rispetto alle spinte centrifughe determinate da eventuali insediamenti commerciali extraurbani, si prevede nel contempo di inserire nelle aree centrali medie strutture di vendita specializzate e centri commerciali e gallerie di qualità nel quadro della attuazione di progetti di qualificazione della rete commerciale e di marketing urbano.

In questo contesto, un adeguato rilievo dovrebbe assumere la funzione polarizzante dei mercati su aree pubbliche, da sviluppare attraverso la creazione di specifiche aree attrezzate con le infrastrutture ed i servizi necessari, in particolare nelle aree della periferia urbana sprovviste o carenti di servizi commerciali.

Nel contesto dei progetti di riqualificazione della rete commerciale dei centri storici, dovranno essere previste le iniziative di arredo urbano ed altri interventi che favoriscano la accessibilità anche mediante adeguate dotazioni di parcheggi da realizzare nelle zone adiacenti le aree centrali.

Nelle aree della periferia urbana dei centri maggiori, l'obiettivo prioritario è rappresentato dalla qualificazione e dal potenziamento degli assi commerciali e dei nuclei di servizio esistenti, favorendo la presenza di medie strutture di vendita ed - eventualmente - di centri commerciali di vicinato, anche attraverso operazioni di riuso di contenitori edilizi esistenti, ivi compresi eventuali complessi produttivi dismessi, comunque nel rispetto delle caratteristiche storico - culturali presenti.

Un importante rilievo è assegnato in queste aree alla azione di mi-



grioramento dell'assetto e dell'arredo di piazze, strade commerciali, isole pedonali, al fine di una loro riqualificazione volta anche ad invertire o contrastare la formazione di fenomeni di degrado urbano.

L'individuazione di aree per la realizzazione di centri commerciali di vicinato, con funzioni di servizio di quartiere o di interquartiere, è giudicata indispensabile nelle zone di periferia urbana caratterizzate da carenza di servizi commerciali.

Nel caso delle aree che si caratterizzano come sistemi urbani complessi di carattere sovracomunale (come Trento e Lavis, Arco e Riva, etc.), gli atti di indirizzo puntano invece:

- alla previsione attraverso gli strumenti urbanistici comunali di zone idonee ad ospitare la localizzazione di aree commerciali integrate e di parchi commerciali, destinati ad accogliere grandi strutture di vendita, in particolare di tipo specializzato nell'ambito del settore non alimentare;
- a razionalizzare la presenza e l'eventuale ampliamento delle grandi strutture di vendita già esistenti.

Nei centri di minore consistenza demografica, in particolare nelle zone montane, recependo una indicazione contenuta nel decreto legislativo 114/1998 e portando avanti l'esperienza già avviata proprio dalla Provincia Autonoma di Trento, si deve puntare invece alla creazione di una rete di piccoli empori commerciali integrati.

Trattasi dei cd. esercizi "multiservizio" comprendenti, oltre alla vendita dei generi di prima necessità, anche altri servizi di pubblica utilità.

Gli obiettivi programmatici sono ulteriormente definiti dall'articolo 5, che regola la compatibilità delle zone urbanistiche con le tipologie delle strutture distributive.

In linea generale, si consente che gli esercizi di vicinato possano trovare collocazione in tutto il sistema insediativo, quindi sia negli ambiti urbani consolidati che in quelli di completamento e di nuova espansione, che comprendono zone prevalentemente residenziali, ma anche altre aree (come le ricettive e le direzionali), sempreché non siano espressamente interdette dal P.R.G..



Analoga compatibilità viene stabilita anche per le medie strutture e per le grandi strutture di livello inferiore, con esclusione tuttavia delle zone miste produttivo - commerciali oltre che di quelle produttive.

Per quanto concerne invece le grandi strutture di vendita, le nuove (oltre i 400/800 mq. nei comuni con meno/più di 10.000 abitanti) sono localizzabili esclusivamente nelle zone commerciali specializzate e nelle aree commerciali integrate previste dai Comuni di maggiore dimensione e dai centri di attrazione sovracomunale individuati dalla Giunta Provinciale.

Gli stessi vincoli sono estesi anche ai trasferimenti ed ampliamenti delle grandi strutture esistenti di livello intermedio e superiore.

In particolare, queste zone ed aree commerciali monofunzionali sono destinate ad ospitare le grandi strutture specializzate nella vendita di mobili, bricolage e fai da te, materiali per l'edilizia, autosaloni, etc..

Potranno essere di nuova istituzione ovvero di completamento di insediamenti esistenti, la cui collocazione deve essere razionalizzata attraverso la previsione di una strumentazione urbanistica che tenda a migliorarne il grado di accessibilità e la fruizione interna, con dotazione di adeguati parcheggi, percorsi pedonali, verde attrezzato, altri servizi per la clientela.

Anche i centri commerciali esistenti dovranno tendere, in caso di ampliamento, a migliorare organizzazione e articolazione interna degli spazi commerciali, favorendo la presenza di quei servizi che ne fanno dei veri e propri centri comunitari.

Con un ulteriore grado di specificazione, facendo riferimento agli ambiti territoriali omogenei di carattere sovracomunale (distinti in tre livelli secondo l'entità della popolazione residente), l'atto di indirizzo provvede ad indicare per ogni livello di ambito il numero di comuni che potranno istituire aree commerciali specializzate per l'insediamento di grandi strutture di vendita:

- negli ambiti di primo livello (con popolazione superiore ai 40.000 abitanti) devono essere previste aree specializzate o aree commerciali integrate in almeno due comuni;
- negli ambiti di secondo livello (con popolazione compresa fra 20.000 e



40.000 abitanti) e in quelli di terzo livello (con popolazione inferiore a 20.000 abitanti) deve essere prevista un'area commerciale specializzata in almeno un comune.

In questo modo si è voluto fornire uno schema di orientamento per le scelte localizzative dei Comuni, evitando da un lato il pericolo di un sovradimensionamento delle previsioni e, dall'altro, il rischio opposto di una insufficiente previsione di aree necessarie per un equilibrato sviluppo e ammodernamento dell'apparato commerciale locale.

Indicando i possibili interventi per la valorizzazione commerciale dei centri storici (articolo 7), il provvedimento si incarica di elencare in dettaglio i potenziali contenuti urbanistici dei progetti, appunto, di qualificazione commerciale della rete commerciale dei centri storici. Tra questi interventi meritano di essere segnalati :

- a) il censimento delle "botteghe storiche", cioè degli esercizi commerciali aventi oltre 50 anni di attività nello stesso settore merceologico;
- b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali aventi funzione di magneti o il potenziamento di quelle esistenti, dando la priorità a strutture del tipo centri commerciali di qualità o gallerie commerciali specializzate, anche pluripiano;
- c) la creazione di parcheggi pubblici o privati, pluripiano o interrati;
- d) opere di arredo urbano, quali il rifacimento di impianti di illuminazione pubblica, la ripavimentazione di vie o piazze, piantumazioni alberate e verde pubblico.

Viene pure consigliato il recupero di immobili di proprietà di enti pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico, così come la valorizzazione dei mercati coperti e delle altre aree mercatali e la creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago.

Molto importanti in questo quadro di azioni per la valorizzazione delle attività commerciali ed artigianali situate nei centri storici risultano infine gli interventi in materia di traffico, come: la creazione di aree pedonali; la introduzione di misure di moderazione del traffico veicolare priva-



to; interventi sulla rete dei trasporti pubblici urbani. In sostanza, questi progetti di qualificazione urbana, che assumeranno la forma di uno specifico piano attuativo di P.R.G., al cui interno è previsto un apposito programma di attuazione con l'indicazione dei tempi e delle modalità di attuazione, si propongono di coniugare insieme politiche di valorizzazione delle attività commerciali, artigianali di servizio e ricettive collocate nell'ambito dei centri (politiche di marketing urbano), con politiche di arredo urbano e di regolazione del traffico, con la previsione di parcheggi, preferibilmente nelle immediate vicinanze degli stessi centri storici.

Su questa base di tipo progettuale, realizzando accordi di programma pubblico - privati (in particolare con le associazioni locali degli operatori commerciali), è possibile porre in essere iniziative di carattere permanente (quali calendari degli eventi promozionali e di animazione commerciale) che tendano a restituire ai centri storici il loro ruolo di cuori pulsanti della vita cittadina.

Il provvedimento si occupa infine della disciplina delle attività commerciali che si svolgono in aree di valore storico, archeologico, artistico o ambientale (articolo 8), esistenti sia all'interno che all'esterno dei centri storici.

Al riguardo è previsto che i Comuni debbano individuare nei P.R.G. le aree, gli immobili o i complessi di immobili che richiedano disposizioni urbanistiche o regolamentari di salvaguardia, in modo da rendere compatibili i servizi commerciali con lo specifico pregio storico, archeologico, artistico o ambientale dei contenitori in cui sono inseriti.

Indipendentemente dai vincoli che potranno essere posti dalla Provincia a tutela dei beni di interesse artistico, storico o archeologico, le disposizioni di salvaguardia disposte dai Comuni tramite gli strumenti urbanistici e regolamentari di propria competenza possono riguardare in tale materia:

- l'esclusione della vendita di determinate merceologie ritenute incompatibili;
- elementi riferiti all'arredo urbano (insegne, vetrine, etc.);
- l'introduzione di eventuali prescrizioni sullo svolgimento del commercio su aree pubbliche.



Il provvedimento detta anche, all'articolo 11, una disciplina organica e puntuale in materia di dotazione di parcheeggi pertinenziali relativi agli insediamenti commerciali.

Tale normativa va a sostituire, con efficacia dal 21 febbraio 2001, le dotazioni minime richieste dalle previgenti deliberazioni della Giunta Provinciale, la n.1559 di data 17 febbraio 1992, la n.12258 di data 3 settembre 1993, la n.1534 di data 16 giugno 2000.

Trattasi di deliberazioni emanate in applicazione dell'articolo 73 della legge provinciale 5 settembre 1991 n.22.

Gli standards minimi di parcheggio risultano notevolmente elevati rispetto alla previgente disciplina. Inoltre, sono stabiliti in misura differenziata per:

- tipologie di vendita (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture);
- settore merceologico (alimentare/misto e non alimentare).

Va peraltro precisato che gli standards sono richiesti all'atto del rilascio della concessione/autorizzazione edilizia, non già della autorizzazione commerciale.

L'atto di indirizzo consente in ogni caso ai Comuni di prevedere, nei loro strumenti urbanistici, spazi minimi di parcheggio inferiori rispetto a quelli indicati dalla delibera provinciale con riferimento alle zone residenziali sature e di completamento e ad interventi riguardanti ampliamento o trasferimento di locali con destinazione d'uso commerciale.

La delibera 340 detta infine disposizioni dettagliate sulla procedura di valutazione di impatto ambientale, precisando gli elementi che devono accompagnare lo studio da presentare alla Agenzia provinciale per la Protezione Ambientale, ai fini dell'avvio della procedura.

Al riguardo occorre precisare che nel corso del 2001 è stato aggiornato il regolamento di esecuzione della legge provinciale 29 agosto 1988 n.28, nel cui contesto è stata istituita la fattispecie della "verifica di impatto ambientale" (screening) quale procedura preliminare alla valutazione di impatto vera e propria.

La prima si applica a tutte le iniziative (per apertura, ampliamento,



trasferimento, concentrazione) riguardanti grandi strutture di vendita con superficie oltre la soglia di 1.500 mq., la seconda alle iniziative indicate dalla procedura di verifica.

Nell'ambito della valutazione di impatto ambientale rientra anche la valutazione di impatto sulla viabilità, in relazione alla quale l'articolo 14 dell'atto di indirizzo determina gli elementi necessari per lo studio da allegare alla richiesta di valutazione ed i criteri generali per l'adozione della relativa determinazione.

## **8. Metodologia del lavoro**

Come già anticipato, attraverso gli atti di indirizzo la Giunta Provinciale ha proposto per l'insediamento delle medie strutture di vendita un sistema di regolazione misto, pienamente ripreso dal presente elaborato, che appare fondato:

- in parte su strumenti di natura prettamente settoriale, descritti dalle direttive contenute nell'allegato 1, Titolo II, alla deliberazione 339 di data 16 febbraio 2001 della Giunta Provinciale;
- in parte su regole di carattere urbanistico, rappresentate dalle prescrizioni dell'allegato 1 alla deliberazione n.340 di data 16 febbraio 2001 della Giunta Provinciale.

Le direttive provinciali a valenza urbanistica sono efficaci già dal 21 febbraio 2001 per effetto delle disposizioni recate dall'articolo 4, comma 3 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4, secondo le quali "è sospeso il rilascio di concessioni edilizie e di autorizzazioni commerciali in contrasto con i criteri di programmazione urbanistica previsti dall'articolo 3, comma 4".

Tali prescrizioni dovranno peraltro essere recepite negli strumenti di programmazione urbanistica comunale (PRG), come espressamente previsto dall'articolo 4, comma 2 della legge.

Di particolare rilievo sono i criteri di compatibilità urbanistica definiti dall'articolo 5, allegato 1 alla delibera n.340, in base ai quali è consentito l'insediamento delle medie strutture di vendita in tutte le aree del sistema insediativo, fatta esclusione per quelle produttive del primario e del secondario e per le zone miste produttivo – commerciali.



Per quanto riguarda il secondo tipo di regole, quelle di carattere settoriale, la delibera n.339 prevede un duplice metodo di regolazione:

- il primo, basato sugli "indici di densità";
- il secondo, sui "limiti di sviluppo".

I due metodi sono applicabili in alternativa, a seconda della consistenza di medie strutture registrata in ciascun comune in rapporto alla situazione media provinciale.

Può verificarsi il caso che a livello comunale sia applicabile un metodo per il "settore alimentari/misto" ed un metodo diverso per il settore "non alimentari".

### **8.1. Il metodo degli indici di densità**

Il metodo degli indici di densità si applica come previsto dall'articolo 5, comma 2, dell'allegato 1 alla delibera n.339:

- per quei Comuni del tutto privi di medie strutture di vendita;
- per quei Comuni che presentano un indice di densità inferiore rispetto a quello medio provinciale, vale a dire:
  - 200 metri quadrati di superficie netta di vendita per mille residenti nel settore alimentare/misto;
  - 500 metri quadrati di superficie netta di vendita per mille residenti nel settore non alimentare.

In queste ipotesi i Comuni interessati "si doteranno di criteri volti a perseguire, attraverso l'apertura di nuove medie strutture di vendita, l'obiettivo tendenziale del raggiungimento degli indici di densità sopra indicati".

La formulazione usata non sembra prestarsi a dubbi interpretativi.

Il sistema degli indici di densità rappresenta un limite massimo inviolabile, mentre è lasciata autonomia ai Comuni nel definire – se desiderato – un limite inferiore, trattandosi per l'appunto di un obiettivo "tendenziale".



Nell'ipotesi che l'obiettivo comunale sia quello del raggiungimento dell'indice massimo, pari pertanto a quello medio provinciale.

Il metodo sopra esposto può essere descritto secondo la seguente formula:

$$SO_{MSV} = SA_{MSV} = (IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}$$

In caso contrario varrà:

$$SO_{MSV} < SA_{MSV} = (IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}$$

dove:

- $SA_{MSV}$  = superficie autorizzabile "massima" per apertura di nuove medie strutture di vendita
- $SO_{MSV}$  = superficie obiettivo virtualmente utilizzabile per apertura di nuove medie strutture di vendita
- $IDMP_{MSV}$  = indice di densità medio provinciale riferito alle medie strutture di vendita (vale 200 mq./1000 abitanti nel settore alimentare/misto e 500 mq./1000 abitanti nel settore non alimentare)
- NR = numero residenti del comune (ultimo dato disponibile)
- $SE_{MSV}$  = superficie effettiva delle medie strutture di vendita esistenti nel comune (consistenza espressa in mq. a livello comunale, rilevata a seguito delle operazioni di conversione delle autorizzazioni amministrative)

La  $SA_{MSV}$  è un obiettivo massimo raggiungibile "tendenzialmente", non già obbligatoriamente nel corso del triennio di validità dei criteri, dal momento che ogni Comune ha facoltà di determinare o meno il raggiungimento totale di tale obiettivo nel periodo in esame.

Possono dunque ricorrere i seguenti casi concreti:

- 1) il Comune determina di far corrispondere la superficie obiettivo con quella massima autorizzabile; in questo caso si ha:

$$SO_{MSV} = SA_{MSV} = (IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}$$

Ciò equivale a stabilire che l'obiettivo è quello del raggiungimento dell'indice massimo rappresentato da quello medio provinciale (valori di soglia: 200 mq/1000 abitanti per settore alimentari/misto; 500 mq/1000 abitanti per settore non alimentare);



- 2) il Comune fissa una superficie obiettivo inferiore a quella teorica massima, avendosi in tal caso:

$$SO_{MSV} < SA_{MSV} = (IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}$$

In sostanza si sceglie una quota parte della  $SA_{MSV}$  da rendere disponibile dal momento della efficacia dei criteri, riservandosi di liberare la quota parte residua di  $SA_{MSV}$  ( $SR_{MSV} = SA_{MSV} - SO_{MSV}$ ) attraverso uno specifico atto di aggiornamento dei criteri medesimi;

- 3) una variabile alla ipotesi 2) si avrebbe se il Comune intendesse stabilire che la  $SO_{MSV}$ , pari o inferiore alla  $SA_{MSV}$ , venga raggiunta nel corso del triennio in modo diluito e/o graduale, per evitare il rapido esaurimento della  $SO_{MSV}$ . In tal caso, il triennio può essere suddiviso in più intervalli temporali, nei quali consentire la fruizione della  $SO_{MSV}$  in contingenti pari entità o anche difformi. In tale caso, ipotizzando la coincidenza fra la superficie obiettivo e la superficie massima autorizzabile nonché la fruizione di contingenti di pari entità nei diversi anni, si avrebbe:

$$SO_{MSV} = [(IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}] : 2$$

oppure

$$SO_{MSV} = [(IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}] : 3$$

Nelle precedenti ipotesi 2) e 3) necessita motivare la scelta operata dal Comune di non fruire completamente della superficie massima autorizzabile.

Fra le motivazioni cui potrebbe farsi fondatamente ricorso, possono comprendersi:

- dati sulla consistenza della rete commerciale comunale in rapporto ad analoghe realtà o alla media dell'ambito di appartenenza;
- dati riferiti alla significativa presenza di grandi strutture di vendita (GSV), che la metodologia dell'atto di indirizzo provinciale ha trascurato, risultando l'IMDP riferito al solo comparto delle medie strutture di vendita (MSV);
- altre possibili motivazioni sono rappresentate dal ricorso a pregressi



- ma non remoti - dati comunali specie se riferiti al fenomeno della evasione dei consumi legato, ad esempio, a spostamenti per operare acquisti fuori comune (caso rilevante specie nei comuni di minore entità demografica e limitrofi rispetto ad altri connotati da rilevante capacità di attrazione commerciale).

Allo scopo di consentire al Comune il reperimento di dati certi sui quali fondare le proprie opzioni, in un apposito paragrafo del presente studio preliminare sono ricavati e proposti una serie di indici e parametri, riferiti alla rete commerciale locale ma anche calati in un contesto più ampio, al fine di consentire una immediata comparazione.

Come si può osservare, si tratta in definitiva di una procedura di calcolo non particolarmente complessa, ben diversa da quella in uso nella previgente strumentazione, che imponeva il ricorso a numerosi dati statistici e stime (ad es.: spesa media pro - capite annua per tabella, costo medio dei fattori produttivi, ricarico medio, etc.).

Il dato medio provinciale è univoco e predeterminato per tutti i Comuni e per i due settori dall'atto di indirizzo provinciale.

La consistenza effettiva della superficie netta delle medie strutture di vendita ( $SE_{MSV}$ ) è un dato altrettanto certo, una volta che il Comune abbia proceduto alle operazioni di conversione delle autorizzazioni in essere (secondo le prescrizioni ex art. 30 Regolamento di esecuzione).

Il numero di residenti (NR) è quello più recente ufficialmente noto agli uffici comunali.

Valori di stima circa il possibile incremento di residenti dovrebbero evitarsi; ma qualora ciò si verificasse in misura consistente i "criteri comunali" potranno aggiornarsi con l'inserimento del nuovo dato.

L'atto di indirizzo provinciale non prende più in considerazione l'apporto del flusso turistico, aspetto giustificato dalla circostanza che il nuovo metodo non è basato sulla stima dei consumi, reali e virtuali.

Inoltre, il dato relativo all'indice medio provinciale incorpora comunque la domanda riferita al turismo, posto che la consistenza della rete tende a dimensionarsi in base ai consumi reali.

Importante anche rilevare che il calcolo sia della superficie autoriz-



zabile ( $SA_{MSV}$ ) che di quella obiettivo ( $SO_{MSV}$ ) deve effettuarsi a livello comunale, non già - come in passato - per zone commerciali, cui l'atto di indirizzo provinciale non fa cenno.

In effetti, ciò non avrebbe senso in presenza di direttive sui trasferimenti che consentono in ogni caso il successivo spostamento delle nuove MSV su tutto il territorio comunale.

## 8.2. Il metodo dei limiti di sviluppo

Secondo quanto previsto dal citato articolo 5, comma 2 della delibera della Giunta Provinciale n.339 di data 16 febbraio 2001, il metodo dei limiti di sviluppo va applicato nel caso, opposto a quelli precedenti, di quei Comuni che presentano un indice di densità riferito alle medie strutture di vendita superiore rispetto a quello medio provinciale.

Ciò significa che il programmatore provinciale si è preoccupato di garantire obiettivi di sviluppo, sia pure entro limiti rigorosamente regolati, anche nel caso di Comuni che presentano già una buona consistenza di medie strutture, tale da collocarli in posizione di rilievo rispetto al quadro medio provinciale, ovviamente nel rispetto degli obiettivi posti dal Legislatore e già illustrati in precedenza.

Il metodo dei limiti di sviluppo consiste nella applicazione di una predeterminata percentuale di sviluppo (massima) alla consistenza reale della superficie totale delle medie strutture di vendita registrata a livello di ciascun Comune (come rilevata a seguito delle conversioni), percentuale così definita:

- **fino al 10% per il settore alimentare e/o misto;**
- **fino al 15% per il settore non alimentare.**

Il metodo sopra esposto può essere descritto secondo la seguente formula:

$$SA_{MSV} = SE_{MSV} \times PS$$

dove:

- $SA_{MSV}$  = superficie autorizzabile per apertura di nuove medie strutture di vendita
- $SE_{MSV}$  = superficie effettiva delle medie strutture di vendita esistenti



(consistenza espressa in mq. ed a livello comunale come rilevata a seguito delle operazioni di conversione delle autorizzazioni amministrative)

- PS = percentuale di sviluppo della consistenza reale della superficie totale delle medie strutture di vendita (la percentuale vale il 10% per il settore alimentare/misto ed il 15% per il settore non alimentare).

Si tratta di una percentuale che risulta stabilita dall'atto di indirizzo provinciale (articolo 5, comma 3, allegato 1 alla delibera n.339), che in questo caso non pone un obiettivo "tendenziale", come invece si ha nel metodo degli indici di sviluppo.

L'ovvia conseguenza è che una volta definita (si suggerisce confermata) tale percentuale, si è in presenza di un limite considerato come obbligatorio, facendo in tal modo coincidere il limite minimo col massimo.

Il metodo dei limiti di sviluppo è assimilabile, quanto al dato finale (quantitativo di superficie autorizzabile in un certo arco temporale), ai contingenti della previgente disciplina (riferimenti: legge 426/1971 e legge provinciale 46/1983), ma si differenzia radicalmente nei presupposti di fondo.

Non deriva da una comparazione fra domanda ed offerta, bensì dalla esigenza di stabilire un limite empirico allo sviluppo dell'offerta.

Anche in questo caso il Comune può stabilire che la **SAMSV** venga raggiunta nel corso del triennio in modo diluito e/o graduale, per evitare il rapido esaurimento della stessa.

Il triennio può essere suddiviso in più intervalli temporali, nei quali consentire la fruizione della SAMSV in contingenti pari entità o difformi.

## **9. La situazione commerciale locale: brevi cenni**

L'Ambito B comprende 18 comuni (Ala, **Avio**, Besenello, Brentonico, Calliano, Folgaria, Isera, Mori, Nogaredo, Nomi, Pomarolo, Ronzo Chienis, Rovereto, Terragnolo, Trambileno, Vallarsa, Villa Lagarina, Volano) e coincide pertanto con il Comprensorio C10 della Vallagarina.

Tali contesti rilevano una serie storica della popolazione, nel corso degli ultimi cinquanta anni, in trend di continuo sviluppo.



Nel censimento 1951 nell'area si contavano 67.476 abitanti, contro i 394.704 della provincia di Trento (il 17,09%).

Al censimento 1961 la popolazione residente nell'Ambito B passa a 69.155 unità; raggiunge poi quota 72.643 unità nel 1971.

Al 1981 si rileva un deciso incremento (76.462 abitanti), non confermato nel 1991, che mostra una sostanziale stabilità (76.850 residenti, contro le 449.852 unità per l'intera provincia, valendo pertanto la demografica Ambito B il 17,08%, esattamente come cinquanta anni prima).

Il dato 1998 indica 80.135 abitanti, con ciò rilevandosi un deciso sviluppo, ma non in rapporto al peso sul totale provinciale (che decrementa infatti al 17,05%, per effetto della maggiore crescita demografica della PAT, fino a 469.887 unità).

Nel periodo considerato si è dunque avuta nell'Ambito B una crescita di 12.659 unità, pari al 18,76%.

Nello specifico, **Avio** presenta un trend altalenante della popolazione, ma decisamente stabile in un'ottica di lungo periodo.

Al censimento 1951 Avio contava 3.725 abitanti (il 5,52% del totale Ambito B); a quello 1961 i residenti sono 3.709 e 3.694 ancora dieci anni dopo, pertanto con minime variazioni.

Segue una lieve contrazione: a fine 1981 si contano infatti 3.634 residenti.

Più rilevante la perdita di rilevanza in rapporto all'Ambito, valendo ora la popolazione di Avio il 4,75% del totale Ambito B.

Il 1991 rileva la variazione di trend, raggiungendosi i 3.752 abitanti, il valore più elevato del periodo analizzato.

Il dato 1998 conferma la crescita, che arriva a 3.895 abitanti, sempre tuttavia con una evoluzione inferiore rispetto a quella dell'Ambito, con ciò individuandosi una leggera ulteriore contrazione del peso di Avio sul totale Ambito/Comprensorio: il 4,86% a fine 1998 (era il 4,88% a fine 1991).

Nel periodo analizzato **Avio** ha dunque sperimentato uno sviluppo



di soli 170 abitanti, pari al 4,56%.

Trattasi di un valore decisamente inferiore rispetto a quello che ha caratterizzato l'Ambito considerato nella sua interezza (+18,76%).

A fine 2001 Avio conta poi 3.930 residenti.

Tavola – Dati statistici Ambito B e comune di **Avio**

COMUNE	1951	1961	1971	1981	1991	1998
ALA	6.751	6.535	6.661	6.682	6.672	7.296
<b>AVIO</b>	<b>3.725</b>	<b>3.709</b>	<b>3.694</b>	<b>3.634</b>	<b>3.752</b>	<b>3.895</b>
BESENELLO	1.564	1.518	1.488	1.482	1.531	1.696
BRENTONICO	3.703	3.353	3.108	3.161	3.254	3.503
CALLIANO	883	934	1.003	1.019	957	1.060
FOLGARIA	3.905	3.697	3.343	3.101	3.083	3.131
ISERA	1.860	1.847	2.135	2.148	2.235	2.427
MORI	7.035	7.209	7.498	7.924	8.049	8.312
NOGAREDO	1.249	1.260	1.368	1.506	1.582	1.662
NOMI	1.204	1.208	1.194	1.126	1.126	1.170
POMAROLO	1.360	1.293	1.290	1.647	2.010	2.091
RONZO - CHIENIS	1.087	1.167	1.077	1.034	1.012	996
ROVERETO	22.645	25.638	29.614	33.147	32.923	33.981
TERRAGNOLO	1.982	1.822	1.346	1.016	813	750
TRAMBILENO	1.585	1.440	1.292	1.218	1.108	1.150
VALLARSA	2.622	2.258	1.674	1.492	1.431	1.359
VILLA LAGARINA	2.359	2.205	2.438	2.677	2.842	3.045
VOLANO	1.957	2.062	2.420	2.448	2.470	2.611
<b>AMBITO B</b>	<b>67.476</b>	<b>69.155</b>	<b>72.643</b>	<b>76.462</b>	<b>76.850</b>	<b>80.135</b>

L'evoluzione degli esercizi al dettaglio nell'Ambito B e nel periodo più recente vede una contrazione, dai 1.243 esercizi del 1993 ai 1.182 del 1998, trend simile a quello dell'intera provincia (da 8.319 a 7.743).

Differente l'andamento che caratterizza la superficie netta globale nell'Ambito B, che passa nel periodo da 124.661 a 129.453 metri quadri.



Simile il trend provinciale, con crescita da 822.943 a 859.989 metri quadri.

Valutando le superfici medie nette di vendita il dato per l'Ambito incrementa, da 100,29 a 109,52 metri quadri, con concentrazione della offerta che evolve in misura simile rispetto a quanto rilevato a livello provinciale (98,92 metri quadri/esercizio nel 93 e 111,07 mq./es. nel 98).

Diminuisce invece la media degli esercizi in rapporto ai residenti. Il parametro "esercizi/1.000 abitanti" passa nel quinquennio da 15,98 a 14,75 con un trend equiparabile a quello del contesto provinciale, pur associato ad una maggiore densità (da 18,2 a 16,48 es./1000 ab.).

L'indicatore "superficie/1.000 abitanti" incrementa appena a livello di Ambito B (da 1.602 a 1.615 mq./1.000 ab.); mostra una lieve evoluzione anche il valore PAT (da 1.800 a 1.830 mq./1000 ab.).

Ma vediamo la situazione specifica per **Avio**.

Questa appare sostanzialmente in linea, come dinamiche, con il dato comprensoriale e provinciale.

Si evidenzia anche in questo caso una contrazione nella numerica degli esercizi commerciali: dai 48 del 93 ai 44 del 98 (trend simile a quelli di Ambito e PAT).

Il dato scaturente dalle conversioni rileva 40 esercizi. Dette conversioni hanno – in effetti - operato una qualche "pulizia", specie con riferimento ad attività di fatto cessate o annesse a pubblici esercizi.

La superficie netta a livello comunale presenta un trend simile a quello dell'ambito e provinciale, passando nel quinquennio 93/98 da 6.207 a 6.421 metri quadrati, valori certamente "importanti".

Il dato ex conversioni vale 6.811 metri quadri.

Anche per **Avio** le superfici medie nette di vendita per esercizio crescono progressivamente, pur partendo già da valori molto elevati, essenzialmente per la presenza di due grandi strutture di vendita, che condizionano fortemente il valore medio.

Infatti, si passa dai 129,31 mq. per esercizio del 1993 (valore elevato e superiore a quelli di Ambito – 100,29 – e PAT – 98,92 -) a 145,93 mq. nel



1998, dato ancora ampiamente superiore rispetto a quelli medi di Ambito e provincia (sui 110 mq.).

Il dato 2001 evidenzia un forte ed ulteriore balzo, fino a 170,28 mq./esercizio.

Diminuisce nell'intero periodo, come riscontrato anche per i due livelli territoriali più estesi, la media di esercizi in rapporto ai residenti.

Il parametro passa da 12,65 (15,98 per l'ambito e 18,20 per la PAT) a 11,3 esercizi/1000 abitanti (14,75 per l'ambito e 16,48 per la PAT).

La densità appare poi estremamente contenuta.

Il dato ex conversioni conferma il trend, con 10,18 esercizi ogni 1000 abitanti, valore comunque ancora inferiore rispetto a quelli degli ambiti più estesi.

La superficie per 1.000 abitanti è allineata agli ambiti superiori.

Incrementa appena dai 1.635 metri quadri del 93 (1.800 mq. per la PAT e 1.602 mq. per l'Ambito B) ai 1.648 mq. del 98 (1.830 per la PAT e 1.615 per l'Ambito B).

Sale poi decisamente, fino a 1.733 metri quadrati, a seguito delle conversioni operate e di un qualche sviluppo recente.

Queste alcune considerazioni di sintesi riferite al comune di Avio:

- si rileva una rete commerciale poco parcellizzata e relativamente moderna;
- gli esercizi sono di dimensioni medie molto più elevate rispetto a quelle dell'Ambito e della provincia (ma il dato è condizionato dalle due grandi strutture presenti, una di livello intermedio ed una di livello inferiore);
- l'offerta è relativamente contenuta come densità di punti vendita rispetto ai residenti;
- per effetto congiunto di quanto appena espresso e di altri fattori, la densità commerciale riassunta in termini di superfici di vendita per 1.000 abitanti appare elevata, con valore allineato a quelli che ca-



ratterizzano ambito e provincia (i cui dati sono peraltro influenzati decisamente dal peso dei comuni maggiori dell'asse dell'Adige);

16 tutti i parametri vanno nel senso di una progressiva modernizzazione dell'offerta locale;

17 perdono progressivamente di importanza gli esercizi di vicinato.



10. Norme di attuazione dei criteri comunali per l'insediamento delle medie strutture di vendita

---

Allegato 1 alle Norme di attuazione:

Metodo 1    Applicazione degli indici di densità

Metodo 2    Applicazione dei limiti di sviluppo



## Articolo 1 Contenuti e fonti normative

1. Le presenti disposizioni sono volte a disciplinare il rilascio di autorizzazioni per l'apertura, l'ampliamento, il trasferimento, la concentrazione, la variazione e l'aggiunta di settore merceologico di medie strutture di vendita in conformità con le disposizioni di cui all'articolo 3, comma 3 e all'articolo 8, comma 2 della legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 "Disciplina dell'attività commerciale in provincia di Trento" ed agli "Indirizzi generali per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita" approvati dalla Giunta Provinciale con deliberazione n.339 di data 16 febbraio 2001 e successive modificazioni.
  
2. La disciplina contenuta nei successivi articoli delle presenti disposizioni si intende regolata dalle seguenti fonti normative e relative integrazioni e/o modificazioni:
  - a) legge provinciale 8 maggio 2000 n.4 "Disciplina dell'attività commerciale in provincia di Trento" (di seguito denominata "legge provinciale");
  - b) dal Regolamento di esecuzione della legge provinciale di cui alla precedente lettera a), emanato con Decreto del Presidente della Giunta Provinciale n.32-50/Leg. di data 18 dicembre 2000, modificato con D.P.G.P. n.15-105/Leg. di data 1 luglio 2002 (di seguito denominato "regolamento di esecuzione della legge");
  - c) dalle deliberazioni della Giunta Provinciale n.339 e n.340 di data 16 febbraio 2001 concernenti rispettivamente gli "Indirizzi generali per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita" ed i "Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale", modificate con deliberazione della Giunta Provinciale n.1528 di data 5 luglio 2002.



## **Articolo 2**

### **Obiettivi**

1. Nell'adottare conformemente a quanto previsto dall'articolo 3, comma 3 della legge provinciale i Criteri per l'insediamento sul proprio territorio delle medie strutture di vendita, il Comune intende perseguire i seguenti obiettivi:
  - a) promuovere un equilibrato sviluppo delle medie strutture di vendita allo scopo di contribuire allo sviluppo di un'offerta efficiente e articolata, suscettibile di proporre ai consumatori una adeguata possibilità di scelta;
  - b) favorire la presenza e lo sviluppo delle medie imprese commerciali, anche in considerazione del ruolo da queste svolto sotto il profilo dell'occupazione di manodopera locale.



### Articolo 3 Tipologie di strutture distributive

1. Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 2, comma 1 della legge provinciale e dalle disposizioni recate dall'articolo 4 della deliberazione della Giunta Provinciale n. 339 di data 16 febbraio 2001, sono da intendersi:
  - a) per esercizi di vicinato le strutture di vendita al dettaglio con superficie non superiore a 100 m<sup>2</sup>;
  - b) per medie strutture di vendita gli esercizi per la vendita al dettaglio con superficie superiore a quella di vicinato e fino a 400 m<sup>2</sup>;
  - c) per grandi strutture di vendita gli esercizi per la vendita al dettaglio con superficie superiore a quella prevista per le medie strutture di vendita;
  - d) per centro commerciale al dettaglio una grande struttura di vendita nella quale più esercizi sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente, secondo quanto specificato al successivo articolo 13.



#### **Articolo 4** **Settori merceologici**

1. Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 7 della legge provinciale e dalle disposizioni recate dall'articolo 4 della deliberazione della Giunta Provinciale n. 339 di data 16 febbraio 2001, l'attività commerciale può essere esercitata con riferimento ai seguenti settori merceologici:
  - a) settore alimentare (vendita di soli prodotti alimentari);
  - b) settore non alimentare (vendita di soli prodotti non alimentari);
  - c) settore misto (vendita congiunta di prodotti alimentari e non alimentari).
  
2. L'attività commerciale può essere esercitata, oltre che con riferimento ai settori merceologici di cui al comma 1, anche con l'utilizzazione delle tabelle speciali riservate ai titolari di farmacie, di rivendite di generi di monopolio e di impianti di distribuzione automatica di carburanti di cui all'allegato 1 del regolamento di esecuzione della legge.



## **Articolo 5** **Esercizi di vendita**

1. Per esercizio di vendita al dettaglio, come definito dall'articolo 13 comma 1 e seguenti del regolamento di esecuzione della legge deve intendersi il locale o complesso di locali nei quali si svolge detta attività, costituito da una unità immobiliare autonoma, fisicamente separata da altre unità immobiliari contigue mediante pareti stabilmente chiuse su tutti i lati, dal pavimento al soffitto o controsoffitto.
2. Qualora l'esercizio di vendita risulti costituito da più locali fra gli stessi deve sussistere un collegamento diretto tale da consentire l'agevole transito del pubblico mediante atri o corridoi, mentre nel caso di locali siti su piani diversi il collegamento diretto deve essere assicurato con scale.
3. Qualora più esercizi di vendita al dettaglio siano ubicati nel medesimo fabbricato, ciascuno di questi deve essere dotato di accesso e servizio cassa autonomi, nonché essere fisicamente separato dagli altri esercizi mediante pareti stabili dal pavimento al soffitto o controsoffitto.
4. E' consentito l'esercizio congiunto negli stessi locali del commercio al dettaglio e all'ingrosso, nel rispetto delle norme urbanistiche ed edilizie, comprese quelle relative alle destinazioni d'uso, limitatamente alle seguenti categorie di prodotti: macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato; materiale elettrico; colori e vernici, carte da parati; ferramenta ed utensileria; articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici; articoli per riscaldamento; strumenti scientifici e di misura; macchine ed attrezzature per ufficio; auto-moto-cicli e relativi accessori e parti di ricambio; combustibili; materiali per l'edilizia; legnami.
5. L'esercizio congiunto negli stessi locali delle attività di commercio al dettaglio e di somministrazione di alimenti e bevande o dell'attività artigianale è consentito subordinatamente al rispetto della disciplina prevista per detti settori, delle norme igienico-sanitarie e di quelle urbanistico-edilizie, comprese quelle sulle destinazioni d'uso e sugli spazi parcheggio.
6. Il titolare di un esercizio di vendita al dettaglio organizzato su più reparti può affidare in gestione uno o più di tali reparti ad un soggetto



in possesso dei requisiti previsti dall'articolo 6 della legge provinciale dandone preventiva comunicazione al comune e comunque secondo quanto recato dall'articolo 13, comma 7 del regolamento di esecuzione della legge.



## **Articolo 6** **Superficie di vendita**

1. Secondo quanto previsto dall'articolo 15 del regolamento di esecuzione della legge per superficie di vendita si intende l'area destinata alla esposizione e vendita delle merci al pubblico, ivi compresa quella destinata alla sosta e transito del pubblico all'interno dell'esercizio.
2. Nella superficie di vendita è compresa quella destinata ad uffici aperti al pubblico e quella occupata da banchi, scaffalature, armadi, box e da contenitori, impianti ed attrezzature in genere.
3. Rientrano nella superficie di vendita gli spazi compresi fra le casse e l'entrata dell'esercizio e gli eventuali soppalchi, mentre sono esclusi i servizi igienici, le scale ed i giroscale interni nonché i volumi tecnici quali ascensori, cavedi, locali per impianti termici ed idraulici.
4. Dalla superficie di vendita è esclusa quella destinata a magazzini, depositi o locali di lavorazione, i quali devono essere separati dai locali di vendita per mezzo di pareti o divisorie stabilmente fissate al suolo. E' altresì esclusa quella destinata ad uffici la cui destinazione d'uso non ne consenta l'utilizzazione come locali di esposizione e vendita al pubblico.
5. Nei locali non compresi nella superficie di vendita non è consentito l'accesso al pubblico.
6. Negli esercizi del settore alimentare o misto è considerata superficie di vendita l'area retrostante i banchi di vendita, utilizzata per il taglio e confezionamento di prodotti alimentari, mentre è esclusa l'area utilizzata per la lavorazione e il confezionamento in locali non accessibili al pubblico e separati da pareti stabilmente fissate al suolo.



## **Articolo 7**

### **Apertura di medie strutture di vendita**

1. L'apertura di nuove medie strutture di vendita del settore alimentare e/o misto e del settore non alimentare è disciplinata tenendo conto del criterio degli indici di densità come previsto dall'articolo 5, comma 2 dell'allegato 1 alla deliberazione della Giunta Provinciale n.339 di data 16 febbraio 2001.
2. Le aperture di cui al precedente comma 1 sono autorizzate nel periodo di validità del presente atto entro i limiti di superficie autorizzabile indicati nell'allegato 1 alle presenti norme di attuazione.
3. Le autorizzazioni per l'apertura di nuove medie strutture di vendita non possono superare per ciascun esercizio commerciale il limite di 400 m<sup>2</sup> di superficie di vendita né risultare pari o inferiori a 100 m<sup>2</sup>.
4. Le quote di superficie di cui all'allegato 1 alle presenti norme che dovessero residuare per ciascun settore nel periodo di efficacia del presente atto non potranno essere utilizzate per l'apertura di nuove medie strutture di vendita del medesimo settore qualora risultino pari o inferiori a 100 m<sup>2</sup> di superficie di vendita.
5. Qualora la superficie autorizzabile residua per il settore alimentare e/o misto risulti pari o inferiore a 100 m<sup>2</sup> la stessa è automaticamente attribuita al settore non alimentare.
6. Non è consentito attingere per l'apertura di una singola media struttura di vendita alle superfici autorizzabili riferite a entrambi i settori.
7. La cessazione della attività di medie strutture di vendita o anche la riduzione delle relative superfici di vendita non produce effetto alcuno sulla consistenza della superficie autorizzabile fatto salvo quanto disposto dal successivo articolo 15, comma 4.



## **Articolo 8**

### **Ampliamenti di superficie**

1. Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 12, commi 2 e 3 del regolamento di esecuzione della legge, per ampliamento di un esercizio di vicinato si intende l'aumento della superficie di vendita dello stesso fino ai limiti massimi indicati nell'articolo 2, comma 1, lettera a) della legge provinciale, mentre per ampliamento di una media struttura di vendita si intende l'aumento della superficie di vendita dell'esercizio oltre i predetti limiti e fino ai limiti massimi indicati nell'articolo 2, comma 1, lettera b) della legge.
2. Come previsto dall'articolo 5, comma 4 dell'allegato 1 alla deliberazione della Giunta Provinciale n.339 di data 16 febbraio 2001, l'ampliamento della superficie di vendita delle medie strutture di vendita è autorizzato sulla base dei presenti Criteri e per ciascuna media struttura di vendita fino al limite massimo costituito dal raddoppio della superficie precedentemente autorizzata.
3. L'incremento della superficie entro il limite di cui al precedente comma 2 è usufruibile nell'arco di ciascun triennio decorrente dalla data di efficacia del presente provvedimento.
4. Le strutture di vendita che per effetto dell'ampliamento ottenuto entro i limiti percentuali disposti dal comma 2 abbiano oltrepassato la soglia prevista dall'articolo 2 comma 1 lettera b) della legge provinciale, non possono successivamente beneficiare di ulteriori ampliamenti per almeno un triennio.
5. Come previsto dall'articolo 5, comma 6 dell'allegato 1 alla deliberazione della Giunta Provinciale n.339 di data 16 febbraio 2001, è consentito l'ampliamento della superficie degli esercizi di vicinato finalizzato alla attivazione di una media struttura di vendita alle seguenti condizioni:
  - a) l'esercizio oggetto di ampliamento deve risultare esistente alla data del 24 maggio 2000;
  - b) l'ampliamento di superficie è ammesso fino al raddoppio del limite previsto dall'articolo 2 comma 1 lettera a) della legge provinciale;
  - c) la nuova media struttura così attivata non potrà essere successivamente ampliata o concentrata per almeno tre anni decorrenti dalla autorizzazione all'ampliamento.



## **Articolo 9 Trasferimenti**

1. Per trasferimento di un esercizio si intende lo spostamento dell'attività commerciale all'interno dello stesso comune in altri locali di una diversa via o piazza o di un diverso edificio o di una diversa unità immobiliare dello stesso edificio.
  
2. Il trasferimento di sede di medie strutture di vendita è autorizzato esclusivamente nell'ambito del territorio comunale ed è sottoposto al rispetto dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale approvati ai sensi dell'articolo 3, commi 4 e 5, della legge provinciale.
  
3. Qualora il trasferimento di sede sia richiesto contestualmente all'ampliamento di superficie e/o alla concentrazione, la relativa istruttoria è attuata tenendo conto delle previsioni di cui agli 8 e 10 delle presenti norme.



## **Articolo 10 Concentrazioni**

1. Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 12, comma 6 del regolamento di esecuzione della legge, per concentrazione si intende l'aggregazione fisica di due o più esercizi o strutture di vendita. Quando l'aggregazione sia attuata fra esercizi o strutture fisicamente contigui può essere definita anche con il termine di accorpamento.
  
2. La concentrazione fra medie strutture di vendita come descritta al precedente comma 1 è autorizzabile alle seguenti condizioni:
  - a) la concentrazione è ammessa esclusivamente fra medie strutture di vendita attivate da almeno tre anni alla data di entrata in vigore delle presenti disposizioni;
  - b) non è consentito il cumulo fra gli ampliamenti di superficie concessi ai sensi del precedente articolo 8 e la concentrazione di cui al presente articolo;
  - c) la nuova struttura non potrà avere una superficie di vendita superiore alla somma delle superfici di vendita degli esercizi preesistenti e in ogni caso non potrà eccedere il limite di 400 m<sup>2</sup>;
  - d) la concentrazione comporta l'impegno di reimpiegare il personale dipendente degli esercizi da concentrare; detto impegno sarà assunto mediante apposita convenzione da stipulare fra il comune e l'impresa che attua la concentrazione e da sottoporre al visto del Servizio Lavoro della Provincia Autonoma di Trento.
  
3. Non è ammessa la concentrazione di esercizi di vicinato finalizzata alla attivazione di nuove medie strutture di vendita.



## **Articolo 11**

### **Ampliamenti merceologici**

1. L'estensione di settore merceologico con l'aggiunta del settore non alimentare a quello alimentare o viceversa è consentita esclusivamente mediante la concentrazione con altra media struttura di vendita di diverso settore merceologico, da autorizzare alle condizioni previste nel precedente articolo 10.



## **Articolo 12**

### **Variazioni di settore merceologico**

1. La variazione del settore merceologico, finalizzata a sostituire il settore alimentare con quello non alimentare o viceversa, è considerata quale apertura di un nuovo esercizio e sarà pertanto disciplinata secondo i criteri previsti dal precedente articolo 7.
2. La variazione comporta la rinuncia alla autorizzazione e l'inoltro di una domanda di apertura di una media struttura appartenente ad un diverso settore merceologico.
3. La variazione non può essere richiesta qualora l'autorizzazione precedente fosse riferita ad entrambi i settori merceologici o al settore alimentare/misto.



### **Articolo 13**

#### **Centri commerciali al dettaglio**

1. In relazione alla definizione di centro commerciale al dettaglio contenuta nell'articolo 2, comma 1, lettera d) della legge provinciale quale grande struttura di vendita costituita da più esercizi inseriti in una struttura a destinazione specifica e che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente, si intende:
  - a) per "struttura a destinazione specifica", una struttura edilizia anche fisicamente discontinua progettata in modo unitario, realizzata anche per lotti o a seguito della ristrutturazione di edifici esistenti, nella quale sia prevista l'attivazione di due o più esercizi di vendita al dettaglio;
  - b) per "infrastrutture comuni", i parcheggi pertinenziali e la viabilità di accesso alla struttura edilizia, comprese eventuali rampe di accesso ai singoli piani;
  - c) per "spazi di servizio gestiti unitariamente", tutti i locali e spazi coperti destinati alla sosta e al transito del pubblico all'interno o all'esterno della struttura edilizia nonché le aree a verde.



## Articolo 14

### Progetti di qualificazione della rete commerciale dei centri storici

1. Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 28 della legge provinciale al fine di promuovere la rivitalizzazione degli insediamenti storici secondo quanto previsto dall'articolo 1, comma 2, lettera e) della medesima, il comune approva un progetto di qualificazione della rete commerciale dei centri storici, anche di natura urbanistico - edilizia e trasportistica, volto a riqualificazione e sviluppo del tessuto commerciale, artigianale, della ricettività, nonché al rafforzamento della immagine e della identità urbana di queste aree.
  
2. Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 7 comma 2 e seguenti della deliberazione della Giunta Provinciale n.340 di data 16 febbraio 2001, i progetti di qualificazione della rete commerciale riguardano porzioni del territorio comunale interessate dalla presenza di insediamenti commerciali che costituiscono veri e propri "centri commerciali naturali", cioè aree tradizionalmente vocate per le attività commerciali in quanto, per la presenza di una concentrazione di negozi, di una integrazione tra le varie merceologie, di tipologie distributive diversificate e molteplici attività artigianali e di servizio, rendono al consumatore un servizio completo. Detti progetti devono pertanto comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa, anche le eventuali aree mercatali per l'attività di commercio su aree pubbliche, i pubblici esercizi, le attività turistico - ricettive e di intrattenimento e svago, e di artigianato di servizio.
  
3. I progetti di qualificazione della rete commerciale possono prevedere interventi a carattere strutturale, che a titolo esemplificativo sono i seguenti:
  - a) censimento delle "botteghe storiche";
  - b) riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività;
  - c) creazione di parcheggi pubblici o privati multipiano o interrati;
  - d) rifacimento di illuminazione pubblica;
  - e) ripavimentazione di vie e piazze;
  - f) pedonalizzazione e moderazione del traffico;
  - g) ristrutturazione delle reti dei trasporti pubblici;
  - h) realizzazione di piantumazioni alberate ed aree da destinare a verde pubblico di livello locale;
  - i) realizzazione di opere di arredo urbano, tali da ottenere un miglioramento della visibilità, dell'identità e delle forme di richiamo del "luogo del commercio" considerato;



- l) recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
  - m) recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
  - n) recupero di piazze e spazi pubblici da destinare ad aree mercatali per l'attività di commercio su aree pubbliche o a luoghi di esposizioni, di mostre e di attività culturali a carattere periodico;
  - o) creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago.
4. Il Comune, sentito il parere delle associazioni delle imprese del commercio e dell'artigianato più rappresentative sul piano locale, recepisce mediante variante al P.R.G. i contenuti del progetto di qualificazione della rete commerciale, individuando uno specifico piano attuativo o di recupero tra i cui contenuti sarà previsto un apposito programma di attuazione che deve contenere, tra l'altro, l'indicazione dei tempi e delle modalità di realizzazione degli interventi, i soggetti pubblici e privati attori del progetto, il dettagliato piano finanziario.
5. Come stabilito dall'articolo 7, comma 5 della deliberazione della Giunta Provinciale n.340 di data 16 febbraio 2001, i progetti di qualificazione della rete commerciale possono usufruire di finanziamenti a valere su fondi pubblici previsti da altre leggi e all'uopo destinati.



**Articolo 15**  
**Periodo di efficacia dei criteri comunali**

1. Il provvedimento di approvazione dei presenti criteri per l'insediamento sul territorio comunale delle medie strutture di vendita diviene efficace con la pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione.
2. Decorso il periodo di tre anni dalla data di efficacia dei presenti criteri, si procederà all'aggiornamento dei medesimi secondo quanto previsto dagli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali approvati dalla Giunta Provinciale e dagli eventuali aggiornamenti dei medesimi.
3. Il presente atto sarà in ogni caso efficace anche dopo la decorrenza del termine di cui al comma 2 fino alla data di efficacia del provvedimento di aggiornamento.
4. In deroga alla naturale scadenza, il presente atto dovrà comunque essere aggiornato con revisione delle tavole statistiche e individuazione degli indici di densità e sviluppo in caso di modifiche sostanziali dell'offerta commerciale comunale intervenute per effetto di attivazioni, ampliamenti o cessazioni che comportino una varianza in almeno uno dei due indici di almeno il venti per cento.



**Articolo 16**  
**Modifiche e/o integrazioni**

1. Il presente atto dovrà comunque essere modificato e/o integrato anche prima della naturale scadenza in conformità ad eventuali modifiche e/o integrazioni degli indirizzi generali per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita approvati dalla Giunta Provinciale, conformemente a quanto previsto dall'articolo 3, comma 3 della legge provinciale.
  
2. Le definizioni contenute negli articoli 5, 6 e 13 nonché nel comma 1 dell'articolo 8, nel comma 1 dell'articolo 9 e nel comma 1 dell'articolo 10 si intendono automaticamente adeguate alle eventuali modifiche delle corrispondenti definizioni contenute nel regolamento di esecuzione della legge.



## Allegato 1 alle Norme di attuazione

### Metodo 1

#### Applicazione degli indici di densità

$$SO_{MSV} \leq SA_{MS} = (IDMP_{MSV} \times NR) - SE_{MSV}$$

Superficie autorizzabile per apertura nuove medie strutture (mq.)

Settore merceol.	SO <sub>MSV</sub>	SA <sub>MSV</sub>	Scansione temporale utilizzo SO <sub>MSV</sub>		
			1° anno	2° anno	3° anno
AM	126	126	-	126	SO <sub>MSV</sub> residua
NA	808	808	400 mq.	SO <sub>MSV</sub> residua	SO <sub>MSV</sub> residua

- AM: settore alimentare e/o misto
- NA: settore non alimentare
- SO<sub>MSV</sub>: superficie obiettivo
- SA<sub>MSV</sub>: superficie massima autorizzabile

### Metodo 2

#### Applicazione dei limiti di sviluppo

$$SA_{MS} = SE_{MSV} \times PS$$

Superficie autorizzabile per apertura nuove medie strutture (mq.)

Settore merceol.	SA <sub>MSV</sub> *	Scansione temporale utilizzo SA <sub>MSV</sub>		
		1° anno	2° anno	3° anno
AM				
NA				

- AM: settore alimentare e/o misto
- NA: settore non alimentare
- SA<sub>MSV</sub>\*: superficie massima autorizzabile per nuove aperture di medie strutture di vendita



## 11. Tavole statistiche

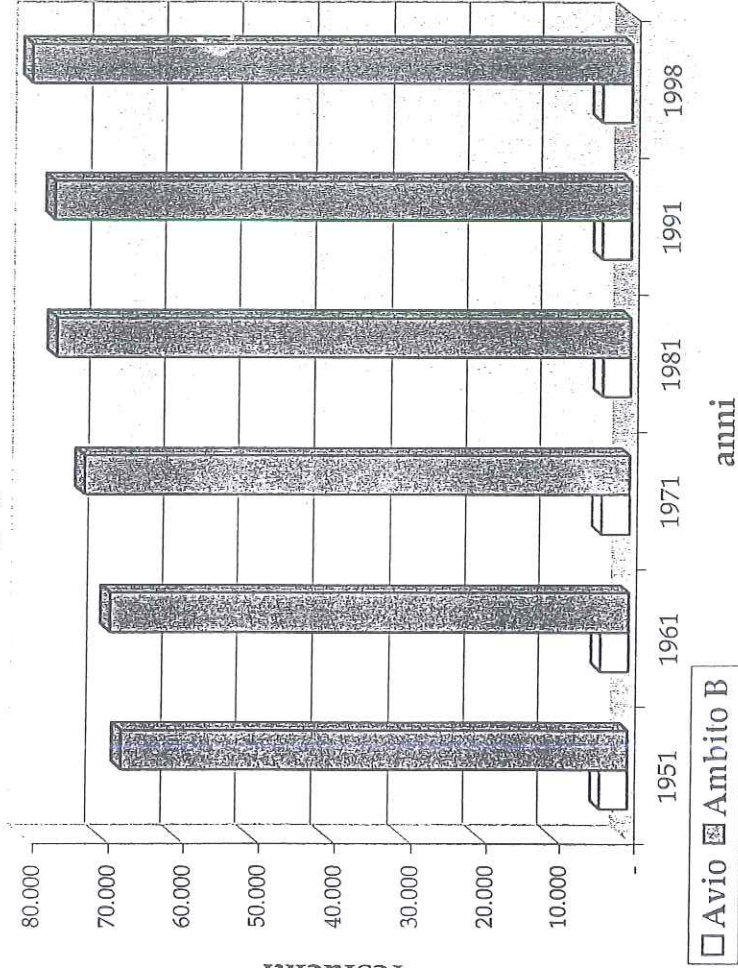
Tavola 1.	Trend popolazione residente (1951/1998)
Tavola 2.1.	Trend storico offerta commerciale: consistenza al 1993
Tavola 2.2.	Trend storico offerta commerciale: consistenza al 1998
Tavola 2.3.	Trend storico offerta commerciale: consistenza a dicembre 2001
Tavola 3.1.	Offerta commerciale attuale: Esercizi di Vicinato (EV)
Tavola 3.2.	Offerta commerciale attuale: Medie Strutture Vendita (MSV)
Tavola 3.3.	Offerta commerciale attuale: Grandi Strutture Vendita (GSV)
Tavola 4.	Applicazione metodologia indici di densità e/o limiti di sviluppo



## Trend popolazione residente (1951/1998)

	1951	1961	1971	1981	1991	1998
Avio	3.725	3.709	3.694	3.634	3.752	3.895
Ambito B	67.476	69.155	72.643	76.462	76.850	80.135

Trend popolazione

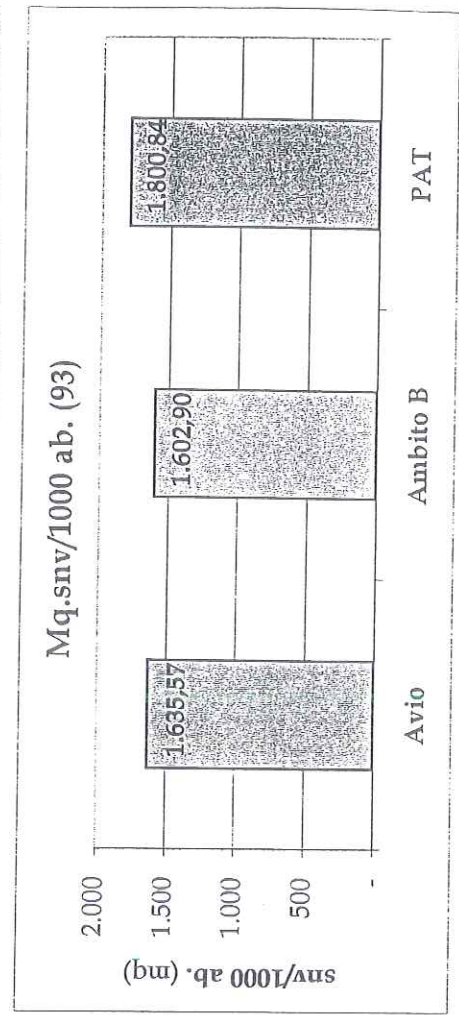
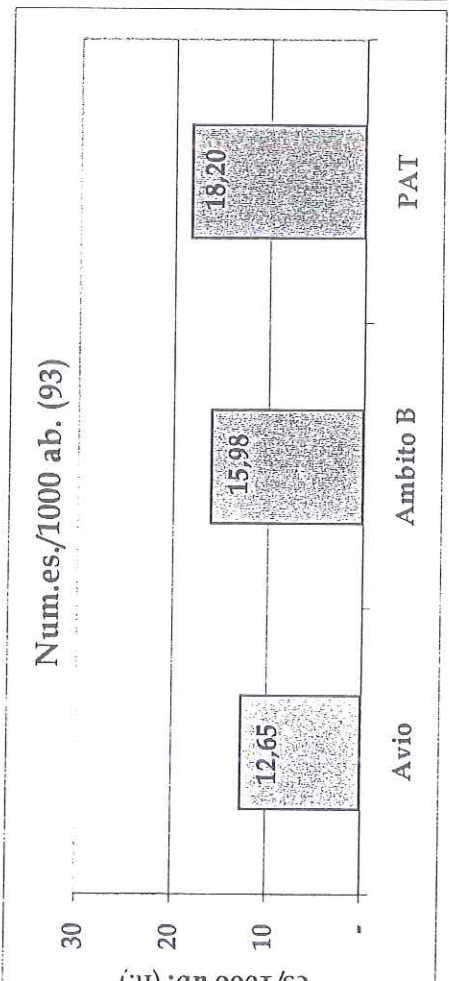
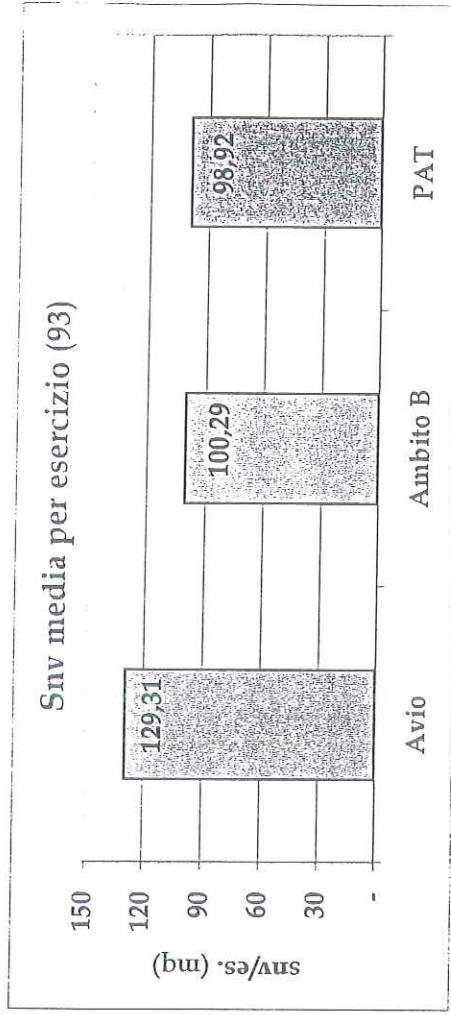
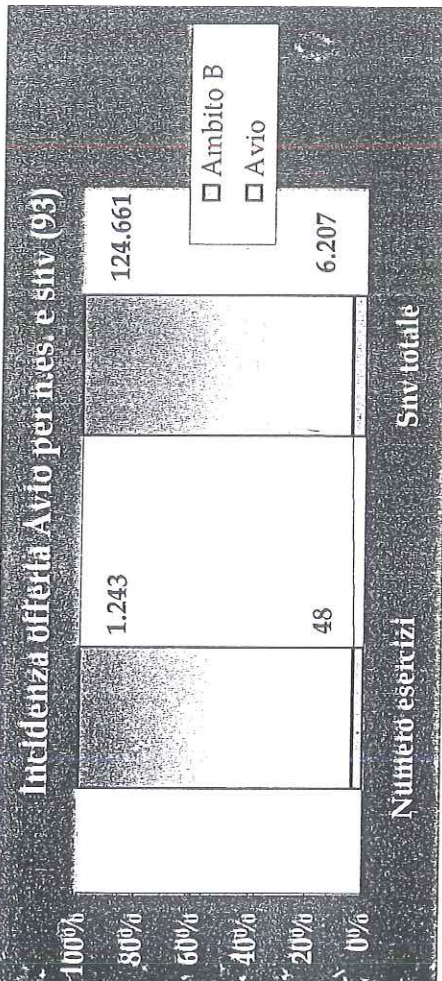


COMUNE	1951	1961	1971	1981	1991	1998
ALA	6.751	6.535	6.661	6.682	6.672	7.296
AVIO	3.725	3.709	3.694	3.634	3.752	3.895
BESANELLO	1.564	1.518	1.488	1.482	1.531	1.696
BRENTONICO	3.703	3.353	3.108	3.161	3.254	3.503
CALLIANO	883	934	1.003	1.019	957	1.060
FOLGARIA	3.905	3.697	3.343	3.101	3.083	3.131
ISERA	1.860	1.847	2.135	2.148	2.235	2.427
MORI	7.035	7.209	7.498	7.924	8.049	8.312
NOGAREDO	1.249	1.260	1.368	1.506	1.582	1.662
NOMI	1.204	1.208	1.194	1.126	1.126	1.170
POMAROLO	1.360	1.293	1.290	1.647	2.010	2.091
RONZO-CHIENIS	1.087	1.167	1.077	1.034	1.012	996
ROVERETO	22.645	25.638	29.614	33.147	32.923	33.981
TERRAGNOLO	1.982	1.822	1.346	1.016	813	750
TRAMBILENO	1.585	1.440	1.292	1.218	1.108	1.150
VALLARSA	2.622	2.258	1.674	1.492	1.431	1.359
VILLA LAGARINA	2.359	2.205	2.438	2.677	2.842	3.045
VOLANO	1.957	2.062	2.420	2.448	2.470	2.611
<b>AMBITO B</b>	<b>67.476</b>	<b>69.155</b>	<b>72.643</b>	<b>76.462</b>	<b>76.850</b>	<b>80.135</b>



# 1. Trend storico: offerta commerciale al 1993 (consistenza e parametri)

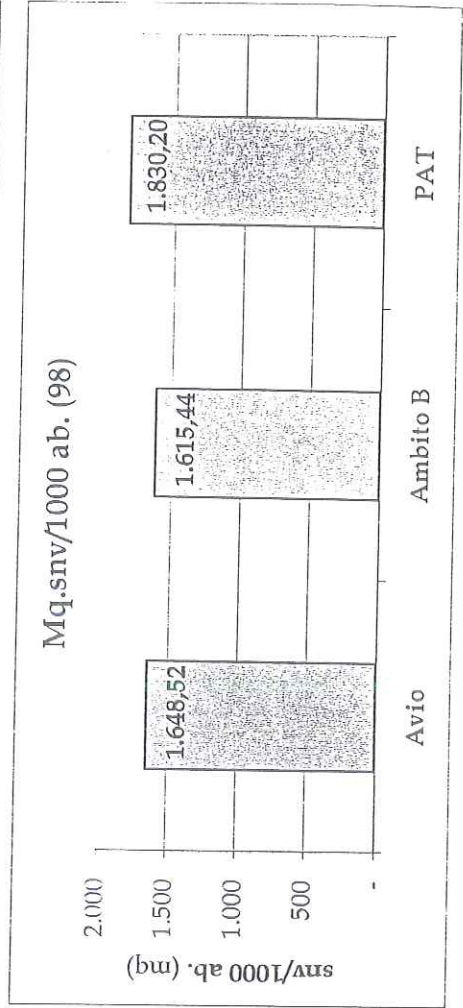
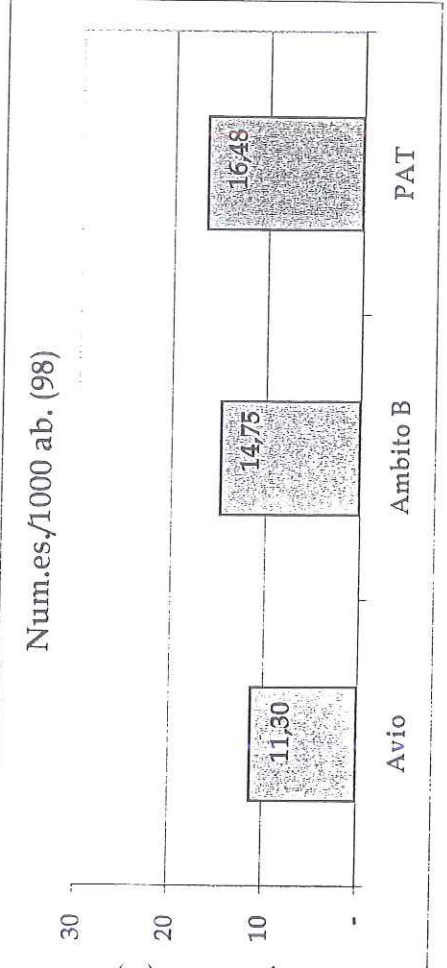
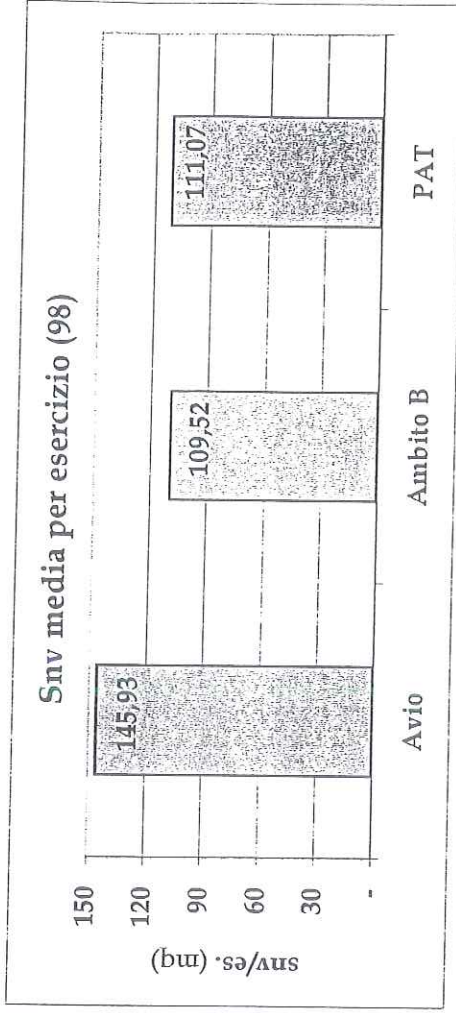
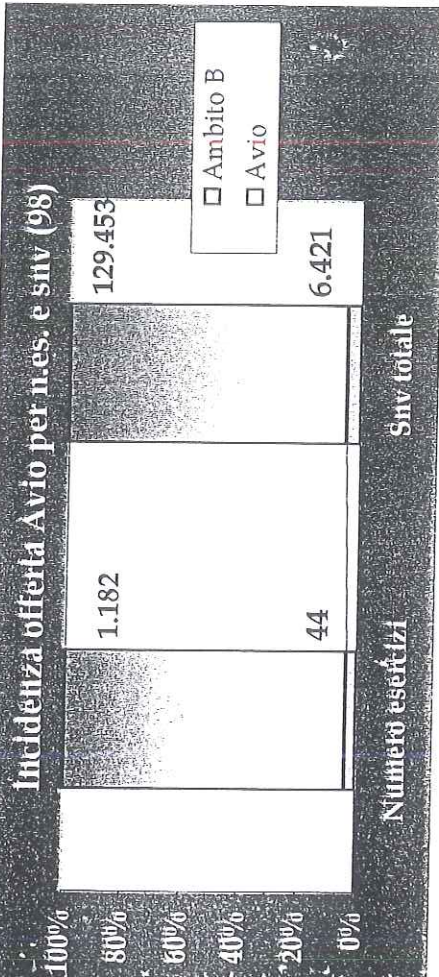
	Residenti	Numero esercizi	Snv totale	Snv/esercizio	Num.es./1000 ab.	Mq.snv/1000 ab.
Avio	3.795	48	6.207	129,31	12,65	1.635,57
Ambito B	77.772	1.243	124.661	100,29	15,98	1.602,90
PAT	456.977	8.319	822.943	98,92	18,20	1.800,84





## 2. Trend storico: offerta commerciale al 1998 (consistenza e parametri)

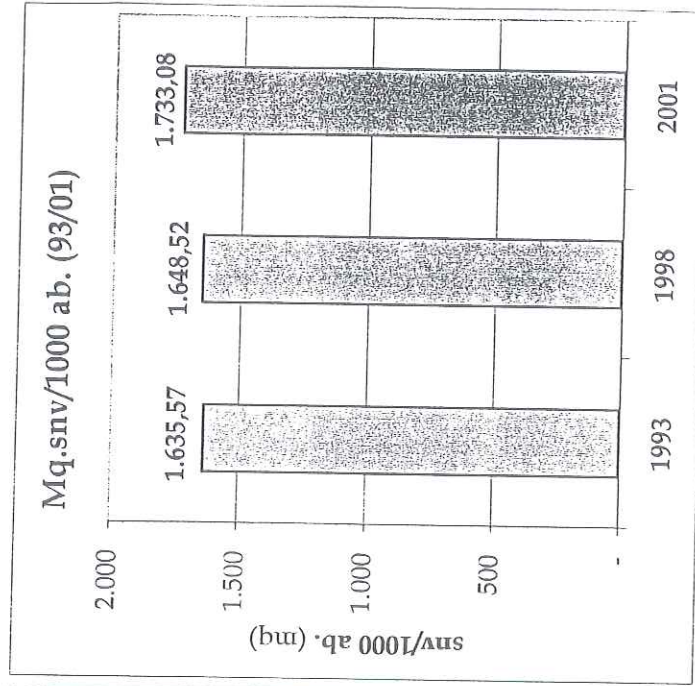
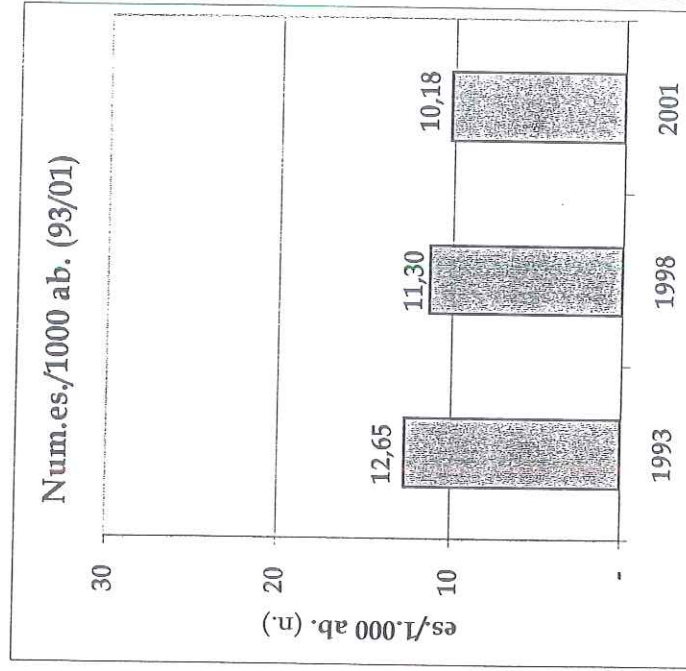
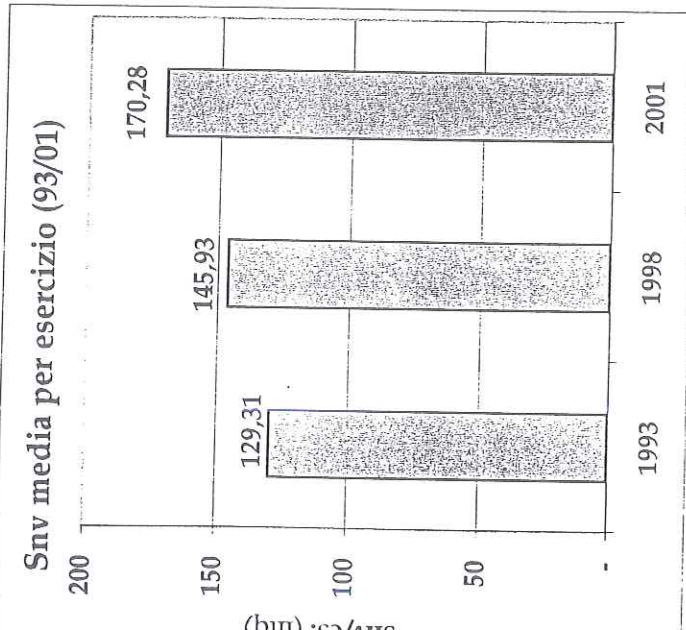
	Residenti	Numero esercizi	Snv totale	Snv/esercizio	Num.es./1000 ab.	Mq.snv/1000 ab.
Avio	3.895	44	6.421	145,93	11,30	1.648,52
Ambito B	80.135	1.182	129.453	109,52	14,75	1.615,44
PAT	469.887	7.743	859.989	111,07	16,48	1.830,20





### 3. Trend storico: offerta commerciale a dicembre 2001 (consistenza e parametri)

Avio	Residenti	Numero esercizi	Snv totale	Snv/esercizio	Num.es./1000 ab.	Mq.snv/1000 ab.
1993	3.795	48	6.207	129,31	12,65	1.635,57
1998	3.895	44	6.421	145,93	11,30	1.648,52
<b>2001</b>	<b>3.930</b>	<b>40</b>	<b>6.811</b>	<b>170,28</b>	<b>10,18</b>	<b>1.733,08</b>



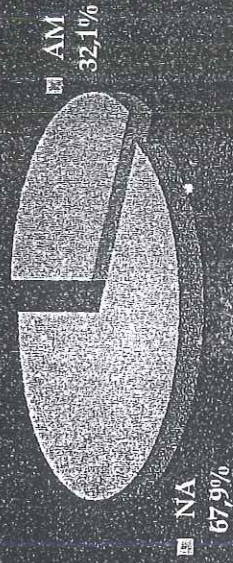


### 3.1. Offerta attuale a seguito conversione: Esercizi di Vicinato (EV)

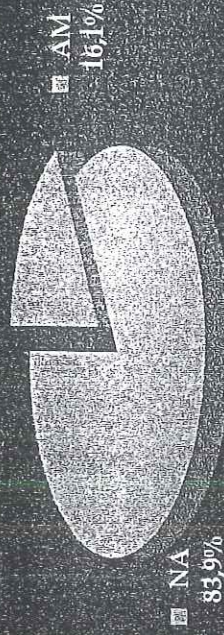
#### Consistenza

NUMERO EV		SUPERFICIE NETTA VENDITA EV (in mq.)	
AM	NA	AM	NA
9	19	214	1.119
TOTALE		28	
		TOTALE	
		1.333	

#### Ripartito numero EV per settore



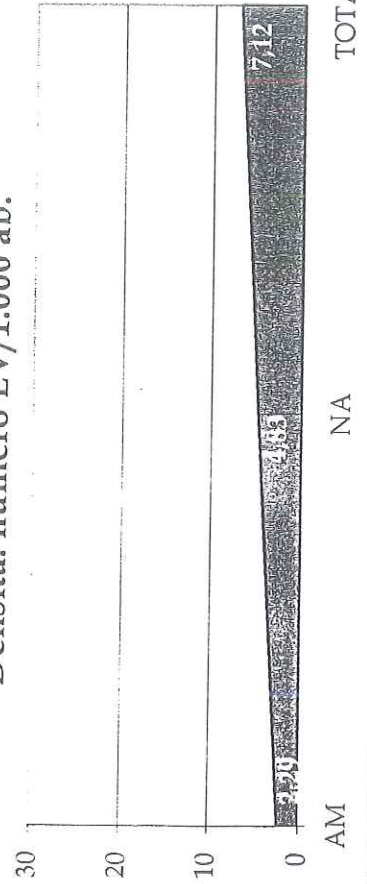
#### Ripartito superficie EV per settore



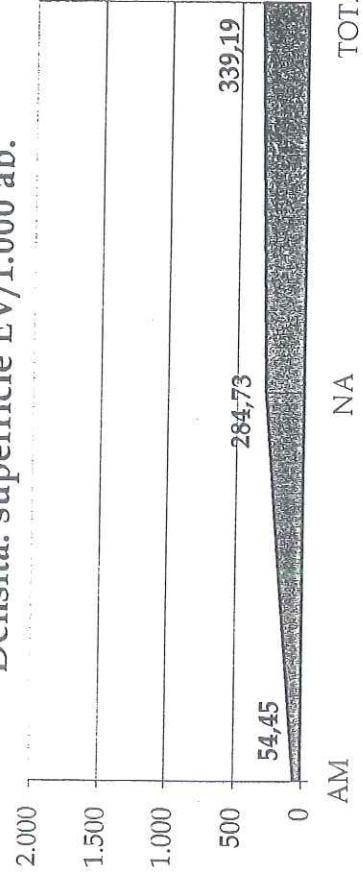
#### Densità

NUMERO EV PER 1.000 ABITANTI		SUPERFICIE NETTA VENDITA EV PER 1.000 ABITANTI	
AM	NA	AM	NA
2,29	4,83	54,45	284,73
TOTALE		7,12	
		TOTALE	
		339,19	

#### Densità: numero EV/1.000 ab.



#### Densità: superficie EV/1.000 ab.



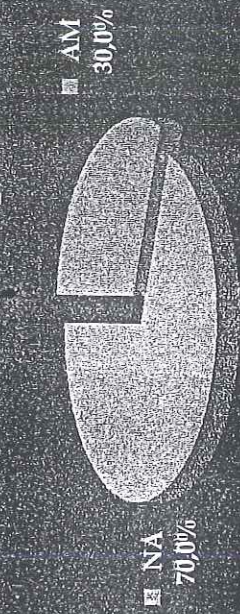


### 3.2. Offerta attuale a seguito conversione: Medie Strutture di Vendita (MSV)

#### Consistenza

NUMERO MSV		SUPERFICIE NETTA VENDITA MSV (in mq.)	
AM	NA	AM	NA
3	7	660	1.157
TOTALE 10		TOTALE 1.817	

#### Riparto num. MSV per settore



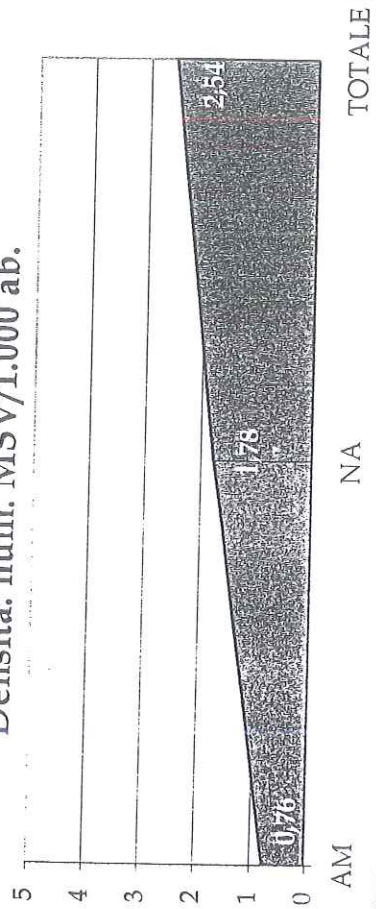
#### Riparto sup. MSV per settore



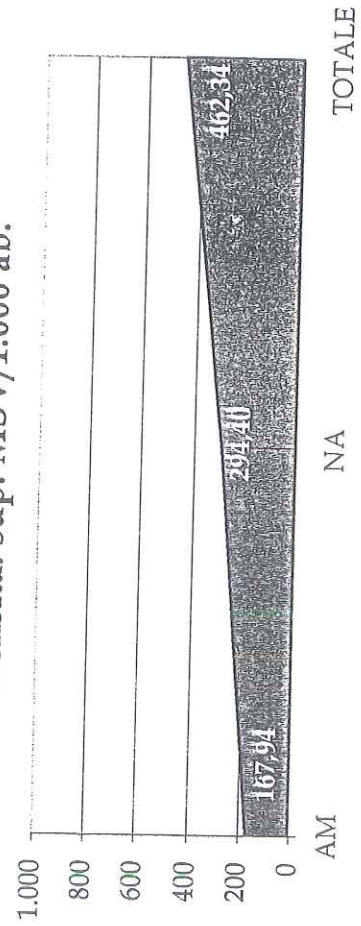
#### Densità

NUMERO MSV PER 1.000 ABITANTI		SUPERFICIE NETTA VENDITA MSV PER 1.000 ABITANTI	
AM	NA	AM	NA
0,76	1,78	167,94	294,40
TOTALE 2,54		TOTALE 462,34	

#### Densità: num. MSV/1.000 ab.



#### Densità: sup. MSV/1.000 ab.



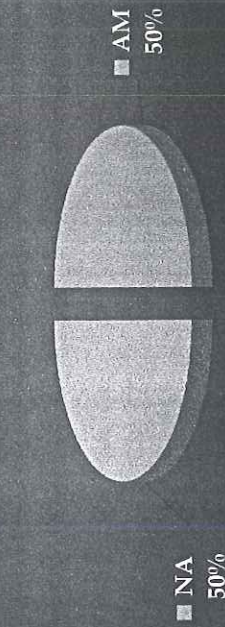


### 3.3. Offerta attuale a seguito conversione: Grandi Strutture di Vendita (GSV)

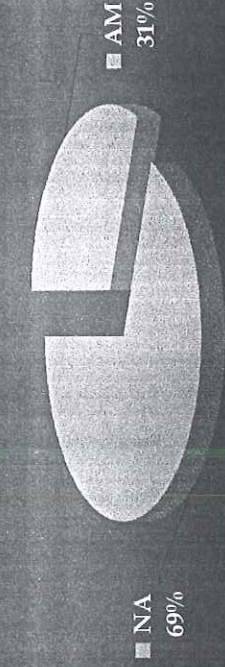
#### Consistenza

NUMERO GSV		SUPERFICIE NETTA VENDITA GSV (in mq.)		
AM	NA	AM	NA	TOTALE
1	1	1.132	2.540	3.672

#### Riparto num. GSV per settore



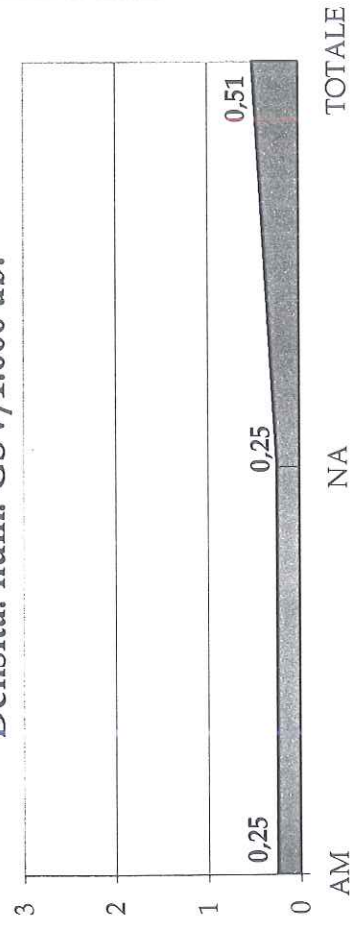
#### Riparto sup. GSV per settore



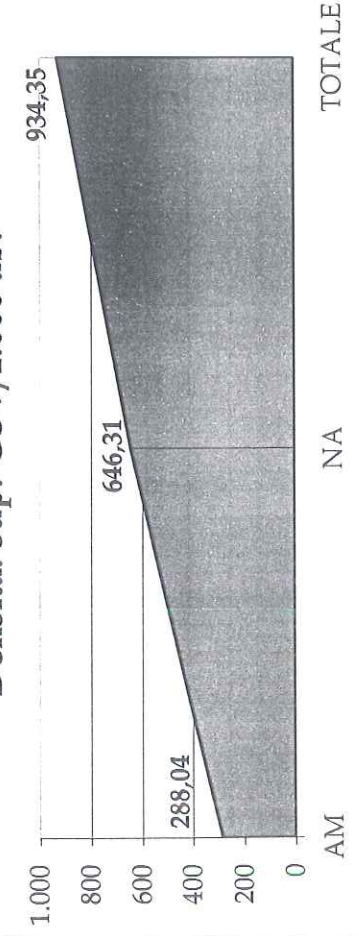
#### Densità

NUMERO GSV PER 1.000 ABITANTI		SUPERFICIE NETTA VENDITA GSV PER 1.000 ABITANTI		
AM	NA	AM	NA	TOTALE
0,25	0,25	288,04	646,31	934,35

#### Densità: num. GSV/1.000 ab.



#### Densità: sup. GSV/1.000 ab.

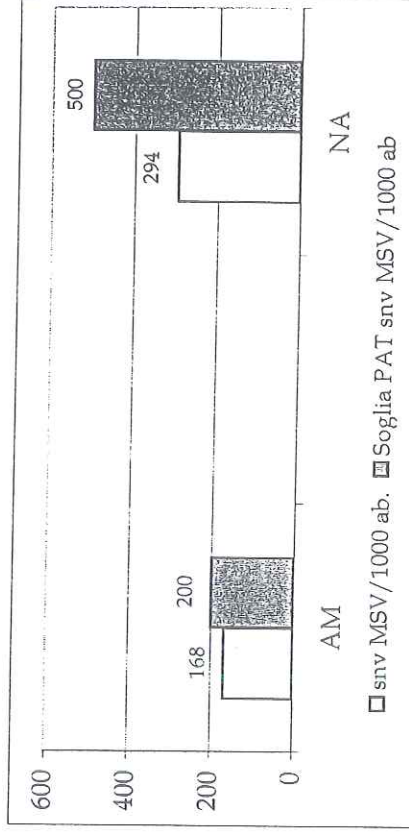




# Applicazione metodologia indici di densità e/o limiti di sviluppo

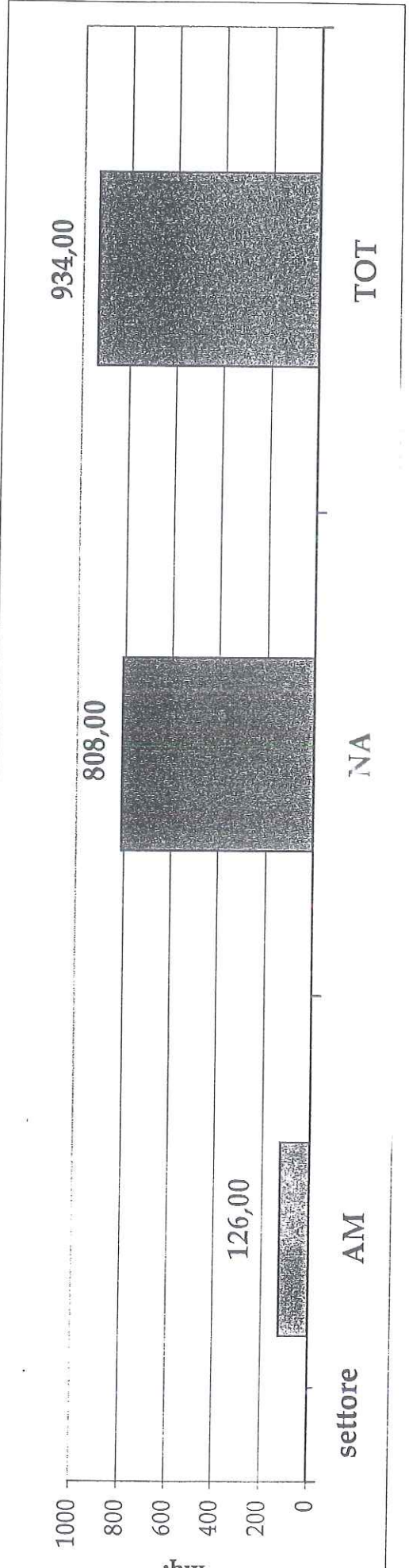
## ... Situazione attuale ( $t_0$ )

	AM	NA	TOTALE
numero MSV	3	7	10
superficie MSV (mq.)	660,00	1.157,00	1.817,00
parametri di densità	AM	NA	TOTALE
MSV/1000 ab.	167,94	294,40	462,34
limite PAT snv MSV/1000 ab	200,00	500,00	-



## ... Superficie autorizzabile per attivazione MSV

	snv $t_0$	dens. $t_0$	dens. $t_0$ rispetto soglia PAT		Indici di densità		Limiti di sviluppo	
			<	>	$SA_{MSV}$	$SO_{MSV}$	$SA_{MSV}$	$SA_{MSV}$
Settore AM	660,00	167,94	167,94	>	126,00	126,00	126,00	
Settore NA	1.157,00	294,40	294,40	>	808,00	808,00	808,00	





APPROVATO DAL CONSIGLIO COMUNALE IN SEDUTA DEL **08.04.2003** CON  
DELIBERAZIONE N. **9** -



IL PRESIDENTE DEL  
CONSIGLIO COMUNALE  
arch. Michele Bertagnoli

IL SEGRETARIO COMUNALE  
dott. Marco Deromedis

---

PUBBLICATO ALL'ALBO COMUNALE A TERMINI DELL'ART. 100 DEL TESTO  
COORDINATO DELLE DISPOSIZIONI SULL'ORDINAMENTO DEI COMUNI CONTENUTE  
NEL D.P.G.R. 27.02.1995 N. 4/L. E NELLA L.R. 23.10.1998 N. 10, PER N. 10 GIORNI  
CONSECUTIVI DAL **15.04.2003** AL **25.04.2003** SENZA OPPOSIZIONI.

ADDI 30 APRILE 2003



IL SEGRETARIO COMUNALE  
dott. Marco Deromedis

---

**BOLLETTINO UFFICIALE REGIONALE**

PUBBLICAZIONE NEL SUPPLEMENTO N. 1 AL B.U.R. N. 20/I-II DD. 20.05.2003

---

