

COMUNE DI REGGIO CALABRIA  
Provincia di REGGIO CALABRIA

**INDIRIZZI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE  
PER LO SVILUPPO DELLE MEDIE  
STRUTTURE DI VENDITA**

Marzo 2002

# **INDIRIZZI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE PER LO SVILUPPO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (IN APPLICAZIONE DELL'ART.8, COMMA 3, DEL D. LGS. NR. 114/98 E DELL'ART. 11 DELLA L.R. NR. 17/99, ART. DEGLI INDIRIZZI DI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE)**

## **CAPO 1 - FINALITA'**

### **Art. 1 Finalità**

1. L'individuazione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni commerciali inerenti le medie strutture di vendita coerentemente con le disposizioni regionali, persegue i seguenti obiettivi:

- ⇒ elevare l'efficacia e la qualità del servizio commerciale ed assicurare il servizio di prossimità;
- ⇒ favorire lo sviluppo della rete commerciale secondo i criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo l'evoluzione tecnologica dell'offerta;
- ⇒ incentivare forme di affiliazione contrattuale o di associazionismo tra gli operatori;
- ⇒ favorire un armonico equilibrio territoriale nella localizzazione delle medie e grandi strutture di impresa;
- ⇒ programmare in modo unitario in omogenei bacini d'utenza;
- ⇒ favorire la crescita e l'integrazione del commercio con l'ambiente e le altre attività di servizio, al fine di valorizzare le città ed il territorio;
- ⇒ riqualificare le aree urbane di maggior pregio;
- ⇒ salvaguardare il servizio commerciale nelle aree montane, rurali e nelle frazioni minori;
- ⇒ assicurare la libera concorrenza e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive;
- ⇒ contenere l'uso del territorio ed assicurare le compatibilità ambientali;
- ⇒ privilegiare le operazioni di trasformazione e di razionalizzazione delle strutture esistenti;
- ⇒ favorire le sinergie tra diverse forme di vendita e l'innovazione tecnologica;

- ⇒ progettare nuovi sistemi organizzativi volti a ridurre gli impatti su viabilità traffico ed ambiente;

## **CAPO 2 - PROGRAMMAZIONE**

### **Art. 2 AMBITO DI APPLICAZIONE**

Le disposizioni dei seguenti criteri per l'insediamento e l'esercizio delle medie strutture di vendita, tengono conto delle novità introdotte dal D. Lgs. 114/98 e recepite dalla L.R. 17/99. Saranno pertanto applicabili sia all'apertura, al trasferimento di sede, all'ampliamento della superficie di vendita nonché ai Centri Commerciali, nei limiti dimensionali di cui all'art. 4, 1° comma, lett. e) del D. Lgs. 114/98. Le stesse si applicano altresì nei casi di cambio o ampliamento del settore merceologico, di concentrazione e accorpamento di preesistenti esercizi commerciali autorizzati ex Legge 426/71. Le disposizioni contenute nel presente provvedimento, nello spirito della legge Bersani, non tengono conto né di criteri quantitativi, basati su contingenti numerici riferiti a punti vendita, né di limiti dimensionali della superficie di vendita, ma solo di criteri qualitativi in merito alla pianificazione urbanistica, al rispetto di standard di parcheggio e alla compatibilità del traffico col sistema viario.

### **ART. 3 DEFINIZIONE E CLASSIFICAZIONE DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

1. Per "media struttura di vendita", si intende l'esercizio commerciale con superficie di vendita compresa fra i 250 e i 2500 mq., in quanto il territorio del Comune di Reggio Calabria ha una popolazione maggiore di 10.000 abitanti. Per "superficie di vendita" si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi. Non rientra, altresì, nella superficie di vendita, l'area scoperta di pertinenza dell'esercizio commerciale destinata a mostra e/o esposizione di prodotti oggetto dell'attività, a condizione che le operazioni aventi natura commerciale (trattative, stipula contratto, pagamento, ecc.) avvengano all'interno dell'area coperta definita quale locale di vendita.
2. Non è consentita la vendita al dettaglio e all'ingrosso in una stessa struttura commerciale. Il divieto di esercitare congiuntamente il commercio all'ingrosso ed al dettaglio nel medesimo punto di vendita non si applica qualora l'operatore,

quale che sia il contenuto merceologico oggetto della comunicazione si, limiti a trattare esclusivamente uno o più dei seguenti prodotti art. 13 comma 3 del Delibera R. 409/2000:

- a) macchine, attrezzature ed articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, l'artigianato
  - b) elettrodomestici, materiale elettrico ed elettronico, per telecomunicazioni;
  - c) colori, vernici, carta da parati, ferramenta ed utensileria;
  - d) articoli per impianti idraulici, a gas ed impianti igienici, nonché articoli per riscaldamento;
  - e) strumenti di ottica, cinefotoottica, scientifici e di misura;
  - f) macchine, attrezzature, mobili ed articoli vari per ufficio;
  - g) auto-moto-cicli e relativi ricambi ed accessori.
3. I criteri di sviluppo relative alle medie strutture di vendita fanno riferimento, in conformità all'art. 3 della D. R. n.409/2000 alle seguenti classi dimensionali:
- medie strutture di vendita alimentari e miste M1/A con una superficie di vendita compresa tra i 251 - 900 mq di superficie vendita;
  - medie strutture di vendita alimentari e miste M2/A con una superficie di vendita compresa tra i 901 e i 2500 mq;
  - medie strutture di vendita non alimentari M1/B con una superficie di vendita compresa tra i 251 e i 900 mq
  - medie strutture di vendita non alimentari M2/B con una superficie di vendita compresa tra i 901 e i 2500 mq

### CAPO 3 – ATTUAZIONE

#### **Art. 5. RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI**

1. Il rilascio di qualsiasi autorizzazione per le medie strutture è subordinato al rispetto dei principi volti alla salvaguardia dell'ambiente e della viabilità dei centri urbani:
  - a. l'osservanza delle disposizioni in materia urbanistica;
  - b. l'osservanza dell'obbligo di localizzazione per la media struttura con progetti di non intralcio al traffico;
  - c. tutti gli esercizi commerciali dovranno essere attivati in locali aventi conforme destinazione d'uso.
2. Tutti gli insediamenti commerciali dovranno essere ubicati su aree aventi conforme destinazione urbanistica, *fatti salvi gli esercizi commerciali ubicati o*

da ubicare in immobili per i quali sia stata rilasciata concessione edilizia in sanatoria ai sensi della legge n.47 del 1985 o n.724 del 1994.

### **Art. 6 APERTURA NUOVE MEDIE STRUTTURE**

1. L'apertura di una media struttura di vendita minore è consentita nelle Z.T.O così come indicate nella tab. 1 seguente indicate dal vigente strumento urbanistico come B, C, D fatto salvo quanto previsto al successivo art. 14 per la zona Z.T.O A, coincidente con il centro storico, e per gli assi commerciali identificati. Dovranno comunque essere garantiti gli standard urbanistici indicati nel documento di integrazione prestazionale delle Norme di Attuazione.

Tab. 1 *Possibilità insediative (PRG vigente). Indirizzi amministrazione comunale per l'insediamento commerciale delle medie strutture di vendita ai sensi del d.lgs. 114/98, l.r. 17/99.*

Zone Omogenee previste dalle Norme Tecniche di Attuazione del P.R.G. e Assi commerciali	Tipologie di Medie strutture ammesse dalle N. T. A. del P.R.G.
<p>"Norme Tecniche di attuazione P.R.G." -D.P.G.R. n. 1153 dell'11/11/1991</p> <p>Art.17 - Zone A</p> <p>Assi commerciali non in zona "A" V.le Aldo Moro Via SS 18 ( tratto Catona Centro) Via Provinciale (ex SS 106- tratto Pellaro Centro)</p>	<p>Centri Commerciali di vicinato, non specializzato alimentare con superficie di vendita sino a 1.500 mq, sono soggette ad autorizzazione come indicato all'art. 23 Norme Tecniche di Attuazione adeguate.</p>
<p>"Norme Tecniche di attuazione P.R.G." D.P.G.R. n. 1153 dell'11/11/1991</p> <p>Art.19 - Zone B: "Aree di completamento"</p>	<p>Medie strutture di vendita non alimentare tipologia M1B (250 - 900 mq di superficie di vendita).</p> <p>All'interno dei progetti di riqualificazione e rivitalizzazione della rete commerciale è consentita l'apertura dei Centri Commerciali di vicinato.</p>

<i><b>Zone Omogenee previste dalle Norme Tecniche di Attuazione del P.R.G. e Assi commerciali</b></i>	<i><b>Tipologia commerciale ammessa dalle N. T. A. del P.R.G.</b></i>
<p data-bbox="343 335 719 387">"Norme Tecniche di attuazione P.R.G." D.P.G.R. n. 1153 dell'11/11/1991</p> <p data-bbox="459 437 603 460">Art.20 - Zona C</p>	<p data-bbox="821 353 1398 417"><b>Medie strutture di vendita alimentare e non alimentare (tipologia M1/A e M1/B).</b></p> <p data-bbox="821 437 1398 553"><b>All'interno dei progetti di riqualificazione e rivitalizzazione della rete commerciale è consentita l'apertura dei Centri Commerciali di vicinato.</b></p>
<p data-bbox="336 653 726 705">"Norme Tecniche di attuazione P.R.G." D.P.G.R. n. 1153 dell'11/11/1991</p> <p data-bbox="459 755 603 777">Art.21- Zona D:</p>	<p data-bbox="821 659 1378 716"><b>le medie strutture di vendita di tipologia M1A, M1/B, M2/A e M2/B.</b></p>
<p data-bbox="336 802 726 855">"Norme Tecniche di attuazione P.R.G." D.P.G.R. n. 1153 dell'11/11/1991</p> <p data-bbox="459 882 603 927">Art. 22 - Zona E "</p>	<p data-bbox="815 902 1406 995"><b>Nessuno insediamento commerciale ad eccezione della superficie di vendita annessa ai locali di attività produttiva delle aziende agricole.</b></p>
<p data-bbox="336 1029 726 1081">"Norme Tecniche di attuazione P.R.G." D.P.G.R. n. 1153 dell'11/11/1991</p> <p data-bbox="467 1109 595 1131">Art. 23 zona F</p>	<p data-bbox="821 1068 1382 1313"><b>Nell'ambito della zona "F" per interventi in area o sistemi di area per una superficie non inferiore a 20.000 mq da destinare a una pluralità di funzioni, limitate per come previsto dall'art. 23 delle N.T.A vigenti, tramite strumento urbanistico preventivo sono ammessi insediamenti commerciali nella tipologia di media impresa M1.</b></p>

1. L'apertura di una media struttura di maggiori dimensioni classe M2 è consentita solo nella Z.T.O "D", compatibilmente con il soddisfacimento degli standard urbanistici indicati dall'aggiornamento delle norme di attuazione.

#### **Art. 7 TRASFERIMENTO DI SEDE**

1. Il trasferimento di sede di una media struttura di vendita minore e maggiore è consentito qualora nella zona di nuovo insediamento, in base allo strumento urbanistico generale, sia specificamente prevista la localizzazione di medie strutture di vendita appartenenti allo stesso settore merceologico ed alla classe dimensionale dell'esercizio oggetto di trasferimento.
2. La compatibilità rispetto alle specifiche destinazioni urbanistiche, di cui al precedente comma 2, va accertata con riferimento all'integrazione

prestazionale delle norme urbanistiche adottate ai sensi delle specifiche disposizioni di cui alla L.R. n. 17/99 e della D. R. 409/200.

3. Il trasferimento dell'esercizio deve comunque avvenire nel rispetto dei requisiti urbanistici previsti dal PRG vigente.

#### **Art. 8 AMPLIAMENTO DELLA SUPERFICIE DI VENDITA**

1. L'ampliamento di una media struttura di vendita, è soggetto ad autorizzazione. E' possibile l'ampliamento di una media struttura minore o maggiore, alla sola condizione di rispettare gli standard urbanistici previsti per le nuove aperture. E' concedibile se prevista dalla zona commerciale omogenea e risponde agli stessi requisiti richiesti per l'apertura di una media struttura di vendita. Gli ampliamenti di una media struttura sono sempre autorizzabili all'interno delle stesse classi.
2. In sede di prima applicazione delle disposizioni statali e regionali emanate in materia, costituisce atto dovuto il rilascio di autorizzazione all'aumento della superficie di vendita di una media struttura fino a 2.500 mq, purché siano rispettate le condizioni di cui all'art. 6 comma 2, lett. a) e b) della L.R. 15 giugno 1999 n. 17 fermo restando il necessario rispetto dei requisiti urbanistici vigenti. Detti ampliamenti devono inoltre rispettare i limiti dimensionali di cui all'art. 4, 1° comma, lett. e) del D. Lgs. 114/98.
3. L'ampliamento della superficie di vendita ai sensi di quanto previsto dall'art. 6 della Legge regionale n.17/99 nel rispetto delle norme urbanistico edilizie, è sempre consentito qualora concorrano le seguenti condizioni:
  - a. via sia concentrazione o accorpamento di due o più esercizi autorizzati ai sensi dell'art.24 della legge 11 giugno 1971, n.426, per la vendita di prodotti di largo e generale consumo;
  - b. l'ampliamento sia contenuto entro i limiti dimensionali massimi previsti per le medie strutture di vendita.
  - c. La superficie di vendita aggiuntiva concessa non potrà essere superiore al valore di 250 mq moltiplicato per il numero degli esercizi concentrati o accorpati.

#### **Art. 9 CONCENTRAZIONE ED ACCORPAMENTO**

1. Costituisce atto dovuto il rilascio di autorizzazione, per accorpamento e concentrazione, all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita qualora rientri nei casi previsti all'art. 6 comma 1, della L.R. 15 giugno 1999 n. 17 fermo restando il necessario rispetto dei requisiti urbanistici vigenti.

2. L'autorizzazione alla vendita per una media struttura derivante dalla concentrazione o dall'accorpamento di preesistenti esercizi, già autorizzati, ai sensi della L.426/71, per la vendita di beni di largo e generale consumo come previsti dall'art.31, comma 3, del D.M. n.375/88, è sempre rilasciata in via prioritaria rispetto ad altre nuove aperture, fermo restando il necessario rispetto delle previsioni e dei requisiti urbanistici vigenti.
3. Il richiedente deve, con atto unilaterale, impegnarsi a reimpiegare tutto il personale (compreso il titolare salvo sua espressa rinuncia) degli esercizi concentrati o accorpati.
4. Le medie strutture possono essere oggetto di accorpamento o concentrazione entro il limite di 2500 mq. se urbanisticamente consentito, purché la superficie di vendita complessiva finale non sia superiore alla somma metrica delle superfici di vendita degli esercizi originari.
5. Contestualmente al rilascio della nuova autorizzazione, nel caso di accorpamento o concentrazione, il comune revoca i titoli autorizzativi dei preesistenti esercizi.
4. La superficie di vendita della nuova media struttura, nell'ipotesi dell'art. 5 sopra e la superficie aggiuntiva concessa, nel caso dell'ampliamento di cui al comma 2, non possono essere superiori al valore di 250 mq per il numero di esercizi accorpati o concentrati. La concentrazione e l'accorpamento non danno diritto a premi di superficie

#### **Art. 10 VARIAZIONE MERCEOLOGICA**

1. E' sempre consentito il cambio o l'aggiunta del settore merceologico non alimentare in una media struttura minore o maggiore del settore alimentare a prescindere dagli standard di riferimento urbanistici.
2. Qualora il cambio o l'ampliamento riguardi l'aggiunta del settore alimentare in una media struttura M1B o maggiore del settore non alimentare M2B, si dovranno rispettare gli standard urbanistici previsti per le nuove aperture, stante la maggior attrazione di utenza, in quanto la distribuzione di beni di prima necessità potrebbe creare potenziali problemi alla viabilità comunale esistente.
3. Il rilascio dell'autorizzazione è comunque subordinato al necessario rispetto dei requisiti di accesso all'attività di cui all'art.5 del D. Lgs. n.114/98.

**Art. 11 MODALITÀ DI INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA ALIMENTARI**

1. L'insediamento di medie strutture di vendita appartenenti al settore alimentare nelle zone territoriali omogenee A E B è consentito esclusivamente nei seguenti casi:
  - ♦ concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali preesistenti, tra cui almeno una media struttura di vendita, appartenenti al medesimo settore merceologico della nuova struttura. La complessiva superficie di vendita concentrata o accorpata dovrà essere pari a quella richiesta.
  - ♦ atto dovuto ai sensi dell'art. 6 comma 1, della L.R. 17/99 fermo restando il necessario rispetto delle condizioni regionali e dei requisiti urbanistici vigenti
2. Il rilascio di autorizzazione ai sensi del primo comma del presente articolo comporta la revoca dei titoli autorizzatori preesistenti.

**Art. 12 INTEGRAZIONE FUNZIONALE E QUALITÀ URBANA**

1. Agli insediamenti commerciali sono associabili quote significative di altre destinazioni d'uso quali funzioni di servizio pubbliche e private, attrezzature collettive, residenza e simili, al fine di favorire processi di riqualificazione urbana, evitando la creazione di luoghi monofunzionali.
2. Al fine di favorire processi di riqualificazione del territorio e di evitare la creazione di luoghi monofunzionali, vanno favoriti gli insediamenti commerciali nell'ambito di programmi complessi che prevedano l'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni, quali le attività di servizio pubbliche e private, le attrezzature collettive, direzionali, ricreative, ricettive, sportive, culturali, la residenza e simili.
3. Per il perseguimento di dette finalità, la realizzazione di insediamenti in tutto o in parte a funzione commerciale può essere prevista in sede di programmi integrati di intervento o di programmi di recupero urbano, di cui alla L.R. 17/1999, o nell'ambito di strumenti di programmazione complessa ed integrata a qualsiasi titolo denominati, quali PRUSST, Accordi di programma, strumenti di cui alla L. 662/1996, programmi di riqualificazione urbana ed altri.
4. Tra le strategie territoriali più attente alle problematiche dello sviluppo qualitativo, una grande importanza assumono le politiche di rigenerazione ecologica della città, anch'esse riferite alla ricerca di modalità di uso e conservazione delle risorse naturali, per garantire una loro corretta fruibilità. Si tratta di una strategia basata sui concetti della compensazione ambientale e del potenziale ecologico-ambientale, vale a dire il collegamento di ogni trasformazione urbanistica a concreti interventi di miglioramento qualitativo delle tre risorse ambientali fondamentali aria, acqua e suolo, affinché sia

- garantito un processo naturale di rigenerazione o di autorigenerazione delle risorse stesse.
- 5 Questo aspetto si concretizza soprattutto nella grande importanza assegnata alle misure di ripermabilizzazione del suolo urbano, in quanto condizione fondamentale per l'accrescimento del potenziale ecologico-ambientale della città e al ruolo analogo assegnato alla prevista dotazione massiccia del verde privato e dei parcheggi privati integrati da alberature e sistemazioni a verde.
  - 6 Per le zone urbane caratterizzate da livelli di altissima ed alta impermeabilizzazione verranno disposte misure di tipo normativo finalizzate essenzialmente alla ripermabilizzazione degli spazi aperti, nonché interventi relativi alle infrastrutture di raccolta e smaltimento delle acque piovane, per evitare il sovraccarico del sistema fognario comunale.
  - 7 Nei casi di cui al presente articolo, la valutazione della conformità del programma proposto sotto l'aspetto territoriale-commerciale si effettua sulla base del presente regolamento, compatibilmente con gli elementi di specificità della relativa disciplina di riferimento.
  - 8 Con le medesime procedure previste per l'approvazione di tali strumenti di programmazione si procede all'adeguamento previsto dall'art. 6, comma 5, D.Lgs. 114/98.
  - 9 Per gli insediamenti commerciali destinati alla media e alla grande distribuzione occorre prestare particolare attenzione alla qualità progettuale dell'intervento; a tal fine, occorre che il progetto sia qualitativamente apprezzabile in relazione agli aspetti sia di carattere edilizio, sia di correlazione con l'intorno; tali aspetti di qualità progettuale vengono opportunamente valutati dalla commissione edilizia in sede di parere per il rilascio dei necessari atti abilitativi.
  - 10 Al fine di favorire la riqualificazione urbana ed ambientale, con particolare riferimento alle aree periferiche ed alle aree produttive dismesse, nel quadro degli interventi di carattere commerciale è ammessa la realizzazione di opere di arredo urbano, da intendere quale progettazione coordinata delle pavimentazioni, dell'illuminazione, della segnaletica, di altre attrezzature quali panchine, fioriere, contenitori per rifiuti, fontanelle, pensiline e sedili per l'attesa dei mezzi pubblici di trasporto, chioschi, cabine telefoniche, insegne e simili, e delle sistemazioni del verde pubblico, da parte dell'operatore o dei soggetti privati interessati a scomputo totale o parziale del contributo relativo agli oneri di urbanizzazione.
  - 11 Deve essere sempre predisposto lo studio degli spazi aperti, degli spazi pedonali, di quelli per la sosta e la mobilità degli automezzi dell'utenza e per l'espletamento delle operazioni di carico-scarico delle merci; i posti auto sono prevalentemente ricavati nell'ambito interrato del sedime commerciale; i

parcheggi a raso, dotati di opportune alberature, sono comunque localizzati e disegnati in modo da evitare la configurazione di edifici isolati in un grande parcheggio.

- 12 Come obiettivo della riqualificazione si dà priorità dei nuovi insediamenti su aree già edificate senza escludere dalle previsioni qualsiasi area libera ma privilegiando la sostituzione edilizia e il recupero di contesti già compromessi.
- 13 Una particolare attenzione verrà riservata alle esigenze di riqualificazione di insediamenti e agglomerati commerciali esistenti, che non presentano ad oggi adeguate condizioni di accessibilità dall'esterno, di organizzazione urbanistica interna e di dotazione di servizi, di qualità architettonica ed ambientale. Tali insediamenti ai sensi dell'art. 12 della L. R. 17/99 saranno individuati dal comune successivamente all'approvazione di tale norme e tramite un'azione di concertazione con gli operatori del settore commerciale in sede fissa e su aree pubbliche.
- 14 Gli insediamenti commerciali esistenti distribuiti lungo le principali arterie viabilistiche devono garantire per quanto possibile:
  - a) il massimo contenimento della diffusione lineare lungo la viabilità e la previsione di complessi organizzati a sviluppo areale, adeguatamente dotati di servizi;
  - b) la revisione delle modalità di accesso ai fini della sicurezza e della fluidità del traffico;
  - c) il controllo della segnaletica pubblicitaria e della cartellonistica, da contenere in forme idonee soprattutto in zone di rilievo paesistico-ambientale;
  - d) la limitazione della visibilità diretta dalle strade, anche attraverso congrue sistemazioni a verde.

### **Art. 13 CENTRI COMMERCIALI DI MEDIO DETTAGLIO**

1. Fatta salva la definizione data dall'art. 4, 1° comma, lett. g) del D. Lgs. 114/98 al "Centro Commerciale", vengono di seguito precisate le condizioni d'esercizio e le modalità di presentazione delle domande per nuove strutture.
2. Ogni esercizio da insediare all'interno del centro è soggetto a specifica autorizzazione con le modalità di cui all'art. 6 del presente provvedimento, indipendentemente dalla propria superficie di vendita. Pertanto, anche gli esercizi che per limite dimensionale siano riconducibili ad esercizi di vicinato vanno autorizzati e non possono essere comunicati ex art. 7 del D. Lgs. 114/98.
3. Le autorizzazioni dei singoli esercizi insediati all'interno di Centri Commerciali non possono essere trasferiti al di fuori dello stesso.

4. I preesistenti esercizi autorizzati con la previgente normativa possono ridistribuire la superficie fino al massimo del 50% di quella originaria ferme restando comunque le quantità assegnate ai settori alimentari e non alimentari, ma senza l'aumento della stessa. Qualora un Centro Commerciale abbia un "soggetto promotore" (società immobiliare, proprietario dell'immobile o di un diritto reale sullo stesso, Condominio per la gestione delle parti comuni, ecc.) lo stesso può presentare un'unica domanda che sarà esaminata con criterio unitario. Prima del rilascio delle singole autorizzazioni, il soggetto promotore può chiedere che le stesse siano intestate ad altri soggetti da lui designati, alla sola condizione che questi ultimi siano in possesso dei requisiti di accesso all'attività di cui all'art. 5 del D. Lgs. 114/98. Solo tale fattispecie non costituisce caso di subingresso. Dopo il rilascio delle autorizzazioni, saranno possibili solo subingressi per cessioni di ramo d'azienda, affitto d'azienda, gestione di reparto o tutte le altre fattispecie previste dalla norme vigenti. Possono essere rilasciate in deroga alla specifica programmazione comunale di settore, solo autorizzazioni amministrative di Pubblico Esercizio di tipo A), B) e D) di cui all'art. 5 della Legge 287/91. Tali esercizi non costituiscono superficie di vendita della struttura e devono osservare gli stessi orari di apertura e chiusura.

#### **Art. 14 VALIDITÀ DEI CRITERI COMUNALI**

1. I presenti Criteri hanno validità estesa a tre anni dalla data di approvazione degli stessi in Consiglio Comunale.
2. L'aggiornamento dei Criteri avviene a seguito della verifica degli standard di servizio espressi dalla rete distributiva comunale.
3. I presenti Criteri conservano in ogni caso la loro validità fino alla revisione degli stessi, attraverso apposito atto emanato dal Consiglio Comunale.

#### **Art. 15. FASI DI ATTUAZIONE**

Entro 120 giorni dall'adozione del presente provvedimento l'amministrazione comunale provvederà ai seguenti adempimenti:

- a) avvio delle fasi di concertazione per la individuazione, nella logica di partenariato, delle iniziative riguardanti lo sviluppo della rete distributiva della media impresa volta a favorire la concentrazione della rete esistente;
- b) progettazione operativa degli interventi di tipo infrastrutturale
- c) quantificazione dei fabbisogni di formazione per gli operatori economici del (commercianti ed artigiani)

- b) progettazione in dettaglio delle azioni di marketing urbano e produzione di materiale informativo per la promozione del progetto ed il coinvolgimento del più ampio numero possibile di soggetti – pubblici e privati.

**Art. 16. VERIFICA DEI RISULTATI**

I risultati attesi concernono l'obiettivo di innescare un circolo virtuoso di sviluppo e crescita di nuove attività e quindi di nuova occupazione. La valutazione degli effetti del programma di promozione e sviluppo avverrà con cadenza biennale, sulla base dei seguenti indicatori:

- incremento dell'attrattività urbana
- incremento del mercato urbano
- incremento della domanda
- sviluppo dell'offerta in termini di specializzazione
- concentrazione della rete distributiva
- incremento della qualità urbana