

COMUNE DI REGGIO CALABRIA

Dipartimento Attività Economiche

Assessorato Sviluppo Attività Produttive Industriali Commerciali ed Artigiane

Annona – Fiere – Mercati – Ufficio Metrico

**PIANO ECONOMICO DI SVILUPPO
TERRITORIALE PER LA CITTÀ
DI REGGIO CALABRIA**

LINEEE D'INDIRIZZO E PROGRAMMATICHE

Marzo 2002

TITOLO I^A

Piano Economico Territoriale

PREMESSA

Le linee d'indirizzo e programmatiche relative al Piano Economico e di Sviluppo Territoriale, PEST, sono state elaborate nell'ambito del Dipartimento Attività Economiche, Assessorato Attività Produttive ed approvate dalla Giunta con propria delibera nr. del

Alla elaborazione hanno contribuito:

- Prof. Italo Falcomatà – Sindaco della Città – Assessore Sviluppo Attività Produttive;
- Dr. Attilio Funaro - Esperto del Sindaco per l'Assessorato Sviluppo Attività Produttive;
- Ing. Francesco Borruto – Esperto del Sindaco;
- Prof. Avv. Francesco Manganaro – Esperto del Sindaco;
- Prof. Avv. Francesca Panuccio – Esperto del Sindaco;
- Dr. A. Stillitano – Dirigente Attività Produttive;
- Arch. G. Romeo Filocamo – Dirigente Urbanistica;
- Col. S. Minniti – Dirigente Polizia Municipale;
- Arch. G. Ditto – Resp. Unità Arredo Urbano;
- Avv. F. Borruto – Uff. Legale;
- geom. A. Pristeri – Circolazione e Traffico.

Hanno inoltre collaborato i Sigg.

- B. Errigo, M. Morello, G. Piccolo, G. Pino, G. Borzumati, G. Messina, G. Altomonte, A. Salsone dell' Assessorato Attività Produttive,

La recente normativa sul commercio, D.Lgs. 114/98 o "Legge Bersani", sancisce in maniera chiara e definitiva la stretta correlazione, già emersa in specifiche normative settoriali, tra pianificazione comunale relativa all'insediamento e lo sviluppo della Piccola Media Impresa (PMI) e Piano Urbanistico.

Ciò dà luogo ad una programmazione del territorio articolata e complessa, un vero e proprio "Piano Economico di Sviluppo del Territorio" (*PEST*) ricco di riflessi sull'intera comunità, tanto che questi non può essere limitato o limitativo nelle sue proiezioni ed interazioni.

Sicché, per la realizzazione di uno strumento rispondente alle aspettative, necessita operare sfrondando l'azione da concetti di ridondanza o di preminenza delle singole tematiche che le norme impongono per settori specifici, per comprendere che ognuna di queste deve divenire parte di un insieme che andrà a regolare l'intera vita cittadina.

Il **PEST**, quindi, non è altro che l'armonico incastro normativo di disposizioni discendenti da interessi diversi, che confluiscono in un unico testo dispositivo del Comune, in un insieme di specifiche pianificazioni, ognuna coniugata, complementare ed armonica, con le altre.

In sintesi il **PEST** sarà il risultato, in un'unica programmazione comprendente:

1. **Piano Qualità della Vita (PQV);**
2. **Piano Urbano Traffico(PUT);**
3. **Piano Arredo Urbano(PAU);**
4. **Piano Rumori(PR);**

utili a rendere possibile, più che probabile, l'esatta applicazione di quelle settoriali della PMI come:

- Piano Insediativo Commerciale e di Recupero del Centro Storico;**
- Piano Mercati su Aree e Spazi Pubblici e Piano Aree Attrezzate per le Attività di Commercio su Aree e Spazi Pubblici complementari ai punti "a" e "b";**
- Piano di Revisione della attuale rete e per i nuovi insediamenti dei Distributori di Carburanti;**
- Piano Installazione Impianti di Pubblicità;**
- Revisione Piano Edicole.**
- Piano Aree attrezzate per le Attività Circense e dello Spettacolo Viaggiante;**
- Piano Insediativo e di Sviluppo Attività Artigiane;**
- Piano Insediamento e Sviluppo d'Attività Turistiche e Ricettive;**

Il collante, od il contenitore, di tutte dette pianificazioni settoriali, in armonica rispondenza ed assonanza con i **PQV, PUT, PAU e PR**, diviene appunto il **Piano Urbanistico (PU)** ed il **Piano Regolatore Generale (PRG)**.

In questa prospettiva, e con questi auspici, ha lavorato la Commissione di cui alla D.M. 453/99 che, sviluppando gli indirizzi di pianificazione settoriale per le attività produttive, da tradurre quindi in pianificazione territoriale, ha seguito i seguenti criteri di valutazione:

- **DIMENSIONE DELLE AREE** - operando scelte d'indicazione utili a consentire una reale possibilità di insediamento e di sviluppo ;
- **DECENTRAMENTO DAL CENTRO E DA ZONE AD ALTA CONCENTRAZIONE ABITATIVA O COMMERCIALE DI VICINATO** – per le pianificazioni afferenti a quelle attività le cui peculiarità le rimandano ai disposti del Decreto Ronchi sulla salvaguardia dei centri storici e delle aree abitative o dove sia necessario salvaguardare le peculiarità commerciali consolidate;

- **FACILITA' NEL COLLEGAMENTO VIARIO E LIVELLO DI SERVIZIO** – per una migliore programmazione logistica delle vie d' approvvigionamento nel concetto, anche, di salvaguardia dal traffico veicolare pesante nei centri abitati ed il decongestionamento veicolare nel centro storico;
- **VALUTAZIONE DI RICADUTA ECONOMICA ED INSEDIATIVA AZIENDALE NELL'AREA INDIVIDUATA E RISULTATI CONSEGUIBILI NELLA RIQUALIFICAZIONE DELLE ZONE** – scelte operate nel concetto di ricucitura economica del territorio attraverso l'utilizzo e la promozione di aree, anche periferiche e marginali, economicamente sottostimate;
- **IMPATTO AMBIENTALE ED EVENTUALE UTILIZZO DELLE AREE PER COMPITI DIVERSI** – alcune pianificazioni sono relative ad attività d'impatto ambientale (ad esempio rumore o alta movimentazione veicolare) senza che ciò si traduca, pure nella possibilità d'insediamento economico, in una emarginazione dell'area dal tessuto urbano;
- **VALUTAZIONE IN MERITO AGLI EFFETTI DELL'AZIONE SUL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DELLA VITA** – ogni indicazione formulata ha cercato di tenere conto degli effetti della scelta sulla qualità della vita, sia dei cittadini/fruitori, quanto degli operatori interessati.

QUADRO RIEPILOGATIVO DELLE NORMATIVE DI RIFERIMENTO

Elementi base e linee guida ai fini dello sviluppo delle singole pianificazioni o proposte d'indirizzo, sono:

1. **D.Lgs 114/98 – nuova normativa generale sulle attività commerciali, siano esse in sede fissa o su aree e spazi pubblici;**
2. **L.R.17/99 – Direttiva regionale di recepimento del D.Lgs.114/98 e di indirizzo sul commercio in sede fissa;**
3. **L.R.18/99 – Direttiva regionale di recepimento del D.Lgs.114/98 e d'indirizzo sul commercio su aree e spazi pubblici;**
4. **L.142/90;**
5. **Circolare Mincommercio nr.3643/c/99;**
6. **Circolare Mincommercio 15 novembre 1999 – accordo Stato/Enti Locali sull'adeguamento degli Strumenti Urbanistici;**
7. **Delibera G.M. nr.453/99 – direttive in materia di commercio in sede fissa;**
8. **Bozza del Piano di commercio per la Città di Reggio Calabria redatto ai sensi della L.426/71 non più vigente dal 24 aprile 1998;**

9. **D.P.C.M. 11/9/89, L.R. 584/95, D.Lgs.32/98, D.Lgs. 346/99 e D.L. 383/99 su razionalizzazione e riqualificazione della rete di distribuzione degli impianti di carburante per autotrazione;**
10. **L.337/68 relativa all'obbligatorietà di individuazione delle aree di territorio comunale ove ospitare attività circensi e dello spettacolo viaggiante(giostre);**
11. **L.22/90 sull'edilizia e sulla rete di distribuzione della stessa;**
12. **D.Lgs. 507/93, sulla pubblicità e Affissioni;**
13. **Delibera Consiglio Comunale nr. 16/99 Regolamento sulla Pubblicità ed Affissioni e relativi impianti;**
14. **Delibera Consiglio Comunale nr.64/95 e 22/98 relative al commercio su aree e spazi pubblici;**
15. **Direttiva Ministeriale nr.1381/98 per il controllo della Pubblicità abusiva;**
16. **L. 443/85 e L.R. 8/89 sull'artigianato;**
17. **Legge Quadro sul Turismo;**
18. **Decreto Ronchi in merito ai provvedimenti di salvaguardia dei Centri storici Urbani;**
19. **Regolamento ed accordo quadro Stato/Regioni sulla Pianificazione Territoriale;**
20. **Normative sull'inquinamento acustico ambientale e ambientale in generale;**
21. **D.Lgs.285/92 – Codice della Strada;**
22. **D.P.R. 495/92 e D.P.R. 610/96 – Regolamento d'attuazione Codice della Strada;**
23. **D.P.R. 37/98 sulla prevenzione incendi**
24. **T.U.L.P.S..**

MODALITA' E SVILUPPO

Le attività produttive, qualunque sia la loro tipologia – commerciali, artigiane od industriali – concorrono e divengono elementi essenziali, non solo dell'economia locale, bensì, attraverso la loro razionalizzazione insediativa, di un più vasto e complesso progetto della Città che, attraverso gli strumenti normativi ed urbanistici, vanno a disegnare la fisionomia della comunità.

Diviene quindi essenziale, anche laddove le singole pianificazioni non siano state inserite nella programmazione annua di una Amministrazione, provvedere alla loro impostazione e sviluppo, nella reale e concreta realizzazione del PET.

Linea guida, pur nella diversità della norma di riferimento, diviene una valutazione che tenga conto nello sviluppo di quanto emerge, sia dal D.Lgs. 114/98, art. 6, sugli adeguamenti se necessario degli strumenti urbanistici, quanto dei contenuti della Circolare Min. commercio sull'argomento, approvata il 21 ottobre scorso nella Conferenza Unificata Stato - Enti ed Autonomie Locali.

Elemento sostanziale e chiave di volta della programmazione, diviene, confortato da recente e probante giurisprudenza richiamata e fatta propria, sia dal Ministero quanto dalla Conferenza, la possibilità di stabilire una sostanziale eguaglianza tra la funzione produttiva, quale essa sia, attribuita ad un'area, uno spazio od un immobile, e quella commerciale, previo disposto, così come avvenuto appunto nella nostra realtà con la L.R.17/99, da parte della Regione competente.

I contenuti d'indirizzo, ma anche impositivi, della vasta elencazione normativa di riferimento di cui alla pagina precedente, si possono riassumere in alcuni punti sostanziali che, come vedremo, malgrado la diversità settoriale, appaiono spesso ripetitivi.

TITOLO II^A

I GRANDI INSEDIAMENTI O INSEDIAMENTI D'IMPATTO

A) Aree Grande e media Distribuzione al Dettaglio e all'Ingrosso

1. L'Amministrazione Comunale già individua nello strumento urbanistico, le zone omogenee D come aree e superfici utili ad accogliere, secondo le indicazioni metriche della Regione di riferimento, insediamenti di Grande Distribuzione e tiene conto della loro:
 - 1.1 dislocazione sul territorio affinché detti insediamenti possano svolgere la loro funzione di servizio al territorio, non solo a parte di esso;
 - 1.2 che l'individuazione sul territorio tenga conto dei flussi veicolari dell'utenza che tale genere d'insediamento comporta creando, ove necessari (PUT), percorsi preferenziali ed obbligatori, utili ad ammortizzare gli effetti in termini di

- concentrazione d'automezzi (razionalizzazione viabilità urbana, norme antinquinamento sia acustico quanto atmosferico);
- 1.3 la promiscuità dell'area alle principali vie d'approvvigionamento merci – grandi arterie di comunicazione veicolare, ferrovia, porto, aeroporto – ai fini di una razionale movimentazione veicolare pesante che non dovrà interessare la viabilità urbana interna se non per percentuali minime, se non irrisorie; razionalizzazione viabilità urbana, norme antinquinamento sia acustico quanto atmosferico);
- 1.4 l'azione di collante, raccordo, arricchimento e/o sviluppo che tale genere d'insediamento deve assumere nei confronti di una rete commerciale storica e/o consolidata sul territorio, preferendo quindi quelle aree che formano barriera naturale tra le varie realtà economico/commerciali della città. La scelta, inoltre, nella nostra realtà si può rivelare utile a privilegiare porzioni di territorio in termini di recupero sociale, urbanistico e di arredo.

A.1 SVILUPPO

Il Comune di Reggio Calabria, con esso la Provincia, non conoscono ancora insediamenti di grande distribuzione al dettaglio, come realtà insediate sul territorio, intendendo per questi impianti complessi ed articolati, multisettoriali nell'offerta, con superfici di vendita superiori ai 2.500 mq.

Inutile sottolineare come, non a caso definito "Commercio Moderno", l'insediamento di grandi superfici di vendita al dettaglio, frutto di sostanziali investimenti economici, correlati ad una offerta di mercato competitiva quanto ricca e variegata, espone a pericoli sostanziali, in assenza di pianificazione territoriale, un intero tessuto economico preesistente che, collassandosi su se stesso, potrebbe portare a quella che gli economisti definiscono, con un'aforisma, "**desertificazione d'area**".

Una circostanza già registratasi in anni passati in realtà economicamente forti del nord, contribuendo a distruggere, a favore dei "gruppi economici", spesso monolitici quanto monocratici nella proprietà e, proprio in assenza di una strategia urbana, consolidate presenze economiche – commerciali ed artigiane, tradizionali e d'immagine quanto certamente perdenti dianzi all'investimento economico sostanziale.

Ciò ha indotto molte Amministrazioni, a fronte d'un campo occupazionale ingenerato dalla G.D., risultato marginale e di dimensione economica medio/bassa, a correre ai ripari per il recupero di quella economia nascente dalla P.M.I. di natura familiare

che, nell'economia complessiva della comunità, assicurava una maggiore e più diffusa ricaduta di ricchezza sul territorio.

Un intervento che non lasciò indifferenti i gruppi economici che, sul modello anglosassone, variarono la loro strategia operativa verso il concetto di G.D. quale "Centro Commerciale" dove, accanto all'area "iper", di natura alimentare o monotematica, s'evolsero poi verso la "bottega" multi settoriale, quale parte integrante dell'insediamento.

Ciò, coinvolgendo commercialmente, quando non addirittura societariamente, l'imprenditoria locale, contribuì ad un sostanziale ammortamento degli effetti, lasciando però spazio vitale solo a coloro che, nel concetto di P.M.I., riuscirono a cogliere l'evoluzione culturale e specialistica per la permanenza polverizzata ma identificativa sul territorio.

Si ritiene, nello sviluppo del rapporto tra:

- insediamenti di P.M.I. commerciale – intendendo per questa quella attività che, partendo dalla superficie minima autorizzabile all'esercizio, non supera come superficie di vendita complessiva, i 2.500 mq. -;
- attività su aree pubbliche – siano esse giornaliere o quotidiane;
- popolazione residente e dimensione del territorio comunale;

La Regione Calabria ha indicato per la Città di Reggio una superficie di vendita da destinare all'insediamento della G.D. di circa 30/50.000 mq., escludendo da tale computo l'area di superficie da destinare, in proporzione all'impianto commerciale, a parcheggi.

I parametri di riferimento numerico, per quanto attiene le attività commerciali, saranno:

Classe sup. vendita	ALIMENTARI		NON ALIMENTARI	
	Numero esercizi	Superf. di vendita	Numero esercizi	Sup. di vendita
< 250 mq.	1.200	====	2.900	====
250-:-2.500	25	18.000 mq.	30	24.000 mq.
> 2.500				

Di questi, nelle zone centro, uniche sulle quali si è reso possibile accertare le dimensioni degli esercizi di vicinato (< 250):

Classe sup. di vendita	ALIMENTARI		NON ALIMENTARI	
	Numero esercizi	Sup. di vendita	Numero esercizi	Sup. di vendita
< 250 mq.	250	20.000 mq.	1.200	95.000 mq.
250-:-2.500	2	1.200 mq.	7	6.500 mq.
> 2.500	0	0	0	0

In merito al commercio su aree pubbliche, mentre risulta quasi impossibile determinare e quantificare in mq. l'area attualmente impegnata e a ciò destinata, emergono, in termini di presenze sul territorio, rappresentandosi i dati, anche in questo caso, di difficile definizione.

TIPOLOGIA DI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE			
Tipo "A" mercato che si svolge per più di tre giorni nella settimana, nello stesso posto e con gli stessi operatori	Tipo "A" occupazioni permanenti con strutture più o meno fisse a suolo pubblico o privato, operate per più di tre giorni nella settimana, sempre con gli stessi operatori	Tipo "B" mercato che, con gli stessi operatori, si svolge per meno di tre giornate nell'arco della settimana	Tipo "C" operatori itineranti muniti di autorizz. Amministr. Con automezzo conforme che possono esercitare tutti i giorni della settimana lungo percorsi autorizzati dalla amministrazione, effettuando soste ai fini commerciali non superiori ai 30 minuti e, quindi, spostandosi in linea retta di almeno 500 ml.
AUTORIZZAZIONI RILASCIATE NEL COMUNE			
Tipo "A" = 150	Tipo "B" il rilascio era di competenza della Regione che non si è mai attivata, sicché continuano a vigere quelle rilasciate ai sensi della L.398, sino all'adeguamento alla recente norma D.Lgs.114/98	Tipo "C" = 350	
OPERATORI SU AREE PUBBLICHE IN ESERCIZIO NELLA CITTA'			
IN MERCATI TIPO "A" 250 CIRCA	IN REALTA' DIFFUSE TIPO "A" 15 CIRCA	IN MERCATI TIPO "B" 400 CIRCA	ITINERANTI TIPO "C" ?

Tale valutazione da parte della Regione non terrà conto, non potrebbe essere altrimenti mancando il coordinamento urbanistico intercomunale, dei mq. che, con analogo procedimento, andrà ad indicare per i Comuni di Villa S.G., Campo Calabro, Bova, Melito P.S., Montebello J., Bagnara C., solo per citarne alcuni, tutti ricadenti in un'area strettamente coniugata, commercialmente ed economicamente, alla Città capoluogo.

Le considerazioni e le valutazioni di cui sopra, limitano, necessariamente, la fantasia dell'estensore che, dinanzi a disposti che piovono dall'alto, deve limitarsi ad

assumere quali linee di pensiero la limitazione del danno, la razionalizzazione della distribuzione insediativa sul territorio, il rispetto delle indicazioni normative.

Sicché, in pratica applicazione di quanto individuato come linee guida dell'azione – punti da 1.1 a 1.4 - è da ritenersi che necessiti una attenta valutazione ed intervento da parte del Consiglio Comunale, per una analisi sulle destinazioni d'uso nelle aree come di seguito descritte ed assumendo come:

- 1 il Comune di Reggio Calabria, poiché la legge distingue in norma solo le aree da destinare alla Grande Distribuzione, ciò senza considerare come, per una realtà quale la nostra, economicamente e commercialmente depressa, assume tale dimensione anche l'insediamento, giuridicamente quanto amministrativamente, definito di Media Distribuzione, è opportuno che massimizzi la problematica, assumendo precise posizioni in merito alla localizzazione che questa potrà avere sul territorio;
 - 1 nel Comune di Reggio Calabria, non vi sono strutture di Grande Distribuzione (> 2.500 mq.) mentre, viceversa, circa 42.000 mq. risultano già in esercizio per quanto concerne la Media Distribuzione (circa 25 aziende con superficie di vendita 250 -:- 2.500);
- sicché, per quanto nella lunga premessa di narrativa, in merito alla localizzazione delle aree da destinare alle Grandi Strutture di vendita, si auspica quanto segue:

A.2 Grandi Strutture di Vendita al Dettaglio con superficie commerciale > 2.500 mq.

- il rilascio d'autorizzazioni per l'apertura di Grandi Strutture di Vendita di cui all'art. 7 della L.R.17/99, anche in caso d'accorpamento, sia subordinata al possesso dei requisiti previsti nel citato articolo, ed alla definizione ed approvazione della programmazione territoriale regionale
- 1 , in considerazione della importanza economica e sociale di tali insediamenti che, nella collocazione sul territorio, non possono trovare, in ragione di una strategia, ostacoli risibili, strumentali, quando non addirittura, prosaici.

A.3 Medie Strutture di Vendita al Dettaglio con superficie commerciale < 2.500 mq.

- 1 l'autorizzazione è dovuta per l'apertura di un esercizio avente una superficie non superiore a 1.500 mq., nel solo caso di concentrazione di almeno 6 esercizi di vicinato operanti nell'ambito del territorio comunale ed autorizzati ai sensi dell'art. 24 della L.426/71, per la vendita di *prodotti di largo e generale consumo*.

- 1 Devono risultare rispettate le norme urbanistiche, edilizie, di destinazione d'uso degli edifici, igienico-sanitarie e di sicurezza dei lavoratori e dei consumatori.
- 1 La superficie di vendita della nuova struttura non può essere successivamente ampliata.
- 1 Nelle aree utili ad accogliere insediamenti della Media Distribuzione e per gli insediamenti già in essere, in caso di concentrazione di più autorizzazioni, è possibile autorizzare l'ampliamento della superficie di vendita, sino ad un massimo del 20% della superficie originaria, previa comunicazione al Comune e purché l'ampliamento non superi i limiti dimensionali massimi previsti per le medie strutture di vendita - 1.500 mq.
- 1 il trasferimento di sede delle medie strutture di vendita può essere autorizzato solo nell'ambito di aree utili ad accoglierle, con l'osservanza delle norme urbanistiche e della rispondenza sulla destinazione d'uso dell'immobile;
- 1 è vietato l'insediamento ed il trasferimento di sede di medie strutture di vendita nel centro storico identificato in tutto il territorio della 1^a Circoscrizione Comunale .
- 1 s'individuano come aree di fabbisogno per insediamenti della Media Distribuzione al dettaglio ove è consigliabile, se necessario, intervenire in variante:
 -) **dalla cinta periferica nord che, partendo da P.le Libertà e dalle bretelle dell'Annunziata, si spinge sino a Catona, comprendendo i quartieri di Arghillà, Gallico, Archi e quelli pedemontani;**
 -) **dalla cinta periferica ovest che, partendo dalla linea ideale di Via Reggio Campi I^a tronco, sale verso monte;**
 -) **dalla cinta periferica sud che, partendo dalla linea ideale delle bretelle del Calopinace, si spinge sino a Bocale, comprendendo Via Sbarre Centrali, V.le Calabria, V.le Europa, Ravagnese, S.Gregorio, Pellaro e Bocale ed escludendo da qualsiasi possibilità di nuovo insediamento nel V.le A.Moro.**
- 1 anche in detti quartieri è necessario individuare delle aree rispondenti alle indicazioni di cui alle pagg. 12 e 13, punti 1.1 – 1.4, ed ai criteri di cui alle pagg. 3, 4 e 5 della presente relazione, operando scelte ponderate che possono anche passare attraverso cambi di destinazione d'uso delle stesse, in considerazione della importanza economica e sociale di tali insediamenti .

A.4 Aree di Razionalizzazione ed Insediamento della Grande e Media Distribuzione all'Ingrosso e Magazzinaggio Merci
--

- 1 obbligatorietà per le Amministrazioni Comunali di favorire il trasferimento dai centri urbani delle aziende per la distribuzione all'ingrosso, specie ove trattasi di attività

affidenti ai prodotti alimentari, ivi compresi gli olii, i grassi e gli alcoli sfusi, e comunque ove trattasi di materiali che, per loro genere e natura, comportino grosse movimentazioni veicolari pesanti, odori o scarichi – ivi compresi quelli fognari, pericolose concentrazioni.

- 1 l'esigenza risponde, oltre a criteri d'opportunità di pianificazione territoriale e di sviluppo del settore, favorito appunto dalla individuazione d'aree specifiche e dedicate, anche a precisi disposti del c.d. decreto Ronchi in merito alla salvaguardia ed al recupero dei centri storici;
- 1 le aree, nello specifico non certo limitrofe alla cinta urbana, devono caratterizzarsi per una adeguata rete viaria secondaria d'approccio dalle grandi arterie – autostrada e superstrada – di comunicazione, quanto dalla relativa facilità di realizzazione delle opere di urbanizzazione primaria;
- 1 è indispensabile inoltre che la localizzazione consenta un rapido raccordo con la viabilità interna urbana con mezzi medio – leggeri;
- 1 La localizzazione può avvenire anche in zona limitrofa ad aree destinate ad altri e diversi insediamenti produttivi;
- 1 Oggetto di valutazione potrebbe essere quella di dedicare parte di dette aree esclusivamente all'insediamento di strutture magazzinaggio merci, utili alle esigenze di un diverso utilizzo degli spazi da parte dell'esercizio di vicinato, ma anche della media e grande distribuzione al dettaglio;
- 1 Valutazione aprioristica deve essere formulata in merito ai termini concessori poiché, parte delle aree devono essere utilizzate in prelazione assoluta per consentire lo spostamento dal centro urbano delle aziende già in attività, senza che ciò vada a penalizzare nuove iniziative imprenditoriali nel settore;
 - Anche per questa fattispecie d'attività necessita dunque procedere ad una pianificazione, anche attraverso la definizione della programmazione territoriale,
- 1 anche in detti quartieri necessita individuare delle aree rispondenti alle indicazioni di cui alle pagg. 12 e 13, punti 1.1 – 1.4, ed ai criteri di cui alle pagg. 3, 4 e 5 della presente relazione, quanto a quelli specifici sopra esposti operando scelte ponderate che possono anche passare attraverso cambi di destinazione d'uso delle stesse, in considerazione della importanza economica e sociale di tali insediamenti che, nella collocazione sul territorio, non possono trovare, in ragione di una strategia, ostacoli risibili, strumentali, quando non addirittura, prosaici.

- 1 Le aree potrebbero anche essere contigue a quelle destinate ad accogliere la Grande Distribuzione al Dettaglio, senza però interferire con i mq. messi a disposizione di questa.

B) AREE DI RAZIONALIZZAZIONE, INSEDIAMENTO E SVILUPPO AZIENDE ARTIGIANE
--

- 1 obbligatorietà per le Amministrazioni Comunali di favorire il trasferimento dai centri urbani delle aziende artigiane che effettuano lavorazioni inquinanti, sia in termini acustici – rumorosità delle lavorazioni o dei macchinari impiegati - quanto ambientali – produzione gas od odori – o che, per loro genere e natura, comportino grosse movimentazioni veicolari pesanti e scarichi di materiali di risulta, liquidi o liquami delle lavorazioni, ivi compresi quelli fognari, pericolosi, inquinanti, nauseabondi e/o soggetti a particolare normativa.
- 1 Alla problematica connessa al trasferimento delle attività artigiane rispondenti ai criteri di cui sopra dal Centro Storico e dalle aree ad alta densità abitativa, si deve aggiungere quella dell’Azione da svolgere per favorire la nascita e lo sviluppo di nuove attività artigiane;
- 1 Sia il trasferimento quanto la creazione di nuova impresa, passano attraverso l’individuazione d’apposite aree di possibile insediamento, dedicate esclusivamente al genere d’attività che, salvo casi eccezionali quanto specifici, oltre ad avere esigenze proprie, non può e non deve convivere con Grande Distribuzione al Dettaglio ed Aree Industriali;
 - **Relitti fluviali dei torrenti S.Agata, Valanidi, Annunziata e Calopinace, oggetto di azioni di acquisizione nella disponibilità comunale, quanto di recupero urbanistico e viario;**
 - **Archi;**
 - **Bolano di Catona;**
 - **Gallico;**
 - **Ravagnese;**

- **S. Gregorio;**
- **Pellaro**
- **Bocale;**
- **Condera;**
- **Terreti;**
- **Ortì**
- **Podargoni.**

- 1 In detti quartieri necessita individuare delle aree rispondenti alle indicazioni di cui alle pagg. 12 e 13, punti 1.1 – 1.4, ed ai criteri di cui alle pagg. 3, 4 e 5 della presente relazione., quanto a quelli specifici sopra esposti, **tenuto conto come, nell'ambito del Comune di Reggio Calabria, delle oggettive disponibilità di aree da destinare alla localizzazione delle imprese artigiane, delle esigenze dell'impresa, non è ipotizzabile immaginare un'unica area, bensì diverse occasioni di insediamento;**
- 1 Le aree potrebbero anche essere contigue a quelle destinate ad accogliere la Grande Distribuzione al Dettaglio, senza però interferire con i mq. messi a disposizione di questa.
- 1 l'esigenza risponde, oltre a criteri d'opportunità di pianificazione territoriale e di sviluppo del settore, favorito appunto dalla individuazione d'aree specifiche e dedicate, anche a precisi disposti del c.d. decreto Ronchi in merito alla salvaguardia ed al recupero dei centri storici;
- 1 le aree, premesso che appare indispensabile caratterizzarle non per attività, bensì per tipologia d'effetti delle lavorazioni, possono essere individuate, laddove utile od indispensabile, anche in zone prospicienti centri abitati, per favorire la caratteristica propria del comparto ed in relazione alla possibilità per l'artigiano di vendere al dettaglio in corrispondenza del punto di produzione. Devono anch'esse caratterizzarsi per una adeguata rete viaria secondaria d'approccio dalle grandi arterie – autostrada

e superstrada – di comunicazione, quanto per la relativa facilità di realizzazione delle opere di urbanizzazione primaria;

- 1 è indispensabile inoltre che la localizzazione consenta un rapido raccordo con la viabilità interna urbana con mezzi medio-leggeri;
- 1 La localizzazione può avvenire anche in zona limitrofa ad aree destinate ad altri e diversi insediamenti produttivi;
- 1 Valutazione aprioristica deve essere formulata in merito ai termini concessori poiché, parte delle aree devono essere utilizzate in prelazione assoluta per consentire lo spostamento dal centro urbano delle aziende già in attività, favorendo e stimolando altresì nuove iniziative imprenditoriali nel settore.

Necessita inoltre:

- 1 che la localizzazione della impresa artigiana, specie quando trattasi di P.M.I. del settore, avvenga in aree attrezzate per consentire la qualificazione delle realtà esistenti, quanto di quelle futuribili, nel corretto equilibrio tra problemi di politica urbanistica ed esigenze economiche del comparto.

Nel rispetto di quanto sopra, necessita disegnare, accanto alla individuazione delle aree, un tavolo di concertazione da svilupparsi con le Associazioni di categoria Artigiane dove, mentre non si hanno dati certi ed assoluti sul numero d'aziende oggetto di una azione di trasferimento, si può ipotizzare la nascita di almeno 100/150 nuove realtà produttive che rendano plausibile, sia lo sforzo della Amministrazione, quanto la dimensione delle aree che, nel caso di nuova attività, potremmo già individuare come fabbisogno soggettivo, in uno spazio di 2.000 mq. ad insediamento, comprese le aree da destinare alla urbanizzazione primaria e secondaria.

D) MERCATI ED ATTIVITA' COMMERCIALI SU AREE E SPAZI PUBBLICI

- 1 obbligatorietà per le Amministrazioni Comunali di razionalizzare ed attrezzare le aree che la stessa individua quali utili ed indispensabili allo svolgimento di mercati o,

comunque concedibili ai fini di attività commerciale in forma ambulante, sia essa fissa che itinerante.

- 1 l'attività su aree pubbliche, già normata dalla Delibera C.C. nr.64/95, redatta ai sensi della L.112/91, dev'essere oggetto d'attenta e diversa valutazione e rivisitazione poiché:
 - a) quanto realizzato non necessariamente risponde a quanto stabilito nella predetta Delibera C.C.;
 - b) la stessa, se non nella sostanza, certo nel quadro generale di riferimento, è stata superata dal D.Lgs.114/98 e dalla L.R.18/99 che, assorbendola, hanno annullato la L.112/91
 - c) il D.Lgs.114/98 e la LR 18/99, completando l'integrazione di detta attività nel più ampio contesto di quelle tradizionalmente commerciali, la individuano come elemento numerico per lo sviluppo di un parametro utile a definire la densità degli esercizi sul territorio;
 - 1 severe ed estremamente chiare risultano altresì le norme di riferimento contenute nel Codice della Strada e nel relativo Regolamento d'Esecuzione;
 - 1 altrettanto chiare, severe ed esaustive risultano le norme d'ordine igienico sanitario;
 - 1 le aree destinate ad accogliere queste attività, non solo devono essere normate all'esercizio, bensì risultare nella piena disponibilità d'utilizzo ai fini commerciali per un periodo minimo di anni 10;
 - 1 il numero dei posteggi nei mercati, non solo deve essere proporzionato alla dimensione dell'area deputata completa dei servizi essenziali, bensì commisurata e di complemento al numero d'esercizi in sede fissa esercenti nell'area deputata ad accogliere tale genere di attività che deve assolvere a tre funzioni sul territorio senza, **in nessun caso, svolgere un ruolo di concorrenza**
 - A) d'ammortizzatore sui prezzi;
 - B) di supplenza alla mancanza d'esercizi in sede fissa;
 - C) di mero complemento ad esercizi in sede fissa;
- utile richiamare la situazione che risulta agli Uffici Comunali:

TABELLA 1 : TIPOLOGIA DI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE			
Tipo "A" mercato che si svolge per più di tre giorni nella settimana, nello stesso posto e con gli stessi operatori	Tipo "A" occupazioni permanenti con strutture più o meno fisse a suolo pubblico o privato, operate per più di tre giorni nella settimana, sempre con gli stessi operatori	Tipo "B" mercato che, con gli stessi operatori, si svolge per meno di tre giornate nell'arco della settimana	Tipo "C" operatori itineranti muniti di autorizz. Amministr. Con automezzo conforme che possono esercitare tutti i giorni della settimana lungo percorsi autorizzati dalla amministrazione, effettuando soste ai fini commerciali non superiori ai 30 minuti e, quindi, spostandosi in linea retta di almeno 500 ml.
AUTORIZZAZIONI RILASCIATE NEL COMUNE			
Tipo "A" = 150	Tipo "B" il rilascio era di competenza della Regione che non si è mai attivata, sicché continuano a vigere quelle rilasciate ai sensi della L.398, sino all'adeguamento alla recente norma D.Lgs.114/98	Tipo "C" = 350	
OPERATORI SU AREE PUBBLICHE IN ESERCIZIO NELLA CITTA'			
IN MERCATI TIPO "A" 250 CIRCA	IN REALTA' DIFFUSE TIPO "A" 15 CIRCA	IN MERCATI TIPO "B" 400 CIRCA	ITINERANTI TIPO "C" ?

Questa la situazione amministrativa, relativa quindi al rilascio delle autorizzazioni al commercio, che risulta in essere presso gli appositi Uffici del Comune.

Nel 1995 l'Amministrazione Comunale, con atto deliberativo del Consiglio, varò uno strumento atto a normare e normalizzare il commercio su aree pubbliche sul territorio, operando ai sensi e per gli effetti della L.112/91 e del D.M. 248/93.

Un atto, anch'esso, che già allora prescriveva una assonanza con le norme urbanistiche del PRG, disegnando uno scenario in Città che desse garanzie sull'utilizzo ai fini commerciali delle aree indicate.

La delibera del Consiglio disegnava lo stato dei mercati al 1995 e dettava disposti per l'apertura od il trasferimento dei siti mercatali e la loro gestione.

TABELLA 2 : SITUAZIONE COMMERCIO AREE PUBBLICHE NEL 1995			
LOCALIZZAZIONE	NR. POSTEGGI	TIPOLOGIA L.112/91	NOTE
<i>Catona</i>	86	<i>B</i>	<i>MERCOLEDI'</i> <i>TRADIZIONALE</i>
<i>Pellaro</i>	40	<i>B</i>	<i>MARTEDI'</i> <i>TRADIZIONALE</i> <i>MISTO</i>
<i>V.le Messina</i>	132	<i>B</i>	<i>VENERDI'</i> <i>TRADIZIONALE</i> <i>MISTO</i>
Via Cannizzaro	12	<i>B</i>	<i>MARTEDI'</i> <i>TRADIZIONALE</i>
Via Cannizzaro	12	<i>B</i>	<i>VENERDI'</i> <i>TRADIZIONALE</i>
P.zza del Popolo	107	<i>A</i>	<i>DA LUNEDI' A</i> <i>SABATO</i> <i>TRADIZIONALE</i> <i>MISTO</i>
P.zza Orange	20	<i>A</i>	<i>DA LUNEDI' A</i> <i>SABATO</i> <i>TRADIZIONALE</i> <i>MISTO CON ESCL.</i> <i>ALIMENTARI</i>
P.zza Carmine	5	<i>A</i>	<i>DA LUNEDI' A</i> <i>SABATO</i> <i>ORTOFRUTTA ED</i> <i>AGRICOLI</i>
L.go Calopinace	6	<i>A</i>	<i>DA LUNEDI' A</i> <i>SABATO</i> <i>TRADIZIONALE</i> <i>MISTO</i>
Via Saccà	20	<i>Ex L.59</i>	<i>DA LUNEDI' A</i> <i>SABATO</i>

			AGRICOLI
Condera	10	A	TUTTI I GIORNI COMPRESA LA DOMENICA FIORI E PIANTE
Tre Aie	15	Ex L.59	STAGIONALE AGRICOLI
Via Aschenez Mercato Coperto	50	A	DA LUNEDI' A SABATO ALIMENTARI
Localizzazioni varie sul territorio	Circa 25	A PRIVI D'AUTORIZZAZION E	DA LUNEDI' A SABATO ALIMENTARI ED ORTOFRUTTA
Fiere e Sagre	?	C	DOLCIUMI E TRADIZIONALE
Itineranti	?	C	ALIMENTARI ED ORTOFRUTTA
Stagionali	?	C	PRODOTTI DI STAGIONE
TOTALI	> 538	=====	=====

La valutazione del Consiglio fu, che il problema dei mercati su aree e spazi pubblici era stato sempre sottovalutato, con conseguente grave disagio e pregiudizio, sia per la comunità che per gli stessi operatori.

Sicché si rendeva necessario regolamentare, mettendo ordine e chiarezza in tali generi di insediamenti mercantili, soprattutto per quanto ottiene agli spazi di sicurezza e tenendo conto delle caratteristiche economiche del territorio, della densità della rete distributiva e della presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante.

Il tutto per assicurare la migliore funzionalità e produttività del servizio da rendere al consumatore, per consentire un adeguato equilibrio con le installazioni commerciali a posto fisso e le altre forme di distribuzione in uso che, nell'applicazione pratica si tradusse:

TABELLA 3 : SITUAZIONE COMMERCIO AREE PUBBLICHE NEL 1997

LOCALIZZAZIONE	NR. POSTEGGI	TIPOLOGIA - L.112/91	NOTE
Catona (1)	86	B - Tradizionale	Mercoledì
Pellaro (1)	71 (+31)	B - Tradizionale Misto	Martedì
L.go Botteghelle ex V.le Messina (1)	132	B - Tradizionale Misto	Venerdì
Via Minniti Ex Via Cannizzaro (2)	12	B - Tradizionale Misto	Martedì
Via Minniti Ex Via Cannizzaro (2)	12	B - Tradizionale Misto	Venerdì
P.zza del Popolo (1)	107	A - Tradizionale Misto	Da Lunedì a sabato
P.zza Orange (3)	20	A - Tradizionale Misto con escl. Alimentari	Da Lunedì a sabato
P.zza Carmine (1) (3)	8 (+3)	A - Ortofrutta ed agricoli	Da lunedì a sabato
L.go Calopinace (3)	10 (+4)	A - Tradizionale Misto	Da lunedì a sabato
Via Saccà (3) (1)	20	Ex L.59 agricoli	Da lunedì a sabato
Condera (1) (3)	10	A - Fiori e piante	Tutti i giorni
Tre Aie (3)	15	Ex L.59 agricoli	Stagionale
Via Aschenez Mercato Coperto (3)	57 (+7)	A - Alimentari	Da lunedì a sabato
Localizzazioni varie sul territorio (3)	Circa 25	A - Alimentari ed ortofrutta Privi d'autorizzazione	Tutti i giorni
Fiere e Sagre	?	C - Dolciumi e tradizionale	Stagionale
Itineranti (1) (4)	?	C - Vari	Tutti i giorni
Stagionali (1) (4)	?	C - Prodotti stagionali	Stagionali

NUOVI MERCATI COMMERCIO AREE PUBBLICHE NEL 1997

LOCALIZZAZIONE	NR. POSTEGGI	TIPOLOGIA L.112/91	NOTE
Via Nuova Modena (5)	23	B Tradizionale	Lunedì
Recup. Strutt. Archi (5)	?	A Alimentari	Tutti i giorni
Recup. Strutt. Modena (5)	?	A Alimentari	Tutti i giorni
Nuova strutt. V.Messina (6)	?	A ?	Tutti i giorni
Aree cimiteriali perif. (3)	10	A Fiori	Tutti i giorni
P.te S.Pietro (7)	14	B Tradizionale Misto	Giovedì
Archi CEP (7)	37	B Tradizionale Misto	Venerdì
Arghillà (7)	60	B Tradizionale Misto	Giovedì

LEGENDA

(1)	Notevole presenza abusivi
(2)	Spostamento effettuato per motivi di viabilità
(3)	Mancata realizzazione dei disposti della D.C.C. 64/95
(4)	All'origine delle "occupazioni spontanee del territorio"
(5)	Destinate ad altri usi
(6)	In via di realizzazione
(7)	Non frequentato dagli operatori

Sempre ai sensi della citata delibera, venivano confermate le occupazioni di suolo pubblico sulle Vie:

- Pio XI per ortofrutta;
- Possidonea, Ang. Via Fiorentino.

Quanto sopra porta gli operatori commerciali su aree e spazi pubblici in Città ad oltre 700 unità, calcolo per difetto, potendosi ritenere, valutando le presenze abusive, che la "piazza" di Reggio sia interessata complessivamente da circa 1200 operatori.

Un dato non certo secondario, laddove testa uno squilibrio tra, presenza commerciale su area pubblica e commercio in sede fissa, quanto indice delle dimensioni delle aree occorrenti e della impossibilità di gestirle ai fini della pulizia degli spazi, dell'ordine, del controllo, dell'abusivismo, del ruolo di servizio dei mercati.

Altrettanto evidente appaiono:

- / Lo squilibrio, anche di natura merceologica, con gli insediamenti in sede fissa venutasi a realizzare con l'incremento dei posteggi nei mercati, aggravato altresì dalle presenze abusive;
- / La concentrazione d'insediamenti in area centro e, viceversa, la desertificazione di quelle in aree periferiche, vanificando l'azione sociale riconosciuta ai mercati.

Ciò deve indurre ad una riflessione sull'intervento, sia attraverso la pianificazione territoriale ed urbanistica, quanto attraverso l'accoglimento dei suggerimenti del corpo legislativo.

Dal 24 aprile 1999 è operante e vigente il D.Lgs.114/98 che, assorbendo la L.112/91 ed il D.Lgs.248/93, rimette in gioco la individuazione del commercio su aree pubbliche in ambito urbano.

E' opportuno scendere nel dettaglio normativo, partendo da quanto stabilisce il D.Lgs.114/98 in merito al Commercio su aree pubbliche e le competenze degli Enti Locali:

TABELLA 4 : D.LGS.114/98 – PARTE RELATIVA AL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE – COMPETENZE	
COMPITI REGIONE	COMPITI COMUNE
<input type="checkbox"/> Detta le modalità d'esercizio dell'attività	<input type="checkbox"/> Determina l'ampiezza complessiva delle aree da destinare all'attività
<input type="checkbox"/> Detta i criteri e le procedure per rilascio, revoca e sospensione dell'autorizzazione	<input type="checkbox"/> Determina le modalità di assegnazione dei posteggi e la loro superficie
<input type="checkbox"/> Detta i criteri e le procedure per la reintestazione dell'autorizzazione in caso di cessazione d'attività	<input type="checkbox"/> Determina le tipologie merceologiche dei posteggi nei mercati e nelle fiere
<input type="checkbox"/> Detta i criteri d'assegnazione dei posteggi	<input type="checkbox"/> Determina le aree in cui limitare o vietare l'attività per il valore archeologico, storico, artistico e ambientale delle stesse
<input type="checkbox"/> Detta gli indirizzi generali in materia d'orari	<input type="checkbox"/> Determina le procedure per la presentazione e l'istruttoria delle domande di rilascio dell'autorizzazione con indicazione del termine in cui, in caso di mancata risposta, scatta il silenzio-assenso
<input type="checkbox"/> Detta i criteri generali a cui devono attenersi i Comuni per: <ul style="list-style-type: none"> - La determinazione delle aree e del numero dei posteggi; - l'istituzione, la soppressione e lo spostamento dei mercati; - l'istituzione dei mercati a merceologia esclusiva ; 	<input type="checkbox"/> Determina particolari agevolazioni per le attività esercitate nelle zone periferiche;

La Regione Calabria, con tempestività, ha emanato i provvedimenti discendenti dal citato Decreto Legislativo 114, promulgando già a giugno 1999 la L.R. 18 quale riferimento deliberativo per i Comuni.

La L.R., se pone in implicito risalto la necessità di varare un Regolamento Mercati, dall'altra, senza alcun riferimento evidente, determina il fallimento dell'esperienza, invero mai avviata dall'Ente Regione, della 112/91.

Ciò, forse senza incidere in termini numerici, potrebbe consentire una rivisitazione e razionalizzazione dei mercati cittadini, tenendo sempre presente la riconferma ed il rafforzamento legislativo dei dettati di tutela:

LE AREE ED I MERCATI DEVONO RISULTARE SERVITI DALLA AMMINISTRAZIONE IN TERMINI DI VIGILANZA E PULIZIA, NEL QUADRO DEL PAGAMENTO DELLA TOSAP O, ATTRAVERSO UNA CONCRETA RIVISITAZIONE DI QUESTA, CONSIDERARE IPOTESI DI CONCESSIONI GESTIONALI ALLE ORGANIZZAZIONI CATEGORIALI

IN OGNI CASO LE AREE DEVONO ESSERE CERTE ED ASSOLUTE, OGGETTO DI INTERVENTI DEFINIBILI DI PRIMARIA URBANIZZAZIONE AI FINI DELL'UTILIZZO ED INDIVIDUATE NELLO STRUMENTO URBANISTICO NELLA DESTINAZIONE, POSTE NELLA DISPONIBILITA' ALL'UTILIZZO, SALVO IDONEA ALTERNATIVA, PER UN MINIMO DI ANNI 10

I MERCATI DEVONO MANTENERE LE CARATTERISTICHE DI SERVIZIO AL TERRITORIO, ESSERE DIMENSIONATI ALLE ESIGENZE DI QUESTO ED ALLA CAPACITA' DI RISPOSTA GESTIONALE DELL'AMMINISTRAZIONE, MAI ENTRARE IN CONFLITTO O CONFLITTUALITA' CON IL TESSUTO COMMERCIALE IN SEDE FISSA, ESSERE OCCASIONE ECONOMICAMENTE VALIDA PER GLI OPERATORI CHE LO UTILIZZANO

Sicché, per quanto sopra esposto, l'ipotesi di razionalizzazione potrebbe passare attraverso:

- A) riconferma di tutte le aree già individuate per l'esercizio del commercio su aree pubbliche con la delibera 64/95;**
- B) loro ridimensionamento numerico, offrendo alla percentuale d'operatori in eccedenza alla nuova dimensione di mercato, concessione gratuita per anni 10 nelle aree che risultano non attivate;**

- C) annullamento delle graduatorie e delle assegnazioni provvisorie nei mercati che, alla data del 30 novembre 1999, risultavano frequentate da un numero inferiore al 20% dei posteggi disponibili;**
- D) riconoscimento ad alcuni soggetti di diritto di prelazione nell'assegnazione di nuovi box nei mercatiannonari di V.le Messina e Via Aschenez;**
- E) demolizione di tutte le strutture su area o spazio pubblico che, nascenti da autorizzazioni stagionali, sono divenute permanenti;**

TABELLA 5 : IPOTESI DI SISTEMAZIONE E RAZIONALIZZAZIONE DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE				
LOCALIZZAZIONE	NR. POSTEGGI	TIPOLOGIA L.112/91	NOTE	VARIAZIONE
<i>Catona</i>	<i>50 (-36)</i>	<i>Tradizionale Su area pubblica</i>	<i>Mercoledì</i>	<i>Favorire lo spostamento con la concessione gratuita per anni 10 nei mercati di P.te S.Pietro, Archi CEP, Arghillà, Via Nuova Modena</i>
<i>Pellaro</i>	<i>40 (-31)</i>	<i>Tradizionale Misto Su area pubblica</i>	<i>Martedì</i>	<i>Favorire lo spostamento con la concessione gratuita per anni 10 nei mercati di P.te S.Pietro, Archi CEP, Arghillà, Via Nuova Modena</i>
<i>L.go Botteghelle Ex V.le Messina</i>	<i>100 (-32)</i>	<i>Tradizionale Misto Su area pubblica</i>	<i>Venerdì</i>	<i>Favorire lo spostamento con la concessione gratuita per anni 10 nei mercati di P.te S.Pietro, Archi CEP, Arghillà, Via Nuova Modena</i>
<i>Via Minniti Ex Via Cannizzaro</i>	<i>12</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Martedì</i>	<i>INVARIATO</i>
<i>Via Minniti Ex Via Cannizzaro</i>	<i>12</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Venerdì</i>	<i>INVARIATO</i>
<i>P.zza del Popolo</i>	<i>107</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Da Lunedì a sabato</i>	<i>INVARIATO</i>
<i>P.zza Orange</i>	<i>0 (-7)</i>	<i>Tradizionale Misto con escl. Alimentari</i>	<i>Da Lunedì a sabato</i>	<i>ABOLITO. Sono rimasti solo 7 piccoli operatori cui concedere prelazione nell'assegnazione dei box liberi nel Mercato di Via Aschenez</i>
<i>P.zza Carmine</i>	<i>11</i>	<i>Ortofrutta ed agricoli</i>	<i>Da lunedì a sabato</i>	<i>INVARIATO</i>
<i>L.go Calopinace</i>	<i>0 (-3)</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Da lunedì a sabato</i>	<i>ABOLITO. Sono rimasti circa 3 operatori cui si potrebbe dare prelazione nell'assegnazione dei box nel Mercato Annonario di V.le Messina</i>
<i>P.te S.Pietro</i>	<i>14</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Giovedì</i>	<i>EFFETUATA L'OPERAZIONE DI RECUPERO DAI MERCATI DI CATONA, PELLARO E BOTTEGHELLE, RESTANO POSTEGGI DA ASSEGNARE</i>

TABELLA 5 : IPOTESI DI SISTEMAZIONE E RAZIONALIZZAZIONE DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE				
LOCALIZZAZIONE	NR. POSTEGGI	TIPOLOGIA L.112/91	NOTE	VARIAZIONE
<i>Archi CEP</i>	<i>37</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Venerdi</i>	<i>EFFETUATA L'OPERAZIONE DI RECUPERO DAI MERCATI DI CATONA, PELLARO E BOTTEGHELLE, RESTANO POSTEGGI DA ASSEGNARE</i>
<i>Arghillà</i>	<i>60</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Giovedì</i>	<i>EFFETUATA L'OPERAZIONE DI RECUPERO DAI MERCATI DI CATONA, PELLARO E BOTTEGHELLE, RESTANO POSTEGGI DA ASSEGNARE</i>
<i>Via Nuova Modena</i>	<i>23</i>	<i>Tradizionale Misto</i>	<i>Lunedì</i>	<i>EFFETUATA L'OPERAZIONE DI RECUPERO DAI MERCATI DI CATONA, PELLARO E BOTTEGHELLE, RESTANO POSTEGGI DA ASSEGNARE</i>
<i>Via Saccà</i>	<i>20</i>	<i>Ex L.59 agricoli</i>	<i>Da lunedì a sabato</i>	<i>INVARIATO</i>
<i>Condera</i>	<i>13 (+3)</i>	<i>Fiori e piante</i>	<i>Tutti i giorni</i>	<i>Adeguamento alle nuove dimensioni dell'area cimiteriale con l'aumento di tre posti e sistemazione con strutture adeguate e dignitose</i>
<i>Altre aree cimiteriali</i>	<i>10</i>	<i>Fiori e Piante</i>	<i>Tutti i giorni</i>	<i>Attività di servizio alle aree cimiteriali con sistemazione con strutture adeguate e dignitose da 1 a 3 operatori ad area</i>
<i>Tre Aie</i>	<i>15</i>	<i>Ex L.59 agricoli</i>	<i>Stagionale</i>	<i>INVARIATO</i>
<i>Via Aschenez Mercato Coperto</i>	<i>57</i>	<i>Alimentari</i>	<i>Da lunedì a sabato</i>	<i>Recupero box per eventuale assegnazione prioritaria ad ex operatori P.zza Orange</i>
<i>Recup. Strutt.Archi</i>				<i>L a struttura ha avuto diversa destinazione</i>
<i>Recup. Strutt. Modena</i>				<i>La struttura ha avuto diversa destinazione</i>
<i>Nuova strutt. V.Messina</i>	<i>?</i>	<i>?</i>	<i>Tutti i giorni</i>	<i>Recupero box per eventuale assegnazione prioritaria ad ex operatori L. Calopinace e situazioni diffuse sul territorio</i>
<i>Localizzazioni varie sul territorio</i>	<i>0 (-25)</i>	<i>Alimentari ed ortofrutta Privi d'autorizzazione</i>	<i>Tutti i giorni</i>	<i>Azione di bonifica e di recupero del territorio attraverso la demolizione delle realtà abusive</i>
<i>Itineranti</i>	<i>?</i>	<i>Vari</i>	<i>Tutti i giorni esclusi le domeniche e festivi</i>	<i>Riconferma dei percorsi di cui alla 64/95 ed escluse dalla percorrenza e dalla attività di vendita di tutta l'area centro e centro storico dal Calopiance sino a P.zza Indipendenza inclusa e</i>

TABELLA 5 : IPOTESI DI SISTEMAZIONE E RAZIONALIZZAZIONE DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE				
LOCALIZZAZIONE	NR. POSTEGGI	TIPOLOGIA L.112/91	NOTE	VARIAZIONE
<i>Segue itineranti</i>				<i>da C.so Matteotti sino alla Via Possidonea inclusi</i>
<i>Stagionali</i>	<i>?</i>	<i>Prodotti stagionali</i>	<i>Stagionali</i>	<i>Le localizzazioni dettate dalla 64/95 potrebbero essere riconfermate, laddove l'Amministrazione attivi realmente il servizio di vigilanza e dimostri tempestività in interventi connessi alla natura merceologica ed alla rimozione delle strutture</i>
<i>Fiere e Sagre</i>	<i>?</i>	<i>Dolciumi, tradizionale, specialistiche settoriali</i>	<i>Stagionale</i>	<i>Concettualmente appare riproponibile quanto dettato dalla 64/95, relativamente alle festività mariane ed alle feste di quartiere. Contestualmente necessita regolarizzare nuove realtà quali ad esempio ANTIQUA, mercato dell'Antiquariato e considerare l'ipotesi di nuove iniziative quali fiere e mostre di livello</i>

In sintesi otterremmo, senza passare attraverso la eliminazione di posteggi complessivi, bensì attraverso una ridistribuzione sul territorio di circa 100 operatori:

- il riequilibrio nelle singole realtà tra commercio ambulante e commercio in sede fissa;**
- l'attivazione di nuove aree mercato che devono assolvere alla funzione di servizio al territorio e non seguire logiche diverse, nel posizionamento e nella dimensione, di quelle appunto dettate "cum grano salis" dal Comune;**
- una diversa, proprio perché ridimensionate, attenzione e controllo verso le aree mercato;**
- una reale possibilità di "privatizzare la gestione dei mercati" con l'ausilio delle Associazioni di categoria;**
- un sostanziale alleggerimento della pressione e del concentramento veicolare in determinate aree;**
- l'attivazione di nuove realtà commerciali.**

E) Aree Attrezzate per Attività Circensi e per lo Spettacolo Viaggiante - Giostre

- 1. obbligatorietà per l'Amministrazione Comunale d'individuare, in maniera chiara ed inequivocabile, nello strumento urbanistico, aree e superfici da attrezzare ed utili ad accogliere le attività circensi e dello spettacolo viaggiante

Nell'operare tale scelta l'A.C. terrà conto dei seguenti criteri:

- 1. la consapevolezza che detti insediamenti, anche e soprattutto quando temporanei o stagionali, sono soggetti al parere vincolante della apposita Commissione Prefettizia in ordine al rispetto ed alla salvaguardia delle norme di sicurezza.
- 1. La "attrezzatura" delle aree comporta creare a monte e in forma stabile, non solo piazzole insediative utili all'appoggio delle attrazioni, bensì servizi essenziali normati quali quelli relativi ai collegamenti elettrici;
- 1. le aree stesse devono essere individuate in collocazione tale, per quanto possibile, da evitare effetti di inquinamento acustico su insediamenti residenziali;
- 1. dislocazione sul territorio affinché detti insediamenti possano svolgere la loro funzione di servizio a tutto il territorio, non solo a parte di esso;
- 1. che l'individuazione sul territorio tenga conto dei flussi veicolari dell'utenza che tale genere d'insediamento comporta creando, ove necessari (PUT), percorsi preferenziali ed obbligatori, utili ad ammortizzare gli effetti in termini di concentrazione d'automezzi (razionalizzazione viabilità urbana, norme antinquinamento sia acustico quanto atmosferico);
- 1. la vicinanza dell'area alle principali reti viarie di comunicazione esterne a quella urbana – grande arterie di comunicazione veicolare, ferrovia, porto, aeroporto – ai fini di una razionale movimentazione veicolare pesante, tipica delle attività di cui trattasi, che non dovrà interessare la viabilità urbana interna se non per percentuali minime ed irrilevanti

(razionalizzazione viabilità urbana, norme antinquinamento sia acustico quanto atmosferico);

- 1 anche queste aree possono assolvere ad una funzione di collante, raccordo, arricchimento e/o sviluppo nei confronti di una rete commerciale storica e/o consolidata sul territorio, preferendo quindi quelle aree che formano barriera naturale tra le varie realtà economico/commerciali della città.
- 1 La scelta, inoltre, nella nostra realtà si può rivelare utile a privilegiare porzioni di territorio in termini di recupero sociale, urbanistico e di arredo, specie se coniugate con iniziative collaterali compatibili quali, ad esempio, poli sportivi d'attrazione.
- 1 Mentre sarebbe da valutare l'ipotesi d'integrare ed arricchire alcune aree a verde della città con zone all'interno dedicate specificatamente ad accogliere in forma permanente piccole attrazioni dello spettacolo viaggiante, decisione diversa riguarda l'area o le aree destinate ad accogliere le presenze circensi o Luna Park di grandi dimensioni quanto stagionali.
- 1 In quest'ottica, oltre alle micro zone di cui sopra (a macchia di leopardo nel tessuto urbano ed a completamento e arricchimento dello stesso), è ipotizzabile l'individuazione di due macro aree rispondenti alle indicazioni di cui alle pagg. 12 e 13, punti 1.1 – 1.4, ed ai criteri di cui alle pagg. 3, 4 e 5 della presente relazione., quanto a quelli specifici sopra esposti;
- 1 Per quanto sopra esposto, si ritiene che la dimensione complessiva delle due macro aree non possa essere inferiore ai 30/40.000 mq., cui necessita aggiungere le zone di rispetto e le aree di normale urbanizzazione, viabilità interna o di raccordo;
- 1 Possibili aree d'insediamento appaiono:
 - **località Bolano;**
 - **località Archi;**
 - **località argine sinistro Calopinace lato monte raccordo superstrada Jonica;**
 - **località Ravagnese argine sinistro S. Agata;**
 - **località Gallico Superiore.**

F) Aree di Sviluppo e di Insedimento Turistico e Residenziale

- 1 Obbligatorietà solo d'ordine pratico e programmatico, per l'Amministrazione Comunale, d'individuare, in maniera chiara ed inequivocabile nello strumento urbanistico aree e superfici da destinare all'insediamento ed alla promozione di impianti turistico/ricettivi, utili allo sviluppo d'una economia a valenza diversa dall'attuale, comunque consona ad una vocazione del territorio;

Nella volontà d'operare tale scelta l'A.C. terrà conto dei seguenti criteri:

- 1 la consapevolezza che detti insediamenti devono servire, fonte essi stessi di crescita economica, quale volano di sviluppo d'aree commerciali già in essere o di futura realizzazione ed implementazione;
- 1 la consapevolezza che detti insediamenti, nelle accezione del termine, possano trovare ideale collocazione nelle zone costiere – di diversa concezione sarà una ipotesi formulata per l'area comunale pedemontana, laddove l'ipotesi sarà quella di natura agro-turistica -;
- 1 Da qui la necessità d'accompagnare la scelta delle aree utili a tali insediamenti, con uno strumento urbanistico forte in termini di cubature edificatorie, arredo urbano, impatto ambientale e paesaggistico;
- 1 la scelta, inoltre, dovrà tenere conto di una "centralità" alla urbanizzazione cittadina, nella consapevolezza che, scelte diverse, promuoveranno effetti economici diversi;
- 1 le aree stesse devono essere individuate in collocazione tale, per quanto possibile, da evitare effetti di inquinamento acustico su insediamenti residenziali, senza estrapolarli dagli stessi, ma con vincoli d'area a verse od attrezzata di rispetto;
- 1 dislocazione sul territorio affinché detti insediamenti possano svolgere la loro funzione di servizio a tutto il territorio, non solo a parte di esso;

- 1 la vicinanza delle aree alle principali reti viarie di comunicazione esterne a quella urbana – grande arterie di comunicazione veicolare, ferrovia, porto, aeroporto, ai fini di una razionale movimentazione veicolare d'accesso;
- 1 anche queste aree possono assolvere ad una funzione di collante, raccordo, arricchimento e/o sviluppo nei confronti di una rete commerciale storica e/o consolidata sul territorio, preferendo quindi quelle aree che formano barriera naturale tra le varie realtà economico/commerciali della città;
- 1 la scelta, inoltre, nella nostra realtà si può rivelare utile a privilegiare porzioni di territorio in termini di recupero sociale, urbanistico e di arredo, specie se coniugate con iniziative collaterali compatibili quali, ad esempio, poli sportivi d'attrazione;
- 1 la scelta dovrà essere altresì interessata ed indirizzata al quelle aree, immediatamente a valle o a monte della rete ferroviaria, utili all'utilizzo ed al rilancio del litorale cittadino privilegiando quindi quelle porzioni del territorio urbano in atto oggetto solo di degrado.

Appare quindi opportuno valutare gli eventuali interventi di variante ai fini della destinazione d'uso delle aree che si individuano utili ad una strategia economico/turistica della Città, **tenendo conto che, le decisioni della Amministrazione, nei casi di specie, devono raccordarsi ed armonizzarsi con lo strumento del "Piano Spiagge", di competenza della Direzione Marittima Compartimentale, tenuto conto che, rispondono ai criteri ed alle impostazioni di base sopra esposte, le seguenti aree.**

- 1 **Per insediamenti alberghieri e residenziali turistici:**
 - **litorale di Gallico Marina verso sud;**
 - **litorale Torre Lupo verso sud;**
 - **litorale Pellaro;**
 - **eventuale azione di recupero e cambio di destinazione d'uso della filiera d'immobili posti a Sud delle bretelle del Calopinace.**
- 1 **Per insediamenti di stabilimenti balneari – pubblici o privati -, ristoranti tipici, bungalow e villaggi, camping, cine-teatri, ristoranti tipici, club sportivi connessi al mare, ecc.**
 - **fascia litoranea V.Le A.Moro;**

- **Pentimele con azione recupero relitti torrentizii;**
 - **Litorale Gallico Marina direzione nord;**
 - **Catona;**
 - **S.Gregorio;**
 - **S.Leo;**
 - **Pellaro;**
 - **Bocale;**
- 1 **Per insediamenti di camping, villaggi, aziende agro/turistiche, ristoranti tipici, club sportivi ed attività ludico/sportive di pregio:**
- **tutta l'area pedemontana.**

TITOLO III^A PIANIFICAZIONE AREA URBANA PROPRIOAMENTE DETTA
--

A questa specifica quanto generale pianificazione fanno capo:

- Piano Mercati su Arre e Spazi Pubblici e Piano Aree Attrezzate per le Attività di Commercio su Aree e Spazi Pubblici complementari ai punti "a" e "b" che, per dimensione, abbiamo visto già nel titolo precedente;***
- Piano di Revisione della attuale rete e per i nuovi insediamenti dei Distributori di Carburanti;***
- Piano Installazione Impianti di Pubblicità;***
- Revisione Piano Edicole.***

che concorrono a rendere concreta quanto reale una pianificazione del aree Centro, Centro Storico e, comunque, ad alta densità commerciale.

G) Piano Insediativo, di Sviluppo e Recupero del Centro Storico e delle Aree ad Alta Densità Commerciale

1. Obbligatorietà d'ordine pratico e programmatico per l'Amministrazione Comunale, d'individuare e fare sviluppare l'identità economica e d'immagine che vuole dare al centro storico, propriamente detto, quanto a quelle aree, centrali o periferiche che, per loro caratteristiche, sono a questo assimilabili.
1. Tale identificazione passa attraverso una nuova filosofia di vivere ed utilizzare dette aree, rispondente ad una nuova e diversa immagine complessiva che si vuole dare alla Città;
1. Sicché si terrà conto che la pianificazione passa attraverso una serie di scelte tra cui
 - a. il mantenimento dell'identità acquisita da determinare zone o quartieri o, viceversa, una serie d'iniziative volte a variarla;
 - b. che la variazione può rispondere limitatamente a delle strategie di diversa pianificazione economica e d'immagine;
 - c. che in ogni caso, l'obiettivo finale della strategia non può essere altro se non la promozione attraverso scelte d'identità economico/insediativa;
 - d. analogamente tale promozione ed implemento è ottenibile e perseguibile solo con l'applicazione delle diverse pianificazioni che concorrono.

Sicché, nel caso di specie, la pianificazione, non passa attraverso l'individuazione di aree settoriali, bensì nella conferma o riscoperta della loro vocazione e nell'applicazione alle stesse di norme:

- a. urbanistiche – cubature minime e massime, rispetto della destinazione d'uso dei locali ed eventuale azione sanatoria -;
- b. arredo urbano – rispetto dello stile dell'immobile e della via, dei sistemi pubblicitari personali e d'identità dell'attività quali insegne o vetrine, illuminazione pubblica, marciapiedi, verde -;
- c. viabilità – aree parcheggi, parcheggi orari, isole pedonali permanenti;
- d. d'immagine – scoraggiando od impedendo insediamenti di particolari attività in aree oggetto dell'intervento – sex shop, sale giochi, ecc. -.

Su queste linee, si disegna uno scenario dove, quelle che naturalmente rappresentano la realtà commerciale della Città:

-) **C.so Vittorio Emanuele III^;**
-) **Corso Garibaldi;**
-) **Via Demetrio Tripepi;**
-) **Via Torrione;**
-) **Via Possidonea;**
-) **Viale Calabria;**
-) **V.le Aldo Moro;**
-) **Via Nazionale a Pellaro centro;**
-) **Via Strada Stale 18 a Catona centro;**

appaiono tutte, non solo commercialmente sature, bensì da sottoporre ad azioni di vincolo che ne tutelino identità, sviluppo e funzione.

Per quanto sopra, mentre concorreranno altresì le altre pianificazioni di comparto, necessita assumere precise indicazioni che consentano il raggiungimento dell'obiettivo.

Appare già chiaro lo scenario disegnato nei capitoli dedicati ai "grandi Insedimenti" dove emerge :

1. un centro storico cittadino delineato e mondo da insediamenti che lo possano denaturare attraverso una cinta produttiva e di sviluppo insediativo che, sempre volta verso l'esterno, trova i confini naturali nelle bretelle del Calopinace a sud, in quelle dell'Annunziata a nord, nell'asse della circonvallazione super strada ionica verso monte.
2. una cinta di sviluppo che consente di individuare e promuovere le aree all'interno della stessa quali zone da salvaguardare anche attraverso disposti particolari, dall'altra, all'esterno, di servire quali volani di sviluppo ed implemento, sicché:

<p>C.so Vittorio Emanuele III^A;</p>	<p>area soggetta a tutela insediativa ed oggetto di particolari interventi ai fini della circolazione veicolare limitatamente ai mesi estivi ed unitamente a C.so Matteotti. L'area si rappresenta già essere il punto d'incontro e di ristoro estivo, vocazione che potrebbe essere implementata chiudendo al traffico da giugno ad ottobre la direttrice veicolare sud - nord, consentendo l'insediamento sulla strada delle strutture stagionali di somministrazione. La direttrice nord-sud, C.so Matteotti, sino a divresa soluzione, nello stesso periodo dovrebbe risultare isola pedonale dalle 20.00 alle 24.00 di ogni giorno.</p>
<p>Corso Garibaldi; Via Demetrio Tripepi; traverse di collegamento mare-monti tra le due arterie.</p>	<p>Area centro storico tradizionale soggetta a tutela insediativa, si rappresenta già essere il punto commerciale, d'incontro e di ristoro invernale , soggetta a tutela insediativa, potrebbe essere oggetto di particolari interventi ai fini della circolazione veicolare e dei parcheggi, isola pedonale esclusiva nei periodi ottobre - maggio divenendo, quale già è, il salotto invernale della città.</p>
<p>Via Torrione; Via Possidonea; V.le Aldo Moro Viale Calabria Via Nazionale a Pellaro centro; Via Strada Stale 18 a Catona centro</p>	<p>Aree che hanno acquisito una loro personalità commerciale, soggette a tutela insediativa. In particolare V.le A.moro, in particolari periodi, potrebbe divenire isola pedonale.</p>

Appare strano, leggendo la tabella della pagina precedente, che la peculiarità dell'intervento sia incentrato sull' isola pedonale.

In effetti non è così, anche se la proposta di chiusura al traffico veicolare si dimostra utile ad accentuare la fisionomia di "Centro Commerciale di Via" o "Centro Commerciale Virtuale", proprio di quelle aree.

Altri elementi sostanziali dell'intervento utili al conseguimento dell'obiettivo, divengono:

- **la pianificazione di una azione di recupero dell'arredo urbano nelle aree interessate, anche attraverso una politica più attenta verso le "facciate";**
- **la pianificazione di un costante ma progressivo decentramento degli uffici con sede in centro storico verso il centro e la periferia, da coniugarsi con un diverso utilizzo e destinazione d'uso degli immobili di pregio storico-artistico che, restando sedi di rappresentanza, potrebbero trovare un impiego artistico museale e/o congressuale, disegnando un volto nuovo, metropolitano, di una area soffocata dalla presenza e dall' impatto burocratico/istituzionale;**
- **tale recupero, da intendersi nell'area delimitata, a nord dalla bretella dell'Annunziata, a sud dalla bretella del Calopinace, a ovest dalla Via Tripepi e ad est dal mare, deve interessare anche tali confini che si pongono altresì, specie la filiera immobiliare del Calopiance – carceri, mattatoio, ecc. – come cerniera di raccordo economico con le periferie;**
- **creazione di grandi aree di parcheggio urbano – attuale area mercati generali, attuale area Ama, P,le Libertà, ecc. – centro di smistamento con bus navetta.**
- **Altre iniziative volte a ridisegnare il volto del Centro Storico e delle Vie Commerciali della Città, quali l'illuminazione, il verde, il recupero delle piazze ed il loro utilizzo quali centri d'aggregazione e di spettacolo.**

Inoltre, in particolare, nelle aree di che trattasi, si adotteranno i seguenti criteri insediativi.

H) CENTRO STORICO

- 1 Al fine di mantenere e conservare le originarie caratteristiche tipologiche e morfologiche dei luoghi, nell'ambito del territorio comunale individuato e classificato come Centro Storico dalle vigenti norme urbanistiche e delimitato nell'ambito territoriale delle Vie Corso Garibaldi, Via Tripepi, Corso Vittorio Emanuele III[^], Corso Matteotti e traverse intersecanti dette Vie, tutte ricadenti nell'ambito della I[^] Circoscrizione, l'apertura ed il trasferimento d'esercizi di vicinato di cui all'art.7 del D.Lgs.114/98, sono soggetti ad autorizzazione, previa valutazione sulla loro compatibilità urbanistica, ambientale, paesaggistica, storico/artistica, d'arredo urbano e sulla loro compatibilità con la morale e la dignità della Città sicché, già in linea di massima, vi è divieto di apertura di sex shop, sale giochi, cinema con programmazione contraria alla morale ed al buon gusto;
- 1 E' vietato l'insediamento di medie strutture di vendita, con superficie di vendita superiore a mq. 250 e sino a 2.500 mq.;
- 1 Non è consentito l'insediamento di strutture della grande distribuzione, oltre i 2.500 mq., o a questa riconducibile;
- 1 Per la media distribuzione già esistente, è possibile procedere all'ampliamento della superficie di vendita dell'esercizio fino all'aumento del 20% della superficie originaria, dandone debita e preventiva comunicazione al Comune, purché nel limite dimensionale massimo stabilito per le medie strutture di vendita autorizzabili in caso di concentrazione e cioè dei 1.500 mq.L'immobile deve rispettare i regolamenti di Polizia Urbana, igienico/sanitari, urbanistici, edilizi e quelli relativi alle destinazioni d'uso.

I) ZONE SOGGETTE A VALUTAZIONE DELLO IMPATTO COMMERCIALE E DIVERSE DAL CENTRO STORICO
--

Si sono individuate come aree che hanno acquisito una loro personalità commerciale, soggette quindi ad interventi atti a favorire il mantenimento e l'incremento di tale peculiarità, tra cui la tutela insediativa, le Vie A. Moro, Viale Calabria, Torrione, Possidonea, Via Nazionale Pellaro centro, Viale Calabria Via Strada Statale 18 Catona centro.

Dette aree sono commercialmente sature ed appare comunque opportuno mantenere e conservare le originarie caratteristiche tipologiche e morfologiche dei luoghi sicché, nelle aree di cui trattasi, si applicano gli stessi disposti previsti per gli insediamenti, trasferimenti ed ampliamenti nell'ambito del Centro Storico e, più specificatamente, nelle Vie Corso Garibaldi, Via Triepi, Corso Matteotti e Corso Vittorio Emanuele III, sia trattasi d'esercizi di vicinato, medie o grandi strutture di distribuzione.

AREE DIVERSE

Attraverso gli strumenti Urbanistici e del PRG, si dovranno promuovere, ai sensi dell'art.12 della L.R.17/99, non solo progetti di valorizzazione commerciale nel Centro Storico, bensì dell'area pedemontana interessata alla movimentazione turistica verso l'Aspromonte e dei quartieri di Archi, Catona, Gallico, S.Gregorio, S.Leo, Pellaro e Bocale, sulle Vie Italia, S.Caterina, V.le A.Moro, Sbarre Centrali e nelle aree limitrofe alla movimentazione veicolare veloce mare/monti dei Torrenti Calopinace ed Annunziata, tutte individuate come zone con problemi di salvaguardia delle rete commerciale tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale ed urbana, assumendo altresì l'Amministrazione Comunale, tutte le iniziative e le incombenze di cui ai commi 6 e 7 del citato articolo 12.

Indispensabile altresì appare inoltre, già in fase di pianificazione territoriale, quanto di intervento presso L'Ente Regione, prevedere azioni utili a fare ricadere benefici normativi ed insediativi di cui all'art. 14 della L.R.17/99, nelle zone pedemontane e nelle aree di Archi, Gallico, Catona, Pellaro e Bocale.

Quanto sino ad ora prospettato, si traduce nella promozione, ma anche nel decongestionamento, del Centro e del Centro Storico, anche attraverso la qualificazione o riqualificazione delle periferie con la creazione di cerniere economico/insediative tra queste e la città propriamente, comunque inopinatamente, detta.

Ciò non può non tradursi che come atto d'estrema attenzione alle esigenze economico/imprenditoriali visitate nel quadro d'un progetto unitario tra Istituzione Comune e categorie e, certamente in un miglioramento del rapporto con la qualità della vita, anche attraverso il superamento di "barriere" più o meno naturali e consolidatosi negli anni.

TITOLO IV^A
PIANIFICAZIONI A SOSTEGNO E COMPLEMENTO DELLE PIANIFICAZIONI
INSEDIATIVE PROPRIAMENTE DETTE

Pianificazioni non certo secondarie, non solo devono raccordarsi come le altre con quelle di natura Urbanistica e di PRG, bensì assumono particolare rilevanza in quell'obiettivo d'immagine, arredo e qualità della vita che sono divenuti, via via, i temi conduttori dello sviluppo del PET.

Come evidenziato prima, unitamente a quella relativa alle aree mercato, esse sono:

- Piano di Revisione della attuale rete e per i nuovi insediamenti dei Distributori di Carburanti;***
- Piano Installazione Impianti di Pubblicità.***

**L) PIANO DI REVISIONE DELLA ATTUALE RETE E PER I NUOVI INSEDIAMENTI DEI
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE**

Gli impianti di distribuzione carburanti vengono, oggi più che mai, assimilati concettualmente alle attività commerciali grazie ai disposti normativi, senza nulla perdere della loro probanza nei:

- Piano Urbanistico;
- PRG;
- Qualità della Vita;
- Arredo Urbano.

Il piano, che malgrado la sua importanza ha subito una serie di ritardi legati ad una incostanza normativa e di competenze, assume notevole importanza, sia nel quadro della sicurezza quanto, certamente non secondari, della circolazione, dell'arredo e della qualità.

Si tratta in sintesi di intervenire sugli attuali impianti di carburante in essere - in particolare su quelli insediati nel Centro Storico, nel Centro e nelle aree a massima urbanizzazione abitativa - e, d'accordo anche con le Aziende di marchio, elaborare una strategia che, rispondendo alle norme specifiche quanto a quelle relative alla sicurezza, all'ambiente, alla tutela, salvaguardia e recupero dei Centri Storici (vari Decreti Ronchi), quanto sul ridimensionamento della rete distributiva, elimini quegli impianti che si rappresentano obsoleti, ostativi o d'impedimento al traffico urbano, pericolosi - per tipologia d'impianto o per dimensione - per aree abitative, lesive dell'arredo urbano o caratterizzate da eccessiva concentrazione o promiscuità, sostituendoli con aree di distribuzione moderne quanto multifunzionali decentrate.

Tenuto conto che tale settore si caratterizza per le diverse fattispecie d'accordo che si possono riscontrare:

- impianto realizzato su area privata di proprietà del gestore che, dalla Azienda madre, ha ottenuto il marchio;
- impianto realizzato su area pubblica data in concessione all'Azienda madre che, a sua volta ha dato in gestione a privato il distributore;
- impianto realizzato su area pubblica data in concessione a privato che, a sua volta e sulla scorta di tale concessione, ha ottenuto il marchio dall'Azienda madre;
- impianto che, qualunque sia la fattispecie, sorge su area demaniale marittima;

appare chiaro che la pianificazione deve elaborarsi in stretta collaborazione tra i singoli soggetti e non prescindendo, da parte dell'Amministrazione, da punti sostanziali quali:

1. eliminazione di tutte quelle situazioni in essere caratterizzate da eccessiva concentrazione d'impianti in area ad alta densità abitativa;
2. eliminazione di tutte quelle situazioni che contrastano con la normale circolazione urbana e con l'arredo cittadino;

impegnandosi, in alternativa, a recuperare e destinare aree specifiche all'installazione di impianti moderni e multifunzionali.

Sicché, se appare naturale concentrare l'attenzione sull'area V.Le Amendola, Via Mons. De Lorenzo; Cardinale Portanova, Italia, V.le A. Moro, Sbarre Centrali, C.so Matteotti e in tutte quelle altre realtà, Gallico, Archi, Ravagnese, che presentano tali caratteristiche, altrettanto naturale e scontato appare una valutazione urbanistica e di PRG sul V.le Europa, V.le Calabria, e sulle bretelle di raccordo.

M) PIANO INSTALLAZIONE IMPIANTI DI PUBBLICITA'

Su tenori diversi, ma non tanto lontani dal piano impianti carburante, si muove la realizzazione di quello relativo agli impianti di Pubblicità.

Regolamentato, dopo anni d'attesa, da uno specifico deliberato del Consiglio Comunale, il Piano Impianti Pubblicità, nella sua realizzazione pratica, non può prescindere dall'arricchirsi dei contenuti e dei disposti di tutta la vigente normativa in tema d'ambiente, arredo urbano, qualità della vita, salvaguardia dei centri storici e dei centri ad alta densità abitativa ed insediativa, raccordandosi, senza mai dimenticare la valenza economica che questo andrà ad assumere per l'Amministrazione e per gli operatori, con:

- Piano Urbanistico;
- PRG.

Si tratta in sintesi di dare una pratica applicazione a quanto già emergente nel regolamento affinché, impianti e quant'altro ricadente nel campo della pubblicità, non solo sia normato nella collocazione sul territorio, bensì risponda agli indirizzi di salvaguardia ambientale e d'arredo evidenziati nel disposto consiliare.

Si tratta in sintesi di individuare la esatta collocazione, ma anche lo stile le dimensioni, la tipologia e quant'altro, ove, nel rispetto di regole certe, si possa effettuare una azione d'informazione e/o di promozione commerciale, economica e, perché no, istituzionale, senza che ciò concorra a creare condizioni di sporcizia, disordine, vilipendio di beni storici.

Inutile sottolineare come tutto ciò, non solo interessi il Centro, bensì divenga anch'esso elemento di recupero e rilancio delle periferie.

Appare altresì ovvio che, nell'operare, si dovrà tenere conto della:

1. individuazione delle aree, dei modi, dei termini, dello stile, delle dimensioni, dei tempi e delle modalità dell'esercizio dell'azione pubblicitaria;
2. della eliminazione di tutte quelle situazioni in essere caratterizzate da abusivismo, dispregio ambientale, delle norme di sicurezza e del Codice della Strada , dell'arredo e eccessiva concentrazione d'impianti in area ad alta densità abitativa o su arterie ad alta densità veicolare;
3. eliminazione di tutte quelle situazioni che contrastano con la normale circolazione urbana e con l'arredo cittadino.

TITOLO V^A
NOTE FINALI E COMMENTO ALLE INDICAZIONI

L'analisi appena conclusa vuole fornire un quadro di riferimento, bensì precise indicazioni, sullo scenario indispensabile ad un reale rilancio ed implemento delle attività produttive nel contesto urbano ma, inoltre, disegnare una città che, con una sua precisa identità, veda attraverso i Suoi strumenti normativi, un obiettivo che non può e non deve prescindere da quelli di una crescita economico aziendale della propria realtà.

Certamente, per tutto ciò, divengono importati le grandi scelte che l'Amministrazione vorrà compiere sulle proposte avanzate che riassumiamo in una tabella:

AREE GRANDI IMPIANTI PROPOSTE DI LOCALIZZAZIONE	
IMPIANTO	LOCALITA' O ZONA
MEDIA DISTRIBUZIONE DETTAGLIO	DA P.LE LIBERTA' VERSO NORD SINO A CATONA; DA VIA REGGIO CAMPI I[^]TR. VERSO MONTE; DALLA BRETTELLA SUD DEL CALOPINACE VERSO SUD SINO A BOCALE E CON ESCLUSIONE V.LE A.MORO;
GRANDE DISTRIBUZIONE DETTAGLIO	S.GREGORIO - S.LEO - RAVAGNESE - GALLICO - CONDERA - TERRETI
GRANDE DISTRIBUZIONE INGROSSO	STESSE AREE GRANDE DISTRIBUZIONE AL DETTAGLIO
AREE ARTIGIANI	RELITTI FLUVIALI TORRENTI S.AGATA, VALANIDI, ANNUNZIATA, CALOPINACE LATO SUD VERSO MONTE, ARCHI, BOLANO DI CATONA, GALLICO SUPERIORE, RAVAGNESE, S.GREGORIO, PELLARO, BOCALE, CONDERA, TERRETI, ORTI', PODARGONI
AREE CIRCENSI E SPETTACOLI VIAGGIANTI	BOLANO, ARCHI, RAVAGNESE, RELITTO FLUVIALE ARG.SUD S.AGATA, GALLICI SUP., AREE VERDE ATTREZZATO
INSEDIAMENTI ALBERGHIERI E RESIDENZIALI	LITORALE GALLICO VERSO SUD, LITORALE TORRE LUPO VERSO SUD, LITORALE PELLARO, FILIERA IMMOBILI ARGINE SUD CALOPINACE
STAB.BALNEARI, VILLAGGI CAMPING	ARENILE E LITORALE V.LE A.MORO, PENTIMELE, LITORALE GALLICO VERSO NORD, CATONA, S.GREGORIO, PELLARO, BOCALE
AGRITURISMO, CAMPING, IMPIANTI LUDICO SPORTIVI	TUTTA L'AREA PEDEMONTANA SINO A PODARGONI COMPRESA
AREE MERCATI SU SPAZI PUBBLICI	COPERTURA DEL TERRITORIO URBANO NEL CONCETTO DI SERVIZIO

INTERVENTI SULLE AREE CENTRO STORICO, CENTRO E AD ALTA DENSITA' COMMERCIALE	
C.so Vittorio Emanuele III^;	area soggetta a tutela insediativa ed oggetto di particolari interventi ai fini della circolazione veicolare limitatamente ai mesi estivi ed unitamente a C.so Matteotti. L'area si rappresenta già essere il punto d'incontro e di ristoro estivo, vocazione che potrebbe essere implementata chiudendo al traffico da giugno ad ottobre la direttrice veicolare sud - nord, consentendo l'insediamento sulla strada delle strutture stagionali di somministrazione. La direttrice nord-sud, C.so Matteotti, sino a divresa soluzione, nello stesso periodo dovrebbe risultare isola pedonale dalle 20.00 alle 24.00 di ogni giorno.
Corso Garibaldi; Via Demetrio Tripepi; traverse di collegamento mare-monti tra le due arterie.	Area centro storico tradizionale soggetta a tutela insediativa, si rappresenta già essere il punto commerciale, d'incontro e di ristoro invernale, soggetta a tutela insediativa, potrebbe essere oggetto di particolari interventi ai fini della circolazione veicolare e dei parcheggi, isola pedonale esclusiva nei periodi ottobre - maggio divenendo, quale già è, il salotto invernale della città.
Via Torrione; Via Possidonea; V.le Aldo Moro Viale Calabria Via Nazionale a Pellaro centro; Via Strada Stale 18 a Catona centro	Aree che hanno acquisito una loro personalità commerciale, soggette a tutela insediativa. In particolare V.le A.moro, in particolari periodi, potrebbe divenire isola pedonale.

Appare chiaro che si cerca di dare una valenza economico/produttiva ad aree che, nella gran parte dei casi, rappresentano palesi fenomeni di inurbazione, degrado socio-economico, abusivismo edificatorio ed insediativo, quando non addirittura scadenti nella ghettizzazione e nella realizzazione di spontanee discariche a cielo aperto e, al contempo,

promuovendo queste, restituire una valenza economica e d'immagine ad aree che tali attribuzioni se le sono guadagnate rischiando in proprio la scommessa.

Tutte le aree individuate rispondono ai criteri che si erano posti quale obiettivo e, infatti:

1. OFFRONO UN' OTTIMALE DECENTRAMENTO DALLA CITTA' E DA ZONE AD ALTA DENSITA' ABITATIVA PURE ESSENDO, CIASCUNA, A NON PIU' DI 10 MINUTI DAL CENTRO STORICO;
2. CIASCUN INSEDIAMENTO, SPECIE SE CALIBRATO NELLA SCELTA DI TIPOLOGIA, SI PRESTA EGREGIAMENTE A PORSI COME VOLANO DI SVILUPPO DELL'AREA, SIA PER LE ATTIVITA' ESISTENTI, QUANTO SU POSSIBILI NUOVE INIZIATIVE IMPRENDITORIALI;
3. L'IMPATTO AMBIENTALE, RELATIVAMENTE AD INQUINAMENTO ACUSTICO ED ATMOSFERICO, SI PROFILA A BASSISSIMO RISCHIO;
4. CIASCUN INSEDIAMENTO SI RAPPRESENTA UTILE AD AGEVOLARE E PROMUOVERE AZIONI DI RIQUALIFICAZIONE COMPLESSIVA DEL COMPENSORIO IN CUI RICADONO GLI INTERVENTI;
5. TUTTE LE AREE SI PRESTANO, SECONDO LA TIPOLOGIA INSEDIATIVA CHE SI ANDRA' A DETERMINARE, AD UTILIZZI DIVERSI E POLIFUNZIONALI QUALI, AD ESEMPIO, PER QUELLE ATTREZZATE PER LE ATTIVITA' CIRCENSI E DELLO SPETTACOLO VIAGGIANTE, ZONE DI RACCOLTA PROTEZIONE CIVILE;
6. NECESSITA' OD OPPORTUNITA', IN ALCUNE IPOTESI, D'INTEGRARE QUELLE INSEDIATIVE CON ALTRE DI NATURA DIVERSA COME, AD ESEMPIO, QUELLE LUDICO/SPORTIVE, UTILI AD OTTIMIZZARE IL RAGGIUNGIMENTO E CONSOLIDAMENTO DI QUANTO SOPRA PROSPETTATO;
7. DECONGESTIONAMENTO CENTRO STORICO, RIQUALIFICAZIONE D'ESTREME E MEDIE AREE PERIFERICHE, CREAZIONE DI "CERNIERE" ECONOMICO/INSEDIATIVE TRA PERIFERIA, CENTRO E CENTRO STORICO, NON

POSSONO CHE TRADURSI IN AUMENTO DEL RAPPORTO CITTADINO/IMPRENDITORE E QUALITA' DELLA VITA.

Ma, elemento sostanziale, diviene la cintura economica che si va a disegnare attorno alla Città.

Una cintura che, se può dare delle risposte di recupero e riqualificazione, oltre a quelle di servizio, esalta il ruolo e la funzione del Centro Storico e delle aree che, da un punto di vista commerciale ed imprenditoriale, possono definirsi tali.

Inoltre, con questa naturale implementazione economica di quelle che si riducono sostanzialmente a tre macro aree d'insediamento e sviluppo si potrà ottenere, ad esempio attraverso la realizzazione delle aree artigiani, una tipizzazione locale integrata con necessità generali, che caratterizzerà l'insediamento, divenendo volano economico del contesto (es.: in zona Catona e S. Agata si darebbe preferenza in percentuale ad attività legate al contesto agricolo mentre, in area Calopinace, la preferenza, sempre in percentuale, potrebbe essere destinata ad attività di recupero od innovative per la nostra Città come la lavorazione della radica o gli interventi di restauro e prevenzione in campo artistico o per la conservazione del legno, dei manufatti lignei o cartacei.

Anche il decentramento utile agli insediamenti di grossisti darebbe luogo a dei "poli", serviti dalla grande viabilità, di approvvigionamento e stoccaggio merci per tutta la Città, con indubbi effetti sul decongestionamento del centro e con il recupero di grandi superfici in atto utilizzate a tale scopo.

Non secondaria la possibilità per l'esercente di stoccare perifericamente grosse quantità di merci e recuperare spazi all'interno degli esercizi per la vendita, mentre naturale sarebbe il decongestionamento veicolare pesante in area centro, poiché l'approvvigionamento aziendale potrà essere articolato con piccoli mezzi.

In sintesi, uno sviluppo non più legato alle singole iniziative, bensì ad una concertazione programmatica tra Istituzione Comune, Città ed imprenditoria che divengono partners di un'unica strategia.

COMUNE DI REGGIO CALABRIA
Provincia di REGGIO CALABRIA

**STRUMENTI DI PROMOZIONE E SVILUPPO
DEL TESSUTO COMMERCIALE NEL CENTRO STORICO**

STRUMENTI DI PROMOZIONE E SVILUPPO DEL TESSUTO COMMERCIALE NEI CENTRI STORICI (ART.11, CO.1; LETT.B LEGGE REGIONALE)

CAPO 1 - FINALITA'

Art. 1 Finalità

1. Il presente provvedimento, nel rispetto dei principi stabiliti dalla L.R. 17/1999, persegue l'obiettivo di individuare degli strumenti di promozione e sviluppo del tessuto commerciale nel centro storico perseguendo le seguenti finalità:

- a) Conferma e riscoperta della vocazione economica e culturale del centro storico di Reggio Calabria, città d'arte al centro del Mediterraneo
- b) riqualificazione e aumento della competitività del tessuto economico del centro storico;
- c) miglioramento della qualità urbana;
- d) messa a punto di una metodologia di attuazione di politiche economiche di sviluppo locale basate sulla compartecipazione tra attori socioeconomici pubblici e privati;
- e) nascita di nuove attività economiche in ambiente urbano ed il rilancio di quelle esistenti;
- f) valorizzazione delle produzioni tipiche artigianali, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale finalizzato alla conservazione e rivitalizzazione del centro storico di Reggio Calabria;
- g) La qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali con particolare riguardo ai titolari di piccole e medie imprese

CAPO 2 - PROGRAMMAZIONE

Art. 2 AMBITO DI APPLICAZIONE

1. Le seguenti disposizioni definiscono gli strumenti di promozione e sviluppo del tessuto commerciale nel centro storico, in applicazione dell'art. 11 lett.b della L.R. 17/1999.
2. Si considera centro storico quella parti del territorio comunale, classificata in zona territoriale omogenea A) di cui al D.M. 1444/1968 e disciplinate dal Piano regolatore. Tale area individuata quale nucleo centrale della città di Reggio Calabria è costituita dalle zone a partire dalla battigia del mare racchiuse dalle vie: Maldonato, D. Romeo, D. Tripepi, Fata Morgana, Aschenez, Apollo, P.

Pellicano, Mazzini, D. Muratori, XXI Agosto S. Francesco Da Paola, Argine destro Calopinace.

3. La programmazione comunale ha la stessa durata della programmazione regionale (quadriennale). Con cadenza biennale, sulla base di un aggiornamento del piano di sviluppo e di valorizzazione delle rete distributiva locale e di una verifica sullo stato di attuazione degli indirizzi e criteri quadriennali di programmazione regionale, la Giunta Comunale può sottoporre al Consiglio una proposta di aggiornamento del presente provvedimento.

CAPO 3 – ATTUAZIONE

ART. 3 STRUMENTI

2. La valorizzazione del centro storico, fatte salve le competenze statali in materia di tutela di beni storici potrà essere conseguita attraverso azioni di promozione, ma anche attraverso normative specifiche volte a definire:
 - a) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine, degli elementi di arredo esterno degli esercizi commerciali, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti
 - b) l'esclusione della vendita di determinati prodotti o merceologiche, oltre quelli già definiti dalla Delibera Giunta Comunale n.453/99;
 - c) specifiche deroghe, nel rispetto della legge, ai requisiti igienico-edilizi relativi alle attività commerciali ed ai pubblici esercizi esistenti, tendenti a consentirne la permanenza;
 - d) specifici divieti di cambiamento di destinazione d'uso degli immobili.
 - e) misure di agevolazioni tributarie per la ristrutturazione degli esercizi commerciali;
 - f) misure volte a favorire una viabilità sostenibile del centro storico: rafforzamento del ruolo del trasporto pubblico, politica dei parcheggi di scambio, isole pedonali;
 - g) misure di compatibilità ambientale favorendo l'allontanamento delle attività le cui peculiarità rimandano ai disposti del decreto Ronchi sulla salvaguardia dei centri storici.
 - h) decentramento degli uffici con sede in centro storico in periferia, da coniugarsi con un diverso utilizzo e destinazione d'uso degli immobili di pregio storico-artistico che, restando sedi di rappresentanza, potrebbero

trovare un impiego artistico museale e/o congressuale, disegnando un volto nuovo, metropolitano, di una area soffocata dalla presenza e dall'impatto burocratico/istituzionale

Art. 4 Progetto integrato di riqualificazione e di marketing urbano.

1. Il comune entro 120 giorni dall'approvazione del presente documento intende promuovere uno studio per la realizzazione di un Progetto Integrato di valorizzazione del Centro storico di Reggio Calabria, il cui percorso metodologico è descritto nel Piano di sviluppo e adeguamento della rete commerciale al dettaglio.
2. Il progetto dovrà essere finalizzato a individuare gli strumenti per il rilancio delle attività commerciali a partire da un'analisi specifica delle attrazioni presenti nel centro storico di Reggio Calabria (luoghi turistici, qualità degli arredi, botteghe storiche, eventi culturali e di animazione, ecc.) e dalle caratteristiche qualitative degli operatori del centro storico. L'obiettivo è quello di identificare punti di forza e di debolezza del centro storico.
3. Le ricchezze naturali della città devono essere censite e gerarchizzate in funzione del loro livello di attrazione e di complementarietà.
4. L'accessibilità e lo spostamento nella città storica e suo circondario deve essere analizzata nell'intento di individuare o estendere le isole ambientali.
5. Il progetto integrato dovrà individuare le aree in cui attuare i progetti:
 - a) Aree di salvaguardia della rete al dettaglio;
 - b) aree di consolidamento del commercio in sede fissa e dei pubblici esercizi integrati con l'artigianato.
 - c) aree idonee ad accogliere i Consorzi di Via
- d) La focalizzazione dei problemi chiave e la definizione delle soluzioni più appropriate non possono in ogni caso prescindere da un rapporto di collaborazione tra Amministrazione Comunale, specialisti e Associazioni di categoria e preventivamente indagato su opinioni, tendenze e bisogni dei consumatori.

Art. 5 Progetti di valorizzazione di porzioni del centro storico

1. Al fine di preservare, sviluppare e potenziare la funzione del commercio, anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, su proposta di soggetti privati e/o con il loro concorso, sulla base di appositi studi sulle problematiche della distribuzione

- commerciale locale e sulle interrelazioni con le componenti territoriali ed economiche, è ammessa la formazione di progetti comunali di valorizzazione e coordinamento commerciale in zone o assi commerciali del centro storico attraverso i quali attivare le procedure di cui ai successivi commi.
2. Interventi di tipo urbanistico ed ambientale (riqualificazione di strutture dismesse per l'insediamento di attività produttive; riorganizzazione e miglioramento della viabilità pedonale e dei servizi pubblici su ruote per un miglior collegamento tra centro storico; quartieri limitrofi ed aree di parcheggio; interventi di miglioramento dell'arredo esterno degli esercizi commerciali)
 3. Interventi di tipo socio-economico (moduli formativi brevi volti alla riqualificazione degli operatori commerciali ed artigianali, azioni di tutela della struttura commerciale ed artigianale del centro storico)
 4. Interventi di tipo amministrativo e finanziario (iniziative di snellimento burocratico degli iter procedurali per l'avvio delle attività economiche, attivazione di strumenti e fondi per la concessione di crediti agevolati);
 5. Interventi di tipo culturale, promozionale e di comunicazione (manifestazioni culturali di animazione della città, realizzazione di materiale per la promozione del territorio, promozione dell'uso delle nuove tecnologie informatiche in relazione all'ambiente urbano.
 6. Progetto di riqualificazione tramite degli interventi mirati di arredo urbano degli assi commerciali del centro storico.
 7. Azione di recupero dell'arredo urbano attraverso una politica di recupero delle facciate.

Art. 6 Consorzio tra operatori per la realizzazione dei centri di Via

1. E' favorito il consorzio tra operatori (commercianti al dettaglio, artigiani, ristoratori) e l'Amministrazione Comunale per la realizzazione di Centri di Via che abbia come obiettivo la rivitalizzazione di assi commerciali o Piazze del centro storico. Gli obiettivi che il Centro di Via potrà perseguire sono i seguenti:
 - a) Espansione quantitativa dell'offerta con particolare riferimento ad attività commerciali di somministrazioni ed artigianali che si connotino per levato grado di specializzazione;
 - b) miglioramento qualitativo dell'offerta sia attraverso la trasformazione dell'esistente sia mediante l'introduzione di nuovi prodotti
 - c) miglioramento dell'assetto spaziale/strutturale dell'ambiente al fine di aumentare la fruibilità da parte degli utenti , salvaguardando e valorizzando la morfologia storica de tessuto urbano

d) Integrazione sinergica fra le attività commerciali al dettaglio, di somministrazione e artigianali

Art. 7 I centri commerciali di vicinato

1. È ammessa la creazione di centri commerciali con superficie di vendita fino a 1.500 mq, agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti sul territorio mediante la loro rilocalizzazione, concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato;
2. E' data comunque la facoltà al Comune di derogare alle prescrizioni di cui al comma precedente, qualora siano predisposti appositi studi sulla compatibilità dell'insediamento commerciale nel contesto urbano di riferimento, aventi i contenuti di cui ai comma 4 e 5 dell'art. 12 della L.R. 17/99.
3. E' ammesso lo scomputo totale o parziale del contributo relativo agli oneri di urbanizzazione attraverso la realizzazione delle opere da parte dell'operatore o dei soggetti privati interessati, nel quadro degli interventi di carattere commerciale, garantendo la dotazione minima di parcheggi ad uso pubblico prevista dalla legislazione vigente in materia.

ART. 8 FASI DI ATTUAZIONE

1. 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 la rivitalizzazione del centro storico nel quadro degli interventi previsti di cui all'articolo precedente
 - b) progettazione operativa degli interventi di tipo infrastrutturale
 - c) quantificazione dei fabbisogni di formazione per gli operatori economici del centro storico (commercianti ed artigiani)
 - d) 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. 9 VERIFICA DEI RISULTATI

1. 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 del tessuto produttivo nel centro storico avverrà con cadenza annuale, sulla base dei seguenti indicatori:
 - incremento della domanda
 - sviluppo dell'offerta in termini di specializzazione
 - nascita di nuove imprese in ambito urbano
 - incremento della qualità urbana

Vendita:

un fascicolo ordinario di Parti I e II: L. 1.500 (euro 0,77); arretrato: L. 3.000 (euro 1,55);

un fascicolo di supplemento straordinario:

prezzo di copertina in ragione di L. 1.500 (euro 0,77) ogni 32 pagine.

Un fascicolo di Parte III: L. 1.000 (euro 0,52); arretrato: L. 2.000 (euro 1,03).

Prezzi e condizioni di abbonamento:

Per le Parti I e II: abbonamento annuale (dal 1° gennaio al 31 dicembre)

L. 70.000 (euro 36,15).

Per la Parte III: abbonamento annuale (dal 1° gennaio al 31 dicembre)

L. 35.000 (euro 18,08).

Condizioni di pagamento:

l'abbonamento deve essere fatto a mezzo di conto corrente postale n. 251884 intestato al «Bollettino Ufficiale della Regione Calabria» – 88100 Catanzaro, entro trenta giorni precedenti la sua decorrenza specificando sul retro del C/C medesimo, in modo chiaro, i dati del beneficiario dell'abbonamento – cognome e nome (o ragione sociale), indirizzo completo di CAP e Provincia – scritti a macchina o stampatello. **La fotocopia della ricevuta postale del versamento dell'importo dovuto per l'abbonamento deve essere inviata all'Amministrazione del BUR – Viale De Filippis, 98 – 88100 Catanzaro.** Per gli abbonamenti richiesti in data posteriore alla decorrenza non si garantisce l'invio dei fascicoli arretrati. I fascicoli disguidati saranno inviati solo se richiesti alla Direzione del Bollettino Ufficiale entro trenta giorni dalla data della loro pubblicazione.

Le stesse modalità di pagamento devono essere osservate per le richieste di vendita di singoli fascicoli.

Editore:

REGIONE CALABRIA

AUT. TRIBUNALE CATANZARO

N. 31/1994

Direttore responsabile:

OLDANI MESORACA

Redattore:

FRANCESCO LE PERA

Stampa:

GRAFICHE ABRAMO S.p.A.

CATANZARO
