

VARIANTE NORMATIVA 2/2010 AL P.O.I.C. VIGENTE

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

LA PREMessa

Il nuovo corso della programmazione commerciale del Comune di Borgonovo Val Tidone è iniziata nell'anno 2007 con l'approvazione definitiva del Piano Operativo degli Insediamenti Commerciali (P.O.I.C) ad opera del Consiglio Comunale con propria deliberazione n. 24 del 25 maggio 2007, quale nuovo strumento di pianificazione urbanistico – commerciale di livello locale previsto dalla specifica legislazione regionale.

I principi ispiratori e le finalità sulle quali veniva ancorato il cennato piano commerciale furono quelle di :

- favorire l'efficacia e la qualità del servizio rispetto alle esigenze dell'utenza e dei consumatori ;
- salvaguardare il Centro Storico e la rete di vicinato ivi presente ;
- ri- qualificare il sistema della medio piccola distribuzione ;
- ri – equilibrare il quadro delle diverse tipologie di vendita.

Le decisioni allora assunte furono il frutto dell'elaborazione dei dati forniti da :

- 1) analisi della domanda :
 - a. della popolazione residente
 - b. della popolazione fluttuante
 - c. della struttura economica
- 2) analisi dell'offerta :
 - a. struttura degli esercizi di vicinato
 - b. rete della medio piccola distribuzione
- 3) indagini sui livelli quali/quantitativi dei consumi

L'Amministrazione Comunale inserì i dati raccolti in una matrice decisionale che tenesse conto di due presupposti fondamentali :

- mancata previsione all'insediamento di grandi strutture di vendita medio grandi e/o centri commerciali alimentari e non alimentari ;
- incisiva ri-qualificazione del settore del commercio su area pubblica attuata attraverso un importante intervento urbanistico – architettonico – funzionale dell'area

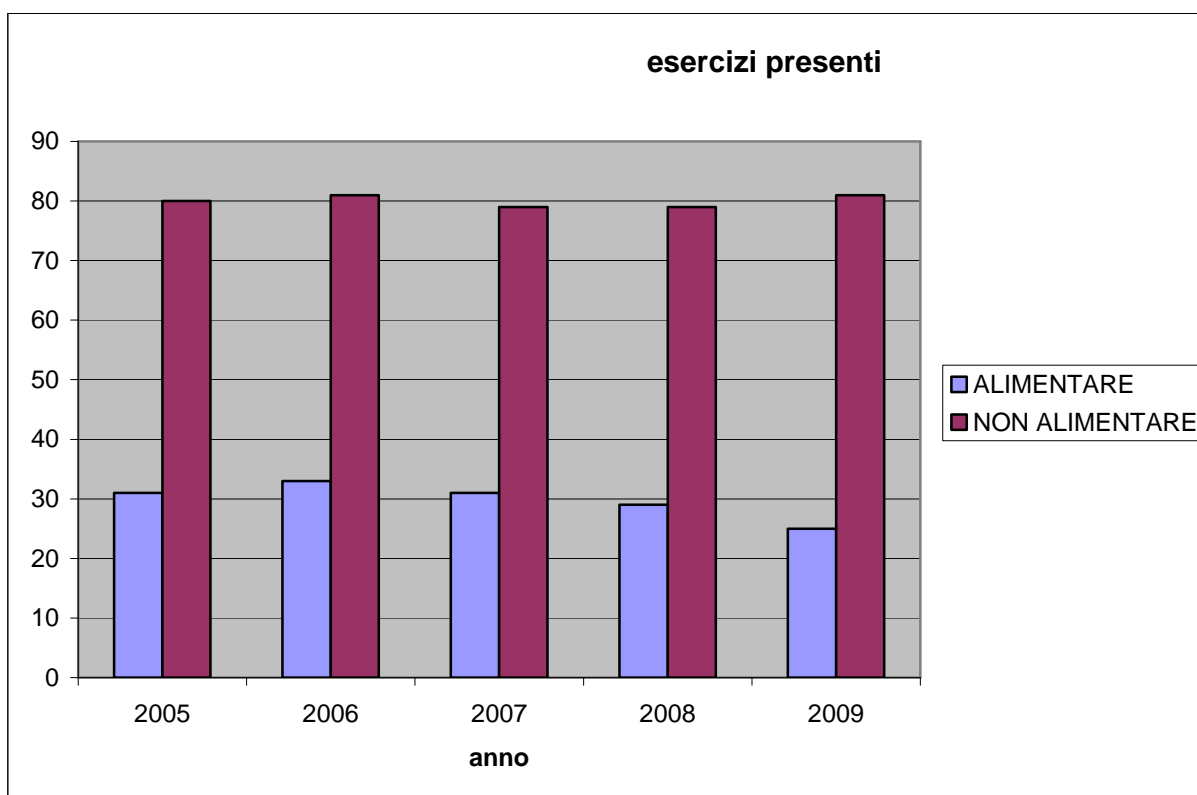
mercatale ;

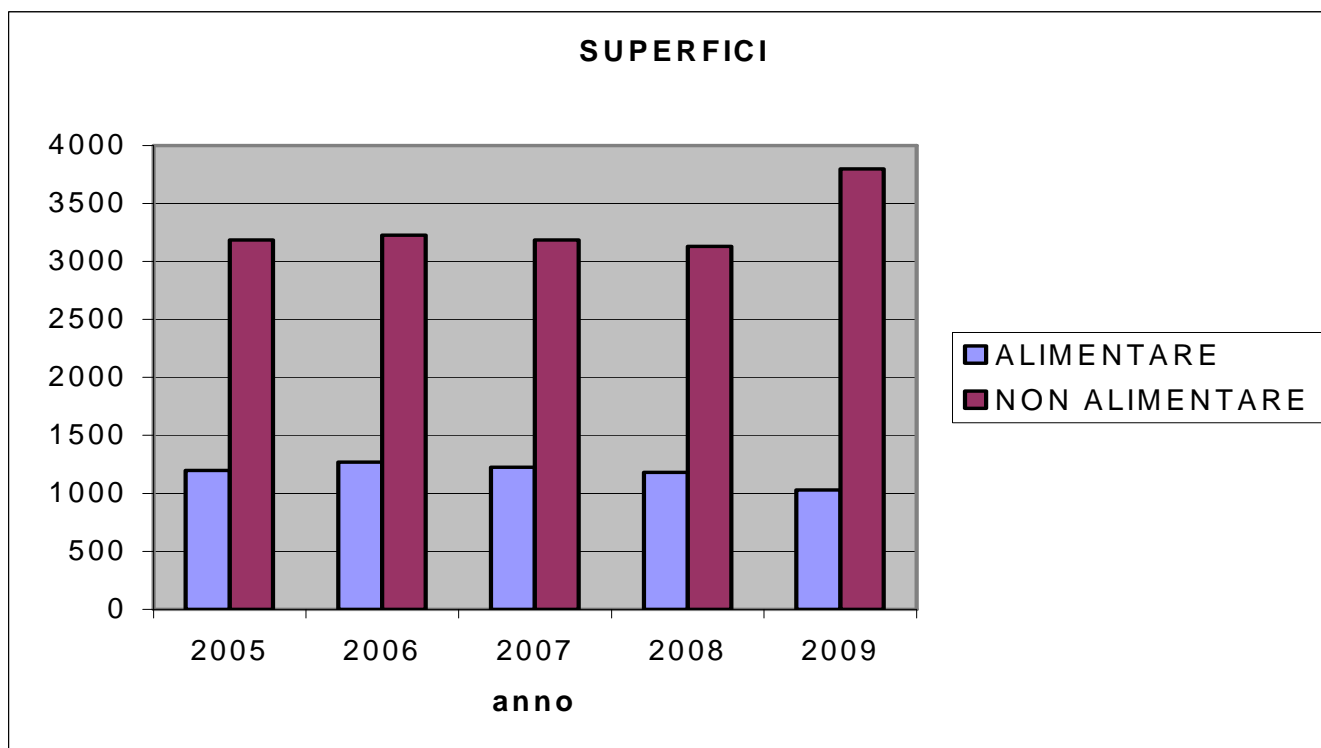
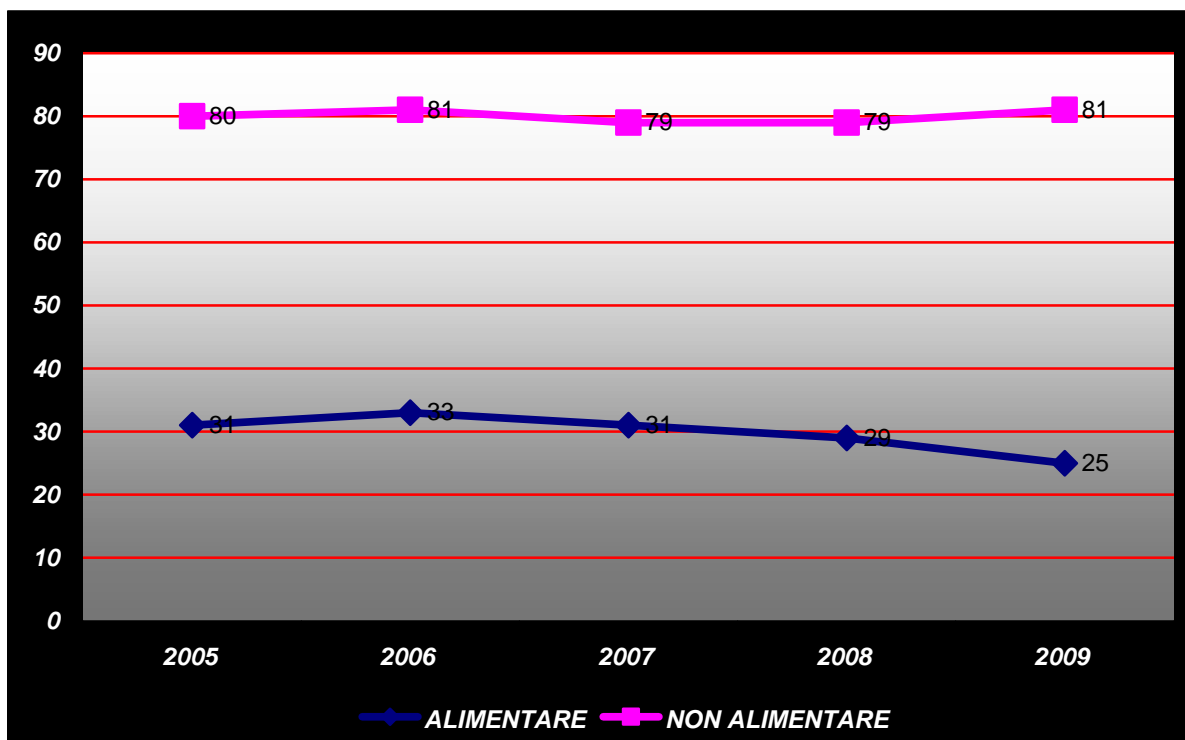
□ limitazione all'insediamento delle medio piccole strutture consentendo il solo trasferimento delle M.P.A. esistenti sul territorio comunale.

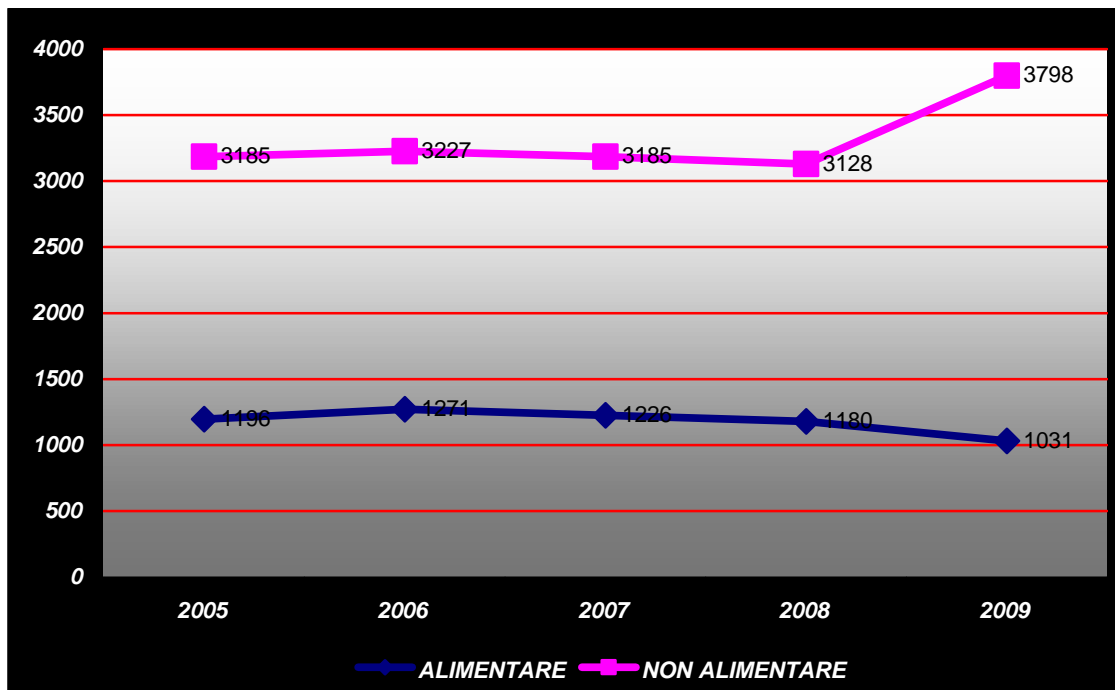
In linea con le indicazioni regionali contenute nella DGR 1253/99 furono individuate zone del territorio che presentavano o avrebbero presentato , in aderenza allo sviluppo del tessuto urbanistico contenuto nei piani sovraordinati (P.S.C. , R.U.E. e P.O.C.) carenze di offerta ovvero possibilità di soddisfare la domanda emergente e nel contempo presentavano la migliore soluzione in termini di carico veicolare, dotazione di aree da destinare a parcheggio , oculato utilizzo del territorio etc.

Ora , a distanza di 3 anni dalla sua entrata in vigore , è possibile operare una valutazione sull'impatto che lo strumento operativo in discorso ha avuto sul tessuto commerciale esistente

Per quanto attiene agli ESERCIZI DI VICINATO , come si può osservare dalle tabelle che seguono , la rete di vendita al dettaglio nell'arco temporale considerato ha ben tenuto sia in termini numerici che di superficie







Tenuto conto poi che detta tipologia di vendita trova la sua massima concentrazione nel Centro Storico del paese , appare scongiurato il pericolo di assistere ad un progressivo processo di "desertificazione " dell'attività commerciale.

Il 50% delle MEDIO PICCOLE STRUTTURE ALIMENTARI di vendita ha sfruttato l'opportunità offerta dal Piano di ri-dimensionare i propri lay-out , ri-qualificando la struttura e di ri-collocandosi negli ambiti individuati nelle schede di intervento, anche attraverso procedure di programmazione concertata , leggasi applicazione dell'art.18 della L.R. 20/2000 in occasione della I^ variante al P.O.I.C. .

IL NUOVO SCENARIO

Nel corso dell'anno 2010 lo scenario legislativo si è arricchito di una norma di straordinaria rilevanza e fortemente impattante sul sistema della distribuzione commerciale ; il decreto legislativo 26.03.2010 , n. 59 che a far data dal 08 maggio 2010 ha recepito la direttiva comunitaria 2006/123/CE più nota come "direttiva Bolkenstein" .

Giova ricordare che quest'ultimo plesso normativo si inserisce nel più complesso quadro delle azioni che la Comunità Europea ha enucleato nella c.d. "strategia di Lisbona" , peraltro già invocata in occasione della I^ variante al P.O.I.C. nel merito dei nuovi rapporti tra il settore pubblico e quello privato e che rappresenta il quadro di riferimento per la creazione di un vero mercato europeo dei servizi .

Orbene , tra gli obiettivi sanciti nel Consiglio Europeo tenutosi a Lisbona nel marzo del 2000 , si rinviene quello di *"...superare gli USA e far diventare quella Europa l'economia mondiale più dinamica e competitiva entro il 2010..."*

La " direttiva bolkenstein" si fonda sul principio generale secondo cui *"...l'accesso e l'esercizio delle attività dei servizi (anche quello commerciale) costituiscono l'espressione della libera iniziativa economica e non possono essere sottoposti a limitazioni non giustificate o discriminatorie"* e facendo proprio il macro-obiettivo fissato dal Consiglio introduce gli elementi atti a :

- a) agevolare lo stabilimento per gli operatori e la libertà di fornitura di servizi all'interno della Comunità Europea ;
- b) rafforzare i diritti dei consumatori ;
- c) promuovere la qualità dei servizi ;
- d) stabilire la cooperazione amministrativa tra gli Stati Membri.

In applicazione del menzionato dettato normativo ed in linea di principio l'accesso ad una attività di servizi (commercio incluso per quanto qui rileva) può essere subordinato ad "autorizzazione" solo per IMPERATIVI MOTIVI DI INTERESSE GENERALE.

Il decreto legislativo di recepimento ha individuato gli elementi che concorrono a definire l'interesse generale oggetto di tutela, mutuandoli peraltro dalle numerose pronunce che la Corte di Giustizia Europea ha avuto modo di emanare, come di seguito si elencano :

- 1) ordine pubblico ;
- 2) sicurezza e sanità pubblica ;
- 3) incolumità pubblica ;
- 4) sicurezza stradale ;
- 5) tutela dei lavoratori ;
- 6) tutela dei consumatori ;
- 7) equità delle transazioni commerciali ;
- 8) tutela dell'ambiente , incluso l'ambiente urbano ;
- 9) etc.

Allorchè ci si trovi in presenza di un interesse generale da preservare i requisiti che lecitamente potranno essere richiesti avranno natura di :

- a) restrizioni qualitative e territoriali ;
- b) requisiti che impongono il possesso di un determinato status giuridico o detenzione di capitale ;

- c) numero minimo di dipendenti ;
- d) tariffe minime e/o massime;
- e) obbligo del prestatore di fornire , unitamente al suo servizio , altri specifici servizi.

Nello specifico settore commerciale , il decreto legislativo più volte citato , nel rispetto del riparto delle competenze legislative previsto dal vigente testo costituzionale , introduce la c.d. "clausola di cedevolezza " ; atteso che nella materia la Regione è titolare di potestà legislativa esclusiva

, la norma statale si applica fintanto che l'organo regionale non abbia emanato la norma di recepimento .

Orbene , la Regione Emilia Romagna si era già conformata alla direttiva "Bolkenstein" , con legge regionale 12 febbraio 2010 , n. 4 , prevedendo con l'art. 41 l'applicazione dell'istituto della D.I.A. (dichiarazione di inizio attività) ad effetti immediati per gli esercizi di vicinato e per le forme speciali di vendita.

Nulla viene disposto in materia di medie strutture di vendita che pertanto continuano ad essere soggette al regime "autorizzatorio" .

Tale regime , inteso come procedimento secondo il quale l'esercizio di una attività di per sé lecita viene subordinata all'emanazione di un provvedimento espresso a seguito di una valutazione , dovrà essere uniformato ai principi generali contenuti nel quadro legislativo più sopra delineato .

L'ADEGUATEZZA

L'articolazione degli elementi che secondo la direttiva bolkestein concorrono a definire il concetto di interesse generale , la cui sussistenza legittima l'applicazione di un regime autorizzatorio al libero esercizio di una attività di servizi , conforta nella bontà della scelta operata dall'Amministrazione Comunale in sede di approvazione del P.O.I.C. ; in forza della stretta interconnessione tra gli ambiti urbanistico e commerciale , un approccio coordinato e mirato all'obiettivo di uno sviluppo complessivo dell'intero apparato distributivo nell'insieme delle diverse forme di vendita si rileva tutt'ora opportuno .

Se ci sforziamo di armonizzare i principi , le finalità e gli obiettivi già presenti nel d.lgs 114/98 ,con i contenuti della riforma federalista intervenuta e gli attuali indirizzi comunitari otteniamo che le

FINALITA' sono rappresentate da

- trasparenza del mercato , concorrenza , libertà di impresa e libera circolazione delle merci ;
- tutela e centralità del consumatore ;
- efficienza , modernizzazione , sviluppo della rete distributiva, evoluzione tecnologia dell'offerta ;
- pluralismo nello sviluppo ed equilibrio tra le diverse tipologie e forme di vendita ;
- valorizzazione e salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane e rurali .

secondo il

PRINCIPIO

della "libertà di iniziativa economica privata, ai sensi dell'art. 41 della Costituzione , esercitata rispettando la legge sulla tutela della concorrenza e del mercato e con l'unico limite della compatibilità con l'interesse collettivo superiore"

ponendoci quali

OBIETTIVI

- privilegiare la realizzazione di una rete distributiva che assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi ;
- assicurare , nell'indicare gli obiettivi di presenza , il principio della libera concorrenza , favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie e formule distributive ;
- rendere compatibili l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali con riferimento al contenimento dell'uso del territorio , alla mobilità , al traffico , all'inquinamento etcc.
- rilanciare i centri storici , soprattutto in termini di servizi offerti e di qualità della vita;
- assicurare il monitoraggio della rete distributiva .

Per il pieno raggiungimento degli obiettivi e delle finalità appena sopra delineate , il modello di programmazione urbanistico-commerciale adottato conferma il suo ruolo decisivo in termini di dotazione di uno strumento programmatico concretamente ispirato a criteri indicativi . La nuova sfida confermata dal legislatore comunitario sarà di ri-modulare gli strumenti per superare un concetto di programmazione realizzata attraverso la gestione di "barriere all'entrata" .

Occorre prendere atto che nella nostra Regione vi sono altre utili ed interessanti esperienze di pianificazione delle medie strutture sia in termini di localizzazione , sia di graduazione temporale e numerica e non mancano casi di inibizione .

Nello scenario del Comune di Borgonovo Val Tidone , la sussistenza di quell'interesse generale che "rebus sic stantibus" legittima la pianificazione dell'insediamento delle medio – piccole strutture di vendita si fonda sugli elementi , più sopra indicati e valutati in sede di adozione e successiva approvazione dello strumento oggi oggetto di variante normativa. In particolare :

- a) Relazione illustrativa ;
- b) Quadro conoscitivo – analisi socio – economica
- c) Cartografia , con particolare riguardo alla localizzazione degli insediamenti commerciali

Se da una parte si intende proseguire nella politica di normare l'insediamento delle medio piccole strutture sia in termini di localizzazione che dimensionamento , dall'altra si ritiene di rimuovere il fattore di inibizione all'insediamento di M.P.A. non presenti sul territorio comunale contenuto nelle schede di cui agli artt. 8,9, 10 ed 11.

Parimenti occorre introdurre ovvero confermare procedure semplici e chiare che evitino bardature pesanti e costose per l'impresa ed ispirate alle seguenti linee – guida :

- valutazioni per progetti , con indicatori di tipo qualitativo dei singoli progetti ;
- valutazioni basate sugli studi di impatto con caratteristiche predefinite in relazione alla diretta delimitazione dell'effettivo bacino di riferimento ;
- ampliare le opportunità di insediamento agli operatori in relazione alle aree compatibili con la funzione commerciale al fine di ridurre le rendite urbane e permettere la presentazione di progetti alternativi .

INDICE

CAPITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

- Art. 1 Finalità del Piano
- Art. 2 Contenuti ed elaborati del Piano
- Art. 3 Durata del piano
- Art. 4 Definizioni

CAPITOLO II - PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

- Art. 5 Indirizzi per l'insediamento delle attività commerciali
- Art. 6 Criteri per il rilascio di autorizzazioni a medie strutture di vendita
- Art. 7 Obiettivi e progetti di sviluppo e di insediamento
- Art. 8 Area adiacente cimitero: scheda di intervento
- Art. 9 Area Provinciale Mottaziana: scheda di intervento
- Art. 10 Area Ospedale: scheda di intervento
- Art. 11 Area Andreoli: scheda di intervento
- Art. 12 Ampliamento degli esercizi
- Art. 13 Trasferimento degli esercizi
- Art. 14 Concentrazione e accorpamento
- Art. 15 Rapporti fra programmazione commerciale e urbanistica
- Art. 16 Standard urbanistici
- Art. 17 Dotazioni di parcheggi e aree pertinenziali
- Art. 18 Casi di possibile riduzione delle dotazioni.
- Art. 19 Posti per motocicli e biciclette
- Art. 20 Accessibilità

CAPITOLO III AUTORIZZAZIONI E COMUNICAZIONI

- Art. 21 Autorizzazioni per medie strutture di vendita
- Art. 22 Progetto tecnico-illustrativo
- Art. 23 Criteri per la valutazione di domande concorrenti
- Art. 24 Rilascio di autorizzazione dovuta

CAPITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 Finalità del Piano

1. Il presente Piano Operativo per gli Insediamenti Commerciali di livello comunale, è formato ai sensi della seguente normativa:

- Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n.114;
- Legge Regionale 5 luglio 1999, n. 14;
- Delibera di C.R. 11 ottobre 1999, n. 1253;
- Delibera di C.R. 29 febbraio 2000, n. 1410;
- Variante di adeguamento del P.T.C.P. alla normativa vigente in materia di commercio (adottata con atto C.P. 23/02/2004, n. 22; approvata con atto C.P. 06/12/2004, n. 109)

- Legge regionale 12.02.2010, n. 4 ;
- D.lvo 26.03.2010, n. 59 ;
- Legge 30.07.2010, n. 122

2. Il piano persegue i seguenti obiettivi:

- programmare e qualificare la rete distributiva, nell'ambito degli indirizzi di sviluppo sostenibile definiti dallo strumento urbanistico comunale P.S.C.;
- garantire la libertà di stabilimento dei prestatori dei servizi commerciali e libera prestazione dei servizi ;
- promuovere l'efficacia e la qualità del servizio, rispetto alle esigenze dell'utenza e dei consumatori, con particolare riguardo all'integrazione della rete di vendita nel contesto sociale e ambientale e in relazione alle caratteristiche del sistema insediativo, infrastrutturale e della mobilità;
- favorire la crescita e promuovere la qualità di attività commerciali di piccole e medie dimensioni che integrino e valorizzino la qualità del territorio nell'integrazione fra differenti tipologie di attività;
- salvaguardare il centro storico, consentendo e favorendo la presenza di attività commerciali adeguate;
- favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, assicurando il rispetto del principio della libera concorrenza.

Art. 2 Contenuti ed elaborati del Piano

1. Il Comune, sulla base degli indirizzi e dei provvedimenti regionali e provinciali, adotta provvedimenti coordinati con i quali dà attuazione ai propri orientamenti riguardo alla rete distributiva; in particolare:

- fissa i criteri per il rilascio di autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di medie strutture di vendita, di cui al comma 3, dell'art. 8 del D.Lgs. n.114 del 1998;
- definisce i dimensionamenti della funzione commerciale delle diverse tipologie;
- localizza e disciplina le grandi e medie strutture di vendita in coerenza con le previsioni del P.T.C.P.

2. Il Piano è costituito dai seguenti elaborati:

- Relazione illustrativa
- Quadro conoscitivo: analisi socio economiche approvato con deliberazione di C.C. n. 24 del 25.07.2007 che si ritiene confermato in ragione del fatto che le dinamiche hanno confermato il trend ivi ricostruito ;
 - Normativa
 - Cartografia:

Tav. 1	Analisi preliminari Capoluogo. La rete distributiva — i negozi di vicinato e le medio piccole strutture commerciali	scala 1:2000
Tav. 2	Analisi preliminari Mottaziana. La rete distributiva — i negozi di vicinato e le medio piccole strutture commerciali	scala 1:2000
Tav. 3	Analisi preliminari Castelnuovo. La rete distributiva — i negozi di vicinato e le medio piccole strutture commerciali	scala 1:2000
Tav. 4	Analisi preliminari Centro Storico. La rete distributiva — i negozi di vicinato e le medio piccole strutture	scala 1:2000
Tav. 5	Capoluogo. Valutazione accessibilità delle strutture	scala 1:2000
Tav. 5	Frazioni. Valutazione accessibilità delle strutture commerciali	scala 1:2000
Tav. 6	Valutazione offerta commerciale	scala 1:5000
Tav. 7	Progetto: localizzazione insediamenti commerciali	scala 1:5000

Art. 3 Durata del piano

1. Le norme comunali di programmazione commerciale hanno la stessa durata degli strumenti di pianificazione territoriale e urbanistica in cui sono inseriti; in riferimento allo strumento urbanistico P.O.C. la durata è di 5 anni dalla data di approvazione dello stesso.

2. Alla scadenza le norme si intendono automaticamente prorogate fino

all'emanazione delle nuove.

Art. 4 Definizioni

1. Settori merceologici

Ai sensi del D.Lgs. 31 marzo 1998 n. 114, nonché alle specificazioni definite dalla delibera di C.R. n.1253 del 1999, si definiscono i seguenti settori merceologici:

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

2. Tipologie

Per quanto concerne la definizione delle tipologie commerciali:

- a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore ai 10.000 abitanti, e a 250 mq. nei Comuni con popolazione residente superiore ai 10.000 abitanti;
- b) medie strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- c) grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita;
- d) centri commerciali (di vicinato, di attrazione di livello inferiore, di attrazione di livello superiore): una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente; si rimanda alle disposizioni del D.Lgs. n.114/98, della L.R. n.14/99 e dei successivi Criteri applicativi regionali.

3. Il Comune articola le norme relative alle medie strutture di vendita di cui al precedente comma 2, in relazione ai due settori merceologici e alla seguente ulteriore specificazione in classi dimensionali:

- a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq.;
- b) medio-piccole strutture di vendita
gli esercizi così come definiti nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 aventi superficie di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 800 mq.
- c) complessi commerciali di vicinato o gallerie commerciali di vicinato

costituita da più esercizi di vicinato, eventualmente con la presenza di medio piccole strutture di vendita, nell'ambito di una o più unità edilizie destinate anche ad altre funzioni non commerciali e da esercizi paracommerciali e ricreativi con accessi separati, collocati in contenitori contigui e caratterizzati da attrattività unitaria per gli utenti.

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

5. Superficie di vendita

Per superficie di vendita di un esercizio commerciale si intende, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 114/1998, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi per i quali non previsto l'ingresso dei clienti, nonché gli spazi di avancassa purché non adibiti all'esposizione di merci.

Per gli aggregati di vicinato non si considera la superficie di vendita complessiva : sia le procedure autorizzative, sia gli indirizzi, direttive e requisiti urbanistici di cui agli articoli successivi si applicano con riferimento ai singoli esercizi.

Art. 5 Indirizzi per l'insediamento delle attività commerciali

1. Nel definire le scelte di pianificazione territoriale e urbanistica riferite al settore commerciale, il Comune persegue gli obiettivi di miglioramento della qualità urbana e del servizio commerciale e si attiene agli indirizzi volti a conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva.

2. Il Comune a tal fine individua i seguenti ambiti:

- Centro storico e Tessuto urbano consolidato: caratterizzato da una elevata e radicata compresenza di funzioni;
- Territorio extraurbano.

Art. 6 Criteri per il rilascio di autorizzazioni a medie strutture di vendita

1. Le autorizzazioni alle medie strutture di vendita sono rilasciate sulla base dei seguenti criteri:

- a) integrare e completare la gamma dei servizi lungo gli assi commerciali esistenti;
 - b) prevedere la presenza di medie strutture di vendita , privilegiando le azioni di razionalizzazione delle strutture di vendita esistenti, favorendone operazioni di ammodernamento;
 - c) prevedere nuovi insediamenti privilegiando le operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di insediamenti dismessi anche per l'incremento e diversificazione dell'offerta commerciale;
 - d) migliorare l'assetto e l'arredo di piazze, slarghi, isole pedonali, ovvero creare nuove aree qualificate di aggregazione urbana e per il commercio su aree pubbliche.
2. Il Comune procede ad una verifica periodica degli standard di servizio raggiunti dalla rete distributiva.

Art. 7 Obiettivi e progetti di sviluppo e di insediamento

1. A medio termine gli obiettivi di programmazione commerciale sono i seguenti:

- potenziamento della rete distributiva comunale in modo da contenere i flussi di evasione verso i comuni esterni e di attrarre quote di nuovi consumatori;
- nessuna nuova struttura di medio – grandi e grandi dimensioni;
- opportunità per nuove iniziative di vicinato;
- progetto di insediamento di medio piccole strutture :

A	Area adiacente cimitero	Art. 8
B	Area provinciale Mottaziana	Art. 9
C	Area Ospedale	Art. 10
D	Area Andreoli	Art. 11

2. Le iniziative proposte rientrano nel limite massimo di strutture medio-piccole, hanno rilevanza specifica per il solo territorio comunale, compatibilmente con le disposizioni contenute nel PTCP vigente.

Art. 8 Area adiacente cimitero: scheda di intervento

1. Rappresentazione grafica

Piano Operativo Commercio tav. 7 "Progetto Localizzazione insediamenti commerciali "

2. Strumenti urbanistici

Scheda normativa-progettuale di riferimento R.U.E. Scheda n. 01

3. Settore merceologico

Alimentare

Non Alimentare

4. Tipologia art. 4 commi 2 e 3

Medio piccola struttura di vendita

Esercizi di vicinato

Le possibilità concesse dal successivo art. 14, per gli esercizi di vicinato esistenti alla data di approvazione del presente Piano di Settore.

5. Standard urbanistici

N.T.A. R.U.E. art. 33

Nuove Costruzioni

- Aree per parcheggio pubblico pari al 40% della Superficie utile (SuL)

- Aree per spazi collettivi pari al 60% della

Superficie utile (SuL) Ampliamenti

- Aree per parcheggio pubblico pari al 20% della Superficie utile (SuL)

- Aree per spazi collettivi pari a 80% della Superficie

utile (SuL) Cambi di destinazione (da altri usi)

- Aree per parcheggio pubblico pari al 20% della Superficie utile (SuL)

- Aree per spazi collettivi pari a 80% della Superficie utile (SuL)

6. Dotazione di parcheggi

N.T.A. art. art. 17:

a) medie strutture di vendita di prodotti non alimentari

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita:

 - 1 posto-auto ogni 40 mq. di superficie di vendita o frazione

- per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superfici di vendita:

 - 1 posto-auto ogni 25 mq. di superficie di vendita o frazione

a) medie strutture di vendita di prodotti alimentari

Art. 8 Area adiacente cimitero: scheda di intervento

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita:

1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita o frazione

- per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superfici di vendita:

1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita o frazione

Art. 9 Area Provinciale Mottaziana: scheda di intervento

1. Rappresentazione grafica

Piano Operativo Commercio tav. 7 - "Progetto Localizzazione insediamenti commerciali"

2. Strumenti urbanistici

P.S.C. Tav. 3, N.T.A. art. 45

R.U.E. Tav. 3B, N.T.A. artt. 33,34

3. Settore merceologico

Alimentare

4. Tipologia art. 4 commi 2 e 3

Medio piccola struttura di vendita

Esercizi di vicinato

Le possibilità concesse dal successivo art. 14, per gli esercizi di vicinato esistenti alla data di approvazione del presente Piano di Settore.

5. Standard urbanistici

N.T.A. R.U.E. artt. 33 e 34

Nuove Costruzioni

- Aree per parcheggio pubblico pari al 40% della Superficie utile (SuL)
- Aree per spazi collettivi pari al 60% della

Superficie utile (SuL) Ampliamenti

- Aree per parcheggio pubblico pari al 20% della Superficie utile (SuL)
- Aree per spazi collettivi pari a 80% della Superficie

utile (SuL) Cambi di destinazione (da altri usi)

- Aree per parcheggio pubblico pari al 20% della Superficie utile (SuL)
- Aree per spazi collettivi pari a 80% della Superficie utile (SuL)

6. Dotazione di parcheggi

N.T.A. art. 17:

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita alimentare:
 - 1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita o frazione
- per esercizi da 400 mq. fino a 800 mq. di superficie di vendita:
 - 1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita o frazione

Art. 10 Area Ospedale: scheda di intervento

1. Rappresentazione grafica

Piano Operativo Commercio Tav. 7) "Progetto Localizzazione insediamenti commerciali"

2. Strumenti urbanistici

Scheda normativa-progettuale di riferimento P.O.C. Scheda n. 04

3. Settore merceologico

Alimentare

4. Tipologia art. 4 comma 3

Medio piccola struttura di vendita

Esercizi di vicinato

Le possibilità concesse dal successivo art. 14, per gli esercizi di vicinato esistenti alla data di approvazione della variante al presente P.O.I.C (_____).

5. Standard urbanistici

N.T.A. P.O.C. art. 6

- aree per servizi primari: parcheggi mq. 40 per ogni 100 mq Superficie utile (SuL)
- aree per servizi collettivi: 60 mq. per ogni 100 mq. di Superficie utile (SuL)

6. Dotazione di parcheggi

N.T.A. art. 17 :

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita:
 - 1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita
o frazione
- per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superfici di vendita:
 - 1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita
o frazione

Art. 11 Area Andreoli: scheda di intervento

1. Rappresentazione grafica

Piano Operativo Commercio. Tav. 7 "Progetto Localizzazione insediamenti commerciali "

2. Strumenti urbanistici

Scheda normativa-progettuale di riferimento P.O.C. Scheda n. 02

3. Settore merceologico

Alimentare

Non Alimentare

4. Tipologia art. 4 commi 2 e 3

Medio piccola struttura di vendita

Esercizi di vicinato

Le possibilità concesse al successivo art. 14 per gli esercizi di vicinato esistenti alla data di approvazione della presente variante di Piano (_____)

5. Standard urbanistici

N.T.A. P.O.C. art. 6

- aree per servizi primari: parcheggi mq. 40 per ogni 100 mq Superficie utile (SuL)

- aree per servizi collettivi: 60 mq. per ogni 100 mq. di Superficie utile (SuL)

6. Dotazione di parcheggi

N.T.A. art. 17

a) medie piccole strutture di vendita di prodotti non alimentari:

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita:

1 posto-auto ogni 40 mq. di superficie di vendita
o frazione

- per esercizi da 400 mq. fino a 800 mq. di superficie di vendita:

1 posto-auto ogni 25 mq. di superficie di vendita
o frazione

N.T.A. art. 13

b) medie piccole strutture di vendita di prodotti alimentari:

- per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita:

1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita
o frazione

- per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superfici di vendita:

1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita
o frazione

Art. 12 Ampliamento degli esercizi

1. In relazione alle possibilità di sviluppo demografico di Borgonovo V.T., le strutture commerciali possono essere ampliate nei limiti dimensionali indicati all'art. 4 comma 3.

Art. 13 Trasferimento degli esercizi

1. Negozi di vicinato e medie strutture possono trasferirsi nell'ambito delle rispettive aree di insediamento previste dagli strumenti urbanistici.

Le medie strutture in particolare, non possono trasferirsi in aree destinate alla rete distributiva di vicinato.

Art. 14 Concentrazione e accorpamento

1. In relazione alla possibilità di sviluppo demografico, le strutture commerciali possono essere concentrate o accorpate nei seguenti limiti massimi:

- o non oltre 800 mq.

2. La concentrazione e l'accorpamento sono rilasciati nel rispetto delle seguenti condizioni:

- o punti vendita già dotati di tabelle di generi di largo e generale consumo (D.M. 4/8/1988 n. 375) e già autorizzati ai sensi della L. 11/06/1971 n. 426

- o concentrazione o accorpamento di almeno n. 4 esercizi di vicinato attivi a Borgonovo V.T.

- o in relazione alla popolazione, superficie finale non superiore alla somma dei limiti massimi del numero degli esercizi (150 per numero esercizi concentrati) e comunque non superiori rispettivamente a 800 mq.

- o impegno al reimpiego del personale con contratto di lavoro a tempo indeterminato.

3. Le autorizzazioni precedenti sono revocate.

Art. 15 Rapporti fra programmazione commerciale e urbanistica

Le strutture distributive sono subordinate al rispetto di tutte le norme contenute negli strumenti urbanistici P.S.C., R.U.E., P.O.C., adottati con delibera di C.C. n. 20/2005 e approvati con delibera di C.C. n. 23 del 25 maggio 2007.

Art. 16 Standard urbanistici

1. In materia di aree da cedere ad uso pubblico per standard urbanistici, si applicano le norme della L.R. n. 20/2000 con le seguenti precisazioni:

a) agli esercizi di vicinato ricompresi in ambiti prevalentemente residenziali sono applicabili le norme sugli standard indicate nelle N.T.A. di R.U.E. punto 5.1.1.a1, N.T.A. del P.O.C. scheda di intervento di appartenenza.

b) per le medio piccole strutture di vendita e per gli aggregati di vicinato si applicano le norme degli articoli 9, 10, 11, 12.

2. Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione e al consolidamento della rete preesistente, il Comune può prevedere la monetizzazione parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di aree per parcheggi pubblici e verde pubblico, nel rispetto dei limiti e condizioni definite dalla legislazione regionale in materia, nei seguenti casi: **a)** nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.R. n.14/1999 qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga prevalentemente a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purché gli interventi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e all'ampliamento di edifici preesistenti. Le dotazioni di cui al punto precedente sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

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

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

Art. 17 Dotazioni di parcheggi e aree pertinenziali

1. Parcheggi pertinenziali di uso comune: definizione e misure

I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o porzioni di aree o di costruzioni, adibiti al parcheggio di veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento. Nei parcheggi pertinenziali, le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a m. 2,5 x 4,8. Ai fini del rispetto della legge 24 marzo 1989 n. 122, la superficie convenzionale di un posto auto,

comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a mq. 25.

2. Localizzazione e organizzazione dei parcheggi pertinenziali di uso comune

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

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

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dai parcheggi pubblici e dalle aree a verde pubblico di cui al precedente art. 16, senza sovrapposizioni.

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

3. Caratteristiche tipologiche dei parcheggi pertinenziali

I parcheggi pertinenziali possono essere realizzati in superficie e alberati, oppure in soluzioni interrato o fuori terra, anche multipiano, secondo i limiti di edificazione stabiliti dal R.U.E. e dal P.O.C.

4. Dotazione minima di aree destinate a parcheggi pertinenziali per la clientela.

Il Comune stabilisce le dotazioni necessarie di parcheggi pertinenziali per la clientela, in relazione alle diverse tipologie di commercio e merceologie e in relazione alle diverse zone urbane:

a) esercizi di vicinato: vedi N.T.A. R.U.E. punto 5.1.1.a1, N.T.A. P.O.C. scheda di intervento di appartenenza; fermo restando che si deve trattare di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela;

b) medie piccole strutture di vendita di prodotti alimentari:

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

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

c) medie piccole strutture di vendita di prodotti non alimentari:

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

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

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

Art. 18 Casi di possibile riduzione delle dotazioni.

1. Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione e al consolidamento della rete preesistente, il Comune può richiedere dotazioni di parcheggi pertinenziali inferiori a quelle di cui al precedente art. 17 nei soli seguenti casi:

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

art. 17 sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

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

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

Art. 19 Posti per motocicli e biciclette

1. In aggiunta alle dotazioni prescritte di posti-auto, la strumentazione

urbanistica comunale può prescrivere adeguate dotazioni di posti per motocicli e per biciclette, con particolare riferimento alle medie strutture di vendita.

Art. 20 Accessibilità

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

2. I requisiti di accessibilità sono così definiti:

a) idoneità della collocazione rispetto alla gerarchia della rete viaria;

b) efficacia della collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e collettiva;

c) efficienza dell'innesto fra viabilità pubblica e privata.

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

4. Requisito a) collocazione rispetto alla gerarchia della rete viaria

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione:

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

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

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

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

a5. struttura accessibile direttamente da una strada a cui il P.S.C. assegna il ruolo di strade urbane di quartiere.

5. Le prestazioni richieste possono essere riconsiderate in sede di P.T.C.P. ovvero di Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L.R. n. 14/1999 in relazione alle caratteristiche di assetto del sistema insediativo e di assetto della rete viaria.

6. Requisito b) collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e

collettiva

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione decrescenti:

b1. collocazione presso una fermata di servizi di trasporto urbano collettivo, in posizione tale che il parcheggio pubblico realizzato dalla struttura di vendita come standard di urbanizzazione possa svolgere funzioni di parcheggio scambiatore per il raggiungimento del centro urbano;

b2. collocazione a meno di cento metri fra l'ingresso alla struttura e una fermata di servizi di trasporto urbano o suburbano collettivo a media o elevata frequenza.

Le prestazioni richieste possono essere precisate in sede di P.T.C.P. ovvero di Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L.R. n. 14/1999 in relazione alle caratteristiche di assetto del sistema insediativo e di assetto della rete di servizi di trasporto collettivo specifiche di ciascun bacino di utenza.

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

7. Requisito c) innesto fra viabilità pubblica e privata

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione decrescenti:

c1. innesto ad uso esclusivo della struttura di vendita senza intersezioni a raso;

c2. innesto canalizzato ad uso esclusivo della struttura di vendita con corsie di accelerazione, di decelerazione e di accumulo di lunghezza adeguata ai flussi di traffico attesi.

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

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

Per le medie strutture di vendita il livello di prestazione richiesto può essere precisato in sede di piano attuativo, anche con riferimento alla specifica localizzazione.

*. Per raggiungibile direttamente si intende in questo caso che fra la strada con le caratteristiche richieste e l'accesso ai parcheggi pertinenziali della struttura di vendita si percorre un raccordo stradale di lunghezza non superiore a

due chilometri, di sezione adeguata al traffico atteso, e senza attraversare zone urbane residenziali.

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

CAPITOLO III AUTORIZZAZIONI
COMUNICAZIONI

Art. 21 Autorizzazioni per medie strutture di vendita

1. Ai fini dell'apertura, trasferimento di sede o ampliamento di una media struttura di vendita l'interessato deve inoltrare, contestualmente alla domanda di autorizzazione commerciale, la relativa domanda di concessione edilizia (Permesso di costruire), ovvero Dichiarazione di Inizio Attività, facendo riferimento in ciascuna delle due istanze alla domanda collegata. Il rilascio della concessione edilizia può essere contestuale o successivo al rilascio dell'autorizzazione commerciale per media struttura di vendita.

2. Il rilascio dell'autorizzazione per media struttura di vendita è subordinato a:

- presentazione di domanda su modello Ministeriale "Mod. COM 2";
- presentazione di progetto tecnico illustrativo;
- al possesso da parte dell'interessato dei requisiti morali e professionali qualora trattasi di attività commerciale del settore alimentare, di cui all'art. 71 del D.Lgs n. 59/2010;
- al rispetto dei regolamenti comunali di polizia urbana ed igienico sanitaria.

3. Oltre ai suddetti criteri, il rilascio dell'autorizzazione per medie strutture di vendita è subordinata alla verifica dei requisiti urbanistici previsti dal P.S.C. approvato con deliberazione n. 17 del 21 maggio 2007.

Art. 22 Progetto tecnico-illustrativo

1. Il Progetto tecnico di cui all'art. 21 dovrà contenere i seguenti elementi essenziali:

- descrizione dell'area di intervento con indicati tutti i riferimenti relativi allo stato di fatto e allo stato di progetto;
- descrizione della struttura che si intende realizzare, riconvertire, ristrutturare, ampliare con la specificazione della distribuzione funzionali degli spazi (S.V., magazzini, uffici, ...);
- descrizione delle aree previste per i parcheggi distinti per classi di veicoli, nonché degli accessi e delle aree destinate ad operazioni di carico e scarico merci.

2. Al progetto tecnico illustrativo dovranno essere allegati, in duplice copia:

- elaborato grafico dell'intervento in scala 1:100 con legenda relativa ai layout delle diverse zone di intervento;
- elaborato grafico in scala 1:200 relativo alla sistemazione esterna, alla viabilità (flussi di merce e di persone), alle aree di carico e scarico, agli standard di parcheggio, verde pubblico e parcheggi pertinenziali;
- estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate dalla domanda di autorizzazione;
- previsione dei flussi di traffico a seguito dell'apertura della nuova struttura ed illustrazione delle soluzioni che si intendono adottare per il miglioramento della mobilità sulla rete viaria di riferimento;
- studio di impatto acustico.

Art. 23 Criteri per la valutazione di domande concorrenti

1. Si considerano concorrenti le domande, corredate della prescritta documentazione, pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria di una domanda del medesimo settore merceologico e tipologia dimensionale, e comunque non oltre il 70 giorno dei 90 fissati come termine ultimo per la conclusione del procedimento.

2. Nel caso di domande concorrenti si adotteranno i seguenti criteri di priorità. Per il settore alimentare e non alimentare, a domande che prevedono:

- maggior numero di occupati che si prevede di riassorbire nella struttura fra addetti dipendenti ed indipendenti, compresi i coadiuvanti, già inquadrati nel settore del commercio del comune di Borgonovo V.T. e dei comuni limitrofi;
- maggior numero totale di occupati;
- migliore soluzione urbanistica e minore impatto ambientale;
- maggiori possibilità di inserire l'insediamento nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale ex art. 8 L.R. 14/99;
- miglior accessibilità rispetto alla rete infrastrutturale esistente;
- dotazione di parcheggi superiore al minimo imponibile;

- attrezzamento di aree verdi ad uso pubblico;
- libero accesso delle aree di parcheggio di standard anche nelle ore di chiusura della struttura;
- disponibilità ad offrire servizi accessori (biglietteria per trasporti collettivi, servizio a domicilio gratuito per anziani, disponibilità di prodotti per diete particolari...);
- prossimità ai nodi di interscambio della viabilità collettiva;
- disponibilità di farmaci da banco e/o di automedicazione ;
- disponibilità a sottoscrivere contratti di fornitura a filiera corta con produttori operanti nel comune di Borgonovo Val Tidone o comuni limitrofi

Art. 24 Rilascio di autorizzazione dovuta

1. Costituisce atto dovuto, in base a quanto previsto dall'art. 13 della L.R. n. 14/99 il rilascio di autorizzazione:

- all'apertura nel rispetto dei requisiti urbanistici di una media struttura di vendita avente una superficie non superiore a 800 mq;
- all'aumento della superficie di vendita di una media struttura fino a 800 mq.

2. Il rilascio di autorizzazione è dovuto nel rispetto delle seguenti condizioni:

- che sia attuata la concentrazione o l'accorpamento di almeno 4 esercizi di vicinato che siano stati autorizzati ai sensi dell'art. 24 legge 426/71 per la vendita di generi di largo consumo;
- che il richiedente si impegni al re-impiego del personale occupato, con contratto di lavoro a tempo indeterminato, negli esercizi oggetto di accorpamento o concentrazione;
- che la superficie di vendita non superi la somma dei limiti previsti per gli esercizi di vicinato fissati in 150 mq, tenuto conto del numero di esercizi accorpato o concentrati.

Il rilascio dell'autorizzazione dovuta, comporta la revoca dei titoli autorizzati preesistenti.

ALLEGATI

- Legge Regionale 5 luglio 1999, n.14
Norme per la disciplina del commercio in sede fissa in attuazione del D.Lgs. 31 Marzo 1998, n.114.
- Delibera del Consiglio Regionale n. 1253 del 23.09.1999
" Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999, n. 14."
- Testo coordinato della D.C.R. n. 1253/1999 con le modifiche introdotte dalle DD.CC.RR. nn. 344/2002 – 653/2005 e dalla D.A.L. n. 155/2008
- Legge Regionale del 21.05.2007, n. 6
"Disposizioni in materia di distribuzione commerciale"
- Legge regionale 12 febbraio 2010 , n. 4
"Norme per l'attuazione della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno e altre norme per l'adeguamento all'ordinamento comunitario – Legge Comunitaria Regionale per il 2010" .