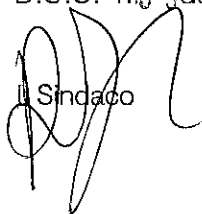


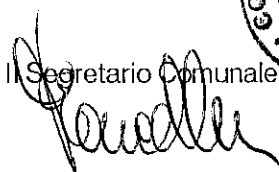
CRITERI URBANISTICO COMMERCIALI

AI SENSI DELL'ART. 8, COMMA 3 DEL D.LGS 114/98, DELL'ART. 4, COMMA 1 DELLA L.R. 28/99
E DELL'ART. 29, COMMA 3, PUNTO a) DELLA D.C.R. 24/03/2006 N. 59-10831

Adozione D.C.C. n. 5 del 16 MAR. 2009

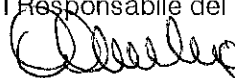
Il Sindaco


Il Segretario Comunale





Il Responsabile del procedimento



Allegato Normativo

progetto: dott. urb. Federico Tenconi

consulenza specialistica: dott. urb. Roberta Gasparini



AR/H	ORDINE DEGLI ARCHITETTI, PIANIFICATORI, PAESAGGISTI E CONSERVATORI PROVINCE DI NOVARA E VERBANO - CUSIO - OSSOLA
NV/O	PIANIFICATORE TERRITORIALE
sezione A/b	Federico Tenconi n° 1219

Agg. cartografico 30.11.2002

Marzo 2009

Questo elaborato è di proprietà dello Studio ed è protetto a termini di Legge

CRITERI URBANISTICO COMMERCIALI
AI SENSI DELL'ART. 29, COMMA 3, PUNTO a) DELLA DCR 24/03/06 N. 59-10831

ALLEGATO NORMATIVO

TITOLO I – CRITERI E INDIRIZZI GENERALI

- | | |
|---------------------------------|--------|
| 0) Premessa | pag. 2 |
| 1) Criteri e indirizzi generali | pag. 3 |

TITOLO II - DEFINIZIONI E STRUTTURE DELLA CONCORRENZA

- | | |
|--|--------|
| 2) Definizioni | pag. 5 |
| 3) Classificazione delle tipologie di strutture distributive | pag. 8 |

TITOLO III – CLASSIFICAZIONE E CRITERI PER L'ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

- | | |
|---|---------|
| 4) Classificazione dei comuni | pag. 9 |
| 5) Classificazione delle zone di insediamento commerciale | pag. 9 |
| 6) Compatibilità territoriale dello sviluppo | pag. 10 |
| 7) Criteri per il riconoscimento degli addensamenti commerciali | pag. 11 |
| 8) Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali | pag. 12 |
| 9) Destinazioni d'uso | pag. 13 |
| 10) Contestualità delle autorizzazioni commerciali e delle pratiche edilizie ai sensi del DPR 06/06/2001 n.380 <i>"Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia edilizia. (Testo A)"</i> | pag. 14 |

TITOLO IV - COMPATIBILITA' URBANISTICHE

- | | |
|--|---------|
| 11) Salvaguardia dei beni culturali e ambientali | pag. 16 |
| 12) Standard e fabbisogno di parcheggi | pag. 16 |
| 13) Verifiche dell'impatto sulla viabilità | pag. 18 |
| 14) Verifiche di impatto ambientale | pag. 18 |

TITOLO V - INTERVENTI DI SOSTEGNO AL COMMERCIO

- | | |
|--|---------|
| 15) Interventi per la valorizzazione e il potenziamento degli insediamenti commerciali | pag. 19 |
|--|---------|

consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio rappresentative a livello provinciale."

1) Criteri e indirizzi generali

1. **L'art. 8 del D.Lgs. n° 114/98** avente titolo "Medie strutture di vendita" al comma 3 recita "il Comune sulla base delle disposizioni regionali e degli obiettivi indicati all'art. 6, sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio, adotta i criteri per il rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1".

Il comma 1 del medesimo art. 8 prevede "l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie fino ai limiti di cui all'art. 4, comma 1 lettera e), di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per il territorio, anche in relazione agli obiettivi di cui all'art. 6 comma 1".

2. **L'art. 4 del D.Lgs. n° 114/98** "Definizioni e ambito di applicazione del decreto" al comma 1 lettera e) cita "Ai fini del presente decreto si intendono per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti".

Il punto d) del medesimo art. 4 recita "per esercizi di vicinato quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti".

3. **L'art. 6 del D.Lgs. 114/98** al comma 1 definisce gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali che persegue i seguenti obiettivi:

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore;
- b) assicurare nell'indicare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive;
- c) rendere compatibile l'impatto territoriale-ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzare la funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda i quartieri urbani degradati al fine di ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
- d) salvaguardare e riqualificare i centri storici anche attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti e il rispetto di vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
- e) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva nelle zone di montagna, rurali ed insulari anche attraverso la creazione di servizi commerciali polifunzionali e al fine di favorire il mantenimento e la ricostituzione del tessuto commerciale;
- f) favorire gli insediamenti commerciali destinati al recupero delle piccole e medie imprese già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali reali e con facoltà di prevedere a tale fine forme di incentivazione;
- g) assicurare, avvalendosi dei Comuni e delle Camere di Commercio, industria, artigianato ed agricoltura un sistema coordinato di monitoraggio riferito

TITOLO II - DEFINIZIONI E STRUTTURE DELLA CONCORRENZA

2) Definizioni

1. Per **commercio al dettaglio**, in conformità a quanto disposto dall'allegato A dell'art.1, comma 2, "Criteri urbanistico commerciali della Regione Piemonte" D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, in sede fissa s'intende l'attività svolta da chiunque, professionalmente, acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende su aree private direttamente al consumatore finale.

2. Per **esercizio commerciale**, in conformità a quanto disposto dall'allegato A dell'art.5, comma 3, D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, si intende il luogo fisicamente delimitato mediante pareti continue, separato, distinto e in nessun modo direttamente collegato ad altro adibito a superficie di vendita.

3. Per **superficie di vendita**, in conformità a quanto disposto dall'art.5, comma 1-2, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, di un esercizio commerciale al dettaglio in sede fissa si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, casse, scaffalature e simili. NON costituisce superficie di vendita quella destinata ai magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi; inoltre NON costituisce superficie di vendita, in conformità a quanto disposto dall'art.5, comma 9, D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, l'area che delimita le vetrine e le zone di passaggio ad esse antistanti, nei casi in cui si trovino sul fronte strada o siano integrate con spazi di passaggio comuni ad altri esercizi commerciali.

La superficie di vendita si determina per ciascun esercizio commerciale calcolando solo l'area coperta, interamente delimitata dai muri e al netto degli stessi, che costituisce la superficie lorda di pavimento ai fini del rilascio della concessione o dell'autorizzazione edilizia.

4. Ad **ogni esercizio commerciale**, in conformità a quanto disposto dall'art.5, comma 4, D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, corrispondono una sola superficie di vendita ed una sola comunicazione.

5. La **superficie di vendita annessa ad attività produttiva, industriale o artigianale**, in conformità a quanto disposto dall'art.5, comma 5, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, deve essere ricavata, in condizioni di sicurezza, nello stesso immobile nel quale avviene la produzione. Essa non deve superare, nei comuni con un numero minore di 10000 abitanti, quella massima prevista per gli esercizi di vicinato e cioè NON SUPERIORE a mq 150 di superficie di vendita ed è assoggettata al rispetto dello standard a parcheggio di cui all'art. 21 della L.R. 56/77 e s.m.i..

6. La **superficie espositiva**, in conformità a quanto disposto dall'art.5, comma 7, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, è la parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico accede, in condizioni di sicurezza, solo se accompagnato dagli addetti alla vendita e solo per prendere visione di prodotti non immediatamente asportabili; l'area di vendita è da essa separata e distinta da pareti continue.

7. La **superficie di vendita annessa ad esercizi commerciali che trattano esclusivamente merci ingombranti**, in conformità a quanto disposto dall'art.5, comma 6, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, dei quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobilifici, concessionarie auto, legnami, materiali per l'edilizia e simili) può essere limitata alla dimensione massima

unitariamente, a specifica destinazione d'uso commerciale, costituita da almeno due esercizi commerciali al dettaglio fatta salva la deroga di cui all'articolo 7, comma 2. Il centro commerciale può essere dotato di spazi e servizi comuni funzionali al centro stesso, che possono essere organizzati in superfici coperte o a cielo libero. **I centri commerciali sono così classificati:**

a) Centro commerciale classico

E' un insediamento commerciale costituito da un unico edificio, comprendente uno o più spazi pedonali, dai quali si accede ad una pluralità di esercizi commerciali al dettaglio integrati, eventualmente, da attività paracommerciali e di servizio e ricavato in area a destinazione d'uso commerciale al dettaglio. L'edificio è soggetto a concessione edilizia unitaria a specifica destinazione. Le singole autorizzazioni commerciali discendono da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente anche a un soggetto promotore, sulla base delle procedure stabilite dalla Giunta regionale, e nei tempi previsti dagli articoli 7 e 8 del d.lgs. 114/1998 e dall'articolo 29 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831.

b) Centro commerciale sequenziale

E' un insediamento commerciale costituito da uno o più edifici collegati funzionalmente da percorsi privati pedonali o veicolari ricavati in area a destinazione d'uso commerciale al dettaglio e pertanto non facenti parte di vie o piazze pubbliche, di cui al comma 1 bis, dai quali si accede a singoli esercizi commerciali o centri commerciali. I servizi accessori possono essere comuni all'intero complesso degli edifici. Il centro commerciale sequenziale è soggetto ad un'unica autorizzazione urbanistica nei casi previsti dall'articolo 26 della l.r. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio; nei casi non previsti dal citato articolo è soggetto a concessione edilizia che è rilasciata con le procedure previste per gli immobili destinati al commercio al dettaglio nonché dall'articolo 28 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831. Le singole autorizzazioni commerciali possono discendere da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente, anche a un soggetto promotore. La realizzazione della struttura può essere scaglionata nel tempo.

c) Centro commerciale naturale

E' una sequenza di esercizi commerciali e di altre attività di servizio, ubicati nelle zone di insediamento commerciale che l'articolo 12 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831 definisce addensamenti commerciali urbani ed extraurbani, che si affacciano, in prevalenza, su vie o piazze urbane e che possono costituirsi in forma associata e/o societaria, anche a capitale misto, per la gestione comune di servizi e di azioni di promozione e marketing. Nell'ambito delle proprie competenze, il comune può sottoscrivere un preciso programma unitario di attività promozionali. Le autorizzazioni commerciali sono separate, indipendenti e non discendono da un unico provvedimento generale. Pertanto la superficie di vendita complessiva non deve essere determinata. Le concessioni o autorizzazioni edilizie sono rilasciate separatamente ed autonomamente a ciascuna unità o complesso immobiliare.

d) Centro commerciale pubblico

E' rappresentato solo da mercati su area pubblica e da unità immobiliari predisposte per l'esercizio dell'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche disciplinata dal titolo X del decreto legislativo n. 114/1998.

12. Per **offerta commerciale**, in conformità a quanto disposto dall'art.7, comma 1, allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, si intende il complesso dei prodotti

TITOLO III – CLASSIFICAZIONE E CRITERI PER L'ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

4) Classificazione dei comuni

1. Ai sensi dell'art.11, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, il **Comune di Vespolate** della Provincia di Novara appartiene alla:

❖ RETE SECONDARIA

ed è classificato come:

❖ COMUNE MINORE

5) Classificazione delle zone di insediamento commerciale

1. In conformità a quanto disposto dall'art.12, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, le zone attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali sono individuate nell'ambito del comune così come classificato all'articolo 2 "Classificazione dei Comuni" delle presenti norme, e si distinguono in:

a) Addensamenti commerciali

Costituiti da porzioni del territorio urbano o extraurbano, percepite come omogenee e unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, paracommerciali ed assimilabili, ubicate l'una in prossimità dell'altra in un ambito a scala pedonale, nelle quali il consumatore trova un insieme organizzato ed integrato di offerta commerciale e di servizi.

b) Localizzazioni commerciali urbane non addensate ed urbano-periferiche non addensate

Sono singole zone di insediamento commerciale, urbane e urbano - periferiche, esistenti o potenziali, non costituenti addensamento commerciale.

2. Gli addensamenti commerciali e le localizzazioni commerciali compatibili nel **Comune di Vespolate** (Comune Minore), in base alla loro posizione rispetto al contesto urbano fisico e socioeconomico in cui sono inseriti, sono classificati come segue:

a) Addensamenti Commerciali:

❖ **A.1.** Addensamento storico rilevante

b) Localizzazioni Commerciali:

❖ Per chi ne abbia interesse, le localizzazioni commerciali urbane non addensate (**L1**) sono riconoscibili in fase di procedimento per il rilascio delle autorizzazioni commerciali, nel rispetto dei parametri di seguito riportati ai sensi dell'art.14 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831e nel rispetto dell'art. 24 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, nonché delle Norme di Attuazione del P.R.G.C. vigente.

3. I parametri e le norme di cui agli articoli 13 e 14 dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831 devono essere rispettati anche in sede di applicazione del decreto del Presidente della Repubblica 20 ottobre 1998, n. 447 (Regolamento recante norme di semplificazione dei procedimenti di autorizzazione per la realizzazione, l'ampliamento, la ristrutturazione e la riconversione di impianti produttivi, per

TABELLA 6 TIPO DI COMUNE: COMUNI MINORI						
TIPOLOGIA DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE VENDITA (mq)	ADDENSAMENTI			LOCALIZZAZIONI	
		A.1.	A.4.	A.5.	L.1.	L.2.
VICINATO	Fino a 150	SI	/	/	SI	/
M-SAM1	151-250	SI	/	/	SI	/
M-SAM2	251-900	SI	/	/	SI	/
M-SAM3	901-1500	NO	/	/	SI	/
M-SE1	151-400	SI	/	/	SI	/
M-SE2	401-900	SI	/	/	SI	/
M-SE3	901-1500	NO	/	/	SI	/
M-CC	151-1500	SI	/	/	SI	/
G-SM1	1501-4500	NO	/	/	NO	/
G-SM2	4501-7500	NO	/	/	NO	/
G-SM3	7501-12000	NO	/	/	NO	/
G-SM4	>12000	NO	/	/	NO	/
G-SE1	1501-3500	NO	/	/	NO	/
G-SE2	3501-4500	NO	/	/	NO	/
G-SE3	4501-6000	NO	/	/	NO	/
G-SE4	>6000	NO	/	/	NO	/
G-CC1	Fino a 6000	NO	/	/	NO	/
G-CC2	6001-12000	NO	/	/	NO	/
G-CC3	12001-18000	NO	/	/	NO	/
G-CC4	>18000	NO	/	/	NO	/

A1 = Addensamenti storici rilevanti

A.4 = Addensamenti commerciali urbani minori (o deboli)

A5 = Addensamenti commerciali extraurbani (arteriali)

L1 = Localizzazioni commerciali urbane non addensate

L2 = Localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate

NOTE:

(1) Solo nell'ambito dei centri commerciali compatibili con la presente tabella

(2) Fino a mq. 2.500 di vendita

7) Criteri per il riconoscimento degli addensamenti commerciali

1. In conformità a quanto disposto dall'art.13, D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, il **Comune di Vespolate** ha riconosciuto il seguente addensamento commerciale e **per la spiegazione delle scelte operate si rimanda all'allegato riguardante la Relazione Motivata**, ai sensi dell'art. 12 "Classificazione delle zone di insediamento commerciale" della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831.

A1 - Addensamenti storici rilevanti

Il Comune di Vespolate ha definito l' Addensamento Storico Rilevante (A1) integrando gli aspetti storico – testimoniali del centro storico con le attività commerciali ubicate nel nucleo antico e i servizi pubblici destinati all'intera cittadinanza.

LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANA NON ADDENSATA L1	PARAMETRO	PARAMETRI ORIGINALI
ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.1	mt. 500
numerosita' minima di residenti entro il raggio di cui al parametro y.1	X.1	500 residenti
distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro y.1	J.1	mt. 500
dimensione massima della localizzazione	M.1	mq. 10.000

- ❖ Il parametro X.1. "numerosita' minima di residenti entro il raggio di cui al parametro y.1" può essere modificato massimo del 20%;
- ❖ Il parametro M.1. "dimensione massima della localizzazione" NON può essere modificato. Si misura sommando tutte le aree a destinazione commerciale contigue, anche se risultano separate da spazi pubblici e/o da opere urbanizzazione primaria e secondaria;
- ❖ Le localizzazioni commerciali urbane non addensate (L1) sono aree intercluse nel tessuto residenziale, all'interno del centro abitato, e preferibilmente lambite o attraversate da assi viari di livello urbano.

3. Il **Comune di Vespolate** presenta delle caratteristiche commerciali ed urbanistiche che non permettono di riconoscere altre localizzazioni commerciali sul proprio territorio.

9) Destinazioni d'uso

1. In conformità a quanto disposto dall'art.24, allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, la destinazione d'uso commerciale, nell'ambito degli strumenti urbanistici generali e strumenti urbanistici esecutivi (SUE), è univoca e deve essere individuata in sede di adeguamento dei piani regolatori generali nel rispetto dell'articolo 8 della legge regionale 8 luglio 1999, n. 19 (Norme in materia edilizia e modifiche alla legge regionale 5 dicembre 1977, n. 56 'Tutela ed uso del suolo') secondo i seguenti principi:

a) il commercio al dettaglio è ubicabile nell'ambito degli addensamenti e delle localizzazioni commerciali senza alcuna specifica limitazione delle tipologie di strutture distributive compatibili; nelle altre zone del territorio urbanizzato il commercio al dettaglio è da consentire per la realizzazione degli esercizi di vicinato. Tale destinazione deve essere, di norma, integrata o al tessuto residenziale o alle attività produttive industriali, artigianali, al terziario non pubblico e al commercio all'ingrosso. Ai sensi dell'articolo 26, primo comma, lettera f) della l.r. 56/1977, come sostituita dalla legge regionale sul commercio, sono compresi nella destinazione d'uso commerciale i pubblici esercizi, l'artigianato e le attività terziarie al servizio della persona;

3. Le pratiche edilizie per le medie strutture di vendita sono rilasciate, dopo l'avvenuta approvazione dell'adeguamento degli strumenti urbanistici, o per effetto delle norme sostitutive di cui all'articolo 30 "Norme sostitutive nel caso di inerzia da parte dei comuni" della DCR 24/03/2006 n. 59-10831, nel rispetto delle presenti norme e dell'articolo 26 della legge regionale n. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio.

4. I comuni, dall'entrata in vigore della presente normativa, approvano gli strumenti urbanistici esecutivi e rilasciano pratiche edilizie nel rispetto delle norme e delle tabelle di compatibilità di cui all'articolo 17 dell'Allegato A della DCR 24/03/2006 n. 59-10831.

5. I comuni possono derogare alle norme e alle tabelle di compatibilità di cui all'articolo 17 dell'Allegato A della DCR 24/03/2006 n. 59-10831 solo nel caso in cui sia necessario dare esecuzione a strumenti urbanistici esecutivi approvati e con convenzione sottoscritta prima dell'entrata in vigore della l.r. 28/1999, che contengano specifici riferimenti alla superficie di vendita.

con accessi separati e con destinazione d'uso specifica, altre attività (residenze, uffici, impianti e attrezzature per il tempo libero, artigianato al servizio delle persone e delle imprese, e simili), la loro superficie utile lorda genera lo standard specifico stabilito dall'articolo 21 della l.r. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio, da reperire e da considerare separatamente dal fabbisogno e dallo standard calcolato per le superfici commerciali ed assimilate.

3. La realizzazione in una zona di insediamento commerciale di una multisala cinematografica, con una capienza superiore a 1300 posti, autorizzata ai sensi del decreto ministeriale 29 settembre 1998, n. 391 (Regolamento recante disposizioni per il rilascio di autorizzazione per l'apertura di sale cinematografiche, ai sensi dell'articolo 31 della legge 4 novembre 1965, n. 1213, e successive modificazioni), o ai sensi della legge regionale 28 dicembre 2005, n. 17 (Disciplina della diffusione dell'esercizio cinematografico del Piemonte), determina un fabbisogno aggiuntivo a quello derivante dall'applicazione del comma 2 pari ad 1 posto auto ogni dieci mq. di superficie utile lorda di pertinenza della suddetta multisala cinematografica.

4. Per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture, compresi i centri commerciali, la cui dimensione sia conforme alle tabelle di compatibilità dello sviluppo ai sensi dell'art. 17 della DCR 24/03/2006 n. 59-10831, localizzati nell'addensamento storico rilevante (A1) non è richiesto il soddisfacimento di fabbisogno di posti richiesto dalla successiva tabella.

5. Il fabbisogno totale di posti a parcheggio è calcolato secondo i parametri della tabella che segue. Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq.) di ciascun posto a parcheggio è pari a:

- a) 26 mq., comprensivi della viabilità interna e di accesso, qualora situati al piano di campagna;
- b) 28 mq., comprensivi della viabilità interna e di accesso, qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.

6. Per le nuove aperture, gli ampliamenti, i trasferimenti di esercizi commerciali, dovrà verificarsi la dotazione del fabbisogno secondo i criteri prima indicati.

7. La quota di posti a parcheggio e relativa superficie non soggetta alle norme dell'art. 21, primo e secondo comma, della L.R. 56/77 s.m.i., è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'art. 2 della Legge n. 122/1989. I parcheggi e le autorimesse private devono essere individuati in sede di rilascio dei permessi di costruire pena l'illegittimità dell'atto e concorrono al rispetto del fabbisogno totale di posti auto.

8. Per i centri commerciali al cui interno sono previsti pubblici esercizi o impianti destinati allo svago e al tempo libero, per una superficie utile complessiva non superiore al 20 per cento della superficie di vendita del centro, il fabbisogno di posti a parcheggio e la relativa superficie non subisce incrementi. Per superfici eccedenti il suddetto 20 per cento è stabilito un incremento di 1 posto a parcheggio ogni 20 mq.

9. Tutte le attività commerciali ubicate nelle localizzazioni commerciali urbane (L1) devono dimostrare, oltre alla disponibilità di parcheggi, così come prevista all'articolo 25 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, anche quella di cortili destinati alla movimentazione delle merci e di aree di sosta per gli automezzi pesanti in attesa di scarico. Tali aree aggiuntive non devono interferire con il sistema dei posti auto riservati alla clientela e al personale dipendente e devono essere servite da viabilità

TITOLO V - INTERVENTI DI SOSTEGNO AL COMMERCIO

15) Interventi per la valorizzazione e il potenziamento degli insediamenti commerciali

1. L'Amministrazione comunale può promuovere la realizzazione di progetti e programmi anche di natura urbanistica ed edilizia, volti alla riqualificazione del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana locale.

2. Con apposito provvedimento l'Amministrazione Comunale, anche sulla base del parere delle associazioni delle imprese e dei consumatori, potrà adottare i seguenti strumenti di intervento:

- Progetti di qualificazione urbana (PQU);
- Progetti integrati di rivitalizzazione (PRI);
- Progetti di centri commerciali naturali (CCN).

Progetti di qualificazione urbana (PQU)

1. *In conformità a quanto stabilito dall'art. 18 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831*, i comuni oltre alla delimitazione motivata delle zone di insediamento commerciale, promuovono la realizzazione di progetti e programmi, anche di natura urbanistico - edilizia, volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine, dell'identità urbana e della riqualificazione urbana.

Progetti integrati di intervento (PRI)

1. *In conformità a quanto stabilito dall'art. 19 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831*, sono considerate realtà urbane minori, nelle quali è necessario promuovere e incentivare interventi idonei a conseguire la rivitalizzazione del servizio commerciale, particolarmente per quanto concerne l'offerta di prima necessità, i comuni con meno di 3.000 abitanti, o le frazioni o le parti omogenee del territorio comunale urbanizzato con meno di 3.000 abitanti, o i quartieri di edilizia residenziale pubblica, caratterizzati da condizioni di marginalità economica e/o dei servizi, privi di commercio alimentare nel raggio di mt. 500.

Progetti di centri commerciali naturali (CCN)

1. *In conformità a quanto stabilito dall'art. 6 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831*, il *Centro Commerciale Naturale* è una sequenza di esercizi commerciali e di altre attività di servizio, ubicati nelle zone di insediamento commerciale che l'articolo 12 della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831 definisce addensamenti commerciali urbani ed extraurbani, che si affacciano, in prevalenza, su vie o piazze urbane e che possono costituirsi in forma associata e/o societaria, anche a capitale misto, per la gestione comune di servizi e di azioni di promozione e marketing.

2. Nei centri commerciali naturali gli operatori possono sfruttare le sinergie associandosi, perseguendo la finalità di migliorare i servizi resi al consumatore. La creazione dei centri commerciali naturali può basarsi sulla promozione e sulla pubblicità dei centri, sulla realizzazione di punti di informazione, sull'animazione dei bambini e sull'assistenza post - vendita.

3. Il promotore del progetto del centro commerciale naturale può sottoporre all'Amministrazione Comunale un progetto complessivo, prendendo in considerazione, oltre alle iniziative di promozione e di marketing, interventi di riqualificazione e di miglioramento della qualità dell'arredo urbano dello spazio pubblico.

4. Nell'ambito delle proprie competenze, il comune può sottoscrivere un preciso programma unitario di attività promozionali e approvare, con apposito atto deliberativo, il progetto e la convenzione, in cui definire i tipi di interventi da

