

**STUDIO PIANIFICAZIONE DISTRIBUTIVA**  
**Dr. GUALTIERO TONELLA**  
Via Roma, 24  
21018 SESTO CALENDE (VA)  
3496820012 - 3479672371 - TEL E FAX 0523947261

**COMUNE DI**  
**PALAGIANELLO**  
(Provincia di Taranto)

**NORME DI PROGRAMMAZIONE**  
**PER LE ATTIVITA' COMMERCIALI**

---

L. R. 1 agosto 2003 n. 11

**Approvato con DCC n.8 del 18/3/2010**

## INDICE

1.	INTRODUZIONE	pag.	3
2.	CARATTERISTICHE DI PALAGIANELLO	pag.	5
3.	ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA	pag.	7
3.1	Generalità	pag.	7
3.2	Commercio al dettaglio in sede fissa	pag.	7
3.2.1	Numero dei punti vendita e superficie di vendita	pag.	7
3.2.2	Rapporti popolazione/rete distributiva	pag.	8
3.2.3	Medie e grandi strutture dell'area	pag.	10
3.3	Il commercio su aree pubbliche	pag.	11
4.	CONSIDERAZIONI DI SINTESI SULLA SITUAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA	pag.	13
5.	PROGRAMMAZIONE	pag.	14
5.1	Sviluppo demografico, urbanistico	pag.	14
5.2	Reddito, consumi e flussi d'acquisto	pag.	15
5.3	Tendenze generali della rete distributiva in Italia	pag.	20
5.4.	Linee di programmazione regionale	pag.	22
5.5.	Obiettivi di programmazione comunale	pag.	24
	NORME E DIRETTIVE	pag.	26

## 1. INTRODUZIONE

Il concetto di programmazione commerciale è stato introdotto dalla Legge 11 giugno 1971 n. 426, la quale prescriveva che i Comuni elaborassero un Piano di sviluppo e di adeguamento della rete di vendita al fine di favorire una più razionale evoluzione della struttura distributiva.

Il Piano doveva prefiggersi alcuni obiettivi fondamentali:

- determinare il limite massimo di superficie della rete di vendita per generi di largo e generale consumo (tabelle I, Ia, II, VI, VIII e IX)
- determinare la superficie minima dei punti vendita in modo da tendere al graduale conseguimento di una più ampia dimensione media
- promuovere e favorire lo sviluppo dei punti di vendita che adottino moderne tecniche di distribuzione.

Dopo quasi 30 anni la disciplina della Legge 426 è stata riformata dal D. Lgs. 31 marzo 1998 n. 114 che prevede:

- riduzione da 14 tabelle a 2 soli settori merceologici: alimentare e non alimentare
- 3 tipologie degli esercizi: di vicinato, medie strutture e grandi strutture (in base a parametri di vendita variabili secondo la dimensione abitativa dei comuni)
- semplice comunicazione al Comune di apertura, trasferimento e ampliamento per gli esercizi di vicinato
- autorizzazione comunale per le medie strutture
- conferenza di servizi (Regione, Provincia, Comune) per l'autorizzazione a grandi strutture
- competenza delle Regioni a definire gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali secondo particolari obiettivi
- competenza delle Regioni a definire i criteri di pianificazione urbanistica commerciale (aree da destinare a insediamenti commerciali e in particolare a medie e grandi strutture di vendita; spazi per parcheggio, centri storici, arredo urbano ...).

In attuazione del D. Lgs. 114/98 la Regione Puglia ha emanato:

- Legge Regionale 4 agosto 1999 n. 24 e successive integrazioni:
  - ♦ L.R. 15 dicembre 2000 n. 27
  - ♦ L.R. 24 luglio 2001 n. 1
- Regolamento Regionale 20 marzo 2001 n. 4
- Regolamento Regionale 28 gennaio 2003 n. 1.

La Legge Costituzionale 18 ottobre 2001 n. 3 ha modificato il Titolo V della Costituzione trasferendo alle Regioni la potestà legislativa in materia di commercio; la Regione Puglia ha emanato:

- L.R. 1 agosto 2003 n. 11 "Nuova disciplina del commercio"
- R.R. 30 giugno 2004 n. 1 "Procedure per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita"
- R.R. 1 settembre 2004 n. 2 "Obiettivi di presenza e di sviluppo per le grandi strutture di vendita".

Il cosiddetto Decreto Bersani (Decreto Legge 4 luglio 2006 n. 223 "Misure urgenti per lo sviluppo, la crescita e la promozione della concorrenza e della

competitività, per la tutela dei consumatori e la liberalizzazione di settori produttivi”, convertito con modifiche nella Legge 4 agosto 2006 n. 248) ha dettato nuove regole nel settore della distribuzione commerciale, inclusa la somministrazione di alimenti e bevande, eliminando i seguenti limiti e prescrizioni:

- iscrizioni a registri abilitanti o possesso di requisiti professionali soggettivi (esclusi quelli riguardanti la tutela della salute e igienico-sanitaria degli alimenti)
- rispetto di distanze minime fra esercizi
- limitazioni quantitative all’assortimento merceologico
- rispetto di quote di mercato o di vendita
- divieti generali a vendite promozionali (se non prescritti dal diritto comunitario)
- autorizzazioni preventive e limitazioni temporali a vendite promozionali, tranne che nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione
- divieto o autorizzazione preventiva per il consumo immediato dei prodotti di gastronomia in esercizi di vicinato.

Sono abrogate le disposizioni legislative e regolamentari statali incompatibili con le nuove norme.

Le Regioni e gli Enti Locali devono adeguare e proprie disposizioni legislative e regolamentari alle nuove norme; la Regione Puglia vi ha provveduto con:

- R.R. 12 gennaio 2007 n. 1 “Requisiti e procedure per l’insediamento di medie e grandi strutture di vendita”
- R.R. 12 gennaio 2007 n. 2 “Modalità di effettuazione delle vendite straordinarie”
- R.R. 12 gennaio 2007 n. 3 “Modalità di organizzazione, durata e materie dei corsi professionali”
- L.R. 28 dicembre 2006 n. 39.

La L.R. 1 agosto 2003 n. 11 “Nuova disciplina del commercio” ha subito modifiche e integrazioni con la L.R. 7 maggio 2008 n. 5:

- ridefinizione dei settori merceologici, delle modalità insediative e delle superfici massime
- istituzione e promozione dei distretti urbani del commercio
- nuove disposizioni per gli orari e per aperture/chiusure
- assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali
- forme speciali di vendita al dettaglio e a domicilio
- criteri per i Comuni a economia turistica e città d’arte.

## 2. CARATTERISTICHE DI PALAGIANELLO

Palagianello è un comune di piccole dimensioni localizzato nell'area occidentale-costiera della provincia di Taranto.

Il territorio comunale confina:

- a nord con Mottola
- a est con Palagiano
- a ovest con Castellaneta.

Urbanisticamente il comune è costituita da un abitato centrale che si è sviluppato attorno al centro storico originario, prolungandosi fino alla nuova linea ferroviaria e ad un'area a economia agricola che si estende a mezzogiorno.

Amministrativamente il comune era stato collocato dalle disposizioni regionali precedenti la nuova L.R. 11/2003 nella sub-area provinciale 24 di Massafra che comprendeva i comuni di Massafra, Mottola, Castellaneta, Crispiano, Ginosa, Laterza, Montemesola, Palagiano e che anche attualmente costituisce l'area gravitazionale principale di Palagianello.

Il comune appartiene al Comprensorio delle Gravine, che morfologicamente si estende da Matera a Grottaglie e che raccoglie i resti della civiltà rupestre, testimoniata da cripte e chiese con affreschi risalenti al XII-XIII secolo: nella Gravina sono ben 8 le chiese rupestri che costituiscono un richiamo turistico, culturale, oltre che naturale per la presenza di flora e fauna uniche.

Le attrattive turistiche di Palagianello sono costituite da:

- Parco Naturale Attrezzato (che comprende il parcheggio caravan, la piscina comunale e il parco giochi per bambini) con la pineta di pini d'Aleppo, la Gravina con i suoi sentieri recentemente ristrutturati, il villaggio trogloditico, la cappella della Madonna delle Grazie e la parte dell'insediamento rupestre
- Centro Storico con i suoi monumenti
- Castello Stella Caracciolo, imponente
- 17 masserie storiche, testimonianza della civiltà rurale locale.

L'economia locale è proiettata verso il turismo, con il restauro del Castello Stella Caracciolo e con lo sviluppo di forme ricettive innovative (b&b, ospitalità domestica...), mentre il settore agricolo riveste ancora un'importanza fondamentale con i prodotti tipici locali: olio d.o.p., vino, clementina i.g.p. tipica del golfo di Taranto.

A Palagianello si svolgono diverse manifestazioni religiose, culturali e ricreative che attraggono numerosi visitatori dall'esterno, le più importanti: Festa patronale della Madonna delle Grazie (lunedì di Pasqua); eventi d'estate (notte da vivere...), Fiera di San Martino.

L'insieme dei comuni dell'area in cui si trova Palagianello costituisce un aggregato abitativo di 89.000 abitanti, circa 200 in più rispetto al 1997.

TAVOLA 1 - POPOLAZIONE AREA INTERCOMUNALE 2008

Comuni	Abitanti
PALAGIANELLO	7.892
Mottola	16.365
Castellaneta	17.258
Palagiano	15.775
Massafra	31.723
TOTALE AREA	89.013

Rispetto a 10 anni la popolazione residente a Palagianello è aumentata di 393 abitanti.

TAVOLA 2 - DINAMICA DELLA POPOLAZIONE

Anni	Abitanti
1981	6.395
1991	7.136
1997	7.506
2001	7.606
2005	7.772
2006	7.855
2007	7.855
2008	7.909
2009	7.899

Palagianello è inserito in un sistema di comunicazioni integrato costituito da:

- S.S. 7 per Taranto-Matera-Roma via Appia
- S.S. 100 Taranto-Bari
- S.S. 106 Taranto-Calabria
- autostrada A14 Bologna-Bari-Taranto
- linea Trenitalia Taranto-Bari.

### 3. ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA

#### 3.1 Generalità

A marzo 2009 la rete distributiva di Palagianello è costituita da:

- 118 punti vendita al dettaglio
- 2 farmacie
- 2 distributori di carburanti
- 110 operatori presenti al mercato settimanale
- 15 banchi mercatini rionali.

#### 3.2 Commercio al dettaglio in sede fissa

##### 3.2.1 Numero punti vendita e superficie di vendita

I negozi classificati in base all'attività prevalente sono riportati nella tavola 3.

TAVOLA 3 - RETE DISTRIBUTIVA

Punti vendita	Vicinato	Medie strutture locali M1	TOTALE
Generi	V		
ALIMENTARI	40	1	41
NON ALIMENTARI	77		77
Beni per la persona	24		24
Beni a basso impatto urb.	15		15
Altri beni	38		38
TOTALE	117	1	118
Superficie	Vicinato	Medie strutture locali M1	TOTALE
Generi	V		
ALIMENTARI	1.924	350	2.274
NON ALIMENTARI	4.436		4.436
Beni per la persona	1.075		1.075
Beni a basso impatto urb.	1.090		1.090
Altri beni	2.271		2.271
TOTALE	6.360	350	6.710

La situazione si presta alle seguenti osservazioni:

- al mercato coperto di via Gramsci sono presenti 1 esercizio alimentare e 1 pescheria
- il 55% della rete è costituito da negozi di generi di largo consumo (35% alimentari + 20% abbigliamento e beni per la persona); la loro superficie di vendita costituisce il 50% di quella complessiva (34% alimentari + 16% abbigliamento e beni per la persona)
- le strutture di medie dimensioni sono solo 1, di tipo locale; non sono presenti medie strutture attrattive e grandi strutture

- vi sono poi 35 produttori agricoli, di cui 17 con proprio locale distinto di vendita, 7 artigiani, di cui 2 di prodotti caseari e 4 di prodotti da forno, 1 gelateria e 3 focaccerie/pizzerie; il settore alimentare è ben provvisto di operatori.

TAVOLA 4 - SUPERFICIE MEDIA

Punti vendita	Mq
Alimentari	55,5
Non alimentari	57,6
TOTALE	56,8

### 3.2.2 Rapporti popolazione/rete distributiva

Per valutare la situazione della rete distributiva si calcolano due parametri significativi: abitanti per punto vendita e superficie di vendita per 1.000 abitanti.

TAVOLA 5 - RAPPORTI POPOLAZIONE/RETE DISTRIBUTIVA

Zone	Abitanti per punto vendita			Superficie di vendita per 1.000 abitanti		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
PALAGIANELLO	192	104	67	288	561	849
Provincia di Taranto	270	118	82	...	...	...
Regione Puglia	274	116	82	290	680	970
Mezzogiorno	236	110	76	290	635	925
ITALIA	300	120	86	275	670	945

Per ogni punto vendita a vi sono a Palagianello 67 abitanti, 192 per ogni punto alimentare e 104 per ogni punto non alimentare.

Gli indici di Palagianello si discostano significativamente da quelli medi provinciali/regionali (a un indice superiore corrisponde un numero di punti vendita inferiore e viceversa); il numero dei punti vendita di Palagianello rispetto a provincia e regione è:

- complessivamente superiore del 18%
- nel settore alimentare superiore del 30%
- nel settore non alimentare superiore di circa il 12%.

Secondo le medie provinciale e regionale a Palagianello dovrebbero esservi:

- 29 punti vendita alimentari

- 68 punti vendita non alimentari
- 97 in totale, contro i 118 esistenti.

I dati confermano la nota limitatezza dalle medie strutture di vendita e la forte presenza di negozi tradizionali di dimensioni contenute.

### 3.2.3 Medie e grandi strutture dell'area

La situazione della rete distributiva risente del potere di attrazione commerciale di Taranto e delle strutture di grandi dimensioni presenti nell'area barese.

A Palagianello vi è 1 sola media struttura.

TAVOLA 6 - MEDIE STRUTTURE DI PALAGIANELLO

	Mq	Tipologia
ALIMENTARI Doc Giandomenico	350	M1 Media struttura locale
NON ALIMENTARI ...		

Le strutture di grandi dimensioni dell'area sono localizzate a:

#### TARANTO

Città Mercato Auchan, 15.417 mq (6.690 iper)

IperCoop, 14.000 mq (8.500 iper)

Iper Gum, 3.750 mq

Iper Gum, 2.750 mq

BricoCenter, 3.000 mq

Coin, 4.037 mq

#### GIOIA DEL COLLE

C.C. Coop, 3.000 mq + galleria di negozi

#### CASAMASSIMA

CC Auchan, 14.000 mq

Leroy Merlin, 7.000 mq

Decathlon, 3.086 mq

Coin, 3.000 mq.

Nei comuni vicini di Palagiano, Castellaneta e soprattutto Mottola (Sidis, Appia discount, Maxy market, Penny market, Rella mobili) si trovano numerose strutture di medie dimensioni.

### 3.3 Il commercio su aree pubbliche

Il commercio su aree pubbliche riveste ancora a Palagianello una notevole funzione distributiva, soprattutto per il mercato settimanale del venerdì, per i mercatini rionali giornalieri e per la Fiera di San Martino.

Al mercato settimanale sono presenti 110 banchi, di cui 33 alimentari e 77 di generi non alimentari.

#### 1. MERCATO SETTIMANALE

Area mercato	Giorno	Alimentari	Produttori agricoli	Non alimentari	TOTALE
Via Margherita, via dello Sport, via Cavour, via dei Tulipani, via Manzoni	venerdì	13	20	77	110
ORARI					
Occupazione posteggi: 07.00-08.00					
Vendita: 08.00-14.00					
Sgombero posteggi: 14.00-15.00					
Suddivisione area mercato		Numero posteggi	Mq		
A. ALIMENTARI		33	510		
alimentari, frutta, verdura, pollame					
categorie 1, 2, 3, 4, 5, 6		13	350		
produttori agricoli		20	160		
B. NON ALIMENTARI		77	2.210		
B1 abbigliamento cat. 7, 8, 9, 10, 11		60	1.650		
B2 calzature pelletteria cat. 12, 13, 14, 15, 16		11	380		
B3 attrezzature agricoltura cat. 18, 19		3	72		
B4 prodotti casa cat. 17, 20, 21, 22		3	108		
TOTALE		110	2.720		

Il 5% dei posteggi complessivi è riservato a soggetti portatori di handicap e/o ad associazioni di commercio equo e solidale

Delimitazione di posteggi	Fronte min-max	Profondità min-max
A. ALIMENTARI	5-10	3-5
B. NON ALIMENTARI	5-10	3-5
B1 abbigliamento	5-10	3-5
B2 calzature pelletteria	5-10	3-5
B3 attrezzature agricoltura	5-10	3-5
B4 prodotti casa	5-10	3-5

Gli spazi di posteggio dovranno mantenere tra loro un intervallo di passaggio di 1,20 metri non occupabile nemmeno temporaneamente

## 2. MERCATI RIONALI

	Frequenza	Posteggi
Via Mottola	lunedì	4
Via dello Sport	lunedì	4
Vico ferrovia	giornaliera	7
TOTALE		15
ORARI		
Occupazione posteggi:	07.00-08.00	
Vendita:	08.00-14.00	
Sgombero posteggi:	14.00-15.00	

## 3. FIERE

Denominazione	Area	Data	Numero posteggi
Fiera di San Martino	via Gramsci, via Matteotti, via Cavour, via Salvemini, via Ligabue, via delle Magnolie, via Braccianti di Avola	seconda domenica di novembre	180 *

\* numerati progressivamente a partire da via Giulio Cesare angolo via Gramsci

\* orario di vendita: 08.00 – 20.00

#### **4. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE SULLA SITUAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA**

Dall'analisi svolta nei capitoli precedenti si possono trarre le seguenti considerazioni di sintesi:

- Palagianello è un comune di piccole dimensioni localizzato in un importante sistema di viabilità e di comunicazione
- la popolazione residente è in lento ma costante aumento
- la rete distributiva è costituita da un numero elevato di punti vendita, 118 di cui 117 di vicinato; esiste 1 sola media struttura di generi alimentari
- commercialmente la rete risente dell'attrazione delle strutture di grandi dimensioni dell'area tarantina e barese
- le attività su aree pubbliche svolgono, soprattutto per i generi di largo consumo, una importante funzione distributiva per il mercato settimanale, i mercatini rionali e la fiera di San Martino.

## 5. PROGRAMMAZIONE

Per determinare con un certo equilibrio le ipotesi di sviluppo quali-quantitativo della rete distributiva, occorre fare alcune premesse sulle prospettive di sviluppo demografico e residenziale, di incremento dei consumi, del flusso di acquisto da e per il Comune, nonché sulla situazione attuale della rete distributiva.

### 5.1 Sviluppo demografico e urbanistico

Gli strumenti urbanistici vigenti (PUG, PUE) perseguono le seguenti finalità:

#### *Settore primario*

- salvaguardia e valorizzazione delle aree a maggiore potenzialità agricola
- incentivazione delle attività di trasformazione dei prodotti agricoli
- incentivazione delle attività agrituristiche e di turismo rurale

#### *Settore secondario*

- direttrice di sviluppo di aree artigianali e industriali dotate di servizi, a su della SS 7 Appia

#### *Settore terziario*

- aree per medie e grandi strutture di vendita
- piccole aree attrezzate (integrate alla struttura abitativa e alle aree per artigianato e piccola industria), attività per il turismo, servizi alla produzione e strutture ricettive

#### *Settore abitativo*

- salvaguardia e valorizzazione del Centro Storico
- incentivazione delle ristrutturazioni delle zone di completamento
- recupero dei vuoti urbani dovuti allo spostamento della ferrovia
- rivisitazione delle aree di sviluppo
- verifica della volumetria esistente e realizzabile nelle aree libere.

Sono poi previsti interventi:

- sulla mobilità
- su infrastrutture e attrezzature a verde e per lo sport
- su infrastrutture e impianti tecnologici
- sulla tutela e valorizzazione paesaggistica.

Più in particolare, il PUG prevede:

- popolazione residente al 2018: 8.791 abitanti, 892 in più rispetto a inizio 2009 (orientativamente, a breve termine, 4-5 anni, in base alle previsioni di sviluppo edilizio la popolazione potrà raggiungere 8.300-8.400 residenti)
- nuove aree per attività produttive: industriali (211.701 mq per 240 addetti); artigianali (18.550 mq per 30 addetti); commerciali e direzionali (50.122 mq per 173 addetti); in totale 280.373 mq con l'impiego di 443 addetti.

Per il settore turistico, nei prossimi anni è previsto:

- completamento del restauro del castello Stella Caracciolo, con trasformazione a attività ricettiva (80 camere) e a contenitore di attività turistiche e culturali
- completamento del programma *hospitis* per 100 camere totali (30 già attive)
- interventi sul villaggio rupestre e sul parco naturale attrezzato
- nuovo svincolo autostrada A14.

## 5.2 Reddito, consumi e flussi d'acquisto

Trascorso l'attuale periodo recessivo, dal 2010 in avanti le linee di tendenza della struttura dei consumi degli abitanti di Palagianello e della sua area territoriale riprenderanno la naturale tendenza alla diminuzione relativa dei consumi alimentari di prima necessità e il conseguente aumento dei consumi non alimentari più qualificati e di tipo medio-elevato.

In termini "reali" negli ultimi anni si sono verificate le seguenti variazioni.

TAVOLA 7 - DINAMICA DEI CONSUMI REALI NEL MEZZOGIORNO (%)

Generi	1990	1991	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alimentari	+ 9,1	+ 3,7	- 4,2	+ 2,0	- 4,0	+ 3,1	+ 3,0	- 2,7	- 1,9	+ 2,3	- 0,1
Abbigliamento	+ 3,6	+ 2,8	- 8,1	+ 4,8	- 0,3	- 2,5	- 3,0	- 5,6	- 1,4	...	...
Non alimentari	+ 6,4	+ 6,7	- 3,1	+ 2,2	- 7,3	- 2,6	+ 2,2	- 0,8	- 1,9	- 0,8	- 1,2
TOTALE	+ 6,8	+ 5,0	- 3,4	+ 2,1	- 6,6	- 1,0	+ 2,4	- 1,0	- 1,9	- 0,1	- 0,9

I consumi dipendono prevalentemente dal reddito disponibile.

TAVOLA 8 - REDDITO DISPONIBILE PRO-CAPITE (euro)

	1996	2000	2001	2002	2007	2008	2009 stima	Δ % 09-96
Provincia di Taranto	8.205	9.380	10.081	10.279	13.507	14.107	14.432	+ 75,9
Regione Puglia	8.534	9.435	9.916	10.113	13.278	13.867	14.182	+ 66,2
ITALIA	11.800	13.196	13.734	13.968	17.672	18.422	18.827	+ 59,5

Nel 2008 per reddito pro-capite la regione Puglia è al penultimo posto in Italia, seguita dalla Campania e preceduta dalla Sicilia; la provincia di Taranto (14.107 euro) è al secondo posto in Puglia dopo Bari (14.124 euro).

TAVOLA 9 - REDDITO NETTO DISPONIBILE PRO-CAPITE: CONFRONTO REGIONALE 2008

Regioni	Euro	Indice
---------	------	--------

Emilia-Romagna	22.507	123
Valle d'Aosta	21.833	119
Lombardia	21.681	118
Trentino A. A.	21.439	117
Liguria	21.250	116
Friuli V. G.	21.109	115
Piemonte	21.002	115
Toscana	20.515	112
Lazio	19.585	107
Veneto	19.505	107
Umbria	18.382	100
Marche	18.287	100
Abruzzo	16.392	90
Molise	15.891	87
Sardegna	15.079	82
Basilicata	14.207	78
Calabria	13.637	74
Sicilia	13.572	74
Puglia	13.483	73
Campania	13.119	72
ITALIA	18.307	100

TAVOLA 10 - DINAMICA DEI CONSUMI PRO-CAPITE IN PUGLIA (euro)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	$\Delta$ % 07/99
ALIMENTARI	1.578	1.735	1.696	1.783	1.976	1.922	2.042	2.144	2.117	+ 34,2
Abbigliamento	569	693	664	668	666	710	727	...	...	...
Altri non alimentari	4.953	4.940	4.914	5.224	5.638	5.928	5.996	...	...	...
NON ALIMENTARI	5.422	5.633	5.578	5.892	6.304	6.638	6.723	6.719	6.776	+ 25,0
TOTALE	7.100	7.368	7.274	7.675	8.280	8.560	8.765	8.863	8.863	+ 24,8

Dal 1997 i consumi sono rimasti pressoché stazionari in valore fino al 2002; dal 2003 al 2007 si è avuto un incremento di 1.188 euro (+ 19%) che denota un forte aumento dell'inflazione reale, piuttosto che un incremento dei consumi.

TAVOLA 11 - DINAMICA % DELLE VENDITE 2004-2008

	Sud 2004	Italia 2004	Sud 2005	Italia 2005	Sud 2006	Italia 2006	Sud 2007	Italia 2007	Sud 2008	Italia 2008

Alimentari	- 0,4	- 1,8	+ 0,1	+ 0,9	+ 1,8	+ 1,5	+ 0,5	+ 0,9	+ 0,2	+ 0,7
Non alimentari	- 3,9	- 3,1	- 1,4	0,0	- 0,2	+ 1,0	- 0,3	+ 0,2	- 2,2	- 1,6
TOTALE	- 2,4	- 2,5	- 0,9	+ 0,4	+ 0,6	+ 1,2	0,0	+ 0,5	- 1,2	- 0,6

Nel Sud, aggiungendo l'inflazione "ufficiale" di circa il 2%, la diminuzione dei consumi è stata nel 2004 del - 4,4% e nel 2005 del - 2,9% in valore (ancora superiore se si considera l'inflazione "effettiva" e non solo quella ufficiale); nel 2006 i consumi sono diminuiti dell'1,4% e nel 2007 dell'1,3%; nel 2008 l'inflazione è stata invece del 3,1% e i consumi sono quindi diminuiti del 4,3%.

TAVOLA 12 - DINAMICA % DELLE VENDITE IN ITALIA PER CANALE

Canale di vendita	2004	2005	2006	2007	2008
GDO	- 0,6	+ 1,3	+ 2,0	+ 1,0	+ 1,0
Specializzati	+ 1,5	+ 4,2	+ 2,4	+ 2,0	+ 0,9
Ipermercati	+ 0,2	+ 0,1	+ 2,4	+ 0,5	+ 0,4
▫ alimentari	- 0,7	- 0,2	+ 2,5	+ 0,2	+ 1,7
▫ non alimentari	+ 1,0	+ 0,3	+ 2,3	+ 0,6	- 0,5
Supermercati	- 1,1	+ 1,4	+ 1,4	+ 1,1	+ 1,1
Discount	- 1,0	+ 1,4	+ 3,7	+ 1,9	+ 1,4
Grandi magazzini	- 2,1	+ 2,6	+ 2,1	+ 0,9	+ 1,2
NEGOZI	- 3,9	- 0,3	+ 0,7	+ 0,1	- 2,0
TOTALE	- 2,5	+ 0,4	+ 1,2	+ 0,5	- 0,6

TAVOLA 13 - DINAMICA % DELLE VENDITE IN ITALIA PER PRODOTTO

Tipologia di prodotto	2004	2005	2006	2007	2008
-----------------------	------	------	------	------	------

ALIMENTARI	- 1,8	+ 0,9	+ 1,5	+ 0,9	+ 0,7
NON ALIMENTARI	- 3,1	0,0	+ 1,0	+ 0,2	- 1,6
Abbigliamento	- 2,4	+ 0,2	+ 1,3	+ 0,6	- 1,8
Calzature	- 2,7	+ 0,9	+ 1,4	+ 1,0	- 1,8
Cosmetica, profumeria	- 4,0	- 0,3	+ 1,4	+ 0,7	- 1,7
Mobili e arredamento	- 3,0	0,0	+ 0,5	- 0,2	- 1,5
Elettrodomestici	- 1,8	+ 0,4	+ 0,8	+ 0,3	- 2,5
Informatica, telefonia	- 2,7	- 0,2	+ 0,7	- 0,7	- 1,4
Articoli musicali	- 3,3	- 1,1	- 0,1	- 0,2	- 1,9
Foto, ottica	- 2,5	+ 0,3	+ 1,2	+ 0,4	- 1,8
Casalinghi	- 3,2	- 0,1	+ 0,8	0,0	- 1,4
Ferramenta	- 3,2	- 0,2	+ 1,4	+ 0,3	- 1,6
Cartoleria, libri, giornali	- 3,8	- 0,5	+ 1,1	+ 0,3	- 1,8
Giochi, giocattoli	- 3,0	- 0,5	+ 0,5	+ 0,4	- 1,6
Altri (oreficeria ...)	- 4,1	- 0,1	+ 0,8	- 0,7	- 1,5
TOTALE	- 2,5	+ 0,4	+ 1,2	+ 0,5	- 0,6

Dal 1997 l'ISTAT ha modificato le rilevazioni, riguardanti ora solo le "famiglie".

TAVOLA 14 - CONSUMI DELLE FAMIGLIE IN PUGLIA E ALTRE AREE (2007 - euro)

	Alimentari	Non alimentari	TOTALE	Indice %
Puglia	5.760	18.000	23.760	79,8
Mezzogiorno	5.760	17.868	23.628	79,4
Nord	5.388	28.164	33.552	112,7
ITALIA	5.592	24.168	29.760	100,0

Rispetto ai consumi pro-capite, per le famiglie i divari fra aree sono molto meno accentuati: i consumi familiari in Puglia sono il 70,6% delle regioni nord (106,9% alimentari, 63,9% non alimentari) contro il 61,0% dei consumi pro-capite.

TAVOLA 15 - DINAMICA INDICE % DEI CONSUMI FAMILIARI

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Puglia	84,6	86,2	84,5	86,0	85,8	79,8

Mezzogiorno	82,5	81,7	80,4	79,8	79,3	79,4
Nord	109,3	109,7	112,9	112,2	113,2	112,7
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

I consumi commercializzati attraverso la rete sono solo una parte dei totali.

Secondo dati medi ISTAT e le tendenze dei flussi d'acquisto valutate e aggiornate sulla base della situazione e della dinamica della rete distributiva, a Palagianello nel 2008 si potrebbe stimare la seguente struttura dei consumi:

**TAVOLA 16 - STIMA CONSUMI E VENDITE 2008 A PALAGIANELLO**  
(generi commercializzati-milioni di €)

Generi	Consumi totali abitanti locali	Evasione fuori comune	Invasione da altri comuni
Alimentari	17,0	5,0	...
Abbigliamento	6,0	2,5	...
Altri generi	14,0	5,5	...
NON ALIMENTARI	20,0	8,0	...
TOTALE	37,0	13,0	...

Le vendite della rete distributiva di Palagianello dovrebbero aggirarsi attorno a 42 milioni di euro; circa il 30-35% degli acquisti degli abitanti locali evade verso i centri di più elevate dimensioni insediative e verso le grandi e medie strutture commerciali dell'area (Taranto, Mottola, Casamassima, Gioia del Colle).

### 5.3 Tendenze generali della rete distributiva in Italia

Nella seconda metà degli anni '90 la rete distributiva in Italia ha subito un drastico processo di ridimensionamento dei negozi tradizionali.

Ultimamente la tendenza è proseguita, anche se a un ritmo meno accentuato.

Secondo i dati Infocamere CCIAA si sono verificate le seguenti tendenze:

TAVOLA 17 - DINAMICA DEI PUNTI VENDITA IN ITALIA

Anni	Aperture	Cessazioni	Saldo
1997	41.000	55.800	- 14.800
1998	36.800	49.400	- 12.600
1999	41.900	52.500	- 10.600
2000	65.361	52.789	+ 12.562
2001	54.248	51.362	+ 2.886
2002	54.220	54.191	+ 29
2003	57.362	49.869	+ 7.466
2005			+ 4.518
2006			+ 15.502
2007			+ 1.444

Nel primo trimestre 2008, si è registrata la chiusura di 13.315 negozi, probabile preludio di un saldo negativo annuale dopo 8 anni di crescita.

Negli ultimi 5 anni, a livello nazionale il maggior numero di cessazioni si è avuto nel settore degli elettrodomestici (- 5.733 punti vendita), degli alimentari (- 4.789) e delle macellerie (- 2.865); crescono, invece, altre forme di vendita al dettaglio quali il porta a porta (+ 5,4%) e il franchising (+ 7%).

TAVOLA 18 - DINAMICA DEI PUNTI VENDITA IN PUGLIA (saldo aperture-cessazioni)

Anni	Puglia	Provincia di Taranto
2001	+ 730	+ 55
2002	+ 1.140	+ 80
2003	+ 1.535	+ 34
2004	+ 1.936	+ 262
2005	+ 1.042	+ 92
2006	+ 1.692	+ 317
2007	+ 33	- 108

In Puglia e nel Mezzogiorno il calo degli esercizi non si è verificato, o si è verificato in misura più limitata e per i generi alimentari; nel prossimo futuro è prevedibile un discreto sviluppo della distribuzione organizzata e una diminuzione delle strutture marginali di dimensioni molto limitate.

Un fenomeno recente influenzerà notevolmente la distribuzione, l'e-commerce, la cui quantificazione risulta ancora assai difficoltosa a causa delle non consolidate e conformi metodologie di indagine.

Sono tuttavia possibili interessanti stime che, pur nella loro incertezza, danno un'idea molto precisa della significatività del fenomeno.

Per esempio, nel 2003 negli Usa l'e-commerce rappresentava il 6% delle vendite complessive (quota che dovrebbe essersi raddoppiata entro il 2007), mentre il volume d'affari 2006 è stato di 200-210 miliardi di dollari, nel 2007 di 250 miliardi di dollari e nel 2011 sono previsti 380 miliardi di dollari (+ 15% medio annuo).

In Europa Occidentale il volume d'affari 2006 è stato invece di 100 miliardi di euro e di 130 nel 2007; nel 2011 sono previsti 260 miliardi di euro (+ 20% medio annuo).

Anche in Italia l'e-commerce cresce rapidamente (sebbene il suo tasso di penetrazione sia molto inferiore rispetto a Europa Occidentale e Usa): nel 2006 ha raggiunto i 4,1 miliardi di euro e nel 2007 è stato stimato in 5,3 miliardi di euro; nel 2011 sono previsti 12,5 miliardi euro (+ 30% medio annuo).

Le vendite on line 2007 di prodotti (alimentari 62 milioni di euro, abbigliamento 156 milioni, informatica ed elettronica 488 milioni, editoria 131 milioni, auto-moto, preziosi, fiori e altri prodotti e servizi 1.445 milioni...) rappresentano solo il 35% dell'e-commerce.

## 5.4 Linee di programmazione regionale

La L.R. 1/8/2003 n. 11 (modificata e integrata dalla L.R. 7/5/2008 n. 5), il R.R. 30/6/2004 n. 1 e il R.R. 1/9/2004 n. 2 hanno definito gli indirizzi generali di "programmazione commerciale" i cui contenuti fondamentali sono:

- *ambiti territoriali*
  - ♦ aree sovracomunali corrispondenti al territorio delle 5 province
- *documenti regionali di programmazione*
  - ♦ requisiti e procedure per l'insediamento di grandi e medie strutture
  - ♦ obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture
  - ♦ durata di programmazione: 3 anni
- *settori merceologici*
  - ♦ alimentare o misto alimentare + non alimentare
  - ♦ non alimentare (beni per la persona; beni a basso impatto urbanistico; altri beni)
- *limiti dimensionali*

Esercizi	Superficie mq
V VICINATO	fino a 250
MEDIE STRUTTURE	
M1 di livello locale	251-600
M2 intermedie	601-1.500
M3 attrattive	1.501-2.500
GRANDI STRUTTURE	
G1 inferiori	2.501-4.500
G2 superiori	4.501-15.000

- *modalità insediative*
  - ♦ *centro commerciale*
    - *di vicinato*: composto da almeno una media struttura non superiore a 1.500 mq (M2) e da esercizi di vicinato; superficie di vendita complessiva max 2.500 mq
    - *di interesse locale*: superficie di vendita complessiva max 4.000 mq, superficie di ogni singolo esercizio non superiore a 2.500 mq (M3)
    - *intermedio*: superficie di vendita complessiva max 10.000 mq, superficie di ogni singolo esercizio non superiore a 4.500 mq (G1)
    - *di interesse provinciale*: superficie di vendita complessiva max compresa fra 10.000 e 25.000 mq, superficie di ogni singolo esercizio non superiore a 15.000 mq (G2).
  - Il 20% della superficie di vendita è destinata a esercizi di vicinato
  - ♦ *area commerciale integrata*
    - superficie commerciale di vendita complessiva superiore a 2.500 mq
    - presenza di spazio unitario omogeneo e circoscritto
    - collocazione in ambito extraurbano
    - *piccola*: superficie territoriale non superiore a 2 ettari
    - *intermedia*: superficie territoriale compresa fra 2 e 5 ha, escluse strutture alimentari 4.500/15.000 mq (G2)

- *di interesse provinciale*: superficie territoriale superiore a 5 ettari, consentite strutture di qualsiasi dimensione e centri commerciali
- ♦ *parco permanente attrezzato*
  - area superiore a 20 ettari, comprendente strutture stabili per il tempo libero, ricreative, culturali e attività complementari
  - le strutture commerciali sono composte esclusivamente da esercizi di vicinato e medie strutture, la loro superficie non deve essere superiore a quella delle altre strutture ludiche, ricreative e culturali
- *strumenti di programmazione comunale*  
il Comune si dota di:
  - ♦ documento di valutazione del commercio
  - ♦ criteri per il rilascio di autorizzazioni a medie strutture e a centri commerciali di vicinato e d'interesse locale
  - ♦ misure di promozione e sviluppo dei centri storici
- *tempi procedurali di autorizzazione*  
le domande e le comunicazioni si intendono accolte qualora non venga comunicato un diniego entro i seguenti termini:
  - ♦ comunicazione di esercizi di vicinato: 30 giorni
  - ♦ medie strutture: 90 giorni
- *ampliamenti*
  - ♦ esercizi di vicinato: fino al limite dimensionale max (250 mq)
  - ♦ medie strutture: fino al limite dimensionale max (600 mq per M1, 1.500 mq per M2 e 2.500 mq per M3)
- *trasferimenti*
  - ♦ esercizi di vicinato: sempre possibili
  - ♦ medie strutture: secondo quanto stabilito dagli indirizzi e criteri comunali
- *concentrazioni e accorpamenti*  
in assenza di strumenti comunali di programmazione sono sempre concessi fino a 1.500 mq:
  - ♦ concentrazione di esercizi di vicinato attivi da almeno 3 anni; superficie massima del nuovo esercizio pari a 250 mq (limite max degli esercizi di vicinato) moltiplicato per il numero degli esercizi concentrati
  - ♦ ampliamento di una media struttura di vendita per concentrazione o accorpamento di esercizi operanti nel comune da almeno 3 anni; superficie max dell'ampliamento 250 mq moltiplicato per il numero di esercizi concentrati o accorpati + la superficie delle medie strutture.

Le modalità di concentrazione e accorpamento possono essere modificate dai criteri comunali per il rilascio di autorizzazioni a medie strutture
- *grandi strutture*  
sono state preannunciate nuove disposizioni da parte della Regione.

## 5.5 Obiettivi di programmazione comunale

Secondo la Regione Puglia, la programmazione commerciale di Palagianello è orientata verso i seguenti:

- *indirizzi e criteri generali*
  1. razionalizzazione, riconversione e modernizzazione della rete distributiva verso alcune forme di commercio associato, organizzato e integrato di medie dimensioni
  2. equilibrio delle varie tipologie distributive
  3. elevato livello di concorrenzialità
  4. valorizzazione e tutela del commercio esistente, mantenimento di una presenza diffusa del servizio di vicinato
  5. valorizzazione e tutela del Centro Storico.

Per i prossimi 3 anni si prevede quindi di avviare un “Progetto di valorizzazione commerciale per l'intero comune” che si sostanzia nei seguenti:

*obiettivi specifici*

*A. Grandi strutture*

Nessuna iniziativa

*B. Medie strutture*

Zona Centro (Planimetria allegato “A”)

- 1 media struttura locale M1 di beni per la persona
- 1 media struttura locale M1 di altri beni

Area commerciale e artigianale (zona Esterna)

- 1 media struttura locale M1 di tipo alimentare
- libero insediamento di medie strutture locali M1 per beni a basso impatto urbanistico per prodotti non alimentari che richiedano ampie dimensioni (edilizia, auto, termoidraulica, agricoltura e giardinaggio...)
- 1 media struttura locale M1 di altri beni

*C. Zone*

Il territorio comunale si articola in 2 zone:

- Centro
- Esterna

*D. Accordi di programma*

I progetti di sviluppo della rete distributiva possono essere inseriti in accordi di programma, concertazione e valorizzazione commerciale

*E. Norme procedurali*

La valutazione delle comunicazioni e delle domande di autorizzazione prevede l'adozione di norme semplici, trasparenti, partecipative, amministrativamente snelle:

- domande di autorizzazione per medie e grandi strutture e comunicazioni per esercizi di vicinato dovranno essere presentate o indirizzate allo Sportello Unico per le imprese, utilizzando la modulistica ufficiale richiesta e devono essere sottoscritte in conformità alle norme sulla autocertificazione (firma in presenza dell'addetto al servizio o documento allegato di identità)
- domande e comunicazioni devono essere inoltrate con raccomandata postale, posta celere, email ...
- lo Sportello Unico valuta la completezza della documentazione presentata e istruisce una pratica instaurando un rapporto di collaborazione operativa con le strutture comunali ed extra-comunali competenti
- il responsabile dello Sportello Unico nomina il responsabile dell'Ufficio Commercio come referente nei confronti dell'operatore commerciale e delle strutture comunali ed extra-comunali coinvolte nella pratica

- in ogni momento l'operatore commerciale interessato o un suo rappresentante ha diritto di conoscere nel modo più ampio possibile e in tutte le forme lo stadio di progresso della pratica rivolgendosi all'Ufficio Commercio
- il responsabile dello Sportello Unico verifica la validità della comunicazione (esercizi di vicinato) e rilascia l'autorizzazione commerciale (medie e grandi strutture); in caso di insussistenza o inadeguatezza dei requisiti formali o sostanziali previsti dalla legge il fatto viene notificato all'interessato, entro i termini di accoglimento, che deve provvedere a integrare gli elementi carenti o mancanti; la notifica sospende il decorrere dei termini di accoglimento stessi
- le comunicazioni e le domande di apertura, trasferimento di sede, ampliamento della superficie (anche per accorpamento o concentrazione) devono considerarsi accolte qualora non sia comunicato un provvedimento di diniego entro i seguenti termini
  - ♦ esercizi di vicinato: 30 giorni
  - ♦ medie strutture: 90 giorni

#### *F. Centro Storico*

Sono previste le seguenti azioni di intervento:

- favorire l'utilizzazione commerciale di locali attualmente non utilizzabili a causa di normative edilizie restrittive (es. altezze da ridurre al minimo consentito...)
- promuovere programmi di rivitalizzazione e valorizzazione delle attività di vendita, di concerto con le associazioni di categoria: costituzione di un'associazione/consorzio degli operatori del Centro Storico che in collaborazione sinergica con l'Amministrazione Comunale/Enti Pubblici/operatori privati coordini il processo di valorizzazione: definizione degli obiettivi; strategie di posizionamento (prezzo e specializzazione); immagine dell'area (insegne, arredo urbano, merchandising...); comunicazione, pubblicità azioni promozionali; corsi di formazione...
- agevolazioni per attività innovative e a favore di forme di commercio equo e solidale, di prodotti alimentari tipici pugliesi e di prodotti dell'artigianato tipico pugliese
- istituzione di 1 mercatino dell'antiquariato/cose vecchie

#### *G. Indicazioni per il commercio su aree pubbliche*

Mantenimento della localizzazione e delle dimensioni attuali dei mercati settimanale e rionali.

## **NORME E DIRETTIVE**

## **CAPITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI**

### Articolo 1 - Istituzioni normative

Le indicazioni programmatiche per l'insediamento di attività commerciali sono predisposte ai sensi delle seguenti normative:

- D. Lgs. 31 marzo 1998 n. 114
- L. R. 1 agosto 2003 n. 11
- R. R. 30 giugno 2004 n. 1
- R. R. 1 settembre 2004 n. 2
- R. R. 24 dicembre 2004 n. 10/11/12/13/14
- R. R. 12 gennaio 2007 n. 1/2/3
- L.R. 7 maggio 2008 n. 5.

### Articolo 2 - Durata

Le norme comunali di programmazione della rete distributiva hanno la durata di 3 anni e alla fine del periodo devono essere rielaborate; alla scadenza si intendono automaticamente prorogate di validità fino all'entrata in vigore delle nuove norme aggiornate.

Qualora nel corso del periodo di programmazione la Regione Puglia emani nuove indicazioni difformi da quelle attualmente esistenti, le norme comunali devono essere adeguate alle nuove disposizioni.

Nel corso del periodo di validità le norme possono essere modificate con varianti.

## **CAPITOLO II - PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA**

### Articolo 3 - Zone commerciali

Il comune si articola in 2 zone commerciali:

1. Centro
2. Esterna.

### Articolo 4 - Indirizzi e criteri per il rilascio di autorizzazioni a medie strutture di vendita

La situazione, le prospettive di sviluppo e la situazione della rete distributiva dell'area di Palagianello, nonché le indicazioni della Regione Puglia sembrano orientare la programmazione commerciale verso i seguenti indirizzi e criteri generali:

1. razionalizzazione, riconversione e modernizzazione della rete distributiva verso forme di commercio associato, organizzato e integrato di medie dimensioni
2. equilibrio delle varie tipologie distributive
3. elevato livello di concorrenzialità
4. valorizzazione e tutela del commercio esistente, mantenimento di una presenza diffusa del servizio di vicinato
5. valorizzazione e tutela del Centro Storico.

### Articolo 5 - Obiettivi di sviluppo

Per il triennio 2010-2013 è previsto un "Progetto di valorizzazione commerciale riguardante l'intero comune" che contempla le seguenti ipotesi di sviluppo della rete distributiva:

#### *A. Grandi strutture*

Nessuna iniziativa

#### *B. Medie strutture*

Zona Centro (Planimetria alligato "A")

- 1 media struttura locale M1 di beni per la persona
- 1 media struttura locale M1 di altri beni

Area commerciale e artigianale (zona Esterna)

- 1 media struttura locale M1 di tipo alimentare
- libero insediamento di medie strutture locali M1 per beni a basso impatto urbanistico per prodotti non alimentari che richiedano ampie dimensioni (edilizia, auto, termoidraulica, agricoltura e giardinaggio...)
- 1 media struttura locale M1 di altri beni.

### Articolo 6 - Ampliamento degli esercizi

Le strutture commerciali possono essere ampliate nei seguenti limiti massimi:

- esercizi di vicinato: 250 mq
- medie strutture: fino al limite max di 600 mq (M1), 1.500 mq (M2), 2.500 mq (M3).

L'ampliamento delle medie strutture è consentito nei seguenti limiti:

- generi alimentari: solo per concentrazione/accorpamento di esercizi esistenti alla data di entrata in vigore del piano (nessuna nuova superficie di sviluppo)
- generi non alimentari: entro i limiti massimi della tipologia esistente.

### Articolo 7 - Trasferimento

Gli esercizi commerciali possono sempre essere trasferiti sull'intero territorio comunale nel rispetto delle norme urbanistiche e delle aree di possibile insediamento (in particolare non è previsto il trasferimento di punti vendita di medie dimensioni dalle aree esterne alla zona Centro).

#### Articolo 8 - Concentrazione e accorpamento

Sono sempre concessi fino a 1.500 mq:

- concentrazione di esercizi di vicinato attivi da almeno 3 anni; superficie massima del nuovo esercizio pari a 250 mq (limite max degli esercizi di vicinato) moltiplicato per il numero degli esercizi concentrati
- ampliamento di una media struttura di vendita per concentrazione o accorpamento di esercizi operanti nel comune da almeno 3 anni; superficie max dell'ampliamento 250 mq moltiplicato per il numero di esercizi concentrati o accorpati + la superficie delle medie strutture.

#### Articolo 9 - Rapporti fra programmazione commerciale e urbanistica

Le strutture distributive sono subordinate al rispetto di tutte le norme contenute negli strumenti urbanistici in vigore nel Comune, secondo le disposizioni del Titolo III della L. R. 1 agosto 2003 n 11 "Disposizioni di carattere urbanistico".

Il Comune deve individuare negli strumenti urbanistici le aree di insediamento commerciale riferite alla diverse tipologie e il loro dimensionamento, anche secondo le indicazioni previste dall'art. 5 precedente.

Qualora siano previsti interventi edilizi, la concessione edilizia per le medie strutture deve essere rilasciata contestualmente all'autorizzazione commerciale o in seguito (entro 30 giorni).

L'autorizzazione per medie strutture può essere rilasciata solo in conformità con gli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica e urbanistica, previa verifica delle condizioni di compatibilità e della dotazione di standard urbanistici.

#### Articolo 10 - Standard di parcheggio

Il rilascio dell'autorizzazione per nuove strutture di vendita comporta la realizzazione di standard pertinenziali minimi di parcheggio a servizio dei consumatori; gli standard pertinenziali sostituiscono quanto previsto dalla L. 122/89 e si aggiungono agli standard urbanistici pubblici previsti dalla normativa vigente.

#### *Mq di parcheggio per mq di superficie di vendita*

	Generi	Alimentari e misti	Beni per la persona	Altri beni e beni basso impatto
Medie strutture				

di livello locale (M1)	0,7	0,5	0,4
intermedie (M2)	1,0	0,8	0,5
attraenti (M3)	1,5	1,0	0,8

Non sono previsti standard pertinenti per gli esercizi di vicinato.

Deroghe agli standard possono essere concesse per interventi

- nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale
- all'interno di aree urbane
- in medie strutture di livello locale (M1), in locali già destinati a uso commerciale secondo quanto previsto all'art. 5 del R.R. 30 giugno 2004 n. 1.

#### Articolo 11 - Valorizzazione e rivitalizzazione del Centro Storico

Sono previste le seguenti azioni di intervento:

- favorire l'utilizzazione commerciale di locali attualmente non utilizzabili a causa di normative edilizie restrittive (es. altezze da ridurre al minimo consentito...)
- promuovere programmi di rivitalizzazione e valorizzazione delle attività di vendita, di concerto con le associazioni di categoria: costituzione di un'associazione/ consorzio degli operatori del Centro Storico che in collaborazione sinergica con l'Amministrazione Comunale/Enti Pubblici/operatori privati coordini il processo di valorizzazione: definizione degli obiettivi; strategie di posizionamento (prezzo e specializzazione); immagine dell'area (insegne, arredo urbano, merchandising...); comunicazione, pubblicità azioni promozionali; corsi di formazione...
- agevolazioni per attività innovative e a favore di forme di commercio equo e solidale, prodotti alimentari tipici pugliesi, prodotti dell'artigianato tipico pugliese
- istituzione di 1 mercatino dell'antiquariato/cose vecchie.

### **CAPITOLO III - AUTORIZZAZIONI E COMUNICAZIONI**

#### Articolo 12 - Esercizi di vicinato (comunicazione)

Apertura, trasferimento e ampliamento di esercizi di vicinato sono soggetti a una semplice comunicazione al Comune.

Nella comunicazione devono essere dichiarati:

- possesso dei requisiti di accesso all'attività: assenza di elementi ostativi, requisiti professionali (art. 6 L.R. 11/03)
- rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico sanitaria, delle norme urbanistiche, edilizie e di destinazione d'uso
- settore/i merceologici, ubicazione e superficie di vendita
- rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL).

Le operazioni contenute nella comunicazione devono essere effettuate trascorsi 30 giorni dalla data di ricevimento da parte del Comune (data di protocollo).

#### Articolo 13 - Medie strutture di vendita (autorizzazione)

Apertura, trasferimento e ampliamento di medie strutture di vendita sono soggetti ad autorizzazione comunale.

Nella domanda di autorizzazione devono essere dichiarati:

- possesso dei requisiti di accesso all'attività: assenza di elementi ostativi, requisiti professionali (art. 6 L.R. 11/03)
- settore/i merceologici, ubicazione e superficie di vendita
- eventuali comunicazioni relative a concentrazioni/accorpamenti.

#### Articolo 14 - Norme procedurali

La valutazione delle comunicazioni e delle domande di autorizzazione prevede l'adozione di norme semplici, trasparenti, partecipative, amministrativamente snelle:

- domande di autorizzazione per medie e grandi strutture e comunicazioni per esercizi di vicinato dovranno essere presentate o indirizzate allo Sportello Unico per le imprese, utilizzando la modulistica ufficiale richiesta e devono essere sottoscritte in conformità alle norme sulla autocertificazione (firma in presenza dell'addetto al servizio o documento allegato di identità)
- domande e comunicazioni devono essere inoltrate con raccomandata postale, posta celere, email...
- lo Sportello Unico valuta la completezza della documentazione presentata e istruisce una pratica instaurando un rapporto di collaborazione operativa con le strutture comunali ed extra-comunali competenti
- il responsabile dello Sportello Unico nomina il responsabile dell'Ufficio Commercio come referente nei confronti dell'operatore commerciale e delle strutture comunali ed extra-comunali coinvolte nella pratica
- in ogni momento l'operatore commerciale interessato o un suo rappresentante ha diritto di conoscere nel modo più ampio possibile e in tutte le forme lo stadio di progresso della pratica rivolgendosi all'Ufficio Attività Produttive

- il responsabile dello Sportello Unico verifica la validità della comunicazione (esercizi di vicinato) e rilascia l'autorizzazione commerciale (medie e grandi strutture); in caso di insussistenza o inadeguatezza dei requisiti formali o sostanziali previsti dalla legge il fatto viene notificato all'interessato, entro i termini di accoglimento, che deve provvedere a integrare gli elementi carenti o mancanti; la notifica sospende il decorrere dei termini di accoglimento stessi
- le comunicazioni e le domande di apertura, trasferimento di sede, ampliamento della superficie (anche per accorpamento o concentrazione) devono considerarsi accolte qualora non sia comunicato un provvedimento di diniego entro:
  - ♦ esercizi di vicinato: 30 giorni
  - ♦ medie strutture: 90 giorni.

#### Articolo 15 - Sanzioni, sospensioni e revoca

La violazione delle norme di Legge è soggetta alle sanzioni previste dal D. Lgs. 31 marzo 1998 n. 114 (Titolo VII, art. 22) e dal Titolo VII della L. R. 1 agosto 2003 n. 11.

Nel caso di infrazione di particolare gravità o di recidività (stessa violazione 2 volte in un anno) il Sindaco può disporre la sospensione dell'attività per un periodo non inferiore a 5 e non superiore a 20 giorni lavorativi.

L'autorizzazione è revocata nei seguenti casi:

- mancato inizio dell'attività entro 1 anno dalla data di rilascio (medie strutture), salvo proroga in caso di comprovata e documentata necessità
- sospensione dell'attività superiore a 1 anno
- perdita dei requisiti di accesso all'attività
- ulteriore violazione delle norme igienico-sanitarie intervenuta successivamente a una sospensione di attività.

In caso di svolgimento abusivo dell'attività l'Amministrazione Comunale dispone l'immediata chiusura dell'esercizio.