

CAPO 1 : INQUADRAMENTO NORMATIVO E METODOLOGICO

1.1 Premessa

La L.R.22 dicembre 1999 n.28 ha modificato profondamente i criteri di esercizio del commercio e quelli regolatori degli insediamenti commerciali nella Regione Sicilia.

In particolare per quanto di competenza delle Amministrazioni Comunali si è affermato il concetto della contestualità di formazione degli indirizzi di urbanistica commerciale nello ambito del processo di formazione e/o revisione degli strumenti urbanistici generali.

In particolare l'art.5 comma 2 della predetta Legge prevede che i Comuni nell'ambito del processo di formazione, revisione degli strumenti urbanistici individuino :

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali;
- b) le aree da destinare a mercati su aree pubbliche;
- c) i limiti cui sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni ambientali esistenti ed natura ed alle caratteristiche dei centri storici e delle aree di particolare pregio ambientale;
- d) i vincoli di natura urbanistica ed in particolare le dotazioni minime di parcheggi.

In sede di prima applicazione della Legge i Comuni, ai sensi del comma 5 del medesimo art.5 erano tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici vigenti nel termine di 180 giorni dalla pubblicazione del Decreto di Attuazione della predetta Legge.

In data 28 luglio 2000 veniva pubblicato il Decreto Presidenziale 11 luglio 2000 che detta "Direttive ed Indirizzi di Programmazione Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica Commerciale in attuazione della Legge Regionale 22 dicembre 1999 n.28 di riforma della disciplina del commercio".

La presente Relazione sugli Insediamenti Commerciali nonché le Norme Specifiche sugli Insediamenti Commerciali contenute in apposito Capo delle Norme Tecniche di Attuazione del P.R.G. sono state redatte sulla base dei criteri e degli indirizzi contenuti nel predetto D.P.11 luglio 2000.

Ai fini della Programmazione Urbanistica Comunale si sono in particolare tenuti in conto i seguenti articoli componenti il Titolo III :

- art.12 – Indirizzi per l'insediamento delle attività commerciali riferiti ai diversi ambiti territoriali
- art.13 – Interventi per la valorizzazione commerciale dei centri storici e di altre aree ur-

bane

- art.14 – Commercio nelle aree di valore storico, archeologico, artistico o ambientale
- art.15 – Metodologia per gli adempimenti dei Comuni
- art.16 – Dotazioni di parcheggi pertinenziali; Disciplina delle aree di sosta

1.2. Metodologia di Urbanistica Commerciale

In particolare l'art.15 prevede che le norme di urbanistica commerciale da redigersi in sede di formazione o revisione degli strumenti urbanistici siano precedute dalle seguenti analisi e/o valutazioni :

- a) analisi della rete commerciale esistente;
- b) valutazione del dimensionamento attuale della rete distributiva comunale;
- c) valutazione delle problematiche poste dalla dislocazione attuale della rete commerciale rispetto alla accessibilità da parte dell'utenza;
- d) analisi delle previsioni del P.R.G. rispetto alle possibilità di insediamento delle strutture commerciali;
- e) individuazione delle aree urbane centrali in relazione agli obiettivi dell'art.12 comma 2 del predetto D.P..

Di seguito alle predette analisi e valutazioni il Piano formulerà :

- f) gli orientamenti dell'Amministrazione Comunale circa la evoluzione della rete distributiva nelle diverse parti del territorio comunale;
- g) norme tecniche in aderenza ai contenuti del citato D.P.

CAPO 2 : ANALISI DEL SISTEMA COMMERCIALE COMUNALE

2.1 Analisi della rete commerciale esistente

In apposito elaborato grafico è riportata la distribuzione sul territorio della rete commerciale esistente.

In particolare sono evidenziati tutti i punti di vendita censiti nel registro comunale ognuno contraddistinto dal numero di ordine riportato nella tabella di analisi allegata alla presente relazione.

Analizzando i dati del predetto registro in base ai settori merceologici previsti dall'allegato della L.R.28/1999, si può istituire la seguente tabella :

Settore Merceologico	Numero Punti Vendita	Superficie di Vendita (mq.)
I – Prodotti Alimentari	44	1392
II – Abbigliamento e Calzature	12	196
III – Prodotti vari	34	1575

In relazione alle classi dimensionali previste dalla predetta L.R., si può costruire la seguente tabella :

Tipo di Esercizio	Numero Esercizi	Superficie di Vendita (mq.)
Unità di Vicinato (<= 100 mq.)	38	1952
Media Struttura di Vendita (fra 100 e 600 mq.)	7	1203
Grande Struttura di Vendita (> 600 mq.)	0	0

In relazione alla ubicazione delle categorie merceologiche, si può costruire la seguente tabella:

Zona\Settore Merceologico	I	II	III
Fondaco	28	10	25
Petrosino	13	2	6
La Piana-Porticelli	2	0	1
Cavallaro	0	0	1
S.Andrea	1	0	1

L'analisi spaziale della rete commerciale comunale evidenzia in maniera molto netta la presenza di un unico asse commerciale nel territorio comunale in corrispondenza del nucleo abitato di Fondaco.

In relazione al numero di distinti punti di vendita (ciascuno contato una sola volta indipendentemente cioè dal numero di specializzazioni merceologiche presenti nell'esercizio), si ha infatti la seguente tabella :

Distribuzione Punti Vendita sul Territorio Comunale

	Num.	%
Fondaco	29	64%
Petrosino	11	24%
La Piana	3	7%
Cavallaro	1	2%
S.Andrea	1	2%
	====	
	45	

La tabella mostra che il 65% dei punti vendita è ubicato a Fondaco ed in maniera più precisa, si può individuare un asse commerciale che si sviluppa nel tratto compreso fra la Piazza della Autonomia e l'attuale sede del Municipio.

Detto tratto su uno sviluppo lineare di circa 600 mt. vede concentrarsi 29 punti di vendita, corrispondenti a 63 Tabelle Merceologiche ed al 70% della intera specializzazione merceologica e della intera superficie di vendita comunale.

Gli esercizi ubicati nelle altre zone hanno infatti una maggiore specializzazione merceologica e quindi un minor numero di tabelle merceologiche per punto vendita.

2.2 Valutazione della Attuale Dimensione della rete commerciale comunale

Dalla tabella riportante la consistenza commerciale all'anno 2004, si può in particolare desumersi che :

- vi sono in media 39 abitanti per tabella merceologica e circa 78 abitanti per punto vendita, ove si consideri che i punti vendita di commercio fisso sono in numero complessivo di 45;
- il valore di superficie di vendita per abitante è di 0,89 mq./abitante;
- il numero di abitanti per esercizio è pari rispettivamente per i 3 settori merceologici I, II e III a : 81, 295 e 104.
- Il valore di superficie di vendita per abitante è pari rispettivamente per i 3 settori merceologici I, II e III a : 0.39; 0.06 e 0.44 mq/ab.

Dall'insieme dei dati sopra riportati si evince che i suddetti valori sono grossomodo corrispondenti a quelli che sono i valori medi nazionali.

Detti valori sono adeguati alla consistenza demografica comunale ed alla sua collocazione geografica che non ne fa evidentemente un possibile punto di passaggio di correnti di traffico extracomunale e quindi rimane esclusa la possibilità che la rete distributiva comunale attragga consumatori di provenienza extracomunale.

2.3 Valutazione della Dislocazione della rete commerciale comunale

La rete commerciale comunale si concentra in corrispondenza dei due principali nuclei abitati comunali, ove si consideri che Fondaco vede concentrarsi il 70% delle tabelle merceologiche e Petrosino il 23%, e quindi complessivamente pari al 93% delle tabelle merceologiche.

Quanto sopra laddove Petrosino e Fondaco dal punto di vista demografico corrispondono rispettivamente al 30% ed al 20% della intera consistenza demografica comunale.

Fondaco in particolare pur contando appena per il 20% della consistenza demografica comunale vede concentrarsi il 70% della rete distributiva (il 64% dei punti vendita).

I suddetti dati di fatto sono una riprova della considerazioni economiche che stanno alla base delle decisioni di localizzazione degli operatori economici e che principalmente sono basati sul tentativo di massimizzare il numero di persone che passano davanti all'esercizio commerciale e che possono in conseguenza diventare potenziali consumatori.

Fondaco ha il vantaggio di essere il centro di passaggio della quasi totalità della rete stradale comunale e quindi la localizzazione lungo le strade che compongono il nucleo abitato massimizza il numero di potenziali acquirenti.

Anche gli abitanti degli altri nuclei abitati, sia per spostarsi fuori comune che per andare verso gli altri nuclei abitati, che ancora per andare in banca od al municipio devono passare per Fondaco, tendendo così a massimizzare le occasioni di fermata per acquisti negli esercizi che hanno la loro ubicazione nel centro abitato di Fondaco.

Questa considerazione, unita all'altra fondamentale considerazione che sta alla base della creazione dei cosiddetti assi commerciali, alla tendenza cioè che hanno i negozi a localizzarsi in prossimità di altri esercizi commerciali in modo da aumentare l'attrattività complessiva del tratto di strada in cui essi sono localizzati, fa sì che Fondaco possa essere considerato l'unico asse commerciale comunale e che la localizzazione di nuovi esercizi commerciali non può che esaltare il fenomeno di concentrazione commerciale.

2.4 Valutazione Comparata della rete commerciale comunale in relazione alle Previsioni del P.R.G.

La rete commerciale comunale per la massima parte è localizzata nelle aree edificate “B” individuate all’interno del territorio comunale.

Detta rete commerciale peraltro è classificabile, in relazione alla sua classe dimensionale, per circa l’80% come esercizi di vicinato, aventi cioè una superficie di vendita inferiore a 100 mq. e per il rimanente 20% come medie superfici di vendita, aventi cioè una superficie di vendita maggiore di 100 mq. ed inferiore a 600 mq.

La loro ubicazione urbanistica è pertanto coerente con quanto previsto dal D.P.11 luglio 2000, che prevede appunto come luogo di elezione per la localizzazione degli esercizi di vicinato le stesse zone residenziali.

In rapporto a detta destinazione appare necessario prevedere nelle zone edificate “B” l’enucleazione di opportune aree da destinare a parcheggi pertinenziali degli esercizi di vicinato in ragione di almeno 1 posto auto per esercizio e quindi complessivamente ad almeno 25 mq. per esercizio.

In relazione alla distribuzione dei punti di vendita nelle varie zone abitate, appare pertanto necessario prevedere, in aggiunta alla dotazione standard, le seguenti superfici di parcheggi cosiddetti pertinenziali :

Distribuzione Punti Vendita sul Territorio Comunale			
	Num.	%	Dotazione parcheggi pertinenziali (mq.)
Fondaco	29	64%	725
Petrosino	11	24%	275
La Piana	3	7%	75
Cavallaro	1	2%	25
S.Andrea	1	2%	25
	====		=====
	45		1125

Nel dimensionamento del Piano si è tenuto conto delle suddette maggiori superfici da destinare a parcheggi.

2.5 Individuazione di Aree Urbane Centrali

Per quanto detto al punto 2.3, l’unico asse commerciale comunale può essere considerato l’abitato di Fondaco ed in particolare il tratto di strada compreso fra l’attuale sede del Municipio e la piazza dell’Autonomia.

Detto tratto di strada vede fra l'altro concentrarsi anche funzione paracommerciali quali sedi di servizi assicurativi, bancari, amministrativi, previdenziali ed associativi che ne fanno l'area urbana centrale del territorio comunale.

CAPO 3 : CRITERI PROGETTUALI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA COMMERCIALE

3.1 Orientamenti circa la Evoluzione della rete commerciale

Le analisi condotte al capo precedente hanno portato a riconoscere l'esistenza di un unico asse commerciale comunale attualmente individuabile nel tratto di corso Fondaco compreso fra il Municipio e piazza dell'Autonomia, che vede concentrarsi almeno la metà della intera rete distributiva comunale.

Potrà essere opportuno dal punto di vista urbanistico cercare di distribuire la centralità commerciale sull'intero nucleo di Fondaco, diversificando le strade di ubicazione degli esercizi. Quanto sopra al fine di diminuire la congestione veicolare che in alcune ore della giornata avviene di non trascurabile entità.

E' peraltro da dire che la attuazione urbanistica del nucleo abitato di Fondaco con la realizzazione di una compiuta trama stradale fra l'attuale corso Fondaco e la nuova Circonvallazione consente di agevolare questo desiderabile processo di diffusione della centralità commerciale del nucleo abitato di Fondaco.

3.2 Criteri per l'Insediamento di Esercizi Commerciali

In generale deve dirsi che l'evoluzione della rete commerciale e quindi l'insediamento di esercizi commerciali non potrà non seguire la distribuzione delle residenze che costituiscono il naturale (ed unico) bacino di consumatori per gli esercizi stessi.

Non essendovi grande richiesta di esercizi a media superficie di vendita, in quanto economicamente non convenienti in relazione al mercato espresso dal comune di Maniace, gli esercizi commerciali si svilupperanno ancora presumibilmente nella classe dimensionale del cosiddetto esercizio di vicinato (con superficie di vendita inferiore od uguale a 100 mq.).

La loro naturale ubicazione è pertanto da ritenere in stretta simbiosi con le residenze e quindi nelle zone urbanistiche "B" e "C".

Ove degli operatori economici ritengano conveniente insediare punti di vendita a maggiore superficie, in relazione alle dotazioni di parcheggio necessarie ed ai volumi di traffico generati, la loro naturale ubicazione dovrà essere od all'interno delle zone "C" od ancora all'interno delle zone "D", che urbanisticamente possono offrire la più adeguata collocazione nei termini di superficie di lotto disponibile, cubatura realizzabile e parcheggi disponibili.

3.3 Norme Tecniche

Un apposito capo delle Norme Tecniche di Attuazione, il quinto, disciplina da un punto di vista urbanistico l'insediamento degli esercizi commerciali, nonché i criteri per la eventuale istituzione di mercatini settimanali o mensili in aree pubbliche.