

**REGOLAMENTO PER LA PROGRAMMAZIONE  
DELLE MEDIE E GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**  
(Approvato dal Consiglio Comunale con deliberazione N. 62 del 28/12/2001)

**SOMMARIO**

- 1) Presupposti Normativi
- 2) Classificazione dei Comuni
- 3) Classificazione delle Medie e Grandi Strutture di Vendita
- 4) Analisi del bacino territoriale
- 5) Il commercio in Italia e a Salice Salentino
- 6) I consumi
- 7) Indagine conoscitiva sul commercio a Salice Salentino
- 8) I consumatori
- 9) Sviluppo Urbanistico
- 10) Zonizzazione del territorio
- 11) Sviluppo del commercio nel Comune
- 12) Procedimento di rilascio delle autorizzazioni

**PRESUPPOSTI NORMATIVI**

Lo studio consiste nel recepimento a livello comunale delle seguenti disposizioni statali e regionali in materia di attività commerciali:

- Decreto Legislativo 31.03.1998 n° 114, avente ad oggetto “Riforma della disciplina relativa al settore del commercio a norma dell’art. 4 comma IV”;
- Legge Regionale 4 agosto 1999 n° 24 Principi e direttive per l’esercizio delle competenze regionali in materia di commercio;
- Regolamento Regionale n° 4 del 20 marzo 2001 regolamento per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, Art. 1 c.2 lett. A della L.R. 24/99;

Il provvedimento si fonda inoltre sulla considerazione delle seguenti discipline di carattere normativo del Comune di Salice Salentino, che hanno valenza fondativa del piano di settore del commercio:

- Piano Regolatore approvato con delibera del Consiglio Regionale n. 1632 del 23/11/99.

Nella finalità della recente innovazione legislativa nazionale sono comprese la tutela della “..possibilità di approvvigionamento..” e del “..servizio di prossimità..” e “..la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane...” (art. 1 D.Leg.n. 114/1998).

Oltre che secondo il principio generale della qualificazione degli spazi urbani di relazione, anche secondo tali finalità specifiche, infatti, non appare neppure concepibile la permanenza

nel futuro di aree urbane attive ove esse pervenissero ad uno stato di progressivo degrado e annullamento della rete capillare dei servizi commerciali.

In altri termini tali aree non potrebbero essere considerate solo come aree urbane degradate ma dovrebbero essere invece considerate come aree non più urbane in quanto non dotate dei requisiti essenziali e non sostituibili che connotano e conformano la città.

L'art. 4 del Decreto Legislativo citato introduce alcune definizioni essenziali, sulla base di criteri meramente riferiti alle superfici degli esercizi e non al ruolo urbano da essi svolto ed alla loro sufficiente densità nel tessuto della città.

I provvedimenti di competenza comunale possono integrare opportunamente tale carenza mediante l'introduzione di criteri di compatibilità urbanistica e di congruenza rispetto al sistema della mobilità.

Si intendono infatti per "esercizi di vicinato" non quelli che, per i caratteri dei prodotti, esercitano effettivamente il ruolo di presidio commerciale irrinunciabile a servizio della residenza diffusa ma tutti "...quelli avente superficie di vendita non superiore a 150 mq nei comuni con popolazione residente sino a 10.000 abitanti".

La programmazione della rete distributiva di cui tratta l'art. 6 del Decreto Legislativo ha, fra l'altro, gli scopi di:

- "rendere compatibile l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento";
- "valorizzare la funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano ...al fine di ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio";
- "...riqualificare i centri storici attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti..".

Di conseguenza alla legislazione regionale è stato affidato il compito, che risulta innovativo rispetto al passato, ossia di fissare:

- "i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici individuino le aree nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture...";
- "le limitazioni relative alle necessità di tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, dei centri storici e delle località di interesse artistico e naturale "al fine di qualificare la presenza delle attività commerciali e artigianali in grado di svolgere un servizio di vicinato...ed evitare il processo di espulsione delle attività commerciali ed artigianali";
- "più incisivi poteri comunali relativi alla localizzazione dei servizi commerciali nei centri storici";
- i "criteri in base ai quali i Comuni, per un periodo non superiore a due anni, possono sospendere o inibire gli effetti della comunicazione di apertura degli esercizi di vicinato";
- la disciplina inerente "...la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi", in relazione alle diverse strutture di vendita;
- la correlazione, fino alla contestualità, delle autorizzazioni di natura edilizia e di quelle di natura commerciale.

I principi e gli obiettivi, inerenti la materia specifica del presente provvedimento, espressi

nella Legge Regionale 4 agosto 1999 n° 24 e dal regolamento regionale n° 4 del 20 marzo 2001 sulla disciplina del commercio in sede fissa sono individuabili:

- Al fine di promuovere lo sviluppo delle medie strutture di vendita nel triennio, i Comuni approvano una delibera contenente i criteri di programmazione di questa tipologia di vendita.
- I Comuni nel promuovere lo sviluppo delle medie strutture di vendita perseguono:
  - la modernizzazione del sistema distributivo e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie di vendita;
  - il principio della libera concorrenza attraverso una pluralità di alternative di scelta per gli operatori;
  - la nascita di nuove iniziative attraverso processi di riconversione e razionalizzazione delle strutture distributive esistenti;
  - la qualificazione dei servizi per le zone periferiche e di nuovo insediamento;
  - l'adeguata previsione di aree e destinazioni d'uso compatibili con l'insediamento delle strutture commerciali.
- Ferma restando la ripartizione del territorio predisposta per la programmazione urbanistica, i Comuni, al fine di conseguire una migliore articolazione delle opportunità di sviluppo, possono ripartire il territorio comunale in più delimitate aree di intervento.
- Il trasferimento di sede di medie strutture nell'ambito del medesimo Comune è di norma sempre concesso, nell'osservanza della normativa urbanistica, fatto salvo il rispetto delle disposizioni contenute nella delibera comunale di cui al precedente comma 1.
- L'apertura o l'ampliamento di una media struttura di vendita, attraverso concentrazione o accorpamento di esercizi già autorizzati, ai sensi dell'articolo 7, comma 1, lettere a) e b) della legge regionale vanno sempre concessi nel rispetto dei criteri di cui al comma 2.
- In caso di domande concorrenti per l'autorizzazione di una media struttura di vendita, vanno rispettati i criteri di priorità indicati dall'articolo 6, comma 1 della legge regionale.
- I Comuni che non abbiano approvato i criteri di programmazione per le medie strutture di vendita di cui al precedente comma 2 entro il termine di centoventi giorni, ai fini del rilascio delle autorizzazioni che non costituiscono atto dovuto esaminano le domande facendo riferimento alle disposizioni urbanistiche vigenti.

#### Classificazione dei Comuni

I Comuni sono suddivisi nelle seguenti quattro classi:

- Classe I – Comuni con popolazione superiore a 50 mila abitanti;
- Classe II – Comuni con popolazione superiore a 10 mila e fino a 50 mila abitanti;
- Classe III – Comuni con popolazione superiore a 3 mila e fino a 10 mila abitanti;
- Classe IV – Comuni con popolazione fino a 3 mila abitanti.

## Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita

- Nel rispetto dei limiti dimensionali degli esercizi previsti all'art. 4 D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114, ai fini di una più puntuale programmazione, le medie e le grandi strutture, in relazione alla superficie di vendita utilizzata, si suddividono nelle seguenti tipologie:

- medie strutture inferiori (M1) – con superficie di vendita compresa tra 151 e 600 mq nei Comuni delle classi III e IV; con superficie compresa tra 251 e 900 mq nei Comuni delle classi I e II;
- medie strutture superiori (M2) – con superficie compresa tra 601 e 1500 mq nei Comuni delle classi III e IV, con superficie compresa tra 901 e 2500 mq nei Comuni delle classi I e II;
- grandi strutture inferiori (G1) – con superficie compresa tra 1501 e 4500 mq nei Comuni delle classi III e IV, con superficie compresa tra 2501 e 7500 mq nei Comuni delle classi I e II;
- grandi strutture superiori (G2) – con superficie di vendita maggiore di 4500 mq sino a 7500 mq nei Comuni delle classi III e IV; con superficie maggiore di 7500 mq sino a 10.000 mq nei Comuni delle classi I e II.

- Le medie e le grandi strutture di vendita, in relazione ai settori merceologici di cui è autorizzata la vendita, si suddividono nelle seguenti categorie:

- strutture di vendita autorizzate per il solo settore alimentare o per entrambi i settori, alimentare e non alimentare;
- strutture di vendita autorizzate per il solo settore non alimentare.

- I centri commerciali come definiti dal comma 1, lettera g), dell'art. 4 D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114, necessitano:

- di autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita, che è richiesta dal suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita, purché associati per la creazione del centro commerciale;
- di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

## ANALISI DEL BACINO TERRITORIALE

Il Comune di Salice Salentino è situato a nord – ovest della provincia di Lecce, ad una altitudine di 48 metri sul livello del mare, con una superficie territoriale di 59 Km<sup>2</sup>. Con una distanza da Lecce di Km 19, presenta una forma molto allungata in direzione est-ovest con una superficie quasi completamente pianeggiante.

Confina con i comuni di: Campi Salentina; San Donaci; Guagnano; San Pancrazio; Avetrana; Veglie; Carmiano e Novoli. Malgrado la notevole estensione del territorio, Salice si concentra nel centro urbano, non dando luogo né a frazioni né a case sparse.

Le sue origini risalgono alla fine del XIV secolo, fondata dal Principe Raimondo Orsini del Balzo, prese il nome di Salice a causa dei numerosi salici che crescevano nella zona.

Per secoli la storia di Salice è stata legata alle fortune di alcune nobili famiglie quali: i Baroni Zurlo; i Marchesi Albricci agli Erriquez ai Filomarini duchi di Cutrofiano ed ad altre città che temporaneamente avevano ruoli importanti nella penisola salentina.

L'economia del Comune è prevalentemente agricola, anche se nell'ultimo periodo grazie anche all'approvazione del P.R.G. stanno iniziando a realizzarsi insediamenti produttivi nelle zone P.I.P.

## IL COMMERCIO IN ITALIA E A SALICE

Il commercio sta vivendo le stesse trasformazioni del settore sia a livello regionale che nazionale.

L'inserimento delle grandi strutture di vendita sta portando i medi e piccoli commercianti alla chiusura degli esercizi più marginali e alla riqualificazione degli altri. Assistiamo quindi ad una diminuzione dei Grandi Magazzini, ed un aumento di Supermercati e Ipermercati (vedi tabella allegata).

Nel comune di Salice prima dell'entrata in vigore del decreto legislativo 114/98, era in atto una ristrutturazione della rete di vendita (specie nel settore alimentare e misto), con la creazione di cinque punti vendita rientranti nella classificazione di medie strutture inferiori (M1 comprese tra 151 e 600 mq) di vendita, e più precisamente:

COGNOME NOME	INDIRIZZO	MQ.	SP.MERC.
<b>Monmarket di Montefusco V.</b>	Via La Pira 6	600	misto
<b>Masper</b>	Via V.Faggiano	600	misto
<b>Dimeglio di Bramato S.</b>	Via Q. Ennio	330	misto
<b>Masper</b>	Via Ofanto	240	misto
<b>Bondi di Simone A.</b>	Via Cavour 100	400	misto

Gli altri esercizi presenti sul territorio sono:

COGNOME NOME	INDIRIZZO N°	TAB. MERC.	SPEC MERC.
ALEMANNO ALESSANDRO	VIA NICOTERA 47	ALIMENTARI	ALIMENTARI
ALEMANNO ANTONIO	VIA D. ABRUZZI 3	ALIMENTARI	ALIMENTARI
ARNESANO ANTONIA	VIA P.LEONE 70	ALIMENTARI	ALIMENTARI
ARNESANO GIUSEPPE	VIA EMIGRANTI 1	ALIMENTARI	ALIMENTARI
BRAMATO SILVANA	VIA QUINTO ENNIO 4	ALIMENTARI	ALIMENTARI
CAPPELLO ANDREAS	VIA MARZABOTTO 7	ALIMENTARI	ALIMENTARI

CARRIERO ANTONIO	VIA FONTANA	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
D'ATTIS FERNANDO	VIA M.LLO BARBA 9	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
ERROI ANTIMO	VIAVESC. FAGGIANO	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
MARZO GIUSY	VIA XX SETTEMBRE 6	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
PALMA CARLO	VIA FONTANA 36	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
PATERA LUCIA	VIA F. MARANGI 42	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
PERRONE SERAFINO	VIA G. PASCOLI	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
SIMONE ARMANDO	VIA CAVOUR 100	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
SIMONE FERNANDO	VIA MAD. DELLA VISITAZIONE	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
SOTTOZERO DI CALO'snc	VIA FONTANA 120	ALIMENTA RI	ALIMENTA RI
GRAVILI COSIMO	VIA CAIROLI 66	NON ALIM.	FIORI
MARGARITO ANTONIO	VIA XX SETTEMBRE	NON ALIM.	FIORI
MARGARITO COSIMO	VIA REG. MARGHERITA 10	NON ALIM.	FIORI
ARROI VALENTINA	VIA M. DI SAVOIA	ALIMENTA RI	FRUTTA VERD.
DE MATTEIS BARBARA	VIA P.LEONE 10 7	ALIMENTA RI	FRUTTA VERD.
MAP di MAGGIO CARLO	VIA UMBERTO I° 81	ALIMENTA RI	FRUTTA VERD.
MARGARITO ROSARIA	VIA VITT. EMANUELE II 39	ALIMENTA RI	FRUTTA VERD.
BALBASSARRE ANTONIO	VIA SANT'ANTONI 21	ALIMENTA RI	MACELLER IA
IAZZI LUIGI	PIAZZA PLEBISCITO 8	ALIMENTA RI	MACELLER IA
IAZZI MARTINO	VIA MAD. DELLA VISITAZIONE	ALIMENTA RI	MACELLER IA
IAZZI MASSIMO	VIA UGO FOSCOLO	ALIMENTA RI	MACELLER IA
IAZZI MICHELE	VIA CIALDINI 19	ALIMENTA RI	MACELLER IA
MACCULI ANTONIO	VIA CAIROLI 42	ALIMENTA RI	MACELLER IA
PERRONE ANTONIO	VIA PART. SAN MARTINA 3/A	ALIMENTA RI	MACELLER IA

PERRONE MARIO	VIA A, DIAZ 62	ALIMENTA RI	MACELLER IA
PERRONE SALVATORE	VIA VITT. EMANUELE II	ALIMENTA RI	MACELLER IA
SCALINCI ROBERTO	VIA VITT. EMANUELE II 38	ALIMENTA RI	MACELLER IA
STELVIA s.r.l.	VIA VESC. FAGGIANO	ALIMENTA RI	MACELLER IA
MAZZOTTA SALVATORE	VIA DANTE 56	NON ALIM.	OREFICERI A
ROLLO GIUSEPPE	VIA UMBERTO I° 46	NON ALIM.	OREFICERI A
SPAGNOLO FRANCESCO	VIA CAIROLI 44	ALIMENTA RI	PESCHERIA
VALENTINO LUIGI	VIA ROMA 1	ALIMENTA RI	PESCHERIA
CAGNAZZO PASQUALE	VIA CAIROLI	ALIMENTA RI	PROD. FORNO
CAGNAZZO PASQUALE	VIA UMBERTO I°52	ALIMENTA RI	PROD. FORNO
ALEMANNI GIOVANNA	VIA MANZONI 17	NON ALIM.	VARI GENERI
ANDRIOLI GIOVANNI	VIA UMBERTO I 93	NON ALIM.	VARI GENERI
BAX COSIMO	VIA CAVOUR 12	NON ALIM.	VARI GENERI
BELLO CARMELA	VIA VESC. FAGGIANO 22	NON ALIM.	VARI GENERI
BRAMATO GIANNI	VIA UMBERTO I 81	NON ALIM.	VARI GENERI
CAFORIO FEDERICO	VIA UMBERTO I 54	NON ALIM.	VARI GENERI
CAGNAZZO FERNANDO	VIA FONTANA 149	NON ALIM.	VARI GENERI
CAGNAZZO SALVATORE	VIA M.C. DI SAVOIAN 105	NON ALIM.	VARI GENERI
CAIRO CARMELO	VIA DE CASTRIS 128	NON ALIM.	VARI GENERI
CALCAGNI SIMONA	VIA LIBERTA' 9	NON ALIM.	VARI GENERI
CAMPA NATALINA	VIA CAMPANIA 4	NON ALIM.	VARI GENERI
CAPOCCIA LUIGI	VIA PER CARMIANO	NON ALIM.	VARI GENERI
CARROZZO NICOLINA	VIA P. NENNI 25	NON ALIM.	VARI GENERI

COLTURI GUARINI COSIMA	VIAM.C. DI SAVOIA	NON ALIM.	VARI GENERI
CORIGLIANO SALVATORE	VIA CAVOUR 94	NON ALIM.	VARI GENERI
CORNACCHUA PIETRO	VIA FONTANA	NON ALIM.	VARI GENERI
COTARDO GIORGIO	VIA P.S. MARTINA	NON ALIM.	VARI GENERI
D' AVERSA ANTONIO	VIA UMBERTO I	NON ALIM.	VARI GENERI
D' ORIA ANTONIO	VIA DE CASTRIS 105	NON ALIM.	VARI GENERI
DE GIORGI GIUSEPPINA	VIA UMBERTO I 101	NON ALIM.	VARI GENERI
Erre D.. jeans sport di D' ATTIS SANTA	VIA FONTANA 61	NON ALIM.	VARI GENERI
Errelunga s.a.s. DI DITO M.GRAZIA	VIA C. ALBERTO 80	NON ALIM.	VARI GENERI
FAI ANNA MARIA	VIA FONTANA 134	NON ALIM.	VARI GENERI
HOYER ALOISE	VIA G. VALENTE 58	NON ALIM.	VARI GENERI
INNOCENTE SALVATORE	VIA DE CASTRI 25	NON ALIM.	VARI GENERI
L' INCONTRO di BACCA ALFONSO	VIA DE CASTRIS 44	NON ALIM.	VARI GENERI
LEO ROSA	VIA FONTANA 46	NON ALIM.	VARI GENERI
LEONE SALVATORE	VIA ALBRICCI 23	NON ALIM.	VARI GENERI
LEUZZI ANNUNZIATA	VIA UMBERTO I 95	NON ALIM.	VARI GENERI
LEUZZI SANDRO	VIA FONTANA 122	NON ALIM.	VARI GENERI
LEZZI AGOSTINO	VIA CAIROLI 38	NON ALIM.	VARI GENERI
MANGIA LEONIDA	VIA CAIROLI 124	NON ALIM.	VARI GENERI
MANGIULLI ROSANNA	VIA UMBERTO I 48	NON ALIM.	VARI GENERI
MANGIULLI TONIO	VIA XX SETTEMBRE 2	NON ALIM.	VARI GENERI
MOGAVERO GIUSEPPE	VIA UMBERTO I 7	NON ALIM.	VARI GENERI
MONTEFUSCO SALVATORE	VIA CAMPANIA s.n.	NON ALIM.	VARI GENERI
NERVO ANTONIO	VIA REG. MARGHERITA	NON ALIM.	VARI GENERI



NOBILE FABIO	VIA VESC. FAGGIANO I° TRAV.	NON ALIM.	VARI GENERI
NOBILE GIANBATTISTA	VIA VESC. FAGGIANO 37	NON ALIM.	VARI GENERI
NOBILE GIANBATTISTA	VIA PROV. PER VEGLIE	NON ALIM.	VARI GENERI
ORLANDO ROSARIA	VIA UMBERTO I 5	NON ALIM.	VARI GENERI
OTTICA LIACI di LIACI LORENZO	VIA UMBERTO I	NON ALIM.	VARI GENERI
PALAZZO ANNA RITA	VIA V.EMANUELE II° 45	NON ALIM.	VARI GENERI
PERSANO ANTONELLA	VIA FONTANA 22	NON ALIM.	VARI GENERI
PETILPETROLI	VIA CAIROLI 121	NON ALIM.	VARI GENERI
POTI' GIUSEPPE	VIA UMBERTO I 11	NON ALIM.	VARI GENERI
PRESICCE FERNANDO	VIA G. LA PIRA 22	NON ALIM.	VARI GENERI
QUARANTA ELIO	VIA CAVOUR 7	NON ALIM.	VARI GENERI
QUARANTA FRANCESCO	VIA M.C. DI SAVOIA	NON ALIM.	VARI GENERI
QUARTA DOMENICA	VIA D. DEGLI ABRUZZI 4	NON ALIM.	VARI GENERI
RUBINO LUIGI	VIA FONTANA 96	NON ALIM.	VARI GENERI
SABATINO M. GIOVANNA	VIA D. ALIGHIERI 2	NON ALIM.	VARI GENERI
SIMMINI ANTONIO	VIA FONTANA	NON ALIM.	VARI GENERI
SLOVACKOVA PETRA	VIA UMBERTO I 67	NON ALIM.	VARI GENERI
SPEDICATI ANTONIO	VIA FONTANA 60	NON ALIM.	VARI GENERI
SPEDICATO ANNA MARIA	VIA FONTANA	NON ALIM.	VARI GENERI
YELLOW di INGROSSO ROSSELLA	VIA CAIROLI 91	NON ALIM.	VARI GENERI

## I CONSUMI

Secondo i dati provenienti dall'indagine sui consumi, condotta dall'Istat nel 2000 su un campione di circa 24.000 famiglie, la famiglia italiana spende in media ogni mese il 4,3% in più rispetto all'anno precedente. Parte dell'aumento registrato è monetario; infatti nel 2000,

l'indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività è cresciuto, in media, del 2,5% rispetto all'anno precedente, in termini reali dunque la crescita della spesa è pari circa all'1,8%.

Gli andamenti territoriali sono abbastanza differenziati: fra il 1999 e il 2000 si registra un aumento dei livelli di spesa pari al 5,8% nel Nord e al 4,6% nel Mezzogiorno e la distanza tra le due ripartizioni continua a crescere a vantaggio del Nord, attestandosi nell'ultimo anno intorno a 1.200.000 lire mensili. Nel Centro, invece, la spesa media mensile rimane pressoché invariata.

Nel 2000 le famiglie hanno speso circa 783.000 lire al mese per generi alimentari e bevande; la spesa per la carne continua a rappresentarne la quota più elevata pari al 4,3% della spesa media totale. Complessivamente il valore di spesa rimane pressoché costante, ma si osserva una leggera diminuzione relativamente alla carne di manzo e di vitello a vantaggio delle altre carni (maiale, pollo, cavallo, coniglio eccetera).

Si riscontra inoltre un'elevata variabilità territoriale sia nei livelli, sia nella struttura della spesa. Nel Nord la spesa media mensile familiare, pari a 4.725.895 lire, è superiore di oltre 1,2 milioni di lire rispetto al Mezzogiorno dove risulta di 3.507.364 lire. La differenza è da attribuire esclusivamente ai generi non alimentari, in quanto le spese alimentari sono più o meno uguali nelle tre ripartizioni e, anzi, sono leggermente più elevate nel Mezzogiorno, dove l'ampiezza delle famiglie è mediamente maggiore.

## INDAGINE CONOSCITIVA SUL COMMERCIO A SALICE SALENTINO

Per verificare lo stato del commercio nel comune, il suo grado di soddisfazione ed i servizi offerti abbiamo sottoposto ad una serie di domande i consumatori e gli operatori commerciali.

I risultati di tale indagine meglio evidenziati anche con i grafici allegati, dimostrano che il settore commerciale nel comune, necessita di quella ristrutturazione avviata prima dell'entrata in vigore della riforma del commercio e sospesa sino all'approvazione del presente elaborato.

E' emerso che i principali fruitori dei servizi commerciali sono le casalinghe e gli anziani per il settore alimentare, nel settore non alimentare oltre a questi, vi è anche la frequenza di alcuni giovani; la provenienza della clientela è quasi completamente locale.

Scarsi sono i servizi aggiuntivi che gli operatori commerciali offrono, risultano particolarmente deficitari i parcheggi messi a disposizione, considerato che la maggior parte dei fruitori preferisce l'auto agli altri mezzi di locomozione. Gli operatori commerciali, inoltre auspicano la nascita di organizzazioni locali che curino la promozione del territorio e iniziative comuni, in quanto attualmente ognuno promuove la propria azienda con dei volantini che pubblicizzano esclusivamente le offerte promozionali.

Infine, agli operatori abbiamo chiesto cosa dovrebbe fare l'Amministrazione Comunale per le loro aziende, le risposte date evidenziano l'aspettativa di una generalizzata riduzione dei tributi locali e maggiori iniziative che facciano di Salice Salentino un polo di attrazione commerciale.

### I Consumatori

Dopo aver saggiato l'offerta commerciale nel Comune di Salice Salentino, abbiamo

provveduto ad effettuare delle domande agli acquirenti per verificare le motivazioni all'acquisto, al servizio dei parcheggi e a verificare i principali veicoli di locomozione.

Le domande sono state:

- 1) quali elementi incidono maggiormente sugli acquisti effettuati;
- 2) il livello di soddisfazione del "Servizio Parcheggi" offerto;
- 3) Prevalentemente con quale mezzo si reca al centro;

Dalle risposte ottenute possiamo concludere che la principale motivazione all'acquisto è data dall'accessibilità degli esercizi commerciali che insieme con gli orari fanno sì che questi, abbiano quella attrattiva commerciale da renderli frequentabili.

Occorre osservare inoltre la scarsa soddisfazione espressa per le zone a parcheggio, in considerazione che il 50% degli intervistati ha dichiarato di utilizzare come mezzo di locomozione l'auto o il motorino, mentre il rimanente 50 si muove a piedi o in bicicletta.

## SVILUPPO URBANISTICO

Relativamente al PRG sono stati verificati gli stati attuativi delle diverse zone. È stato accertato che, (salvo le aree di dimensioni ridotte e trascurabili ai fini della presente pianificazione), le aree in cui si apprezzano intenzioni insediative o trasformative di tipo commerciale sono, in genere, comprese nelle zone periferiche, tenendo conto di quanto previsto dall'articolo 12 della legge Regionale n° 24 del 4 agosto 1999, ossia:

(Dotazione di aree a parcheggio)

1) I Comuni, in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti, provvedono a definire, previa analisi dello stato di fatto e delle previsioni di nuovi insediamenti commerciali, le zone destinate a parcheggio nei limiti minimi di seguito indicati oltre quelli di legge statale.

2) La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita:

a) per le medie e grandi strutture di vendita ubicate nelle aree di centro storico, nella misura stabilita nei piani di parcheggi dei Comuni che, in ogni caso, non può superare 0,5 mq per ogni mq di superficie di vendita e può essere disponibile in un raggio di almeno 300 mt dal perimetro dell'area dell'intervento;

b) nelle altre zone territoriali, nella misura seguente per ogni mq di superficie di vendita:

- Settore alimentare o misto e Settore non alimentare fino a 1500 mq, 1 mq per ogni 0,8 mq di superficie di vendita;

3) I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita, a qualunque titolo intervenute. Il venire meno di tali requisiti determina la revoca dell'autorizzazione commerciale.

4) Per gli esercizi di vicinato non sono previste dotazioni di aree private a parcheggio.

5) Per i locali destinati a esercizi di vicinato che, alla data di entrata in vigore della presente legge, sono già corredati di destinazione d'uso commerciale non si applica la dotazione di aree a parcheggio prevista dal comma 2.

## ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Considerato lo sviluppo urbanistico del territorio, possiamo ora individuare le zone per aree omogenee in cui è possibile lo sviluppo della media e grande distribuzione commerciale.

Dette zone possono essere individuate in due aree che rappresentano il cuore storico del Comune e che viene individuato in quell'area racchiusa dalle seguenti vie: *Via Fontana, Via Cairoli, Via Cavour, Via Magenta, Via Politi, Via Maria Cristina di Savoia* e che viene identificata come ZONA CENTRO.

La rimanente parte del territorio, che si presta maggiormente a zona di espansione, viene individuata come ZONA PERIFERIA.

Il tutto è stato evidenziato nella cartina allegata.

## SVILUPPO DEL COMMERCIO NEL COMUNE

Dalle rilevazioni effettuate (consistenza della rete distributiva, servizi offerti, struttura del territorio), è emerso chiaramente che all'interno del comune occorre promuovere la riqualificazione commerciale (specie nella zona centro), favorendo l'accorpamento degli esercizi esistenti, con una maggiore qualificazione, sia sotto l'aspetto merceologico che di servizio.

Tale obiettivo si può ottenere facendo nascere sul territorio nuove strutture di vendita che stimolino l'ammodernamento e la riqualificazione degli esercizi di vendita esistenti specie nella zona centro.

Nuovi insediamenti commerciali pertanto possono essere previsti nella zona periferia, tenuto conto delle previsioni del P.R.G. e più specificatamente:

ZONA COMM.	TIPO STRUTT.	N°	MERCEOLOGIA
PERIFERIA	M 1(151-600mq)	1	ALIMENTARI
PERIFERIA	M 1(151-600mq)	1	MISTO
PERIFERIA	M 1(151-600mq)	1	MISTO
PERIFERIA	M 1(151-600mq)	1	NON ALIMENTARI

## PROCEDIMENTO DI RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

1. Per ottenere l'autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede, all'estensione del settore merceologico, di cui all'art. 5, comma 2 della legge regionale n. 24/99, all'ampliamento della superficie di vendita, il richiedente deve presentare al Comune apposita domanda utilizzando la modulistica approvata dalla Conferenza unificata, con delibera del 13 aprile 1999, ai sensi dell'art. 10, comma 5, del D.Lgs. n. 114/98.

2. Le domande possono essere inviate tramite raccomandata con avviso di ricevimento ovvero presentate direttamente al Comune, il quale provvederà, in entrambi i casi, a rilasciare all'istante apposita ricevuta dell'avvenuta presentazione della domanda, contenente l'indicazione del nominativo del responsabile del procedimento.

3. In caso di domande concorrenti relative all'autorizzazione per le medie strutture di vendita, nel loro esame di far riferimento all'ordine di priorità indicato dall'art. 6, della legge regionale n. 24/99.

4. Il criterio di massima priorità è accordato all'apertura di medie strutture derivanti dalla concentrazione di preesistenti esercizi di vicinato e medie strutture di vendita in attività da almeno un anno, qualora sussistano le seguenti condizioni:

- impegno di assumere il personale dipendente delle imprese concentrate assunto a seguito di specifico accordo sindacale. L'impegno si intende assolto qualora l'istanza di apertura o di ampliamento sia accompagnata da proposta formale, indirizzata all'impresa da accorpate o concentrare, di assunzione in prova del personale in essa operante;
- presenza, tra le strutture di vendita concentrate, di almeno una della medesima tipologia dimensionale o della tipologia dimensionale immediatamente inferiore a quella della nuova struttura che si intende realizzare, secondo la classificazione di cui all'art. 5 della legge regionale n. 24/99;
- trattandosi della realizzazione di una nuova struttura alimentare o mista, la somma delle superfici di vendita alimentari delle strutture concentrate sia pari al 50 per cento della superficie alimentare richiesta per la nuova struttura e la domanda sia corredata dall'impegno al reimpiego del personale;
- trattandosi di una nuova struttura non alimentare, il richiedente abbia partecipato ad uno dei corsi di formazione professionale per il commercio ovvero in possesso di adeguata qualificazione.

5. I corsi di qualificazione che costituiscono titolo per usufruire delle predette priorità sono quelli disciplinati dalla Regione ai sensi dell'art. 22 della legge regionale n. 24/99. Il requisito del possesso di adeguata qualificazione nel settore del commercio è riconosciuto a coloro che, secondo la pregressa disciplina normativa, avevano titolo ad iscriversi nel Registro esercenti il commercio. Il soggetto al quale il possesso di adeguata formazione attribuisce titolo di priorità è individuato applicando i medesimi principi valevoli in tema di requisito professionale per il commercio alimentare, di cui all'art. 5 del D.Lgs. n. 114/98.

6. Ai fini dell'applicazione dei criteri di priorità, di cui ai precedenti articoli 3 e 4, sono considerate concorrenti le domande regolarmente inoltrate al Comune, corredate della necessaria documentazione, nel corso dello stesso mese.

7. Le domande presentate ai sensi di quanto previsto all'art. 7 della legge regionale n. 24/99, sono sempre concesse, qualora ricorrano le seguenti condizioni:

- per l'autorizzazione all'apertura, si tratti di una concentrazione di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'art. 24 della legge n. 426/71, per la vendita di generi di largo e generale consumo e la superficie massima di vendita del nuovo esercizio sia pari alla somma dei limiti massimi di superficie consentiti agli esercizi di vicinato, quali indicati all'art. 4, comma 1, lett. d), del D.Lgs. n. 114/98, tenuto conto del numero di esercizi concentrati;
- per l'autorizzazione all'ampliamento, si tratti di alta concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'art. 24 della legge n. 426/71, per la vendita di generi di largo e generale consumo e la superficie massima di vendita dell'ampliamento sia pari alla somma dei limiti massimi di superficie consentiti agli esercizi di vicinato, quali indicati all'art. 4, comma 1, lett. d),

del D.Lgs. n. 114/98, tenuto conto del numero di esercizi concentrati o accorpati e delle superfici delle medie strutture concentrate o accorpate. L'ampliamento non può comportare variazione del settore merceologico dell'esercizio.

8. L'autorizzazione è sempre concessa, ricorrendo le condizioni indicate all'art. 8, anche nel caso che la richiesta concerna l'apertura o ampliamento di un centro commerciale.

9. Il rilascio delle autorizzazioni, nelle ipotesi previste ai precedenti articoli 7 e 8, deve avvenire entro trenta giorni dalla data di ricevimento della domanda e comporta la revoca dei titoli autorizzatori relativi agli esercizi concentrati o accorpati.

10. Il Comune, fatta eccezione per le ipotesi di cui al precedente art. 9, entro novanta giorni dalla data di ricevimento della domanda, procede al rilascio dell'autorizzazione. Qualora non sia stato comunicato all'interessato provvedimento di diniego, la domanda, decorso il termine indicato per il rilascio è ritenuta accolta, fatto salvo quanto previsto dall'art. 21 della legge n. 241/90.

11. Ai fini dell'accesso ai documenti relativi all'istruttoria delle domande, si applicano le norme di cui alla legge n. 241/90 e successive modifiche.