

RELAZIONE A CORRADO DELLA PROPOSTA

N. 1 DEL 28.1.2011

Handwritten initials and signature

COMUNE DI SCICLI		
PROT. N.	19374	
ARRIVO	15-6-2010	
Classe	18	Fasc.

COMUNE di SCICLI

PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE

COMUNE DI SCICLI
IX SETTORE URBANISTICA

Esaminato dalla Commissione Urbanistica
ex art. 17 Regolamento Urbanistico comunale
nella seduta del **18 GEN. 2011**

con parere **Favorevole a condizione**

Handwritten signature
Presidente

Handwritten signature
COMMISSIONE CONSULENTE
PER IL PIANO URBANISTICO
2011

Handwritten signatures of group members

GRUPPO di LAVORO:

Prof. Ignazio Arrabito (professionista incaricato)

Arch. Marilena Trovato *Arch. M. Trovato*

Handwritten signature
PER PRESA VISIONE
IN SEDE URBANISTICA
ING. GUGLISIMO CROBARE



SP

FR

RELAZIONE

Introduzione

Con il Piano di Urbanistica Commerciale (d'ora in avanti, PUC, ndr) il Comune di Scicli intende conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva del commercio al dettaglio su aree private nel territorio comunale. Il previsto insediamento delle predette attività commerciali sarà disciplinato secondo i moderni criteri di programmazione urbanistica commerciale.

Quanto riferito sarà ottenuto per mezzo di apposite normative concernenti la programmazione commerciale, intrecciata, ove necessario, al contestuale adeguamento degli strumenti urbanistici generali vigenti.

L'adozione del PUC interviene in momenti decisivi per l'auspicato, possibile sviluppo della rete di vendita comunale, ingessata ormai da molto tempo e incapace di offrire spunti di offerta di elevata qualità ed in grado di attrarre e di soddisfare i bisogni di consumo sia dei cittadini-residenti, quanto dei non residenti che, utilmente, potrebbero utilizzare la predetta rete commerciale.

Le notevoli e strutturate offerte di vendita presentate in Comuni vicini hanno peggiorato le ragioni di scambio della rete comunale che, tuttavia, sapientemente innovata e razionalmente gestita, anche per mezzo dell'adozione del PUC, potrà esprimere livelli di attrazione adeguati ai consumi attuali e a quelli prevedibili per il futuro.

Se, dunque, si intendono ottenere gli obiettivi indicati, la sfida diventa ineludibile, sia per gli imprenditori, che sulla base di forti motivazioni dovranno impegnare risorse finanziarie e manageriali, quanto, per il Comune, che dovrà "accompagnare" il processo di sviluppo della rete di vendita.

Al riguardo, il presente PUC, per la sua parte, intende offrire le "coordinate" normative necessarie per ottenere il rinnovamento e la qualificazione della rete di vendita comunale, che, oltre a consentire il recupero dell'elevata evasione della domanda di beni presso altre

- reti extracomunali, per la contestuale produzione di un maggiore valore aggiunto favorirà un maggiore sviluppo dell'economia locale.

8
AR

L'attuale consistenza della rete di vendita comunale del commercio a dettaglio su aree private.

Premessa

L'attuale consistenza della rete di vendita comunale sarà presentata secondo le zone urbanistico-commerciali delimitate per il presente PUC. In tal modo, oltre alla conoscenza della rete, è resa possibile l'anticipazione riguardante appunto la divisione in zone del territorio comunale, che rappresenta un momento fondamentale della progettazione.

Ai fini del presente Piano fanno parte di una stessa zona urbanistico-commerciale una o più zone territoriali omogenee di PRG. E' di tutta evidenza che, nel caso di richiesta di rilascio di autorizzazione amministrativa all'interno di una zona urbanistico-commerciale, per il rispetto dei requisiti urbanistici occorrerà fare riferimento alle norme urbanistiche della zona territoriale omogenea di PRG inclusa nella zona urbanistico-commerciale di richiesto insediamento. Quanto riferito, fatto salvo quanto diversamente stabilito in ordine a particolari norme introdotte con la Variante al PRG la quale fa parte del PUC medesimo.

Per la piena e completa comprensione delle predette aree territoriali di riferimento, si dà conto che, ciascuna di esse, indicata appunto con il termine di zona, sarà "segnalata" con l'indicazione del o dei particolare/i quartiere/i, via/e, borgata/e ecc. che la caratterizzano nella intelligibilità comunale. Naturalmente, solo la relativa delimitazione, effettuata su delle apposite tavole planimetriche, consentirà di "leggere/individuare" l'intera estensione della zona de quo.

Dati (°) per zona:

ZONA 1

- Via Nazionale
- Via Garibaldi (in parte)
- Corso Mazzini
- Via Roma
- ~~Corso Umberto~~
- Quartiere Santa Maria la Nova
- Quartiere San Bartolomeo
- Quartiere San Giuseppe

Numero esercizi e superficie media (°°) per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	27 (mq.48.00)	zero	Zero
non alimentare	92 (mq.51.20)	5 (mq.225.4) (superfici in dettaglio: 199.00, 274.00; 200.00, 154.00; 300,00)	Zero

(°) Per quanto concerne i differenti settori si richiama la circostanza che, per quanto riguarda il non alimentare, ciascun esercizio vende esclusivamente beni del settore de quo. Mentre, per gli esercizi del settore alimentare, nella quasi totalità dei casi, la maggior parte della superficie di vendita è destinata al settore alimentare, e per una superficie poco significativa al settore non alimentare, in particolare "articoli per l'igiene e la pulizia della persona e della casa".

Da notare che, pur essendo di dimensioni ridotte, quest'ultimo settore assume una importanza rilevante in termini di fatturato.

(°°) Il valore è indicato tra parentesi. La nota vale naturalmente anche per le successive Tabelle.

ZONA 2

Via Colombo

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	19 (mq.52.00)	2 (mq.452.0) (superfici in dettaglio: 240.00, 663.00 [°])	zero
Non alimentare	49 (mq.59.30)	zero	zero

(°) In C/da Lodderi.

ZONA 3

Vie Garibaldi (in parte)

Viale 1° Maggio (tratto iniziale)

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	7 (mq.31.80)	2 (mq.439.50) (superfici in dettaglio: 429.00, 450.00)	zero
Non alimentare	34 (mq.72.20)	2 (mq.201.00) (superfici in dettaglio: 179.28, 223.00)	Zero

ZONA 4

lungi

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	23 (mq.75.00)	2 (mq. 207) (superfici in dettaglio: 226.00, 188.00)	zero
Non alimentare	26 (mq.61.20)	2 (mq.170.00) (superfici in dettaglio: 150.00, 190.00)	zero

ZONA 5

Donnalucata

Playa Grande (°)

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	17 (mq.57.00)	4 (mq. 224.5) (superfici in dettaglio: 171.00, 177.00, 400.00 150.00)	zero
Non alimentare	44 (mq.60.00)	4 (mq. 311.7) (superfici in dettaglio: 370.00, 181.00, 296.00, 400.00)	zero

(°) Ai fini del "contributo" alla consistenza della rete di vendita, l'ambito è praticamente irrilevante.

ZONE:

6 Cava d'Aliga

7 Bruca (°)

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	7 (mq.61.70)	1 (mq.330.00)	zero
Non alimentare	7 (mq.62.80)	zero	zero

(°) Ai fini del "contributo" alla consistenza della rete di vendita, l'ambito è praticamente irrilevante,

ZONA 8

Sampieri

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	11 (mq.44.20)	1 (mq.168.00)	zero
Non alimentare	5 (mq.40.80)	zero	zero

ZONA 9

C/da Spinello

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	zero	zero	1 (mq.1205) (°)
Non alimentare	zero	zero	zero

(°) L'autorizzazione è stata rilasciata per entrambi i settori, ma, per la prevalenza rivestita dal settore alimentare, la struttura, è ricompresa all'interno di quest'ultimo.

ZONA 10
C/da Arizza

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	zero	2 (mq. 995.00) (superfici in dettaglio: 995.00, 995.00)	zero
Non alimentare	3 mq.76.30	4 (mq. 361.80) (superfici in dettaglio: 740.79, 250.00, 303.66(°), 153.00)	2 (mq.1096.48) (superfici in dettaglio: 1047.96, 1145.00)

(°) In C/da Mosca

Il relativo quadro, alla stregua di quelli relativi alle zone urbanistico-commerciali, è comunque qui di sotto presentato:

ZONA 11
C/da Guadagna

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	zero	zero	zero
Non alimentare	zero	zero	zero

Contrade

Numero esercizi e superficie media per settore e per tipologia

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture
Alimentare	7 (mq.37.00)	zero	zero
Non alimentare	6 (mq.120.00)	2 (mq.324.00) (superfici in dettaglio: 168.00, 480.00)	zero

In aree facenti parte del territorio comunale, ma non perimetrato ai fini del PUC (il che, in sede di programmazione urbanistico-commerciale e di applicazione delle relative norme, si tradurrà nel relativo divieto di insediamento di nuove attività commerciali, ndr), sono insediati n. 13 esercizi di vicinato di cui:

Dati relativi all'intero territorio comunale...

Settore	Vicinato	Medie strutture	Grandi strutture	Totale
Alimentare	118 (mq.54.20)	15 (mq.452.00)	1 (mq.1205.00)	134
Non alimentare	266 (mq. 59.60)	19 (mq.274.20)	2 (mq.1096.48)	287
Totale	384	34	3	421

Analisi della rete di vendita del commercio al dettaglio su aree private.

Dal precedente riepilogo e da alcune elaborazioni relative emerge che:

- a) nel territorio comunale sono insediati **421 (quattrocentoventuno)** esercizi; di essi, **134 (centotrentaquattro)** appartengono al settore alimentare, la parte rimanente, **287 (duecentoottantasette)** al settore non alimentare;

- b) gli **esercizi di vicinato** sono in numero di **384 (trecentoottantaquattro)** le medie strutture **34 (trentaquattro)**, le grandi strutture sono pari a **3 (tre)**;
- c) le **superfici medie nel settore alimentare** per quanto riguarda gli esercizi di vicinato e le medie strutture sono rispettivamente pari a mq. **54.00** e mq. **452.00**;
- d) le **superfici medie nel settore non alimentare**, per quanto riguarda gli esercizi di vicinato e le medie strutture sono rispettivamente pari a mq. **59.60** e mq. **274.26**;
- e) nel **settore alimentare** gli esercizi di vicinato rappresentano l'**88.2 %** del totale, le medie strutture, l'**11.1%** e le grandi strutture lo **0.7%**;
- f) nel **settore non alimentare** gli esercizi di vicinato rappresentano il **92.7%** del totale, le medie strutture il **6.6%** e le grandi strutture lo **0.7%**;

- g) nel **settore alimentare**, relativamente alla superficie di vendita, gli esercizi di vicinato coprono il **44.4%**, le medie strutture il **47.1%**, le grandi strutture l'**8.5%** (si ricorda l'assegnazione dell'unica grande struttura al solo settore alimentare);
- h) nel **settore non alimentare**, relativamente alla superficie di vendita, gli esercizi di vicinato coprono il **68.3%**, le medie strutture il **22.3%**, le grandi strutture il **9.4%**;

- 18
- i) alcuni esercizi presentano, in modo fin troppo palese, la superficie di mq. 150 .00, sfruttando, per ciò, "l'agevolazione normativa" prevista per gli esercizi di vicinato la cui soglia massima di vendita è appunto quella citata;
- j) in alcuni laboratori artigianali i relativi titolari utilizzano anche l'autorizzazione amministrativa per il commercio: i dati presentati, contengono naturalmente quelli riguardanti tali attività, ma, in effetti, non si è in presenza di unità strettamente commerciali;
- k) per ogni mille residenti sono insediati **16 (sedici)** esercizi commerciali, di cui **5 (cinque)** alimentari e **11 (undici)** non alimentari;
- l) La superficie totale di vendita risulta mq **37.609** di cui:
i1) mq. **14.357** alimentare;
i2) mq. **23.252** non alimentare;
- m) La superficie di vendita per abitante è pari a **1,45**, di cui:
m1) mq. **0,55** per alimentari;
m2) mq. **0,90** per non alimentari;

I dati presentati offrono il paradigma concettuale e pratico della realtà comunale del commercio al dettaglio; in pratica, una riconferma della presentazione iniziale: quella cioè di un sistema abbastanza importante dal punto di vista numerico, in cui fa aggio la diffusione di piccoli esercizi (di per sé non necessariamente negativa), ma in cui le medie e le grandi strutture di vendita, queste ultime in maniera molto più marcata, non sono presenti in misura tale da poter assicurare il "mix" necessario di tipologie per una produttività e redditività del sistema adeguate e in grado di soddisfare le emergenti necessità del consumo.

Inoltre:

- 22
- a. la "diffusione" territoriale appare sostanzialmente equilibrata (pur con le inevitabili carenze in cui versa l'offerta in qualche ambito territoriale, specie del Centro Storico in cui i locali di vendita utilizzabili o, comunque, finora utilizzati presentano delle superfici idonee quasi esclusivamente per esercizi di vicinato), mentre, quasi tutte le medie strutture di vendita si trovano insediate nelle zone di espansione. Ciò per le relative disponibilità dei locali, le meno difficili condizioni del traffico veicolare, la contestuale possibilità, infine, ma non per ultima, di disporre di parcheggi (quasi sempre pubblici, il che rivela una condizione di oggettiva debolezza dell'offerta presentata) in misura almeno sufficiente.
- b. Il ventaglio dei beni offerti è molto ampio, in guisa che tutte le fondamentali categorie di beni sono poste in vendita ma, ciò che fa difetto, è la contestuale varietà di specializzazioni merceologiche all'interno di ciascuna delle predette categorie; inoltre, dall'analisi degli ultimi anni della dinamica della rete nonché, in particolare, sia dei nuovi insediamenti, quanto delle ristrutturazioni dei locali, è emerso il tentativo di migliorare la rete, verificato da ben più ampie dimensioni di vendita e da un più ricco e moderno livello delle attrezzature oltre che degli arredi interni. Tuttavia permangono ampie e diffuse aree di inefficienza, scarsa innovazione, mancata modernizzazione delle tecniche di vendita. La rete, sostanzialmente, non riesce a fare "sistema"; la trama commerciale che, pure, in qualche sito od ambito si cerca o, a volte, si è riusciti a costruire, successivamente non ha prodotti i risultati attesi. La rete non riesce ad esprimere in alcun comparto livelli di eccellenza tali da generare capacità di richiamo. Il livello di attrazione, nel migliore dei casi, riesce a "coprire" una domanda parziale di beni. E ciò appare tanto più grave in ragione dell'elevato numero di esercizi. I livelli di servizio non riescono dunque a drenare le vaste correnti di evasione verso le reti commerciali di altri Comuni e non sono in grado (inevitabilmente) di attrarre livelli di domanda dall'esterno. Fatto, questo, assai negativo, ove si rifletta sulla circostanza che il Comune conta per il suo sviluppo economico, sociale ed anche culturale, su un elevato flusso turistico, che non può utilmente essere alimentato anche in ragione delle citate lacune nel servizio di offerta commerciale.

9

Nella necessaria prospettiva di dover razionalmente ed in modo efficiente organizzare la rete di vendita, fondandone lo sviluppo su basi nuove, per poter meglio comprendere le azioni necessari da sviluppare, indichiamo qui di seguito quali sono state le due almeno fondamentali ragioni che hanno determinato l'attuale situazione:

1°) La realtà commerciale di Scicli ha subito lo strapotere commerciale esercitato dalla rete di vendita insediata nel territorio del Comune di Modica.

La capacità di attrazione di tale rete commerciale extracomunale era già sperimentata da lunga data, in più, nell'ultimo decennio, ha fatto registrare una forte accelerazione.

Nello specifico, la città di Modica ha potuto beneficiare per l'esercizio delle attività commerciali di una posizione, dal punto di vista strategico - localizzativo, di straordinario rilievo, sulla quale si è innestata una elevata vocazione imprenditoriale, espressa da parte di operatori locali e regionali.

2°) La non sufficiente o comunque necessaria vocazione commerciale da parte degli imprenditori, associata ad una modesta propensione all'investimento ed ad una insufficiente ricerca ed utilizzazione di nuove aree in cui ospitare strutture in grado di esercitare un forte richiamo.

Quanto riferito ha impedito alla rete di vendita comunale di fornire risposte appropriate alle sfide poste da un mercato concorrenziale quale quello rappresentato dal commercio al dettaglio, in cui le forme e le tecniche di vendita si rinnovano continuamente, la necessità di capitali da immettere nel circuito sono sempre più ingenti, in cui, infine, è necessario ~~saggiare continuamente le proprie forze~~, sperimentare alleanze e forme avanzate di associazionismo, non rimanere bloccati su posizioni di retroguardia che impediscono qualsiasi prospettiva di sviluppo.

Infine, per inquadrare in un contesto più ampio la riflessione finora fatta, occorre sottolineare come sia la su indicata "vulnerabilità" rispetto alla concorrenza, quanto la richiamata bassa propensione all'investimento nel settore, che si "manifestano" negativamente sia in termini di innovazione, che di prodotto (inteso come la migliore combinazione possibile qualità/prezzo), si siano associate ad una prevalente

18
AA

“specializzazione” dei fattori produttivi nel settore agricolo, la quale ha favorito un notevole sviluppo economico (con annesso aumento del tenore di vita) dovuto appunto ad una agricoltura che potremmo definire di “qualità” e, comunque, ad elevato valore aggiunto. Tale specializzazione, nel tempo, ha però distolto o comunque non ha fatto scorgere la necessità dell’impiego di una parte almeno significativa di tali fattori e/o delle risorse, anche in termini di risparmio, di cui si è riusciti a disporre, anche in altri settori economici di attività. In altri termini, la situazione di pre-crisi o di crisi, a seconda dei punti di vista, che già da qualche anno ha colpito il settore primario, non pare abbia fatto ancora intravedere la possibilità/necessità di sperimentare il produttivo esercizio di altre attività economiche complementari. La comunità locale, dovendo dunque contare su una coperta “corta” per soddisfare i suoi bisogni, si trova comunque nella situazione di affidare il proprio sviluppo economico (il che, nella fattispecie, vuol dire il proprio futuro) a più settori economici, per poter così meglio assorbire i contraccolpi economici che si verificano con maggiore evidenza, come è ormai sperimentato, nelle realtà che si affidano solo a particolari produzioni, ossia, ad un solo settore di attività economica. E ciò anche nel caso in cui, eventualmente, la predetta situazione di crisi o comunque di grave difficoltà dovesse essere recuperata.

Lo sviluppo del settore commerciale, naturalmente, non potrà eliminare tutti i fattori che hanno determinato le difficoltà che sono state registrate, potrà, però, ridurre il “peso” di tale crisi attraverso la produzione di nuovo “valore aggiunto”. Per poter ottenere tale risultato, gli investimenti nel predetto settore dovranno essere fatti in modo sapiente ed accorto, per sostenere i nuovi livelli di domanda provenienti sia dai turisti quanto dai cittadini residenti.

Criteria ed obiettivi della programmazione urbanistico-commerciale.

Per la completa e piena comprensione degli obiettivi (e dei criteri per ottenere i primi) della programmazione urbanistico-commerciale occorre riferirsi:

A. alla Legge Regionale n.28/99, che contiene la "Riforma della disciplina del commercio";

B. al Decreto Presidenziale n.165, 11 luglio 2000, che contiene " Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale".

Tali norme prevedono, tra l'altro, di esprimere in termini programmatici gli "orientamenti" dell'Amministrazione Comunale circa l'evoluzione della rete distributiva nelle diverse parti del territorio comunale, con particolare riguardo al Centro Storico ed alle altre aree urbane a forte vocazione commerciale, nonché le riconosciute possibilità /necessità di insediamento di medie e grandi strutture di vendita nelle aree, appositamente individuate, suscettibili di ospitare tali strutture.

Qui di seguito saranno enucleati i citati orientamenti in uno ai criteri ed agli obiettivi generali fissati dai testi legislativi.

- a)** *favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità del servizio da rendere al consumatore;*
- b)** *assicurare, nello stabilire i limiti dimensionali delle medie strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza;*

9
20

c) rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali sul territorio con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzando l'attività commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda quartieri degradati, in modo da ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;

d) preservare il centro storico, attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti commerciali ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;

e) tutelare e valorizzare le unità commerciali già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali reali, prevedendo eventuali forme di incentivazione;

f) migliorare la qualità urbana ed il servizio commerciale favorendo la migliore integrazione ed armonizzazione degli insediamenti produttivi con quelli residenziali e turistici,

g) individuare le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, le aree in cui possono essere consentiti gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita;

h) individuare i limiti cui sottoporre gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano, nonché i limiti ai quali sono sottoposti le imprese commerciali nel centro storico e nelle aree di particolare interesse artistico e naturale;

- MB
AA
- i) individuare i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi relativi alle medie e grandi strutture di vendita;

In particolare, per le seguenti zone ,ovvero:

nel centro storico.

1. incentivare processi di qualificazione di area volti al rafforzamento della funzione della struttura urbana centrale, la sua dotazione di servizi e di attrezzature in modo da migliorare la vivibilità dei luoghi di aggregazione e l'efficacia delle attività delle imprese della distribuzione commerciale;
2. programmare lo sviluppo e la riqualificazione del piccolo commercio di vicinato alimentare e non alimentare puntando a potenziarne l'integrazione e la concentrazione in centri commerciali locali urbani e gallerie commerciali, favorendo la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di controllo dei cambi di destinazione d'uso;

nelle aree della periferia urbana:

-
1. ~~perseguire l'obiettivo della qualificazione e del potenziamento degli assi commerciali e dei nuclei di servizio esistenti;~~
 2. favorire l'insediamento di medie strutture di vendita per mezzo di operazioni di ammodernamento delle strutture esistenti;

3. *incentivare il recupero del patrimonio edilizio esistente, ivi compresi i complessi produttivi dismessi, garantendo la tutela e la valorizzazione delle relative caratteristiche storico-culturali;*

4. *migliorare l'assetto e l'arredo di piazze e di strade commerciali.*

Quanto riferito trova il suo principio informatore, e ne sostanzia al tempo stesso gli obiettivi, nella previsione secondo la quale, ~~architrate della programmazione urbanistico-~~ commerciale, per quanto riguarda in particolar modo il Centro Storico, sarà la costituzione e, naturalmente, pur se nella necessaria progressiva concretizzazione, il Centro Commerciale Naturale. Esso è da intendere come aggregazione di negozi, esercizi, servizi turistici, che sorgono appunto nella stessa zona, costituiscono una "rete" e possono agire come **"soggetto di un'offerta commerciale integrata"**.

L'obiettivo del Centro è di valorizzare il patrimonio delle tradizioni commerciali (pur se, nel nostro caso, non esaltanti) e, dunque, soprattutto, di *sviluppare* dette tradizioni, integrando al tempo stesso l'offerta con una serie di servizi originali in un ambito urbano rinnovato che, per ciò, rimanderebbe positivamente gli effetti prodotti sul tessuto commerciale (da qui la complessiva riqualificazione commerciale) che, ottenuta, potrebbe a sua volta promuovere e valorizzare lo straordinario e, per certi aspetti unico, scenario artistico ed urbanistico che caratterizza la Città di Scicli.

Per fornire qualche esempio possibile in ordine agli obiettivi, si potrebbe ad esempio pensare alla creazione di un vero e proprio "marchio", che accomuni i "luoghi" del Centro e dove i negozi siano presenti in forma convenzionata e attraverso proprie associazioni o società di promozione ~~offrano ai consumatori ed ai cittadini un insieme di vantaggi, di~~ servizi e di intrattenimenti, valorizzando lo scenario urbano tradizionale come l'ambiente più accattivante per lo shopping e per vivere il tempo libero.

Ancora, per l'ottenimento degli obiettivi, l'ideazione di progetti, il rinvenimento di fatti, atti, proposte normative a qualsivoglia livello istituzionale presentate, potrebbero rappresentare gli elementi costitutivi in grado di innescare le citate riqualificazioni, per le quali sarebbero appunto previsti interventi specifici (alcuna di natura pubblica, altri di natura privata ed altri ancora nella forma del partenariato fra pubblico e privato).

ES
AR

In definitiva, la natura del progetto (ossia della costituzione e delle molteplici iniziative messe in atto dal Centro) sarebbe quella di gestire un soggetto nuovo di "impresa territoriale", creato dai commercianti (con l'ausilio dell'Ente Comune), che si comportano come azionisti di una Società e il cui dividendo è rappresentato naturalmente dal profitto di impresa ma, al tempo stesso, dalla valorizzazione e dalla sempre più forte attrazione dell'ambiente nel quale operano.

Grazie a questo approccio manageriale dinamico, si potranno realizzare economie di scala ~~— una per tutte, nei piani pubblicitari e promozionali —~~ e si potrà anche rendere più forte la capacità di pressione sull'Amministrazione perché realizzi le infrastrutture che mancano e/o favorisca con le più varie provvidenze, il processo di ammodernamento e di sviluppo, tra l'altro da tutti attesi. In particolare, a tal riguardo, ma non solo, con le originali normative predisposte con il Piano, gli interventi a carico del Comune saranno a costo zero, il che, se da un lato, è assolutamente necessario, dall'altro, costituisce una assoluta novità per il settore pubblico,

Nell'ottica delineata, il Centro Commerciale Naturale potrà:

- a) costituire un sistema di offerta integrata, per collegare le produzioni, le risorse, le attrattive e le strutture esistenti;
- b) collegare gli operatori, ossia mettere e far lavorare insieme le diverse tipologie di operatori economici della zona o, del caso, del più ampio, necessario territorio di collegamento, dal settore commerciale a quello della ristorazione, dalla ricettività turistica all'agricoltura di qualità, all'artigianato tradizionale;
- c) coinvolgere la società civile, con funzioni consultive, per mantenere attiva e vitale l'offerta commerciale, salvaguardandone condizioni di vivibilità, vivacizzando le potenzialità esistenti, migliorandone e riorganizzandone la struttura esistente;
- d) definire una integrazione più intensa con il patrimonio culturale ed artistico esistente, in: uno con proposte alla proprietà immobiliare esistente, specie per

2
AA

l'utilizzazione del relativo patrimonio, autentico "scrigno" finora inutilizzato, a fini prettamente produttivi ed in grado di rappresentare la chiave di volta per la realizzazione di una rete commerciale che potrebbe ottenere degli esiti positivi, finora mai sperimentati, ma sicuramente in grado di produrre un diffuso vantaggio per tutti, lungo qualsivoglia versante si voglia considerare.

Il secondo principio-base è quello della tutela della valorizzazione della fascia ricompresa ~~tra il limite della costa ed il territorio urbanizzato.~~

Il tema non sembri remoto od astratto, si lega, infatti, all'utilizzo o meno di detta fascia per la realizzazione di impianti commerciali di spessore. E' di tutta evidenza che detta tutela (che si tradurrà dunque nella mancata previsione degli impianti citati) non costituisce solamente un fattore positivo di civiltà urbana ma, al tempo stesso, un elemento fondamentale per avviare finalmente una seria e fondata politica turistica. In tale contesto, commercio e turismo riuscirebbero a costituire il binomio fondamentale per la produzione del necessario valore aggiunto del quale l'intera comunità locale non potrà fare a meno per la sua crescita economica, che, permeata di valori autentici, si tradurrebbe anche in rinnovata qualità della vita.

SA
AR

Divisione in zone urbanistico-commerciali del territorio comunale

Con questo nuovo paragrafo si "ritorna" agli aspetti interni alla programmazione di cui stiamo discutendo, non senza avvertire che detti aspetti vanno inquadrati all'interno di quanto complessivamente finora riferito, al quale, in uno, si rimanda, per la piena e completa intelligenza degli obiettivi che si intendono ottenere. Obiettivi che sono, naturalmente, fissati dalla Legge n. 28/99 e dalle relative Direttive di Esecuzione contenute nel D.P.R.S. dell'11.07.2000 ma, interpretati dall'Amministrazione Comunale ed "affidati" al Consiglio Comunale perché, con il presente strumento di programmazione, urbanistico e commerciale insieme, siano alla fine tradotte in norme comunali di urbanistica commerciale.

Si è provveduto dunque alla suddivisione del territorio comunale di Scicli in più zone urbanistico-commerciali che, nel riprodurre, secondo quanto riferito in precedenza, le aree perimetrare sullo strumento urbanistico vigente, sono aderenti alla rete di vendita esistente ed alle sue prospettive di sviluppo.

La complessiva delimitazione in zone risulta dall'apposite tavole planimetriche (fornite in Allegato), sulle quali è stata anche operata la localizzazione di tutte le medie e grandi strutture di vendita ed evidenziati gli assi commerciali.

Per la necessaria specificazione degli obiettivi che si intendono ottenere con la delimitazione delle predette zone, si richiama infine quanto segue:

- a. le previsioni, per zona, dovranno essere interpretate tenendo presente la prospettiva unitaria degli interventi all'interno del territorio comunale, considerato non solamente come un'entità unitaria dal punto di vista giuridico- amministrativo, ma anche urbanistico - commerciale. Le previsioni e gli obiettivi sono dunque da considerare in un quadro di interdipendenza, ossia nel senso che quelle formulate per ciascun ambito, influenzano tutti gli altri, singolarmente e complessivamente considerati;

- 
- b. gli obiettivi della programmazione sono compatibili con l'attuale assetto della rete commerciale e, nel prefigurare quello previsto, assumono la necessità/utilità di azioni volte ad incentivare i processi di qualificazione di area, il rafforzamento della funzione della struttura urbana centrale, un qualificato livello di servizi e di attrezzature per migliorare la vivibilità dei luoghi di aggregazione, il potenziamento della gamma dei servizi culturali, artigianali, servizi di qualsiasi natura al loro interno, l'individuazione di nuove opportunità urbanistiche ove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciali.

Le zone del P.U.C.: analisi e previsioni.

ZONA 1

Centro Storico

Delimita la parte del Centro Storico su cui è insediata la quasi totalità degli esercizi commerciali presenti all'interno del predetto ambito urbano.

L'attuale localizzazione privilegia gli assi di Via Garibaldi, Via Nazionale, Corso Mazzini lungo cui si articola gran parte della vita sociale della comunità locale.

L'area è interessata da un consistente fenomeno di localizzazione di unità commerciali, caratterizzate negli ultimi anni da significativi processi di ammodernamento e di qualificazione delle strutture ed attrezzature interne, soprattutto per quanto riguarda gli esercizi del settore non alimentare.

La maggiore qualificazione così ottenuta non è però riuscita a fare "rete", non si è cioè realizzato un nucleo commerciale che potesse funzionare da "magnete", strutturato ed articolato in modo tale da riuscire ad intercettare i livelli di domanda che emergono dall'intero territorio comunale quanto dai flussi turistici.

La zona è considerata un ambito fondamentale per lo sviluppo della rete di vendita comunale, considerato il fatto fondamentale che al suo interno ci sono dei siti di straordinario rilievo ed interesse inseriti fra quelli facenti parte del Patrimonio dell'Umanità. Tale sviluppo è prefigurato anche per mezzo della realizzazione di gallerie commerciali o di centri commerciali locali urbani.

ZONA 1a del centro storico. S. Maria la Nova

ZONA 1b del centro storico. S. Bartolomeo

ZONA 1c del centro storico. S. Giuseppe

Le tre zone delimitano altrettanti ambiti del Centro Storico caratterizzate da un certo depauperamento socio-demografico cui è associato uno modesto livello di servizi, fra i quali anche quello della distribuzione commerciale.

~~Per la rilevanza architettonica, ambientale e paesaggistica che gli ambiti rivestono, nonché per la necessità di evitare ulteriori fenomeni di degrado, unitamente alla necessità del rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana, nelle predette zone sarà utile, per assicurarne livelli adeguati di fruizione da parte soprattutto dei turisti, la strutturazione di un tessuto commerciale di vicinato, in concorso con altre iniziative, quali ad esempio il recupero di piazze e spazi pubblici per la creazione di aree polifunzionali, la costituzione di assi commerciali di servizio per mezzo dell'insediamento di piccole attività per la vendita di prodotti artigianali ed agro-alimentari dell'area iblea e regionale, di antiquariato e modernariato, di arte e ricamo. Ciò consentirà la realizzazione di ambiti urbani specializzati per settori di attività tali da configurare la creazione di quelle che generalmente, in ragione delle differenti specializzazioni merceologiche presentate per la vendita, sono in modo corrispondente denominate le Vie dei Sapori, dell'Arte, dell'Artigianato o quant'altro.~~

Particolari previsioni per le indicate zone del centro storico

~~Per le zone del centro storico perimetrate ai fini del presente Piano, oltre ad interventi specifici per ciascuna di esse, sono previste delle normative comuni, illustrate qui di sotto, che, in generale, contemplano:~~

- I cambi di destinazione d'uso;
- Limitazioni alle attività ed alle imprese commerciali;
- Progetti di valorizzazione commerciale;
- Misure di natura fiscale e finanziaria a sostegno delle attività commerciali, in uno a modifiche e interventi manutentivi dei locali, delle facciate, degli spazi circostanti;
- Norme agevolative in ordine alla dotazione dei parcheggi pertinenziali;

- Norme per il riuso di immobili di particolare pregio.

Le considerazioni appena svolte trovano piena e più completa rispondenza (pur se naturalmente non ancora a livello effettuale, ma, in ogni caso, di intendimenti ed obiettivi da realizzare) nell'emanazione del *Concorso Internazionale di idee per la "rifunzionalizzazione dei plessi scolastici Lipparini – Miccichè e delle aree limitrofe"* il cui Bando è pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 24.11.2008.

~~L'idea, come recita una parte del Bando, è di "valorizzare le potenzialità di fruizione, anche pedonale, del contesto storico in cui insistono ed il riuso dei due contenitori per i bisogni di nuovi spazi per i giovani, per il tempo libero e la cultura, per funzioni di nuova centralità urbana e per uffici comunali, coinvolgendo nel processo anche capitali privati per nuove attività collettive. Si realizzerebbe così la coabitazione tra pubblico e privato, che interagiscono e si integrano a vicenda, andando a realizzare quell'auspicato processo di rivitalizzazione economica, sociale e culturale del Centro Storico della Città".~~

Ancora, nel predetto Bando: "..... si richiede l'elaborazione di idee che rispondano alle esigenze del territorio, prevedendo i cambiamenti del suolo ed i possibili impatti e scenari con l'innesto del progetto in loco.....a non escludere nella proposta progettuale anche la probabile modificazione dell'intorno (strade, spazi ed edifici pubblici, giardini, terreni privati, facciate prospicienti i luoghi di progetto) ed ad attribuire ad esso nuovi ruoli interpretativi funzionali."

Richiamato, ugualmente nel Bando, come ci sono in programmazione, oltre a quelli già realizzati, degli interventi quali:

- Il consolidamento della Chiesa della Consolazione e di Gesù;
- Il consolidamento del Palazzo Comunale;
- La riqualificazione della viabilità del centro urbano;
- Piazzetta adiacente a Via Carso;
- La riqualificazione del Giardino Bonelli;
- Il recupero dell'ex convento della Chiesa di Gesù;

- La riqualificazione del quartiere San Bartolomeo.

Si prevede *“la rifunzionalizzazione dei plessi scolastici e degli spazi circostanti al fine di migliorare e fornire l’area di un piano di sviluppo strategico di integrazione sociale, culturale ed economica, che terrà conto dei seguenti temi:*

- *Riqualificazione e ridefinizione dei contenitori (plessi scolastici) per rispondere alle nuove e diverse esigenze pubbliche;*
- *Miglioramento della accessibilità e fruibilità dell’area attraverso lo studio di nuove connessioni fra periferia e centro storico;*
- *Valorizzazione del patrimonio esistente all’interno dell’area di progetto.”*

Richiamato il ricco dibattito sviluppatosi negli ultimi anni, nel corso dei quali *“è emersa con forza la domanda di spazi da destinare alla promozione dei nuovi interessi ed al tempo libero delle giovani generazioni nonché di spazi per attività collettive, da ubicare in area centrale”*, il Bando richiama la crescente complessità della predetta problematica e presenta l’obiettivo di *“definire soluzioni d’uso e progettuali riferite all’intero complesso edilizio, alla sua rifunzionalizzazione in un’ottica diversa ed arricchita rispetto al passato”*.

Per il secondo elemento, relativo al rapporto nuovo fra periferia e centro storico, richiamato che attualmente sia il traffico urbano quanto il flusso proveniente dalle Città vicine diretto sulla costa e viceversa e tra queste ci sono le due vie principali che attraversano l’area oggetto di intervento: il Corso Mazzini ed il Corso Garibaldi, occorre immaginare uno scenario di mobilità che potenzi e preveda nuove aree di interscambio attraverso:

- Aree di arrivo e sosta di bus-navetta ad alta frequenza che colleghino il quartiere di lungi (attuale zona di espansione residenziale e commerciale della Città), il Centro Storico e tutti i nodi principali presenti nel territorio (Ospedale, Cimitero, poli scolastici, ecc.);
- Parcheggi interrati;
- Ricalibrare le infrastrutture esistenti in relazione ai nuovi servizi previsti.

Per la valorizzazione del patrimonio esistente all'interno dell'area di progetto, attesa la necessità di porre particolare attenzione ai processi di conservazione e di riuso, sostituzione e completamento delle funzioni insediative esistenti, occorrerà *"una riqualificazione di tutta l'area a contorno dei due contenitori attraverso un unitario sistema di lettura progettuale, che consenta il recupero delle edificazioni e degli spazi esistenti di rilevante interesse sociale e culturale, tra questi si inseriscono quali elementi di spicco l'ex convento della Chiesa di Gesù e tutte le aree attigue fino al Bene Unesco rappresentato dalla Via Francesco Mormino Penna. Per quanto riguarda le destinazioni d'uso, nella elaborazione delle proposte, è lasciata la massima flessibilità in modo da garantire la coesistenza delle funzioni commerciali, artigianali, direzionali, ricettive che, assieme a quella insediativa esistente dei quartieri residenziali, assicurino tutte quelle funzioni atte a garantire un uso corretto del Centro Storico"*.

Se, quanto riferito, si coniuga con quanto previsto in ordine alla necessità della costituzione e concreta attivazione del Centro Commerciale Naturale del Centro Storico e, con gli indicati obiettivi specifici della programmazione commerciale, almeno a parole si raggiunge una armonia di obiettivi che abbisogna di essere effettivamente realizzata. Il che potrà avvenire con la messa in opera di norme adeguate e funzionali, progettazioni coerenti, impegni, investimenti e coinvolgimenti reali ai vari livelli di interesse e competenza (sia lungo il versante pubblico che su quello privato).

ZONA 2

Via Colombo

La zona, caratterizzata dall'asse commerciale di Via Colombo, importante arteria viaria sia di smistamento del traffico veicolare di interquartiere quanto per il collegamento con Modica, rivela la presenza di qualche media struttura, oltre a quella "scontata" di esercizi di vicinato, in gran parte per il servizio di offerta a beneficio dei quartieri che la costituiscono.

Fanno parte della zona e ne recepiscono le relative norme la sottozona RU e la zona Ft4, situate oltre il torrente Modica-Scicli e delimitate sul P.R.G. con le predette sigle.

Le previsioni si basano su un certo potenziamento del servizio d'offerta.

ZONA 3.

Corso Garibaldi

Viale I° Maggio

La zona, caratterizzata dai due assi commerciali di Corso Garibaldi ed il primo tratto di Viale I° Maggio, oltre a degli esercizi di vicinato, rivela la significativa presenza di qualche media struttura del settore alimentare con capacità attrattive estese oltre il quartiere di riferimento.

Per le elevate analogie con la zona precedente, anche in questo caso le previsioni si basano su un certo completamento del servizio d'offerta.

ZONA 4

lungi

La zona perimetrata comprende il quartiere lungi, dove si è realizzata, a partire dagli anni '50, gran parte dell'espansione della città.

Le attività commerciali presentano una discreta concentrazione (specie lungo il Viale I° Maggio), mentre risultano trascurate, al fine degli opportuni insediamenti, le vaste aree di nuova edificazione in cui la mancata progettazione di idonei locali dove ospitare le predette attività o, comunque, l'assenza di una rete di vendita adeguata, non ha reso sostanzialmente possibile, in gran parte dell'area, almeno il necessario servizio di prossimità.

All'interno dell' area sono delimitate le zone Ft4 indicate nel P.R.G.

La previsione relativa alla Zona è per un irrobustimento e razionalizzazione della rete distributiva, volta a soddisfare una domanda crescente.



ZONA 5 Donnalucata Playa Grande

ZONA 6 Cava d'Aliga

ZONA 7 Bruca

ZONA 8 Sampieri

Le quattro zone delimitano le borgate della fascia costiera. Come è noto, in ognuna di esse, in ragione delle differenti ampiezze territoriali e della disponibilità di vani, si concentra una vasta utenza turistica nel corso della stagione estiva.

In generale, per quanto riguarda la domanda espressa da tale utenza le rispettive reti di zona non riescono a coprire adeguatamente le esigenze del consumo (tranne che negli ambiti Donnalucata – Playa Grande) ma, tale situazione, stante almeno gli attuali livelli di flussi turistici, appare abbastanza comprensibile.

Per come appena riferito, nella Zona 5, il livello di offerta, già riguardante un numero di residenti assai più ampio di quello delle altre zone ricomprese nel gruppo, rivela significativi livelli di offerta commerciale, che riescono ad attrarre, per alcuni beni, quote di domanda non solamente di quartiere, ma comunale. Anche la domanda turistica risulta essere adeguatamente soddisfatta.

Per tale Zona si prevede il completamento dell'attuale servizio di offerta.

Nelle Zone 6, 7 e 8 il servizio di offerta è a beneficio dei residenti e, in uno, soddisfa in maniera meno che sufficiente anche la domanda che emerge da parte dei turisti. Domanda che, ragionevolmente, non potrà per intero essere "coperta" dal servizio di offerta delle zone medesime, stante che eventuali esercizi stagionali dovrebbero sostenere livelli di costi difficilmente assorbibili.



Zona 9

Sottozona D3 C/da San Giovanni lo Pirato, commerciale specialistica

Attualmente, nel PRG la zona ha destinazione "agricola. Con il presente P.U.C. in VARIANTE al PRG, si stabilisce che la predetta Zona, secondo la delimitazione operata nell'apposita Tavola Planimetrica, sia esclusivamente riservata alla realizzazione di un "parco commerciale" secondo i limiti e le destinazioni stabilite nelle Norme Tecniche di Attuazione. La superficie territoriale della zona è poco meno di 3 ha. (è noto che per la realizzazione di un parco commerciale occorre disporre almeno di 2 ha.).

La scelta, oltre che aderente alle necessarie caratteristiche indicate dal legislatore, ovvero, in particolare, l'accessibilità, la non acclività, l'adeguatezza delle reti viarie di collegamento, la possibilità di veicolare flussi di traffico provenienti da differenti direzioni senza particolari interferenze con altri flussi, si collega altresì ai previsti flussi veicolari derivanti dal collegamento con la città di Modica in prossimità della Zona Commerciale.

Per ultimo, ma non per importanza, collegato peraltro a quanto si accennava in precedenza, è che, la previsione fatta, consente di impedire possibili richieste di presentare progetti in Variante ai PRG in zona agricola (che la legge n.28/99 vuole impedire, vedasi al riguardo anche la Circolare Assessoriale del 31.10.2008, ndr) e che, pure, si renderebbero assai probabili nei casi in cui, non avendo, ad esempio, fino al momento de quo utilizzato l'area o le aree, così come individuate, per l'insediamento delle strutture di vendita interessate, le stesse sarebbero state già utilizzate per tutte le altre destinazioni d'uso previste.

ZONA 10

Arizza, artigianale e/o industriale, commerciale

La zona delimita un ambito territoriale abbastanza contrassegnato da attività appunto artigianale e commerciale insieme. La delimitazione non può dunque che prendere atto della situazione esistente e poter contemplare che nelle aree non ancora utilizzate la destinazione continui appunto ad essere quella indicata nel PRG. Con le Norme Tecniche di Attuazione della programmazione commerciale si darà concreto corso a quanto appena riferito con le modalità di insediamento del caso.

Sottozona D3* - Arizza. commerciale specialistica

Le aree facenti parti della zona costituiscono un ampliamento della precedente zona 10, ma con una differenza sostanziale, relativa ai contenuti urbanistico-commerciali. Dette aree, infatti, costituiscono una zona specialistica, ossia esclusivamente riservata ad insediamenti commerciali, ma con sostanziali differenze delle quali si dirà qui appresso.

Anche in questo caso, dunque, come per la predetta Zona D3, la perimetrazione effettuata, costituisce parte della VARIANTE urbanistica di cui è costituito il PUC.

Le destinazioni d'uso consentite sono di insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio del settore non alimentare. Le grandi strutture, comunque, non potranno superare i mq. 2.500,00 (duemilacinquecento/00) di superficie di vendita.

La necessità della delimitazione dell'area si lega alle seguenti due necessità:

- a) ampliare il perimetro di riferimento commerciale della Zona 10 in guisa da soddisfare le correnti del consumo che convergono sull'area;
- b) rispettare l'indicazione legislativa di prevedere più aree specialistiche per evitare situazioni di rendita e posizioni di monopolio.

All'interno di quanto riferito, la delimitazione effettuata, oltre ad offrire più possibilità di scelta in ordine alle aree ritenute eventualmente utilizzabili, consente di progettare la realizzazione di differenti "impianti commerciali". Infatti, nella Zona D3 è eventualmente possibile realizzare un "parco commerciale", consentito nel rispetto dei vincoli legati ai contingenti di bacino, mentre, nella Zona D3*, l'utilizzazione dell'area è consentita per interventi singoli contrassegnati da medie o grandi strutture (le une e le altre con particolari vincoli e, inoltre, per quanto riguarda le grandi strutture, ugualmente vincolate alle norme sui "contingenti di bacino").

Infine è quanto meno opportuno specificare come l'area si caratterizzi anch'essa in modo assai positivo dal punto di vista strategico-localizzativo, sia facilmente raggiungibile, non presenti acclività, rivesta una posizione baricentrica rispetto alle correnti della domanda di beni che emerge all'interno del vasto ambito territoriale di riferimento, molto più ampio naturalmente di quello delimitato dall'area medesima. Tale domanda emerge in via permanente durante l'anno e, nel corso della stagione estiva, assume livelli decisamente più elevati.

Zona 11

Sottozona D3 C/da Guadagna, commerciale specialistica

Attualmente, nel PRG la zona ha destinazione "agricola. Con il presente P.U.C. in VARIANTE al PRG, si stabilisce che nella predetta Zona, secondo la delimitazione operata nell'apposita Tavola Planimetrica, sia esclusivamente riservata alla realizzazione di un "parco commerciale" secondo i limiti e le destinazioni stabilite nelle Norme Tecniche di Attuazione. La superficie territoriale della zona è poco meno di 10 ha. (è noto che per la realizzazione di un parco commerciale occorre disporre almeno di 2 ha.).

La scelta, oltre che aderente alle necessarie caratteristiche indicate dal legislatore, ovvero, in particolare, l'accessibilità, la non acclività, l'adeguatezza delle reti viarie di collegamento, la possibilità di veicolare flussi di traffico provenienti da differenti direzioni senza particolari interferenze con altri flussi. si collega altresì ai previsti flussi veicolari derivanti dal costruenda Autostrada Siracusa – Gela.

Per ultimo, ma non per importanza, collegato peraltro a quanto si accennava in precedenza, è che, la previsione fatta, consente di impedire possibili richieste di presentare progetti in Variante al PRG in zona agricola (che la legge n.28/99 vuole impedire, vedasi al riguardo anche la Circolare Assessoriale del 31.10.2008, ndr) e che, pure, si renderebbero assai probabili nei casi in cui, non avendo, ad esempio, fino al momento de quo utilizzato l'area o le aree, così come individuate, per l'insediamento delle strutture di vendita interessate, le stesse sarebbero state già utilizzate per tutte le altre destinazioni d'uso previste.

Conclusioni

La redazione ed adozione da parte del Consiglio Comunale del Piano di Urbanistica Commerciale se, da un lato, soddisfa un obbligo di legge, dall'altro, consente di individuare e realizzare strategie appropriate per lo sviluppo e la razionalizzazione della rete di vendita comunale, mettendo a disposizione dell'Amministrazione Comunale e degli imprenditori, programmi e norme, semplici ed al tempo stesso efficaci.

Le idee e le motivazioni sulle quali ci si basa per poter ottenere gli obiettivi prima indicati sono le seguenti:

- la verificata disponibilità degli imprenditori ad investire risorse finanziarie importanti, sia dal lato delle quantità che lungo il versante della qualità degli interventi;
 - l'esistenza di figure professionali e di soggetti che intendono accettare la sfida per un sistema commerciale concorrenziale, in grado di rimuovere le inefficienze e le lacune che hanno caratterizzato finora la vita delle imprese locali;
 - l'esistenza di aree ed immobili idonei dal punto di vista territoriale, dell'ampiezza, della localizzazione strategica, tali che il loro utilizzo si potrà saldare con la produzione di un notevole "valore aggiunto" ottenibile per la capacità di attrarre vaste fasce di domanda;
-
- l'impegno dell'Amministrazione Comunale a far "esprimere" le potenzialità prima indicate ed a promuovere e realizzare interventi mirati alla qualificazione della rete commerciale volta anche a favorire l'immagine e l'identità urbana della città.

Handwritten mark or signature in the top right corner.

NORME DI ATTUAZIONE del PUC



TITOLO I° NORME GENERALI

Articolo 1 - Contenuti, obiettivi e validità temporale del piano.

1. Il Piano di Urbanistica Commerciale è articolato nella programmazione commerciale e nella programmazione urbanistica riferita al settore commerciale:

a) La programmazione commerciale ha validità quadriennale, non prorogabile, a partire dalla relativa data di adozione da parte del Consiglio Comunale. Il Comune, alla fine del quadriennio, dovrà effettuare un monitoraggio della dinamica commerciale avutasi nel corso della gestione del Piano. Sulla base delle relative risultanze, predisporrà ed adotterà una nuova programmazione, aggiornando eventualmente i criteri e/o integrando i valori delle superfici di vendita al momento effettivamente attivabili.

b) La programmazione urbanistica riferita al settore commerciale, che costituisce Variante dello strumento urbanistico generale, ha la validità temporale del PRG.

2. Gli obiettivi del Piano, in generale, sono così enunciati:

a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre fucine di servizio, assicuri la migliore attività del sistema e la qualità del servizio da rendere al consumatore;

b) assicurare, nell'individuare i limiti di presenza delle medie grandi strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive la pluralità delle insegne, anche al fine di ottenere un rapporto equilibrato tra gli insediamenti commerciali e la popolazione residente, turistica e di eventuali altri ambiti extra comunali;



c) rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali sul territorio e valorizzare l'attività al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda alcuni quartieri in modo da costituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;

d) preservare e tutelare il centro storico attraverso il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;

e) evitare la realizzazione di particolari tipologie di centri commerciali, ritenuti avulsi dagli interessi degli operatori commerciali, dei consumatori, del territorio, della tutela e conservazione degli ambiti urbani, naturali e paesaggistici esistenti;

f) favorire la costituzione del Centro Commerciale Naturale del Centro Storico, promuoverne l'attività e l'organizzazione al fine di farlo agire come soggetto di un'offerta commerciale integrata;

g) favorire la formazione di gallerie commerciali, anche attraverso il riuso di immobili dismessi;

h) consentire i cambi di destinazione d'uso nelle zone urbanistico-commerciali per evitare la realizzazione di nuovi volumi edilizi e valorizzare il patrimonio immobiliare esistente;

i) nella necessaria previsione dei parcheggi pertinenziali per la clientela in caso di nuovi insediamenti commerciali, consentire la deroga per mezzo del previsto istituto della "monetizzazione" o del concambio che contempli la realizzazione di impianti e/o opere da parte del richiedente, anche in altre parti della città che non siano quelle strettamente interessate dall'insediamento commerciale;

3. I contenuti del Piano hanno efficacia sia nei confronti dei privati che nei confronti del Comune.

S
AA

TITOLO II

LA PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE

Articolo 2 Definizioni

Ai fini del presente Piano di Urbanistica Commerciale si intendono:

-
- a) per "**Legge**" la Legge Regionale 22 dicembre 1999, n.28: "Riforma della disciplina del commercio";
 - b) per "**Decreto**" il Decreto del Presidente della Regione Siciliana 11 luglio 2000, contenente "Direttive ed Indirizzi di Programmazione Urbanistica Commerciale e Criteri di Programmazione Urbanistica Commerciale in attuazione della Legge Regionale 22 dicembre 1999 n. 28";
 - c) per "**commercio al dettaglio**" l'attività svolta da chi professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
 - d) per "**superfici di vendita**" la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e simili (nelle sostanza quella in cui sono esposte o collocate le merci che possono essere acquistate dal pubblico). Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, e altri servizi per i quali non è previsto l'ingresso dei clienti (se non accompagnati da personale addetto alle vendite), nonché gli spazi di "avancassa";
 - e) per "**esercizio commerciale**", il luogo o lo spazio complessivamente utilizzato ed organizzato dall'imprenditore per lo svolgimento dell'attività di vendita. Più esercizi commerciali con distinti titolari possono coesistere all'interno dello stesso locale o



struttura fermo restando che è la somma delle loro superfici di vendita ad individuare la tipologia dell'insediamento e la disciplina applicabile;

- f) per "**esercizi di vicinato**" quelli aventi una superficie di vendita non superiore a 150 mq.;
- g) per "**medie strutture**" di vendita gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai 150 mq. e fino ai 1000 mq.
- h) per "**grandi strutture**" di vendita gli esercizi aventi superficie superiore a 1000 mq.
- i) per "**parco commerciale**" un'area di norma interessata da almeno due ettari di superficie territoriale specialmente dedicata alle attività commerciali al dettaglio, all'interno della quale venga progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari;
- j) per "**requisiti morali**" i requisiti prescritti dal Titolo II, articolo 5, commi 2, 3 e 4 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n. 114;
- k) per "**requisiti professionali**" i requisiti prescritti dall'articolo 3, ed, a seconda dei casi, commi 3 o 4, della Legge.
- l) per "**centro commerciale**" un insieme di diversi esercizi di vendita al dettaglio progettati e realizzati unitariamente, inseriti in una struttura edilizia fisicamente continua a destinazione specifica, che condividono strutture e infrastrutture comuni gestite unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici servizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.). Rientrano nella definizione di centro commerciale i centri commerciali costituiti da punti di vendita gestiti direttamente o indirettamente da produttori di beni che vi localizzano propri punti di vendita.

Si individuano 4 (quattro) tipi di centro commerciale:

- 1) **mercato coperto:** aggregazione di almeno 4 esercizi di vicinato all'interno di una struttura comune (un'area od anche un edificio);
- 2) **centro commerciale locale urbano:** è costituito da almeno 6 esercizi di vendita ed ha una superficie di vendita complessiva inferiore a 2.500 mq.
- 3) **medio centro commerciale:** è costituito da almeno 8 esercizi di vendita ed ha una superficie di vendita complessiva compresa tra 2.500 e 5.000 mq. All'interno del centro commerciale è possibile localizzare anche attività di servizio;
- 4) **grande centro commerciale:** è costituito da almeno 8 esercizi di vendita ed ha una superficie di vendita complessiva superiore a mq.5.000. La quota di superficie dei punti di vendita di vicinato non può essere inferiore al 30% del totale della superficie di vendita del centro commerciale. All'interno del centro commerciale è possibile localizzare anche attività di servizio.

Per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie pari alla loro superficie di vendita complessiva.

Il numero minimo di esercenti individuato per la costituzione di qualsivoglia Centro Commerciale non può mai essere soggetto, nel tempo, a diminuzione nel relativo numero ed all'effettivo svolgimento dell'attività in tutti i singoli punti di vendita, pena la revoca dell'autorizzazione relativa al centro medesimo.

DR
AR

Il legale rappresentante della Società che gestisce il centro e/o tutti i titolari dei singoli punti vendita assumono la responsabilità in solido dell'obbligo e delle conseguenze derivanti dal mancato rispetto del disposto precedente;

AS

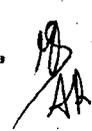
Articolo 3 Le zone urbanistico-commerciali

Le zone urbanistico-commerciali sono parti del territorio comunale rappresentate da zone territoriali omogenee del PRG singolarmente considerate od accorpate fra di loro. Sono state perimetrare per individuare gli ambiti territoriali in cui è consentito, fatto salvo il rispetto di tutte le norme di natura urbanistica e commerciale l'insediamento di attività commerciali al dettaglio su aree private.

Per le norme di natura commerciale si deve fare riferimento alla presente programmazione commerciale; relativamente all'aspetto urbanistico, per gli insediamenti commerciali richiesti all'interno di dette zone, si applicano le norme dello strumento urbanistico stabilite per le zone territoriali omogenee in cui ricadono detti insediamenti, fatta salva l'eventuale applicazione di norme differenti ove stabilite con la Variante al PRG, la quale costituisce la seconda parte del Piano di Urbanistica Commerciale.

Le zone urbanistico-commerciali sono così di seguito specificate (per l'intelligibilità di ciascuna di esse è offerta l'indicazione dell'ambito urbano fondamentale di riferimento o delle Vie più importanti che la caratterizzano e ne fanno parte):

- **Zona 1 del centro storico;**
- **Zona 1a del centro storico S.Maria la Nova;**
- **Zona 1b del centro storico S.Bartolomeo;**
- **Zona 1c del centro storico S.Giuseppe;**
- **Zona 2 Via Colombo inclusi gli ambiti Ft4 ed RU (delimitati sul PRG);**
- **Zona 3 Corso Garibaldi - Viale 1° Maggio;**
- **Zona 4 lungi, inclusi gli ambiti Ft4, Cr ed RU (delimitati sul PRG);**
- **Zona 5 Donnalucata - Playa Grande, inclusi gli ambiti Ft4 ed RU (delimitati sul PRG);**
- **Zona 6 Cava d'Aliga; inclusi gli ambiti Cr (delimitati sul PRG);**

- 
- Zona 7 Bruca inclusi gli ambiti Cr (delimitati sul PRG);
 - Zona 8 Sampieri;
 - Zona 9 Spinello;
 - Sottozona D3 C/da San Giovanni lo Pirato, commerciale specialistica;
 - Zona 10 Arizza, artigianale e/o industriale, commerciale;
 - Sottozona D3*, Arizza, commerciale specialistica;
 - Zona 11 Guadagna;
 - Sottozona D3 C/da Guadagna, commerciale specialistica.
-

La perimetrazione di ciascuna zona urbanistico-commerciale è stata effettuata su apposite tavole planimetriche in scala 1:4.000 che, fornite in Allegato, costituiscono parte integrante del PUC.

Tali Tavole sono le seguenti:

- Tavola 1 Scicli – Iungi
- Tavola 2 Donnalucata – C/da Spinello
- Tavola 3 Arizza
- Tavola 4 Cava D'Aliga – Bruca
- Tavola 5 Sampieri
- Tavola 6 Guadagna

Nelle altre parti od ambiti del territorio comunale non ricompresi all'interno delle predette zone urbanistico-commerciali, in cui sono già insediati punti vendita di commercio al dettaglio su aree private, gli stessi potranno continuare ad esercitare l'attività, eventualmente anche a seguito di subingresso nella titolarità, ma non potranno esservi localizzati nuovi punti vendita.



Articolo 4 Disciplina per l'insediamento delle attività di vendita al dettaglio su aree private nelle zone urbanistico-commerciali

Nella Zona 1 del centro storico

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento, della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita (150 mq) previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.300 (trecento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione, è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

c) l'insediamento di medie strutture (fino a 1.000 mq. di superficie di vendita), ove però siano presentate con le modalità del mercato coperto o del centro commerciale locale urbano. L'eventuale centro commerciale non potrà comunque comportare l'utilizzo di una superficie di vendita per il settore alimentare, ove richiesto, superiore a mq.300 (trecento);

d) l'insediamento di grandi strutture di vendita, ma con le modalità del centro commerciale locale urbano, all'interno del quale, la superficie di vendita da poter riservare al settore alimentare, ove richiesto, non potrà superare mq.600 (seicento).

Nella Zona 1a del centro storico S. M. la Nova

Nella Zona 1b del centro storico S. Bartolomeo

Nella Zona 1c del centro storico S. Giuseppe

Sono consentiti gli insediamenti commerciali secondo quanto stabilito alle lettere a) e b) per la Zona 1 centro storico.

Nella Zona 2 Via Colombo inclusi gli ambiti Ft4 ed RU (delimitati sul PRG)

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.600 (seicento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

Nella Zona 3 Corso Garibaldi – Viale 1° Maggio.

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

~~b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.600 (seicento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.~~

Nella Zona 4 lungi inclusi gli ambiti Ft4, Cr ed RU (delimitati sul PRG)

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

b) l'insediamento di medie strutture di vendita, sia con la modalità della struttura singola, che del mercato coperto o del centro commerciale locale urbano. L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione, e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione, è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, e risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

S
A

Nella Zona 5 Donnalucata – Playa Grande, inclusi gli ambiti Ft4 ed RU (delimitati sul PRG);

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.600 (seicento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione, è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, e risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

Nella Zona 6 Cava d'Aliga , inclusi gli ambiti Cr (delimitati sul PRG);

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.600 (seicento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione, e, comunque una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, e risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

Nella Zona 7 Bruca inclusi gli ambiti Cr (delimitati sul PRG);

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

~~b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.600 (seicento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione, e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione, è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, e risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.~~

Nella Zona 8 Sampieri

E' consentito:

a) l'insediamento di esercizi di vicinato o, l'ampliamento della superficie, che non comporti il superamento del limite di vendita previsto dalla legge n.28/99 per la predetta tipologia;

b) l'insediamento di medie strutture, ma la relativa superficie di vendita non potrà essere superiore a mq.600 (seicento). L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata. Nei casi di richiesta di ampliamento oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione, è necessaria la disponibilità di superficie effettivamente attivabile relativamente ai differenti settori merceologici di attività, e risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

9/11
AM

Nella Zona 9 - Sottozona D3 C/da San Giovanni lo Pirato - Commerciale Specialistica

Le tipologie di esercizi, nonché il loro numero ed il dimensionamento in termini di superficie di vendita, saranno consentiti nei limiti stabiliti nell'eventuale autorizzazione amministrativa rilasciata per il "parco commerciale", che è l'unica modalità possibile all'interno dell'area.

Nella Zona 10 Arizza, Artigianale e/o Industriale, Commerciale

E' consentito:

- a) l'insediamento di medie strutture di vendita (ma con superficie non inferiore a mq.600).
- b) l'insediamento di grandi strutture che non potranno superare i mq. 2.500 (duemilacinquecento) di superficie di vendita.

L'ampliamento, è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata.

Se la richiesta di ampliamento è oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione è necessaria la relativa disponibilità di superficie effettivamente attivabile riguardo ai differenti settori merceologici di attività, risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

Nella Sottozona D3* Arizza, Commerciale Specialistica.

E' consentito:

- a) l'insediamento di medie strutture di vendita (ma con superficie non inferiore a mq. 600).
- b) l'insediamento di grandi strutture che non potranno superare i mq. 2.500 (duemilacinquecento) di superficie di vendita.

L'ampliamento è consentito, a seguito di comunicazione e, comunque: una sola volta e fino al 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata.

§
AR

Se la richiesta di ampliamento è oltre il citato 20%, per ottenere l'autorizzazione è necessaria la relativa disponibilità di superficie effettivamente attivabile riguardo ai differenti settori merceologici di attività, risultante dal Prospetto, eventualmente aggiornato, di cui al successivo Articolo 7.

Zona 11 - Sottozona D3 C/da Guadagna - Commerciale Specialistica

Le tipologie di esercizi, nonché il loro numero ed il dimensionamento in termini di superficie di vendita, saranno consentiti nei limiti stabiliti nell'eventuale autorizzazione amministrativa rilasciata per il "parco commerciale", che è l'unica modalità possibile all'interno dell'area.

AR

Articolo 5 Parcheggi pertinenziali per la clientela

La prevista disponibilità di parcheggi pertinenziali per la clientela è normata dall'art.16 del DPRS n.165 11.07.2000 e dalla Legge n.122/89 ed è stabilita per le medie strutture e per le grandi strutture.

Per gli esercizi di vicinato il parcheggio è previsto solo nel caso in cui sono inseriti in centri commerciali.

~~La predetta disponibilità costituisce requisito essenziale sia per il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per il commercio al dettaglio di un nuovo esercizio commerciale, quando espressamente prevista, ove sia richiesto l'ampliamento della superficie di un esercizio già insediato.~~

Il venir meno del requisito del parcheggio pertinenziale costituisce motivo di revoca dell'autorizzazione amministrativa già rilasciata.

Per l'applicazione della normativa occorre riferirsi al combinato disposto dei su citati art.16 del DPRS n.165 11.07.2000 e Legge n.122/89, e delle norme in deroga, ove applicabili, contenute nella Variante al PRG ,che costituisce la seconda parte del presente PUC.

Articolo 6 - L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita, delle differenti tipologie di esercizi commerciali al dettaglio.

1. I casi di apertura, di trasferimento di sede, di ampliamento di superficie, relativamente alle differenti tipologie di esercizi commerciali, fatti salvi il possesso dei requisiti professionali, ~~ove richiesti, la mancata sussistenza di cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art.10 della legge 31 maggio 1965, n.575, quanto, infine, il rispetto del regolamento locale di Polizia Urbana, del regolamento locale di Polizia Annonaria, delle Norme Igienico Sanitarie, del Regolamento Edilizio, delle Norme Urbanistiche, ivi incluse quelle relative al rispetto delle Norme sulla destinazione d'uso, degli standards, ove previsti, per i parcheggi ed il verde pubblico, sono così distintamente disciplinati:~~

1) Per gli esercizi di vicinato

Per mezzo dell'utilizzazione dell'istituto della "dichiarazione di inizio di attività".

2) Per le medie strutture di vendita

Per insediare delle medie strutture occorre ottenere l'autorizzazione amministrativa, che è necessaria anche nel caso in cui si presenti istanza per ottenere l'ampliamento della superficie di vendita oltre il 20% di quella precedentemente autorizzata. Per soglie inferiori al predetto 20% si segue l'utilizzazione dell'istituto della "comunicazione".

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa, sottoposto al vincolo della disponibilità di superficie effettivamente attivabile, risultante dal Prospetto, per settore merceologico e per zona, eventualmente aggiornato, di cui all'articolo 7, di norma è effettuato prima del rilascio della concessione edilizia corrispondente (ove naturalmente quest'ultima non sia stata rilasciata in data antecedente alla richiesta di autorizzazione). Se, però, lo Sportello Unico delle Attività Produttive del Comune di Scicli, lo riterrà necessario, potrà convocare una Conferenza di Servizio, cui dovranno partecipare il Responsabile del predetto Ufficio e di quello di Urbanistica, per l'esame congiunto dell'istanza ai fini dell'eventuale rilascio

contestuale dei due provvedimenti. La decisione assunta dovrà essere comunicata al richiedente, motivando, in caso di rigetto totale o parziale, le cause ostative che hanno determinato la decisione medesima.

La richiesta di aggiunta di un nuovo settore rispetto a quello di precedente titolarità equivale a richiesta di nuova apertura.

Nel corso dell'istruttoria di una istanza, prima di giungere alla relativa conclusione, il cui termine ultimo è di giorni 90 (novanta), il Comune dovrà verificare, entro il settantesimo giorno dalla presentazione dell'istanza medesima, se nel predetto intervallo di tempo non siano state presentate altre istanze per la stessa zona di riferimento e settore merceologico. Tali eventuali domande, unitamente alla prima, sono fra di loro concorrenti se, regolari e conformi a quanto prescritto nella relativa documentazione, la somma delle superfici di vendita richieste, per la zona di riferimento e settore merceologico, è maggiore delle superfici di vendita effettivamente attivabili risultanti alla data della presentazione della prima istanza per la predetta zona e settore.

Sono stabiliti i seguenti criteri di priorità e modalità per l'esame delle domande concorrenti:

- **per il settore alimentare** l'autorizzazione è concessa prioritariamente a domande che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di preesistenti medie strutture di vendita, ovvero di medie strutture ed esercizi di vicinato, preesistenti ed operanti nel medesimo settore alimentare, e l'assunzione dell'impegno di reimpiego del personale dipendente;
- **per il settore non alimentare** l'autorizzazione è concessa prioritariamente a domande che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di preesistenti medie strutture, ovvero di medie strutture e di esercizi di vicinato, preesistenti ed operanti nel medesimo settore non alimentare;

In entrambi i settori merceologici sopra indicati, sono comunque prioritarie le domande relative agli insediamenti, frutto di operazioni di concentrazione o di all'art. 13 del D.P.R.S. dell'11 luglio 2000;

- trasferimento di medie strutture già operanti nel territorio comunale, con eventuale ampliamento nei limiti dimensionali di cui all'articolo 2, comma 1, lett.f), della legge regionale n.28/99;
 - ampliamento di medie strutture esistenti, oltre il limite del venti per cento della superficie di vendita già autorizzata;
-
- nuova apertura.

In caso di concorrenza di domande, i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un tempo non superiore a quindici giorni, durante il quale, il Comune, sulla base della legislazione vigente, individua la domanda prioritaria.

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa costituisce atto dovuto da parte del Comune, anche in deroga alle superfici effettivamente attivabili di cui al successivo Articolo 7, nei casi in cui siano soddisfatte le seguenti condizioni:

- che sia attuata la concentrazione o l'accorpamento di esercizi rientranti nei limiti di cui all'articolo 2 della legge n.28/99;
- che gli esercizi accorpati o concentrati siano autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge n.426/71 e siano operanti nel Comune;
- che il richiedente si impegni al reimpiego del personale dipendente, con contratto di lavoro a tempo indeterminato, negli esercizi oggetto di concentrazione o di accorpamento;
- che la superficie di vendita del nuovo esercizio non superi la somma dei limiti massimi per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi oggetto dell'accorpamento o concentrati, ovvero dell'effettiva superficie di vendita autorizzata, qualora la superficie di detti esercizi sia superiore ai predetti limiti.

Quanto previsto è consentito anche nell'ipotesi di centro commerciale.

In ogni caso, il rilascio della nuova autorizzazione comporta la revoca di quella relativa agli esercizi oggetto di concentrazione o di accorpamento.

L'istruttoria si ritiene conclusa quando il Comune si pronuncia nel merito della domanda o, eventualmente, alla maturazione del silenzio - assenso.

3) Per le grandi strutture di vendita, i centri commerciali ed il parco commerciale.

Il procedimento in ordine alla presentazione dell'istanza ed all'eventuale rilascio dell'autorizzazione amministrativa, per le grandi strutture di vendita, i centri commerciali ed il parco commerciale, è disciplinato dal combinato disposto della Legge n.28/99 e dai relativi DPRS di esecuzione n.165 dell'11.07.2000 e n.176 del 26.07.2000, oltre che del rispetto delle norme comunali di competenza di cui al presente PUC.



Articolo 7 - Superfici di vendita, effettivamente attivabili, per le medie strutture, distinte per zone e per settore merceologico.

1. Il rilascio delle autorizzazioni amministrative per l'insediamento di medie strutture persegue i seguenti obiettivi:

- ~~Il processo di modernizzazione del sistema distributivo locale;~~
- Garanzie di concorrenzialità fra le diverse forme distributive;
- Una più qualificata presenza di strutture di vendita;
- L'equilibrato potenziamento e sviluppo delle medie strutture di vendita nelle diverse zone urbanistico – commerciali del Comune;
- Un rapporto equilibrato tra gli insediamenti commerciali e la capacità di domanda della popolazione residente e turistica.

2. Le superfici di vendita, effettivamente attivabili e disponibili per le medie strutture, distinte per settore e per zone urbanistico commerciali, sono aggiuntive rispetto alle superfici di vendita esistenti alla data di adozione del Piano.

I valori, in mq., sono così articolati:

Zone	Alimentare (Mq)	Non Alimentare (Mq)
1 Scicli Centro (a)	600	1.200
2 Via Colombo	300	1200
3 Via Garibaldi e Viale 1° Maggio	600	1200
4 lungi	1800	3000
5 Donnalucata e Playa Grande	600	2200
6 Cava D'Aliga	600	600
7 Bruca	300	600
8 Sampieri	300	1200
Sottozona D3 C/da San Giovanni lo Pirato (specialistica)	(b)	(b)
10 Arizza	Zero	4.000
Sottozona D3* Arizza (specialistica)	1000	6.000
Sottozona D3 C/da Guadagna (specialistica)	(b)	(b)

(a) Comprende l'insieme delle Zone 1 Centro Storico, ivi incluse le Zone 1a, 1b, 1c

(b) La misura delle superfici è quella stabilita nell'eventuale autorizzazione amministrativa rilasciata per il "parco commerciale" relativamente, appunto, alle medie strutture.

Articolo 8 – Modalità di gestione delle superfici di vendita effettivamente attivabili

Con scadenza bimestrale il Comune dovrà pubblicare all'Albo un quadro tabellare dal quale si evinca la superficie effettivamente attivabile al momento.

In occasione della prima presentazione dovranno essere indicati:

- a) i valori delle superfici esistenti alla data di adozione del Piano;
- b) i valori delle superfici di vendita effettivamente attivabili, di cui al prospetto del precedente Articolo 7;
- c) le nuove superfici di vendita effettivamente attivabili, che derivano da quelle di cui al citato Articolo 7, eventualmente aggiornate con la somma algebrica dei valori in diminuzione e/o di quelli in aumento secondo le relative modalità illustrate nel presente Articolo.

Per le successive presentazioni bimestrali si procederà sempre nel medesimo modo prima specificato senza naturalmente dover presentare i valori delle superfici esistenti alla data di adozione del Piano.

Il rilascio delle autorizzazioni richieste, fatta eccezione per le richieste di mercati coperti o centri commerciali locali urbani, sarà possibile solo se le superfici di vendita al momento effettivamente attivabili siano almeno pari ai limiti dimensionali richiesti.

L'aggiornamento delle superfici di vendita effettivamente attivabili sarà operato nel modo qui di seguito stabilito:

- a. Per i mercati coperti o per i centri commerciali locali urbani

SA

a1. Il mercato coperto o il centro commerciale derivino dall'aggregazione di esercizi di vicinato e/o di medie strutture insediate in precedenza in qualsivoglia zona del territorio comunale.

Per ciascuna zona, interessata dal precedente insediamento, le superfici attivabili saranno diminuite della superficie corrispondente della media struttura in essa prima insediata; per quanto concerne la zona di nuovo insediamento, la superficie attivabile, al momento disponibile, sarà diminuita di un valore pari a due volte quello della superficie di vendita del o dei precedenti esercizi, prima insediati nella zona, ma ormai incorporati nella nuova struttura.

a2. Il mercato coperto o il centro commerciale derivino dall'aggregazione di esercizi di vicinato e/o di medie strutture insediate in precedenza nella zona di richiesto insediamento.

Le superfici attivabili, al momento disponibili, saranno impegnate per la misura data dalla differenza fra la nuova superficie di vendita (del mercato coperto o del centro commerciale) e la somma delle superfici di vendita delle precedenti unità di vendita.

a3. Il mercato coperto od il centro commerciale locale urbano siano delle strutture commerciali non derivanti da alcuna aggregazione di unità di vendita precedentemente insediate nel Comune.

Le superfici attivabili, al momento disponibili, saranno impegnate per la misura della superficie di vendita autorizzata.

b. Rilascio di autorizzazione amministrativa per nuova apertura.

Le superfici di vendita effettivamente attivabili, al momento disponibili, sono diminuite della superficie di vendita autorizzata.



c. Rilascio di autorizzazione amministrativa per nuova apertura conseguente a trasferimento di zona.

Le superfici di vendita effettivamente attivabili, al momento disponibili, sono diminuite della superficie di vendita autorizzata, per zona e settore/i merceologico/ci di titolarità. Al tempo stesso saranno aumentate le superfici effettivamente attivabili, al momento disponibili, relativamente alla zona di precedente insediamento per le superfici e settore/i merceologico/ci di precedente titolarità.

d. Rilascio di autorizzazione amministrativa per nuova apertura conseguente a trasferimento all'interno della stessa zona.

Le superfici di vendita effettivamente attivabili, al momento disponibili, sono diminuite od aumentate, della differenza rispettivamente in più od in meno della nuova superficie di titolarità rispetto a quella precedentemente autorizzata.

Cessazione o revoca dell'autorizzazione amministrativa.

Le superfici di vendita effettivamente attivabili, al momento disponibili, sono aumentate, per la zona di riferimento, della superficie di vendita già di titolarità dell'esercizio cessato o che abbia subito la revoca dell'autorizzazione.

f. Ampliamento delle superfici di vendita:

f1. Ampliamento inferiore al 20% della superficie precedentemente autorizzata.

Per la zona di riferimento, non si procede ad alcun aggiornamento della superficie di vendita effettivamente attivabile, al momento disponibile.

f2. Ampliamento superiore al 20% della superficie precedentemente autorizzata.



Per la zona di riferimento, si procede alla diminuzione delle superfici di vendita effettivamente attivabili, al momento disponibili, nella misura corrispondente alla nuova superficie di vendita autorizzata.

\$
AR

Articolo 9. Limiti all'attività degli insediamenti e delle imprese commerciali nelle Zone 1,1a ,1b ,1c del centro storico.

Ai fini della tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano delle Zone 1, 1a, 1b e 1c del centro storico, sono stabiliti i seguenti limiti alle attività di vendita ed all'esercizio di impresa degli esercizi commerciali.

1a) Limiti all'attività di vendita

E' esclusa la vendita di:

- a) Gas liquido in bombole;
- b) Legname;
- c) Materassi;
- d) Moto
- e) Pompe funebri;
- f) Combustibili solidi;
- g) Articoli di imballaggio;
- h) Articoli di rottamazione e di recupero;
- i) Prodotti chimici.

Per l'applicazione della superiore norma si distinguono i seguenti due casi:

- **per gli esercizi commerciali che alla data di adozione del PUC operano la vendita di uno o più dei beni di cui al superiore elenco.**

La norma decorre in maniera inderogabile a partire dalla fine del primo anno successivo alla data di adozione del PUC. Il mancato rispetto della norma medesima comporterà l'impossibilità di poter accedere da parte dei titolari degli esercizi interessati a tutte le agevolazioni di qualsivoglia natura e scopo previste dal Comune di Scicli in forza del presente PUC e delle provvidenze altrimenti previste, nonché, per gli esercizi, di poter far parte del previsto Centro Commerciale Naturale.

- 
- per gli esercizi commerciali che otterranno l'autorizzazione amministrativa o produrranno la comunicazione di inizio attività dopo la data di adozione del PUC.

Si stabilisce che nell'istanza per ottenere l'autorizzazione amministrativa per una media struttura, quanto, nella comunicazione di inizio attività, relativa ad esercizi di vicinato, da parte del richiedente dovrà essere dichiarato che:

- a) nell'esercizio della prevista attività di vendita, non saranno posti in vendita i beni facenti parte del superiore elenco;
- b) si accetta l'esclusione della vendita dei beni facenti parte del superiore elenco;
- c) si è a conoscenza che il mancato rispetto della norma medesima, sia al momento dell'avvio dell'attività quanto, eventualmente, in qualsivoglia fase temporale successiva, consentirà al Comune di vietare l'esercizio dell'attività medesima.

1b) Limiti all'esercizio di impresa

- a) E' esclusa la collocazione di strutture di qualsivoglia specie e di beni di vendita all'esterno dei locali (sui marciapiedi e sui prospetti);
- b) E' vietata la collocazione di bacheche espositive sui prospetti di pertinenza;
- c) E' fatto obbligo dell'utilizzo di serrande avvolgibili microforo;
- d) La visibilità dell'esercizio deve essere assicurata anche nel corso delle ore notturne con appropriati sistemi di illuminazione;
- e) E' vietata la collocazione di insegne a bandiera e di cassoni illuminati sui prospetti;

Anche per le superiori limitazioni si distinguono i seguenti due casi:

18
AR

A) per gli esercizi commerciali, che alla data di adozione del PUC operano la vendita di uno o più dei beni di cui al superiore elenco.

La norma decorre in maniera inderogabile a partire dalla fine del secondo anno successivo alla citata data di adozione. Il mancato rispetto della norma medesima comporterà l'impossibilità di poter accedere, da parte dei titolari degli esercizi interessati, a tutte le agevolazioni di qualsivoglia natura e scopo previste dal Comune di Scicli in forza del presente PUC e delle provvidenze altrimenti previste, nonché, per gli esercizi, di poter far parte del previsto Centro Commerciale Naturale.

B) per gli esercizi commerciali, che otterranno l'autorizzazione amministrativa o produrranno la comunicazione di inizio attività dopo la data di adozione del PUC.

Si stabilisce che nell'istanza per ottenere l'autorizzazione amministrativa per una media struttura, quanto, nella comunicazione di inizio attività, relativa ad esercizi di vicinato, da parte del richiedente dovrà essere dichiarato che:

- a) nell'esercizio della prevista attività di vendita, non saranno posti in vendita i beni facenti parte del superiore elenco;
- b) si accetta l'esclusione della vendita dei beni facenti parte del superiore elenco;
- c) si è a conoscenza che il mancato rispetto della norma medesima, sia al momento dell'avvio dell'attività quanto, eventualmente, in qualsivoglia fase temporale successiva, consentirà al Comune di vietare l'esercizio dell'attività medesima.

Articolo 10 - Interventi per la valorizzazione commerciale delle zone del centro storico della città e per la costituzione e funzionamento dei centri commerciali naturali.

Al fine di preservare e sviluppare la funzione del commercio nelle zone dei Centri storici della Città, anche con riferimento al contributo che detto Centro fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, in un quadro armonico di interventi finalizzati in relazione ai distinti campi, l'Amministrazione Comunale promuove:

- La realizzazione di progetti di valorizzazione commerciale;
- La costituzione del Centro Commerciale Naturale;

Progetti di valorizzazione commerciale.

I progetti di valorizzazione commerciale, aventi anche natura urbanistico - edilizia, sono volti alla riqualificazione ed allo sviluppo del tessuto commerciale, artigianale di servizio e della ricettività, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbane di queste aree. Tali progetti possono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche i pubblici esercizi, le attività turistico - ricettive, di intrattenimento e svago e di artigianato di servizio.

I Progetti di valorizzazione commerciale possono prevedere interventi a carattere strutturale, che a titolo esemplificativo possono essere così richiamati:

- a) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali con funzione di "magnete" o il potenziamento di quelli esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità e delle gallerie specializzate;
- b) il rifacimento di illuminazione pubblica e ripavimentazione di vie e piazze;
- c) la pedonalizzazione e restrizione del traffico;

- d) il miglioramento della rete del trasporto pubblico urbano;
- e) la realizzazione di opere di arredo urbano che migliorino l'estetica, l'identità e la capacità di richiamo dell'area interessata;
- f) il recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
- ~~g) il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;~~
- h) il recupero di piazze e spazi pubblici da destinare all'attività di commercio su aree pubbliche o a luoghi di esposizioni, mostre e di attività culturali di carattere periodico, così come la creazione di spazi polifunzionali destinati all'attività di intrattenimento e di svago;
- i) l'attuazione di azioni di promozione di marketing urbano.

Al fine di incentivare gli interventi di carattere strutturale, il miglioramento e l'inserimento di attività commerciali, può essere previsto l'abbattimento degli oneri di urbanizzazione e stabilire la quota del contributo di costruzione a carico dei frontisti.

Centro Commerciale Naturale

Si definisce Centro Commerciale Naturale l'insieme di attività terziarie private commerciali, artigianali, turistiche, di servizi fra loro vicine e comunque ricadenti in un ambito urbano definito (le parti o l'intero di vie, piazze, quartieri, zone territoriale omogenee, tutte incluse all'interno del centro storico della Città), che, sotto forma di consorzi, così come individuati e regolamentati dall'articolo 2.602 e seguenti del codice civile, agiscono in rete come soggetti di un'offerta commerciale integrata.

La gestione del Centro Commerciale Naturale è affidata al Consorzio.

Per la corretta individuazione del Centro Commerciale Naturale, occorre fare riferimento alle vie, piazze e quartieri in cui spontaneamente e storicamente si sono addensati i negozi, le botteghe artigiane, i bar, i ristoranti, e i servizi.

Il Centro Commerciale Naturale ha i seguenti scopi:

- a) coordinare la propria autonoma iniziativa con i progetti di valorizzazione commerciale di cui al precedente punto per riqualificare l'immagine e migliorare la vivibilità urbana degli spazi in cui opera;
- b) accrescere le capacità attrattive delle attività svolte al suo interno;
- c) migliorare il servizio ai consumatori ed ai turisti.

I soci del Consorzio possono essere, oltre alle piccole e medie imprese di cui al Decreto dell'Assessore Regionale della Cooperazione, del Commercio, dell'Artigianato e della Pesca, dell'11 febbraio 1997 e successive modifiche ed integrazioni, anche le imprese terziarie artigiane e turistiche, gli Enti Locali territoriali e di Diritto Pubblico, le associazioni, senza scopo di lucro, della società civile, del mondo dello sport e della cultura, le organizzazioni sindacali e professionali di categoria, le istituzioni private, le società e/o aziende private e/o pubbliche di gestione trasporti, di parcheggi, sponsor privati, le organizzazioni religiose, i centri di assistenza tecnica per le imprese.

La possibile attività del Centro Commerciale Naturale, in uno con l'insieme delle attività in concorso o meno ad analoghe attività connesse alla realizzazione dei progetti di valorizzazione commerciale, può essere così articolata:

- a) attività di comunicazione come informazione, editoria, pubblicità, propaganda, pubbliche relazioni sui media cartacei, radio-televisivi e telematici;

- b) progetti di arredo urbano;
- c) accordi con enti di promozione turistica del territorio per l'offerta di pacchetti turistici integrati con l'offerta commerciale;
- d) iniziative col sistema economico e finanziario al fine di sponsorizzare iniziative del centro;
- e) accordi con la proprietà immobiliare su eventuali progetti di riconversione funzionale di immobili inutilizzati;
- ~~f) partecipazione a bandi di finanziamento pubblico rivolti alle imprese commerciali di vicinato per lo sviluppo delle strategie di marketing;~~
- g) gestione di finanziamenti inerenti la sicurezza e il controllo, per la realizzazione di impianti collettivi per la video sorveglianza esteso a tutto il territorio dei centri commerciali naturali;
- h) organizzare manifestazioni culturali, convegni, dibattiti, seminari per il raggiungimento e la diffusione dei propri obiettivi, nonché attività di formazione per i titolari e gli addetti, quanto, infine, per la promozione e la valorizzazione dei territori.

La regia per avviare, promuovere, realizzare e far funzionare oltre che mettere in opera e/o concorrervi a farlo, sia i progetti di valorizzazione commerciale, quanto la nascita del Centro Commerciale Naturale, è in capo al Comune di Scicli, che rappresenta l'Ente proponente che promuoverà e raccorderà tutte le necessarie iniziative con gli altri Enti pubblici e con i soggetti privati per conseguire gli scopi indicati.

A tal fine, entro il termine di giorni 90 (novanta) dall'adozione del PUC da parte del Consiglio Comunale, la Giunta Municipale è delegata a dare concreta attuazione a quanto contenuto nel presente Articolo per mezzo di un apposito progetto tecnico e finanziario insieme, che sia anche in grado, dal punto di vista delle risorse necessarie, a consentire l'erogazione delle provvidenze o prevedere le minori entrate di cui alle complessive misure previste.

Handwritten initials or signature in the top right corner.

Il citato piano finanziario oltre alle necessarie uscite dovrà comunque indicare le entrate previste, per tendere all'obiettivo che l'insieme dei provvedimenti si realizzi "senza oneri per il Comune".

AA

ALLEGATO A

**NORME SUL PROCEDIMENTO RELATIVO AL RILASCIO DELLE
AUTORIZZAZIONI PER MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AI SENSI
DELL'ARTICOLO 8, COMMA 4 DELLA L. R. N. 28/9**

- 
- planimetria dei locali di vendita (in scala almeno 1:100) con legenda relativa al layout delle diverse zone di intervento (in particolare con l'indicazione della superficie di vendita e di quella destinata ad altri usi);
 - un elaborato grafico (in scala 1:200 o 1:500) relativo alla sistemazione esterna dell'insediamento commerciale;
 - un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate alla domanda di autorizzazione.

Qualora la documentazione tecnica e cartografica di cui sopra risulti già totalmente o parzialmente depositata presso il Comune per altra istanza, il richiedente potrà ometterne la presentazione specificando gli estremi dai quali risulti il predetto deposito e presentando, se del caso, la parte che, richiesta, non risulti depositata.

Nei seguenti casi, il procedimento amministrativo è attivato con comunicazione da parte dell'interessato all'Amministrazione Comunale:

- ampliamento della superficie di vendita, nel limite del 20% della superficie occupata;
- subingresso nella titolarità dell'esercizio;
- riduzione di superficie di vendita;
- riduzione di settore merceologico;
- cessazione di attività.

2.. Le domande o le comunicazioni possono essere inviate tramite lettera raccomandata ovvero presentate all'Ufficio Protocollo del Comune, il quale, a richiesta, provvederà al rilascio di apposita ricevuta attestante l'avvenuta presentazione della domanda.

Entro 7 giorni dal ricevimento della domanda o della comunicazione, sarà inviata al soggetto interessato da parte del Servizio comunale competente una comunicazione di avvio del procedimento recante le seguenti indicazioni:

- L'Amministrazione competente;
- L'oggetto del procedimento promosso;

MS
AA

1. Il procedimento amministrativo di cui all'articolo 8, comma 1, della legge regionale 22 dicembre 1999, n. 28, è attivato con domanda da parte del richiedente all'Amministrazione comunale nei casi di:

- nuovo esercizio;
- concentrazione di esercizi preesistenti;
- trasferimento di sede;
- ampliamento di superficie di vendita, oltre il limite del 20% della superficie occupata;
- ampliamento di superficie di vendita a seguito di accorpamento;
- estensione di settore merceologico.

L'istanza dovrà essere presentata utilizzando l'apposito modello pubblicato nel Suppl.Ord. alla G.U.R.S. (P.I.) n.41 del 17.08.2001. Fatte salve le procedure disposte dal Comune per la presentazione del progetto inteso alla realizzazione dell'immobile interessato e/o della concessione (già eventualmente ottenuta o richiesta, in relazione al citato progetto realizzato o da realizzare), nei casi in cui la superficie di vendita della media struttura interessata superi i mq.600 (seicento) all'istanza dovrà essere allegato un progetto tecnico illustrativo contenente i seguenti elementi:

- descrizione dell'area di insediamento;
- descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa;
- descrizione della struttura che si intende realizzare, riconvertire, ristrutturare, ampliare, con specificazione della destinazione dei singoli vani;
- descrizione delle aree previste per i parcheggi (secondo l'art.16 del DPRS 11.07.2000), specificando, in caso contrario, la norma in deroga prevista ed utilizzata, nonché delle aree destinate ad operazioni di carico e scarico delle merci.

Devono inoltre essere allegati (in duplice copia):

- planimetria dei locali di vendita (in scala almeno 1:100) con legenda relativa al layout delle diverse zone di intervento (in particolare con l'indicazione della superficie di vendita e di quella destinata ad altri usi);
- un elaborato grafico (in scala 1:200 o 1:500) relativo alla sistemazione esterna dell'insediamento commerciale;
- un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate alla domanda di autorizzazione.

Qualora la documentazione tecnica e cartografica di cui sopra risulti già totalmente o parzialmente depositata presso il Comune per altra istanza, il richiedente potrà ometterne la presentazione specificando gli estremi dai quali risulti il predetto deposito e presentando, se del caso, la parte che, richiesta, non risulti depositata.

Nei seguenti casi, il procedimento amministrativo è attivato con comunicazione da parte dell'interessato all'Amministrazione Comunale:

- ampliamento della superficie di vendita, nel limite del 20% della superficie occupata;
- subingresso nella titolarità dell'esercizio;
- riduzione di superficie di vendita;
- riduzione di settore merceologico;
- cessazione di attività.

2.. Le domande o le comunicazioni possono essere inviate tramite lettera raccomandata ovvero presentate all'Ufficio Protocollo del Comune, il quale, a richiesta, provvederà al rilascio di apposita ricevuta attestante l'avvenuta presentazione della domanda.

Entro 7 giorni dal ricevimento della domanda o della comunicazione, sarà inviata al soggetto interessato da parte del Servizio comunale competente una comunicazione di avvio del procedimento recante le seguenti indicazioni:

- L'Amministrazione competente;
- L'oggetto del procedimento promosso;

- L'Ufficio in cui si può prendere visione degli atti;
- Il responsabile del procedimento.

3. Verificata la domanda o la comunicazione, nel caso di incompletezza o irregolarità della stessa, il responsabile del procedimento provvederà a richiedere all'interessato, entro 10 giorni dal ricevimento, le necessarie integrazioni, interrompendo i termini del procedimento. Tali termini inizieranno a decorrere ex novo al momento della presentazione della documentazione integrativa richiesta e potranno essere interrotti una seconda volta solo se vi è la necessità di acquisire ulteriori elementi di giudizio che non siano già nella disponibilità del Comune e che essa non possa acquisire autonomamente. Nel caso di richiesta di elementi integrativi i termini inizieranno a decorrere nuovamente dalla data del ricevimento degli stessi da parte del Comune.

Per quanto concerne i provvedimenti soggetti a comunicazione l'attività potrà essere iniziata decorso il termine di 30 giorni dalla comunicazione medesima, fatta salva l'adozione di eventuali provvedimenti interdittivi da parte del Comune.

Il responsabile del procedimento trasmette ai competenti Uffici di Urbanistica ed al Comando di Polizia Municipale l'insieme della documentazione di pertinenza ed eventualmente anche l'autocertificazione, ove prodotta dall'interessato, per i necessari controlli.

L'Ufficio Urbanistica e la Polizia Municipale riscontreranno la superiore documentazione trasmettendo l'esito del controllo al Responsabile del procedimento.

4. Il Comune, entro 90 giorni dalla data di ricevimento della domanda, completa e regolare, deve procedere al rilascio dell'autorizzazione o a negarla. A tale scopo, terminata la fase istruttoria, il Dirigente del servizio comunale competente provvederà al riguardo. Il rilascio dell'autorizzazione commerciale, di norma, sarà effettuato prima di quello della concessione edilizia.

Qualora il Responsabile del procedimento ritenga necessario, potrà convocare apposita Conferenza dei Servizi cui parteciperanno il citato Dirigente, quello dell'Ufficio di Urbanistica e, ove ugualmente ritenuto necessario, il Comandante della Polizia Municipale. In questo caso, il rilascio dell'autorizzazione sarà contestuale a quello della concessione. Dei lavori della Conferenza dei Servizi verrà redatto apposito verbale che costituirà parere istruttorio non vincolante ai fini dell'emissione del provvedimento di rilascio o diniego dell'autorizzazione commerciale per media struttura di vendita.

~~In caso di provvedimento di diniego, dello stesso dovrà essere data regolare notifica all'interessato indicando le norme di legge e comunali ostative al richiesto rilascio.~~

La domanda completa delle informazioni contenute nella modulistica e nella documentazione prescritta, per la quale non sia stato comunicato il diniego entro 90 giorni dal suo ricevimento, è ritenuta accolta.

5. L'interessato può iniziare a svolgere l'attività:

- dopo il rilascio dell'autorizzazione e dopo l'ottenimento della concessione edilizia, ove prevista;
- decorso il termine stabilito per la formazione del silenzio-assenso senza che gli sia stato comunicato un provvedimento di diniego.

6. Ai sensi dell'articolo 22, commi 4 e 5, della Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28, l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è revocata qualora il titolare:

- a) non inizi l'attività entro un anno dalla data di rilascio, salvo proroga su richiesta motivata dell'interessato in caso di comprovata necessità dipendente da fatti non imputabili all'impresa;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- c) venga a trovarsi nelle condizioni previste dal Titolo II, articolo 5, commi 2, e del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114;
- d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria, avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi dell'articolo 22, comma 3, della Legge Regionale n. 28/99.

SS
AN

7. Ai fini dell'accesso ai documenti relativi all'istruttoria delle domande, si applicano le norme di cui alla Legge Regionale 30 aprile 1991, n. 10.

18
AA

TITOLO III°

**LA PROGRAMMAZIONE URBANISTICA RIFERITA AL SETTORE
COMMERCIALE**

ARTICOLO UNICO

VARIANTE ALLO STRUMENTO URBANISTICO GENERALE VIGENTE

La presente Variante è costituita:

- da modifiche e/o integrazioni all'Allegato B - Norme Tecniche di Attuazione-Schede Norma del PRG;
- dalla individuazione, sulle Tavole del Piano di Urbanistica Commerciale, di zone commerciali specialistiche; in particolare:
 - 1) la Tav.n. 2 denominata "Donnalucata – C/da Spinello"; (9)
 - 2) la Tav.n. 3 denominata: "Arizza";
 - 3) la Tav n. 6 denominata "Guadagna"

Le modifiche e/o integrazioni all'Allegato B, Norme Tecniche di Attuazione sono le seguenti:

A) Le espressioni:

- *"la dotazione di parcheggi pertinenziali deve, comunque, sottostare alla disciplina dell'art. 16 del D.P. 11.07.2000 (D. Dir. 168/DRU)", contenuta all'art. 7 delle N.T. di A.,*
- *"I parcheggi pertinenziali sono disciplinati dall'art. 16 del D.P. 11.07.2000 (D. Dir. 168/DRU)" contenuta all'art. 8 delle N.T. di A.;*
- *"La dotazione minima di aree da destinare a parcheggi pertinenziali per la clientela deve rispettare i valori fissati dal comma 4 art. 16 D.P. 11.07.2000", contenuta all'art. 35, comma 3, delle N.T. di A.;*
- *"Le aree destinate a parcheggi pertinenziali per la clientela devono sottostare alle definizioni e misure fissate dal comma 1 dell'art. 16 D.P. 11.07.2000"*

SA

(D.Dir.168/DRU)", contenuta all'art.35, comma 4. delle N.T.di A.;

sono tutte eliminate e sostituite con il seguente Articolo 8bis:

ART. 8bis. Parcheggi pertinenziali per la clientela per nuovi esercizi commerciali al dettaglio e per ampliamenti delle superfici di vendita.

"Le misure standards di parcheggi pertinenziali per la clientela, previste per le sole nuove aperture, ampliamenti oltre il 20% delle superfici precedentemente autorizzate, trasferimenti di sede, delle medie e grandi strutture di vendita, centri commerciali, parco commerciale, sono distintamente specificate all'art.16 del DPRS 11.07.2000, n.165, in relazione ai settori merceologici di attività ed alle superfici di vendita. Del caso, occorrerà anche applicare la norme contenute nella Legge n.122/89.

La relativa disponibilità, nelle misure indicate, costituisce requisito essenziale sia per il rilascio dell'autorizzazione per la vendita al dettaglio di un nuovo esercizio, o di quello per il quale si chiede l'autorizzazione al trasferimento, quanto per i casi in cui è richiesto l'aumento della superficie di un esercizio insediato o meno alla data di adozione del PUC. Per tale ultima fattispecie dell'ampliamento, in qualsivoglia misura lo si richieda, la dotazione dei parcheggi va riferita alla superficie totale di vendita dell'esercizio ampliato.

Il venir meno del requisito del parcheggio pertinenziale costituisce motivo di revoca dell'autorizzazione amministrativa.

Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione ed al consolidamento della rete distributiva esistente, si dispone, per tutte le zone urbanistico-commerciali, che non si debba disporre dei parcheggi pertinenziali ove ricorrano i seguenti casi:

18
AL

- *l'attività commerciale debba svolgersi, attraverso variazione di destinazione d'uso, in edifici esistenti nei quali occorre effettuare esclusivamente interventi manutentivi senza aumento di superficie;*
- *l'attività commerciale debba svolgersi, attraverso variazione di destinazione d'uso, in edifici esistenti nei quali occorre effettuare interventi di ristrutturazione edilizia. Le dotazioni minime sopra riportate sono comunque da richiedere nel caso in cui, per lo svolgimento dell'attività commerciale, si prevedano interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;*
- *si eseguano interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata.*

Il predetto disposto si applica altresì nel solo centro storico di Scicli: Zone 1 (1, 1a, 1b, 1c) del PUC, nei seguenti casi:

- *nuove aperture, o trasferimento, con aumento di superficie (nei limiti consentiti), di medie strutture (che presentino o meno la modalità del mercato coperto o del centro commerciale locale urbano);*
- *nuove aperture di centri commerciali locali urbani;*
- *nuove aperture di grandi strutture per le quali siano utilizzati immobili dismessi, per i quali sia stata presentata l'istanza per ottenere il cambio di destinazione per uso commerciale."*

B) All'Art. 35, è eliminato l'intero comma 2, che contiene l'espressione: "qualora la disciplina della zona ammette la destinazione d'uso per attività commerciali le tipologie ammesse sono: vicinato, medie e grande struttura".

18
AA

C) Sono eliminate tutte le seguenti espressioni:

“esercizi commerciali al dettaglio”, contenuta all’art.35.A , comma 10.2, lett.d);

“esercizi commerciali al dettaglio”, contenuta all’art.35.B, comma 11.2; lett.d);

“esercizi commerciali per grandi strutture”, contenuta all’art.35.C, comma 9.2., lett.d);

“ – commerciali “ di cui alla definizione della Sottozona E6SA contenuta allo Art. 35.E6.SA”.

In luogo di tutte le espressioni eliminate di cui alle superiori lettere B) e C) il nuovo contenuto del comma 2 dell’Art.35 è il seguente:

“All’interno delle distinte zone del territorio comunale, le tipologie di esercizi commerciali consentite sono quelle specificate, del caso anche per limiti di superfici di vendita ammesse, all’art. 3–Zone urbanistico–commerciali della programmazione commerciale comunale. Tali zone sono parti del territorio comunale rappresentate da zone territoriali omogenee del PRG singolarmente considerate od accorpate fra di loro.”

D) E’ aggiunto il seguente articolo:

“ART. 35 Zona D.3 San Giovanni lo Pirato - commerciale specialistica”

“La zona comprende, secondo la delimitazione operata nell’apposita Tavola Planimetrica fornita in allegato al Piano di Urbanistica Commerciale, una parte della Zona E del PRG. Per la stessa è richiesta la seguente variante nella destinazione urbanistica stabilita nel PRG: da “zona agricola” a “zona specialistica per parco commerciale”.

Destinazioni d’uso:

- a) *insediamento di un “parco commerciale specialmente dedicato alle attività commerciali al dettaglio, all’interno del quale potrà essere progettata una pluralità di*

edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari".

- b) laboratori, depositi e magazzini di merci al servizio della struttura commerciale;*
- c) uffici direzionali;*
- d) attività di ristorazione e per il tempo libero;*
- e) alloggio per il custode;*
- f) aree verde pubblico e attrezzato;*
- g) viabilità e parcheggi.*

Edificazione

L'edificazione è subordinata alla approvazione di un apposito piano attuativo, riferito ad un'area di intervento estesa almeno 20.000 mq.

Gli indici da rispettare sono i seguenti:

- 1. indice di fabbricabilità fondiario non superiore a 2,5 mc/mq;*
- 2. distanza delle costruzioni dai confini e dalle strade m.10,00 (dieci/00), a meno di maggiori distanze prescritte dal Codice della Strada;*
- 3. l'altezza massima delle costruzioni non può superare m.6,00 (sei/00);*
- 4. la superficie di vendita dei singoli impianti commerciali non potrà superare la dimensione di mq.3.000,00 (tremila/00);*
- 5. sono fatti salvi le previsioni e le limitazioni di cui al D.M. n. 1.444 del 02/04/1968 e l'art. 15 della L.R. 78/76.*

Gli interventi di nuova edificazione sono subordinati ai seguenti strumenti di intervento preventivo:

18
AR

- *Piani particolareggiati convenzionati;*
- *Piani di lottizzazione convenzionati.”*

E) E' aggiunto il seguente Articolo:

“ART. 35bis: - Zona D.3 Guadagna, commerciale specialistica”

“La zona comprende, secondo la delimitazione operata nell'apposita Tavola Planimetrica fornita in allegato al Piano di Urbanistica Commerciale, una parte della Zona E del PRG.

Per la stessa è richiesta la seguente variante nella destinazione urbanistica stabilita nel PRG: da “zona agricola” a “zona specialistica per parco commerciale”.

Destinazioni d'uso:

- h) insediamento di un “parco commerciale specialmente dedicato alle attività commerciali al dettaglio, all'interno del quale potrà essere progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari”.*
- i) laboratori, depositi e magazzini di merci al servizio della struttura commerciale;*
- j) uffici direzionali;*
- k) attività di ristorazione e per il tempo libero;*
- l) alloggio per il custode;*
- m) aree verde pubblico e attrezzato;*
- n) viabilità e parcheggi.*

Edificazione

L'edificazione è subordinata alla approvazione di un apposito piano attuativo, riferito ad un'area di intervento estesa almeno mq 20.000 (ventimila/00).

Gli indici da rispettare sono i seguenti:

1. *indice di fabbricabilità fondiario non superiore a 2,5 mc/mq;*
2. *distanza delle costruzioni dai confini e dalle strade m.10,00 (dieci/00), a meno di maggiori distanze prescritte dal Codice della Strada;*
3. *l'altezza massima delle costruzioni non può superare m.6,00 (sei/00);*
4. *la superficie di vendita dei singoli impianti commerciali non potrà superare la dimensione di mq.3.000,00 (tremila/00);*
5. *sono fatti salvi le previsioni e le limitazioni di cui al D.M. n. 1.444 del 02/04/1968 e l'art. 15 della L.R. 78/76.*

Gli interventi di nuova edificazione sono subordinati ai seguenti strumenti di intervento preventivo:

- *Piani particolareggiati convenzionati;*
- *Piani di lottizzazione convenzionati.*

F) E' aggiunto il seguente Articolo:

"ART. 35ter: - Zona D3* Arizza, Commerciale Specialistica"

"La delimitazione della area, operata nell'apposita Tavola Planimetrica fornita in allegato al Piano di Urbanistica Commerciale, costituisce una variante alla attuale destinazione urbanistica. La nuova destinazione è infatti "per insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio", mentre, il relativo ambito territoriale di riferimento del PRG vigente è dato dalla somma di:

una parte di "E5 - Zona agricola di transizione";

SA
AN

una parte di E6 - Zona agricola irrigua”;

una parte di E1 – Zona agricola di particolare interesse ambientale.

Destinazioni d'uso:

- a) insediamento di medie e grandi strutture di vendita;*
- b) laboratori, depositi e magazzini di merci al servizio della struttura commerciale;*
- c) uffici direzionali;*
- d) attività di ristorazione e per il tempo libero;*
- e) alloggio per il custode;*
- f) aree verde pubblico e attrezzato;*
- g) viabilità e parcheggi.*

Edificazione

L'edificazione è subordinata alla approvazione di un apposito piano attuativo, riferito ad un'area di intervento estesa almeno 5.000 mq.

Gli indici da rispettare sono i seguenti:

- 1. indice di fabbricabilità territoriale non superiore a 2,0 mc/mq;*
- 2. distanza delle costruzioni dai confini e dalle strade m.10.00, a meno di maggiori distanze prescritte dal Codice della Strada;*
- 3. l'altezza massima delle costruzioni non può superare m.8,00, fatto salvo gli impianti ed i volumi tecnici speciali;*
- 4. la superficie di vendita delle grandi strutture non potrà superare la dimensione di mq.2.500,00 (duemilacinquecento/00).*

Gli interventi di nuova edificazione sono subordinati ai seguenti strumenti di intervento preventivo:

- *Piani particolareggiati convenzionati;*
- *Piani di lottizzazione convenzionati.”*

G) E' aggiunto il seguente Articolo 35 quater:

“Cambio di destinazione d'uso dei locali nel Centro Storico di Scicli, Sampieri e Donnalucata e degli impianti produttivi realizzati in verde agricolo.

- 1. Il Comune, fatti salvi l'assenza del vincolo a parcheggio ed il solo rispetto dei requisiti igienico-sanitari dichiarati dall'Ufficiale Sanitario, rilascerà anche in deroga ai parametri edilizi minimi prescritti dal Regolamento Edilizio, senza oneri per il richiedente, l'autorizzazione per il cambio di destinazione ad uso commerciale di locali insediati nel Centro Storico di Scicli, Sampieri e Donnalucata così come individuati nel PRG vigente. La relativa certificazione può essere estesa anche al 1° piano.*
- 2. Per gli impianti produttivi esistenti, realizzati in verde agricolo con regolare concessione edilizia o ammessi a sanatoria con il rilascio della relativa concessione, è ammessa la variazione di destinazione d'uso commerciale, fatto salvo il pagamento degli eventuali oneri per il rilascio del titolo edilizio.*
- 3. Per gli impianti produttivi in verde agricolo è sempre ammessa la vendita dei prodotti provenienti in misura prevalente dalle rispettive aziende, nonché dei prodotti derivati, ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione dei prodotti agricoli e zootecnici, finalizzate al completo sfruttamento del ciclo*



produttivo dell'impresa, osservate le disposizioni vigenti in materia di igiene e sanità".

H) E' aggiunto il seguente Articolo 35 quinquies:

"Nei progetti di lottizzazione convenzionata di iniziativa pubblica o privata, presentata a far data dalla piena efficacia del Piano di Urbanistica Commerciale, va destinato, ad aree per locali commerciali almeno il 10% delle aree residenziali.

Per progetti di lottizzazione convenzionata contigui la suddetta previsione per locali commerciali può essere cumulabile".

I) Per quanto non disciplinato si rimanda ai contenuti del Regolamento Edilizio Comunale.