



COMUNE DELLA SPEZIA

Deliberazione del Consiglio Comunale

ATTO N. 24 del 27/07/2009

Oggetto: PIANO DEL COMMERCIO AI SENSI DELLA L.R. 2/1/2007 N.1 - TESTO UNICO IN MATERIA DI COMMERCIO.

La seduta ha luogo nell' anno 2009 il giorno 27 del mese di luglio alle ore 21,00 nella Sala del Consiglio del Palazzo Civico, convocata nei modi di legge in sessione ordinaria, prima convocazione e in seduta pubblica

Presiede Lorianò Isolabella

Assiste il Segretario Generale Nicola Ianigro

All'appello nominale risultano presenti, come dal seguente prospetto, n. 29 consiglieri:

ANSELMI ALESSIO	ASTI PAOLO
BASILE LUCA	BORNIA MAURO
BUCCHIONI EDMONDO	CARRO PAOLO
CENERINI FABIO	CHIAVACCI VALENTINA
CONTI MARCELLA	CORSI ALBERTO
CREMOLINI LAURA	DE LUCA LUIGI
DELFINO MARCELLO	DI VIZIA GIAN CARLO
FEDERICI MASSIMO	GATTI GIACOMO
GUERRI GIULIO	ISOLABELLA LORIANO
LIGUORI LUCA DANIELE	MAJOLI ANGELO
MANUCCI SAURO	MARCOBELLO ANTONIO
MARINARO GIANFRANCO	MARSELLA JONATHAN
MARTINELLI PAOLO	MASIA ROBERTO LUCIANO
PESERICO GIACOMO	TAVILLA RINALDO
VENTURINI RICCARDO	

Risultano assenti i consiglieri:

BROGI LORENZO	CARNIERI ADOLFO
CATTANI TIZIANA	CAVALLINI FLAVIO
COSSU SIMONA	DI CAPUA GIACOMO
FRIJIA MARIA GRAZIA	GAGLIARDELLI PAOLO
GAI ALESSANDRO	MESSURI PAOLO
SCHIFFINI ENRICO	STRETTI ANDREA

Num.proposta 269

Alla seduta hanno partecipato senza facoltà di voto gli assessori:

AVENA SALVATORE	BELLONI OMERO
MANFREDINI PAOLO	PAITA RAFFAELLA
POLLIO ALESSANDRO	RUGGIA CRISTIANO

DIPARTIMENTO IV

PROGRAMMAZIONE TERRITORIALE C.D.R. ATTIVITA' PRODUTTIVE COMMERCIO

**Il Direttore Dipartimento IV
Programmazione Territoriale
Arch. Emilio ERARIO**

**Il Funzionario C.d.R.
Commercio Turismo
Alda BETTUCCHI**

PREMESSO:

che la Regione Liguria, con Legge Regionale 2/1/2007 n.1, ha approvato il Testo Unico in materia di Commercio in virtù delle nuove competenze assegnate alle Regioni con la riforma del Titolo V della Costituzione, che disciplina le attività commerciali all'ingrosso e al dettaglio;

che, in data 8/5/2007, con deliberazione n.18, la Regione ha emanato gli indirizzi e i criteri di programmazione commerciale e urbanistica del commercio al dettaglio in sede fissa, in attuazione del T.U in materia di commercio, per riqualificare la rete distributiva e rivitalizzare il tessuto economico, sociale e culturale dei centri storici e per consentire una equilibrata e graduale evoluzione delle imprese esistenti;

che la Regione Liguria ha, altresì previsto che i Comuni possano dotarsi di un apposito Piano Commerciale, redatto in ampia autonomia, in funzione di determinati obiettivi, finalizzato a regolare e prevedere una ragionata crescita del commercio nelle diverse aree territoriali;

che l'interconnessione tra norme commerciali e disposizioni urbanistiche, oltre ad essere richiamata espressamente dall'art.24 del T.U.C. è fondamentale per evitare l'immobilizzo totale in alcune aree della città e, in special modo, per favorire la crescita e lo sviluppo dell'intero settore, non solo commerciale, ma anche artigianale e dei servizi;

RITENUTO indispensabile approvare ed adottare il Piano del Commercio, quale presupposto per lo svolgimento da parte del Comune dei propri poteri di programmazione commerciale;

SENTITO in merito il parere delle Organizzazioni di categoria degli esercenti, dei consumatori e le Organizzazioni sindacali;

PRESO ATTO, ai sensi dell'art.49 del Dlgs.267/2000 del parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica espresso dal Responsabile del Servizio

IL CONSIGLIO COMUNALE

Udito quanto precede;

Udita l'illustrazione dell'Assessore Avena Salvatore;

Uditi gli interventi in discussione generale dei seguenti Consiglieri: Cenerini, Asti, Majoli, Marinaro, Venturini, Bornia, Peserico, Di Vizia;

Udite le dichiarazioni di voto dei seguenti Consiglieri: Cenerini, Delfino, Martinelli, Di Vizia, Bucchioni, Liguori;

Visto l'emendamento proposto dal Sindaco Massimo Federici che è approvato con il seguente esito:

Emendamento n.1 Disposizione finale – Governance:

Presenti 29 Favorevoli 20 Contrari 9 Astenuti 0 Approvato

Posta in votazione la proposta di deliberazione è approvata con il seguente esito:

Presenti 29 Favorevoli 20 Contrari 9 Astenuti 0

(Hanno espresso voto contrario i Consiglieri Anselmi Alessio, Asti Paolo, Cenerini Fabio, Corsi Alberto, De Luca Luigi, Gatti Giacomo, Manucci Sauro, Peserico Giacomo Gruppo Consiliare Il Popolo della Libertà; Di Vizia Gian Carlo Gruppo Consiliare Lega Nord - Liguria)

DELIBERA

Di approvare il Piano del Commercio ai sensi della L.R. 2/1/2007 n.1 Testo Unico in materia di Commercio, contenuto nell'allegato elaborato, che costituisce parte integrante della presente Deliberazione.

Di dare mandato al Dirigente del Servizio Attività Produttive , di porre in essere tutti gli strumenti attuativi del presente Regolamento.

e con voti favorevoli 20 – contrari 8 – astenuti 1

DELIBERA

di rendere il presente provvedimento immediatamente eseguibile



COMUNE DELLA SPEZIA

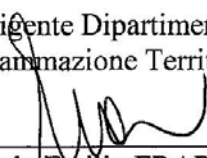
Servizio Attività Produttive
c.d.r. Commercio - Turismo

Oggetto della proposta di DELIBERA n. _____ del _____

OGGETTO: PIANO DEL COMMERCIO

Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica ai sensi
dell'art. 49 del D.L. n.267 del 18-8-2000

Il Dirigente Dipartimento IV
Programmazione Territoriale



(Arch. Emilio ERARIO)

PIANO DEL COMMERCIO

La nuova normativa

Testo unico in materia di commercio

Una prima modifica sostanziale al settore del commercio era stata imposta dalla Legge Bersani nel 1998, introducendo elementi di semplificazione amministrativa e soprattutto di liberalizzazione, ad essa la Regione Liguria aveva dato attuazione con la delibera di approvazione degli indirizzi e criteri urbanistico commerciali del 1999.

Il Comune della Spezia, con l'approvazione di un unico regolamento relativo al commercio stabile e all'ambulantato, aveva provveduto ad una propria programmazione.

Con la successiva entrata in vigore della Legge Costituzionale n. 3 del 18.10.2001 di riforma del Titolo V della Costituzione, la materia commercio è diventata di competenza esclusiva residuale delle Regioni a statuto ordinario e la Regione Liguria ha ritenuto utile predisporre un testo unico sul commercio al fine di ricomprendere, in un unico quadro normativo organico, tutte le materie del settore commercio, dal commercio stabile, ai P.E., all'ambulantato, alla vendita della stampa quotidiana e periodica, ai carburanti, ai centri di telefonia in sede fissa.

Tutto questo puntualizzando all'art. 2 le principali finalità che la Legge intende perseguire e nel successivo art. 3 gli obiettivi che intende raggiungere, attraverso l'emanazione di criteri e indirizzi di programmazione commerciale e urbanistica nelle varie materie.

Per raggiungere questo risultato, la Regione Liguria ha dovuto acquisire una indispensabile e puntuale analisi della rete commerciale, che considerasse con particolare attenzione i molteplici fattori di cambiamento del sistema commerciale ligure, sia dal versante della domanda, in termini demografici e di mobilità dei consumatori, sia dal versante dell'offerta, in termini di struttura del sistema distributivo, attraverso un monitoraggio quantitativo, ma soprattutto qualitativo, che costituisse lo strumento propedeutico all'elaborazione dei nuovi atti di programmazione regionali.

Questa analisi particolarmente complessa è stata affidata all'Istituto Guglielmo Tagliacarne di Roma che ha elaborato lo studio " La programmazione

commerciale in Liguria – Profili conoscitivi “ del dicembre 2005 che ha consentito di poter disporre di conoscenze ed informazioni assolutamente determinanti, per acquisire le dimensioni esatte dei fenomeni che si sono manifestati e le tendenze che hanno caratterizzato, sia pure in modo diverso, le varie aree della Liguria.

Con la conoscenza di questo studio, la Regione è giunta all’elaborazione ed articolazione di risultati che le permettessero l’individuazione di criteri programmatori specifici, soprattutto con riferimento alle tipologie distributive delle strutture commerciali di medie e grandi dimensioni, ma anche le permettessero un metodo di zonizzazione territoriale coerente sia con i risultati dello studio Tagliacarne, sia con le caratteristiche della rete distributiva ligure, sia con quelle di tipo geomorfologico.

Ad oggi, il risultato di questa attenta analisi ha condotto all’approvazione, nel maggio 2007, degli indirizzi di programmazione commerciale ed urbanistica del commercio in sede fissa e, a febbraio 2008, degli indirizzi per la somministrazione di alimenti e bevande.

Proprio attraverso l’attuazione di tali obiettivi, i comuni possono dotarsi di un apposito piano commerciale che, se pur non nuovo nella sua enunciazione, può rappresentare qualcosa di veramente innovativo per la discrezionalità che viene lasciata ai comuni e per l’assoluta priorità che viene data agli strumenti di pianificazione urbanistica che il comune può, nel suo ambito, accettare o modificare, se pur nel limite di settore.

Il documento di programmazione regionale definisce i criteri che il piano commerciale comunale deve contenere e deve essere impostato nell’assoluta osservanza delle norme regionali .

Regolamento comunale del 2000

Il Comune della Spezia nel 2000 aveva provveduto a dotarsi di un piano di programmazione, che si basava in pieno sugli indirizzi regionali di allora.

Gli indirizzi regionali cercavano di conservare il carattere policentrico del commercio al dettaglio che connotava la rete distributiva regionale, al fine di meglio corrispondere alla diversificata localizzazione dei bacini di utenza e di domanda.

Gli indirizzi tendevano ad accogliere pienamente gli obiettivi di miglioramento dei servizi commerciali resi al consumatore, stimolando l’efficienza, la

produttività e la compatibilità della rete distributiva, di quelli settoriali riguardanti la libera concorrenza ed il recupero delle piccole e medie imprese preesistenti.

Infine, venivano definiti gli obiettivi urbanistico-commerciali riguardanti la coerenza degli indirizzi commerciali con la mobilità effettiva dei consumatori e, più in generale, obiettivi tendenti a finalizzare la presenza commerciale come elemento di qualificazione del tessuto urbano, in particolare nei centri storici e come elemento atto a conservare e riqualificare i presidi di servizio alla popolazione, anche con strutture polifunzionali, specie nelle zone montane.

Il Piano di Commercio del Comune della Spezia, partendo da questi presupposti, si prefiggeva il raggiungimento di specifici obiettivi e scelte politiche, quali il recupero di centralità commerciale del capoluogo, all'interno della vasta area di bacino.

La valorizzazione della rete commerciale del centro storico, che si intendeva perseguire nella consapevolezza dell'importanza e del ruolo che tale area rivestiva per il commercio e per l'economia cittadina, a questo scopo, andava a completare il quadro infrastrutturale necessario, ricercando un più moderno equilibrio tra le diverse tipologie distributive, concretizzandosi anche attraverso una diversa organizzazione degli orari e delle aperture, una contemporanea incentivazione allo sviluppo ricettivo e una riscoperta del rapporto tra centro storico e mare.

Questo processo doveva valorizzare la naturale policentricità della rete spezzina, favorendo dinamiche di cooperazione tra gli operatori commerciali, che negli ambiti territoriali sviluppassero politiche di promozione ed interventi sul territorio, anche mediante un rapporto di collaborazione con il Comune.

Questi obiettivi dovevano, inoltre, essere perseguiti con una particolare attenzione in un territorio a forte indice di disoccupazione, a condizione che i processi di trasformazione da attuare non pregiudicassero il livello degli addetti nel settore, ma anzi, costituissero un'opportunità dal punto di vista occupazionale.

Va aggiunto che si tendeva a favorire, nell'ambito del processo di concertazione, l'individuazione di strumenti tesi a contrastare il lavoro irregolare ed il pieno riconoscimento dei diritti spettanti ai lavoratori del settore.

Il piano relativo agli indirizzi e criteri urbanistico commerciali emanati nel 2000 intendeva favorire il pluralismo, la trasparenza del mercato, la concorrenza, cercando di evitare il più possibile forme di monopolio.

Linee prospettive di sviluppo del Commercio nella città della Spezia

Oggi il quadro non è fondamentalmente mutato e gli obiettivi primari dell'attuale Amministrazione sono quelli di rilanciare il polo commerciale spezzino, il centro storico in particolare e di riposizionare la rete locale rispetto agli altri poli esistenti a livello provinciale ed extraprovinciale, tenuto conto del fatto che la forte evasione dei consumatori verso aree extracomunali deriva proprio dall'assenza di importanti poli attrattivi commerciali, oltre che da un vincolato sistema di accessibilità nelle aree commerciali del centro e un ritardo nella realizzazione di infrastrutture.

Si cerca di favorire la centralizzazione del Comune capoluogo, con la sua tradizione di piccola distribuzione specializzata, ma anche di realizzare un grande polo commerciale che costituisca il centro di attrazione di grandi flussi di consumatori verso la nostra città e contribuisca a sviluppare il settore del turismo commerciale, in sinergia con il Centro stesso, sempre più qualificato e specializzato e con i nuovi insediamenti del fronte a mare.

Ad oggi esistono linee di intervento ben definite che riguardano:

- l'infrastrutturazione del centro città, con particolare riferimento agli spazi dedicati alla sosta;
- gli interventi nel campo della viabilità, in grado di alleggerire il traffico di attraversamento della città, il potenziamento del trasporto pubblico e nuovi orientamenti nella politica della sosta, con l'introduzione del bus navetta gratuito e il rilancio dei parcheggi di interscambio;
- la definizione di nuove funzioni urbane in grado di incrementare l'attività del centro storico,
- la rigenerazione di importanti quartieri della città riqualificati o in fase di riqualificazione
- l'ammodernamento della rete distributiva del centro storico e la presenza di grandi strutture di vendita, oggi assenti nel nostro Comune

Al fine di assicurare lo sviluppo della rete commerciale naturale del Centro Storico, l'Amministrazione ha operato notevoli interventi di ammodernamento e ristrutturazione di strade e piazze, per dar vita ad un centro urbanistico accogliente e razionale. Ruolo decisivo rivestirà il nuovo piano del paesaggio

urbano che prevede, tra l'altro, percorsi partecipati con gli operatori ed i Civ, per la realizzazione di nuovi arredi e complementi.

Nel centro città si è continuato ad operare per favorire la creazione di Centri Integrati di Via (CIV), che rappresentano l'elemento fondamentale per contrastare il depauperamento commerciale del centro e favorire la rinascita e lo sviluppo delle zone tradizionali, contrastando la minaccia proveniente dai centri commerciali, ad oggi extracomunali.

Il "Comitato Eventi", organismo ormai funzionante da alcuni anni partecipato da varie Associazioni di categoria, dai CIV e da altri enti cittadini, continua ad essere uno strumento in grado di promuovere e coordinare le varie iniziative, manifestazioni ed eventi per promuovere il nostro territorio, favorire l'apertura dei negozi ed attrarre nuovi flussi di consumatori. Anche le manifestazioni collaterali, quali il Cercantico, i mercatini dell'ingegno, la fiera del libro ed altre iniziative risultano fondamentali, al fine di sostenere il commercio cittadino nel corso dell'anno.

Si sottolinea, inoltre, che l'avvio del progetto del contratto di quartiere consentirà attraverso la riqualificazione del quartiere Umbertino ed in particolare dell'area circostante Piazza Brin, di sviluppare nuove attività commerciali ed arricchire il commercio del centro storico con una nuova offerta qualificata (soprattutto di tipo artigianale).

L'avvio del piano parcheggi, reso possibile anche dalla costituzione della società "ATC Mobilità e Parcheggi" ha contribuito a creare quella infrastrutturazione del Centro Storico che favorirà lo stesso commercio cittadino. Ne sono un esempio i lavori per la costruzione del parcheggio nel Piazzale della Stazione e la gara in corso per il parcheggio della Pinetina, che vanno ad integrarsi con le numerose iniziative infrastrutturali promosse dai privati. Molte sono inoltre le aspettative in relazione al nuovo Piano Urbano del Traffico e all'apertura del secondo tratto della Variante Aurelia, che hanno favorito nuove soluzioni viabilistiche nel centro cittadino e che, a lavori ultimati, daranno la possibilità di creare nuovi spazi di sosta.

Nonostante i tempi di realizzazione non siano ancora stimabili con precisione, risulta in questa sede indispensabile delineare i grandi progetti di sviluppo urbano; il progetto del nuovo waterfront spezzino, che riguarda un area di circa 15 ettari, che potrà essere urbanizzata e costruita a partire dal 2010, è un intervento di dimensioni rilevanti, destinato a cambiare il volto della città. È stato emanato nel 2006 un concorso internazionale di idee a cui hanno partecipato 64 studi di architettura di fama internazionale, vinto dall'architetto spagnolo José Maria Tomas Llavador.

È prevista la realizzazione di un “isola artificiale” tra Calata Paita e il Molo Garibaldi per un terminal della navi da crociera, che permetterà lo sbarco di 4.000 passeggeri al giorno. Questo progetto potrà finalmente far decollare le ambizioni della città nel settore del turismo crocieristico che già oggi, senza attracchi a terra, fa registrare buoni risultati con circa 86.000 turisti all’anno.

Il progetto prevede la realizzazione di un edificio polifunzionale in cui potranno essere ospitate funzioni residenziali, uffici, un centro medico, oltre a palestre e una mediateca. Il progetto vincitore propone un complesso di strutture e attrezzature per la cultura, lo spettacolo ed attività ludico-ricreative.

Nel disegno complessivo di riqualificazione del fronte a mare della città si inserisce inoltre la realizzazione del distretto nautico Mirabello, i cui lavori saranno terminati entro il 2010 con le opere a terra.

Il distretto si colloca nello specchio acqueo del centro urbano.

Il progetto del Porto turistico investe diversi settori dai servizi del diporto, alla ricettività, alla cantieristica maggiore e minore, alle attività sportive.

La struttura diportistica in corso di realizzazione prevede circa 380 posti barca per imbarcazioni di medio-grandi dimensioni, oltre 1.500 posti per la nautica minore e sociale.

Saranno realizzati, inoltre, un albergo - residence, uno spazio commerciale (bar, ristoranti, negozi e fitness) a cui si affiancano altri servizi. Inoltre sono previsti numerosi parcheggi ad uso pubblico.

Nel primo entroterra del fronte a mare (area di Valdellora) si innesta il progetto di riqualificazione dell’ ex scalo merci. L’area, di proprietà della Rete Ferroviaria Italiana e della società pubblica ACAM, costituisce un nodo nevralgico sotto il profilo urbanistico e della rete infrastrutturale.

Lo scalo merci sarà sostituito, infatti, con una stazione passeggeri a complemento della attuale. Proprio in questa area, si collocherà il principale nodo di interscambio tra ferro, gomma e acqua, della Ferrovia Urbana Veloce all’interno della città, strategica per la posizione rispetto alle principali arterie della rete viaria urbana esistente e futura (Variante Aurelia) e per la vicinanza alla stazione marittima crocieristica e locale, che sorgerà nel nuovo waterfront di Calata Paita. In questa area il Piano Urbanistico Comunale prevede l’insediamento di circa 25.000 mq di attività direzionali-commerciali e residenziali, oltre a un nuovo parco urbano

In altre zone del territorio comunale, si evidenziano il centro Fieristico e Congressuale nell'area di via Carducci e il sorgere di nuove imprese nell'ambito della struttura del Megacine.

Altro importante polo di riqualificazione urbana e di possibile iniziativa commerciale è l'area della Pianta, di proprietà privata, dove dovrebbero essere previsti insediamenti inseriti in un progetto di parco tematico.

Di prossima realizzazione il mercato agroalimentare di Migliarina, una superficie coperta di 3000mq con 59 stalli di vendita ed una area di parcheggio. Entro il 2009 è previsto il bando di project financing.

Sono ormai ultimati i lavori di bonifica nell'area ex-IP – sub distretto tre- nella quale sorgerà il primo grande centro commerciale della città. I lavori di costruzione del centro commerciale vedranno impegnate importanti catene commerciali (quali Ing e Sonae-Sierra).

L'intero intervento è stato progettato all'interno di un Piano d'area unitario, che ha disegnato le linee per una riconversione degli spazi verso nuove funzioni urbane, nell'ambito del commercio, delle attività produttive, della ricettività, della residenza e dei servizi. L'area è destinata a diventare il cuore commerciale e terziario della nuova città ,naturalmente in sinergia con il centro storico e, infatti, l'intero progetto è sostenuto da una articolata previsione di infrastrutture viarie, per collegare l'area alla città.

L'area oggetto di intervento è stata suddivisa in 11 sub-distretti di trasformazione, che prevedono una equidistribuzione tra le diverse funzioni, con un area pari a 60.000 mq circa che verrà destinata a funzioni commerciali e terziarie.

Nell'area di Levante della città sorgerà il Distretto delle Tecnologie Marine. Il progetto prevede la riqualificazione complessiva delle aree a Levante della città, in cui insediare attività produttive e di servizi, legate al settore della nautica. La riqualificazione di queste aree, occupate essenzialmente da depositi all'aperto, si inserisce nel disegno urbano di realizzazione di distretto nautico produttivo.

Sono completati gli interventi di adeguamento della viabilità per consentire un collegamento diretto tra queste aree e la rete autostradale.

Le funzioni previste per questa area della città sono per la maggior parte produttive manifatturiere e terziarie commerciali.

Progetti integrati di riqualificazione urbana

Particolare attenzione merita il -progetto centro- presentato alla Regione Liguria sul bando europeo asse 3 –sviluppo urbano sostenibile-

Il Progetto “Centro”, attraverso un programma organico di interventi, è teso a completare e potenziare l’impatto degli interventi di riqualificazione e recupero già realizzati o avviati nell’ambito di ulteriori strumenti di programmazione integrata (Contratto di Quartiere e POI, in particolare).

L’obiettivo è incrementare l’accessibilità e la centralità delle piazze e degli spazi pubblici rendendo il centro città più attrattivo e vivibile.

Gli interventi principali del progetto sono finalizzati alla pedonalizzazione e riqualificazione delle principali piazze del centro storico e all’insediamento di nuovi servizi alla collettività, con l’obiettivo di affermare la centralità dell’area perimetrata, rivitalizzarla dal punto di vista sociale ed economico-commerciale ed incrementarne i livelli di sicurezza.

Gli interventi del progetto prevedono, in particolare:

- una radicale riorganizzazione del sistema di mobilità urbana (contribuendo al rispetto dell’obiettivo, fissato dalla Commissione europea, di dedicare almeno il 25% del costo totale dei progetti di sviluppo urbano alla promozione dei trasporti urbani puliti), attraverso l’utilizzo di mezzi pubblici “puliti”, il potenziamento dei collegamenti filoviari, la riorganizzazione dei percorsi e la realizzazione di stazioni di interscambio, oltre al recupero delle scalinate storiche.,

Tali interventi, alcuni dei quali a titolarità ATC, già previsti nel nuovo piano del traffico ed inquadrati in una più ampia riorganizzazione attuata tramite il Piano della Mobilità e della Sosta, consentiranno di migliorare il grado di integrazione fra le diverse forme di trasporto (compresi i collegamenti mare-terra), con importanti impatti sull’ambiente e sulla fruibilità di tali servizi da parte dei cittadini. Verrà, inoltre, rafforzata la componente informativa e tecnologica, tramite sistemi di infomobility, ed incrementata l’accessibilità dei servizi di trasporto pubblico ai soggetti con bisogni speciali;

- la restituzione della centralità e l’incremento dell’accessibilità alle principali piazze (p.za Chiodo, P.za Saint Bon e P.za Beverini, a titolo di intervento correlato), quali nodi di concentrazione dei flussi e dei servizi urbani, riducendo l’eccessivo afflusso di auto nel centro attraverso la loro pedonalizzazione e la costruzione di nuovi parcheggi interrati (già in corso di

realizzazione o previsti c/o Stazione ferroviaria, Giardini Pubblici e P.za Beverini, quest'ultima a carico di privati);

▫ il recupero di aree ed immobili dismessi da adibire a funzioni di pubblico interesse ed attività ricreative e di aggregazione: la creazione parco archeologico sperimentale e didattico presso gli ex-vivai di via XX Settembre e di laboratori permanenti, il recupero dell'ex-cinema Odeon, da adibire a Mediateca regionale e centro giovanile, l'ampliamento della scuola per l'infanzia di via Di Monale e della ex-scuola di via Firenze (quale eventuale intervento aggiuntivo), da destinare a sede delle associazioni di volontariato;

▫ interventi a favore dell'ambiente e del risparmio energetico quali, l'ambientalizzazione del canale Lagora, l'installazione di sistemi di illuminazione sostenibile e di impianti di produzione di energia alternativa presso strutture pubbliche esistenti, a servizio degli spazi oggetto di interventi, oltre all'abbattimento delle emissioni inquinanti proveniente dagli interventi di pedonalizzazione e di pianificazione della mobilità e della sosta urbane in ottica sostenibile prima citati;

▫ l'attivazione di reti tecnologiche, WiFi e banda larga (utilizzando i cavidotti già predisposti), al fine di garantire la connessione di tutti gli uffici comunali e delle pubbliche amministrazioni presenti nell'area, l'accesso ai servizi on-line con idonee postazioni presso le piazze del centro cittadino e dunque una sempre maggiore diffusione dell'utilizzo delle moderne tecnologie dell'informazione.

Gli interventi progettati permetteranno di evitare lo spopolamento delle aree centrali sia dal punto di vista abitativo che commerciale , con particolare riferimento agli esercizi storici del cuore cittadino ed alle attività direzionali del terziario ed a restituire al centro urbano attrattività, anche nei confronti dell'utenza turistica e commerciale , grazie ad una maggiore valorizzazione dei beni e dei poli culturali, ad un'organizzazione più razionale ed eco-efficiente dei trasporti collettivi e della sosta, al miglioramento dei livelli di sicurezza e salubrità di un'area densamente popolata e all'innalzamento dei livelli di qualità ed accessibilità dei servizi, con la diffusione di strumenti di ITC.

Situazione demografica

Parlando di scelte commerciali la componente demografica è solitamente valutata come essenziale, quantomeno ai fini della determinazione della domanda; le variazioni della popolazione, la sua composizione strutturale e la probabile evoluzione costituiscono un fattore generale che ha riflessi nell'economia, nel sociale, ma anche proprio sullo sviluppo imprenditoriale e quindi anche sull'offerta.

Dal Rapporto Provinciale sull'Economia pubblicato dalla CCIAA di La Spezia del Giugno 2008, emergono dati importanti.

Nel corso del 2007 i residenti sono aumentati in tutte le aree del territorio provinciale ad eccezione dell'area della riviera che ha registrato una lievissima flessione.

Ultimo dato certo relativo alla popolazione è della fine del 2006 e secondo i dati ISTAT risulta pari a 220.212 abitanti di cui 104.949 maschi.

Nel corso del 2006 la popolazione residente nella nostra provincia ha registrato una crescita di 526 abitanti di cui circa la metà residente nell'area del golfo.

Tab.n.2/dem - Popolazione per subarea provinciale. Anno 2007. Dati provvisori al 31 ottobre.

	Popolazione inizio anno	Popolazione al 31 ottobre	Saldo su popolazione inizio anno
Area del Golfo	108.804	109.184	380
Val di Magra	68.032	68.497	465
Alta Val di Vara	6.921	6.978	57
Media e Bassa Val di Vara	23.354	23.649	295
Area della Riviera	13.101	13.093	-8
PROVINCIA	220.212	221.401	1.189

(Fonte: ISTAT)

Tab.n.4/dem - Bilancio demografico provinciale per subarea - anno 2006

Sub aree	Popolazione iniziale	Nati	Morti	ISCRITTI			CANCELLATI			Popolazione finale
				Altri comuni	Estero	Altri iscritti	Altri comuni	Estero	Altri cancellati	
Area del Golfo	109.033	827	1.475	2.442	612	107	2.529	63	150	108.804
Val di Magra	67.392	550	749	2.541	251	89	1.929	44	69	68.032
Alta Val di Vara	6.966	30	141	233	23	5	180	7	7	6.921
Media/Bassa Val di Vara	23.159	196	248	919	104	16	760	14	18	23.354
Riviera	13.136	100	231	248	48	1	187	13	1	13.101
Provincia	219.686	1.703	2.844	6.382	1.038	218	5.585	141	245	220.212

(Fonte: Elabor. Uff. Statistica CCIAA su dati ISTAT)

Sempre dai dati del rapporto economico della CCIAA, si evidenzia che, nell'arco dell'ultimo decennio, si è verificato un calo dei residenti fino al 2001, per poi invertire la tendenza e risalire per gli effetti combinati delle rettifiche post censuario e del tasso migratorio che è stato positivo negli ultimi anni.

Nel decennio 1997-2006 la linea del tasso di incremento naturale della popolazione si è sempre posizionata sul semiasse negativo con valori oscillanti tra il 6 e il 7% ad indicare che i decessi sono stati, per tutto il periodo, più numerosi delle nascite.

La linea del tasso di incremento migratorio è stata, invece, sempre positiva e, negli ultimi anni, costante.

Tab.n.8/dem - Tassi di natalità, mortalità e crescita naturale anno 2007

	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di crescita nat.
La Spezia	7,4	12,6	-5,2
Liguria	7,5	12,8	-5,3
Nord Ovest	9,4	9,8	-0,4
Italia	9,5	9,4	0,1

(Fonte: Elabor. CCIAA su stime ISTAT)

Tutto ciò per quello che riguarda la situazione demografica attuale, ma, da un recente studio effettuato dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne per conto della

Camera di Commercio della Spezia, emergono taluni risultati che, in qualche modo, potranno e dovranno influenzare i contenuti del Piano Commerciale:

si stima che, a livello provinciale, nel 2025 ci sarà un decremento di 5.600 persone fino ai 19 anni di età, 15.500 in meno nella fascia da 20 a 64 anni, ma 1.400 in più ultrasessantacinquenni ed oltre 3.000 in più ultraottantenni ; l'età media passerà dagli attuali 47,3 anni a 50,5.

Si tratta di fenomeni sicuramente riscontrabili nell'intera regione e in misura diversa in tutto il Paese.

In particolare per il Comune della Spezia, l'indice di vecchiaia è pari a 258,5, un valore superiore a quello della provincia, a quello della Liguria e, soprattutto, a quello dell'Italia.

Sempre per il Comune della Spezia, l'indice di dipendenza che misura il carico degli anziani e dei non lavoratori sulla popolazione produttiva è pari a 60,9, oltre 10 punti in più della media nazionale e comunque superiore al dato provinciale e regionale.

L'indice del carico di figli, significativo ai fini dell'aumento naturale della popolazione, vede ancora una volta La Spezia al di sotto dei valori provinciali, regionali e nazionali.

Quanto all'evoluzione probabile della popolazione al 2025, il decremento previsto è tale per cui si parla chiaramente di criticità demografica di livello alto.

Occorre tener presente che la componente demografica, pure importante, deve essere correlata, ai fini della valutazione dei consumi, ai fenomeni della mobilità dei consumatori e dell'apporto del turismo, fenomeni da coltivare con processi programmatici di promozione del territorio e dell'offerta commerciale in particolare.

Non ultimo è da considerare come si evolverà il fenomeno dell'emigrazione e soprattutto, se manterrà le stesse percentuali dell'ultimo periodo.

Il Turismo

Una componente importante della domanda, oltre a quella demografica, è costituita dal turismo.

È molto forte il legame fra turismo e commercio. Il turismo è, infatti per sua natura una attività economica trasversale che produce rilevanti effetti economici sia diretti che indiretti su altri settori. In primo luogo sono dirette le ricadute su attività primarie quali quelle legate all'accessibilità e quindi i trasporti (Taxi, noleggio vetture, mezzi pubblici) e quelle di accoglienza (alloggi, alberghi e ristorazione). Sono indirette ma comunque collegate ai flussi turisti, e in alcuni casi sono anche in grado di influenzarne in positivo l'andamento, le attività commerciali. Il turismo può, in altri termini, favorire lo sviluppo del commercio sul territorio e produrre effetti economici indotti sul volume delle vendite. È necessario quindi capire questo comportamento del "turista" per adeguare, per quanto possibile, l'offerta commerciale alle sue esigenze e bisogni. In questo quadro che dovrebbe essere adeguatamente approfondito con ricerche specifiche, vi sono alcuni aspetti che consentono di tratteggiare gli elementi di base del processo di *shopping turistico*:

- a) le caratteristiche del turista. La nazionalità e la cultura di provenienza possono in partenza dirottare il consumatore-turista verso particolari tipologie di prodotti rispetto ad altre;
- b) le caratteristiche del prodotto. Sulla base di una ricerca è emerso che ciò che induce il turista ad acquistare un determinato prodotto è proprio l'autenticità
- c) le caratteristiche del punto vendita. La localizzazione del punto vendita e le modalità di allestimento delle vetrine e di presentazione dei prodotti sono fattori fondamentali del processo di acquisto

Il Commercio diventa quindi un elemento strategico tra quelli in grado di innalzare il livello di accoglienza di una destinazione turistica.

Secondo il recente Rapporto della Camera di Commercio, i flussi "più ricchi", quelli che solitamente usufruiscono di strutture ricettive di più alta qualità, interessano particolarmente La Spezia e l'area del Golfo: basti pensare che se il peso totale degli esercizi ricettivi dell'area sul totale provinciale è pari al 32%, quelli di categorie più alte incidono per il 50% (non solo, ma si registrano anche strutture con maggior numero di posti letto).

Un dato importante che fa crescere l'ammontare dei consumi locali.

Il turismo spezzino è in crescita costante da circa tre anni: nel 2007, +33% negli arrivi e + 4,4% nelle presenze con conseguente crescita della permanenza media (3 giornate a persona).

Migliore la dinamica della componente straniera rispetto a quella italiana. Nel 2007 l'aumento delle presenze si è distribuito in misura più omogenea fra alberghi ed esercizi complementari.

L'intera provincia della Spezia fa lievitare il suo peso in ambito regionale, dall'8% di dieci anni fa ad oltre l'11% attuale.

A proposito dell'aumento 2007 delle presenze (+66.000 a livello provinciale) l'area del Golfo registra l'incremento maggiore (ben 27.000).

Un dato particolare riferito al Comune capoluogo è quello relativo al dicembre 2008:

- 1.060 posti letto nell'alberghiero, 700 nell'extra;
- l'indice di utilizzazione delle strutture alberghiere è pari, nel 2007, al 55%, valore più alto anche di tutte le località marine e nettamente più elevato rispetto al dato provinciale (37,5%);
- secondo lo studio dell'Istituto Tagliacarne, già citato, la stima dei flussi reali del turismo extralberghiero (stima che tiene conto del fenomeno delle seconde case, degli escursionisti, dei flussi, cioè, non recepiti dalle strutture ufficiali) si sostanzia in 1.936 unità presenti su base annua, tali da essere equivalenti ad altrettanti residenti.
- Un fattore importantissimo il turismo, di cui occorre tenere conto nella programmazione commerciale, fattore ancor più rilevante nel caso della Spezia se si pensa ai progetti di sviluppo della città.
- Per la verità, occorrerebbe tener conto anche del pendolarismo, difficilmente quantificabile, ma sicuramente non lontano dalla consistenza dei flussi turistici rilevabili in una città capoluogo come La Spezia, per di più ricca di attività pubbliche e private.

Consumi e vendite

La predisposizione del Piano del Commercio coincide con la fase in cui i consumi delle famiglie costituiscono una questione centrale nel quadro della crisi generale del Paese.

In questa sede preferiamo citare alcuni dati fra i più recenti possibili ed, in particolare, i risultati dell'indagine congiunturale che periodicamente effettua il Centro Studi di Uniocamere.

Il IV trimestre del 2008 chiude in rosso per le imprese del settore commercio.

Nei tre mesi di fine anno confrontati con l'analogo periodo del 2007, i commercianti hanno registrato una riduzione delle vendite dell'1,5%.

I segni di sofferenza si stanno protraendo anche a inizio d'anno, con il 30% dei commercianti, che dichiara una flessione delle vendite e solo un 14% ,che segnala, invece, un loro aumento.

Tra ottobre e dicembre 2008 le imprese del settore distributivo hanno registrato una flessione del fatturato determinata unicamente dalle aziende di piccola dimensione (-3,2%), mentre le più grandi registrano un aumento dell'1,5%.

Lievi le oscillazioni rispetto all'andamento complessivo delle diverse ripartizioni territoriali, sebbene le medie d'area siano espressioni di diversi livelli di "sofferenza" riscontrabili tra le piccole e le più grandi imprese del comparto.

Nel Nord-Ovest in particolare, il calo dell'1,5% è effetto di un notevole decremento delle vendite dei piccoli esercizi commerciali (-5,1%), controbilanciato da un discreto aumento delle strutture commerciali di maggiori dimensioni (+3,1%).

I dati sull'andamento del fatturato per il 1° trimestre 2009, secondo quanto dichiarato dai commercianti, presentano un saldo negativo pari a -16 punti percentuali tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione delle vendite. Più accentuata la preoccupazione delle imprese di maggior dimensione (il saldo ammonta a -22 punti percentuali), rispetto a quella espressa dalle imprese con meno di 20 dipendenti (-12 punti percentuali).

A soffrire di più sembrano soprattutto le imprese del comparto non Alimentare con oltre 20 dipendenti (il saldo tra quanti dichiarano un aumento di fatturato e quanti prevedono una diminuzione è pari a -41). Tengono meglio il segmento Alimentare (saldo -2 punti percentuali) e gli ipermercati, supermercati e grandi magazzini (-7). A livello territoriale, la grande dimensione risulta fortemente penalizzata al Sud con un allarmante -40, ben al di sotto dei saldi pure negativi del Nord-Ovest e del Nord-Est (rispettivamente -20 e -21 punti percentuali) e del più contenuto -11 del Centro.

Le imprese di piccole dimensioni perdono maggiormente nel settore alimentare (-24 il saldo) rispetto al non alimentare (-9), con il Mezzogiorno (-18) che segna valori più bassi rispetto alle altre aree del paese (-16 il Centro, -10 il Nord-Est e -3 il Nord-Ovest).

Previsioni negative anche per le vendite di ipermercati, supermercati e grandi magazzini le cui imprese prevedono un saldo di -8 punti percentuali.

Se questa è la situazione contingente, dovendo effettuare una previsione quanto meno a breve termine, si deve evidenziare l'estrema difficoltà di poter disporre di informazioni sufficientemente attendibili, restando l'orizzonte ancora sospeso tra visioni ottimistiche ed altre pessimistiche.

Del resto anche gli Istituti di ricerca più importanti mutano spesso le loro previsioni, aggiornando di volta in volta dati e statistiche, con una velocità nettamente superiore a quella del passato.

Permane, comunque, un sentimento del consumatore, che si traduce in comportamenti di eccessiva prudenza nei confronti degli acquisti.

Evidentemente soltanto l'uscita dal tunnel della crisi potrà consentirci di contare su una svolta decisa nelle abitudini di acquisto delle famiglie.

Il discorso riguarda in generale la rete distributiva prescindendo dalle diverse tipologie delle strutture di vendita, ma i dati ci dicono che la flessione in atto caratterizza di più i piccoli negozi: basti pensare che la grande distribuzione organizzata, negli ultimi due mesi del 2008, ha registrato una crescita delle vendite di oltre il 3%, anche se agli inizi del 2009 si stanno registrando tendenze in diminuzione intorno allo 0,5%.

Alcune considerazioni generali sull'economia locale

Si assume come fonte di informazioni il recente Rapporto Annuale della Camera di Commercio della Spezia: la maggior parte dei dati si riferisce al livello provinciale (comunque, in qualche modo, riflettono i dati del Comune capoluogo).

Questi i dati più interessanti.

1. Per quanto riguarda il valore aggiunto, le nuove stime segnano in provincia un aumento nel valore aggiunto molto marcato sia tra il 2001 e il 2002 (+7,3% contro l'1,6% regionale, il 3,9% della ripartizione ed il 3,8% nazionale) che tra il 2004 e il 2005. Ciò ha determinato una crescita considerevole nella stima della ricchezza prodotta a livello provinciale dal 2001 al 2005 (+20% contro il 13,8% medio nazionale).

Il settore dei servizi concorre in misura massima alla formazione del valore aggiunto della nostra provincia (per l'80%), l'industria in senso stretto contribuisce per il 12%; le costruzioni per il 6%, l'agricoltura per il restante 2%.

Dal confronto con i territori presi in esame si evince che, anche se ovunque il settore dei servizi incide in misura più rilevante sulla composizione del valore aggiunto, in Liguria e alla Spezia l'incidenza è maggiore e raggiunge rispettivamente l'80,8% e l'80% contro il 67,8% nel Nord-Ovest e il 71,2% a livello nazionale.

Dal 2001 risulta pressoché stazionario l'apporto alla formazione del valore aggiunto provinciale del settore del commercio (da 25,4% al 25,1%), mentre diminuisce quello dell'intermediazione monetaria e finanziaria e delle attività immobiliari (da 26,1% a 25,2%).

2. Consistenza del tessuto imprenditoriale: le imprese attive iscritte presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio della Spezia, alla data del 31 dicembre 2007 sono 17.542; rispetto all'anno precedente si segnala un incremento di 58 unità, corrispondente ad una variazione positiva dello 0,3%. Il dato, pur mantenendosi positivo, evidenzia tuttavia una flessione nella progressione di crescita rispetto agli anni precedenti (+1,1% nel 2006 e +1,5% nel 2005).

L'incremento percentuale registrato in provincia appare leggermente inferiore rispetto alla variazione delle imprese attive registrata nel 2007 a livello regionale (0,4%), di poco superiore rispetto al dato del Nord Ovest (0,2%) e perfettamente in linea con la variazione media italiana (0,3%).

In particolare, nell'Area del Golfo, le imprese del commercio sono diminuite dell'1,8%. Molto importante il dato sulle "vere" nuove imprese, per la loro localizzazione, per nucleo imprenditoriale e per attività.

Anche nell'ultimo anno considerato, il maggior numero di iscrizioni di nuove imprese, così come il maggior numero di iscrizioni globali, si è registrato nel commercio.

3. E' noto come l'economia di una determinata Area è strettamente correlata alla sua competitività internazionale, e quindi all'andamento delle esportazioni ed importazioni.

Anche il settore del commercio in senso stretto può risentire di questi fenomeni, in positivo o in negativo.

Ebbene, dopo la congiuntura sfavorevole riscontrata nel 2004 e nel 2005, già nel 2006 l'interscambio con l'estero aveva fatto registrare un'inversione di tendenza con una variazione positiva pari al 10,9%, che è migliorata nel corso del 2007: +17,1%. La crescita risulta considerevolmente maggiore di quanto riscontrato a livello di ripartizione e quasi tripla rispetto al dato ligure e nazionale.

4. L'andamento dei prezzi.

Tema delicato, particolarmente nei primi mesi del 2008: a fine 2007 il confronto con il Paese registra un più vantaggioso andamento dei prezzi sulla piazza della Spezia rispetto a quanto accaduto nell'intero Paese: le variazioni degli indici spezzini sono state in tutti i mesi dell'anno inferiori (e talvolta in misura rilevante) a quelle registrate in Italia, con un gap medio dello 0,4% (nel 2006 il gap medio era stato però leggermente più alto e pari allo 0,5%).

Se tuttavia, come di consueto, si estende l'analisi nel tempo, si nota che il migliore andamento dei prezzi spezzini – continuato anche nel 2007- rispetto a quelli medi italiani non arriva neppure quest'anno a controbilanciare sul lungo periodo i vertiginosi aumenti dell'inizio millennio. Infatti, gli indici –che ISTAT pubblica su base 1995=100- dicono che, se negli anni fino al 1999 l'aumento del costo della vita alla Spezia è stato simile a quello registrato negli altri capoluoghi liguri e nell'intero Paese, negli anni dal 2000 al 2003 i prezzi hanno assunto sulla piazza spezzina un andamento più sfavorevole, non solo rispetto al dato nazionale, ma anche nel confronto con le altre province liguri.

5. L'occupazione: in provincia della Spezia, nel corso del 2007, aumenta da 95 a 97 migliaia di unità la Forza Lavoro che comprende, come noto, gli occupati e le persone in cerca di occupazione in età compresa tra 15 e 74 anni.

Nell'area spezzina gli occupati sono rimasti circa 90.000, con una variazione negativa dello 0,7%. Questa diminuzione è stata determinata dal minor numero di donne occupate.

Dei circa 90.000 occupati in provincia della Spezia, la maggior parte si riferisce al settore dei Servizi (circa 70.000 pari al 77,7% del totale occupati in provincia); il secondo comparto per numero di occupati è l'Industria, con circa 17.000 occupati che rappresentano il 18,4% del totale; il 3,4% è occupato nel settore delle Costruzioni, mentre gli occupati nel settore agricolo non raggiungono le 500 unità.

Sono invece 7.000 gli individui in cerca di occupazione, in forte aumento rispetto al 2006; tale fenomeno determina per la provincia spezzina un tasso di disoccupazione nel 2007 molto superiore a quello dell'anno precedente (7,3 contro 4,8) e maggiore di quello medio nazionale.

6. Lo sviluppo delle attività portuali può avere riflessi sul commercio locale, sia diretti che indiretti; per il 2007 si registra nel porto della Spezia un lievissimo aumento dei traffici e, quindi, sostanzialmente una stabilità nel movimento portuale (+0,6%). Quasi tutto l'aumento è concentrato negli sbarchi che registrano un incremento pari all'1,1%, mentre le 3.713 tonnellate agli imbarchi non fanno registrare nessuna

variazione percentuale. L'anno precedente il movimento portuale spezzino aveva invece registrato un incremento del 12,4%.

Il porto della Spezia, con 1.187.040 contenitori movimentati, conferma il ruolo strategico nell'ambito dei porti nazionali e di quelli del Mediterraneo con un incremento del 4,4%.

Cresce il trasporto dei passeggeri nel Golfo della Spezia: sono stati, infatti, oltre 100 mila gli sbarchi complessivi nel 2007 a conferma del forte interesse che le principali compagnie armatoriali stanno manifestando verso il porto spezzino anche in previsione della futura stazione marittima.

7. La dinamica più recente delle imprese commerciali evidenzia, a livello comunale, una varietà di evoluzioni in positivo ed in negativo.

La Spezia Ripartizione dei consumi

		ALIMENTARI	NON ALIMENTARI
TOTALE			
LA SPEZIA	15,6	84,4	100,0
PROVINCIA DELLA SPEZIA	15,4	84,6	100,0
LIGURIA	15,2	84,8	100,0
ITALIA	15,1	84,9	100,0

- L'ammontare dei consumi delle famiglie alla Spezia sfiora i 1.400 milioni di Euro.
- La ripartizione tra alimentare e non alimentare non si discosta dai corrispondenti dati di altri territori: la quota alimentare dei consumi è pressoché la stessa nelle zone più sviluppate del Paese.

INDICE DEI CONSUMI PER ABITANTE (ITALIA = 100)

	ALIMENTARI	NON ALIMENTARI	TOTALE
LA SPEZIA	105,1	100,9	101,5
PROVINCIA DELLA SPEZIA	103,8	101,5	101,8

LIGURIA	118,7	117,2	117,5
---------	-------	-------	-------

- Molto significativi i confronti sulle capacità di spesa delle famiglie, al di là dei valori assoluti.
- La Spezia supera la media provinciale negli alimentari e si allinea nell'extra-alimentare. Di una certa rilevanza la differenza con i livelli di consumo della regione.
- Se si osserva l'indice generale, il Comune capoluogo si pone, comunque, al di sopra di quanto possa spendere un italiano medio.
- Occorre, inoltre, tenere conto che, per quanto riguarda il reddito delle famiglie, la Spezia è superiore alla media nazionale per un valore del 38% in più.

Composizione valore aggiunto Settore Commercio

	MINUTO	INGROSSO	TOTALE
LA SPEZIA	67,0	33,0	100,0
PROVINCIA DELLA SPEZIA	61,6	38,4	100,0
LIGURIA	58,6	41,4	100,0
ITALIA	53,2	46,8	100,0

Il valore aggiunto prodotto dal commercio alla Spezia supera i 210 milioni di Euro, esattamente il 77% deriva dal commercio al dettaglio, il 33% dall'ingrosso: quest'ultimo sembra un settore meno rilevante rispetto ad altri territori.

Occupazione La Spezia

- L'apporto del commercio in termini occupazionali sfiora le 6.000 unità, anche se alcuni dati della banca dati al 2004 offrivano valori lievemente inferiori.
- Più precisamente, circa il 78% dell'occupazione deriva dalle attività al dettaglio.
- Non sono conteggiati, in questi valori, gli occupati nella somministrazione di alimenti e bevande, né quelli in attività terziarie anche se affini a quelle commerciali.

I numeri del commercio alla Spezia attraverso le analisi della Regione Liguria

I numeri assoluti del commercio alla Spezia 2005

Esercizi al dettaglio in sede fissa - numero					
	N° esercizi di vicinato	N° Medie Strutture di vendita	N° Grandi Strutture di vendita	Numero MSV+G SV	Totale esercizi commerciali
ALIMENTARI					
Totale La Spezia	428	1	0	1	429
Totale provincia della Spezia	921	9	0	9	930
Totale Liguria	6.968	65	0	65	7.033

NON ALIMENTARI					
Totale	1.370	37	0	37	1.407
La Spezia					
Totale	2.913	122	2	124	3.037
provincia della Spezia					
Totale	21.346	830	11	841	22.187
Liguria					
MISTI					
Totale	323	26	4	30	353
La Spezia					
Totale	542	53	6	59	601
provincia della Spezia					
Totale	3.469	378	27	405	3.874
Liguria					

Esercizi al dettaglio in sede fissa - superfici					
	Superficie esercizi di vicinato Mq	Superficie Medie Strutture di vendita mq	Superficie Grandi Strutture di vendita mq	Superficie MSV+GSV mq	Totale superfici mq
TOTALE					
Totale	108.948	35.637	19.376	55.013	163.961
La Spezia					
Totale	216.840	94.355	41.311	135.666	352.506
provincia della Spezia					
Totale	1.605.562	631.717	206.983	838.700	2.444.262
Liguria					

I dati riportati sono tratti dallo studio dell'Istituto Tagliacarne effettuato per la Regione Liguria e si riferiscono al 2005.

Questi dati sono quelli utilizzati dalla Regione Liguria come base per elaborare il nuovo testo unico in materia di commercio (saranno esaminati- più avanti i dati più recenti, di fonte esclusivamente comunale).

Questi i tratti essenziali della rete commerciale della Spezia:

a proposito di superfici, La Spezia presenta un'offerta totale pari a 163.961 mq, di cui quasi 109 mila di vicinato, poco meno di 36.000 di medie e più di 19 mila di grandi strutture di vendita. 2.190 è il numero degli esercizi totali di vendita, dei quali ben 2.122 di vicinato, 64 rappresentati da medie strutture e 4 da grandi superfici di vendita.

Se si osserva la struttura della rete di vendita a seconda dei 3 settori merceologici, prendendo come base il parametro della superficie, possiamo dire, in generale, che l'incidenza dell'alimentare sul totale si assesta su un valore che supera di poco il 10% (sarebbe più corretto, in realtà, considerare anche una buona parte del "misto" ma ciò che interessa è soprattutto il confronto con altri territori), sostanzialmente in linea con il dato provinciale e lievemente inferiore all'incidenza dell'alimentare in Liguria (11,9).

Incidenza delle superfici per settore merceologico e per tipologia distributiva

VICINATO				
	Alimentare	Non alimentare	Misto	Totale
La Spezia	15,1	71,7	13,2	100,0
Provincia della Spezia	14,2	71,5	11,3	100,0
Liguria	16,3	71,8	11,9	100,0

MEDIE				
	Alimentare	Non alimentare	Misto	Totale
La Spezia	1,1	52,1	46,8	100,0
Provincia della Spezia	4,9	64,1	31,0	100,0
Liguria	4,5	61,8	33,7	100,0

GRANDI				
	Alimentare	Non alimentare	Misto	Totale
La Spezia	0	0	100,0	100,0
Provincia della Spezia	0	28,3	71,7	100,0
Liguria	0	38,7	61,3	100,0

Non si notano particolari differenze nemmeno se si prende in considerazione il solo vicinato: semmai nel comune della Spezia è più incisiva l'incidenza dei piccoli negozi nel settore misto.

Nelle medie strutture, invece, il confronto con la provincia e la regione presenta molte diversità: alla Spezia le superfici alimentari pesano di meno delle medie; anche quelle non alimentari presentano valori inferiori, mentre nel misto le medie strutture assorbono molto di più rispetto agli altri territori (probabilmente fanno gioco alcune distorsioni nella classificazione degli esercizi).

Per quanto riguarda, infine, le grandi strutture, alla Spezia sono tutte ricomprese nel misto (100,0%); non è così per la provincia (72%) e per la regione (61%).

Da segnalare che i dati delle grandi strutture, riferiti all'anno 2005, riguardano le autorizzazioni, anche se eventualmente non attive e, comunque, alcune sono state in seguito accorpate in centro commerciale.

La struttura interna della rete commerciale

Alla Spezia si registra una maggiore incidenza degli esercizi di vicinato sul totale della rete sia rispetto alla provincia, sia nei confronti della Liguria nel suo insieme.

Se il peso della grande distribuzione risulta incidere in modo pressoché omogeneo nei territori considerati, non è così per le medie strutture di vendita: la loro incidenza, infatti, è molto più bassa, anche rispetto ad altri centri della provincia spezzina.

In sostanza le forme distributive a più elevate superfici sono proporzionalmente più modeste nel comune capoluogo, a causa della carenza della tipologia media.

**Esercizi al dettaglio in sede fissa
Composizione % sul totale area anno 2005**

Esercizi al dettaglio in sede fissa – Composizione % sul totale area Anno 2005					
	N° esercizi di vicinato	N° Medie Strutture di vendita	N° Grandi Strutture di vendita	Numero di MSV+GSV	Totale esercizi commerciali
ALIMENTARI					
Totale La Spezia	99,8	0,2	0,0	0,2	100,0
Totale provincia della Spezia	99,0	1,0	0,0	1,0	100,0
Totale Liguria	99,0	1,0	0,0	1,0	100,0
NON ALIMENTARI					
Totale La Spezia	97,4	2,6	0,0	2,6	100,0
Totale provincia della Spezia	95,9	4,0	0,1	4,1	100,0
Totale Liguria	96,2	3,7	0,1	3,8	100,0
MISTI					
Totale La Spezia	91,5	7,4	1,1	8,5	100,0
Totale provincia della Spezia	90,1	8,8	1,1	9,9	100,0
Totale Liguria	89,5	9,8	0,7	10,5	100,0

	N° esercizi di vicinato	N° Medie Strutture di vendita	N° Grandi Strutture di vendita	N° MSV+GSV	Totale esercizi commerciali
TOTALE alimentari – non alimentari – misti					
Totale comune della Spezia	96,9	2,9	0,2	3,1	100,0
Totale provincia della Spezia	95,8	4,0	0,2	4,2	100,0

Totale Liguria	96,0	3,8	0,2	4,0	100,0
-----------------------	-------------	------------	------------	------------	--------------

Esercizi al dettaglio in sede fissa – Composizione % sul totale area Anno 2005

	Superficie esercizi vicinato mq	Superficie di Medie Strutture di vendita Mq	Superficie Grandi Strutture di vendita mq	Superficie MSV+GSV mq	Totale superfici Mq
ALIMENTARI					
Totale La Spezia	97,7	2,3	0,00	2,3	100,0
Totale provincia della Spezia	86,9	13,1	0,00	13,1	100,0
Totale Liguria	90,3	9,7	0,00	9,7	100,0
NON ALIMENTARI					
TotaleLa Spezia	80,1	19,9	0,00	19,9	100,0
Totale provincia della Spezia	69,1	25,9	5,00	30,9	100,0
Totale Liguria	71,0	24,0	4,93	29,0	100,0
MISTI					
TotaleLa Spezia	28,5	33,0	38,5	69,5	100,0
Totale provincia della Spezia	29,4	35,1	35,5	70,6	100,0
Totale Liguria	35,9	40,1	24,0	64,0	100,0

	Superficie esercizi vicinato	Superficie di Medie Strutture vendita	Superficie Grandi diStrutture di vendita	Superficie MSV+GSV	Totale superfici
TOTALE alimentari – non alimentari – misti					
Totale Comune della	66,5	21,7	11,8	33,5	100,0

Spezia					
Totale provincia della Spezia	61,5	26,7	11,8	38,5	100,0
Totale Liguria	65,6	25,9	8,5	34,4	100,0

Se si effettua la stessa analisi non più sul numero, ma sulle superfici (indicatore più significativo), aumenta la distanza tra La Spezia rispetto alla regione e ancor più rispetto alla provincia, relativamente all'incidenza delle medie strutture.

Non è così per le grandi: la loro superficie totale, seppur conteggiata al momento come autorizzazione, incide sulla rete distributiva comunale in misura di poco più alta rispetto alla provincia, molto di più rispetto alla Liguria.

La presenza della grande distribuzione non è tale, comunque, da compensare il deficit relativo delle medie: infatti la somma dell'incidenza delle superfici di medie e di grandi sul totale della rete pone La Spezia ad un livello nettamente più basso rispetto alla Liguria e ancor più rispetto alla provincia.

In sintesi: vicinato più diffuso, medie strutture carenti, allineamento con regione e provincia per la grande distribuzione.

I dati complessivi esaminati devono essere scomposti nei 3 settori merceologici considerata la legislazione regionale vigente nel 2005 (oggi, infatti, il cosiddetto "misto" è stato cancellato dal nuovo Testo Unico della Liguria).

Se si guarda al settore alimentare si nota che la carenza di medie strutture non è derivabile tanto dal loro numero, quanto, piuttosto, e più significativamente, dalla relativa superficie: la differenza con la Liguria, e ancor più con la provincia, è straordinariamente notevole (il valore provinciale è 6 volte quello del capoluogo, quello regionale 4 volte).

Nell'extra-alimentare si notano le stesse caratteristiche, sostanzialmente, rimangono pressoché invariate le diverse proporzioni con le quali le varie tipologie di offerta incidono sulla rete.

Qualche particolarità contraddistingue il settore delle attività miste: il vicinato alla Spezia incide relativamente di più rispetto agli altri territori considerati ma, se si guarda alla superficie, si osserva che il peso si riduce rispetto a quello della provincia e, soprattutto, a quello della Liguria.

E questo a causa anche della maggiore incidenza delle grandi superfici: la media mista alla Spezia pesa di meno ma non nella misura osservata per l'alimentare e per l'extra-alimentare.

E' la grande distribuzione mista che nel capoluogo assume un'importanza del tutto particolare.

Se si sommano medie + grandi, sempre del settore misto, La Spezia arriva a superare il peso proporzionale della Liguria e si avvicina a quello della provincia.

Se confrontiamo La Spezia con gli altri capoluoghi liguri, in termini di superficie complessiva delle varie tipologie di vendita, vediamo che il nostro comune conta quasi 109 mila mq di vicinato, 1/5 di Genova ma con un volume superiore a Savona e Imperia.

Abbiamo quasi 36 mila mq di medie strutture, ma, in questo caso, ferma restando la distanza con Genova, il dato spezzino è superato abbondantemente da Imperia

ESERCIZI AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA ANNO 2005					
COMUNI CAPOLUOGO	Superficie esercizi di vicinato mq	Superficie di medie strutture mq	Superficie grandi strutture mq	Superficie Msv+gsv mq	Totale superfici
Genova	80.600	7.675	0	7.675	88.275
Imperia	6.697	1.712	0	1.712	8.409
La Spezia	16.403	400	0	400	16.803
Savona	10.575	0	0	0	10.575
TOTALE	114.275	9.787	0	9.787	124.062
Genova	380.850	94.452	50.546	144.998	525.848
Imperia	36.119	43.625	0	43.625	79.744
La Spezia	78.170	18.572	0	18.572	96.742
Savona	49.126	9.790	0	9.790	58.916
TOTALE	544.265	166.439	50.546	216.985	761.250
Genova	55.450	72.123	23.394	95.517	150.967
Imperia	6.428	16.429	1.999	18.428	24.856
La Spezia	14.376	16.665	19.376	36.041	50.417
Savona	3.791	8.589	33.239	41.828	45.619

TOTALE	80.045	113.806	78.008	191.814	271.859
Genova	516.900	174.250	73.940	248.190	765.090
Imperia	49.245	61.766	1.999	63.765	113.010
La Spezia	108.948	35.637	19.376	55.013	163.961
Savona	63.492	18.379	33.239	51.618	115.110
TOTALE	738.585	290.032	128.554	418.586	1.157.171

Oltre 19 mila mq di superficie di grande distribuzione sono presenti alla Spezia: si attenua la distanza con Genova ma il dato spezzino è superato da Savona.

Ci sono, alla Spezia, oltre 55 mila mq di superfici organizzate, un dato, ovviamente superato da Genova, ma superiore a Savona e non lontanissimo da Imperia.

Sarà più interessante relativizzare questi dati, come faremo in seguito, con la domanda; rimane tuttavia la constatazione che la rete commerciale della Spezia, nel suo complesso, è la seconda fra i capoluoghi della Liguria.

Molto significativi gli indicatori di diffusione della distribuzione, rappresentata da medie e grandi strutture.

La superficie di vendita disponibile per 1.000 utenti (abitanti + turismo stimato, senza tener conto, peraltro, dei fenomeni di mobilità) nel comune della Spezia, sommando medie e grandi, è pari a 5.778 mq di vendita, un dato inferiore al totale della provincia (6.002), anche se superiore al valore regionale (4.882).

A ben vedere questo risultato è dovuto soprattutto all'indice di diffusione delle grandi strutture, indice superiore a quello della provincia e a quello della regione, mentre per le medie La Spezia si colloca in una posizione mediana tra la provincia (indicatore più alto) e la regione (indicatore più basso).

Se si approfondisce l'analisi per settore merceologico, si nota una nettissima minore diffusione delle medie strutture alimentari ed un'altrettanta minore diffusione delle medie (ed anche delle grandi) non alimentari, con valori significativamente distanti dagli altri territori, mentre, nel cosiddetto misto, La Spezia recupera una maggiore diffusione sia delle medie che delle grandi strutture di vendita

Indicatori di diffusione delle medie e grandi strutture di vendita. Anno 2005
Densità di superficie per 10.00 utenti (popolazione e componente turistica)

ALIMENTARI			
	Medie Strutture di vendita	Grandi Strutture di vendita	TOTALE
La Spezia	42	0	42
Provincia della Spezia	200	0	200
Liguria	164	0	164
NON ALIMENTARI			
La Spezia	1.951	0	1.951
Provincia della Spezia	2.791	503	3.293
Liguria	2.289	464	2.753
MISTE			
La Spezia	1.750	2.035	3.786
Provincia della Spezia	1.234	1.274	2.509
Liguria	1.230	735	1.965
TOTALE			
La Spezia	3.743	2.035	5.778
Provincia della Spezia	4.225	1.777	6.002
Liguria	3.683	1.200	4.882

Indicatori di diffusione delle medie e grandi strutture di vendita. Anno 2005			
Densità di superficie per 10.00 utenti (popolazione e componente turistica)			
COMUNI CAPOLUOGO	Medie strutture	Grandi strutture	Msv+Gsv
ALIMENTARI			
Genova	125	0	125
Imperia	408	0	408
La Spezia	42	0	42
Savona	0	0	0
LIGURIA	120	0	120
NON ALIMENTARI			
Genova	1.536	822	2.358
Imperia	10.398	0	10.398
La Spezia	1.951	0	1.951
Savona	1.546	0	1.546
LIGURIA	2.041	620	2.661
MISTI			
Genova	1.173	381	1.554
Imperia	3.916	476	4.392
La Spezia	1.750	2.035	3.786
Savona	1.357	5.250	6.606
LIGURIA	1.936	957	2.353
TOTALE			
Genova	2.834	1.203	4.037
Imperia	14.722	476	15.199
La Spezia	3.743	2.035	5.778
Savona	2.903	5.250	8.153
LIGURIA	3.557	1.577	5.134

Se l'analisi viene circoscritta ai soli comuni capoluogo, l'indicatore totale di diffusione, e cioè medie + grandi strutture, vede La Spezia ad un livello nettamente inferiore a quello di Imperia (3 volte tanto) e ciò nonostante che, per la grande distribuzione, La Spezia sia preceduta soltanto da Savona.

Lo studio dell'Istituto Tagliacarne ha elaborato, sempre in merito agli indici di diffusione delle medie e delle grandi strutture, alcune classifiche dei comuni liguri. Vediamo che, per quanto riguarda le medie strutture alimentari, il Comune della Spezia si situa al decimo posto, ma con un valore pari a 42 mq

che è lontanissimo dai 1.692 di Sarzana, ma anche dai 733 di Sestri Levante o dai 198 di Chiavari

Nelle medie non alimentari La Spezia occupa l'undicesimo posto, con mq 1.951 (il primo comune è Imperia con 10.398, Sarzana è quarta con 5.266).

Per le medie con attività mista La Spezia è al nono posto e, fra i capoluoghi liguri, è preceduta da Imperia (3.916).

Per le grandi strutture di vendita, come era prevedibile avendo esaminato i dati precedenti, La Spezia è al quarto posto nella graduatoria dei comuni liguri, preceduta soltanto da Savona, Sarzana e Taggia.

I dati più recenti della rete

Premesso che le diverse fonti utilizzate (Istituto G. Tagliacarne per l'anno 2005 e Comune della Spezia Ufficio Commercio per l'anno 2007) giustificano qualche diversità anche se non particolarmente significativa, le tendenze dell'ultimo triennio si possono così sintetizzare:

Nell'alimentare il numero degli esercizi e la loro superficie sono contraddistinti da una lieve flessione, mentre non si registrano variazioni nelle medie strutture;

Nell'extra-alimentare, il numero del vicinato, invece, cresce, sia pure di poche unità, ma la superficie totale non cambia in modo significativo; il numero delle medie strutture rimane stabile, cresce di poco la loro superficie.

Se si guarda alla composizione interna della rete, le modeste variazioni registrate non cambiano le caratteristiche già riscontrate nel 2005.

Si nota, peraltro, che negli ultimi 2 anni è diminuita l'incidenza degli esercizi di vicinato tanto nel numero, quanto nella superficie.

I Numeri assoluti del commercio alla Spezia Al 31 dicembre 2007

Esercizi al dettaglio in sede fissa - numero					
	N° esercizi di vicinato	N° Medie Strutture di vendita	N° Grandi Strutture di vendita	Numero MSV+GSV	Totale esercizi commerciali

ALIMENTARI					
Totale	429	1	0	1	430
La Spezia					
NON ALIMENTARI					
Totale	1.567	41	0	41	1.608
La Spezia					
MISTI					
Totale	274	29	4(*)	33	307
La Spezia					
TOTALE					
Totale	2.270	71	4	75	2.345
La Spezia					

(*)Per omogeneità di confronto si riporta il dato del 2005. In realtà, a seguito di processi di concentrazione e trasferimento, oggi alla Spezia è attiva una sola unità di grande distribuzione di vendita.

Esercizi al dettaglio in sede fissa

Composizione % sul totale area anno 2007

Esercizi al dettaglio in sede fissa					
	Superficie esercizi di vicinato Mq	Superficie di Medie Strutture di vendita Mq	Superficie Grandi Strutture di vendita mq	Superficie MSV+GSV mq	Totale superfici mq
ALIMENTARI					
Totale	97,4	2,6	0,00	2,6	100,0
La Spezia					
NON ALIMENTARI					
Totale	77,6	22,4	0,00	19,9	100,0
La Spezia					
MISTI					
Totale	25,4	37,5	37,2	74,6	100,0
La Spezia					

TOTALE					
Totale La Spezia	63,7	25,2	11,1	36,3	100,0

***** ***** ***** ***** ***** *****

Esercizi al dettaglio in sede fissa - superfici					
	Superficie esercizi di vicinato mq	Superficie Medie Strutture di vendita Mq	Superficie Grandi Strutture di vendita mq	Superficie MSV+GS V mq	Totale Superfici mq
ALIMENTARI					
Totale La Spezia	14.995	400	0	400	15.395
NON ALIMENTARI					
Totale La Spezia	83.679	24.203	0	24.203	107.882
MISTI					
Totale La Spezia	13.206	19.521	19.376	38.897	52.103
		TOTALE			
Totale La Spezia	111.880	44.124	19.376	63.500	175.380

***** ***** ***** ***** ***** *****

Esercizi al dettaglio in sede fissa					
	Superficie esercizi di vicinato mq	Superficie Medie Strutture di vendita Mq	Superficie Grandi Strutture di vendita mq	Superficie MSV+GS V mq	Totale superfici mq
ALIMENTARI					
Totale La Spezia	97,4	2,6	0,00	2,6	100,0
NON ALIMENTARI					
Totale La Spezia	77,6	22,4	0,00	19,9	100,0
MISTI					
Totale La Spezia	25,4	37,5	37,2	74,6	100,0
TOTALE					
Totale La Spezia	63,7	25,2	11,1	36,3	100,0

La struttura della rete commerciale della Spezia non si è modificata significativamente nemmeno nell'anno 2008: basta pensare che il saldo tra nuove attività e cessazioni degli esercizi di vicinato ha comportato soltanto 3 esercizi in più ed una aggiunta di appena 6mq di superficie di vendita.

Si confermano così le tendenze per altro non molto marcate già evidenziate nell'esaminare i dati fino al 2007; l'aumento 2008 del vicinato non alimentare (+27 unità) compensa la flessione degli alimentari (-6) e dei misti (-18).

A ben vedere inoltre dentro le cifre anche il turnover non raggiunge livelli patologici tali da far temere processi di particolare criticità della rete.

Restano inalterate le consistenze delle medie e delle grandi strutture di vendita.

Un anno, quindi, il 2008, che si può considerare di transizione rispetto a quanto potrebbe verificarsi nel breve periodo a seconda di come incideranno alla Spezia gli effetti della crisi nazionale ed internazionale.

Eppure non è poca cosa poter constatare la stabilità dei numeri e delle superfici alla fine di un anno, il 2008, che in Italia, invece, ha registrato una decisa contrazione dei piccoli negozi (i dati nazionali non sono ancora disponibili ma le indicazioni a ottobre 2008 sono inequivocabili in questo senso).

Stabilità quindi da considerarsi non come un arresto traumatico delle attività commerciali ma piuttosto come il raggiungimento di un equilibrio sufficiente a reggere, per il momento, gli urti della diminuzione di alcuni consumi.

CONTENUTO DEL PIANO COMMERCIALE

Il documento di Programmazione Regionale definisce i contenuti, per così dire, obbligatori del Piano Commerciale, i quali devono essere impostati nell'assoluta osservanza delle norme regionali.

Viene esplicitata anche la precisa elencazione dei contenuti del Piano.

- 1) individuazione e perimetrazione dei centri storici commerciali;
- 2) ripartizione territoriale delle quote di incremento della Superficie di Vendita (SV) previsti nella fascia comunale oppure nell'area territoriale di appartenenza;
- 3) limiti dimensionali massimi delle medie strutture di vendita (MSV), inferiori a quelli fissati dalla programmazione regionale, da applicare all'intero territorio comunale ovvero a talune sue parti appositamente individuate, al fine di

assicurare una evoluzione equilibrata della rete di vendita sia sotto il profilo commerciale che sotto quello strettamente urbanistico e viario;

4) eventuale articolazione degli orari degli esercizi commerciali, qualora non siano regolamentati con atto autonomo e separato;

5) previsione di incentivi alla piena valorizzazione della piccola distribuzione in un quadro di collaborazione ed integrazione con le altre forme di distribuzione commerciale, con particolare riferimento al ruolo di servizio degli esercizi di vicinato ed alla possibilità di regolare insediamenti in contesti carenti;

6) eventuale adozione di procedure amministrative relative alle domande di autorizzazione commerciale laddove non espressamente disciplinate dalle disposizioni del T.U.C.

Il Piano Commerciale Comunale può contenere, inoltre, alcune prescrizioni che il Comune può fissare per la riqualificazione di specifiche aree comunali quali :

- caratteristiche tecniche e morfologiche per gli edifici destinati al commercio nelle diverse zone urbanistiche in cui è prevista la funzione commerciale (modalità costruttive, rampe di accesso, coperture, lunghezza massima dei fronti, allineamenti, recinzioni, segnaletica)

-criteri costruttivi preferenziali per i parcheggi pertinenziali e pubblici a raso, in struttura pluripiano o interrati;

ecc...;

Al di là di quanto indicato dalla Regione Liguria il Piano è legittimato anche a fissare i limiti della potestà autorizzatoria comunale relativamente ai punti di vendita (paragrafo 2 delle norme sulla programmazione) e tale potestà è esercitabile nei centri storici in senso stretto, nelle aree o edifici aventi valore storico, archeologico, artistico ed ambientale, nei cosiddetti centri storici commerciali, quindi anche in altre zone che siano così definite dal Piano.

I Comuni potranno:

- stabilire criteri di natura commerciale per rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali (viabilità, arredo urbano, mobilità dei consumatori) non escludendo anche misure di sostegno; quindi criteri che possono essere sia restrittivi ma anche di stimolo per la rivitalizzazione di alcune aree;
- impedire che in quelle localizzazioni si insedino esercizi di vicinato, ovviamente con idonea motivazione, per un periodo di tempo che deve essere stabilito nell'ambito del Piano. In queste zone, la Regione Liguria

provvede a fissare comunque alcuni limiti, sia per il vicinato che per le medie e le grandi, limiti da considerarsi insuperabili.

Il Piano dovrà decidere sulla localizzazione di eventuali medie strutture di vendita: per le non alimentari la Regione non ha stabilito alcun limite relativamente alla disponibilità di nuova superficie, mentre il Comune, attraverso il Piano, è chiamato a regolare lo sviluppo delle nuove medie alimentari in relazione alle esigenze dei consumatori; per queste strutture la Regione ha fissato una determinata superficie disponibile per ogni Comune, ed in base a tale disponibilità lo stesso può o meno decidere il quantum di medie alimentari autorizzabili.

Anche in questo caso, comunque, l'Amministrazione Comunale decide sulla localizzazione più conveniente e se destinare la disponibilità di superficie di medie alimentari interamente a nuove attività o se riservarne metà per ampliamenti.

La Pianificazione degli insediamenti di grandi strutture di vendita alimentari o non alimentari, nel rispetto delle indicazioni urbanistiche, avviene secondo il modello delle aree territoriali indicate dalla Regione, nelle quali è ricompreso il Comune; fissata la disponibilità di nuova superficie di vendita per le diverse aree, il Comune potrà prevedere o meno di accedere al quantum, fatta salva l'autorizzabilità di una grande struttura se al momento esista l'effettiva disponibilità di superficie.

La normativa regionale ammette ampliamenti, concentrazioni e accorpamenti e, per quanto riguarda i trasferimenti, può, entro certi limiti, procedere alla relativa regolamentazione.

- Il Comune, attraverso il Piano, è chiamato anche a stabilire criteri di priorità in determinati casi di accorpamento e trasferimento di grandi strutture, inoltre deve verificare se esistano o meno le condizioni per la previsione di talune soluzioni previste all'art.17 del TUC e cioè:
- **aggregazione di esercizi singoli**
- **distretti commerciali tematici**
- **centri commerciali (da tenere conto della Deliberazione della Giunta Regionale della Liguria n.637 del 14 giugno 2007)**
- **parchi commerciali**

per questi casi le disposizioni regionali fissano limiti e condizioni di procedibilità molto rigidi ma lasciano, comunque, in capo ai Comuni, la facoltà di prevederne l'attuazione.

*** *** *** *** ***

In materia di commercio, la Regione Liguria è intervenuta legislativamente sull'intera materia del commercio e ha predisposto un corpus normativo completo ed esauriente (Legge Regionale e successive disposizioni regolamentari) che riassume disposizioni programmatiche e procedurali, lasciando ai Comuni spazi di competenze e di azioni ben determinati.

Il Piano, pertanto, non può che rinviare alla Legge ed al Regolamento nelle parti in cui gli stessi provvedimenti regionali disciplinino sostanzialmente e formalmente le singole materie.

Le disposizioni regionali in dettaglio

Il quadro di riferimento delle indicazioni programmatiche della Regione Liguria si riferisce particolarmente alle norme di attuazione che a loro volta richiamano le disposizioni legislative.

Il Paragrafo 1 riporta la classificazione merceologica delle strutture di vendita al dettaglio e fa riferimento all'art. 16 (lettere a e b) della Legge Regionale, nel quale, pur rinviando alla Programmazione Commerciale ed Urbanistica, gli esercizi vengono distinti fra alimentari specializzati e non, non alimentari specializzati e non, nonché non alimentari speciali e non alimentari altri.

La Programmazione Commerciale ed Urbanistica precisa le misure entro le quali un esercizio sia da intendersi alimentare o non alimentare.

Esercizi alimentari specializzati: quelli che vendono esclusivamente prodotti alimentari.

Esercizi alimentari non specializzati: quelli nei quali la superficie di vendita destinata alla commercializzazione dei prodotti alimentari risulti superiore:

- a) al 10% nel caso di MSV (e comunque superiore a 100 mq);
- b) al 5% nel caso di GSV (e comunque superiore a 250 mq).

Sono ricompresi nei prodotti alimentari anche gli articoli per l'igiene personale e la pulizia della casa.

Esercizi non alimentari specializzati: quelli che vendono esclusivamente prodotti non alimentari.

Esercizi non alimentari sono anche quelli nei quali la superficie di vendita destinata alla commercializzazione di prodotti alimentari non risulti superiore a quella indicata in precedenza.

Si definiscono esercizi non alimentari speciali: mobili, arredamento, prodotti dell'industria e dell'agricoltura, mezzi di trasporto, macchinari.

In questo tipo di esercizi non può mai coesistere superficie destinata all'alimentare.

Si definisce, inoltre, quando un esercizio sia da considerarsi alimentare o non alimentare, secondo le misure di incidenza dell'alimentare sopra riportate, ma ciò vale esclusivamente per la sua classificazione e, quindi, per determinare criteri urbanistici differenziati a seconda delle superfici che in un unico esercizio siano destinate all'alimentare o non.

Coerente con questa impostazione è l'ulteriore previsione che quando si voglia attivare nuova superficie alimentare in una media o grande struttura (anche se da classificarsi non alimentare), si debba fare riferimento alle superfici disponibili, così come regolamentate (fasce comunali o aree territoriali).

Per gli esercizi di vicinato, non essendo vincolati nel loro contenuto merceologico è data la possibilità di operare sia nell'alimentare che nell'extra alimentare.

*** *** *** *** ***

Il Paragrafo 2 affida ai Comuni i criteri per esercitare maggiori poteri nell'attività autorizzatoria dei punti di vendita.

Il richiamo alla Legge Regionale 1/2007 viene individuato nell'art. 26 della stessa, sotto la denominazione di "disposizioni particolari", che rinvia in molti punti proprio alla Programmazione Commerciale ed Urbanistica.

Questi poteri possono essere esercitati solamente nei centri storici, nelle aree o edifici aventi valore storico, archeologico, artistico ed ambientale, nonché nei centri storico-commerciali previsti nell'art. 14 del Testo Unico.

Per centro-storico commerciale si intendono le zone urbanistiche di tipo A (D. M. n. 1444/68) ma anche altre zone, purché il Comune lo indichi in sede di Piano Commerciale Comunale.

E' data facoltà ai Comuni di estendere la perimetrazione dei centri storico-commerciali.

*** *** *** *** ***

Nel Paragrafo 3, la Programmazione Commerciale ed Urbanistica stabilisce i seguenti limiti massimi di superfici di vendita.

ESERCIZI DI VICINATO ALIMENTARI E NON ALIMENTARI:

	SETTORE MERCEOLOGI CO ALIMENTARE	SETTORE MERCEOLOGICO NON ALIMENTARE
Centri/nuclei Storici e abitati compatti classificati o riconducibili alla Zona omogenea A di cui al DM 2 aprile 1968 n. 1444;		

Centri storico-commerciali di cui all'art. 14 comma 1, lettera e) del TUC ovvero individuati dal Piano Commerciale Comunale previsto dall'art. 5 del medesimo Testo Unico;	mq. 100	mq. 150
Ambiti assoggettati, dal Piano Paesistico Regionale (P.T.C.P.), al regime di Conservazione (CE); ambiti NI.MA (Nuclei Isolati soggetti a Mantenimento); SU (Struttura Urbana qualificata); IU (Immagine Urbana) ;		
Frazioni e nuclei abitati decentrati con popolazione fino a 500 abitanti;		
Intero territorio dei Comuni con popolazione residente inferiore a 3000 abitanti;		

Ambiti diversi da quelli soprariportati nei Comuni con popolazione residente compresa fra 3.001 e 10.000 abitanti	mq. 150
Ambiti diversi da quelli soprariportati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti	mq. 250

Considerata la dimensione demografica del comune della Spezia, gli eventuali limiti da prendere in considerazione sono soltanto i primi quattro elencati, mentre la regola generale è quella contenuta nell'ultima parte della tabella (mq 250).

Nei limiti di cui sopra si applicano le procedure per l'apertura di un esercizio di vicinato; qualora tali limiti vengano superati si è di fronte alla casistica delle medie strutture.

Anche in queste zone, in ogni caso, devono essere rispettati gli specifici vincoli urbanistico-commerciali, intendendo per tali sia quelli stabiliti dalla Regione sia quelli previsti negli strumenti comunali.

Lo stesso schema viene applicato per quanto riguarda l'insediamento delle medie strutture di vendita.

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA ALIMENTARI E NON ALIMENTARI:

	SETTORE MERCEOLOGI CO ALIMENTARE	SETTORE MERCEOLOGICO NON ALIMENTARE
Centri/nuclei Storici e abitati compatti classificati o riconducibili alla Zona omogenea A di cui al DM 2 aprile 1968 n. 1444;		
Centri storico-commerciali di cui all'art. 14 comma 1, lettera e) del TUC ovvero individuati dal Piano Commerciale Comunale previsto dall'art. 5 del medesimo Testo Unico;		

Ambiti assoggettati, dal Piano Paesistico Regionale (P.T.C.P.), al regime di Conservazione (CE); ambiti NI.MA (Nuclei Isolati soggetti a Mantenimento); SU (Struttura Urbana qualificata); IU (Immagine Urbana) ;		
Frazioni e nuclei abitati decentrati con popolazione fino a 500 abitanti;		
Intero territorio dei Comuni con popolazione residente inferiore a 3000 abitanti;		

Ambiti diversi da quelli soprariportati nei Comuni con popolazione residente compresa fra 3.001 e 10.000 abitanti	mq. 150 – 1.000
Ambiti diversi da quelli soprariportati nei Comuni con popolazione residente compresa fra 10.001 e 50.000 abitanti	mq. 250 – 1.500
Ambiti diversi da quelli soprariportati nei Comuni con popolazione residente superiore a 50.000 abitanti e nei Capoluoghi di provincia	mq. 250- 2.500

La regola per La Spezia è che le medie strutture alimentari o non alimentari non debbano superare i 2.500 mq di superficie di vendita, così come del resto già previsto dall'art. 15 del Testo Unico, nei limiti delle prime quattro classificazioni.

*** *** *** *** ***

La Regione Liguria relativamente alle medie strutture di vendita non alimentari non ha stabilito alcun limite in fatto di disponibilità di nuova superficie: una scelta precisa, nel segno della liberalizzazione e dello sviluppo della concorrenza , ma, in ogni caso, nei limiti della normativa regionale, delle norme urbanistiche e delle scelte di Piano.

Anche per le medie strutture alimentari si applicano i limiti dimensionali dell'art. 15 del Testo Unico e quelli per le cosiddette zone delicate, ma in questo caso, la Regione ha inteso programmare ragionevolmente, ed in maniera più stringente, lo sviluppo delle medie strutture alimentari.

Per far questo ha adottato il seguente metodo:

1. suddivisione in 6 fasce dei Comuni liguri a seconda della misura della differenza del loro indice con l'indice medio regionale di densità delle medie strutture alimentari;
2. attribuzione di percentuali di incremento di superficie di vendita a seconda della fascia di appartenenza e a seconda dell'ampiezza demografica dei Comuni;
3. la misura delle percentuali di incremento decresce al crescere della densità media;

4. gli incrementi che danno, poi, luogo alla superficie di vendita effettivamente disponibile sono calcolati sulla superficie di vendita alimentare di ogni Comune (vicinato + medie, escluse le grandi).

La superficie disponibile per La Spezia è pari a 709 mq..

In ogni caso si tratta di una quantità in mq. che vale una sola volta per l'intera durata della Programmazione Commerciale ed Urbanistica (quattro anni).

Solo dopo il quarto anno di validità della Programmazione Commerciale ed Urbanistica il Consiglio Comunale, attraverso il Piano, potrà incrementare del 50% la quantità di superficie già assegnata.

*** *** *** *** ***

Il Paragrafo 5 tratta di criteri e di indirizzi per insediamenti di nuove grandi strutture di vendita fissando gli ambiti nei quali è vietata non solo l'apertura ma anche il trasferimento di grandi strutture di vendita, senza eccezione alcuna.

Centri/nuclei Storici e abitati compatti classificati o riconducibili alla Zona omogenea A di cui al DM 2 aprile 1968 n. 1444;
Centri storico-commerciali di cui all'art. 14 comma 1, lettera e) del TUC ovvero individuati dal Piano Commerciale Comunale previsto dall'art. 5 del medesimo Testo Unico;
Ambiti assoggettati, dal Piano Paesistico Regionale (P.T.C.P.), al regime di Conservazione (CE); ambiti NI.MA (Nuclei Isolati soggetti a Mantenimento); SU (Struttura Urbana qualificata); IU (Immagine Urbana) ;
Intero territorio dei Comuni con popolazione residente fino a 3000 abitanti;
Frazioni e nuclei abitati decentrati con popolazione fino a 500 abitanti;

Per La Spezia non vi è ovviamente un divieto generalizzato considerata la sua dimensione demografica, ma possono valere alcuni limiti come indicati nella tabella; la correlazione con le norme urbanistiche è assolutamente necessaria.

Per le grandi strutture di vendita il documento regionale suddivide il territorio regionale in aree territoriali, gli ambiti di riferimento e ne individua 8.

Il Comune della Spezia fa parte dell'area territoriale "Spezzina" insieme con Beverino, Bonassola, Borghetto Vara, Brugnato, Carro, Carrodano, Deiva Marina, Framura, Lerici, Levante, Maissana, Monterosso, Pignone, Portovenere, Riccò del Golfo, Riomaggiore, Rocchetta Vara, Sesta Godano, Varese Ligure, Vernazza e Zignago.

Per ogni area territoriale, sulla base di un'apposita metodologia, viene predeterminata la superficie disponibile.

La superficie disponibile all'interno di ogni area territoriale può essere utilizzata una sola volta nell'arco della validità quadriennale della Programmazione Commerciale ed Urbanistica.

Nel caso dell'area territoriale in cui è contenuta La Spezia, per le grandi strutture di vendita alimentari la superficie disponibile è pari a 599 mq, per le grandi strutture non alimentari è pari a 4.528 mq (disponibilità quantificata alla data di entrata in vigore delle disposizioni regionali).

*** *** *** **** ***

Il Paragrafo 6 è dedicato agli ampliamenti, alle concentrazioni, accorpamenti, ed ai trasferimenti.

Si tratta di meccanismi che, a determinate condizioni, consentono buon dinamismo delle reti di vendita locali ed offrono opportunità di rilievo agli operatori.

Occorre distinguere nettamente tra ampliamenti da una parte e concentrazioni ed accorpamenti dall'altra: anche quando siano consentiti, gli ampliamenti, se interessano l'alimentare, devono trovare corrispondenza nella disponibilità di nuova superficie di vendita sia per le medie che per le grandi strutture.

Invece tutte le operazioni di concentrazione ed accorpamento, poiché non creano vere e proprie nuove superfici, sono del tutto indipendenti dalla disponibilità di superficie.

Il Testo regionale, per questi istituti, si riferisce ad esercizi autorizzati: per esercizi autorizzati si intendono quegli esercizi commerciali che hanno già ottenuto l'autorizzazione commerciale (o dichiarazione inizio attività definitiva) ma che non devono necessariamente essere esistenti e già attivi, nel senso di già esercitanti l'attività commerciale.

E' sempre ammesso un aumento della superficie di vendita del 20% a tutti i punti di vendita che operino, e cioè esercitino l'attività commerciale, da almeno 1 anno.

Esercizi di vicinato

Sia che siano autorizzati per l'alimentare che per l'extra alimentare, possono ampliare la loro superficie entro i limiti stabiliti dall'art. 15 del Testo Unico per gli esercizi di vicinato, tenendo conto, per altro, anche delle eventuali limitazioni imposte dal Comune nell'ambito dei maggiori poteri assegnati loro dalla Regione: rimangono, quindi, esercizi di vicinato.

Si devono rispettare, inoltre, le limitazioni previste per le aree “delicate” e per i Comuni di minori dimensioni.

L'operatore che concentra o accorpa deve altresì impegnarsi al reimpiego del personale dipendente interessato e deve trattarsi di punti vendita operanti nello stesso Comune.

Gli esercizi di vicinato possono diventare anche medie strutture di vendita (alimentari e non alimentari) tramite concentrazione o accorpamento ma deve trattarsi di punti di vendita in attività da almeno 3 anni;

In questo caso si possono concentrare o accorpare fino ad un massimo di 5 esercizi.

L'esercizio concentrerà o per l'effettiva dimensione autorizzata, o nella misura di 200 mq, avendo il Comune più di 10.000 abitanti.

L'operatore che concentra o accorpa deve, altresì, impegnarsi al reimpiego del personale dipendente interessato e deve trattarsi di punti vendita operanti nello stesso Comune.

Medie strutture di vendita

E' possibile l'ampliamento purché vi sia disponibilità di superficie stabilita nelle fasce comunali, qualora si tratti di medie strutture alimentari; nel caso dell'extra alimentare, l'ampliamento non trova limiti dimensionali se non quelli generali stabiliti dall'art. 15 della Legge Regionale, perché rimangono, comunque, medie strutture di vendita.

E' possibile la concentrazione e l'accorpamento di medie strutture (alimentari e non) fino al limite ancora una volta stabilito dall'art. 15 per le Medie strutture di vendita, per cui si rimane ancora nella tipologia della media struttura di vendita: in questo caso la Programmazione Commerciale ed Urbanistica consente un ulteriore incremento, pari al 15% della superficie derivante dall'accorpamento (e ciò vale per l'alimentare e per l'extra alimentare).

E' altresì consentito concentrare od accorpare medie strutture di vendita (alimentari e non), ma occorre che siano in attività da almeno 3 anni, e ciò consente che con la concentrazione o con l'accorpamento di Medie strutture di vendita si realizzi una grande struttura di vendita. L'operazione non può interessare più di 3 medie strutture e, comunque, la superficie totale che ne deriva non può essere superiore a 3.500 mq.

Si prevede, inoltre, che per una media struttura si possono fare operazioni di concentrazione o di accorpamento con esercizi di vicinato (alimentare e non) in particolari condizioni:

Quando si concentri o si accorpi occorre che siano revocate le autorizzazioni degli esercizi concentrati.

Anche per le medie, come per il vicinato, queste operazioni possono riguardare punti di vendita che operino nello stesso Comune, che siano rispettati i vincoli urbanistico-commerciali stabiliti dalla Regione e dal Comune stesso, che si

reimpieghi il personale interessato e che il tutto avvenga in quelle zone non oggetto di particolari limitazioni.

la Regione precisa che nei locali lasciati liberi da operazioni di questo tipo, qualora si intenda riaprire una attività commerciale, lo si può fare insediando un'attività della medesima tipologia merceologica e, comunque, facendo valere le regole generali in materia di medie strutture alimentari e di grandi strutture di vendita alimentari e non alimentari: si deve fare riferimento alla superficie disponibile.

Grandi strutture di vendita

E' possibile ampliare una grande struttura (alimentare e non), ma nel limite della superficie disponibile stabilita per l'area territoriale interessata.

In tutti i casi di concentrazione o accorpamento di esercizi di vicinato o di medie strutture di vendita a una Grande struttura di vendita, è sufficiente che quest'ultima sia anche solo autorizzata.

Sono consentite operazioni di concentrazione e accorpamento ad una grande struttura di esercizi di vicinato (alimentari e non) purché gli stessi siano in attività da almeno 3 anni, purché non se ne accorpino più di 5, purché siano localizzati nello stesso Comune della grande struttura e, cosa molto importante, la nuova dimensione non superi i 4.000 mq.

Una grande struttura (autorizzata per l'alimentare o per il non alimentare) può anche concentrare o accorpare medie strutture di vendita (al massimo 3), purché queste ultime siano in attività da almeno 3 anni nello stesso Comune della Grande e la superficie che ne deriverà non può superare i 5.000 mq.

E' consentito concentrare od accorpare grandi strutture alimentari e non, ma devono essere collocate nello stesso Comune ed essere autorizzate da almeno 3 anni.

Anche gli ampliamenti ed i trasferimenti delle grandi strutture di vendita autorizzate sono possibili, purché avvengano all'interno della stessa area territoriale, vi sia il parere favorevole del Comune ove si intenda trasferire, siano, come sempre, rispettati i vincoli urbanistico-commerciali stabiliti dalla programmazione regionale e comunale.

Anche per queste ultime, come per le Medie, la Programmazione Commerciale ed Urbanistica ripete la regola che i locali lasciati liberi a seguito di concentrazioni, accorpamenti e trasferimenti, possono essere utilizzati per nuove attività, ma se si tratta di medie alimentari o di grandi strutture alimentari e non alimentari è necessario che vi sia superficie disponibile (fasce comunali o aree territoriali).

L'operatore che concentra o accorpa deve altresì impegnarsi al reimpiego del personale dipendente interessato e si deve trattare di punti di vendita operanti nello stesso Comune.

Nel caso di domande concorrenti per una stessa operazione, il Comune dovrà stabilire le priorità, avendo cura, in modo vincolante, di premiare quegli operatori che abbiano frequentato corsi di aggiornamento professionale previsti dall'art. 13 del Testo Unico.

Tutti gli esercizi di vendita possono ampliare la propria superficie del 20% concesso, a condizione che siano effettivamente operanti da almeno 1 anno.

Questa opportunità la si può esercitare una sola volta nel periodo di validità del documento regionale, e con l'ampliamento del 20% non è comunque possibile superare le dimensioni stabilite dalla Legge Regionale e dalla Programmazione Commerciale ed Urbanistica per ogni struttura di vendita.

L'ampliamento di cui trattasi è soggetto al rispetto dei vincoli urbanistico-commerciali stabiliti da Regione e Comune, ma prescinde dall'obbligo dell'utilizzazione delle superfici disponibili.

*** *** *** *** ***

L'art. 17 del Testo Unico ha introdotto novità di rilievo per soluzioni innovative tese a valorizzare l'aggregazione di punti di vendita.

La Programmazione Commerciale ed Urbanistica disciplina in dettaglio il contenuto, i limiti ed anche le procedure che caratterizzano queste nuove modalità dell'offerta distributiva.

Si tratta di:

AGGREGAZIONE DI ESERCIZI SINGOLI

- soltanto esercizi di vicinato la cui superficie totale non può superare i 1.500 mq;
- soltanto nuovi esercizi, non quelli derivanti da trasferimenti o accorpamenti;
- possono operare sia nell'alimentare che nell'extra alimentare e soltanto nelle zone stabilite dal piano comunale;
- rispetto dei vincoli urbanistico-commerciali della Regione e del Comune;
- tante autorizzazioni quanti sono gli esercizi di vicinato;
- vietati trasferimenti interni ed esterni ed operazioni di concentrazione;
- insieme di attività che, per opportunità di natura edilizia, siano organizzate in aree dotate di infrastrutture e servizi comuni (non si tratta di Centri Commerciali).

DISTRETTI COMMERCIALI TEMATICI

- nuovi esercizi, no accorpamenti, concentrazioni o trasferimenti;

- tipologia di medie e grandi strutture di vendita;
- gli esercizi possono offrire servizi in aggiunta a quelli commerciali;
- vi possono essere esercizi di vicinato (il totale della loro superficie, però, non può essere superiore al 40% di quella del Distretto e, in particolare, per quelli che operano nell'alimentare la superficie non può superare il 5% del totale vicinato);
- si possono realizzare solo nei Comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti e nei Capoluoghi di Provincia;
- non meno di 5 e non più di 10 medie strutture, ed esclusivamente nel settore non alimentare specializzato;
- la dimensione massima delle superfici di vendita delle Medie del Distretto non può superare i 15.000 mq, ma non deve essere inferiore ai 5.000;
- la superficie totale del Distretto può arrivare fino a 20.000 mq;
- insieme di attività che si caratterizzano per un'offerta merceologica coerente con l'area in cui insistono e con una rilevanza di mercato sovrrregionale;
- Il Comune prefisserà l'area in cui possono essere realizzati tali Distretti e, comunque, si dovrà assicurare uno sviluppo contiguo delle attività;
- permangono i vincoli urbanistico-commerciali della Regione e del Comune;
- no a trasferimenti interni ed esterni;
- no a concentrazioni ed accorpamenti;
- si prescinde dall'obbligo dell'utilizzazione delle superfici disponibili (contingente).
- Il Distretto potrà essere arricchito da offerta di servizi diversi oltre a quelli commerciali.

CENTRI COMMERCIALI

- La definizione è: << Medie Strutture di Vendita o Grandi Strutture di Vendita nelle quali più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono in comune di infrastrutture, accessi, servizi, viabilità, parcheggi. Per superficie di vendita di un Centro Commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in essa presenti. Tali caratteristiche si hanno anche qualora la titolarità dell'autorizzazione (o dichiarazione di inizio attività qualora siano presenti esercizi di vicinato) sia in capo a soggetti diversi>>.
- Vincoli specifici esistono per le attività inserite nel Centro.

La definizione di centro commerciale è stata oggetto di un 'apposita Deliberazione della Giunta Regionale della Liguria n. 637 del 14 giugno 2007 che così recita:

<<Il centro commerciale è costituito da una struttura a destinazione specifica nella quale sono presenti più esercizi commerciali. Il medesimo, pertanto, si presenta come una struttura immobiliare identificabile come un unicum, anche se all'interno della medesima operano più esercizi commerciali.

La tipologia distributiva del centro commerciale comporta, oltre che la presenza di più esercizi commerciali, la condivisione:

- a) delle aree di parcheggio;
- b) delle aree di accesso;
- c) dei corridoi interni di collegamento tra vari esercizi;
- d) delle eventuali vie di accesso o zone destinate al verde;
- e) dei locali destinati agli uffici e ai servizi;

Presuppone, altresì, l'esistenza di una gestione unitaria del centro e dei servizi in esso presenti e l'esistenza di una struttura contenente che possa essere inquadrabile come a destinazione specifica e, quindi, che sia stata trasformata al fine di ospitare un centro commerciale che, pur caratterizzato dalla coesistenza di più esercizi, si connota come un unicum.

La presenza, in condivisione, anche di due solo degli elementi di cui alle precedenti lettere a), b) e c), configura un centro commerciale>>.

PARCHI COMMERCIALI

- nuovi esercizi;
- no ad accorpamenti, concentrazioni, trasferimenti;
- solo nei Comuni con popolazione superiore a 5.000 abitanti;
- non meno di 5, non più di 10 medie strutture che operino esclusivamente nel non alimentare specializzato;
- superficie di vendita massima del Parco Commerciale: 12.000 mq;
- oltre che nel rispetto dei vincoli urbanistico-commerciali stabiliti da Regione e Comune, possono essere realizzati solo in zone espressamente previste dai Comuni stessi;
- la Programmazione Commerciale ed Urbanistica prescrive che nei Parchi Commerciali siano previste, in determinate misure, superfici destinate al verde, a strutture ludico-ricreative, ad attività di commercio equo e solidale, pubblici esercizi, librerie, mostre d'arte e strutture per spettacoli;
- singole autorizzazioni commerciali ma rilasciate contestualmente;
- eventuali ampliamenti di esercizi sono, comunque, riferiti all'intero Parco;

- a differenza dei Centri Commerciali la superficie delle medie strutture di vendita non deve trovare corrispondenza nelle disponibilità delle fasce comunali, semplicemente perché si tratta di attività non alimentari;
- no a trasferimenti interni ed esterni.

Il documento di programmazione richiama, infine, alcune disposizioni regionali che Comune ed operatori devono osservare.

Sono fatti salvi i procedimenti amministrativi che fossero stati in svolgimento prima dell'entrata in vigore della Legge Regionale n.1 del 02/01/2007, così come previsto dall'art.151 della stessa, e lo sono anche dopo l'entrata in vigore della Programmazione Commerciale Regionale.

Il documento di programmazione puntualizza che la normativa riguardante l'insediamento di esercizi di vendita si applica anche quando gli stessi siano insediati in aree demaniali.

Viene precisato l'obbligo che la sospensione dell'attività prevista dal Testo Unico debba preventivamente essere comunicata al Comune per evitare procedimenti sanzionatori.

In materia di vendite straordinarie e promozionali il documento, richiamandosi anche a disposizioni statali, sottolinea che oggetto delle vendite promozionali possano essere anche quei prodotti che sono suscettibili di notevole deprezzamento per motivi diversi dal cambio di moda di stagione.

Considerato che non si possono effettuare vendite promozionali nei 40 giorni antecedenti i saldi, per il calcolo di detti giorni, si precisa che i termini decorrono tenendo conto della data prevista per legge e non da quelle in cui l'esercente abbia dato effettivamente inizio ai saldi stessi; precisazione della stessa natura viene ripresa anche per l'obbligo di esposizione del cartello.

A proposito di quest'ultimo, le modalità di attuazione di quanto indicato nell'art. 112 comma 1 della Legge Regionale verranno concordate tra Regione, ANCI E Associazioni di Categoria.

In tema di pubblicità di prezzi, quando l'operatore debba allestire la vetrina è obbligato ad esporre un apposito cartello.

L' art. 24 del Testo Unico tratta della verifica e dell'adeguamento degli strumenti urbanistici e, a tale proposito, occorre dire che la nuova disciplina

urbanistica della Regione è da intendersi immediatamente operante e prevalente sugli strumenti urbanistici comunali, per cui non è assolutamente necessario un intervento di adeguamento da parte dei Comuni stessi.

Gli obiettivi generali del Piano

Gli obiettivi generali del Piano sono:

- Cogliere tutte le opportunità offerte dalle disposizioni regionali per favorire uno sviluppo più dinamico del commercio in sede fissa.
- Evitare di frapporre ostacoli al dispiegarsi di iniziative imprenditoriali pur nel rispetto dei limiti dimensionali dettati dalla Legge e dal documento di programmazione della Regione Liguria.
- Allineamento del Piano alle prescrizioni delle norme urbanistiche del Comune, considerate quale contenitore programmatico prioritario, anche se suscettibile di modificazioni, qualora si renda opportuno dare una applicazione più ragionata ai criteri regionali.
- Valorizzazione del ruolo degli esercizi di vicinato, scegliendo di non prevedere alcuna limitazione territoriale alla loro funzione di servizio di prossimità, con la sola eccezione nel caso di verificata incompatibilità di alcune merceologie con le caratteristiche del Centro Storico.
- Crescita ordinata delle medie strutture di vendita, con adeguamento alle disposizioni regionali per quelle alimentari e, quindi, secondo la disponibilità annessa in termini di superficie; per le medie non alimentari una scelta nel segno della dinamica del mercato escludendo, quindi, definizioni aprioristiche di particolari vocazioni territoriali.
- Obbligato recepimento integrale della programmazione regionale per quanto riguarda le grandi strutture di vendita compreso, naturalmente, il Centro Commerciale nella' Area ex-IP: per questa tipologia di esercizi rimangono comunque nella loro piena valenza le prescrizioni del vigente Piano Regolatore.
- Previsione di attivare le nuove tipologie di aggregazione di esercizi di vendita introdotte dalla programmazione regionale (per esempio, Parchi commerciali tematici, previa attenta valutazione della loro integrabilità con il tessuto cittadino) .
- Evitare l'estensione, pur possibile, della definizione di Centri Storici Commerciali oltre quanto previsto nella normativa comunale, e ciò al fine di impedire artificiose limitazioni allo sviluppo delle attività distributive.

- Governance attiva degli strumenti delle opportunità attinenti gli ampliamenti, le concentrazioni e l'accorpamento di esercizi commerciali.
- Accelerazione della semplificazione delle procedure soprattutto nelle parti regolamentari che interessano le competenze del Comune.
- In tema di predisposizione degli standard urbanistici, laddove si ritenga che alcuni vincoli debbano essere modificati o rimossi, si deve far sì che si attivino le opportune varianti urbanistiche. Il Piano si fa carico di interpretazioni ragionevoli che rispettino la conservazione e la valorizzazione del tessuto commerciale, urbano della città, attraverso interpretazioni prive di rigidità che permettano aspettative per quegli edifici già a destinazione commerciale e temporaneamente inutilizzati.
- Il Piano è impostato secondo uno schema che si articola nelle scelte demandate dalla Regione ai Comuni, mentre nelle parti già normate dalla stessa Regione si opera con un rinvio logico ed automatico ai documenti.
- La partecipazione e la concertazione con le parti sociali è considerata non tanto un adempimento obbligatorio ma una condizione essenziale per i contenuti e per l'efficacia del Piano stesso.

Si ritiene, altresì, fondamentale nella stesura di questo Piano Commerciale, affrontare alcune problematiche specifiche che il T.U.C. autorizza i Comuni a definire.

In primo luogo avvalersi della possibilità offerta dal capo VII art.63 e 64, in cui si afferma che i Comuni possano adottare criteri urbanistico-commerciali per l'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di sede degli esercizi di cessione al pubblico del servizio di telefonia in sede fissa, dandone comunicazione al Questore.

Alla data del 15/03/2009 il numero di tali attività risulta di **47** unità così suddivise:

Zona Nord (Area individuata dalla Circoscrizione 1 e 2) n. **1**

Zona Centro (area individuata dalla Circoscrizione Centro da Via A. Ferrari a Piazza Europa) n. **25**

Zona Sud (da Piazza Europa alle aree individuate dalle Circoscrizioni IV e V comprese) n. **21**

Considerata la popolazione residente nel Comune della Spezia alla data del 24/03/2009 (compresi gli extracomunitari residenti) che risulta così suddivisa:

Circoscrizione 1	LA SPEZIA O V E S T		
ITALIANI RESIDENTI	EXTRACOMUNITARI	COMUNITARI	
9941	449	171	
Circoscrizione 2	LA SPEZIA N O R D		
ITALIANI RESIDENTI	EXTRACOMUNITARI	COMUNITARI	
15454	1116	208	
Circoscrizione 3	LA SPEZIA C E N T R O		
ITALIANI RESIDENTI	EXTRACOMUNITARI	COMUNITARI	
22441	2846	553	
Circoscrizione 4	LA SPEZIA E S T		
ITALIANI RESIDENTI	EXTRACOMUNITARI	COMUNITARI	
23958	1310	324	
Circoscrizione 5	LA SPEZIA S U D		
ITALIANI RESIDENTI	EXTRACOMUNITARI	COMUNITARI	
15107	905	281	

si nota un numero maggiore di residenti extracomunitari nella Circoscrizione Centro, comprendente il “Quartiere Umbertino” in rapporto alla popolazione residente e, analogamente, in proporzione, una concentrazione particolarmente rilevante, **n°25**, di centri di telefonia in sede fissa.

Considerate, altresì, le realtà urbanistico-abitative di alcune zone della città, si ritiene di dover stabilire, per la durata di tale piano, una distanza minima tra tali attività, in base al numero esistente, al fine di far sì che, pur continuando a offrire un puntuale servizio all’utenza, non si creino concentrazioni inutili e problemi viabilistici.

Altro punto di questa Programmazione si ritiene debba essere l’introduzione di tre nuove figure di esercizi che tendono a qualificare nuove forme di vendita e di rapporti con il cliente e i territori:

l’Esercizio Amico: attività commerciale e di somministrazione alimenti e bevande che ha provveduto all’abbattimento totale delle barriere architettoniche al fine di garantire la piena accessibilità ed utilizzo dei propri locali da parte delle persone con bisogni speciali.

L’innovazione delle attività commerciali passa necessariamente attraverso una cultura dell’accoglienza diffusa, dove vengono riconosciuti ed attuati, per tutti i cittadini-consumatori, anche per quelli portatori di handicap, i diritti all’accesso nei locali e la fruibilità totale dei servizi.

l'Esercizio Turistico : attività commerciale rivolta in prevalenza al cliente turista tesa a fornire servizi informatici e accessi telematici.

Il turismo è una delle nuove vocazioni economiche su cui la città ha deciso di investire. Si tratta di un settore trasversale capace di mettere a sistema le eccellenze del territorio: dalla nautica alla cultura , dalla qualità del sistema dell'accoglienza alla vivacità dell'offerta commerciale.

Il legame fra turismo e commercio è molto forte, infatti il turismo produce rilevanti effetti economici diretti ed indiretti su molti settori. Sono considerati indiretti ma comunque collegati ai flussi turistici, le ricadute sulle attività commerciali che in alcuni casi possono addirittura influenzarne in modo positivo l'andamento, essendo taluni gruppi di attività commerciali veri e propri attrattori di turisti.

Il turismo può in altri termini favorire lo sviluppo del commercio sul territorio e produrre effetti economici indotti sul volume delle vendite.

Alla Spezia il recente Piano di Azione del turismo, ha indicato che la cultura, l'identità e la specificità sono gli elementi su cui premere per dare impulso ad iniziative economiche di promozione , valorizzando la sinergia fra commercio e turismo.

Il nostro comune che non ha l'appeal delle offerte classiche e non può dunque competere con destinazioni più forti ha bisogno di acquisire sempre di più una autonoma visibilità all'interno dei circuiti più conosciuti, proprio perché può puntare su un mix di attrattive (natura paesaggio architettura enogastronomia tradizioni artigianato e commercio).

Il turista consumatore che sceglie questa destinazione lo fa per vivere un'esperienza di condivisione con il nostro territorio e la nostra comunità contribuendo a far crescere il valore aggiunto per ogni attrattiva compreso il settore commercio.

Un commercio integrato ed innovato in un quadro di trasformazione economica può svolgere un ruolo decisivo e diventare volano di una crescita con ricadute positive.

Il commercio è quindi elemento strategico tra quelli in grado di innalzare il livello di accoglienza e di ospitalità soprattutto alla Spezia che ha individuato nel turismo urbano, nel turismo nautico e turismo culturale, i filoni di successo.

La localizzazione del punto vendita le modalità di allestimento delle vetrine la presentazione del prodotto sono tra i fattori principali del processo di acquisto. Se a questi elementi di base viene aggiunta una buona capacità di accoglienza, la possibilità di ricevere servizi informativi su eventi e manifestazioni e

quant'altro di interesse comunale e la possibilità di utilizzare servizi web ed informatici, ecco che si configura il negozio turistico.

la Bottega Storica : negozio rispondente ai requisiti di cui alla Legge Regione Liguria n.29 del 10/07/2002.

L'amministrazione Comunale vuole promuovere e valorizzare realtà commerciali che costituiscono un importante elemento di memoria storica ed una preziosa testimonianza di cultura e tradizione

Tutelare botteghe, negozi e locali storici come elementi distintivi e tradizionali del nostro territorio significa anche incoraggiare la sopravvivenza e il consolidamento delle imprese commerciali, nell'interesse anche delle future generazioni.

L'amministrazione Comunale riconosce promuove e sostiene queste attività commerciali anche a fini turistici e culturali perché rappresentano un valore storico, artistico architettonico e sono una risorsa preziosa per la città quale testimonianza della storia e della tradizione imprenditoriale e commerciale della Spezia.

La Regione Liguria con la legge reg. n 29/02, art 16 istituisce il riconoscimento delle Botteghe Storiche.

In particolare il comma I prevede che le Amministrazioni Comunali possano predisporre l'elenco delle botteghe storiche esistenti sul territorio regionale sulla base dei criteri stabiliti dalla Regione.

Il riconoscimento che individua la legge regionale ha l'obiettivo di consentire la legittimazione alla presentazione della domanda di concessione del contributo pubblico per gli interventi di restauro conservativo ;

Nel 2009 la Regione Liguria ha previsto inoltre, quale misura di sostegno, un maggiore punteggio per le botteghe storiche relativamente ai contributi previsti dal Fondo per il sostegno delle piccole imprese commerciale.

L'amministrazione Comunale con proprio atto ha già emanato il primo bando per la predisposizione dell'elenco delle botteghe storiche della Spezia.

Si ritiene, inoltre, data la fondamentale correlazione nell'ambito delle attività commerciali ed economiche di un territorio, di dover rivedere alcuni aspetti relativi al **Commercio su Aree Pubbliche** e alla loro programmazione, con particolare riferimento alla gestione dei mercati e delle fiere, alla loro regolamentazione, nonché all'attività del commercio su aree pubbliche in forma itinerante.

Tutto ciò anche alla luce di quanto il Nuovo Testo Unico regionale, in materia di commercio su aree pubbliche, ha ritenuto di dover affrontare.

DISPOSIZIONI DI PIANO

Art.1

Centri Storici Commerciali

Ai sensi dell'art. 14 del TUC, comma 1, lettera e) si intendono, per il Comune della Spezia, per Centri Storici Commerciali:

- a) le zone omogenee di cui al Decreto Ministeriale n. 1444-68;
- b) centri storico-commerciali così come da planimetria allegata alle presenti disposizioni.

Nell'ambito dei Centri Storici Commerciali, come sopra identificati, la Giunta comunale attua misure di valorizzazione e di sostegno alle attività commerciali soprattutto di vicinato, in collaborazione con la Regione Liguria, Associazioni di Categoria ed altri soggetti interessati.

Per il periodo di validità delle presenti disposizioni non sono autorizzabili né sono trasferibili, o vengono inibiti gli effetti della dichiarazione di inizio attività, esercizi commerciali che vendano, anche in misura non prevalente, i seguenti prodotti:

auto - moto - materiale per l'edilizia - combustibili - pompe funebri - sexy shop

Ai sensi del paragrafo 3 delle direttive regionali, la dimensione massima di superfici di vendita degli esercizi localizzati nei Centri Storici Commerciali non può superare i seguenti limiti:

- esercizi di vicinato alimentari: 100 mq
- esercizi di vicinato non alimentari: 150 mq
- medie strutture di vendita alimentari: 150 mq
- medie strutture di vendita non alimentari: 600 mq

Sono vietati aperture e trasferimenti di grandi strutture alimentari e non alimentari.

Nei Centri Storici Commerciali così come sopra individuati, considerato il limite di superficie di vendita autorizzabile, devono essere rispettati gli standard urbanistici stabiliti dalle vigenti disposizioni comunali.

Art.2

Frazioni e nuclei abitati decentrati - Centri di quartiere così come individuati nel Piano Urbanistico comunale

In tali ambiti territoriali indicati come centri di quartiere, individuati nella

planimetria allegata, la superficie massima di vendita degli esercizi è così fissata:

- esercizi di vicinato alimentari: 100 mq
- esercizi di vicinato non alimentari: 150 mq
- medie strutture di vendita alimentari: 150 mq
- medie strutture di vendita non alimentari: 600 mq

In tali ambiti, altresì, non sono consentite aperture e trasferimenti di Grandi strutture di vendita.

Art.3

Classificazione dimensionale degli esercizi

Fatto salvo quanto stabilito dai precedenti punti 1. e 2., per il Comune della Spezia sono fissati, per gli esercizi commerciali, i seguenti limiti massimi di superficie di vendita:

- esercizi di vicinato alimentari e non alimentari: 250 mq
- medie strutture di vendita alimentari e non alimentari: 2.500 mq
- grandi strutture di vendita: oltre 2.500 mq

Art.4

Criteri di localizzazione degli esercizi commerciali

a) Esercizi di vicinato

Fatto salvo quanto stabilito ai precedenti punti 1. e 2., non viene determinato alcun limite all'insediamento di tale tipologia di esercizi nel territorio comunale della Spezia.

b) Medie strutture di vendita non alimentari

Fatto salvo quanto precedentemente stabilito ai precedenti punti 1. e 2., non viene posto alcun limite per l'insediamento di tale tipologia di strutture di vendita nel territorio comunale, fermo restando comunque il rispetto delle prescrizioni urbanistiche comunali e regionali.

c) Medie strutture di vendita alimentari

Si prende atto che la superficie disponibile per il Comune della Spezia, quantificata nelle direttive regionali per il periodo di validità delle stesse, è pari a 709 mq. A partire dal 1° giugno 2011 tale superficie è incrementata del 50%.

La disponibilità di superficie di cui sopra è destinata per nuove attività, compreso l'incremento che deriverà dal 1° giugno 2011.

Devono comunque essere rispettate le disposizioni regionali e comunali in materia urbanistica.

d) Grandi strutture di vendita

Si prende atto che il Comune della Spezia è inserito nell'area territoriale "Spezzina" insieme con Beverino, Bonassola, Borghetto Vara, Brugnato, Carro, Carrodano, Deiva Marina, Framura, Lerici, Levanto, Maissana, Monterosso, Pignone, Portovenere, Riccò del Golfo, Riomaggiore, Rocchetta Vara, Sesta Godano, Varese Ligure, Vernazza e Zignago.

Si prende atto, inoltre, che, per il periodo di validità delle disposizioni regionali, per le grandi strutture di vendita alimentari la superficie disponibile è pari a 599 mq, per le grandi strutture non alimentari è pari a 4.528 mq.

Devono essere comunque rispettate le prescrizioni di natura urbanistica sia comunali che regionali: in particolare, l'insediamento ed il trasferimento di grandi strutture di vendita è consentito soltanto nelle aree indicate nel vigente strumento urbanistico comunale.

Non sono consentite, comunque, aperture e trasferimenti di grandi strutture di vendita nei Centri Storici Commerciali e nelle frazioni o nuclei abitati decentrati centri di quartiere.

Art.5

Area ex IP

Anche in deroga a quanto previsto nelle presenti disposizioni si richiama integralmente quanto previsto nelle direttive regionali sotto la voce "disposizione per il Comune della Spezia Area ex IP" con il raggiungimento di una superficie totale di 23.000 mq. di vendita così come previsto nel punto 3 del protocollo d'intesa relativo all'accordo di programma ai sensi dell'art.151 c.1 lettera b) sub2 della L.R. n°1 del 2/01/2007.

Art.6

Particolari figure di esercizi commerciali

Negozio amico.

L'amministrazione comunale riconosce la figura del negozio amico, nel quale, attraverso una cultura dell'accoglienza diffusa, vengono riconosciuti per tutti i

cittadini, anche portatori di handicap, i diritti all'accesso nei locali e la fruizione totale dei servizi.

Chi sarà riconosciuto “negoziario amico” verrà inserito in un apposito elenco e sarà dotato di vetrofania adesiva di individuazione.

Il riconoscimento dell'attività “ negozio amico” avverrà attraverso una autocertificazione sottoscritta dal titolare o preposto, inviata al Comune della Spezia e valutata da una apposita commissione tecnica.

L'amministrazione comunale con un proprio atto e successiva determina dirigenziale predisporrà modi e termini del riconoscimento.

Il Negoziario Amico beneficerà di ogni tipo di agevolazioni e vantaggi , oltre alla promozione che l'amministrazione comunale intenderà mettere in atto e che saranno disciplinati con apposito atto deliberativo.

Negoziario Turistico

L'amministrazione comunale riconosce quale tipologia innovativa di attività commerciale il negoziario turistico

Chi rientra in questa tipologia verrà inserito in un apposito elenco e sarà dotato di vetrofania adesiva di individuazione.

Possono essere negoziari turistici le attività commerciali che organizzano la propria superficie di vendita con un spazio dedicato alle informazioni e comunicazioni per il turista-consumatore attraverso l'impiego di un personal computer e di un desk, fornito di materiale cartaceo informativo.

Lo spazio, predisposto con criteri di arredo compatibili all'esercizio dell'attività, dovrà essere comunque facilmente individuabile e fruibile.

La configurazione base per essere negoziario turistico è la seguente:

- Consentire l'accesso ad internet al turista consumatore, con interfaccia dedicata alla conoscenza , promozione e diffusione di iniziative, di eventi e di progetti che interessano il territorio.
- Distribuzione di materiale cartaceo informativo di promozione turistica
- Acquisizione di competenze linguistiche adeguate
- Acquisizione di competenze sull'utilizzo delle nuove TLC finalizzate alla promozione del turismo locale

Il negoziario turistico sarà collegato alla rete web del Comune della Spezia e disporrà di tutte le informazioni necessarie, per svolgere al meglio il servizio e

sarà promosso e pubblicizzato dalla stessa rete civica, anche attraverso link specifici, oltre ai normali contatti.

Il negozio turistico dovrà, di norma, impegnarsi ad effettuare le aperture straordinarie e ad organizzare anche la propria attività di vendita, in orari diversificati, nei periodi di maggior flusso turistico

L'amministrazione comunale, per promuovere e favorire il riconoscimento di negozio turistico, adotterà con proprio atto misure di agevolazione e di sostegno.

Nell'ambito del Piano di Sviluppo Locale Integrato, finanziato con fondi europei FSE e FESR, al fine di valorizzare le risorse naturali e culturali, attraverso servizi che garantiscano una migliore fruizione attiva del territorio e un turismo ecosostenibile e di qualità, l'amministrazione comunale ha inserito l'innovativa tipologia del negozio turistico, con le caratteristiche sopra individuate.

Questo consentirà, a partire dal 2010 , con l'emanazione di bandi specifici, per i negozi turistici di beneficiare di contributi per l'acquisizione di personal computer e di partecipare a corsi di formazione, indispensabili per la conoscenza della lingua straniera e le necessarie competenze, per utilizzo delle nuove tlc indirizzate alla promozione del turismo locale.

L'amministrazione comunale, con un proprio atto e successiva determina dirigenziale, predisporrà modi e termini per il riconoscimento dei negozi turistici.

Botteghe Storiche

Per essere riconosciute botteghe storiche ed iscritte in un apposito elenco, gli esercizi commerciali, che svolgono attività di vendita al dettaglio di merci o di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, devono risultare in possesso dei seguenti requisiti

A) Svolgimento della stessa attività nello stesso locale da almeno 50 anni, a prescindere dagli eventuali mutamenti di gestione o proprietà;

B) Presenza di arredi, attrezzature, documenti, che testimonino la durata nel tempo di tale attività.

I criteri base per il censimento delle botteghe storiche esistenti sul territorio ligure sono stati predisposti ed approvati dalla Regione Liguria.

L'amministrazione Comunale, dopo l'accertamento dei requisiti, provvederà a consegnare una targa di riconoscimento di Bottega Storica che avrà i seguenti contenuti:

- A) Intestazione "**Bottega Storica**";
- B) Stemma della Regione Liguria;
- C) Stemma del Comune;
- D) Stemma dell'Unione Europea.

Le botteghe storiche, iscritte nell'apposito elenco comunale, potranno beneficiare di sostegni, agevolazioni e vantaggi, oltre alla promozione che l'amministrazione comunale intenderà mettere in atto e che saranno disciplinati con apposito atto deliberativo.

L'amministrazione comunale, con un proprio atto, inoltre, predisporrà modi e termini per l'aggiornamento dell'elenco delle botteghe storiche.

Art.7

Classificazione tipologica delle strutture di vendita al dettaglio

Ai sensi dell'art. 17 si definiscono:

- **Aggregazione di esercizi singoli** : un insieme di esercizi che, per opportunità di natura edilizia sono organizzati in spazi dotati di infrastrutture o servizi comuni, pur mantenendo, ai fini amministrativi, il carattere di esercizi singoli.
- **Distretti commerciali tematici** : quegli esercizi singoli del tipo media o grande struttura di vendita o media e/o grande struttura di vendita articolata in più esercizi che si caratterizzano per un'offerta merceologica coerente con i temi merceologici dell'area in cui insistono e siano tali da poter agire su un mercato di domanda e di scala sovraregionale; in tali esercizi oltre all'attività commerciale possono essere svolti anche altri servizi di particolare interesse per la collettività eventualmente in convenzione con soggetti pubblici o privati. Possono essere altresì previsti degli esercizi di vicinato con un'offerta merceologica non strettamente coerente con i temi merceologici dell'area, esclusivamente sulla base di quanto

previsto dalla programmazione commerciale ed urbanistica di cui alla programmazione regionale.

- **Parchi commerciali** : un insieme di esercizi di cui alla classificazione dimensionale delle strutture di vendita al dettaglio (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita) sulla base di quanto stabilito dalla programmazione commerciale e urbanistica regionale. Per superficie di un parco commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

- **Centri Commerciali**: Medie Strutture di Vendita o Grandi Strutture di Vendita nelle quali più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono in comune di infrastrutture, accessi, servizi, viabilità, parcheggi. Per superficie di vendita di un Centro Commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in essa presenti.

La localizzazione dei distretti commerciali tematici e dei parchi commerciali è individuabile nel Piano Urbanistico Comunale in tre aree ben definite:

- Distretto (La Pianta) AD 1/ b AD 1/c
- Distretto (Fornaci) AP 1
- 2 sub distretto 4 Area Ip

E' data facoltà al privato, nell'ambito della normativa vigente, di proporre progetti e modi di realizzazione che dovranno essere recepiti con apposito provvedimento di Giunta.

Non è prevista la realizzazione di alcun Centro Commerciale.

Art.8

Classificazione degli esercizi commerciali al dettaglio

Ai sensi dell'art. 16 comma 1 lettera a) del TUC e quindi del paragrafo 1 degli indirizzi e dei criteri regionali (Deliberazione del Consiglio regionale della Liguria n. 18 dell'8 maggio 2007) è stabilita la seguente classificazione degli esercizi:

Esercizi alimentari specializzati: vendono esclusivamente prodotti alimentari.

Esercizi alimentari non specializzati: nei quali la superficie di vendita destinata alla commercializzazione dei prodotti alimentari risulti superiore:

- a) al 10% nel caso di MSV (e comunque superiore a 100 mq);
- b) al 5% nel caso di GSV (e comunque superiore a 250 mq).

Si intendono per prodotti alimentari anche gli articoli per l'igiene personale e la pulizia della casa.

Esercizi non alimentari specializzati: vendono esclusivamente prodotti non alimentari.

Esercizi non alimentari sono anche quelli nei quali la superficie di vendita destinata alla commercializzazione di prodotti alimentari non risulti superiore a quella indicata in precedenza.

Esercizi non alimentari speciali: mobili, arredamento, prodotti dell'industria e dell'agricoltura, mezzi di trasporto, macchinari: in questo tipo di esercizi non può mai coesistere superficie destinata all'alimentare.

La classificazione di cui sopra è finalizzata a determinare criteri urbanistici differenziati, in relazione alle superfici che, anche in un unico esercizio, siano destinate all'Alimentare e al Non alimentare.

Art.9

Ampliamenti, concentrazioni, accorpamenti e trasferimenti degli esercizi commerciali

Per ciò che riguarda gli ampliamenti, le concentrazioni, gli accorpamenti e i trasferimenti degli esercizi commerciali si applicano le disposizioni del TUC e le disposizioni del paragrafo 6 degli indirizzi urbanistico commerciali emanati dalla regione Liguria. Devono essere rispettati i vincoli urbanistico commerciali stabiliti dagli strumenti del presente piano e dalla programmazione regionale.

Come prescritto dalle direttive regionali è attribuita priorità alle domande di rilascio di autorizzazioni per ampliamenti, concentrazioni, accorpamenti o trasferimenti a chi abbia frequentato corsi di aggiornamento di cui all'articolo 13, comma 5, lettera b) del TUC.

Vengono stabilite le seguenti priorità:

- Durata del corso
- Data di conclusione dello stesso più ravvicinata

Art.10

Orari

Il Sindaco provvede, con proprio atto, a disciplinare gli orari degli esercizi commerciali, in relazione a quanto previsto dalle disposizioni regionali.

Art.11

Subingresso

Il trasferimento della gestione o della proprietà dell'esercizio o di un ramo di azienda, per atto tra vivi o per causa di morte normato dall'art. 132 del T.U.C, è soggetto a comunicazione effettuata dal subentrante al Comune utilizzando l'apposita modulistica predisposta dall'ufficio competente o su modello equivalente che dovrà essere corredata da:

- dichiarazione notarile o copia dell'atto di trasferimento
- documentazione attestante il possesso dei requisiti personali
- visura camerale o copia dell'atto costitutivo, se trattasi di società
- titolo autorizzativo originale del dante causa

Art.12

Criteri urbanistici

In ottemperanza a quanto stabilito al paragrafo 9 degli Indirizzi e Criteri di Programmazione commerciale e urbanistica del commercio al dettaglio in sede fissa per ciò che attiene a:

- 1) Standard
- 2) Parametri convenzionali
- 3) Dotazioni di parcheggi pertinenziali suddivisi per settore merceologico e dimensione degli esercizi

e a quanto previsto dagli articoli del P.U.C., in vigore nel Comune della Spezia, si definisce quanto segue:

Dotazione di parcheggi

Il P.U.C., all'art. 9, relativo alle Norme di Conformità e Congruenza, prevede una dotazione minima di parcheggi pertinenziali, di cui alla L. 122/89 e successive modifiche, in base alle varie tipologie e dimensioni delle attività commerciali e cioè al rispettivo carico insediativo. Tali parcheggi sono suddivisi in spazi destinati ai dipendenti (P1) e spazi destinati ai clienti (P2) . Tutte le nuove costruzioni a destinazione commerciale devono rispettare tali dotazioni minime.

Nel caso di ampliamenti di superfici commerciali esistenti , tranne per quelli ricompresi nei "Centri storici commerciali", di cui alla planimetria allegata, tramite concentrazione o accorpamenti, devono essere reperiti nuovi spazi per parcheggio, nei seguenti casi e con le seguenti modalità:

1. nel caso di passaggio verso categoria di carico urbanistico maggiore (CuB – carico basso , CuM – carico urbanistico medio, CuA – carico urbanistico alto), le superfici per parcheggio dovranno essere reperite per l'intera superficie commerciale (esistente + ampliamento) anche se l'ampliamento è ottenuto senza nuova costruzione.
2. nel caso di aumento della superficie commerciale mantenendo la stessa categoria di carico urbanistico, attraverso interventi di nuova costruzione o di ristrutturazione con cambio d'uso di locale esistente verso categoria di carico urbanistico maggiore, gli spazi per parcheggi dovranno essere reperiti per la superficie di ampliamento, in funzione del tipo di carico urbanistico(CuB – CuM – CuA).

L'ampliamento di superfici commerciali esistenti tramite accorpamento, entro il 20% in più della superficie commerciale esistente, è consentito, nel rispetto della dotazione dei parcheggi, anche se vi è passaggio ad una tipologia commerciale non prevista nella specifica zona di PUC, ove l'immobile è ricompreso. Ciò, in quanto tale ampliamento deve considerarsi mero adeguamento una tantum della tipologia commerciale esistente, consentito dalla legislazione e regolamentazione regionale.

I locali commerciali esistenti, mantengono tale destinazione ai fini urbanistici, indipendentemente dall'attività in essere e dalle indicazioni del PUC .

Nei casi di riapertura di attività non è necessario il reperimento di nuove superfici a parcheggio, se non vi è passaggio verso categoria maggiore di carico urbanistico.

In tutti i casi in cui vi sia necessità di nuove superfici a parcheggio, per le nuove Medie e Grandi superfici di vendita devono anche essere verificati i parametri di parcheggio di cui al paragrafo 9 del regolamento attuativo della Regione Liguria, facendo riferimento in questo caso alla effettiva superficie di vendita.

Le nuove Medie e Grandi superfici di vendita, i Parchi Commerciali, i Centri Commerciali, oltre a rispettare le norme del PUC, devono prevedere le superfici a parcheggio per almeno il 50% interrati o in struttura o al piano porticato, al fine di poter mantenere la maggior parte di superficie possibile libera ed utilizzabile a spazi pubblici e verdi.

I rapporti di copertura di cui al paragrafo 9 dei criteri urbanistici regionali citati, valgono nei casi di nuovo insediamento in aree non già definite dalle singole schede di P.U.C. (distretti di trasformazione – aree di ricomposizione urbana), in quanto già presenti per indici, parametri, aree verdi, secondo principi urbanistici stabiliti sulla base del livello puntuale del P.U.C.

Per i Centri Commerciali e per le singole Grandi Strutture di Vendita, al cui interno sono previsti pubblici esercizi o impianti destinati allo svago o al tempo libero o comunque ad altre attività extra commerciali, per una superficie agibile complessiva non superiore al 20% della superficie di vendita del centro, il fabbisogno di posti a parcheggio e la relativa superficie non subiscono incrementi. Per superfici di servizio eccedenti il suddetto 20% è obbligatorio un incremento del fabbisogno, in misura pari a un posto a parcheggio ogni 20 mq. di SA.

Nel caso in cui la struttura di vendita comprenda diverse categorie merceologiche, il fabbisogno di parcheggio pertinenziale deve essere calcolato applicando i coefficienti fissati per le rispettive tipologie merceologiche (alimentari, non alimentari, non alimentari speciali).

L'eventuale modifica della ripartizione fra i settori merceologici Alimentare e Non Alimentare comporta l'adeguamento proporzionale delle rispettive superfici.

Verifiche di impatto sulla viabilità

Le verifiche di Impatto sulla Viabilità constano di:

1. Verifica di impatto a livello di rete
2. verifica delle condizioni di accessibilità a livello puntuale.

Esse devono essere prodotte per le sole strutture di vendita (o aggregazioni di strutture), che hanno un fabbisogno di parcheggi pertinenziali superiori a 150 posti auto.

Il Comune ha facoltà di abbassare tale soglia, con onere di motivazione, ma non di elevarla.

Ai fini delle verifiche di cui sopra le aggregazioni funzionali di esercizi singoli sono considerate unitariamente.

Le verifiche devono essere firmate da un tecnico abilitato e devono essere prodotte e valutate nel contesto del procedimento per il rilascio della autorizzazione commerciale. Laddove l'autorizzazione commerciale debba essere preceduta dalla approvazione di una variante allo Strumento Urbanistico Generale localmente vigente, ovvero da una variante allo Strumento Urbanistico Attuativo o altro progetto a questo assimilabile, le valutazioni sulla viabilità devono essere effettuate nel contesto del relativo procedimento urbanistico.

La verifica deve essere sviluppata per tutte le *sezioni significative* (quelle in cui il traffico orario addizionale è maggiore di 120 veicoli/ora e quelle in cui il traffico orario addizionale è maggiore del 10% del 60% della capacità della sezione) della rete stradale compresa entro un area di raggio pari a 1,5 km incentrato sul principale punto di accesso al parcheggio per la clientela della struttura di vendita, ovvero della stessa rete sino al punto in cui essa intercetta le strade(interne all'area come sopra definita) classificate come Autostrade.

Il flusso orario veicolare da considerare per la verifica è dato dalla somma di :

- portata oraria di servizio, (massimo valore medio orario calcolato su almeno 3 rilevazioni recenti effettuate nella fascia diurna di sabato);
- traffico orario addizionale convenzionalmente posto pari a :
 - 67% della globale effettiva dotazione di parcheggi della struttura commerciale, considerato quale traffico in arrivo al parcheggio della struttura di vendita;
 - 67 % della globale effettiva dotazione di parcheggi della struttura commerciale, considerato quale traffico in uscita dal parcheggio della struttura di vendita.

Le aree di sosta (parcheggi per la clientela e spazi riservati alla movimentazione delle merci) della struttura commerciale e dei servizi ad essa correlati devono essere opportunamente raccordate alla viabilità, in modo tale da non determinare, nelle situazioni di massimo utilizzo, condizioni di intralcio alla circolazione con particolare riferimento alla formazione di code sulla sede stradale destinata alla circolazione.

La verifica deve analizzare le intersezioni significative tra viabilità interna all'insediamento commerciale e rete esterna e dimostrare che esse non determinino condizioni di intralcio alla circolazione.

Art.13

Piani di appoggio

Ai sensi di quanto previsto dall'art. 18 comma 5 del T.U.C e ai sensi della Deliberazione del Consiglio Regionale della Liguria n.5/2008, vengono stabilite, come segue, le condizioni per consentire di consumare immediatamente sul posto prodotti alimentari negli esercizi di vicinato e nelle imprese artigiane:

- a) Deve essere escluso il servizio di somministrazione (e quindi non sono ammessi il servizio assistito al cliente, la fornitura di servizio al tavolo, ritirare stoviglie, posate e bicchieri dopo la consumazione, consegnare od illustrare apposito menù);
- b) Il consumo può essere effettuato utilizzando esclusivamente piani di appoggio (e non tavolo e sedie), stoviglie e posate a perdere;
- c) La misura della superficie dei piani di appoggio non può essere superiore al 10% della superficie di vendita dell'esercizio.
- d) E' escluso l'utilizzo di ambienti appositamente destinati al consumo ed attrezzati, al chiuso o all'aperto, in spazi di pertinenza o, comunque, a disposizione (sale da pranzo, giardini o dehors);
- e) Devono essere osservate le disposizioni igienico- sanitarie.

Art.14

Centri di telefonia in sede fissa

Ai sensi del capo settimo art. 64 del T.U.C. il Comune di La Spezia adotta criteri urbanistico commerciali relativi all'apertura, all'ampliamento ed al trasferimento di sede degli esercizi di cessione al pubblico di telefonia mobile.

- 1) L'insediamento di un nuovo esercizio non potrà avvenire all'interno di un'area compresa in un cerchio avente raggio di 800 metri, misurati in linea d'aria, con centro all'ingresso principale dell'esercizio operante più vicino.

- 2) E' consentito lo svolgimento di tali attività nell'ambito delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere, al fine di consentire un servizio completo ad uso esclusivo degli alloggiati.

Per tutto quanto non previsto dalle presenti disposizioni, ed anche relativamente alle procedure autorizzatorie, si rinvia alla Legge Regionale del 2/01/2007 n. 1 e successive modifiche e integrazioni e alla Deliberazione del Consiglio Regionale della Liguria n. 18 dell'8 maggio 2007 nonché alla Deliberazione della Giunta Regionale della Liguria n. 637 del 14 gennaio 2007.

DISPOSIZIONI RELATIVE AL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

A parziale modifica delle disposizioni relative al commercio su aree pubbliche, approvate dal C.C. con atto n. 18 del 18/05/2000, si integrano i sottoindicati regolamenti:

FIERA SAN GIUSEPPE

Lo svolgimento della fiera è fissato in 3 giorni da concordarsi con le Associazioni di categoria, indipendentemente dal giorno della settimana in cui cade il 19 marzo.

Vista la complessità della procedura di gestione e organizzazione della fiera, il titolare di posteggio è obbligato a comunicare entro il 28 febbraio di ogni anno, la propria partecipazione alla manifestazione a mezzo fax, e-mail o a mano, al Servizio Attività Produttive, allegando copia della ricevuta dell'avvenuto versamento della quota di partecipazione.

I posteggi degli operatori che non provvederanno a quanto sopra (anche nel caso di conferma inviata dopo il 28/02) saranno considerati liberi e verranno assegnati agli aventi diritto nei giorni di fiera.

Il titolare di posteggio sarà inoltre considerato assente e non potrà in alcun modo giustificare la mancata partecipazione.

Considerato che il Servizio Attività Produttive provvede ad inviare comunicazioni varie relative alla manifestazione, il titolare di posteggio, in caso di variazione, è tenuto a dare notizia del cambio di residenza entro 30 giorni.

Per consentire una migliore gestione dei posteggi riservati ad Enti non aventi scopo di lucro (ONLUS), le istanze di partecipazione degli stessi devono

pervenire al Servizio Attività Produttive entro il 28 febbraio di ogni anno. Le istanze pervenute dopo tale termine non saranno prese in considerazione.

COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE IN FORMA ITINERANTE

Il commercio su aree pubbliche in forma itinerante non può essere svolto nel raggio di 200 metri da attività commerciali in sede fissa dello stesso genere merceologico e pubblici esercizi.

MERCATO GIORNALIERO DI PIAZZA CAVOUR

Considerato che sono terminati i lavori di ristrutturazione dell'area interessata dal mercato giornaliero ed essendosi modificate le modalità di vendita e di movimentazione dei nuovi mezzi degli operatori dei settori prodotti ittici e generi alimentari, si demanda a successivi atti che saranno assunti con delibera o determina dirigenziale a seconda della competenza, la regolamentazione degli orari di vendita e di ingresso e uscita dei mezzi dalla piazza.

DISPOSIZIONI FINALI

Governance

Nell'ambito del Patto per lo sviluppo sottoscritto anche con le associazioni di categoria rappresentative delle attività commerciali, viene attivata la commissione commercio-turismo per monitorare l'evoluzione del sistema distributivo commerciale, con riferimento alle disposizioni di indirizzo previste dal Piano del Commercio.

SANZIONI

Per le violazioni delle norme previste nel presente atto regolamentare si applicano le sanzioni di cui al capo XVII "Sanzioni e decadenze del T.U.C."