



COMUNE DI CIMITILE
PROVINCIA DI NAPOLI

GRUPPO DI PROGETTAZIONE

STRUMENTO DI INTERVENTO PER L'APPARATO
DISTRIBUTIVO E COMMERCIALE
(L.R. n.1/2000)

RTP : Prof. Arch. Pasquale Miano

con: Arch. Patrizia Porritiello
Arch. Giuseppe Ruocco
Arch. Adriana Sbarra

RELAZIONE GENERALE
aggiornamento 2011

Il RUP: Arch. Michele Papa

Il sindaco: Nunzio Provisiero

DATA: Maggio 2011

PC01

Sommario

1. *Premessa*
2. *Individuazione del centro storico*
3. *Gli altri ambiti urbano-territoriali: le zone di compatibilità*
4. *Rapporto sul commercio al dettaglio in sede fissa. La situazione attuale*
5. *Proposte per il commercio al dettaglio in sede fissa nel centro storico*
6. *Proposte per il commercio al dettaglio in sede fissa al di fuori del centro storico*
7. *Le medie strutture di vendita*
8. *Rapporto sul commercio su aree pubbliche. La situazione attuale e le proposte di intervento.*

1. Premessa

Con il Decreto Legislativo n° 114 del 31 marzo 1998 sono stati stabiliti nuovi principi e norme generali sull'esercizio dell'attività commerciale.

Richiamato il principio generale della libertà di impresa e della libera circolazione delle merci, il Decreto fornisce le definizioni e l'ambito di applicazione, nonché i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale.

Ai Titoli III, IV, V, VI, VII e IX del D. Lgs. 114/98 sono stabiliti i criteri per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio sulle aree private in sede fissa; al Titolo X è regolamentato il commercio al dettaglio sulle aree pubbliche.

La Legge Regionale n° 1 del 7 gennaio 2000 stabilisce le *“direttive regionali in materia di distribuzione commerciale”*.

Il Capo I è relativo alle *“norme per il commercio al dettaglio in sede fissa”*. Agli articoli 13, 14, 15 e 16 del Capo II sono invece contenute altre specifiche indicazioni sul commercio al dettaglio,.

L'articolo 13 (direttive ai Comuni) stabilisce che *“i Comuni devono adeguare gli strumenti urbanistici generali o attuativi e i regolamenti di polizia locale ai criteri e agli indirizzi della Legge e devono dotarsi di uno specifico strumento di intervento per l'apparato distributivo, concernente gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati per il commercio su aree pubbliche, nonché le localizzazioni delle grandi strutture di vendita, nel rispetto delle destinazioni d'uso delle aree e degli immobili stabiliti dallo stesso strumento, che costituisce il piano integrato del PRG, sottoposto, dopo l'approvazione del Consiglio Comunale, al visto di conformità regionale”*.

L'articolo 14 (criteri di programmazione urbanistica) regola i rapporti tra le destinazioni commerciali e le zone urbanistiche, a partire dal principio che *“le strutture di media e di grande distribuzione possono essere realizzate solo su aree ricadenti in zone urbanistiche dichiarate espressamente compatibili con tale collocazione”*. Ancora, l'articolo 14 stabilisce che *“lo strumento di intervento da approvare in Consiglio Comunale è costituito, al minimo, dai seguenti elaborati: a) planimetria in scala non inferiore a 1:5000 per le zone di compatibilità e per il centro storico; b) normative di attuazione”*.

L'articolo 15 definisce i contenuti dello *“strumento comunale di intervento per le medie strutture di vendita”*.

L'articolo 16 individua *“gli interventi comunali per la valorizzazione del centro storico”*, precisando che *“lo strumento comunale di intervento può delimitare tale area anche oltre l'individuazione puramente urbanistica e suddividerla in ulteriori fasce di intervento differenziato”*.

Al Capo III della L.R. 1/2000 sono definiti infine i *“criteri di attuazione del Titolo X del Decreto Legislativo 114/98 e le direttive generali per il commercio su aree pubbliche”*.

Da questo articolato sistema di indicazioni di carattere normativo, si deducono anche le finalità, a cui devono rispondere le nuove strumentazioni, in materia di distribuzione commerciale, nel rispetto delle direttive fissate dall'articolo 13 della L.R. 1/2000:

- a) *“realizzare interventi integrati di programmazione dell'apparato distributivo anche per singole aree del territorio, con particolare riferimento al centro storico, nell'ambito di progetti di valorizzazione del territorio e in rapporto alle esigenze dei consumatori e agli aspetti di viabilità, mobilità, arredo urbano, nonché agli specifici interventi di pedonalizzazione;*
- b) *promuovere la valorizzazione delle aree periferiche attraverso la concentrazione delle attività commerciali mediante specifiche previsioni urbanistiche, nonché specifici piani di rilancio globale di dette aree;*
- c) *favorire la crescita di nuove iniziative attraverso la riconversione delle strutture distributive meno produttive, già esistenti sul territorio;*
- d) *salvaguardare i valori estetici, culturali, storici e ambientali locali, attraverso l'eventuale divieto di vendita di determinate merceologie, sempre che non inibisca lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza fra varie tipologie commerciali”*.

Relativamente al commercio su aree pubbliche, l'art. 23 della L.R. 1/2000 individua ulteriori precise finalità:

- a) *“garantire una presenza del commercio su aree pubbliche rispondente alle esigenze dei consumatori con mercati giornalieri o periodici*

dimensionati e ubicati in modo tale da garantire al consumatore le possibilità di scelta in ambiti concorrenziali;

- b) assicurare che gli insediamenti del commercio su aree pubbliche in sede fissa, o l'esercizio dell'attività in forma itinerante, siano integrati nel modo migliore possibile con altre forme distributive ed eventualmente, con altri servizi e attrezzature e siano coerenti con un ordinato assetto urbano e rispettino le esigenze di carattere igienico-sanitario;*
- c) far sì che lo svolgimento del commercio su aree pubbliche avvenga di norma entro mercati organizzati e ubicati in sedi proprie e attrezzate;*
- d) favorire la pedonalizzazione delle aree urbane in cui si svolgono i mercati al fine di evitare fenomeni di congestione del traffico veicolare”.*

Queste finalità espresse nella Legge Regionale n° 1/2000 sono state oggetto di specificazioni e precisazioni in relazione alla situazione di Cimitile, nell'ambito dell'elaborazione del nuovo "Piano di sviluppo dell'apparato distributivo e commerciale".

Nella redazione di tale strumento si sono definiti “in via prioritaria” i seguenti obiettivi:

- razionalizzazione del settore commerciale-distributivo nell'intero territorio di Cimitile;
- maggiori standards di qualità da conseguire nell'ambito di un più grande programma di rinnovamento e di riqualificazione urbana;
- specializzazione merceologica delle attività commerciali al dettaglio per una caratterizzazione di particolari luoghi del centro storico;
- riqualificazione delle aree periferiche in funzione delle vocazioni consolidate e specifiche delle singole aree;
- individuazione delle zone di compatibilità per le medie strutture di vendita in aree strategiche esterne al centro storico ed in funzione del sistema dei collegamenti territoriali;
- riqualificazione del commercio su aree pubbliche;
- limitazione del commercio su aree pubbliche nel centro storico.

Vi è inoltre da considerare che la disciplina in materia di autorizzazioni alla somministrazione al pubblico di bevande e di alimenti (legge 287/91), pur essendo distinta sotto il profilo normativo, rappresenta un necessario completamento dello Strumento di intervento per l'apparato distributivo e commerciale. In particolare questa interrelazione assume particolare rilevanza ai fini della valorizzazione e dello sviluppo del centro storico.

Questi obiettivi sono stati verificati alla luce della particolare situazione urbanistica del Comune di Cimitile, che si presenta in forte modificazione ed evoluzione. Come prevede la L.R. n.16/2004 e il successivo Regolamento di Attuazione del luglio 2007, la redazione dello strumento di intervento per l'apparato distributivo e commerciale è stata effettuata in modo strettamente coordinato con il nuovo PUC, per cui vi è perfetta compatibilità sotto il profilo urbanistico e normativo tra le due strumentazioni.

Rispetto al Piano Urbanistico Comunale, lo “Strumento di intervento per l'apparato distributivo e commerciale” svolge il ruolo di sistematizzare le conoscenze e le proposte relative allo specifico settore di competenza, a partire dalle seguenti linee di impostazione di carattere generale:

- nella determinazione delle funzioni e delle destinazioni d'uso nell'ambito delle parti urbane, ha poco senso lavorare sul singolo settore del commercio, ma piuttosto assume carattere di centralità la ricerca delle interrelazioni con la residenza, la viabilità ed il traffico, il verde, l'artigianato, le attrezzature, i pubblici esercizi, le piccole strutture turistico-ricettive;
- la distribuzione commerciale tende a rispondere ad una logica di diffusione e di intreccio con altre funzioni urbane piuttosto che alla creazione di zone specializzate e monofunzionali, anche se possono essere individuati livelli di specificità, nell'ambito delle singole aree della città, sulla base delle vocazioni consolidate;
- il tema del commercio assume particolare interesse ed importanza, non solo sotto il profilo funzionale, ma soprattutto dal punto di vista tipologico, da un lato rispetto al tema architettonico dell'edificio commerciale monofunzionale, che spesso diventa un fattore negativo e di rigidità nell'ambiente urbano, e, dall'altro, rispetto al tema dell'edificio complesso, che accoglie le funzioni

commerciali, in uno con quelle residenziali, questa tipologia si è solo parzialmente diffusa a Cimitile.

Nell'articolazione complessiva dei contenuti della relazione, dopo la presente premessa, si sono analizzate in primo luogo le questioni urbane, individuando le parti dotate di specifici caratteri: il centro storico e gli altri ambiti urbano-territoriali precisamente caratterizzati.

Successivamente si è presa in considerazione la situazione del commercio al dettaglio nelle diverse aree urbane.

Infine si è analizzata la situazione del commercio su aree pubbliche a Cimitile.

2. Individuazione del “centro storico”

Gli obiettivi programmatici generali e locali pongono il tema di carattere prioritario e preliminare della delimitazione del centro storico .

Nel caso specifico anche sulla base del lavoro compiuto in sede di redazione del PUC, nell’ambito del quale è avanzata una approfondita classificazione delle aree urbane storiche, si è pervenuta ad una precisa individuazione del centro storico.

La delimitazione del centro storico è riportata in un elaborato grafico allegato alla presente relazione.

La struttura urbana di Cimitile si è sviluppata nel tempo intorno ad un centro precisamente individuabile, l’area delle basiliche paleocristiane, sorte su una necropoli romana. Il centro è in realtà uno spazio tendenzialmente vuoto, con poche presenze architettoniche, compreso dalle sovrapposizioni delle strutture che si sono formate intorno all’insediamento antico.(*fig. 1*)



fig.1_ Le Basiliche Paleocristiane

Sul piano morfologico, all’emergenza particolarissima delle basiliche, assolutamente prevalente dal punto di vista dei significati e della storia urbana, si aggiunge però una seconda “determinante”, costituita dall’asse dell’antica via delle Puglie, lungo la quale tende a formarsi nel tempo un sistema lineare. (*fig.2*)

Nelle aree centrali storiche, il sistema urbano di addensamento intorno al vuoto e il sistema lineare si fondono, dando origine agli spazi rappresentativi di Cimitile. L’intera struttura morfologica può essere spiegata sulla base di questi fattori determinanti, che rappresentano un riferimento univoco di lettura e di interpretazione dell’intero sistema delle parti urbane, dotate di livelli di



fig.2_ Via Nazionale delle Puglie

autonomia, ma con una impalcatura di sostanza comune di rapporti, di corrispondenze, anche se non sempre precise e lineari.

Intorno all'area centrale storica si sono attestati i primi sviluppi edilizi di Cimitile, che, dal punto di vista morfologico si possono definire, lineari. E' possibile individuare tre aree precisamente configurate: l'area ad ovest lungo la strada per Camposano, via Madonnella; l'area a nord-est lungo la strada provinciale per Camposano, via S. Giacomo; l'area a sud-est lungo la strada per Nola, via Roma.

La forma stabile della Cimitile storica, un'area centrale con alcuni assi di sviluppo successivo agli insediamenti originari è stata in parte portata avanti, in parte negata negli anni più recenti, in cui i processi di crescita sono stati indirizzati dai nuovi strumenti urbanistici.

Nel centro storico è consentita la destinazione di commercio al dettaglio, con superficie di vendita non superiore a 100 mq.

Questa limitazione appare necessaria, per favorire la riqualificazione e lo sviluppo di attività commerciali diffuse, in grado di ricostituire il ruolo di "centro commerciale naturale" che il nucleo storico di Cimitile ha rivestito nel passato.

Con l'incremento dei flussi turistici relativi alle Basiliche Paleocristiane lungo le strade, ma anche nelle corti potranno essere localizzate anche nuove attività di tipo innovativo, di supporto alle attività turistiche, in grado di determinare una forte varietà e vitalità nell'apparato distributivo. Nei paragrafi successivi sono avanzate alcune proposte per favorire la diffusione del commercio nel centro storico.

3. Gli altri ambiti urbano territoriali: le zone di compatibilità

Nella parte del territorio comunale esterna al centro storico, l'apertura, il trasferimento di sede, e l'ampliamento degli esercizi commerciali di vicinato è consentita nelle aree urbane consolidate e di nuova espansione, che compongono l'intero abitato attuale di Cimitile. In queste zone dovrà essere rispettato il limite dei 150 mq di superficie di vendita.

Oltre all'individuazione del centro storico, l'altro aspetto di rilevanza specificamente urbanistica richiesta nella redazione dello Strumento per l'apparato distributivo e commerciale, riguarda l'individuazione delle zone di compatibilità per la localizzazione di aree destinate a strutture di media distribuzione.

Come si specifica all'art. 14 della L.R. 1/2000, *“tali aree dovranno avere adeguate infrastrutture, dimensionate in proporzione all'esercizio commerciale che vi si vuole localizzare. La localizzazione dovrà essere compatibile con l'assetto della viabilità e con i flussi di traffico, pertanto dovranno essere adeguatamente analizzati la rete infrastrutturale esistente e di progetto, la sua potenzialità, i fenomeni di gravitazione già esistenti nell'area”*.

Si possono considerare zone di compatibilità quelle parti del territorio di Cimitile, che presentano alcuni tratti caratterizzanti dell'urbanizzazione precisamente delineati: tradizioni consolidate nel commercio, facile accessibilità, possibilità di successivi sviluppi.

A queste aree sono da aggiungere ulteriori aree oggi inedificate, definite aree di frammentazione, distribuite a ridosso delle aree edificate preesistenti. Obiettivo del piano è di dotare tutte le aree urbane di Cimitile di una struttura commerciale unitaria, una logica continuazione del centro commerciale, che si intende “ricreare” nel centro storico.

All'interno di queste aree la localizzazione di una media struttura di vendita potrà in ogni caso avvenire solo se saranno garantite le seguenti condizioni:

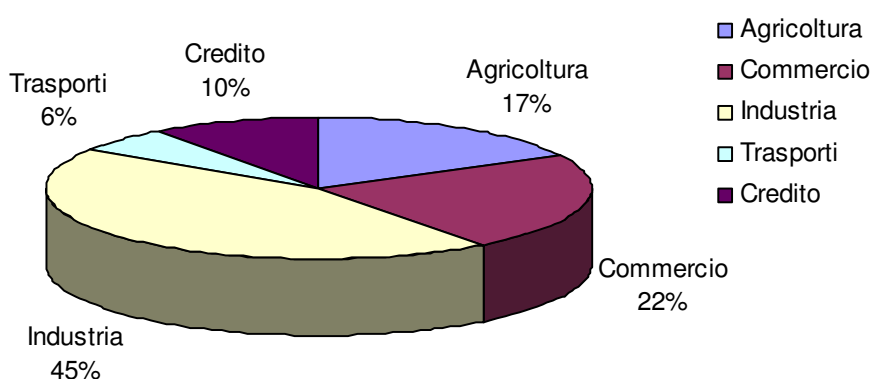
- che siano studiate analiticamente le relazioni tra le diverse aree funzionali disposte lungo gli assi selezionando gli ambiti effettivamente favorevoli agli insediamenti, all'interno di un disegno unitario delle aree urbana;

- che siano studiate soluzioni locali viabilistiche, di parcheggi e di attrezzature , in condizione di garantire la funzionalità delle aree urbane, da sottoporre a specifici approfondimenti progettuali, al fine di avviare un programma e un piano di dettaglio di riqualificazione urbana, relativo ai singoli assi;
- che le aree o gli edifici prescelti per le nuove localizzazioni rispondano a precisi requisiti di funzionalità, di dimensione degli spazi aperti, sulla base di norme e prescrizioni relative ai caratteri architettonici e tipologici.

Nell'ambito del Regolamento dello Strumento di intervento per l'apparato distributivo e commerciale sono in ogni caso definite le condizioni minime per la realizzazione di interventi compatibili con l'assetto territoriale: le relazioni con i sistemi infrastrutturali, le dotazioni di aree di verde e di parcheggio, oltre ad una serie di prescrizioni relative alla definizione dell'immagine e ai caratteri architettonici, all'organizzazione funzionale e ai servizi resi dalle singole strutture.

4. Rapporto sul commercio al dettaglio in sede fissa. La situazione attuale

Punto di partenza dell'elaborazione è lo studio della situazione attuale del settore della distribuzione commerciale. I dati settoriali forniti dall'ufficio comunale e elaborati e verificati attraverso sopralluoghi e rilievi diretti, riconfermano ampiamente la notazione del PRG, che segnala la ridotta espansione del settore terziario, anche nella componente del commercio (a Cimitile al 2001 i residenti in condizione professionale per quasi il 22% sono attivi nel commercio) (fig.3)



POPOLAZIONE RESIDENTE ATTIVA E PER SETTORI DI ATTIVITA' (di più di 15 anni)	
Agricoltura	204
Industria	529
Commercio	266
Trasporti	70
Credito	118
TOT. OCCUPATI	1806

fig.3_ Grafici relativi alla popolazione residente attiva per settori di attività

I dati quantitativi sulle strutture commerciali sono desumibili dalla rilevazione delle schede relative alle singole autorizzazioni commerciali al 2001.

Rispetto ad una popolazione di 6986 abitanti al maggio 2009, a Cimitile si rilevano 138 esercizi commerciali al dettaglio di vicinato, di cui 32 (23%) nel settore alimentare e 286 (77%) nel settore extra-alimentare. Nel settore

alimentare si sono censiti circa 1216 mq di superficie di vendita e nel settore extra-alimentare 10868 mq., per un totale di 12.084 mq. (fig.4)

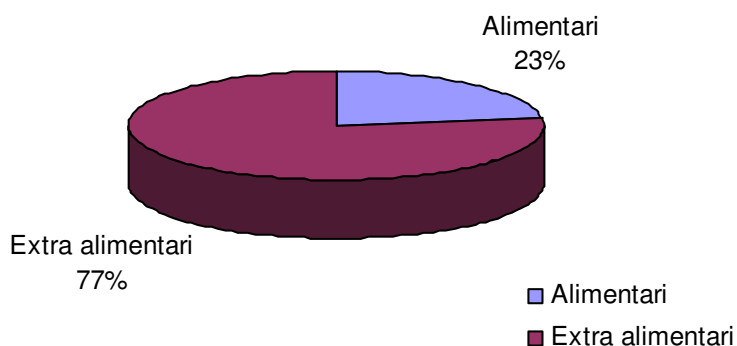


fig.4_ esercizi commerciali nel settore alimentare e extra-alimentare

Nel territorio comunale sono presenti altresì 3 medie strutture di vendita, classificabili come:

- M1A/M (medie strutture di vendita alimentari o miste, con superficie di vendita compresa tra 150 e 900 mq per Comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti).

I principali aspetti rilevati in sede di analisi sono i seguenti:

- a) dimensioni d'impresa spesso troppo modeste, inferiori al minimo per svolgere efficacemente le funzioni di commercializzazione richieste dal mercato;
- b) modesto livello di professionalità, dovuto ad un'imprenditorialità spesso soltanto nominale;
- c) despecializzazione degli esercizi, nel senso di compresenza di più tabelle merceologiche, spesso contrastanti e non indispensabili alle attività effettivamente svolte;
- d) anacronistico spirito individualistico degli esercenti;
- e) disordine territoriale distributivo.

Nonostante questi problemi, che continuano a caratterizzare in senso negativo la situazione, il settore si presenta in crescita e in evoluzione.

Le autorizzazioni rilasciate tra il 1980 ed il 2008 sono pari a 361, di cui 64 prima del 1980 (18%), 73 tra il 1980 e il 1990 (20%), 95 tra il 1990 e il 2000 (26%) e 129 tra il 2000 e il 2008 (36%) Le chiusure degli esercizi tra il 1980 e il

1990 sono state 19, tra il 1990 e il 2000 sono state 93 e tra il 2000 e il 2008 sono state 111. (fig.5)

Negli ultimi cinque anni si contano 89 comunicazioni di apertura di esercizi di vicinato nel settore alimentare e non alimentare e le chiusure sono state 60.

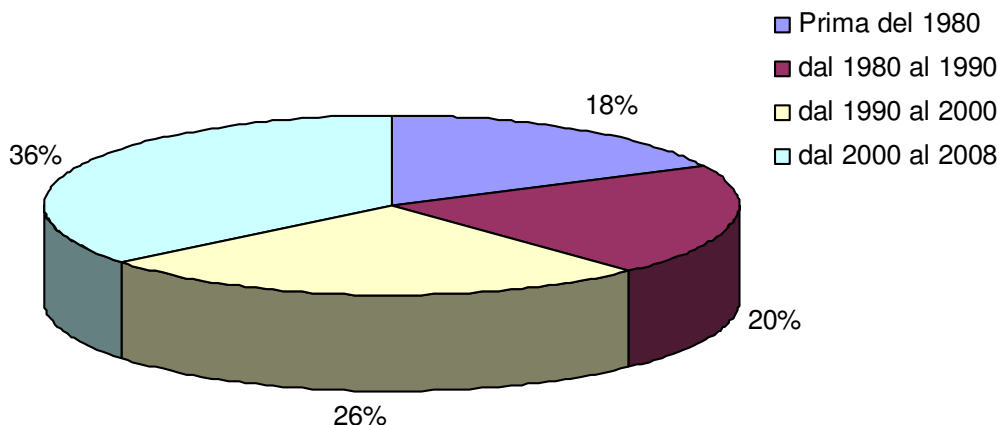


fig.5_Autorizzazioni per periodo di rilascio

Da un esame dettagliato delle caratteristiche dimensionali e posizionali degli esercizi e delle strutture di vendita emergono le seguenti ulteriori considerazioni:

- le strutture di vendita presentano alcune strade di elevata concentrazione; su via Nazionale delle Puglie e Corso Umberto vi è il maggior numero di esercizi, ma molto diffuse sono anche le presenze su via Roma;
- su queste strade si concentrano anche le medie strutture di vendita (M1 A/M), con particolare riferimento a via Nazionale delle Puglie, dove sono presenti i due supermercati e il Molino (fig.6);



fig.6_Molino

- nell'ambito degli esercizi di vicinato vi è una prevalenza marcata nel settore dell'abbigliamento, confezioni, biancheria con una forte presenza anche nei settori della vendita di mobili e elettrodomestici;
- in diverse parti e aree urbane di recente edificazione vi è una presenza commerciale di scarso rilievo e molto frammentaria;
- in una significativa proporzione, le strutture di vendita sono localizzate in edifici misti, destinati anche a residenza per gli stessi esercenti; tale fenomeno non riguarda solo le strutture di piccole dimensioni, ma anche quelle di significative dimensioni, dando luogo a nuove configurazioni tipologiche, che si propongono in misura considerevole soprattutto lungo gli assi esterni ai nuclei storici, configurando nuovi paesaggi urbano-territoriali.

Le linee di tendenza rilevate nel settore del commercio, in uno con una previsione di incremento limitato dalla popolazione (6986 abitanti) e con la situazione dei redditi e dei consumi di Cimitile, fanno ritenere che vi sia la concreta possibilità di un moderato sviluppo del settore. D'altra parte un reale sviluppo del settore non può essere solo valutato sulla base di processi di crescita di natura quantitativa, spesso legati ad occasioni particolari, quali la recente liberalizzazione dell'apertura delle unità di vicinato: un processo destinato a ridimensionarsi nel tempo, come dimostra d'altra parte l'elevato numero di autorizzazioni in rapporto alle effettive strutture in esercizio.

D'altra parte Cimitile, come l'intera Regione Campania, è in controtendenza rispetto al processo diffuso in tutto il territorio nazionale di riduzione della rete distributiva al dettaglio e di costante incremento di strutture innovative, quali supermercati, ipermercati, etc. Ciò può costituire un dato positivo, se si avvia un processo di qualificazione del settore, al fine di garantire condizioni di efficienza coerentemente con gli obiettivi fissati dal D.Lgvo 114/98 e dalla L.R. n° 1/2000, che ha istituito un Osservatorio regionale con il compito di *“monitorare l'entità e l'efficienza, della rete di vendita, al fine di verificare la reale capacità della nuova disciplina di favorire una maggiore liberalizzazione del settore, la programmazione gestita dagli enti locali, il pluralismo delle diverse tipologie distributive e il riconoscimento al servizio commercio di caratteristiche peculiari in relazione ai diversi ambiti territoriali”*.

5. Proposte per commercio al dettaglio in sede fissa nel centro storico.

Relativamente al centro storico, il piano mira al conseguimento dei seguenti obiettivi generali:

- conservazione degli esercizi commerciali esistenti, compatibili con un discorso di qualificazione e sviluppo del centro storico;
- razionalizzazione della rete distributiva commerciale, impedendo la formazione di nuove attività diffusamente presenti nel centro storico, quali, autorimesse, autolavaggi, rivendite di materiale edile ed elettrico, concessionarie di auto e motoveicoli, nonché di vendita all'ingrosso, in linea con la volontà programmatica (a lungo termine) di allontanamento di queste attività dal centro storico;
- qualificazione della rete esistente attraverso una contestuale elaborazione di misure specifiche da prevedersi in materia di arredo urbano in un apposito *Regolamento delle vetrine, delle tende e delle insegne*, nonché il rispetto delle norme di igiene, decoro e vivibilità, essenziali per il miglioramento dell'aspetto estetico del centro storico e la vivacità del commercio di Cimitile;
- definizione di un insieme sistematico di misure coordinate impiegate sulla pedonalizzazione di alcune aree centrali di Cimitile, all'interno di un più generale progetto di riqualificazione dell'intero centro storico;
- potenziamento e qualificazione di quelle particolari forme di offerta commerciale, anche quando nate in modo spontaneo, che possono determinare la specializzazione merceologica di alcune zone; in questa ottica, mediante progetti specifici, potranno essere individuate alcune strade ed aree, nella quali potenziare l'offerta commerciale attraverso la creazione di veri e propri settori di specializzazione merceologica; processi di questo tipo potranno essere anche avviati ex-novo, in relazione al particolare sviluppo turistico della zona, in connessione alla presenza delle basiliche paleocristiane.

In definitiva, rispetto a questi obiettivi, sono stati predisposti, in uno con le previsioni urbanistiche generali, in tema di recupero, ulteriori strumenti anche

finalizzati al miglioramento e allo sviluppo del settore commerciale-distributivo nelle aree centrali storiche:

1. la pedonalizzazione parziale del centro storico;
2. l'individuazione di strade, che, attraverso particolari progetti di arredo e riqualificazione, potranno assumere il carattere di una specifica specializzazione merceologica;
3. la definizione di incentivi economici per i progetti di riqualificazione.

Su quest'ultimo punto appare opportuno citare il disegno di legge della Regione Campania, che definisce *“Incentivi per il recupero, il decoro e l'attintatura delle facciate di edifici civili di interesse storico, artistico e ambientale e delle cortine dei centri storici della Campania”* e successivamente la legge 26/2002, che consente di innescare un vero e proprio programma organico di azioni finalizzate al recupero.

In questo quadro, particolarmente significativo dal punto di vista commerciale, è il caso di corso Umberto, che si configura come strada storica a destinazione commerciale, ma anche come luogo di incontro e di decoro urbano.

Al fine di ottenere risultati significativi è quindi indispensabile che l'azione di riqualificazione venga svolta in modo coordinato con gli interventi privati. Assumono pertanto notevole importanza le prescrizioni regolamentari tendenti ad incentivare interventi di qualità nell'ambito del centro storico; nei progetti non solo dovranno essere rispettati i regolamenti vigenti sulle vetrine, ma dovrà essere riservata la massima attenzione alla sistemazione e alla pavimentazione degli spazi pertinenziali.

Lo strumento di adeguamento della rete di distribuzione commerciale si pone l'obiettivo della creazione di settori specializzati e la formazione di strategie volte all'interazione con altre attività economiche incentrate sullo sviluppo di carattere turistico (interazione degli Enti comunali con gli organismi preposti allo sviluppo del turismo, finalizzata al potenziamento del rapporto commercio-turismo).

Tali iniziative dovranno essere impostate in maniera contestuale all'azione di recupero e di riqualificazione urbana prevista nell'ambito del PUC.

In particolare, coerentemente con l'art. 16 della L.R. 1/2000, nell'ambito dell'individuazione di aree degradate o abbandonate, sono da prevedersi

interventi che favoriscano ed agevolino il loro riutilizzo a scopi commerciali, attraverso forme associate e di collaborazione tra gli esercenti.

In questo quadro si inseriscono le misure di carattere normativo tendenti a limitare le superfici di vendita, al fine di garantire il rispetto dei caratteri tipologici e seriali dei sistemi edilizi del centro storico. Altre essenziale strumento, da definire in modo strettamente integrato a quello commerciale, è l'aggiornamento della disciplina in materia di autorizzazione alla somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

6. Proposta per il commercio al dettaglio in sede fissa al di fuori del centro storico

Obiettivo prioritario del presente piano è la riqualificazione delle aree periferiche anche dal punto di vista della distribuzione commerciale, attraverso interventi coordinati e finalizzati al miglioramento delle situazioni esistenti.

Nell'ambito delle zone edificate esterne ai nuclei storici distribuite in tutto il territorio comunale, possono essere localizzate nuove unità di vicinato, con superfici di vendita comprese entro il limite massimo di 150 mq, secondo le prescrizioni di legge e del PRG. Gli interventi di razionalizzazione delle attività commerciali esistenti e di localizzazione di nuove attività, dovranno essere effettuati entro un quadro di misure di sistemazione degli spazi pertinenziali, di decoro e vivibilità, in grado di incidere anche sulle situazioni urbane.

Attraverso progetti specifici, l'Amministrazione Comunale potrà farsi carico di determinare le condizioni di base per il rafforzamento o la creazione di assi commerciali all'interno delle zone periferiche: potranno essere migliorate le sistemazioni dei marciapiedi, le pavimentazioni, le alberature, l'arredo urbano; potranno essere fissate regole specifiche per dare agli esercizi commerciali un carattere unitario.

In questa ottica, a partire dalla constatazione della situazione che si è determinata nel territorio di Cimitile, risulta possibile, come si specificava in sede di individuazione delle zone di compatibilità, ragionare sul concetto di asse territoriale commerciale relativamente ad alcune situazioni emergenti e di grande interesse sotto il profilo dell'apparato distributivo e commerciale. L'individuazione di questi assi, è soprattutto finalizzata ad avviare una sperimentazione sulla costruzione di regole per la localizzazione delle unità di vicinato entro zone caratterizzate da differenti destinazioni d'uso, ma del tutto affini sotto il profilo urbano-territoriale.

7. Le medie strutture di vendita

L'impostazione generale del problema della programmazione delle medie strutture di vendita e dei centri commerciali è stata effettuata a partire dalla riflessione sulle zone di compatibilità ed in particolare sull'individuazione degli assi commerciali. Si tratta, d'altra parte, di un problema che può essere affrontato solo nei termini della verifica di compatibilità tra un'astratta possibilità di insediamento (in linea teorica potrebbero sorgere nel territorio molteplici nuove medie e grandi strutture di vendita) e l'effettiva situazione territoriale (ossia la "capacità del territorio" di accogliere nuove strutture senza subire ulteriori squilibri). Certamente a Cimitile sarebbe sbagliato uno spreco di territorio senza un "ritorno" in termini di qualità e di efficienza urbana. Per queste ragioni affrontare i problemi degli assi territoriali, che comunque esistono e sono congestionati e disordinati, può costituire un'operazione valida e concreta se si aprono reali prospettive di sviluppo e di intervento.

L'articolo 15 della L.R. 1/2000 stabilisce che per le medie strutture di vendita lo strumento comunale di intervento determina il numero e la merceologia delle strutture di nuova realizzazione secondo la classificazione operata dalle direttive regionali. Si ritiene ammissibile, sia pure in modo limitato, la presenza della media distribuzione nel contesto periferico, fissando appunto nel numero massimo di 4 (quattro) i nuovi interventi da realizzare nell'ambito delle aree di compatibilità individuate (di cui: n.2 medie strutture inferiori, per prodotti alimentari o misti aventi superficie di vendita compresa tra 150 e 900 mq (M1/AM); n.2 medie strutture inferiori, per prodotti extra-alimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra i 150 e 900 mq (M1/E)).

Le nuove medie strutture potranno essere ubicate nell'ambito delle zone di compatibilità individuate, in aree servite da reti infrastrutturali, evitando le localizzazioni isolate, favorendo la possibilità di fruizione e non ricorrendo all'utilizzo di soli mezzi di trasporto privati. Obiettivo della localizzazione delle nuove medie strutture di vendita è, dunque, anche quello del decongestionamento dei tradizionali luoghi commerciali, ubicati in aree urbane

centrali, che si sono rivelati non in grado di sopportare un ulteriore carico veicolare.

La creazione di tali nuove strutture deve rispondere anche all'obiettivo della riqualificazione urbana, che avverrà attraverso la redazione di progetti mirati alla definizione dei caratteri architettonici, distributivi e tipologici, con particolare attenzione alla riconoscibilità architettonica e al ruolo sociale richiesti alle nuove strutture.

In questa ottica, nell'ambito del Regolamento, è definito un insieme di elaborazioni, che consentono una attenta valutazione degli interventi, relativamente ai seguenti aspetti:

- area di attrazione commerciale e funzione che l'insediamento intende svolgere nel contesto socio-economico dell'area;
- impatto della struttura sull'ambiente e sul territorio (mobilità, traffico, inquinamento);
- impatto della struttura sull'apparato distributivo dell'area di attrazione commerciale.

Il Regolamento fornisce inoltre precise indicazioni volte ad evitare che gli aspetti urbanistico-edilizi e commerciali siano affrontati separatamente.

Sono infine stabiliti criteri di priorità nel rilascio delle autorizzazioni.

8. Rapporto sul commercio su aree pubbliche. La situazione attuale e le proposte di intervento

Le attività legate al commercio sulle aree pubbliche, sono riassumibili, prevalentemente, nella forma del tradizionale mercato settimanale.

Il mercato settimanale attualmente svolto nell'area di archeggio vicino alla zona cimiteriale occupa circa mq 3200, per un totale di 32 posteggi (titolari), con una superficie coperta di circa 28 quadrati. La nuova area di intervento di mq 5000 mq prevista dal PUC consente un piccolo ampliamento, per cui i gli stalli saranno pari a 40 di cui 5 del settore alimentare e 35 extra alimentare. La nuova area di intervento si dispone tra il rione Gesca di Cimitile e quello di Camposano, a Nord delle aree di frammentazione e di bordo dell'attuale centro. Il nuovo mercato è costituito da tre elementi lineari che consentono di ottenere una funzionalità molto alta e uno schema semplice di distribuzione interna.

L'art. 26 della L.R. n° 1/2000 definisce le caratteristiche del Regolamento per la disciplina del commercio su aree pubbliche. In particolare sono definite le norme per il funzionamento del mercato, per l'istituzione di nuovi mercati, per il commercio itinerante, per il commercio su aree pubbliche con manufatti fissi o mobili.

Gli obiettivi fondamentali sono:

- introduzione di vincoli di riqualificazione e di decoro per gli operatori commerciali su aree pubbliche;
- riduzione al minimo delle aree destinate al commercio;
- creazione di nuove aree attrezzate, finalizzate allo svolgimento delle attività commerciali.

L'art. 23 della L.R. 1/2000, specifica le finalità dei criteri e delle direttive regionali, in tema di commercio su aree pubbliche, sottolineando la necessità di *“garantire la presenza del commercio su aree pubbliche rispondenti alle esigenze dei consumatori con mercati giornalieri o periodici, dimensionati ed ubicati in modo tale da garantire al consumatore la possibilità di scelta in ambiti concorrenziali”*. Nelle more della realizzazione del nuovo mercato, le attività continueranno ad essere svolte nell'ambito della preesistente area mercatale.

Con la nuova localizzazione del mercato settimanale si intende perseguire i seguenti obiettivi:

- favorire lo svolgimento dell'attività commerciale in aree attrezzate, in grado di ospitarne le attività in maniera adeguata;
- evitare fenomeni di congestione del traffico veicolare, mediante una razionalizzazione dei flussi di traffico che attualmente si riversano nell'area in cui si svolge il mercato;
- definire nuovi punti di sosta, per il carico e scarico delle merci;
- rendere compatibile la funzione mercatale con un ordinato assetto urbano;
- rispettare le esigenze di carattere igienico-sanitario.

In conformità all'art. 26 della L.R. n°1/2000 è stato redatto il Regolamento per il commercio su aree pubbliche.