

REGIONE PIEMONTE

PROVINCIA DI CUNEO

COMUNE DI PAESANA

***CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA
(ai sensi dell'art. 8, c. 3, del D. Lgs. 114/98 ed in
conformità con la D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012)***

APPROVATI CON D.C. NR.

DEL

TAUTEMI ASSOCIATI s.r.l. società di ingegneria
via Moiola n. 7 - 12100 Cuneo

I N D I C E

Art. 1.	Finalità.....	pag. 2
Art. 2.	Obiettivi della programmazione commerciale.....	pag. 2
Art. 3.	Definizioni.....	pag. 3
Art. 4.	Classificazione delle strutture distributive.....	pag. 5
Art. 5.	Classificazione del Comune.....	pag. 6
Art. 6.	Riconoscimento delle zone di insediamento commerciale	pag. 6
Art. 7.	Compatibilità territoriale delle tipologie di strutture distributive.....	pag. 6
Art. 8.	Nuove aperture, trasferimenti, variazioni della superficie, modifiche di settore merceologico di esercizi commerciali	pag. 8
Art. 9.	Priorità nel rilascio delle autorizzazioni.....	pag. 10
Art. 10.	Contestualità delle autorizzazioni commerciali e degli atti edilizi abilitativi.....	pag. 10
Art. 11.	Fabbisogno di parcheggi e standard relativi ad insediamenti commerciali	pag. 10
Art. 12.	Regolamentazione delle aree di sosta e verifiche di impatto sulla viabilità	pag. 12
Art. 13.	Salvaguardia dei beni culturali ed ambientali.....	pag. 12
Art. 14.	Vendite congiunte	pag. 13
Art. 15.	Validità delle autorizzazioni	pag. 13
Art. 16.	Norme finali.....	pag. 14

Allegati: Tavola A: Individuazione zone di insediamento commerciale

scala 1:2.000

Art. 1 - Finalità

1. I presenti criteri riguardano il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie, la modifica di settore merceologico delle medie strutture di vendita al dettaglio ai sensi del comma 3 dell'art. 8 del D.Lgs. 114/98.
2. Nel rispetto di quanto previsto dal comma 4 dell'art. 12 e comma 2 dell'art. 14 dell'allegato A della D.C.R. n. DCR 191-43016 del 20/11/2012 "Modifiche ed integrazioni dell'allegato A) alla D.C.R. 563-13414 del 29.10.1999 (Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa - provvedimento che nel seguito sarà brevemente denominato "Indirizzi regionali"), i criteri relativi alle medie strutture di vendita provvedono al riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e delle tipologie di vendita insediabili all'interno delle stesse.

Art. 2 - Obiettivi della programmazione commerciale

Gli obiettivi generali che stanno alla base della programmazione urbanistico-commerciale definita dalla Regione Piemonte con la L.R. 28/99 e con gli "Indirizzi regionali" sono (con riferimento testuale all'art. 2 dell'allegato A alla D.C.R. che approva gli "Indirizzi regionali"):

- a) favorire la modernizzazione del sistema distributivo in modo che si realizzino le condizioni per il miglioramento della sua produttività, della qualità del servizio e dell'informazione al consumatore;*
- b) favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità nei centri urbani, nei piccoli Comuni, nelle frazioni e nelle altre aree scarsamente servite, in modo che sia facilitato l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso la presenza di esercizi commerciali riconducibili a differenti tipologie di strutture distributive;*
- c) orientare l'inserimento degli esercizi commerciali in zone ed aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie di strutture distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare la produttività del sistema e la qualità del servizio reso ai consumatori, nel rispetto dell'integrità dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico regionale e promuovendo la rivitalizzazione dei centri urbani;*
- d) favorire la formazione di un sistema di offerta, articolato sul territorio e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, tra le quali non si producano posizioni dominanti, in modo tale che i consumatori, potendo scegliere tra differenti alternative di localizzazione e di assortimento, esercitando le loro preferenze, inneschino la dinamica concorrenziale nel sistema.*

La situazione locale e gli indirizzi complessivi di programmazione territoriale, che il Comune esprime nella Relazione programmatica definita contestualmente ai presenti criteri, portano alla traduzione degli obiettivi generali previsti dalle norme regionali nei seguenti obiettivi specifici per Paesana:

- riconoscimento della funzione di servizio all'utenza e di qualificazione dell'impianto urbano svolta dalla rete di esercizi di vicinato, con particolare riferimento alla parte di più antica formazione del capoluogo;
- completamento dell'offerta insediata nelle aree di più recente formazione del capoluogo, attraverso l'insediamento di medie strutture commerciali aventi un assortimento tipologico ampio ed articolato;
- miglioramento della qualità del servizio al consumatore favorendo la diversificazione dell'offerta generata da diverse tipologie di strutture commerciali.
- promozione dell'adeguamento funzionale degli esercizi di vicinato anche nella loro evoluzione verso la dimensione di medie strutture.
- miglioramento del servizio al consumatore attraverso una pluralità (come tipo e come collocazione territoriale) di zone di insediamento commerciale;
- riconsiderazione della previgente zonizzazione per renderla ulteriormente coerente con le caratteristiche del tessuto urbanistico e commerciale;

Art. 3 - Definizioni

1. Per “commercio al dettaglio in sede fissa” si intende l'attività svolta da chiunque professionalmente acquisti merci in nome e per conto proprio e le rivenda in aree private direttamente al consumatore finale, nel rispetto dei requisiti per l'esercizio dell'attività di cui all'art. 5 del D.Lgs. 114/98.
2. Per “superficie di vendita” si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, casse, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi. La superficie di vendita si determina per ciascun esercizio commerciale calcolando solo l'area coperta, interamente delimitata da muri ed al netto degli stessi, che costituisce la superficie lorda di pavimento ai fini degli atti abilitativi edilizi.
3. Ad ogni esercizio commerciale in sede fissa corrispondono una sola superficie di vendita ed una sola comunicazione ai sensi dell'articolo 7 del D. Lgs 114/98 o una sola autorizzazione rilasciata ai sensi degli articoli 8 e 9 del medesimo decreto legislativo o ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426 se trattasi di attività avviata prima dell'entrata in vigore del D. Lgs. 114/98.
4. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano esclusivamente “merci ingombranti”, delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata

(mobilitici, concessionari di auto, legnami, materiali per l'edilizia e simili) può essere limitata alla dimensione massima dell'esercizio di vicinato; la parte rimanente, ancorché comunicante con essa, deve essere separata e distinta da pareti continue e si può destinare a magazzino, deposito o superficie espositiva. Come prescritto dall'art. 5 degli "Indirizzi regionali", ai fini dell'applicazione del presente comma è obbligatoria la sottoscrizione e la registrazione presso l'Agenzia delle entrate di un atto di impegno d'obbligo tra Comune ed operatore che costituisce integrazione alla comunicazione relativa all'apertura degli esercizi di vicinato e nel quale, oltre alla delimitazione della superficie di vendita, è precisata, senza possibilità di deroghe, la composizione delle merceologie di offerta. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che espongono merci ingombranti è calcolata al netto della superficie espositiva.

5. La "superficie espositiva" è la parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico può accedere, in condizioni di sicurezza, solo se accompagnato dagli addetti alla vendita e solo per prendere visione dei prodotti non immediatamente asportabili, l'area di vendita è da essa separata e distinta da pareti continue, ancorché dotate di porte comunicanti.

6. Per "centro commerciale" si intende una struttura fisico-funzionale concepita e organizzata unitariamente, a specifica destinazione d'uso commerciale, costituita da almeno due esercizi commerciali al dettaglio. Il centro commerciale può essere dotato di spazi e servizi comuni funzionali al centro stesso, che possono essere organizzati in superfici coperte o a cielo libero. Due o più insediamenti commerciali e/o tipologie di strutture distributive ricavati in due o più edifici separati da spazi pubblici (vie o piazze) non costituiscono un unico centro commerciale.

La superficie di vendita di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali al dettaglio in esso presenti.

I centri commerciali sono classificati dall'art. 6 degli "Indirizzi regionali" (cui si fa comunque rimando per le relative complete definizioni) in: classici, sequenziali, naturali, pubblici.

7. Per "offerta commerciale" si intende il complesso dei prodotti e relativi servizi venduti da un esercizio commerciale. L'offerta commerciale è articolata in:

- offerta alimentare;
- offerta non alimentare o extralimentare;
- offerta mista, quando nello stesso esercizio commerciale è presente sia il settore merceologico alimentare che quello extralimentare.

8. L'offerta alimentare o extralimentare nelle medie e grandi strutture di vendita non si considera mista quando sia integrata con l'offerta dell'altro settore merceologico ed occupi una superficie non superiore al 20% della superficie di vendita complessiva e comunque entro i limiti dell'esercizio di vicinato. Tale integrazione è ricavata nella superficie di vendita autorizzata dell'esercizio ed è soggetta a sola comunicazione.

Art. 4 - Classificazione delle strutture distributive

- In un Comune con meno di 10.000 abitanti gli esercizi di vendita in sede fissa, ai sensi dell'art. 4 del D. Lgs. 114/98, si suddividono in:
 - esercizi di vicinato, aventi superficie di vendita fino a 150 mq.;
 - medie strutture di vendita, aventi superficie di vendita compresa tra i 151 mq. ed i 1.500 mq.;
 - grandi strutture di vendita, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq.;
 - centri commerciali (suddivisi in medie e grandi strutture).
- Gli "Indirizzi regionali" hanno ulteriormente disaggregato le medie e grandi strutture sulla base del tipo di offerta e della superficie di vendita secondo la seguente casistica:

a) strutture non configurabili come centri commerciali

Tipo di offerta	Medie strutture		Grandi strutture	
	Sigla	Sup. vendita (mq.)	Sigla	Sup. vendita (mq.)
Alimentare o mista	M - SAM 1	151 – 250	G - SM 1	1.501 - 4.500
	M - SAM 2	251 – 900	G - SM 2	4.501 - 7.500
	M - SAM 3	901 - 1.500	G - SM 3	7.501 - 12.000
			G - SM 4	oltre 12.000
Extralimentare	M – SE 1	151 – 400	G - SE 1	1.501 - 3.500
	M – SE 2	401 – 900	G - SE 2	3.501 - 4.500
	M – SE 3	901 - 1.500	G - SE 3	4.501 - 6.000
			G - SE 4	oltre 6.000

b) centri commerciali

Medie strutture		Grandi strutture	
Sigla	Sup. vendita (mq.)	Sigla	Sup. vendita (mq.)
M - CC	151 - 1.500	G - CC 1	1.501 - 6.000
		G - CC 2	6.001 - 12.000
		G - CC 3	12.001 - 18.000
		G - CC 4	oltre 18.000

Art. 5 - Classificazione del Comune

1. Il Comune di Paesana è classificato dagli “Indirizzi regionali” tra i Comuni intermedi della rete distributiva secondaria, non appartenente ad alcuna area di programmazione commerciale.

Art. 6 - Riconoscimento delle zone di insediamento commerciale

1. L'adeguamento del P.R.G. alle norme regionali sul commercio e la formazione dei presenti Criteri determinano il riconoscimento degli addensamenti commerciali, elemento obbligatorio ai sensi dell'art. 13 degli “Indirizzi regionali”.
2. Sono stati riconosciuti:
 - n. 1 addensamento commerciale storico rilevante (A1), coincidente con l'area del Capoluogo perimetrata come Centro storico;
 - n. 1 addensamento commerciale urbano minore (A4), ubicato nella parte del capoluogo comunale in cui si concentra il maggior numero di esercizi commerciali esistenti.
3. È inoltre consentito il riconoscimento, in sede d'istruttoria delle domande di autorizzazione di medie e grandi strutture di vendita, delle localizzazioni commerciali urbane non addensate (L1), come specificato dall'art. 14, degli “Indirizzi regionali”.

Art. 7 - Compatibilità territoriale delle tipologie di strutture distributive

1. Nelle zone di insediamento commerciale di cui all'art. 6 precedente, la compatibilità territoriale degli addensamenti commerciali A1, A4 e delle localizzazioni commerciali L1, eventualmente individuate in sede di rilascio di autorizzazione commerciale, è individuata nella tabella A di seguito riportata.
2. La compatibilità territoriale esposta nella Tabella A) è vincolo inderogabile per le nuove aperture, per le variazioni della superficie di vendita, per i trasferimenti, per le modifiche di settore merceologico e per gli atti abilitativi edilizi relativi agli insediamenti commerciali.
3. Esternamente alle zone di insediamento commerciale, è ammesso l'esercizio di vicinato nelle aree in cui lo strumento urbanistico prevede la destinazione commerciale.

**COMPATIBILITA' TERRITORIALE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE:
COMUNI INTERMEDI CON MENO DI 10.000 ABITANTI**

TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE VENDITA [mq]	ADDENS. A.1	ADDENS. A.4	LOCALIZZ. L.1
VICINATO	fino a 150	SI	SI	SI
M – SAM 1	151 – 250	SI	SI	SI
M – SAM 2	251 – 900	SI	SI	SI
M – SAM 3	901 – 1.500	NO	NO	SI
M – SE 1	151 – 400	SI	SI	SI
M – SE 2	401 – 900	SI	SI	SI
M – SE 3	901 – 1.500	NO	NO	SI
M – CC	151 – 1.500	SI	NO	SI
G – SM 1	1.501 – 4.500	NO	NO	SI ⁽¹⁾
G – SM 2	4.501 – 7.500	NO	NO	NO
G – SM 3	7.501 – 12.000	NO	NO	NO
G – SM 4	> 12.000	NO	NO	NO
G – SE 1	1.501 – 3.500	NO	NO	NO
G – SE 2	3.501 – 4.500	NO	NO	NO
G – SE 3	4.501 – 6.000	NO	NO	NO
G – SE 4	> 6.000	NO	NO	NO
G – CC 1	fino a 6.000	NO	NO	SI ⁽²⁾
G - CC 2	6.001 – 12.000	NO	NO	NO
G - CC 3	12.001-18.000	NO	NO	NO
G - CC 4	> 18.000	NO	NO	NO

(1) Solo fino a mq. 1.800

(2) Solo fino a mq. 3.000

Art. 8 - Nuove aperture, trasferimenti, variazioni della superficie, modifiche di settore merceologico di esercizi commerciali

1. Le aperture, i trasferimenti, le variazioni della superficie, le modifiche di settore merceologico di esercizi commerciali sono consentiti nel rispetto dei presenti criteri, delle disposizioni del P.R.G., delle norme contenute negli “Indirizzi regionali” e delle eventuali prescrizioni contenute in atti del Comune attinenti al commercio al dettaglio.
2. L’apertura, la variazione di superficie di vendita e/o di settore merceologico, il trasferimento di sede di esercizi di vicinato è soggetto a segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), ai sensi dell’art. 19 della L. 241/1990, nel rispetto delle disposizioni di cui all’art. 7 del D.Lgs. 114/1998 e dell’art. 17 della L.R. 38/2009. Nel caso in cui l’esercizio di vicinato ricada in area soggetta a prescrizioni particolari, ai sensi dell’art. 20 degli “Indirizzi regionali”, o rientri nell’ambito dei PQU e dei PIR di cui agli articoli 18 e 19 degli “Indirizzi regionali”, per i casi citati si è soggetti a SCIA corredata da asseverazione o attestazione, a norma dell’art. 19 della L. 241/1990, di conformità degli aspetti urbanistici di cui agli articoli 23, 24, 25, 26 e 27.
3. L’apertura di medie e grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali è soggetta ad autorizzazione.
4. Il trasferimento di sede di medie strutture e grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali, è soggetta a SCIA corredata da asseverazione o attestazione, a norma dell’articolo 19 della L. 241/1990, di conformità degli articoli 23, 24, 25 e 26, qualora avvenga nell’ambito del medesimo Comune e del medesimo addensamento commerciale o della medesima localizzazione.

Nel caso di trasferimento di medie strutture di vendita, nell’ambito dello stesso Comune, da localizzazioni urbano-periferiche non addensate (L2) ad addensamenti commerciali urbani e/o localizzazioni urbane non addensate (L1) l’asseverazione o attestazione di conformità riguarda gli articoli 23, 24, 25, 26, 27 e 30.

Il trasferimento di sede di grandi strutture di vendita da localizzazioni urbano-periferiche non addensate (L2) ad addensamenti commerciali urbani e/o localizzazioni urbane non addensate e/o in altre localizzazioni urbano-periferiche non addensate, previo accordo di cui all’art. 34 del D.Lgs. 267/2000 e gli articoli 11 e 15 della L. 241/1990 da stipularsi tra le parti coinvolte, è soggetto ad autorizzazione nel rispetto degli articoli 23, 24, 25, 26, 27 e 30. Il caso ammette anche il trasferimento tra comuni diversi nell’ambito della stessa area di programmazione.

Il trasferimento delle medie e grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali, è soggetto a SCIA, corredata da asseverazione o attestazione, a norma dell’art. 19 della L. 241/1990, di conformità degli articoli 12, 13, 14, 23, 24, 25, 26, 27 e 30 nel caso in cui l’esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente alle zone di insediamento commerciale.

Il trasferimento degli esercizi commerciali fuori da un centro commerciale, classificato media o grande struttura di vendita, classico o sequenziale, non è mai consentito.

Il trasferimento di esercizi commerciali in un centro commerciale, classificato media o grande struttura di vendita, classico o sequenziale è soggetto a SCIA corredata da asseverazione o attestazione, a norma dell'art. 19 della L. 241/1990, di conformità di quanto previsto dall'art. 25, nel caso in cui l'esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente alle zone di insediamento commerciale e quando la variazione della superficie di vendita del centro commerciale non superi il limite massimo di 400 mq. e comunque non oltre il 20% della superficie di vendita originaria (anche raggiunto attraverso successivi ampliamenti), fermo restando l'obbligo di non modificare la tipologia distributiva da media a grande. In tutti gli altri casi è soggetto a nuova autorizzazione.

5. Le variazioni della superficie di vendita delle medie e grandi strutture sono soggette ad autorizzazione nel caso comportino il passaggio da media a grande struttura e viceversa.

Gli ampliamenti della superficie di vendita delle medie e grandi strutture sono soggetti ad autorizzazione, con esclusivo rispetto degli articoli 25, 26 e 27, entro il limite massimo del 50% della superficie di vendita originaria autorizzata (sup. lorda di pavimento).

Gli ampliamenti della superficie di vendita delle medie e grandi strutture sono soggetti a SCIA, ai sensi dell'art. 19 della L. 241/1990, entro il limite massimo di 400 mq. e comunque non oltre il limite massimo del 20% della superficie di vendita originaria (anche raggiunto attraverso successivi ampliamenti) fermo restando l'obbligo di non modificare la tipologia di struttura distributiva.

6. Le riduzioni della superficie di vendita originaria delle medie o grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali, sono soggette a SCIA senza asseverazione, fatto salvo il mantenimento della tipologia di vendita (media o grande struttura) originaria.

7. Sono soggetti ad autorizzazione, con esclusivo rispetto degli articoli 25, 26 e 27, gli accorpamenti delle autorizzazioni originarie che compongono il centro commerciale, solo qualora la superficie di vendita complessiva del centro commerciale originariamente autorizzato non risulti ampliata e la composizione merceologica non risulti alterata.

Sono soggetti ad autorizzazione, con esclusivo rispetto degli articoli 25, 26 e 27 le scomposizioni di autorizzazioni originarie che diano origine a grandi e medie strutture di vendita, solo qualora la superficie di vendita complessiva del centro commerciale originariamente autorizzato non risulti ampliata e la composizione merceologica non risulti alterata.

Sono soggetti ad autorizzazione tutti gli altri casi.

8. La modifica o l'aggiunta, anche reiterata nel tempo, di settore merceologico di un'autorizzazione originaria per media o grande struttura di vendita, compresi i centri commerciali, è soggetta ad autorizzazione nel rispetto degli articoli 16, 17, 25, 26 e 27.

9. L'attivazione, l'ampliamento, la variazione o l'aggiunta di settore merceologico, o altra fattispecie prevista dagli "Indirizzi regionali" delle medie strutture di vendita ubicate esternamente al tessuto residenziale omogeneo nell'ambito del centro abitato e delle grandi strutture di vendita è subordinato alla corresponsione di un onere aggiuntivo al Comune secondo quanto stabilito dai commi 3bis e tre ter dell'art. 3 della L.R. 28/99.
10. Per quanto normato nel presente articolo, si fa riferimento agli "Indirizzi regionali", e particolarmente l'art. 15, alla L.R. 28/99, al D.Lgs. 114/98.

Art. 9 - Priorità nel rilascio delle autorizzazioni

1. Nel caso di domande concorrenti per nuove aperture e trasferimenti di sede di strutture di vendita diverse dal vicinato si applicano i criteri di priorità indicati nell'art. 21 degli "Indirizzi regionali".
2. Si considerano concorrenti le domande presentate, complete di tutta la documentazione, nello stesso giorno e riferite alla medesima ubicazione.

Art. 10 - Contestualità delle autorizzazioni commerciali e degli atti edilizi abilitativi

1. Gli atti edilizi abilitativi relativi alle medie strutture di vendita sono rilasciati, nel rispetto di quanto è previsto dalla legge regionale n. 56/1977 e successive modifiche ed integrazioni, secondo il principio della contestualità con le autorizzazioni commerciali.
2. Il Comune rilascia gli atti edilizi abilitativi ed approva gli strumenti urbanistici esecutivi nel rispetto delle compatibilità previste dalla tabella allegata all'art. 7.

Art. 11 - Fabbisogno di parcheggi e standard relativi ad insediamenti commerciali

1. Per le attività commerciali lo standard urbanistico delle aree per servizi di cui all'art. 21 della L.R. 56/77 e succ. mod ed int. è stabilito nella misura del 100% della superficie utile lorda ed è attribuito interamente a parcheggio. Per esercizi aventi superficie di vendita superiore a 400 mq. la dotazione di parcheggi va determinata tenendo conto dell'art. 25 degli "Indirizzi regionali" e del comma 2 dell'art. 21 della L.R. 56/77 e succ. mod. ed int., con l'avvertenza che, in base alle norme richiamate, per le strutture ricadenti negli addensamenti A1 e A4 non si applica la formula per il calcolo dei parcheggi riportata nell'art. 25 citato.

2. Per gli ampliamenti di superficie entro il limite massimo di mq 400 e comunque non oltre il limite massimo del 20 per cento della superficie di vendita originaria, anche raggiunto attraverso successivi ampliamenti, fermo restando l'obbligo di non modificare la tipologia di struttura distributiva di cui all'articolo 4 la verifica delle aree per servizi va riferita solamente alla superficie dell'ampliamento. Per ampliamenti diversi da quello sopra citato la verifica delle aree per servizi deve essere riferita all'intera struttura distributiva. Le aree per servizi devono essere cedute o asservite ad uso pubblico, fatta salva la possibilità di monetizzazione di seguito indicata.
3. Con riferimento agli articoli 25, commi 5 bis e 5 ter, e 26, comma 2, degli "Indirizzi regionali" è ammessa la possibilità della monetizzazione delle aree per servizi nei seguenti casi:
 - per gli esercizi di vicinato in tutte le aree di P.R.G. ove è consentita la destinazione commerciale, fatta salva la possibilità dell'Amministrazione di richiedere la dismissione o l'asservimento per particolari esigenze funzionali locali;
 - per le medie strutture di vendita fino a mq. 400 nelle zone d'insediamento commerciale di tipo A1 e A4; per superfici maggiori, nelle medesime zone, è prescritta la dismissione o l'asservimento delle aree a parcheggio, derogabile in specifici casi di impossibilità e/o inopportunità, verificati da parte dell'Amministrazione;
 - per le medie e grandi strutture di vendita, oggetto di trasferimento ai sensi dei commi 13, 14 e 16 dell'articolo 15 degli "Indirizzi regionali" negli addensamenti storici rilevanti (A1) e negli addensamenti commerciali urbani minori (o deboli) (A4) e nelle localizzazioni commerciali urbane non addensate (L1);
 - per la superficie di vendita ampliata delle medie e grandi strutture di vendita, oggetto di ampliamento ai sensi dei commi 7 e 9 dell'articolo 15 degli "Indirizzi regionali" in tutte le zone d'insediamento commerciale.
4. I proventi della monetizzazione dovranno essere finalizzati alla costituzione di un fondo destinato al finanziamento della realizzazione di parcheggi di iniziativa pubblica.

Art. 12 - Regolamentazione delle aree di sosta e verifiche di impatto sulla viabilità

1. Nel centro abitato l'orario di carico e scarico delle merci deve essere concentrato nelle ore di minor traffico evitando l'aumento dell'inquinamento acustico ed atmosferico.
2. L'approvazione dei progetti, il rilascio delle autorizzazioni per le nuove aperture, i trasferimenti, gli ampliamenti, la modifica o l'aggiunta di settore merceologico per strutture distributive con superfici di vendita superiori a 900 mq sono subordinati alla valutazione di impatto sulla viabilità definita dall'art. 26 degli "Indirizzi regionali". La valutazione dovrà essere presentata anche nel caso di medie strutture localizzate in zona A1 e A4, con superficie di vendita inferiore a 900 mq.
3. Ai sensi del comma 3 dell'art. 26 degli "Indirizzi regionali", le attività commerciali ubicate nella localizzazione L1 e L2 e le grandi strutture di vendita ricadenti in qualsiasi zona di insediamento commerciale devono dimostrare, nella presentazione della domanda di autorizzazione, oltre alla disponibilità di parcheggi come prevista dal precedente articolo, anche la disponibilità di spazi destinati alla movimentazione delle merci e di aree di sosta per gli automezzi pesanti in attesa di carico e scarico. Sono esentati dall'obbligo gli esercizi di vicinato e le strutture commerciali attivate o modificate nella superficie di vendita e/o assortimento tipologico, prima dell'entrata in vigore dell'allegato A alla D.C.R. n. 59-10831 del 24.03.2006.

Art. 13 - Salvaguardia dei beni culturali ed ambientali

1. Le attività commerciali si svolgono nel rigoroso rispetto dei beni culturali ed ambientali individuati ai sensi dell'articolo 24 della L.R. 56/77 e succ. mod. ed int. e secondo le finalità indicate all'articolo 6, al comma 3, lettera c del D.Lgs. 114/98.
2. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita di esercizi commerciali in sede fissa che comportino interventi edilizi su edifici che ricadano nell'addensamento A1 classificato come "centro storico" dal P.R.G. oppure rientrino tra quelli riconosciuti come edifici di particolare interesse storico, sono assoggettati alle specifiche prescrizioni del P.R.G. e del Regolamento Edilizio in ordine alla qualità degli interventi.
3. Gli interventi di cui al comma precedente sono assoggettati alla verifica della corretta integrazione nel contesto tipologico degli edifici adiacenti, con particolare attenzione all'inserimento degli spazi vetrina e degli accessi.

Art. 14 - Vendite congiunte

1. Con l'entrata in vigore del D.lgs. n. 147/2012 è stato soppresso il divieto di esercizio promiscuo nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.
2. All'interno dello stesso locale possono coesistere anche più attività di vendita al dettaglio purché la superficie totale di vendita non sia superiore a 250 mq e la coesistenza delle attività avvenga nel rispetto dei seguenti aspetti:
 - per i titoli abilitanti all'esercizio delle diverse attività, ognuno degli esercenti dovrà presentare una propria SCIA amministrativa e dovrà rispondere per i propri requisiti morali e professionali, laddove per legge richiesti;
 - potranno avvenire nel tempo, con le medesime modalità, sub-ingressi di singoli esercenti in luogo di altri con nuove SCIA di aperture per sub-ingressi o singole e definitive cessazioni di attività;
 - la superficie di ogni attività dovrà essere ben delineata rispetto alle altre ed evidenziata su idonea planimetria;
 - l'eventuale coesistenza di attività commerciali non alimentari ed alimentari dovrà svolgersi in conformità delle vigenti normative in materia igienico-sanitaria e di sicurezza degli ambienti di lavoro;
3. Nei casi predetti (compresenza di vendita all'ingrosso ed al dettaglio / plurinegozio)

Art. 15 - Validità delle autorizzazioni

1. L'apertura al pubblico delle medie e grandi strutture di vendita, conseguente al rilascio dell'autorizzazione per l'attivazione, l'ampliamento, la variazione o l'aggiunta di settore merceologico, o per altra fattispecie prevista dal precedente art. 8, deve avvenire, pena la revoca del titolo, entro i termini previsti dall'articolo 22, comma 4 del d.lgs. 114/1998, salvo proroga – ai sensi del comma 1 dell'art. 5 della L.R. 28/99 – fino ad un massimo di ulteriori due anni per le grandi strutture di vendita e di un anno per le medie strutture di vendita, per ritardi non imputabili al soggetto autorizzato
2. La proroga del termine per l'attivazione di una media o grande struttura di vendita deve essere richiesta con istanza in bollo che deve pervenire al comune entro e non oltre il termine per l'attivazione dell'autorizzazione stessa. La richiesta di proroga deve contenere la motivazione del ritardo ed essere debitamente documentata sotto l'aspetto tecnico, se necessario.

Art. 16 - Norme finali

1. Per quanto non espressamente indicato nei presenti Criteri si applicano gli “Indirizziregionali”, la L.R. 28/99, e succ. mod. ed int., il D.Lgs. 114/98, la L.R. 56/77 e succ. mod. ed int..