



Comune di Priolo Gargallo
Provincia di Siracusa

Piano
di Urbanistica
Commerciale

Sindaco
Antonello Rizza

Progettisti:
architetto Vincenzo Miconi
ingegnere Salvatore Ullo



INDICE

1. LA CITTÀ, IL COMMERCIO E IL TERRITORIO	4
1.1 IL RUOLO DEL COMMERCIO	4
1.2 IL COMMERCIO E L'URBANISTICA	5
1.3 FILOSOFIA DEL PIANO	7
2. PRESUPPOSTI NORMATIVI	8
3. CARATTERISTICHE DEL TERRITORIO COMUNALE.....	14
3.1 INQUADRAMENTO TERRITORIALE	14
3.1.1 Morfologia	15
3.1.2 Orografia	15
3.1.3 L'idrologia	16
3.1.4 Climatologia	16
3.1.5 Pedologia	18
3.1.6 La struttura viaria	19
4. LA STORIA	19
5. ANALISI DELLA POPOLAZIONE.....	23
6. IL COMMERCIO NEL COMUNE	26
6.1 I SETTORI MERCEOLOGICI E GLI ESERCIZI DI VENDITA	26
6.2 LE ATTIVITÀ COMMERCIALI IN SEDE FISSA PRESENTI NEL COMUNE.....	30
6.2.1 La rete di vendita del settore alimentare	30
6.2.2 La rete di vendita del settore non alimentare	31
6.2.3 La rete di vendita del settore alimentare e non alimentare (misto)	32
6.3 ATTIVITÀ COMMERCIALI PER TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA.....	32
6.3.1 Esercizi di vicinato.....	32
6.3.2 Medie strutture di vendita.....	33
6.3.3 Grandi strutture di vendita.....	33
6.4 ATTIVITÀ COMMERCIALI PER SETTORE MERCEOLOGICO	34
6.4.1 Settore alimentare.....	34
6.4.2 Settore non alimentare.....	35
6.4.3 Settore alimentare e non e non alimentare (misto)	36
6.5 ATTIVITÀ COMMERCIALI PER TIPOLOGIA E SETTORE MERCEOLOGICO	36
6.6 CONSIDERAZIONI PROGRAMMATICHE.....	37
6.6.1 Centro storico.....	37
6.6.2 Zone urbane consolidate.....	39
6.6.3 Zone di espansione.....	39
6.6.4 Zone produttive	39
6.6.5 Altre zone territoriali	40
6.6.6 Dotazioni di parcheggi pertinenziali; disciplina delle aree di sosta	40
6.6.6.1 Esercizi di vicinato	41
6.6.6.2 Medie strutture di vendita	41
6.6.6.3 Grandi strutture di vendita	42
6.6.6.4 Aree per il carico e lo scarico delle merci	42
6.7 IL CENTRO COMMERCIALE NATURALE	42
6.8 COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE	44
6.8.1 Rilevazione dello stato di fatto del commercio su aree pubbliche	46
6.8.1.1 Rideterminazione delle aree ottimali di cui all'art. 1 - comma 2 - lettera a)	46
6.8.1.2 Rideterminazione delle aree ottimali di cui all'art. 1 comma 2 lettera b)	50

6.8.1.3	Mercato giornaliero a cadenza settimanale.....	50
6.8.2	Considerazioni programmatiche	51
6.8.3	Regolamento comunale per l'esercizio del commercio su aree pubbliche.....	53
6.9	PUBBLICI ESERCIZI.....	53
6.9.1	Rilevazione dello stato di fatto pubblici esercizi	55
6.9.2	Programmazione pubblici esercizi	58
6.9.3	Interpretazione ed utilizzo dei risultati della matrice di programmazione.....	59
7.	NORMATIVA DI RIFERIMENTO	62
	ESERCIZI DI VICINATO, MEDIE E GRANDI STRUTTURE:.....	62
	PUBBLICI ESERCIZI:	64
	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE:	64

Allegati:

Tavola C1/1 – Localizzazione attività commerciale (zona nord-ovest)

Tavola C1/2 – Localizzazione attività commerciale (zona nord-est)

Tavola C1/3 – Localizzazione attività commerciale (zona sud-ovest)

Tavola C1/4 – Localizzazione attività commerciale (zona sud-est)

1. LA CITTÀ, IL COMMERCIO E IL TERRITORIO

1.1 Il ruolo del commercio

Le città sono nate e cresciute come luoghi di concentrazione e di scambio delle merci. La relazione che intercorre tra insediamenti urbani e attività commerciali si esplica nella coincidenza tra i luoghi urbani del vivere civile, le strade e le piazze e le attività di commercio e di scambio.

Uno degli elementi di interesse del tema del commercio è dato proprio dal suo valore di funzione pubblica: l'attività di scambio di merci possiede una funzione civile e collettiva non separabile dalla città. Anche quando si organizza in edifici appositi, il commercio tende a ricreare le due principali forme di organizzazione urbana, la strada e la piazza, riproponendo con ostinata fissità i ritmi e le situazioni del tessuto urbano.

Quando l'urbanistica e la programmazione non erano ancora "*scientifiche*", uno dei principali impegni del governo cittadino, oltre alle opere per la difesa della città, era appunto la "*disciplina urbanistica del commercio*", cioè l'istituzione di luoghi destinati agli scambi commerciali (se del caso suddivisi per merceologia) e la loro effettiva predisposizione per mezzo di opere basilari come la lastricatura delle superfici e la costruzione di fontane, portici e loggiati. Veniva così perfezionato nei secoli l'antico istituto del mercato, inteso come luogo attrezzato e specializzato nella contrattazione delle merci. Nasceva, sin da allora l'esigenza di una politica che pone, ancor oggi, al centro "*il cittadino*" quale portatore di nuove esigenze volte al soddisfacimento dei propri bisogni, accompagnate dall'espressione di nuove domande sia nei termini di qualità del prodotto, sia in relazione alla qualità dell'ambiente urbano.

Nel corso dei secoli si è sempre più concretizzata la consapevolezza che città e commercio hanno realizzato un binomio inscindibile che ha prodotto qualità e che va analizzato affrontando il tema delle linee evolutive della città e dei luoghi del commercio. E' necessario, pertanto, definire le identità dei luoghi destinati alle attività di scambio sulla base delle logiche costitutive dei fatti urbani, costituito dall'intreccio tra mercato e città, tra luoghi urbani del vivere civile e le attività di commercio e di scambio, nell'individuazione

del luogo di riunione per eccellenza, l'agorà, primo luogo il mercato; in questo caso le strade, le piazze, la città intera andavano costituendo il mercato come luogo collettivo.

Da qui l'esigenza della programmazione come risposta alle esigenze di un mercato sempre più complesso e difficile che consenta quell'approccio globale ai problemi commerciali che assicura un'efficace utilizzazione delle risorse aziendali, la massimizzazione delle vendite e la minimizzazione dei costi e dei rischi.

1.2 Il commercio e l'urbanistica

La rivisitazione della disciplina del commercio ha catturato l'attenzione di chi si occupa della pianificazione territoriale nelle diverse scale. Pubblici amministratori, urbanisti e studiosi hanno riscoperto un interesse nei confronti delle relazioni tra il commercio e il territorio che l'impianto specialistico della previgente normativa aveva relegato in angusti ambiti di settore.

Questa generale rincorsa ha permesso di assegnare nuovi connotati ai rapporti tra commercio e territorio, fondamentali per la vitalità urbana. L'idea è che il commercio (sebbene esercitato da soggetti privati) sia un servizio essenziale per la collettività – e come tale vada assicurato attraverso un impegno specifico del pianificatore, abbandonando la concezione che il commercio al dettaglio è considerato "urbanisticamente irrilevante". Per il pianificatore è relativamente agevole tracciare sulla carta i confini entro cui racchiudere le zone residenziali, quelle produttive, quelle per i pubblici servizi, quali scuole o ospedali; ma non è facile segregare entro una zona a sé stante il commercio al dettaglio, che per sua natura è contiguo alle altre funzioni, interagendo con esse. Il commercio al dettaglio non è zonizzabile. Lo sviluppo del commercio nella città contemporanea si è organizzato spontaneamente, senza un progetto complessivo, sulla base di opportunità contingenti, seguendo la naturale tendenza degli esercenti a "parassitare" i flussi di traffico e a disporsi quindi in prossimità delle principali vie di comunicazione.

Compito del pianificatore è quello di ricercare una strategia complessiva, come base per garantire un coordinamento dell'insieme dei problemi di crescita della città e la possibilità di delineare una politica integrata che ricomprenda al proprio interno anche il processo di

pianificazione commerciale, uno dei tasselli nel quadro della pianificazione territoriale del Comune.

L'attività di regolazione e di gestione dello sviluppo del settore commerciale viene svolta dalle amministrazioni locali su due livelli diversi: quello della **pianificazione commerciale** e quello della **pianificazione urbanistica**.

Le tipologie di strumenti utilizzati per l'attività di **pianificazione commerciale**, previsti dalle leggi quadro del settore, sono di natura settoriale. Gli obiettivi di tale attività sono, infatti, il raggiungimento di una situazione di equilibrio tra domanda e offerta di servizi commerciali, tra formule distributive e tra forme d'impresa, attraverso la formulazione dei seguenti indirizzi e criteri programmatici:

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore;
- b) assicurare, nell'indicare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle medie e grandi strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive;
- c) rendere compatibile l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzare la funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda i quartieri urbani degradati al fine di ricostruire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
- d) salvaguardare e riqualificare i centri storici anche attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti e il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;

L'attività di **pianificazione urbanistica** è, invece, finalizzata a rendere possibili prassi operative intorno ad un modo nuovo di concepire l'urbanistica rapportata alle tematiche del commercio, rifuggendo da logiche settoriali ed affrontando le tematiche del commercio relazionandole all'urbanistica, all'assetto del sistema dei trasporti, alla tutela ambientale, senza limitarsi alla discussione sulle regole o sulle procedure. Essa si articola attraverso una serie di prescrizioni, vincoli e divieti specifici.

Obiettivo è anche quello di assegnare alla pianificazione urbanistica un ruolo basilare e strategico nella definizione di politiche legate alla programmazione commerciale con l'obiettivo di ricercare soluzioni di vita e di lavoro che diano le migliori risposte ai cittadini e agli operatori economici.

Costruire un territorio dove la crescita, anche dei sistemi economici, possa coincidere con lo sviluppo, nel presupposto che i sistemi funzionali (urbani e territoriali), analogamente a quelli naturali, devono avere dimensioni appropriate alle funzioni che sono chiamati a svolgere.

Il ruolo del commercio va ben oltre la sua funzione economica, deve avere lo scopo di valorizzare il ruolo sociale, culturale e la qualità della vita nell'interesse dei frequentatori, dei residenti, dei turisti e delle attività economiche che vi operano. Occorre fare in fretta a trovare spunti che facciano sperare nel superamento di questo momento grave per l'economia sempre più affidata a *lobbies* che governano il mercato imponendo i prezzi al consumo e che alla fine non hanno prodotto una sana concorrenza, ma una lievitazione dei prezzi senza precedenti.

Agli operatori commerciale non resta che fare ancora uno sforzo per resistere, sperando che regole importanti si pongano in campo per operare in un territorio pronto ai cambiamenti e positivo nelle scelte mirate alla valorizzazione e all'incremento della produttività locale.

1.3 Filosofia del Piano

Il Piano sviluppa percorsi progettuali orientati a dare risposte alla necessità di affrontare i temi del commercio, occupandosi anche di qualità urbana, di vivibilità, mediante il ricorso ad una prassi operativa caratterizzata dalla ricerca di elementi di qualità più che di quantità. Se le scelte di percorso prescindessero, del resto, dall'assetto, dalla presenza e dall'articolazione dei sistemi commerciali urbani esistenti, si correrebbe il rischio di creare disarmonie non solamente ai sistemi distributivi, ma anche a quelli urbani e territoriali.

L'idea progettuale sviluppata ha portato a considerare il territorio, in considerazione della forte influenza delle attività commerciali in ambito extra comunale, come luogo a forte concentrazione di funzioni urbane. Le risposte programmatiche hanno l'ambizione di trovare spazio nell'ambito di indirizzi finalizzati a combattere i fenomeni di desertificazione

commerciale, poiché essi sortiscono sempre una conseguente e problematica desertificazione urbana e sociale che compromette i livelli di vivibilità e qualità urbana, nella consapevolezza che città e commercio hanno realizzato, nel corso dei secoli, un binomio inscindibile che ha prodotto qualità e che va analizzato affrontando il tema delle linee evolutive della città e dei luoghi del commercio.

Il Piano affronta, tra l'altro, i temi delle trasformazioni finalizzate:

- a) alla valorizzazione, ove possibile, del contesto urbano e territoriale;
- b) alla salvaguardia delle tradizioni e alla valorizzazione di funzioni vitalizzanti e tra loro sinergiche;
- c) alla eliminazione di fenomeni di degrado;
- d) alla definizione di progetti integrati, finalizzati a valorizzare e qualificare il tessuto urbano, anche di piccola scala demografica, mediante interventi di rivitalizzazione dei sistemi commerciali esistenti nelle varie articolazioni che li caratterizzano;
- e) i centri commerciali naturali: quei sistemi compatti di attività presenti sia sui due fronti di una via sia, anche, su reticoli viari urbani più estesi e tali da connotare le strade come veri e propri centri commerciali unitari.

Il Piano configura percorsi operativi utili a dare risposte ad interventi modificativi dello spazio costruito che tengano conto della necessità di:

- migliorare, ove carente, l'attrattività del contesto urbano;
- migliorare, ove funzionalmente inadeguate, l'accessibilità e la sosta;
- migliorare, ove necessario, la qualità architettonica, urbanistica e ambientale del contesto di riferimento.

2. PRESUPPOSTI NORMATIVI

Con la Legge Costituzionale n. 3/01, che ha modificato il Titolo V della Costituzione, la normativa commerciale è diventata di competenza esclusiva delle Regioni ed, in particolare, in materia di legislazione commerciale.

Tale decentramento, in chiave federalista, ha acuito gli elementi di preoccupazione derivanti dalle tendenze delle Amministrazioni locali ad intervenire con provvedimenti dirigistici e di restrizione complessiva delle potenzialità dello sviluppo commerciale, in

particolare utilizzando ed enfatizzando il ricorso agli strumenti programmatori come segno di negatività.

Già la Regione Sicilia con L.R. n. 28 del 22 dicembre 1999 *"Riforma della disciplina del commercio"* ha rappresentato, a quasi trent'anni dall'emanazione della Legge 11 giugno 1971, n. 426 *"Disciplina del commercio"*, il primo atto in tema di commercio su aree private, prevedendo le modalità di programmazione della rete distributiva in funzione di criteri parametrici e per il raggiungimento degli obiettivi stabili dalla stessa normativa.

Le finalità della norma in questione tendevano *"... a favorire la realizzazione di una rete distributiva efficiente ad assicurare il rispetto della libera concorrenza e l'equilibrato sviluppo delle diverse forme distributive ,.... a rendere compatibile l'impatto dei grandi insediamenti commerciali sul territorio, .. a valorizzare le potenzialità delle attività commerciali ai fini della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare relativamente ad aree degradate, ... a preservare i centri storici, mantenendone le caratteristiche morfologiche e tutelandone il patrimonio artistico ed ambientale, ... a favorire il recupero di piccole e medie imprese, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali ..."*.

In ambito nazionale la materia è stata disciplinata dal Decreto Legislativo n. 114 del 31 marzo 1998, che ha abrogata, a decorrere dal 24 aprile 1999, la citata legge 426/71, con cui sono stati stabiliti i principi e le norme generali sull'esercizio dell'attività commerciale.

Con il Decreto Legislativo 114/98 (cosiddetto "Decreto Bersani") sono state superate le barriere poste dalla Legge 426/71 in materia di programmazione commerciale, che avevano ingessato lo sviluppo del commercio in Italia e portato ad un apparato distributivo superato, inadeguato ed antieconomico rispetto alle realtà degli altri Paesi dell'Europa occidentale.

La base sulla quale risultano strutturate le prescrizioni normative del decreto Bersani in materia di programmazione commerciale e urbanistica, è rappresentata da principi ed obiettivi di tutela della libertà imprenditoriale, di liberalizzazione del mercato e di sviluppo competitivo, con l'unico limite derivante dall'interesse collettivo.

Come noto, l'applicazione a livello locale di questa innovativa normativa generale, effettuata sulla base del principio della sussidiarietà disciplinare affermato dal Decreto Legislativo stesso, ha fatto emergere un quadro estremamente disomogeneo a livello di

Regioni, con differenziazioni rilevanti anche nelle successive attribuzioni amministrative territoriali di Province e Comuni.

In un primo momento la tendenza prevalente nell'applicazione delle Regioni è stata comunque quella di una impostazione di fondo complessivamente ispirata ad una *"molto cauta"* apertura alla logiche innovative del Decreto Bersani, sebbene mitigata con provvedimenti quadro regionali che tendevano a ricercare una mediazione con il passato. Questo con alcune eccezioni, nelle quali erano del tutto evidenti i tentativi di sterile difesa corporativa delle posizioni e delle rendite consolidate di mercato, attraverso normative regionali applicative assolutamente in contrasto con lo spirito ed i contenuti del Decreto Legislativo 114/98.

Richiamato il principio generale della libertà di impresa e della libera circolazione delle merci, il Decreto ha fornito 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. 28 del 22 dicembre 1999 *"Riforma della disciplina del commercio"* (pubblicata in G.U.R.S. n.60 del 24.12.1999) e il Decreto Presidenziale 11 luglio 2000 *"Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale"* (pubblicato in G.U.R.S. n. 35 del 28.7.2000), di attuazione della suddetta legge, hanno fissato, nel loro complesso, i criteri di programmazione urbanistica inerenti il settore commerciale, con riferimento al territorio della Regione Sicilia.

La programmazione commerciale, che ha rappresentato il fulcro della riforma attuata dal decreto legislativo 31/03/1998, n. 114, è stata, come noto, interamente affidata alle Regioni mediante la definizione di indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali e di criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale.

Agli operatori del settore, la scelta di attribuire alle Regioni la competenza di intervento sia nel campo commerciale, che in quello urbanistico, è apparsa e si conferma largamente positiva. La stretta interconnessione dei due ambiti richiede, infatti, un approccio coordinato e mirato all'obiettivo di una progressiva liberalizzazione del mercato e ad uno

sviluppo complessivo dell'intero apparato distributivo nazionale nell'insieme delle sue formule di vendita.

La base sulla quale risultano strutturate le prescrizioni normative in materia di programmazione commerciale e urbanistica è rappresentata da principi ed obiettivi di tutela della libertà imprenditoriale, di liberalizzazione del mercato e di sviluppo competitivo, con l'unico limite derivante dall'interesse collettivo.

La Legge Regionale n. 28 del 22 dicembre 1999 riprende il Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n°114 sul settore e ne innova, in maniera significativa, alcune parti.

In particolare il Titolo I "*Principi Generali*" della legge regionale fissa obiettivi e definizioni generali. Al Titolo III "*Esercizio dell'attività di vendita al dettaglio*" sono invece contenute altre specifiche indicazioni sul commercio al dettaglio, in particolare agli articoli 7, 8 e 9.

Le finalità, i principi e gli obiettivi introdotti al riguardo appaiono ancora oggi di sicura attualità e valore, soprattutto alla luce delle riforma federalista intervenuta sul commercio.

- **FINALITÀ:**

- trasparenza del mercato, concorrenza, libertà d'impresa e libera circolazione delle merci;
- tutela del consumatore;
- efficienza, modernizzazione, sviluppo della rete distributiva, voluzione;
- tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;
- pluralismo nello sviluppo ed equilibrio fra le diverse tipologie e forme di vendita;
- valorizzazione e salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane e insulari;

- **PRINCIPI:**

- libertà di iniziativa economica privata, ai sensi dell'art. 41 della Costituzione, esercitata rispettando la legge sulla tutela della concorrenza e del mercato e con l'unico limite della compatibilità con l'interesse collettivo superiore;

- **OBIETTIVI:**

- privilegiare la realizzazione di una rete distributiva che assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi;

- assicurare, nell'indicare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita, il principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie e formule distributive;
- rendere compatibili l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali con riferimento alla mobilità, al traffico, all'inquinamento e al recupero dei quartieri urbani degradati;
- rilanciare i centri storici, soprattutto in termini di servizi offerti e di qualità della vita;
- salvaguardare e riqualificare la rete distributiva nelle zone di montagna, rurali e insulari;
- favorire gli insediamenti commerciali destinati al recupero delle piccole e medie imprese;
- assicurare il monitoraggio della rete distributiva.

La programmazione regionale è, in sintesi, ispirata alla libertà di iniziativa, alla concorrenza, alla modernizzazione e razionalizzazione della distribuzione, alla tutela del consumatore, al contenimento dei prezzi e al pluralismo ed equilibrio fra le diverse tipologie e forme di vendita; scopo è quello di ricercare e concretamente attuare una programmazione di tipo qualitativo, non più basata sui contingenti numerici espressi in termini di quote di superficie di vendita o di esercizi commerciali autorizzabili.

Viene sancita, quindi, l'incompatibilità, secondo le direttive dell'ordinamento comunitario e con i principi costituzionali in materia di libertà di impresa, di limiti, quali il rispetto di distanze minime tra attività commerciali, le limitazioni di ordine quantitativo all'assortimento merceologico offerto negli esercizi commerciali, il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite, ecc.; si può supporre che l'unica programmazione ravvisabile sia quella mirante alla valutazione dell'insussistenza di eventuali impedimenti collegati a motivi imperativi di interesse generale.

A ribadire, obiettivo della programmazione non può più essere quello di incidere sull'orientamento dello sviluppo dei settori produttivi secondo modelli e politiche programmatiche aprioristicamente precostituite, col risultato di un mercato rigido e non flessibile, soggetto a un'ottica dirigistica dell'ente pubblico, bensì, avendo come riferimento la libertà di impresa e il pluralismo delle attività economiche a scapito della tutela di interessi corporativi - quello di garantire il rispetto dei motivi di interesse generale, quali

potrebbero essere, ad esempio, la sicurezza stradale, la tutela dei beni artistici, storici, la sostenibilità ambientale e sociale, ecc.

Proprio per la complessità dei fenomeni di mercato appare pertanto opportuno ribadire e confermare la possibilità di delimitare gli ambiti di libertà degli operatori solo in funzione dell'interesse generale, non certo di vincolarne minuziosamente le scelte in ossequio di astratti concetti di "equilibrio".

In particolare, al fine del raggiungimento dei predetti obiettivi, la norma ha previsto che gli strumenti urbanistici generali ed attuativi dei Comuni vengano adeguati a tali finalità, attraverso dei criteri di programmazione urbanistica, riferiti al settore commercio, contenuti nelle direttive ed indirizzi di programmazione commerciale.

Per il pieno raggiungimento degli obiettivi e delle finalità enunciate in precedenza la programmazione urbanistica, in correlazione con quella commerciale, assume un rilievo decisivo, sia in termini di dotazione di una strumentazione programmatoria, concretamente ispirata a criteri indicativi, sia per consentire di colmare il vuoto previsionale di molti piani regolatori che, di fatto, hanno trascurato finora la funzione commerciale, soprattutto della media e grande distribuzione; si è ritenute, pertanto, indispensabile che, anche per la programmazione urbanistica, vengano elaborati criteri ed indirizzi di tipo indicativo, volti finalmente a superare un concetto di programmazione realizzata attraverso la gestione di barriere all'entrata.

Tali indirizzi e criteri di programmazione sono stati varati con il Decreto Presidenziale 11 luglio 2000. Nella fattispecie, l'art. 2 delle Direttive ed in Indirizzi obbliga i Comuni ad individuare nei propri strumenti urbanistici:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali e le aree su cui possono essere consentiti gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- b) le aree da destinare a mercati su aree pubbliche di tipo giornaliero, periodico o fisso;
- c) i limiti cui sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano, nonché i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;

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

3. CARATTERISTICHE DEL TERRITORIO COMUNALE

3.1 Inquadramento territoriale

Per un'immediata lettura del territorio appare opportuno riportare i limiti del territorio comunale.

Esso confina a Nord con il Comune di Augusta, ad Ovest con il Comune di Melilli (limite del foglio catastale di mappa n. 58), con la strada statale 114 del bivio trazzera per contrada Pietre Nere fino al bivio della strada provinciale per Melilli – Sortino e da questo al bivio strada per contrada Palombara, con il confine del territorio di Sortino, con il Comune di Solarino lungo la strada di c.da Mostrazzo, con la strada Comunale di Solarino Diddino e con la strada provinciale Carruggia Taverna; a Sud con i fogli di mappa del Comune di Siracusa n. 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24 e 25 ad Est con il mare Ionio.

La superficie territoriale del Comune di Priolo Gargallo è di 57,59 Kmq.

Sotto il profilo geopolitica il Comune di Priolo Gargallo rappresenta, insieme ai Comuni di Melilli ed Augusta, uno dei vertici del triangolo industriale ed è sede di agglomerati industriali in esercizio.

Il territorio comunale ricade nelle seguenti tavolette dell'Istituto Geografico Militare:

- 274 I SO AUGUSTA - 274 III NE SOLARINO
- 274 II SO SIRACUSA - 274 IV SE MELILLI
- 274 III SE FLORIDIA - 274 III NO SORTINO
- 274 II NO BELVEDERE

La porzione di territorio all'interno del quale è situato il nucleo abitativo di Priolo Gargallo è attraversato parallelamente alla fascia costiera dalla linea ferroviaria Messina-Catania-Siracusa, localizzata tra la strada provinciale ex SS 114 e la strada che corre lungo il margine della costa, costituita da un unico binario elettrificato e presenta nell'area in esame lo scalo intermedio di Targia, ancora oltre corre l'autostrada.

Il paese, a tessitura ortogonale, si è espanso principalmente verso sud, lungo il cargo, per nuclei più densi, ed in tutte le altre direzioni con una edilizia sparsa a bassa densità.

Nell'immediato intorno, ad ovest sul mare, abbiamo un'area ex industriale, mentre a sud a nord e ad ovest il territorio è pianeggiante ed edificato.

3.1.1 Morfologia

Il territorio del Comune di Priolo Gargallo si estende in una zona in prevalenza pianeggiante compresa tra i 3 e 450 metri circa.

La morfologia dell'area è caratterizzata da due aspetti distinti:

a) l'andamento poco accidentato dei rilievi collinari, che si mantengono su quote di 300-400 m.s.l.m., raggiungendo raramente i 500 m.s.l.m., dove si hanno spesso andamenti tabulari.

b) l'andamento pianeggiante della fascia costiera e del suo immediato entroterra costituiti da depositi alluvionali recenti o da sedimenti plio-pleistocenici.

Circa il 68% del territorio del Comune si può considerare pianeggiante, mentre il rimanente 32% è collinare.

3.1.2 Orografia

Il torrente Priolo, segnato sulle carte topografiche con il nome di cava Mostringiano taglia il territorio Prioloese in due, creando una fascia nord e sud.

La catena naturale dei monti Climiti forma uno splendido tavolato di protezione tra la fascia costiera del territorio Priolese e l'entroterra. La roccia di questi monti, diversi sia per geomorfologia che per flora dagli altri monti della Sicilia, è ricca di magnesio e quindi di colore bianco a grana fine.

Sulla fascia costiera il terreno è vario: argilloso in contrada Mortilli e Bagnoli, roccioso nella zona intermedia.

La spiaggia iniziando da sud, è formata da una serie di insenature naturali rocciosi e dal golfo sabbioso di Fondaconuovo, che anticamente era il porto della città di Trogilo. Il confine nord del golfo è segnato dall'istmo sabbioso che unisce la terra ferma a Magnisi.

Oltre l'istimo c'è il basso piano delle saline, la spiaggia è paludosa, bassa ed algosa fino alla foce del torrente Priolo, oltre alla foce la spiaggia diventa una scogliera fino a punta Girotta.

3.1.3 L'idrologia

Il territorio è solcato dai diversi torrenti che traggono origine dai Monti Climiti. I più importanti sono il torrente Mostringiano ed il Canniolo.

Il torrente Mostringiano nasce da casa Cuba ed ha il suo bacino imbrifero sui monti Climiti, mentre il Canniolo nasce dalla cava Sorciaro ed ha anch'esso il bacino imbrifero sui monti Climiti.

Dato il clima temperato mediterraneo non si registrano nevicate, quindi sui torrenti si evidenzia afflusso di acque in periodi invernali piovosi e la completa siccità in quelli estivi.

Data la permeabilità del terreno l'acqua dei torrenti in buona parte è filtrata lungo il percorso nelle falde sotterranee dando vita ad una ricca falda freatica che scorre nel sottosuolo a poca profondità

Questa ricchezza d'acqua prodotta dalle falde freatiche, ha permesso sin dai tempi più remoti l'escavazione di pozzi per portare l'acqua in superficie utilizzandola, oltre per scopi potabili, anche per uso agricolo, permettendo la trasformazione agraria e all'agro Priolese, e, spesso, per gli approvvigionamenti della grande industria petrolchimica.

3.1.4 Climatologia

Il clima è l'insieme di tutti i fenomeni che hanno sede nell'atmosfera terrestre, che sono capaci di esercitare una influenza sulla vita vegetale ed animale.

Esso concorre in modo determinante al modellamento della superficie terrestre ed alla formazione del terreno agrario che secondo la definizione di De Cillis " è una roccia superficiale discontinua capace di divenire sede di coltivazioni delle piante".

Il clima del territorio comunale di Priolo Gargallo è quello della zona climatica della Sicilia Sud – Orientale, che si può definire con la classificazione di Koppen e Trewartha "clima umido mesodermico, sottotipo mediterraneo", caratterizzato da una stagione calda e

siccitosa ed una stagione mite e piovosa, con escursioni termiche fra le due stagioni superiori a 15°.

Al fine del nostro studio prenderemo in considerazione tutti gli elementi del clima, ma riferiremo in modo particolareggiato su quelli più importanti e cioè quelli attinenti alla temperatura, alla piovosità, alla umidità ed alla ventosità.

I movimenti dell'aria sono determinati da venti molto forti provenienti da Ovest e da Nord-Est, da brezze di mare e di terra che attenuano la calura estiva e da venti sciroccali (Sud-Ovest), più o meno forti caratteristici del territorio in oggetto.

E' bene precisare che le precipitazioni maggiori per durata e per intensità si hanno in corrispondenza di forti venti provenienti da Nord-Est (Grecale).

La radiazione solare è molto elevata sia come intensità che come durata giorno/anno.

Alla radiazione solare è collegata la umidità atmosferica dovuta alla evapotraspirazione attraverso i processi di evaporazione dalla superficie del suolo e di traspirazione da parte delle piante; alla umidità così prodotta occorre aggiungere nelle zone limitrofe alla costa quella proveniente dalla evaporazione dell'acque di mare.

La maggiore percentuale di umidità è legata sia alla stagione che all'alternarsi del giorno e della notte e quindi i valori massimi si hanno di notte e nelle stagioni piovose, mentre, i valori minimi si hanno di giorno ed in estate, con valori che oscillano tra l'80% e il 97% per le percentuali di massima umidità, e tra il 27% e il 57,8% per i valori minimi.

La temperatura dell'aria nel territorio è influenzata dalla altitudine dei terreni, dai venti, dalla umidità e dalla vicinanza dal mare.

Dall'esame dei dati della temperatura per la provincia di Siracusa dal 1963 al 1983 pubblicati dal Servizio Idrografico Regionale, si rileva che la temperatura minima di giorno non è mai scesa sotto i 0°C nei 21 anni considerati, mentre la temperatura massima registrata è stata di 42,9°C, ma ordinariamente in estate si raggiunge la temperatura di 32°C all'ombra.

La conoscenza dei quantitativi di acqua di pioggia che cadono normalmente nel territorio rappresenta il dato più importante

Per quanto riguarda le precipitazioni, dai dati rilevati nell'arco di tempo dal 1962 sino al mese di febbraio del 1989, si può rilevare la grande variabilità dei quantitativi di pioggia per cui, si può passare da valori annui di mm. 879 a valori annui di mm. 292 nell'anno

successivo. Pertanto si ritiene che i valori medi annui non siano indicativi della reale situazione pluviometrica del territorio.

Infatti si può verificare che in un anno vi siano intense precipitazioni nei mesi di gennaio e febbraio e poi di novembre e dicembre per cui per valori i valori medi sono superiori a 600 mm., mentre in effetti il risultato statistico è normale, mentre le piante hanno subito un grave stress idrico per mancanza di pioggia.

3.1.5 Pedologia

La pedogenesi del territorio in oggetto è profondamente influenzata dalle diverse formazioni litologiche da cui hanno ereditato gran parte del loro carattere, ma, anche dalle condizioni climatiche con elevate temperature estive accompagnate da accentuata aridità, che si contrappongono alle miti temperature invernali.

La morfologia e la vegetazione sono fattori che hanno influito talora profondamente sull'evoluzione dei suoli.

Accanto ai fattori della pedogenesi, si pone l'azione dell'uomo che da millenni ha posto i suoli a coltivazione, alterandone le caratteristiche naturali.

Il quadro pedologico dell'area oggetto del nostro studio risulta costituito da una varietà di suoli che ricoprono tutta una gamma che va dai tipi pedologici meno evoluti a quelli evoluti.

I differenti tipi pedologici, in combinazione danno luogo a differenti associazioni di suoli, e, nella zona (Fierotti 1985), sono state individuate le seguenti associazioni:

- roccia affiorante;
- litosuoli-roccia affiorante-suoli bruni; tale associazione si riscontra fra quote che da valori prossimi al livello del mare raggiungono all'incirca quota 200 m.s.l.m.
- suoli bruni-suoli calcari-litosuoli;
- suoli idromorfi;
- suoli alluvionali; presenti lungo il fondovalle o in pianura, in generale sono suoli profondi, ben strutturati, con contenuti variabili di sostanza organica. La permeabilità è buona, la reazione sub-alcaina.

Molto rappresentate sono la fase pietrosa ed erosa che, insieme alla morfologia, condiziona fortemente l'uso dei suoli dell'associazione, limitandoli al pascolo, povero e discontinuo e talora al bosco.

3.1.6 La struttura viaria

Nel settore stradale, malgrado l'evoluzione manifestatasi nel tempo, si riscontrano delle notevoli deficienze che data la massiccia presenza nel territorio comunale di complessi industriali, accrescono il fenomeno rendendo precaria ed insufficiente la rete viaria interna.

Il territorio comunale è attraversato dalla SS 114, che lambisce l'area urbana priolese nella parte Sud-Est del territorio e questa è l'unica strada statale, mentre la restante viabilità extra urbana del sistema viario è affidata a poche strade provinciali che servono il rilevante traffico veicolare industriale esse sono:

- S.P. 25 Priolo - Florida per una estensione di Km. 12+251;
- S.P. 43 Priolo - Stazione Ferroviaria per una estensione di Km. 0+845;
- S.P. 62 San Cusimano - Giannalena per una estensione di Km. 6+300;
- S.P. 63 Rilievo - Candelo per una estensione di Km. 5+900;
- S.P. 95 Priolo - Villasmundo - Carlentini - Lentini per una estensione di Km.32+872 per un totale di km. 58.168

Tali deficienze costituiscono il più importante aspetto negativo del sistema commerciale priolese in quanto la struttura viaria è fondamentale per le comunicazioni nell'ambito del territorio comunale nonché tra lo stesso e le zone limitrofe.

In base a tali considerazioni ci sembra oltremodo necessario che venga potenziata,ristrutturata e per ove non esistono, creare le strutture viarie interne oltre ai collegamenti con il sistema viario principale costruendo quella organicità viaria che attualmente manca alla zona priolese.

4. LA STORIA

La zona dell'agro Priolese fu popolata fin dal secondo millennio A.C. da popolazioni ripartite in tante tribù, facenti capo al potente Tolaone, leggendario capo tribù, che risiedeva a Thapsos e sulle balze di Mostringiano.

La civiltà era quella neolitica e del bronzo, che per la Grecia era quella micenea.

La sicurezza dei due golfi formati da Tapsos facilitò il contatto con i Fenici e i Greci. Degli scambi commerciali con questi popoli fanno testimonianza gli oggetti rinvenuti nelle tombe di Thapsos.

Ortigia venne popolata dai coloni di Corinto, Lentini dai Calcedesi e Thapsos dai Megaresi. Le navi Megaresi approdarono nei due golfi di Thapsos ed il capo tribù Ibalone assegnò loro le terre dell'altura di Mostringiano, dove fondarono la città di Trogilo.

In seguito ad una battaglia con i Calcedesi, i Megaresi sconfitti, chiesero riparo all'amico Iblaone insieme al quale si spostarono in un luogo più sicuro, dove fondarono la "Ibla Megara".

Gli abitanti di Megara Ibla, non riuscendo ad accattivarsi la simpatia dei Siracusani, erano sempre in lotta con loro, fin quando nel 482 a.C. Gelone riuscì ad occupare la città ed a distruggerla. La popolazione fu dispersa.

Durante l'Impero Romano la popolazione della pianura dell'Agro priolese viveva in ville (Aguglia, Fico ecc.) e in due villaggi: Trogilo e Leon.

In questo periodo fu ricostruita la chiesa S. Focà.

Nel 902 questa zona della Sicilia passò, dal governo bizantino, nelle mani degli Arabi. La popolazione riparò verso Melilli e una parte si rifugiò nelle grotte.

Nel 1092 cessò la dominazione Araba ed il territorio fu diviso in feudi; che furono assegnati ai capitani normanni.

Sotto il governo dei primi re Aragonesi, l'Agro priolese entrò a far parte della contea di Augusta e del Casale di Melilli.

La poca sicurezza della costa alle incursioni barbaresche non permise il risorgere dei centri abitati da una certa importanza, ma ne sorsero delle grosse "Masserie".

Le terre che la catena degli Iblei delimita ad ovest, il torrente Priolo Sud, il torrente Canniolo a nord e il mare Ionio ad est formavano il feudo del Priolo, uno dei 36 feudi della Contea di Augusta.

Nei "Capi Brevi" di Gian Luca Barberi si legge che intorno al 1300 il territorio dell'Agro Priolese era diviso in quattro feudi: Priolo, Mustrari (Mostringiano) Spalla, Biggemi.

Detti feudi erano di proprietà del conte di Augusta: Guglielmo Raimondo Moncada di Montecateno.

Nel 1332, dice lo stesso Barberi, il conte Moncada cadde in disgrazia del re Martino e fu dichiarato "fellone" (traditore e spogliato di tutti i beni).

Il feudo del Priolo fu staccato dagli altri ed assegnato ad Agata, moglie di Gualtiero de Ala, sorella di don Tommaso vescovo di Siracusa, al quale furono dati gli altri tre feudi.

Nel 1443, il re Alfonso d'Aragona staccò il feudo della contea dotandolo del privilegio di "*feudo nullius territoriali*", sgravandolo dall'obbligo militare.

Il 14 luglio 1444, Antonio Bellomo acquistò lo "*ius luendi*" dei feudi : Spalla, Priolo, S. Cusimano con mulino.

Ma avendo il Bellomo acquistato con denaro preso a prestito non riuscì a fare fronte agli impegni ed il 21 luglio 1446 ottenne licenza di cedere i suoi diritti sul feudo del Priolo.

Il 17 giugno 1452 lo spagnolo Pietro Busukduno, segretario e consigliere del re Alfonso, ottenne in dono i feudi di S. Caterina, Bondifè, Priolo, Mostringiano, Biggemi, Spalla, Malfitano, Margi, Cugno.

Tale dono ebbe il privilegio del "*mero e misto imperio in pfeudm et sub contingenti militari servito*"

Morto re Alfonso, gli successe il fratello Giovanni di Bavarra e con atto 18 dicembre 1458, il notaro Giovanni Navarra da Barcellona, il Signor Pietro Vacca, curatore dell'infante di Spagna, ricevette in dono i feudi di Priolo, Bondifè, Mostringiano, Biggemi, Spalla.

Nel 1468, con la "*carta gratiae redimendi*" il feudo di Bondifè passò a Consalvo; Priolo a Ruggero Bellomo; il feudo Spalla venne venduto ad Antonio Galgano per 110 onze d'oro (atto in notaro Pietro de Medico di Catania del 10 ottobre 1468).

Il feudo di Mostringiano fu comperato, nel 1447, da Andrea Grandi da Siracusa e gli fu venduto da Antonio Bellomo. Questo feudo, nel 1448 fu comperato da Melchiorre Branciforte. Nel 1486 addì 7 agosto, il feudo del Priolo passò al Patrizio Guglielmo Moncada, quale marito dotatario di Caterina Cardines, figlia di Giovanni Cardines.

Dopo trent'anni di dominio dei Moncada il 22 dicembre 1518, s'investì Francesco d'Aragona.

La diminuita azione dei pirati del mare, sconfitti dalla potenza navale inglese, fece affluire nella pianura dell'Agro Priolese, intorno al 1700 molti coloni che abitarono sparsi nelle "Masserie" per dedicarsi ai lavori dei campi e all'allevamento del bestiame.

Don Giuseppe Gargallo, primo barone desiderando dare conforto religioso ai contadini, fece costruire a cavallo dei due torrenti, Priolo e Canniolo una chiesetta nel territorio di Melilli a circa 9 Km. di distanza dalla stessa città.

Il 5 marzo, il Barone chiamò nella sua casa di Siracusa, il notaio Mairo Scalzo e con atto pubblico fondò una cappellania per la chiesetta e con detta fondazione dotò la chiesetta di

una congrua annua nominano primo cappellano sua figlio, sacerdote Don Ignazio. Questo perché la gente rusticana che lavorava nel feudo potesse ascoltare più facilmente la Santa Messa della Domenica.

Il Barone esercitava il mero e misto imperio che in casa Gargallo non venne mai delegato a terzi, ma sempre esercitato di persona.

A quel tempo i Borghigiani avevano il diritto di pascolo, di caccia, di far carbone, di cavare pietra e fare calce nel feudo e questo diritto era a favore del feudo della città di Melilli e di Augusta.

Ad agevolare l'afflusso dei contadini verso la terra erano propizie le iniziative di riforma promosse dal Ministro Tantucci.

Monsignor Domenico Gargallo, avendo acquistato Fondo Fico, dove l'abbondanza d'acqua per l'irrigazione permetteva la trasformazione delle colture, trasformò la pianura del Fico in piantagione di cotone.

Nella nuova piantagione trovarono lavoro le donne ed i ragazzi che potevano benissimo essere adibiti nei lavori di piantagione e la coltivazione e per l'uso delle macchine ed utensili che avevano fatto appositamente fabbricare per estrarlo.

I lavoratori immigrati nella piantagione aumentarono il numero dei vassalli, che non erano servi della gleba, ma sudditi. La miseria però, del periodo, spingeva gli uomini ad unirsi di notte alle bande armate che saccheggiavano i territori dei comuni vicini ed assalivano i viandanti.

Nel 1765, i Gargallo diedero ordine all'architetto Paolo Labisi da Noto, di preparare il progetto per il costruendo castello del feudo. Ultimato il progetto, furono iniziati i lavori, ma non completati, e l'edificio rimase incompiuto di volta in volta dei fabbricati senza tener conto del progetto dei Labisi.

Per rimuovere gli ostacoli alla moltiplicazione della popolazione rurale si pensò di creare, attorno alla chiesetta, un villaggio.

Nel 1807 il "Maresciallo di Campo Tommaso Gargallo Montalto, marchese di castel Lentini ecc." chiese, al re di Sicilia Ferdinando III di Borbone la facoltà di popolare il feudo del Priolo. Nella richiesta diceva che: "la mancanza della popolazione è prima di ogni altra cosa il principale ostacolo ai progressi dell'agricoltura; la vera ricchezza di un paese ed il principio della forza di uno stato di una popolazione consiste nella coltivazione della terra".

Creando una popolazione stabile nel feudo e accrescendo il numero degli abitanti feudali, voleva in verità far divenire Paria del regno il feudo del Priolo ed egli entrare così nella nuova Camera dei Pari.

Il 27 settembre del 1809, ottenne l'autorizzazione e cercò di porre, sul piano squisitamente umano, secondo le esperienze da lui osservate in Francia ed in Toscana, le premesse per una sollecita immigrazione di nuovi coloni.

In seguito all'immigrazione dei nuovi coloni, il Marchese diede ordine di costruire quaranta case attorno all'antica chiesetta e, tracciata la piazzetta ottagonale (piazza Quattro Canti), pose la "prima pietra" del nuovo villaggio.

La pietra fu riportata alla luce quando furono eseguiti i lavori per costruire la Cappella gentilizia che doveva accogliere il "mausoleo" del Marchese Gargallo. Attualmente questo cimelio si trova al Museo di Palazzo Bellomo, in Siracusa.

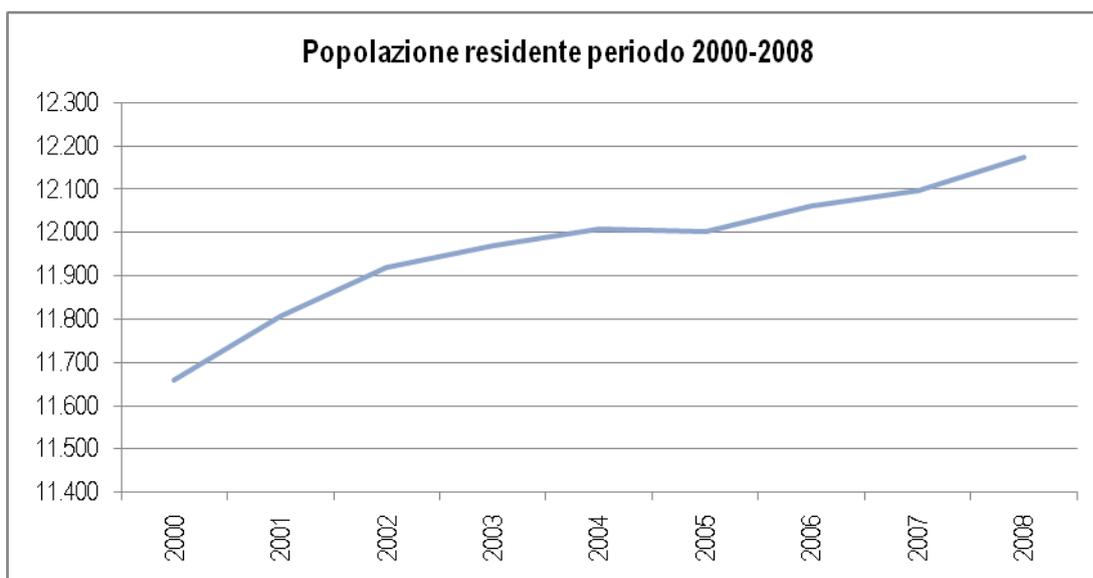
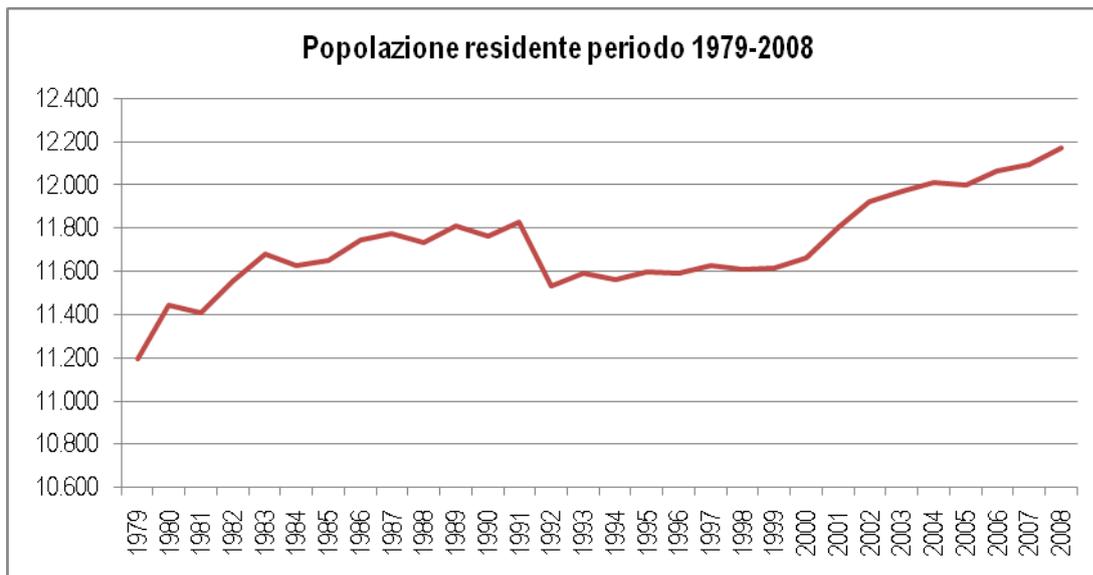
5. ANALISI DELLA POPOLAZIONE

L'analisi delle caratteristiche della popolazione consente di identificare aree di bisogno o situazioni di criticità, arrivando, quindi, a definire i bacini potenziali di utenza per i vari servizi di conciliazione, per il lavoro o per la qualità della vita, offerti dal Comune.

Vengono utilizzati i dati dell'anagrafe comunale e, per i confronti, i dati pubblicati sul sito ufficiale dell'Istat; i dati anagrafici sono al 31 dicembre 2008.

Popolazione residente, movimenti naturali e migratori, tassi naturali e migratori

anno	movimenti						popolazione residente	tassi (in %)			
	naturali		migratori		movimenti			naturali	migratori	altri	Totale
	nati	morti	iscritti	cancellati	in più	in meno					
1980							11.443				
1981							11.408				
1982							11.554				
1983	202	65	524	578	50	5	11.682	1,17%	-0,46%	0,39%	1,10%
1984	194	69	438	626	9	2	11.626	1,08%	-1,62%	0,06%	-0,48%
1985	218	72	401	531	6	0	11.648	1,25%	-1,12%	0,05%	0,19%
1986	220	64	420	481	5	0	11.748	1,33%	-0,52%	0,04%	0,85%
1987	184	96	413	474	1	0	11.776	0,75%	-0,52%	0,01%	0,24%
1988	187	85	381	530	2	0	11.731	0,87%	-1,27%	0,02%	-0,38%
1989	195	73	405	454	4	0	11.808	1,03%	-0,41%	0,03%	0,65%
1990	165	81	343	473	0	0	11.762	0,71%	-1,11%	0,00%	-0,39%
1991	170	76	341	407	39	0	11.829	0,79%	-0,56%	0,33%	0,57%
1992	190	74	365	373	0	406	11.531	1,01%	-0,07%	-3,52%	-2,58%
1993	179	79	324	359	0	2	11.594	0,86%	-0,30%	-0,02%	0,54%
1994	144	75	255	348	0	6	11.564	0,60%	-0,80%	-0,05%	-0,26%
1995	157	83	305	346	0	0	11.597	0,64%	-0,35%	0,00%	0,28%
1996	142	79	274	343	0	0	11.591	0,54%	-0,60%	0,00%	-0,05%
1997	148	74	272	307	0	3	11.627	0,64%	-0,30%	-0,03%	0,31%
1998	147	96	254	319	0	2	11.611	0,44%	-0,56%	-0,02%	-0,14%
1999	124	82	283	316	2	9	11.613	0,36%	-0,28%	-0,06%	0,02%
2000	143	80	268	283	2	3	11.660	0,54%	-0,13%	-0,01%	0,40%
2001	126	61	139	220	163	0	11.807	0,55%	-0,69%	1,38%	1,25%
2002	136	87	252	231	43	0	11.920	0,41%	0,18%	0,36%	0,95%
2003	137	82	285	294	7	2	11.971	0,46%	-0,08%	0,04%	0,43%
2004	137	88	242	252	2	3	12.009	0,41%	-0,08%	-0,01%	0,32%
2005	130	76	202	265	5	4	12.001	0,45%	-0,52%	0,01%	-0,07%
2006	124	81	240	222	0	0	12.062	0,36%	0,15%	0,00%	0,51%
2007	120	79	256	258	0	3	12.097	0,34%	-0,02%	-0,02%	0,30%
2008	127	96	330	270	0	15	12.173	0,25%	0,49%	-0,12%	0,62%



6. IL COMMERCIO NEL COMUNE

6.1 I settori merceologici e gli esercizi di vendita

Secondo la L.R. n. 28/99 i settori merceologici di prodotti omogenei sono i seguenti:

a) Settore alimentare

Tutti i prodotti alimentari, nonché articoli per la pulizia della persona e della casa ed articoli in carta per la casa.

b) Settore non alimentare

Prodotti dell'abbigliamento (articoli di vestiario confezionati di qualsiasi tipo e pregio con esclusione degli accessori e della biancheria intima), calzature - Prodotti vari

Tale individuazione discende dall'applicazione dell'art. 5 del Decreto Legislativo 114/98, in applicazione del comma 1 dell'art. 3 della citata regionale. Il riferimento ai settori "alimentare" e "non alimentare", riguarda solamente le particolari competenze professionali richieste a chi vende alimenti.

La distinzione tra alimentare e non-alimentare è quindi una mera precisazione del profilo professionale motivata dalla tutela della salute pubblica.

L'art. 2 della legge regionale definisce gli esercizi di vendita al dettaglio in sede fissa in base alla loro superficie negoziale ed in base alla popolazione residente e li distingue in:

- "esercizi di vicinato" i piccoli esercizi aventi superficie di vendita fino a 100 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti; fino a 150 mq. nei comuni con popolazione residente non oltre i 100.000 abitanti; fino a 200 mq. nei comuni con popolazione superiore ai 100.000 abitanti;
- "medie strutture di vendita" gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui alla lettera e) e fino a 600 mq. nei comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti; fino a 1.000 mq. nei comuni con popolazione residente fino a 100.000 abitanti; fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 100.000 abitanti;
- "grandi strutture di vendita" gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto precedente.

Gli "esercizio di vicinato" hanno piena libertà di entrata nel mercato nel rispetto dei vincoli di natura urbanistico-ambientale, delle norme igienico sanitarie, nonché delle prescrizioni relative ai requisiti soggettivi professionali.

Gli esercizi di vicinato singolarmente considerati non sono in grado di generare delle ripercussioni significative sul contesto commerciale della realtà locale. Il loro inserimento, trasferimento o ampliamento

all'interno delle aree delimitate dalla programmazione urbanistica, risultano sostanzialmente privi di esternalità negative. Tuttavia proprio il vicinato assicura la capillarità del servizio commerciale sul territorio, risponde cioè positivamente ad un obiettivo fondamentale della programmazione commerciale per l'area mon-tana, costituito dalla prossimità del servizio, soprattutto nei comuni di piccole dimensioni, con ridotta capacità di gravitazione commerciale. Le strutture di vicinato esprimono un'importante esternalità positiva che diventerà più evidente e marcata negli anni a venire con l'aumento della quota della popolazione in età avanzata.

La consistenza degli esercizi commerciali di vicinato rimane dunque sostanzialmente fuori (fermo l'obbligo della comunicazione) dal campo d'azione della disciplina commerciale; i vincoli che gli esercizi di vicinato devono rispettare hanno natura localizzativa e attengono l'urbanistica commerciale ed i requisiti soggettivi per lo svolgimento dell'attività di commercio al dettaglio.

La dinamica del vicinato, nella logica del "Nuovo ordinamento del commercio", dopo cioè il superamento della logica del contingentamento delle licenze, viene dimensionata dal gioco del mercato liberalizzato. La consistenza della rete commerciale costituita da questi negozi di ridotte dimensioni, dipende dalla capacità di raggiungere un livello adeguato di redditività. La gestione dell'esercizio commerciale di vicinato incontra, in linea di principio, maggiori difficoltà di remunerazione delle risorse impiegate – lavoro e capitale investito. L'esercizio di vicinato sopravvive, in definitiva, solo se riesce a raggiungere volumi di vendite e margini della distribuzione, adeguati.

Queste condizioni di redditività, che tuttavia non valgono solo per le piccole strutture, sono, nella fattispecie, dettate dalla competizione interna tra esercizi di vicinato, ma ancor più dalla concorrenza esterna indotta dalle altre tipologie di esercizio commerciale, cioè medie e grandi strutture di vendita. Lo spazio di mercato per le piccole strutture di vicinato dipende dunque in larga misura, anche se non esclusivamente, dalle scelte relative alle strutture di dimensioni superiori. Le implicazioni della riforma del commercio per le strutture di vicinato, soprattutto le nuove opportunità di ampliamento della superficie di vendita per le medie e grandi strutture, potrebbero accelerare la cessazione dell'attività da parte delle strutture di vicinato di tipo marginale. Le "medie strutture di vendita" rappresentano, nel processo di modernizzazione del settore, una risposta ottimale all'esigenza di un ammodernamento non conflittuale con la sopravvivenza della capillarità del servizio distributivo. La gestione della medietà commerciale non presenta particolari rischi di desertificazione commerciale con annientamento del vicinato, se condotta con moderazione e possibilmente nel rispetto dei principi di concertazione tra le diverse amministrazioni pubbliche e con il coinvolgimento delle parti sociali interessate.

I dati statistici sull'evoluzione della rete commerciale al dettaglio dimostrano che le medie strutture sono la componente più dinamica che ha portato ad un aumento della dimensione media del punto vendita.

Il fabbisogno di superficie di vendita delle medie strutture, deve tendenzialmente essere soddisfatto all'interno del tessuto urbano esistente, anche per mezzo di interventi di ristrutturazione urbana. La determinazione del fabbisogno ha quindi anche lo scopo di consentire ai comuni di elaborare un'adeguata strategia insediativa all'interno dei propri Piani urbanistici.

Le "grandi strutture di vendita" hanno una funzione compatibile con l'obiettivo prioritario del mantenimento della capillarità del servizio distributivo solo se poste nei fulcri gravitazionali del commercio. L'insediamento di un centro commerciale artificiale, quando si configura come una grande struttura estranea al tessuto urbano, risulta, di massima, non opportuno, per l'impatto negativo sulla vitalità e qualificazione.

Esse possono trovare agevolmente collocazione in zone urbane residenziali o miste. Esercizi con superfici maggiori possono incontrare oggettive difficoltà ad inserirsi in costruzioni non specificamente progettate per contenere funzioni commerciali. Quest'ultima trince del fabbisogno dovrà presumibilmente trovare collocazione in nuove strutture edilizie, con possibili differenziazioni tipologiche: capannoni per le merci estensive, grandi magazzini per le merci intensive. Mentre per quest'ultima tipologia è pensabile una collocazione interna al tessuto edilizio residenziale, per le merci estensive è probabilmente preferibile individuare una collocazione più periferica.

Per il Comune di Priolo Gargallo, la cui popolazione alla data del 31/12/2008 è di 12.173 abitanti, si ha la seguente classificazione:

a) **"ESERCIZI DI VICINATO"** in relazione alla **superficie fino a 150 mq.**, per l'insediamento dei quali occorre presentare apposita comunicazione al Comune, se trattasi di settore non alimentare, o per l'ampliamento e il trasferimento degli esercizi di vicinato del settore alimentare e non alimentare.

La legge regionale, al tempo della sua prima applicazione, prevedeva regimi autorizzatori diversificati: occorre infatti munirsi di autorizzazione per lo svolgimento dell'attività nel settore alimentare e non alimentare, raggruppamento II, mentre era sufficiente inviare al Comune, almeno 30 giorni prima, apposita comunicazione per l'avvio di un'attività nel settore non alimentare, raggruppamento III. Sulla base di provvedimenti legislativi che sono andati a succedersi, il settore degli esercizi di vicinato è stato completamente liberalizzato: per aprire una nuova attività, sia essa alimentare che non alimentare, o per il suo trasferimento, subingresso, ampliamento, bastava una semplice Comunicazione Inizio Attività (C.I.A.) sostituita, in seguito, dalla Dichiarazione Inizio Attività (D.I.A.), ai sensi dell'art. 19 della Legge n. 241/90. Ad

esso succede la Legge n. 122 del 30/07/10, che introduce al posto della Dichiarazione Inizio Attività (D.I.A.), la S.C.I.A. (Segnalazione Certificata di Inizio Attività).

Sull'attuale superamento del regime autorizzatorio, occorre anche dire che, ancora prima di quanto abbia disposto la normativa nazionale (per ultimo col D.L. n. 78/10, convertito con modifiche dalla Legge n. 122/10 che istituisce la S.C.I.A. "Segnalazione certificata di inizio attività" che trova diretta applicazione nell'isola come enunciato anche dalla circolare n. 4 del 6.10.2010, Assessorato delle Attività Produttive), in Sicilia si era già in regime di "Comunicazione Inizio Attività (C.I.A.) - istituita con l'art. 24 della L.R. n. 17/04 che modifica l'art. 14 della L.R. n. 2/02, in virtù della quale gli esercizi di vicinato, sia essi relativi al settore alimentare che al settore non alimentare, erano di già soggetti, come detto, alla sola comunicazione per l'esercizio immediato dell'attività. Cosa, questa, definitivamente ribadita e quindi concretizzatasi nell'ultima circolare esplicativa diffusa in merito dal competente Assessorato regionale (n. 3 dell'1.10.2009).

Sono soggetti alla S.C.I.A., l'avvio dell'attività di vendita di prodotti alimentari e non alimentari negli esercizi di vicinato e le attività effettuate mediante forme speciali di vendita (spacci interni, apparecchi automatici, vendita per corrispondenza, televisione o altri mezzi di comunicazione, vendita presso il domicilio dei consumatori).

b) **"MEDIE STRUTTURE DI VENDITA"** esercizi aventi una **superficie di vendita da mq. 151 sino a mq. 1000**. Per l'insediamento di tali esercizi, per il loro trasferimento ed ampliamento di superficie di vendita, occorre richiedere ed ottenere l'autorizzazione, sia per il settore alimentare che per il settore non alimentare, anche in relazione agli obiettivi di cui all'art. 5 - comma 2 - della L.R. n. 28/99.

Per le Medie Strutture questo comune, con delibera del Consiglio Comunale, la n. 111 del 22/10/2010 e la n. 112 del 22/10/2010, ha approvato, rispettivamente, i criteri e le norme sul procedimento per il rilascio delle autorizzazioni per medie strutture di vendita, ai sensi dell'art. 8 - comma 3 - della L.R. n. 28/99, del D.P.R.S. n. 165 dell'11/07/2000 e dei Decreti Assessoriali nn. 981 e 982 del 12/07/2000.

In virtù di esse ci si è muniti di un valido strumento che consente il rilascio delle autorizzazioni secondo criteri oggettivamente validi e scongiurando ogni qualsivoglia disparità di trattamento.

c) **"GRANDI STRUTTURE DI VENDITA"**, aventi una **superficie di vendita superiore a 1000 mq.-**. Per l'apertura di queste attività, come pure per il loro trasferimento ed ampliamento di superficie di vendita, è necessario richiedere l'autorizzazione che verrà rilasciata dal comune, nel rispetto della programmazione urbanistico commerciale, e in conformità alle determinazioni adottate dalla Conferenza di Servizi prevista dall'art. 9, comma 3 della legge.

Anche per le grandi strutture, per la loro apertura, per il trasferimento di sede e per l'ampliamento di superficie, occorre autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio ancora nel rispetto della programmazione urbanistico-commerciale di cui all'art. 5 ed in conformità alle determinazioni adottate dalla conferenza di servizi di cui al comma 3, del medesimo articolo.

Il principio della programmazione viene dunque riproposto. Ma, di certo, va riproposto in altri termini rispetto al passato. Bisogna infatti domandarsi cosa possa prevedere e cosa possa vincolare una programmazione moderna alla luce delle recenti disposizioni normative in materia di attività produttive e commerciali, che hanno determinato una significativa modifica dei principi e del sistema di regolamentazione delle attività stesse, che vanno rilette e quindi concepite alla luce dei nuovi principi di liberalizzazione e semplificazione di derivazione comunitaria

Ci si intende riferire, in particolare, al Decreto Legge 4 luglio 2006, n. 223 (c.d. decreto Bersani) e alla relativa legge di conversione 4 agosto 2006, n. 248; al Decreto Legislativo 26 marzo 2010, n. 59 "*Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi del mercato interno*" meglio noto come "*direttiva Bolkestein*"; al Decreto Legge 31 maggio 2010, n. 78 che ha introdotto la S.C.I.A. convertito con la Legge n. 122/2010.

Per quanto riguarda i contenuti, si osserva che la S.C.I.A. è inammissibile nei casi in cui, ai fini dell'avvio di una attività, la disciplina del settore disponga la necessità di strumenti di programmazione. In particolare, resta ferma la necessità dell'autorizzazione in caso di avvio dell'attività di vendita nelle medie e grandi strutture di vendita e nei centri commerciali.

6.2 Le attività commerciali in sede fissa presenti nel comune

6.2.1 La rete di vendita del settore alimentare

L'analisi dei dati evidenzia l'esistenza di una rete distributiva caratterizzata dalla presenza di un numero poco rilevante di esercizi di vicinato che utilizzano poco più del 15% del totale della superficie riservata al settore. Da ciò il ruolo certamente non marginale ma, in ogni caso non "invasivo", degli esercizi di vicinato.

Se ormai è noto a tutti gli operatori commerciali che all'interno dei predetti esercizi, come ugualmente negli altri, titolari di ex tabelle merceologiche specialistiche, si possano vendere tutti i generi alimentari, è anche abbastanza consueto verificare che sostanzialmente tutti gli esercizi insediati prima dell'entrata in vigore della legge n. 28/99 continuano a mantenere, in genere, la precedente offerta; non vi è la presenza di abbinamento con altri generi (in realtà anche i nuovi esercizi di vicinato, quasi sempre, vendono prodotti

specifici), il che rende spesso difficoltosa la gestione dell'attività e problematica la possibilità di ottenere una adeguata redditività.

Nell'ambito dell'attuale disciplina legislativa, infatti, l'indirizzo da osservare è quello di porre criteri e vincoli meno restrittivi in favore delle attività commerciali, anche se, forse, fra non molto, ci si interrogherà sulla necessità di dover in qualche modo limitare l'offerta, se, ad esempio, si intendesse salvaguardare e difendere il "*commercio di qualità*". L'affermazione non appare naturalmente in contrasto con la necessità di favorire la concorrenza. Quel che si vuole sottolineare è naturalmente un tema che investe altri aspetti.

All'interno delle previsioni fatte che, in questa fase, non possono non essere ispirate al "*principio della concorrenza*", e, tenendo conto del fatto che non si può far molto, anzi quasi nulla, per limitare l'insediamento di esercizi specializzati, considerando che è consentito di poter vendere qualsivoglia genere alimentare, la sagacia e l'intelligenza degli operatori potrebbero appunto favorire l'approccio verso quello che abbiamo chiamato il "commercio di qualità", pena l'esclusione dal mercato di quasi tutti gli operatori che non abbiano alle loro spalle strutture organizzative e distributive di grandi dimensioni.

6.2.2 La rete di vendita del settore non alimentare

L'analisi dei dati evidenzia l'esistenza di una rete distributiva caratterizzata dalla presenza di un numero rilevante di esercizi del settore non alimentare che utilizzano poco meno del 70% del totale della superficie riservata al settore.

Per i prodotti dell'abbigliamento (articoli di vestiario confezionati di qualsiasi tipo e pregio con esclusione degli accessori e della biancheria intima), calzature, le "performances" della rete di vendita in esame sono influenzate dai medesimi elementi negativi della rete del settore esaminato in precedenza.

Da una parte c'è il fatto che la rete presenta un minore – ed in misura abbastanza significativa – spessore quantitativo e qualitativo, dall'altra – come fattori che agiscono in maniera più decisiva di quello appena indicato – che l'offerta in questione non si presta ad essere presentata presso realtà demografiche "minori" con una valenza tale da poter soddisfare compiutamente le esigenze del consumo.

Occorre richiamare il ruolo e la funzione svolta dalla grande distribuzione nelle grandi strutture di vendita nel Comune di Melilli e di Siracusa e anche, se in maniera minore, dal corrispondente commercio su aree pubbliche per la possibilità che tale comparto del settore commerciale esprime nel riuscire a soddisfare ampie fasce di domanda. Rimane comunque la necessità di un miglioramento dell'offerta, per renderla più puntuale ed adeguata al mutare dei consumi, il che potrebbe essere utilmente compiuto con degli esercizi specializzati, in grado di attrarre la corrispondente domanda.

Per i prodotti vari, la "composizione" dell'offerta non può naturalmente coprire l'intera gamma dei bisogni della domanda legata all'acquisizione dei beni facenti parte del settore medesimo. E' noto infatti che, del comparto, fanno parte tutti i beni attualmente prodotti, ad esclusione naturalmente di quelli alimentari e di quelli del precedente raggruppamento che, come è noto, riguardano i generi di vestiario confezionato e le calzature.

Anche qui un ruolo importante svolgono gli insediamenti di grandi strutture di vendita nel Comune di Melilli e di Siracusa.

6.2.3 La rete di vendita del settore alimentare e non alimentare (misto)

Secondo la L.R. n. 28/99 i settori merceologici di prodotti omogenei distinti in settore alimentare e settore non alimentare.

Il settore in cui vi è la presenza contemporanea di prodotti sia del settore alimentare, sia settore non alimentare (cosiddetto settore misto), non è contemplata dalla normativa; ciò nonostante, in ragione dei diversi comportamenti dell'utenza, dai quali discendono comportamenti territoriali diversi, si analizzano gli esercizi misti con settore alimentare e non alimentare, come un settore distinto, fermo restando che, dal punto di vista amministrativo, la prevalenza del tipo di attività è definita dalla maggior superficie di vendita utilizzata da ciascun settore; in ogni caso è richiesto il possesso dei requisiti per il settore alimentare.

6.3 Attività commerciali per tipologia distributiva

Dai dati comunali la rete commerciale al dettaglio in sede fissa a Priolo Gargallo appare la seguente:

6.3.1 Esercizi di vicinato

Sono tali per il Comune di Priolo Gargallo quelli con superfici di vendita fino a 150 mq. come disposto dall'art. 2 - 1° comma, lettera e) della L.R. 28/99, con i quali si intendono offrire i prodotti del settore alimentare e quelli del settore non alimentare.

Rispetto ad una popolazione di 12.173 abitanti al 31/12/2008, si rilevano 101 esercizi di vicinato, di cui 27 nel settore alimentare, 69 nel settore non alimentare e 5 di tipo misto (settore alimentare e non).

Nel settore alimentare si sono censiti 1.759 mq. di superficie di vendita e nel settore non alimentare 9.752 mq., per un totale di 11.511 mq.

La percentuale, in termini di superficie, degli esercizi di vicinato è pari al 65,7% del totale di quella dell'intero comparto.

6.3.2 Medie strutture di vendita

Sono tali per il Comune di Priolo Gargallo quelli con superfici da 151 a 1.000 mq. come disposto dall'art. 2 – 1° comma, lettera f) della L.R. 28/99.

Sono presenti 10 medie strutture di vendita:

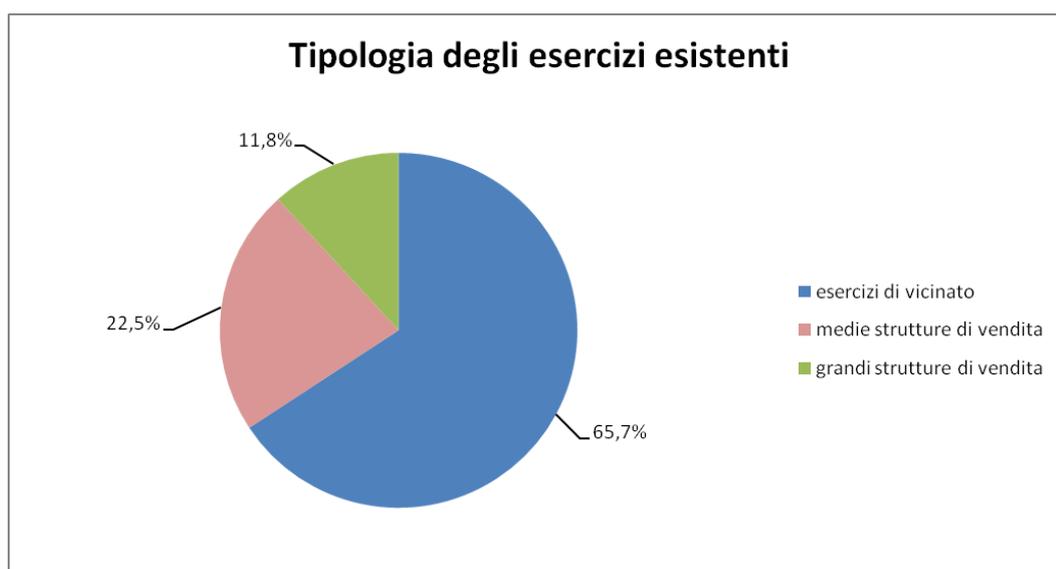
- 1 classificabile come media strutture di vendita nel settore alimentari, con superficie di vendita compresa tra 151 e 1.000 mq., per un totale di 478 mq. di superficie di vendita;
- 9 classificabili come medie strutture per prodotti non alimentari o miste, (con caratteristiche dimensionali analoghe a quelle precedenti), per un totale di 2.083 mq. di superficie di vendita.

La percentuale, in termini di superficie, degli esercizi di vicinato è pari al 22,5% del totale di quella dell'intero comparto.

6.3.3 Grandi strutture di vendita

Sono tali per il Comune di Priolo Gargallo quelli con superfici oltre a 1.000 mq. come disposto dall'art. 2 – 1° comma, lettera g) della L.R. 28/99.

In atto vi è una sola grande struttura di vendita la cui superficie è pari a 1.360 mq., pari all' 11,8% della superficie dell'intero comparto.



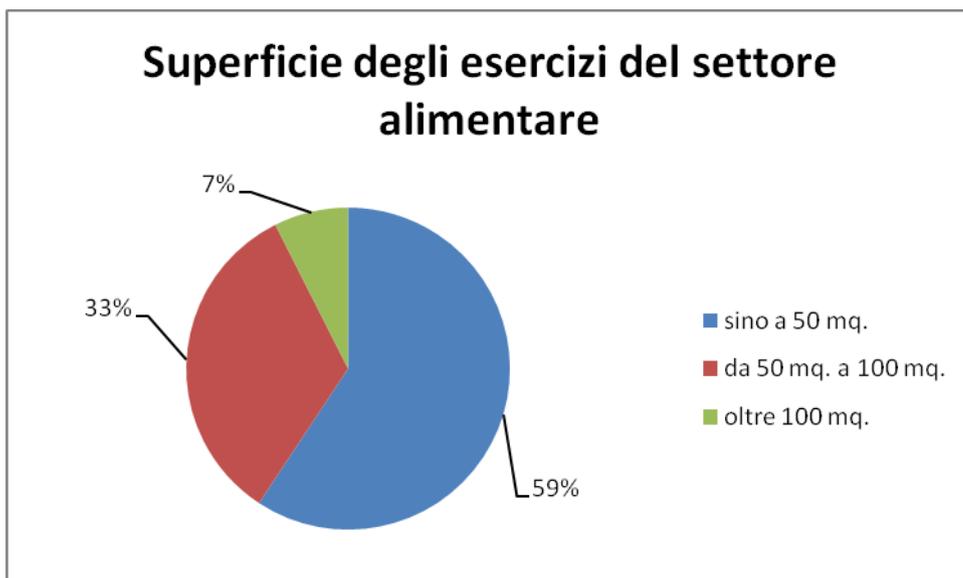
6.4 Attività commerciali per settore merceologico

La distribuzione degli esercizi commerciali, distinti per settore merceologico, presenta una distribuzione, in termini di superficie, in linea con i dati a livello regionale. Il settore non alimentare rappresenta il 69,9% dell'intera superficie distribuita sul territorio a cui segue il settore alimentare e non, rappresentato dal 15,1% dell'intera superficie e dal 15,3% della superficie del settore alimentare.



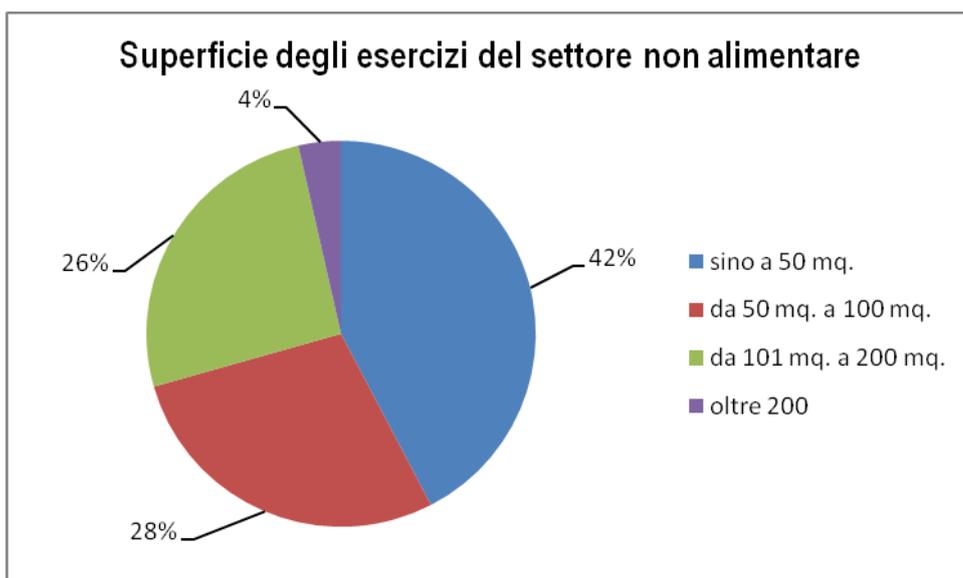
6.4.1 Settore alimentare

La distribuzione degli esercizi commerciali nel settore alimentare, distinta in base alla superficie di vendita, presenta una notevole percentuale di esercizi di piccole dimensioni; infatti ben il 59% della superficie totale è rappresentata da esercizio con superficie sino a 50 mq. Rilevante è anche la presenza di esercizi con superficie compresa tra i 50 e 100 mq., che rappresenta il 33% della superficie totale. Irrilevante, con il 7%, è la presenza di esercizi con superficie di vendita superiore a 100 mq.



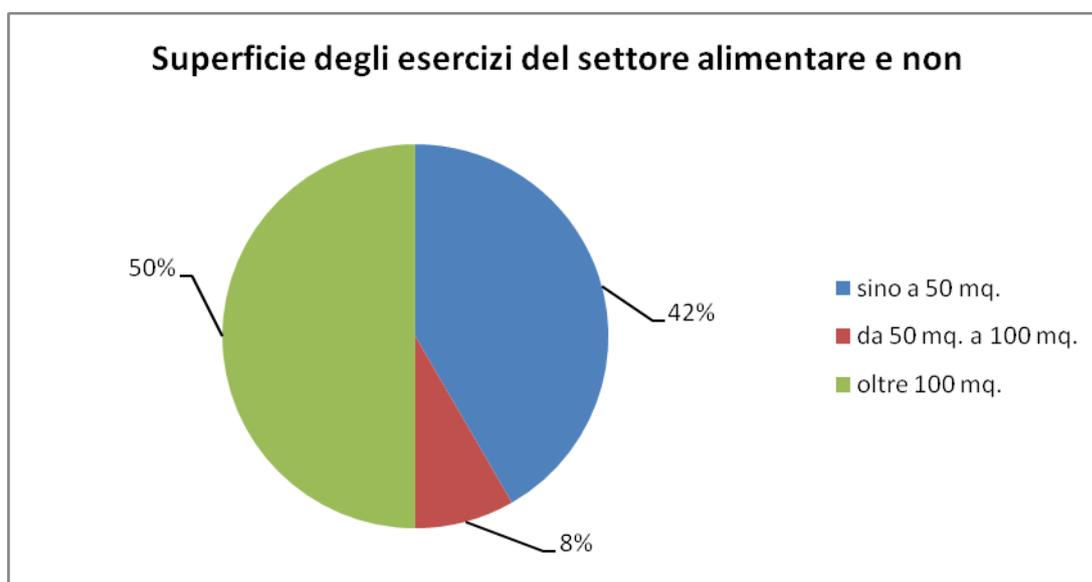
6.4.2 Settore non alimentare

La distribuzione degli esercizi commerciali nel settore non alimentare, distinta in base alla superficie di vendita, presenta, anche qui, una notevole percentuale di esercizi di piccole dimensioni; infatti ben il 42% della superficie totale è rappresentata da esercizio con superficie sino a 50 mq. Ben distribuita, in percentuali quasi eguali, è la presenza degli esercizi con superficie compresa tra i 50 e 100 mq., che rappresenta il 28% della superficie totale, e tra i 100 e i 200 mq., che rappresenta il 26% della superficie totale. Irrilevante, con il 4%, è la presenza di esercizi con superficie di vendita superiore a 200 mq.



6.4.3 Settore alimentare e non alimentare (misto)

La distribuzione degli esercizi commerciali nel settore alimentare e non alimentare, distinta in base alla superficie di vendita, presenta un sostanziale equilibrio, in termini di percentuale tra gli esercizi con superficie sino a 50 mq., che rappresenta il 42% della superficie totale, e quelli oltre 100 mq., che rappresenta il 50% della superficie totale. Irrilevante, con il 4%, è la presenza di esercizi con superficie di vendita superiore a 200 mq., compresa tra i 50 e 100 mq.-.

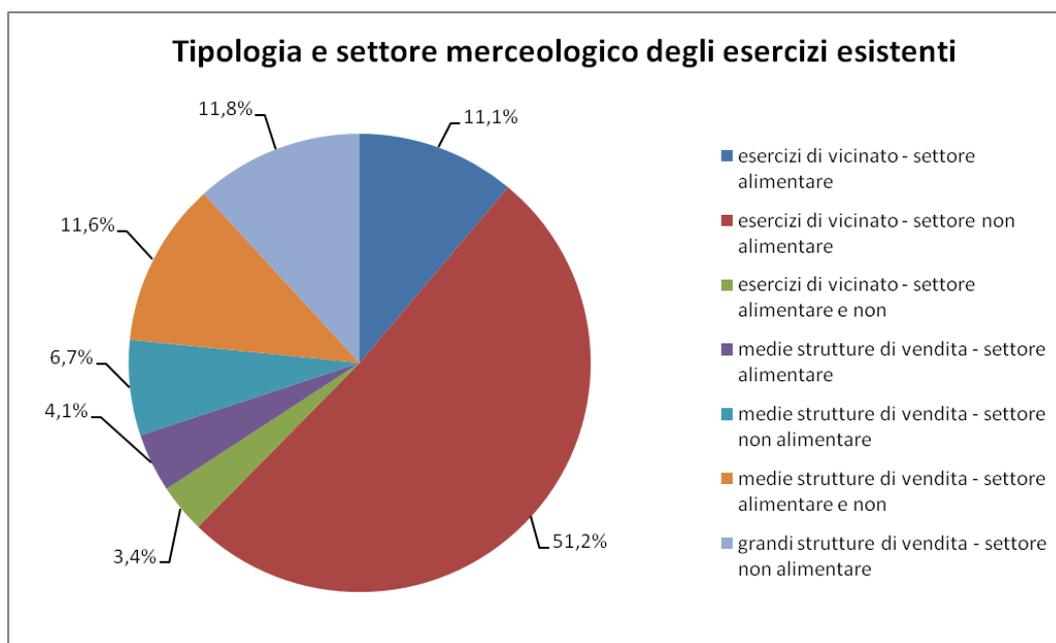


6.5 Attività commerciali per tipologia e settore merceologico

Da un esame delle attività commerciali, distinte per tipologia e settore merceologico, si rileva che vi è una netta prevalenza di esercizi di vicinato del settore non alimentare, con una percentuale del 51,2% sul totale degli esercizi esistenti.

Gli esercizi di vicinato del settore alimentare rappresentano l' 11,1% sul totale degli esercizi esistenti che è in linea con la percentuale che si rileva, a livello nazionale, con città simili per numero di abitanti.

Le medie strutture di vendita dei settori alimentare e alimentare e non rappresentano il 15,0% sul totale degli esercizi esistenti, al disotto delle medie nazionali, chiaro indice della influenza che viene esercitata dalle grandi strutture commerciali esistenti nel limitrofo territorio di Melilli.



6.6 Considerazioni programmatiche

6.6.1 Centro storico

La tutela del centro storico, anche sotto il profilo commerciale, ha lo scopo di "*qualificare la presenza delle attività commerciali e artigianali in grado di svolgere un servizio di vicinato ed evitare il processo di espulsione delle attività commerciali ed artigianali*". Il presente comma si applica alle aree urbane comprese nella zona territoriale omogenea "A".

L'uso commerciale rientra chiaramente tra gli usi compatibili con la struttura urbana e le tipologie edilizie, ed è in funzione della tipologia dell'edificio, ossia ogni singola unità edilizia è destinata a funzioni compatibili con l'impianto tipologico di appartenenza. Le attività non residenziali potranno interessare solo quegli edifici o parti di edificio la cui organizzazione tipologica e i cui caratteri architettonici siano compatibili; ovvero quegli ambienti che, per le caratteristiche costruttive, dimensionali ed igienico-sanitarie, non possono essere adibiti ad uso residenziale.

Tipologie edilizie

Oltre agli edifici di pregio architettonico e religiosi, nei quali chiaramente non può trovare allocazione alcuna attività commerciale, all'interno del centro storico si prescrivono sono confermate le attività commerciali esistenti ed è ammessa la destinazione ad attività artigianali e/o commerciali.

Le destinazioni d'uso sono quelle originarie e tradizionali compresa la commerciale, con esclusione di medie e grandi strutture di vendita e quant'altro possa costituire una accentuazione del traffico motorizzato.

Sono fatte salve quelle preesistenti. Andranno incentivate le politiche di nuovi insediamenti commerciali al dettaglio.

In uno con la vendita all'ingrosso, la presenza delle seguenti categorie di esercizi risulta di comprovato ostacolo al ricambio della rete distributiva nel centro storico e quindi non è consentito l'insediamento di nuove attività di seguito elencate:

- auto-officine;
- rivendita auto, moto, elettrodomestici;
- materiali per l'edilizia;
- mobilifici;
- ferramenta;
- auto-scuole;
- rivendita di gas in bombole o sostanze nocive e pericolose;
- rivendita di materiale di recupero.

Arredo urbano

Per gli esercizi commerciali gli interventi dovranno mantenere le aperture e le eventuali vetrine nello spazio architettonico di appartenenza, adeguando alle indicazioni di piano le vetrine difformi sovradimensionate e quindi non ambientate. Le insegne tuttora presenti collocate in modo incongruente, ovvero all'esterno degli spazi previsti, sono da eliminare. Gli infissi esterni dovranno essere realizzati in ferro verniciato a smalto, o in legno naturale secondo coloriture definite dall'amministrazione comunale. Non sono ammesse insegne a bandiera.

In generale le vetrine e le insegne dei negozi come parte integrante dell'arredo urbano, non devono sporgere dal filo della parete esterna, ma essere contenute all'interno del vano con cui ogni bottega è individuata.

Nell'ambito della tutela del centro storico è facoltà dell'Amministrazione sospendere o inibire gli effetti della comunicazione di apertura degli esercizi commerciali sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto commerciale del nuovo esercizio sull'equilibrio urbanistico della città, ed in particolare circa l'interazione tra modalità di esercizio/fruizione ed i valori storico-ambientali degli ambiti storici urbani.

Le attività commerciali ammesse in combinazione con la residenza nelle norme per le singole tipologie, devono essere non nocive, non inquinanti, non rumorose. Tali requisiti devono essere verificati secondo le modalità di legge.

6.6.2 Zone urbane consolidate

Nelle zone "B" e "B₁" non sono consentite le nuove grandi strutture di vendita. Medie strutture di vendita potranno essere allocate solo nel caso in cui si dimostri l'asservimento di idonee aree a parcheggio a servizio delle stesse. Possono essere consentite limitate deroghe relativamente le superfici da asservire a parcheggio (art. 16 - comma 5 - all. 1 DECRETO PRESIDENZIALE 11 luglio 2000 "*Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale*").

Sono fatte salve le strutture preesistenti.

Nelle zone omogenee residenziali indicate nel piano regolatore generale sono ammessi negozi ed esercizi commerciali, oltre che a magazzini ed attività artigianali, a condizione che la loro ubicazione non ostacoli la circolazione veicolare e pedonale e non sia pericolosa o molesta o nociva ai sensi delle leggi vigenti e che per l'attività non venga occupato suolo pubblico.

In tutte le zone B e B₁ sono consentiti centri commerciali di tipo a) - b) di cui all'articolo 4 - comma 5 - dell'allegato 1 al DECRETO PRESIDENZIALE 11 luglio 2000 "*Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale*".

6.6.3 Zone di espansione

Nelle zone "C" dovranno essere escluse le grandi strutture di vendita. Le medie strutture di vendita potranno essere consentite se a norma con le aree da asservire a parcheggio e le restanti prescrizioni.

Sono consentiti centri commerciali di tipo a) - b) di cui all'articolo 4 comma 5 dell'allegato 1 DECRETO PRESIDENZIALE 11 luglio 2000 "*Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale*".

6.6.4 Zone produttive

Nelle zone "D" è consentita, da parte degli artigiani, la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria.

Possono essere programmate attività per medie e grandi strutture di vendita.

Possono essere consentiti i centri commerciali di cui all'art. 4 - comma 5 - dell'allegato 1 DECRETO PRESIDENZIALE 11 luglio 2000 "*Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale*".

6.6.5 Altre zone territoriali

In linea di principio, tranne deroghe ampiamente giustificate, nelle restanti parti di territorio possono essere consentite solamente attività di commercio al dettaglio.

All'interno delle strutture alberghiere e ricettive in genere possono essere realizzati centri commerciali di tipo "locale urbano".

All'interno dei centri sportivi possono essere localizzati fino a medi centri commerciali.

La realizzazione delle strutture di cui sopra resta subordinata alla realizzazione degli standard relativi alla aree a parcheggio, a verde e di servizio, e che sia garantita la mobilità veicolare intorno alla struttura sia relativamente all'accessibilità della stessa che al sistema della mobilità veicolare e pedonale dell'intera zona.

Nella zona agricola "E" vengono consentite attività commerciali limitate, e comunque modeste, riconducibili all'agriturismo o comunque relative alla vendita diretta o indiretta dei prodotti del fondo o di prodotti tipici.

6.6.6 Dotazioni di parcheggi pertinenziali; disciplina delle aree di sosta

Fermo restando il rispetto degli standard previsti dal DM 1 aprile 1968, n. 1444, la dotazione di parcheggi necessaria per consentire l'insediamento degli esercizi commerciali è individuata nella misura che segue:

A) parcheggi per la sosta stanziale all'interno degli edifici e nell'area di pertinenza degli stessi, nella misura stabilita dal Regolamento Edilizio vigente, maggiorata degli spazi per il parcheggio temporaneo dei mezzi di movimentazione delle merci.

B) parcheggi per la sosta di relazione nella misura di seguito individuata per ciascuna tipologia di struttura di vendita. I parcheggi per la sosta di relazione sono reperiti all'interno degli edifici o nell'area di pertinenza degli stessi, ovvero in altre aree o edifici, a condizione che ne sia garantito l'uso pubblico nelle ore di apertura degli esercizi, ad una distanza idonea a garantire un rapido collegamento pedonale con l'esercizio commerciale stesso e purché collegati alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiedi, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche.

Ai fini del presente regolamento si considerano come "*edifici a destinazione commerciale esistenti*" quelli che alla data di entrata in vigore del regolamento stesso risultino già costruiti, in corso di costruzione o per i quali sia già stata rilasciata concessione edilizia o autorizzato il cambio di destinazione d'uso.

La superficie convenzionale di un "posto auto" comprensiva dei relativi spazi di manovra si considera pari a m² 25.

6.6.6.1 Esercizi di vicinato

Ferma restando la previsione di cui alla lettera **A)** del comma precedente e la circostanza che devesi trattare di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela, per gli esercizi di vicinato, ricadenti in centro storico, è possibile derogare dalle dotazioni minime previste per parcheggi.

In particolare qualora l'intervento commerciale sia proposto su edificio preesistente, con interventi ammessi fino lett. "d" art. 20 L.R. 71/1978, è consentita la monetizzazione dell'area a parcheggio. In tal caso la superficie da computare ai fini della monetizzazione sarà quella di cui alla lett. a -comma 4- art. 16 All. 1 DECRETO PRESIDENZIALE 11 luglio 2000 "*Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale*", riducibile fino al 50%.

Qualora l'intervento commerciale di nuova previsione ricada in zona "**B**", e sia proposto su edificio preesistente con interventi ammessi fino lett. "d" art. 20 L.R. 71/1978, è consentita la monetizzazione dell'area a parcheggio. In tal caso la superficie da computare ai fini della monetizzazione sarà quella di cui alla lett. a -comma 4- art. 16 All. 1 DECRETO PRESIDENZIALE 11 luglio 2000 "*Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale*".

Nel caso di nuovo intervento relativo a demolizione e ricostruzione di edificio, ovvero nuova costruzione, le aree a parcheggio non sono monetizzabili

Qualora l'intervento commerciale di nuova previsione ricada in zona diversa dalle "**A**" e "**B**" la previsione di parcheggi pertinenziali deve essere rispettata.

6.6.6.2 Medie strutture di vendita

Nel caso di apertura, trasferimento e/o ampliamento di medie strutture di vendita la dotazione di parcheggi pertinenziali è il seguente:

a) **alimentari e misti**: le aree a parcheggio per la sosta di relazione sono dimensionate nella misura minima di m² 1,00 per ogni m² di superficie di vendita, prevedendo ulteriori parcheggi, nella misura minima di m² 1,00 per ogni m² di ulteriori superfici utili coperte aperte al pubblico, destinate ad altre attività connesse e complementari a quella commerciale (ristoranti, bar, sale riunioni, ecc);

b) **non alimentari**: va richiesta una dotazione di m² 0,5 per ogni m² di superficie di vendita, prevedendo ulteriori parcheggi, nella misura minima di m² 1,00 per ogni m² di ulteriori superfici utili coperte aperte al pubblico, destinate ad altre attività connesse e complementari a quella commerciale (ristoranti, bar, sale riunioni, ecc).

Sono fatte salve le dotazioni di parcheggi pertinenziali relativamente alle strutture esistenti.

6.6.6.3 Grandi strutture di vendita

Nel caso di apertura, trasferimento e/o ampliamento di grandi strutture di vendita la dotazione di parcheggi pertinenziali è il seguente:

a) **alimentari o miste**, con superficie inferiore a m² 5.000 va richiesta una dotazione di m² 2,00 per ogni m² di superficie di vendita;

b) **non alimentari**, con superficie di vendita inferiore a m² 5.000 va richiesta una dotazione di m² 1,5 per ogni m² di superficie di vendita.

c) **alimentari o miste**, con superficie superiore a m² 5.000, va richiesta una dotazione di m² 2,5 per ogni m² di superficie di vendita;

d) **non alimentari**, con superficie di vendita superiore ai m² 5.000, va richiesta una dotazione di m² 2,00 per ogni m² di superficie di vendita.

Sono fatte salve le dotazioni di parcheggi pertinenziali relativamente alle strutture esistenti.

6.6.6.4 Aree per il carico e lo scarico delle merci

Le grandi strutture di vendita devono essere dotate di un'area pertinenziale riservata alle operazioni di carico e scarico merci ed al parcheggio dei veicoli merci, dimensionato secondo le esigenze attese. Detta area deve essere delimitata rispetto alle aree a parcheggio con un'adeguata segnaletica orizzontale e verticale e deve essere raccordata con l'innesto sulla viabilità pubblica con un percorso differenziato rispetto ai percorsi dei veicoli dei clienti. Per le grandi strutture di vendita è inoltre preferibile, ove possibile, realizzare due innesti separati, per le merci e per la clientela, su strade pubbliche diverse.

6.7 Il centro commerciale naturale

L'art. 9 della L. R. n. 10/2005, modificata dall'art. 4 della L. R. 21/2007, ha disposto che, *"al fine di migliorare la fruibilità turistica nel territorio siciliano ed in particolare per promuovere l'immagine e l'accessibilità dei*

centri storici e negli ambiti urbani a vocazione turistica, su proposta del Sindaco del comune interessato, l'Assessore Regionale per la Cooperazione, il Commercio, l'Artigianato e la Pesca promuove tramite i comuni la costituzione e l'attività dei Centri commerciali Naturali (C.C.N.)".

Con Decreto dell'Assessore Regionale per la Cooperazione, il Commercio, l'Artigianato e la Pesca del 9 Aprile 2009 sono state emanate le norme di attuazione delle disposizioni di cui al superiore articolo di legge; l'art. 8 dell'Avviso, allegato al suddetto decreto, stabilisce che i Centri Commerciali Naturali inoltrano istanza al Sindaco "affinché lo stesso la proponga all'Assessore Regionale per la Cooperazione, il Commercio, l'Artigianato e la Pesca per l'accREDITAMENTO del C.C.N." allegando la documentazione prevista dal 2° comma del medesimo articolo; - che tra gli allegati prescritti dal citato art. 8, comma 2, è annoverata la delibera del Consiglio Comunale di presa d'atto dell'istituzione del C.C.N.-.

Un centro naturale commerciale rappresenta un sistema di esercizi coordinato e integrato fra loro da una politica comune di sviluppo e di promozione del territorio, una rete commerciale fatta da attività collocate su una stessa area. Per raggiungere questo scopo occorre evidenziare i punti di forza legati all'organizzazione e all'immagine del centro sviluppando, di conseguenza, un insieme di azioni volte alla sua rivitalizzazione; il suo scopo è quello di sostenere il commercio di vicinato attraverso l'aggregazione degli esercizi e partecipando ad iniziative promozionali per portare anche i commercianti al dettaglio a svolgere un ruolo attivo nello sviluppo delle attività produttive di un territorio comunale. Una rete distributiva così capillare rappresenta un'efficace risposta alla grande distribuzione, non tanto e non solo dal punto di vista della competitività mercantile, ma essenzialmente per la vocazione specifica volta a salvaguardare e valorizzare gli spazi urbanistici di socializzazione, di vivibilità, di equilibrio socio-ambientale, vivacizzando le potenzialità commerciali delle aree attraverso un'ampia offerta merceologica specializzata, rivolta a definiti target di consumo.

Per raggiungere tale scopo è necessario ridefinire un nuovo modello organizzativo per l'adeguamento del commercio al dettaglio di vicinato alle moderne dinamiche del mercato al consumo. Tale risultato tuttavia non può prodursi da solo. Occorre, infatti, sviluppare un'adeguata progettualità ed attivare un efficace coordinamento con i poteri pubblici e con le forze economico-sociali interessate: solo mediante uno sforzo congiunto è possibile conseguire gli obiettivi di rilancio, sviluppo e riorganizzazione del tessuto commerciale urbano.

L'aggregazione derivante dalla implementazione del Centro Commerciale Naturale, rappresenta un'efficace risposta alla progressiva desertificazione commerciale delle imprese più piccole, ovvia conseguenza delle strategie delle grandi strutture di vendita.

Questa Amministrazione, in ossequio al dettato normativo, con delibera consiliare n. 86 del 12/11/2009 ha preso atto della costituzione di un Centro Commerciale Naturale denominato "CE.NA.CO. PRIOLESE". Scopo dell'istituzione di tale centro è quello di valorizzare il sistema economico locale, con particolare riferimento al commercio tradizionale di vicinato e di medie strutture di vendita, pubblici esercizi e all'artigianato tradizionale, attraverso l'aggregazione degli esercizi, per portare anche i commercianti al dettaglio a svolgere un ruolo attivo nello sviluppo delle attività produttive del nostro territorio comunale. Ciò nell'ambito dell'identità storico, culturale e sociale con il fine anche di favorire la fruibilità turistica del territorio con la promozione dell'immagine e dell'accessibilità dei luoghi interessati.

Con D.A. n. 107/GAB del 04/03/2011 la Regione siciliana ha accreditato il Consorzio Centro Commerciale Naturale "Ce.Na.Co. Priolese" con sede in Priolo Gargallo (SR), via Castel Lentini n. 42, con la conseguente iscrizione nell'Elenco Regionale dei centri commerciali naturali..

L'attuale Centro Commerciale Naturale, che interessa la zona che comprende la parte centrale di Priolo e le zone di Sal Focà, è composto da 47 esercizi, come evidenziato nell'apposita planimetria, di cui 22 del settore commerciale, 20 del settore artigianale e 5 del settore terziario.

L'iniziativa del Centro Commerciale Naturale è in linea con la politica di controtendenza all'incremento della Grande Distribuzione Organizzata, avallata da questa Amministrazione.

Per gli attività aderenti al Centro Commerciale Naturale, in materia di parcheggi, si applicano le previsioni di cui al punto 5.6.2.1 in tema di monetizzazione.

6.8 Commercio su aree pubbliche

Per quanto riguarda il commercio al dettaglio su aree pubbliche, le norme vigenti nell'ambito regionale sono le seguenti:

- Legge Regionale Sicilia 1/3/1995 n. 18 "*Norme riguardanti il commercio su aree pubbliche*" che per commercio su aree pubbliche intende la vendita di merci al dettaglio e la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande effettuate su aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo, o su aree private delle quali il comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, scoperte o coperte, svolto:
 - a) su aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate quotidianamente dagli stessi soggetti durante tutta la settimana. Viene definito uso quotidiano per tutta la settimana l'utilizzazione della superficie concessa per almeno cinque giorni la settimana;

b) su aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate solo in uno o più giorni della settimana indicati dall'interessato;

- Legge Regionale Sicilia 8/1/1996 n. 2 "*Disposizioni interpretative e modifiche della legge regionale 1 marzo 1995, n. 18*";
- Legge Regionale Sicilia 22/12/1999 n. 28 "*Riforma della disciplina del commercio*" che all'art. 29 - comma 4 – prevede: "Per quanto non previsto dalla presente legge si applicano *in quanto compatibili le disposizioni di cui al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e successive modifiche ed integrazioni*".

A seguito dell'entrata in vigore della Legge Regionale n. 18 del 01/03/1995, modificata ed integrata dalla Legge Regionale n. 2 dell'08/01/1996, con deliberazioni consiliari n. 63 del 27/06/1995, n. 17 del 29/02/1996 e n. 36 del 02/04/1996, è stata operata la presa d'atto dei mercati esistenti nel territorio Comunale, la individuazione dei posteggi nell'area di mercato occasionale, l'individuazione dell'area per il mercato stagionale e l'individuazione dei chioschi all'interno dei parchi comunali. Con successiva deliberazione del Consiglio Comunale n. 13 del 09/03/1998 è stato approvato il regolamento per la disciplina del commercio e la gestione delle aree pubbliche e con delibera commissariale n. 117 del 02/06/1998 sono stati modificati i posteggi del mercato periodico occasionale. Con successive deliberazioni del Consiglio Comunale n. 84 del 21/10/2005, n. 28 del 30/04/2009 e, in ultimo, n. 24 del 19/02/2010, si è provveduto alla determinazione delle aree destinate all'esercizio del commercio su aree pubbliche di cui alla lettera a) e b) dell'art. 1 – comma 2 – della Legge Regionale n. 18/95 e del relativo regolamento.

La recente rideterminazione di cui alla delibera consiliare n. 24 del 19/02/2010, di per se, ha comportato la ridefinizione delle aree in atto esistenti e la relativa regolamentazione raggiungendo, in concreto, sia l'obiettivo di razionalizzare ed organizzare l'attuale sistema di attività commerciali su aree pubbliche, attraverso la ridefinizione di alcuni spazi, già utilizzati e l'individuazione di nuove aree da destinare a questa funzione, il tutto in vista di realizzare l'importante obiettivo di ridurre il consistente abusivismo di questo settore, sia individuando meccanismi di programmazione fondati su indici di qualità e fruibilità del servizio in grado di promuovere sviluppo e garantire l'equilibrio degli interessi coinvolti e assicurare una localizzazione delle attività in grado di rispondere alle esigenze anche stagionali del territorio.

6.8.1 Rilevazione dello stato di fatto del commercio su aree pubbliche

6.8.1.1 Rideterminazione delle aree ottimali di cui all'art. 1 - comma 2 - lettera a)

Le aree di cui all'art. 1 comma 2 lettera a) della L.R. n. 18/95 sono aree assegnate in concessione per un periodo di tempo pluriennale (anni 10) e da assegnare per essere utilizzate quotidianamente durante tutta la settimana. Per svolgere questa attività e per essere assegnatario di posteggio, il soggetto deve ottenere l'autorizzazione dal Dirigente del competente ufficio comunale sentita la Commissione Comunale.

Nell'ambito di ciascuna delle seguenti aree, suddivise anche per omogeneità di attività e localizzate sia in siti contigui che non contigualmente, gli operatori commerciali potranno essere titolari di una sola autorizzazione amministrativa e dunque di un solo posteggio.

Al fine di prendere atto della situazione odierna delle aree mercatali esistenti nel territorio comunale, si propongono alcuni schemi sintetici:

Settore : Alimentare

Sono previsti i seguenti **15 (quindici)** posteggi del **settore alimentare** in siti non contigui :

- **N. 1** posteggio localizzato all'interno del piazzale di **Largo dell'Autonomia Comunale**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).
Il posteggio comprende sia l'area occupata da chiosco o da altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.
- **N. 1** posteggio localizzato all'interno del **piazzale del Centro Polivalente**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).
Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.
- **N. 1** posteggio localizzato all'interno della **Piazza Nassiriya**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).
Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.
- **N. 1** posteggio localizzato in **Piazza Di Mauro**, dietro Centro Don Bosco, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).
Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata.

- **N. 1** posteggio localizzato all'inizio di **viale Annunziata**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.

- **N. 1** posteggio localizzato in via **Caboto**, adiacente al Monumento ai Caduti sul Lavoro, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.

- **N. 1** posteggio localizzato in largo prospiciente **via Pirandello**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.

- **N. 2** posteggi localizzati all'interno del **Parco Senia**, per una superficie complessiva di **mq. 108** (centotto).

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata.

- **N. 1** posteggio localizzato all'interno del **Parco Pineta**, per una superficie complessiva di **mq. 190** (centonovanta).

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.

Le autorizzazioni amministrative relative ai suddetti posteggi hanno validità decennale e l'attività viene svolta tutto l'anno e tutti i giorni della settimana.

- **N. 5** posteggi localizzati nella **zona balneare di Marina di Priolo**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).

L'attività commerciale nei suddetti posteggi deve essere svolta esclusivamente mediante l'utilizzo dei chioschi e degli arredi di proprietà del Comune di Priolo Gargallo. Ciascun posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco che quella della veranda.

Le autorizzazioni amministrative relative ai suddetti posteggi hanno validità decennale e l'attività viene svolta a carattere stagionale (dal 1° giugno al 30 settembre) di ogni anno, tutti i giorni della settimana.

- **N. 1** posteggio localizzato in **Largo delle Scuole**, per una superficie complessiva di **mq. 100** (cento).

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.

L'autorizzazione amministrativa relativa al suddetto posteggio ha validità decennale e l'attività viene svolta tutto l'anno e per sei giorni della settimana.

- N. 1 posteggio localizzato in **Piazza Caduti di Nassiriya**, per una misura complessiva di mq. **12 (dodici)**.

Il posteggio comprende l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata.

- N. 1 posteggio localizzato in **Via Iblone**, per una misura complessiva di mq. **12 (dodici)**.

Il posteggio comprende l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata.

Le autorizzazioni amministrative relative ai suddetti posteggi hanno validità decennale e l'attività viene svolta a carattere stagionale (mesi quattro) per sei giorni la settimana.

- N. 1 posteggio localizzato in **Piazza Di Mauro n° 19**, per una superficie complessiva di mq. **90 (novanta)**.

Il posteggio comprende sia l'area occupata dal chiosco o altra struttura preventivamente autorizzata, che quella della veranda.

Le autorizzazioni amministrative relative ai suddetti posteggi hanno validità decennale e l'attività viene svolta tutto l'anno e tutti i giorni della settimana.

AREA MERCATALE	Numero posteggi		
	totale esistente	settore alimentare	settore non alimentare
Piazza Largo Autonomia Comunale	1	1	-
Piazzale del Centro Polivalente	1	1	-
Piazza Nassiriya	1	1	-
Piazza Di Mauro dietro Centro Don Bosco	1	1	-
Inizio di viale Annunziata	1	1	-
Via Caboto (Monumento Caduti sul Lavoro)	1	1	-
Piazza prospiciente la via Pirandello	1	1	-
Parco Senia	2	2	-
Parco Pineta	1	1	-
Zona balneare di Marina di Priolo Gargallo	6	5	1
Piazzale antistante il Cimitero	4	-	4
Largo delle Scuole	1	1	-
Piazza Caduti di Nassiriya	1	1	-
Via Iblone	1	1	-
Piazza Di Mauro n° 19	1	1	-
TOTALE	24	4	28

6.8.1.2 Rideterminazione delle aree ottimali di cui all'art. 1 comma 2 lettera b)

Le aree di cui all'art. 1 comma 2 lettera b) della L.R. n.18/95 sono aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate solo in uno o più giorni della settimana indicati dall'interessato.

Si tratta di aree mercatali e non, purché su posteggio fisso da assegnare in concessione per un periodo di tempo pluriennale (anni 10) per essere utilizzate uno o più giorni la settimana; per svolgere questa attività, e per essere assegnatario di posteggio, il soggetto deve essere in possesso di autorizzazione, nella quale sia indicato il giorno di mercato, il numero del posteggio e la relativa superficie, rilasciata dal Dirigente del competente ufficio sentita la Commissione Comunale

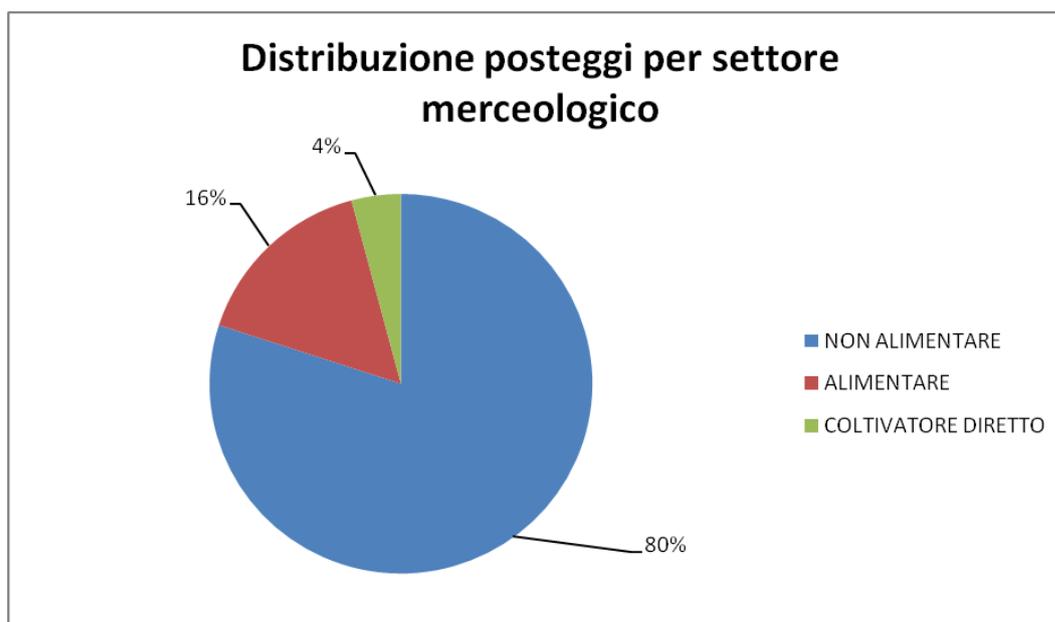
6.8.1.3 Mercato giornaliero a cadenza settimanale

Complessivamente l'offerta dei mercati è costituita da 120 posteggi.

La tabella seguente riporta il dettaglio del mercato.

AREA MERCATALE	Numero posteggi esistenti	Numero posteggi		
		settore alimentare	settore non alimentare	agricoltori
Viale Annunziata Via Manzoni Via Abba	120	19	96	5

In atto risultano occupati n. 120 posteggi che si sviluppa in 2.400 metri quadrati di cui 96 nel settore non alimentare, 19 nel settore alimentare e 5 agricoltori.



Mercato mensile da svolgersi nella prima domenica di ogni mese

Complessivamente l'offerta del mercato destinato per "Fiera dell'usato e dell'antiquariato" è costituita da - 50 posteggi e si sviluppa in 1.000,00 metri quadrati. L'area di Piazza dei caduti di Nassirya è costituita da un posteggio di mq. 12,00-.

La tabella seguente riporta il dettaglio del mercato.

AREA MERCATALE	Numero totale posteggi esistenti	Numero posteggi settore alimentare	Numero posteggi settore non alimentare
Piazza grande Largo Autonomia Comunale	50	-	50
Piazza dei caduti di Nassirya	1	-	1

6.8.2 Considerazioni programmatiche

Il mercato esistente in Viale Annunziata e zone limitrofe, richiede razionalizzazione di layout e di dotazioni tecnologiche finalizzate a dotarlo di impianti e servizi che possano aiutare la funzione mercatale, ma anche le altre funzioni urbane. Attesa la diversa sistemazione urbanistica che verrà data al viale Annunziata, emerge la necessità dello spostamento del mercato settimanale e l'individuazione di aree idonee ad accogliere una struttura di per se complessa.

L'individuazione deve tenere conto di diversi fattori finalizzati a svolgere un ruolo di sviluppo e riqualificazione in riferimento alle seguenti funzioni:

- con riferimento al servizio fornito al consumatore

Il sistema mercatale produce un ampliamento della presenza di servizi commerciali a disposizione del consumatore, migliorando il servizio di prossimità.

- con riferimento alle alternative di prezzo per i consumatori

La funzione economica più importante svolta dall'ambulante consiste nell'offerta al consumatore di alternative di prezzo che generalmente possiedono caratteristiche di risparmio.

- con riferimento alla copertura spaziale della città

L'analisi della presenza sul territorio testimonia una copertura spaziale significativa rispetto al corpo della città.

- con riferimento alla vitalizzazione di parti di città

I mercati si connotano, spesso, come condensatori sociali, come elementi di aggregazione e di scambio, non solo commerciale, ma anche sociale.

- con riferimento al mercato del lavoro

Poiché gli addetti dei mercati cittadini testimoniano una capacità occupazionale non priva di valore.

- con riferimento alla formazione del tessuto imprenditoriale del commercio

Il commercio ambulante può essere visto anche come serbatoio di formazione di imprenditorialità destinata, in parte, ad alimentare il commercio in sede fissa.

AREA MECATALE LIMITROFA AL PALAZZO COMUNALE

Si tratta di due aree di cui una, antistante il Palazzo comunale, da adibire ad area mercatale per il settore alimentare; l'altra, alle spalle del Palazzo comunale per il settore non alimentare.

L'intervento è finalizzato alla dotazione infrastrutturale per il mercato, con l'installazione di contenitori per i rifiuti, di servizi igienici e di tutte le infrastrutture necessarie.

AREA MECATALE DI VIA MOSTRINGIANO

Si tratta di un'area da adibire ad area mercatale per il settore alimentare e non a fianco del Centro Diurno sulla via Mostringiano.

AREA MECATALE DI VIA SALSO

Si tratta di un'area da adibire ad area mercatale per il settore alimentare e non sulla via Salso, ad angolo con la strada provinciale n. 25 Florida-Priolo.

In tutte le tre aree in cui è possibile l'insediamento del mercato, si configura come una unità minima di servizio commerciale e si configura come luogo mercatale che, oltre a garantire il potenziamento dell'offerta commerciale esistente, dovrà svolgere un ruolo di cerniera con l'obiettivo di consolidare le dinamiche di uso del quartiere, di creare uno spazio unitario socializzante che, in modo sinergico, possa determinare, un giorno e nelle ore in cui le genti sono presenti, una maggiore affluenza di cittadini e consolidare il ruolo di centralità dell'area.

L'area sarà dotata degli impianti e delle tecnologie necessarie per il miglior espletamento della funzione proposta: punti presa luce, punti presa acqua, collegamenti fognari, pavimentazioni adeguate e, per il settore alimentare, lavabili.

6.8.3 Regolamento comunale per l'esercizio del commercio su aree pubbliche

Per quanto riguarda l'aspetto regolamentare si rimanda allo specifico regolamento comunale per l'esercizio del commercio su aree pubbliche di cui alla Deliberazione Consiliare n. 28 del 30/04/09.

6.9 PUBBLICI ESERCIZI

Con l'emanazione della Legge del 25 agosto 1991 n. 287, recante disposizioni in materia di "*Aggiornamento della normativa sull'insediamento e sull'attività dei pubblici esercizi*", le incombenze relative al rilascio delle autorizzazioni per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande sono state trasferite al Sindaco competente per territorio.

Successivamente la Legge 5 gennaio 1996 n. 25, all'art. 2, ha disciplinato, in via transitoria fino all'entrata in vigore del regolamento di esecuzione della legge medesima, la materia concernente l'autorizzazione di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande; il provvedimento legislativo ha stabilito che l'autorizzazione prevista dai commi 1 e 4 dell'art. 3 della Legge in argomento viene rilasciata dal Sindaco, previa fissazione da parte dello stesso e su conforme parere della Commissione prevista dall'art. 6, di un parametro numerico che assicura, in relazione alla tipologia degli esercizi, la migliore funzionalità e produttività del servizio da rendere al consumatore ed il più equilibrato rapporto tra gli esercizi e la popolazione residente e fluttuante, tenuto anche conto del reddito di tale popolazione e delle abitudini di consumo extra-domestico.

Recentemente in data 23 aprile 2010 è stato pubblicato nella G.U. n.94 del 23 aprile 2010 il Decreto Legislativo 26/03/2010 n. 59 avente ad oggetto: "*Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel*

mercato interno" che ha fornito un contributo decisivo verso il processo di liberalizzazione e semplificazione del mercato dei servizi.

Le disposizioni del D.Lgs. n. 59/2010 sono entrate in vigore a decorrere da 8 maggio 2010 nella Regione Sicilia in forza della clausola di cedevolezza contenuta nell'art. 84 del citato decreto. In particolare l'art. 64 del decreto legislativo n. 59/2010 ha innovato profondamente la disciplina degli esercizi per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande disponendo: *"Al fine di assicurare un corretto sviluppo del settore, i comuni, limitatamente alle zone del territorio da sottoporre a tutela, adottano provvedimenti di programmazione delle aperture degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande al pubblico di cui al comma 1, ferma restando l'esigenza di garantire sia l'interesse della collettività inteso come fruizione di un servizio adeguato sia quello dell'imprenditore al libero esercizio dell'attività". Tale programmazione può prevedere, sulla base di parametri oggettivi e indici di qualità del servizio, divieti o limitazioni all'apertura di nuove strutture limitatamente ai casi in cui ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo in particolare per il consumo di alcolici, e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità. In ogni caso, resta ferma la finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale e sono vietati criteri legati alla verifica di natura economica o fondati sulla prova dell'esistenza di un bisogno economico o sulla prova di una domanda di mercato, quali entità delle vendite di alimenti e bevande e presenza di altri esercizi di somministrazione.*

L'ambito regionale, l'Assessorato alle Attività Produttive della Regione Sicilia ha emanato la circolare n. 4 del 06/10/2010 avente ad oggetto: *"Decreto Legislativo 59/2010 – Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno - Prime direttive operative in materia di attività commerciali"*.

La circolare n.4/2010, ribadisce che *"l'accesso e l'esercizio delle attività di servizi costituiscono espressione della libertà di iniziativa economica e non possono essere sottoposti a limitazioni non giustificate o discriminatorie, né essere subordinati al rispetto di alcuni requisiti"*.

Tuttavia, l'esercizio di una attività economica, di fronte alla individuazione e alla sussistenza di un *"motivo imperativo di interesse generale può essere subordinato: ... "restrizioni quantitative o territoriali sotto forma, in particolare, di restrizioni fissate in funzione della popolazione o di una distanza geografica minima tra prestatori; requisiti che impongono al prestatore di avere un determinato statuto giuridico; ecc...."*. Fra i motivi imperativi d'interesse generale rientrano le ragioni di pubblico interesse, come l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica, l'incolumità pubblica, la sanità pubblica, la sicurezza stradale, la tutela dei lavoratori

compresa la protezione sociale dei lavoratori, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, la tutela dei consumatori, dei destinatari di servizi e dei lavoratori, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, la salute degli animali, la proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale (art. 8, c. 1, lettera h).

Sempre la sopracitata circolare segnala che **l'apertura** degli esercizi della somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione, di cui alla legge 25 agosto 1991, n. 287, è **soggetta ad autorizzazione** rilasciata dal comune competente per territorio.

Il comune in materia di nuove aperture di esercizi per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, **non può scegliere il regime di liberalizzazione**, né tanto meno può programmare sulla base di parametri numerici, la cui previsione legislativa (art. 3, comma 1, L. n.287/91) è stata infatti espressamente abrogata dall'articolo 64, c.10.

Altresi il rilascio delle nuove possibili autorizzazioni che dovessero essere individuate dal provvedimento di programmazione è soggetto alla procedura di cui agli articoli 15, 16 e 17 del decreto in oggetto in materia di sorvegliabilità dei locali destinati alla somministrazione, di accesso e di requisiti richiesti sia per la vendita che per la somministrazione, di requisiti morali richiesti, di limitazioni morali per l'esercizio dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande.

Alla luce del D.Lgs. n. 59/10 il Sindaco, con propria determinazione n. 49 del 11/05/2011, ha determinato il criterio di programmazione e disciplina per l'esercizio delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, stabilendo che: *"... l'apertura di nuovi pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande non è subordinata –in tutto il territorio comunale – a parametri e criteri numerici stabiliti dal Comune ..."*.

Pertanto su tutto il territorio comunale, in applicazione della Legge n. 122 del 30/07/2010 di conversione, con modificazioni, del decreto-legge 31 maggio 2010 n. 78, recante misure urgenti in materia di stabilizzazione finanziaria e di competitività economica, è consentita l'apertura dei Pubblici Esercizi dietro presentazione della S.C.I.A. (Segnalazione Certificata di Inizio Attività).

6.9.1 Rilevazione dello stato di fatto pubblici esercizi

La rete dei pubblici esercizi del Comune di Priolo Gargallo subisce l'influenza del sistema infrastrutturale che caratterizza il Comune ed è rappresentato da un insieme di grandi reti che lo costeggiano: la rete ferroviaria, la ex Strada Statale Sr-Ct, oggi Strada Provinciale 95, linea autostradale Sr-Ct. La presenza di un sistema viario così articolato suggerisce una differenziazione di analisi riferita alle attività all'interno del tessuto

urbano, prevalentemente rivolto alla popolazione residente, e quello extra urbano, prevalentemente rivolto alla popolazione non residente.

La rilevazione vede complessivamente insediate 45 attività, per una superficie di somministrazione complessiva di 4.734 metri quadrati.

45 PUBBLICI ESERCIZI
in 4.734 mq. di somministrazione
con 150 mq. di somministrazione medio

379 mq di somministrazione ogni 1000 abitanti
livello di servizio fornito dai PUBBLICI ESERCIZI alla città

265 abitanti per esercizio
livello di servizio fornito dai PUBBLICI ESERCIZI alla città

4,08 esercizi ogni 1.000 abitanti

Quest'ultimo dato (**4,08 esercizi ogni 1.000 abitanti**) risulta superiore alla media regionale che conta 3,08 esercizi per 1.000 abitanti.

Al fine di prendere atto della situazione odierna, si riportano qui di seguito i dati sintetici delle attività di somministrazione di alimenti e bevande al pubblico esistenti nel territorio comunale, distinti in:

AMBITO URBANO ED EXTRAURBANO:

- PUBBLICI ESERCIZI ambito urbano **N. 36**
- PUBBLICI ESERCIZI ambito extraurbano **N. 9**

ZONE TERRITORIALI OMOGENEE:

		NUMERO AUTORIZZAZIONI RILASCIATE
ZONA 1	CENTRO STORICO (Zona "A" del P.R.G.) corrispondente agli ambiti che ricomprendono le vie: - Grimaldi - Palestro - Megara Iblea - Platamoni	N. 05
ZONA 2	ZONE URBANE CONSOLIDATE (Zona B e B ₁ del centro urbano)	N. 29
ZONA 3	ZONE URBANE CONSOLIDATE (Zona B ₁ del centro urbano)	N. 02
ZONA 4	ZONE DI ESPANSIONE (Zone C)	N. --
ZONA RESIDUALE	Tutte le aree non ricomprese nelle delimitazioni delle precedenti zone	N. 9

PER TIPOLOGIA:

Le autorizzazioni relative alla somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, in base al combinato disposto dell'art. 5 della Legge 287/91, sono così distinte:

-**tipologia A)** esercizi di ristorazione per la somministrazione al pubblico di pasti e bevande (ristoranti, trattorie, pizzerie, tavole calde ed esercizi simili) che in totale ammontano a **09 unità**;

-**tipologia B)** esercizi per la somministrazione di bevande comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione (bar, caffè, birrerie, gelaterie, pasticcerie ed esercizi simili) che in totale ammontano a **21 unità**;

-congiuntamente **tipologia A e B)** in totale ammontano a **15 unità**;

-**tipologia C)** esercizi in cui la somministrazione di alimenti e bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di trattenimento e svago (sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari ed esercizi similari), che in totale ammontano a **3 unità**;

-**tipologia D)** esercizi di cui alla tipologia B) nei quali è esclusa la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione, di cui in atto non è avvenuto alcun rilascio.

6.9.2 Programmazione pubblici esercizi

L'apertura di nuove attività o il trasferimento di sede in diversa zona sono condizionate alle valutazioni contenute dalla tabella conclusiva riportante la "*Matrice di Programmazione*".

L'apertura di nuove attività, i trasferimenti di sede e l'esercizio dell'attività, sono subordinati anche al rispetto dei seguenti elementi e condizioni essenziali:

a) verifica dell'impatto acustico: la segnalazione certificata di inizio attività (S.C.I.A.) per nuova apertura, sia di esercizi che di circoli privati, dovrà essere accompagnata da apposita documentazione previsionale di impatto acustico (D.P.I.A.), da predisporre in ottemperanza a quanto stabilito dall'articolo 8 della legge quadro n. 447 del 26/10/1995.

In caso di attività esistenti, detta documentazione deve essere prodotta qualora sia prevista la realizzazione di interventi tali da modificare le immissioni di rumore nell'ambiente circostante e/o per i quali sia previsto l'utilizzo di installazioni impiantistiche quali gli impianti di refrigerazione, di condizionamento, di trattamento aria, di climatizzazione, di aspirazione, di ventilazione o simili, ovvero macchinari quali attrezzature per cucina e lavanderia, attrezzature per la pulizia degli ambienti, attrezzature per il giardinaggio o simili, o nel caso in cui sia previsto l'utilizzo di impianti di diffusione sonora o lo svolgimento di eventi con diffusione di musica o utilizzo di strumenti musicali.

b) ottenimento di espressa autorizzazione del Comune per l'utilizzo di eventuali aree esterne adibite alla somministrazione, adiacenti o pertinenti al locale, ottenute in concessione, se pubblica, o a disposizione dell'esercente, se private; a tal fine deve essere presentata apposita valutazione di impatto acustico, salvo diversa disposizione prevista dal Regolamento di zonizzazione acustica o, in assenza, specifica ordinanza sindacale, nonché rispettata la compatibilità edilizia.

6.9.3 Interpretazione ed utilizzo dei risultati della matrice di programmazione

La matrice di programmazione esprime, per ciascuna zona, un risultato attraverso tre parametri, *concorrenza*, *accessibilità* e *sostenibilità*, ciascuno dei quali si conclude con i valori alta, media, bassa, la cui sintesi viene espressa nelle valutazioni finali, rese in attuazione degli obiettivi da raggiungere, e che, in via generale, comportano un diniego all'apertura di nuove strutture o a trasferimenti di sede tra diverse zone qualora nella zona i tre indicatori riportino una delle seguenti combinazioni di valori:

INDICATORI		
<i>CONCORRENZA</i>	<i>ACCESSIBILITA'</i>	<i>SOSTENIBILITA'</i>
bassa	alta	bassa
media	alta	bassa
alta	bassa	bassa
alta	media	bassa
alta	alta	bassa
alta	alta	media

Il percorso metodologico è articolato per fasi, che, a partire dalla conoscenza delle caratteristiche demografiche, fisiche, ambientali, storico-culturali e funzionali del territorio, sulla base di elementi comuni ad altri strumenti di programmazione comunale e tenendo conto della specificità di ciascuna realtà comunale, possa armonizzare le esigenze della concorrenza, dei livelli di servizio adeguati al territorio e alla popolazione e della sostenibilità sociale e ambientale; si deve pervenire, grazie all'analisi dei dati relativi a popolazione, territorio ed economia dell'area interessata, alla predisposizione di una "matrice di programmazione".

Per elaborare la matrice di programmazione, ai dati raccolti per ciascuna zona sono stati applicati gli indicatori, ossia le nozioni di:

1. **CONCORRENZA:** esprime la misura del grado di concorrenzialità del mercato e consiste nel rapporto tra la popolazione (residente + fluttuante) e il numero di esercizi presenti all'interno di ogni zona. Il termine di riferimento è dato dalla media tra la popolazione totale e il numero di esercizi presenti in tutto il comune

2. **ACCESSIBILITÀ** (grado di dispersione degli esercizi per zona): misura il grado di dispersione degli esercizi sul territorio rispetto alla popolazione totale. Tanto maggiore è il suo valore tanto più è agevole al consumatore accedere agli esercizi
3. **SOSTENIBILITÀ** è la capacità di una determinata zona di "assorbire" gli impatti indotti dalla presenza di esercizi di somministrazione. Il valore di riferimento è dato dal rapporto tra il numero degli esercizi presenti e la superficie.

Partendo dall'analisi della realtà comunale sotto il profilo territoriale, ambientale, demografico ed economico, si è proceduto, alla suddivisione del territorio in quattro zone omogenee per caratteristiche.

Le scelte effettuate sul territorio sono da affiancare alla definizione degli obiettivi della programmazione degli esercizi di somministrazione. Finalità primarie sono lo sviluppo e l'innovazione del settore della somministrazione, nonché la tutela del consumatore in relazione ai prezzi, alla qualità del servizio, alla garanzia di un'adeguata concorrenza. Tuttavia, altrettanto importante è stata ritenuta la tutela di interessi della collettività quali la sostenibilità ambientale, nonché la tutela dell'ordine e della quiete pubblica, con specifico riferimento al controllo del consumo di alcolici ed alla salvaguardia della salute e del riposo delle persone.

Applicando ai dati raccolti per ciascuna zona gli indicatori di cui sopra, si è quindi ottenuta la "Matrice di programmazione", che, stabilito che in ogni ipotesi in cui uno degli indicatori faccia rilevare una situazione di saturazione non sia possibile il rilascio di nuove autorizzazioni, consente di elaborare un'ipotesi per il rilascio di autorizzazioni alla somministrazione di alimenti e bevande così strutturata:

Matrice di programmazione

	<i>CONCORRENZA</i>	<i>ACCESSIBILITÀ</i>	<i>SOSTENIBILITÀ</i>	<i>VALUTAZIONI</i>
ZONA 1	alta	media	media	è possibile rilasciare autorizzazioni
ZONA 2	alta	media	media	è possibile rilasciare autorizzazioni
ZONA 3	bassa	bassa	media	è possibile rilasciare autorizzazioni
ZONA 4	media	bassa	media	è possibile rilasciare autorizzazioni
ZONA RESIDUALE				Non soggetta a programmazione

Il livello di concentrazione degli esercizi rispetto alle dimensioni delle varie zone rende possibile una espansione dei punti di somministrazione, in quanto basato sulla presenza di indicatori non è idonei a porre limiti a nuove autorizzazioni o trasferimenti, non rappresentando criticità desumibili dai *"motivi imperativi di carattere generale"* - di cui all'art. 4 comma 8 della direttiva comunitaria Bolkestein - riconosciuti come tali dalla giurisprudenza della Corte di Giustizia, tra i quali: l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica, l'incolumità pubblica, la sanità pubblica, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, la tutela dei consumatori, dei destinatari di servizi e dei lavoratori, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, la salute degli animali, la proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico ed artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale.

La zona residuale non rientra in questa programmazione. Sono ammesse nuove aperture fatta salva la compatibilità urbanistica.

7. NORMATIVA DI RIFERIMENTO

ESERCIZI DI VICINATO, MEDIE E GRANDI STRUTTURE:

- **Delibera di Consiglio Comunale n. 111 del 22/10/2011**
"Criteri per il rilascio delle autorizzazioni delle medie strutture di vendita ai sensi dell'art. 8 – comma 3 – della L.R. n. 28 del 22/12/1999"
- **Delibera di Consiglio Comunale n. 112 del 22/10/2011**
"Norme sul procedimento concernente le domande di autorizzazione delle medie strutture"
- **Legge Regionale Sicilia 22/12/1999 n. 28**
Riforma della disciplina del commercio
- **Decreto Presidente della Regione Sicilia 11/7/2000**
Direttive ed indirizzi di programmazione commerciale e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale
- **Decreto Assessoriale del 12/07/2000 n. 981**
Disposizione per la correlazione dei procedimenti per il rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e della autorizzazione all'apertura di una media e grande struttura di vendita.
- **Decreto Assessoriale Sicilia 12/7/2000 n. 982**
Disposizioni per regolamentare gli interventi a favore dei centri storici, delle aree urbane di interesse commerciale, dei centri urbani di minore consistenza demografica ubicati nelle zone di montagna, in zone rurali e nelle isole minori. Fissazione dei criteri di priorità e atti dovuti per il rilascio delle autorizzazioni per medie e grandi strutture di vendita
- **Decreto Presidente Giunta Regionale Sicilia 26/7/2000**
Norme sul procedimento concernente le domande relative alle grandi strutture di vendita, sulla partecipazione al procedimento amministrativo e di funzionamento delle conferenze di servizi di cui all'art. 9, comma 5, della L.R. 22/12/1999, n. 28
- **Decreto Assessoriale Sicilia 12/12/2002**
Fissazione dei limiti e delle condizioni per il rilascio delle autorizzazioni di cui all'art. 9 della legge regionale 22 dicembre 1999, n. 28

- **Legge Regionale 15/09/2005 n. 10**
Norme per lo sviluppo turistico della Sicilia e norme finanziarie urgenti – art. 9 Centri Commerciali Naturali
- **Decreto Assessoriale Sicilia 21/9/2005 n. 6772**
Art. 22, comma 4 della legge 28/1999. Riforma della disciplina del commercio e artt. 11-12 e 13 del decreto n. 176 del 26/7/2000. Disposizioni sulla verifica dei contingenti previsti per le grandi strutture di vendita
- **Decreto 24 gennaio 2008 Regione Siciliana**
Direttive per il riconoscimento dei Comuni ad economia turistica e città d'arte.
- **Decreto Assessoriale del 09/04/2009**
Norme di attuazione delle disposizioni di cui all'art. 9
- **Decreto Assessoriale del 30/07/2009**
Integrazione del decreto 09/04/2009, concernente norme di attuazione delle disposizioni di cui all'art. 9 L.R. 15/09/2005 n. 10, modificata dall'articolo 4 della L.R. 08/011/2007 n. 21. Centri Commerciali Naturali;
- **Circolare n. 4 del 08/10/2009**
Grandi Strutture di vendita.
- **Circolare n. 3 del 01/10/2009**
Esercizi di vicinato
- **Nota protocollo n. 1115 del 15 febbraio 2010**
L.R. 28/99. Attivazione autorizzazioni grandi strutture di vendita. Indicazioni operative.
- **Decreto Legislativo 26 marzo 2010, n. 59**
Attuazione della direttiva 2006/123/CE relative ai servizi nel mercato interno
- **Decreto Assessoriale del 30/06/2011 n. 376**
Istituzione dell'Elenco Regionale dei Centri commerciali naturali (C.C.N.).

PUBBLICI ESERCIZI:

- **Determinazione Sindacale n. 49 del 11/05/2011**

Determinazione criteri parametrici di programmazione e disciplina per l'esercizio delle attività di somministrazione di alimenti e bevande in ottemperanza al D.Lgs. n. 59 del 26/03/2010

- **Circolare 07/01/1997 n. 907**

Linee guida per i requisiti minimi dei pubblici esercizi, ex art. 5 della legge n. 287/91. Linee guida istruzioni per l'organizzazione funzionale dei centri di produzione e confezionamento pasti per la ristorazione collettiva

- **Legge 25/08/1991 n. 287**

Aggiornamento della normativa sull'insediamento e sull'attività dei pubblici esercizi.

- **Decreto Legislativo 26/03/2010, n. 59**

Attuazione della direttiva 2006/123/CE relative ai servizi nel mercato interno

COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE:

- **Delibera di Consiglio Comunale n. 24 del 19/02/2010**

Rideterminazione aree destinate all'esercizio del commercio su aree pubbliche e relativo regolamento - Modifica

- **Delibera di Consiglio Comunale n. 28 del 30/04/2010**

Rideterminazione aree destinate all'esercizio del commercio su aree pubbliche e relativo regolamento

- **Delibera della Giunta Municipale n. 143 del 10/05/2011**

Presa d'atto posteggi mercato settimanale

- **Legge Regionale Sicilia 8/1/1996 n. 2**

Disposizioni integrative e modifiche della legge regionale 1° marzo 1995, n. 18 Norme riguardanti il commercio su aree pubbliche». Disposizioni varie in materia agricola

- **Legge Regionale Sicilia 1/3/1995 n. 18**

Commercio su aree pubbliche

- [Legge Regionale Sicilia 22/12/1999 n. 28](#)

Riforma della disciplina del commercio

- [Decreto Legislativo 26/03/2010, n. 59](#)

Attuazione della direttiva 2006/123/CE relative ai servizi nel mercato interno