

COMUNE DI LOANO: PIANO COMMERCIALE

1. IL QUADRO NORMATIVO

La prima legge nazionale sul commercio risale al 1926 ed assegnava ai comuni l'obbligo di individuare le categorie di prodotti sulla base delle quali rilasciare le "licenze" nonché di nominare una commissione comunale composta dai rappresentanti delle categorie stesse.

La materia è stata profondamente modificata nel 1971 con l'emanazione della legge 426 (e suo regolamento di esecuzione del 1972) e con l'introduzione per la prima volta di due concetti importanti:

- a) la programmazione/pianificazione comunale;
- b) i requisiti morali e professionali obbligatori per l'esercizio dell'attività.

L'ammodernamento della rete doveva passare attraverso il contingentamento di alcuni prodotti di più largo consumo (alimentari e abbigliamento) e l'individuazione di superfici minime per il rilascio di nuove "autorizzazioni" in considerazione della consistenza della rete commerciale, estremamente compressa in termini di spazi di vendita, e della scarsa presenza di distribuzione organizzata rispetto alla media europea mentre la riqualificazione del settore doveva avvenire attraverso corsi professionali organizzati dalle Camere di Commercio.

Tranne in qualche rara eccezione, la pianificazione però è stata interpretata come una difesa dell'esistente, ponendo vincoli e divieti per nuove aperture dei prodotti di più largo consumo in esercizi tradizionali a fronte invece di un certo incremento della distribuzione organizzata.

La materia fu ulteriormente innovata nel 1998 con l'emanazione della riforma introdotta dal D.Lgs. 31.03.1998, n. 114 conosciuto come "decreto Bersani".

Furono indicati alcuni criteri "cardine" quali:

- a) l'eliminazione del contingentamento dei prodotti di largo consumo;
- b) l'individuazione di due soli settori merceologici (alimentare e non alimentare);
- c) la liberalizzazione dell'apertura degli esercizi di vicinato;
- d) la programmazione commerciale/urbanistica da parte di ciascuna Regione;

Si è poi assistito ad un susseguirsi di provvedimenti che hanno profondamente inciso sul settore:

- a) la legge 241/1990 e s.m.i. sui procedimenti amministrativi ripetutamente modificata soprattutto nell'art. 19 con l'introduzione della S.C.I.A. (segnalazione certificata di inizio attività) in sostituzione del precedente regime autorizzatorio;
- b) il D.Lgs. 20.03.2010, n. 59 di recepimento della direttiva CE 123/2006 sul mercato interno (cosiddetta Bolkestein), che non consente criteri prioritari in funzione di

residenza/cittadinanza del soggetto ed ha apportato importanti modifiche alla normativa vigente soprattutto in materia di requisiti morali e professionali per l'accesso all'attività;

c) la legge 27/2012 con la quale è stata inibita la possibilità di programmare ponendo limiti o condizioni alla libera concorrenza basati su prevalenti contenuti economici che impediscono o condizionano l'avvio di nuove attività; quindi no a contingentamenti o criteri di natura quantitativa;

d) il D.Lgs. 222/2016 con il quale è stata ribadita la possibilità di sottoporre a maggior tutela, zone di particolare pregio archeologico, storico, paesaggistico anche inibendo l'esercizio di alcune attività commerciali, e in apposito allegato (tabella A) sono stati individuati i vari procedimenti per le singole attività commerciali.

A seguito della modifica del Titolo V della Costituzione Italiana la materia del commercio è divenuta di competenza delle Regioni, rimanendo a carico dello Stato la disciplina della concorrenza. In conseguenza di ciò le Regioni hanno provveduto ad emanare le loro autonome discipline in materia di commercio.

La Regione Liguria è intervenuta nel settore mediante l'approvazione di una propria legge di regolamentazione (2 gennaio 2007, n. 1 "testo unico in materia di commercio"), ripetutamente modificata ed integrata in conseguenza di vari provvedimenti nazionali, nonché attraverso l'adozione di una serie di atti consiliari di programmazione per le varie discipline: del commercio, della somministrazione, dei carburanti, dei quotidiani e periodici.

Al momento dell'adozione del presente provvedimento in Regione Liguria i due provvedimenti cardine per la programmazione delle attività commerciali, sia sotto l'aspetto strettamente commerciale che in riferimento agli aspetti più propriamente urbanistici, sono le Deliberazioni del Consiglio Regionale n. 31 del 17.12.2012, n. 31 del 18.11.2014 e n. 6 del 23.02.2016.

2. COLLEGAMENTI CON LE NORME URBANISTICHE

Sotto l'aspetto urbanistico nel Comune di Loano è attualmente vigente la variante Generale al PRG approvato nel 1998 ed è in fase di predisposizione il PUC (Piano Urbanistico Comunale) i cui tempi di ultimazione sono previsti entro fine 2023.

Dall'approvazione del presente provvedimento sino all'entrata in vigore del nuovo strumento urbanistico si ritiene di mantenere quali parametri urbanistici di riferimento quelli contenuti nel detto PRG, all'interno della quale sono presenti norme di carattere più restrittivo rispetto alla recente programmazione urbanistico-commerciale della Regione Liguria.

Nell'ambito della stesura del PUC si terrà conto dell'esigenza di armonizzare i contenuti urbanistici propri di tale pianificazione con la programmazione di carattere urbanistico/commerciale contenuta nelle citate deliberazioni del Consiglio regionale, soprattutto in riferimento alla distribuzione organizzata e agli standard di parcheggio.

Successivamente si procederà all'adozione di specifico provvedimento di adeguamento del presente piano commerciale al nuovo PUC.

In conseguenza di ciò:

a) Non è previsto sull'intero territorio comunale l'insediamento di alcuna Grande Struttura di vendita (cioè esercizi con superficie netta di vendita superiore a mq. 1.500), né come unica struttura né come struttura organizzata in Centro Commerciale o Parco Commerciale o Distretto Commerciale Tematico. Ciò vuol dire che, in applicazione degli articoli da 19 bis a 23 del TUC, l'insediamento e il rispetto degli standard urbanistici per tali tipologie di strutture mediante procedimento unico di SUAP ai sensi dell'articolo 10 della l.r. 10/2012 può essere attivato soltanto successivamente all'adozione delle ordinarie procedure di variante al vigente PRG.

b) Le MSV (cioè esercizi con superficie netta di vendita da mq. 250 fino a mq. 1.500) possono insediarsi soltanto nel rispetto di quanto contenuto nella declaratoria di ciascuna zona redatta in conformità al vigente PRG. Se per l'insediamento di tali strutture è necessario procedere a varianti al PRG, in applicazione dell'art. 19 del TUC devono essere predisposti idonei SUA seguendo le disposizioni di cui alla l.r. 10/2012.

c) Per quanto attiene il parcheggio pertinenziale, per ciascuna zona sono recepiti quelli riportati nel vigente PRG, senza alcuna possibilità di monetizzazione. Per quanto attiene gli standard urbanistici, dovranno essere reperiti quelli stabiliti dal D.M. 1444/68 senza possibilità di monetizzazione.

3. LA RETE COMMERCIALE

La consistenza della rete commerciale di Loano (e cioè l'insieme degli esercizi di vicinato e di medie strutture attive sul territorio) alla data del 30 giugno 2022 è di 370 esercizi.

Nell'ultimo biennio si sono sostanzialmente pareggiate le nuove aperture e le chiusure definitive ed il cospicuo numero di subingressi (che ha in pratica pareggiato quello delle cessazioni) ha lievemente attutito l'incremento delle chiusure.

La pandemia da Covid-19 ha portato nel settore commerciale in generale una profonda trasformazione.

Le norme di sicurezza sanitaria (divieti di allontanarsi dalla propria abitazione o dall'ambito strettamente comunale, distanziamento personale, chiusure obbligatorie degli esercizi commerciali non di prima necessità, divieto di somministrazione nei pubblici esercizi) protrattesi per diversi mesi, hanno modificato le abitudini di acquisto. Non potendo avvalersi del negozio sotto casa o della Grande Distribuzione organizzata, se non per i generi di prima necessità (alimentari, farmacie, tabaccherie, giornali) il consumatore si è rivolto agli acquisti "on-line", che hanno registrato un incremento notevolissimo.

Mentre per il settore della somministrazione (bar, ristoranti) e della ricettività (alberghi e stabilimenti balneari) si intravede una ripresa abbastanza rapida specialmente in relazione all'ottimo andamento della stagione turistica, il comparto commerciale soprattutto non alimentare stenta ancora a riavviarsi ai livelli precedenti, anche a causa delle spese di gestione che hanno pesantemente influito sui bilanci delle aziende nei periodi di chiusura forzata.

L'oggettivo aumento dei costi di approvvigionamento delle merci, dovuto a difficoltà di produzione e di trasporto nonché ai venti di guerra che sono arrivati fin nel cuore dell'Europa, e le conseguenti velocissime mutazioni di domanda da parte dei consumatori comportano

la necessità di una revisione delle modalità di vendita non facilmente valutabili nell'immediato.

E' inoltre ancora tutto da valutare l'impatto sul settore a medio e lungo termine dovuto alla oggettiva maggiore povertà ingenerata dalla pandemia in termini di perdita di posti di lavoro nonché alla insicurezza dettata dall'ipotesi di estensione sia temporale sia spaziale dei conflitti.

Al momento l'unica risposta possibile è una maggiore tutela della rete esistente ed incentivi nel caso di nuove aperture legate a produzioni tipiche locali e di qualità.

4. OBIETTIVI DEL PIANO COMMERCIALE

In considerazione del quadro normativo come sopra delineato e tenuto conto che il fine ultimo del piano è quello di preservare, sviluppare e potenziare la funzione del commercio, riconoscendo al settore il grande contributo che fornisce all'aggregazione sociale, gli obiettivi reali che può porsi oggi un piano commerciale possono essere principalmente:

- a) rendere compatibili i servizi commerciali con le altre funzioni territoriali quali la viabilità, la mobilità dei consumatori, la riqualificazione urbana;
- b) semplificare ulteriormente i procedimenti e gli adempimenti per l'avvio e l'esercizio dell'attività;
- c) salvaguardare le aree di interesse archeologico, storico, architettonico, artistico, ambientale;
- d) valorizzare e promuovere la cultura enogastronomica e le produzioni tipiche regionali e nazionali;

Per raggiungere tali obiettivi è importante che la parte pubblica incentivi la salvaguardia del territorio mediante la tutela di "aree delicate o sensibili" quali i centri storici per sostenere l'ambiente urbano inteso come patrimonio artistico, storico e architettonico, prevedendo anche forme di agevolazioni in relazione al ruolo fondamentale che il piccolo commercio costituisce quale servizio alla popolazione, soprattutto quella più disagiata.

Va inoltre mantenuta alta l'attenzione all'area portuale, che si è sviluppata come uno dei migliori approdi turistici della Liguria, con una approfondita valutazione circa le possibilità di ulteriore incremento sotto l'aspetto dei servizi commerciali specializzati, mantenendo grande attenzione alle dotazioni di parcheggio.

E' altrettanto importante confermare i criteri qualitativi sia tecnici che ambientali per eventuali nuove strutture commerciali organizzate, finalizzati ad un miglioramento complessivo delle zone di insediamento, come previsto dalla programmazione regionale.

Di ciò dovrà essere tenuto conto nella presentazione di progetti mediante procedimento unico in applicazione della l.r. 10/2012.

Infine, la salvaguardia del tessuto commerciale non può che raggiungersi attraverso un rinnovato rapporto di collaborazione con le Associazioni di categoria indirizzato nel senso di:

- a) attenta valutazione degli attuali bisogni del comparto, sia rivolta al consumatore che agli stessi commercianti;
- b) approfondimento della possibile sinergia con le nuove modalità commerciali;
- c) costruzione di progetti comuni in direzione dell'innovazione tecnologica e del miglioramento della professionalità degli addetti.

In questa direzione la Giunta Comunale si farà promotrice della organizzazione di un tavolo di lavoro con tutti gli attori presenti nel settore con il fine ultimo di migliorare l'offerta al consumatore, salvaguardando la rete esistente. Potrà essere altresì oggetto dei lavori del tavolo la valutazione sulla opportunità di incentivare la creazione di un Centro Integrato di Via (come definito al successivo punto 5) e/o la sottoscrizione di idonee intese con altri Enti quali Regione Liguria e Camera di Commercio per costruire patti d'area (come definiti al successivo punto 6). Il tavolo riferirà periodicamente al Consiglio Comunale e potrà suggerire azioni concrete di intervento sia di natura regolamentare che eventualmente di natura economica.

5. CENTRO INTEGRATO DI VIA

L'obiettivo della Regione previsto dall'art. 122 della l.r. 1/2007 con l'istituzione dei C.I.V. (Centri Integrati di Via) è stato quello di cercare di incrementare la competitività del territorio e la qualificazione delle imprese nonché la loro innovazione e aggregazione.

Giuridicamente questi soggetti sono stati individuati come consorzi tra operatori che possano costituire un "centro commerciale all'aperto".

Condividendo tale obiettivo, il ruolo da attribuire al C.I.V. è quello di:

- a) proporre tipologie merceologiche compatibili con la zona di competenza (es. prodotti gastronomici tipici, attività artigianali artistiche) e strumenti per la loro valorizzazione;
- b) individuare nuove tipologie produttive e/o distributive che possano apportare valore aggiunto;
- c) creare un marchio d'area;
- d) individuare nuove forme pubblicitarie utilizzando i media informatici (fb, whatsapp, ecc.);
- e) organizzare servizi a favore dei turisti/consumatori (es. consegna a domicilio, baby-parking, bike sharing per bambini);
- f) organizzare iniziative promozionali sia di specifiche attività (ad esempio legate ai saldi, tipo "fuoritutto" con proprie postazioni originali all'esterno dei locali) sia di particolarità del territorio (es. riutilizzo di locali vuoti con mostre, conferenze, ecc.);
- g) proporre nuove forme di collaborazione per la tutela del territorio (es. gruppo di lavoro con forze dell'ordine e altri organismi pubblici);

h) individuare itinerari guidati al patrimonio religioso o comunque culturale gestiti da operatori inseriti nella zona.

Il C.I.V. dovrà, altresì, svolgere il ruolo di strumento di rinascita soprattutto in zone della città che presentano criticità, sotto l'aspetto della presenza commerciale, della carenza di servizi, della viabilità, stimolando progettualità sul riuso di volumi esistenti o situazioni di degrado.

Sotto l'aspetto procedurale, una volta costituito, il C.I.V. dovrà richiedere all'Amministrazione Comunale il riconoscimento della perimetrazione territoriale al fine di poter accedere ai finanziamenti previsti dalle normative regionali.

6. PATTO D'AREA

La programmazione regionale ha istituito lo strumento del "Patto d'Area" per la tutela, la salvaguardia e la valorizzazione dei centri storici. In particolare viene evidenziato che " ... occorre riconoscere il valore del territorio per ottimizzare i pregi, così da permettere un insediamento ottimale delle nuove attività, che vadano a legare con le peculiarità del territorio circostante sfruttandone appieno le potenzialità e contribuendo così alla crescita ed allo sviluppo di una identità territoriale che porterà ad una differenziazione di offerta e di domanda; questo consentirà di ritagliare uno spazio del mercato senza danneggiare altre zone, anzi creando una sinergia che porti una evoluzione collettiva ... "

I patti d'area devono essere stipulati, su aree appositamente perimetrare, tra Regione, Prefettura, Comune, associazioni del commercio, CCIAA, Consorzi imprese (in modo particolare i C.I.V.) e proprietari di immobili collocati nel perimetro.

Attraverso tale strumento si può tendere alla valorizzazione dei centri storici e commerciali utilizzando le seguenti indicazioni:

- a) mettere in contatto i vari proprietari dei fondi per un accordo di offerta di mix commerciale;
- b) organizzare con i privati la presenza di marchi diversificati grazie alla conoscenza del mercato e dei vari marchi presenti;
- c) concordare canoni di affitto ridotti per almeno 5 anni;
- d) ridurre le imposte locali a carico dei proprietari aderenti di una quota pari ad almeno il 20%;
- e) abbattere gli oneri urbanistici dovuti al Comune;
- f) prevedere programmazioni a tema per singole aree;
- g) assegnare eventuali finanziamenti regionali e/o comunitari;
- h) prevedere di dare la priorità di utilizzo dei locali ai giovani di età compresa fra i 18 ed i 35 anni;
- i) impegno dell'esercente che beneficia di tali facilitazioni a ristrutturare i locali.

L'Amministrazione Comunale rappresenta un essenziale elemento di stimolo rispetto a tali obiettivi, offrendo ai soggetti interessati gli strumenti del cambiamento attraverso l'organizzazione di specifici tavoli di lavoro.

Le Associazioni dei commercianti possono intervenire con funzioni di raccolta ed elaborazione dei dati sulla evoluzione della situazione economica nel paese, con proposte concrete su nuovi servizi e strategie distributive, ma, soprattutto, con una incisiva azione di coinvolgimento rispetto al tessuto produttivo esistente tale da suscitare interesse per la nascita di un eventuale C.I.V.

Inoltre potrebbero essere interessate a sviluppare processi di:

- a) ammodernamento della rete distributiva;
- b) migliori strategie rivolte alle nuove esigenze del turismo, formazione ed aggiornamento in materia di innovazione tecnologica, gestione economica e finanziaria di impresa, accesso ai finanziamenti anche comunitari, tutela e sicurezza dei consumatori e dell'ambiente;
- c) predisposizione di un accurato studio sulla evoluzione del commercio negli ultimi anni, che ne evidenzia le carenze e le sovrabbondanze, individuando ipotesi di interventi comuni nella prospettiva di rilancio.

La C.C.I.A.A. potrebbe intervenire garantendo un minimo di priorità all'economia locale nel caso di progetti di riqualificazione proposti a livello provinciale.

La proprietà immobiliare potrebbe intravedere un certo interesse all'utilizzo di locali ora inutilizzati, in presenza di un attento studio su quali potrebbero essere le nuove esigenze di spazi da parte di innovative attività di servizi o comunque tecnologicamente più avanzate.

All'interno di questo lavoro preparatorio, l'Amministrazione Comunale si assumerà il compito di:

- a) individuare regole uniformi, chiare e stringenti, sull'utilizzo del suolo pubblico sia per quanto riguarda i dehors degli esercizi di somministrazione (es. dimensioni massime, qualità dei materiali, colori uniformi, arredi compatibili) che l'esposizione esterna degli altri esercizi commerciali (es. espositori uguali e compatibili con l'ambiente esterno);
- b) individuare tende di forma e colore uniforme;
- c) insegne, luminose e no, armonizzate con l'architettura dei palazzi (es. no neon, utilizzo di portalampade di materiali idonei);
- d) illuminazione di ciascun esercizio compatibile con il risparmio energetico;
- e) accessibilità più idonea all'intera area;
- f) wi-fi gratuito su tutta la zona;
- g) arredo urbano che rispetti il contesto storico;
- h) modifica del regolamento edilizio con deroghe particolari per il centro storico;
- i) raccolta rifiuti con modalità compatibili (es. evitando cassonetti sparsi ovunque, creazione di isole ecologiche);
- j) installazione totem "touch-screen" con indicazioni turistiche/commerciali;
- k) gratuità di concessione in cambio di servizi (es. fioriere in manutenzione da parte di operatori economici);
- l) gratuità del suolo pubblico in occasione di iniziative particolari e concordate.

7. DEFINIZIONI E CLASSIFICAZIONI

1) Ai fini dell'applicazione delle norme contenute nel presente provvedimento, si intendono per:

a) commerciante al dettaglio: qualunque soggetto che professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende su aree private in sede fissa o mediante altre forme distributive previste dalla normativa nazionale e regionale, direttamente al consumatore finale;

b) superficie netta di vendita di un esercizio commerciale: l'area destinata alla vendita occupata dai banchi anche refrigerati, da scaffalature, da vetrine di esposizione e spazi destinati al pubblico.

Non costituisce superficie di vendita l'area destinata a magazzini, depositi, uffici, servizi igienici, locali e laboratori di lavorazione, spazi collocati oltre le barriere casse;

c) ampliamento di un esercizio commerciale: aggiunta di nuova superficie di vendita ad un esercizio commerciale già in attività. L'ampliamento può essere in loco quando la nuova superficie di vendita aggiunta fa parte della stessa unità immobiliare ed era in precedenza destinata ad altri usi (magazzini, ecc.) oppure non in loco quando la nuova superficie di vendita aggiunta si estende oltre i limiti dell'unità immobiliare in cui veniva esercitata l'attività, inglobando cioè nuove unità immobiliari pur mantenendo la stessa localizzazione urbana;

d) merci speciali: le seguenti merci che, per loro caratteristiche intrinseche e dimensione necessitano di aree distributive ampie e delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata ovvero non può essere effettuato il prelievo diretto da parte del consumatore:

-mobili con complementi di arredamento;

-attrezzature e macchine per l'industria, l'agricoltura, l'artigianato (esempio: motocoltivatore, martello pneumatico);

-materiali per l'edilizia comprensivi di complementari quali porte, finestre, pavimenti e similari;

-legnami e derivati o semilavorati quali pannelli, recinzioni e similari;

-auto, natanti, motoveicoli;

-prodotti per l'agricoltura e il giardinaggio solo qualora presenti materiali ed attrezzature di grandi dimensioni quali terricci, attrezzi e similari;

-materiali termoidraulici e sanitari.

e) pastigliaggi: i prodotti da banco preconfezionati alla produzione da vendere nella stessa confezione originaria, costituiti generalmente da caramelle, gomme, cioccolatini, patatine, snack e similari;

f) consumo immediato sul posto: facoltà per gli esercizi di vicinato alimentari (oltre che per tutte le attività artigianali alimentari) di far consumare i prodotti posti in vendita direttamente

all'interno dei locali, utilizzando le attrezzature dell'esercizio con esclusione di tavoli e sedie e del servizio assistito e senza la consegna di menu;

g) outlet: modalità di vendita che può essere effettuata con le diverse tipologie distributive di cui all'articolo 19.

2) In relazione alla superficie destinata alla vendita, gli esercizi commerciali si distinguono in:

a) Esercizi di vicinato (EV) con superficie netta di vendita massima:

-mq. 100 nei centri storici;

-mq. 250 nella rimanente parte del territorio.

b) Medie Strutture (MSV) di vendita con superficie netta di vendita superiore a quella degli esercizi di vicinato e sino a:

b.1) nei centri storici in applicazione del paragrafo 3 della DGR 31/2012:

mq. 250 nel settore alimentare;

mq. 600 nel settore non alimentare.

b.2) nella fascia di m. 1000 attorno ai centri storici in applicazione dell'art. 26 c. 3Ter del TUC:

mq. 1000 in presenza di rete commerciale all'interno degli stessi centri storici costituita prevalentemente da esercizi di vicinato.

b.3) mq. 1500 nella rimanente parte del territorio.

c) Grandi Strutture di vendita (GSV): superficie netta di vendita superiore a mq. 1500.

3) In relazione alla merceologia, gli esercizi commerciali si distinguono in:

a) alimentari: specializzati nella commercializzazione di prodotti alimentari. Si considerano alimentari le MSV con una superficie di vendita destinata a tali prodotti di almeno il 10% della superficie di vendita complessiva e comunque superiore a mq. 100. Si considerano appartenenti al settore alimentare anche gli articoli per l'igiene personale e la pulizia della casa.

b) non alimentari: specializzati nella commercializzazione di prodotti non alimentari. Si considerano non alimentari le MSV con una superficie destinata alla vendita dei prodotti alimentari inferiori a quelle indicate alla lettera a);

c) non alimentari speciali: esercizi che commercializzano merci speciali.

4) In relazione alla tipologia, gli esercizi commerciali si distinguono in:

a) singoli: gli esercizi di vendita al dettaglio in sede fissa in cui l'attività di commercializzazione delle merci è esercitata da un unico operatore;

b) "temporary shop": gli esercizi di vendita al dettaglio con attività limitata ad un periodo da 1 giorno a 4 mesi;

c) aggregazioni di esercizi singoli: insieme di esercizi che, per opportunità di natura edilizia, sono organizzati in spazi dotati di infrastrutture o servizi comuni, pur mantenendo, ai fini amministrativi, il carattere di esercizi singoli;

d) distretti commerciali tematici: esercizi singoli del tipo Media o Grande Struttura di Vendita o Media o Grande Struttura di Vendita articolata in più esercizi, che si caratterizzano per un'offerta merceologica coerente con i temi merceologici dell'area in cui insistono e siano tali da poter agire su un mercato di domanda ampio e di scala sovraregionale; in tali esercizi oltre all'attività commerciale possono essere svolti anche altri servizi di particolare interesse per la collettività eventualmente in convenzione con soggetti pubblici o privati (indicazione teorica poiché in nessuna zona del territorio sono previsti esercizi di tali dimensioni);

e) Centri Commerciali, Medie Strutture di Vendita o Grandi Strutture di Vendita: struttura a destinazione specifica in cui sono inseriti più esercizi commerciali che usufruiscono in comune di infrastrutture, accessi, servizi, viabilità, parcheggi (indicazione teorica poiché in nessuna zona del territorio sono previsti esercizi di tali dimensioni).

8. ZONIZZAZIONE

1) Il territorio comunale viene suddiviso in n. 6 zone così individuate:

a) "Zona 1 – centri storici" coincidenti urbanisticamente con la zona omogenea A di cui al D.M. 2 aprile 1968, n. 1444 e con le zone BA e AR urbanisticamente equiparabili;

b) "Zona 2 – commerciale consolidata", che ha visto nel tempo il crearsi di un tessuto commerciale articolato e specializzato, coincidenti urbanisticamente con le zone B e ZR;

c) "Zona 3 – portuale", coincidente con la zona FD del Piano Particolareggiato del porto "Marina di Loano";

d) "Zona 4 – agricola" coincidente con le zone E;

e) "Zona 5 – produttiva" coincidente con le zone D del PRG di insediamenti produttivi e artigianali;

f) "Zona 6 – espansione" coincidente con le zone C e CC del PRG.

2) Le "Zona 1 – centri storici" sono considerate "sensibili" e quindi sottoposte a tutela con le limitazioni di seguito specificate che possono essere integrate o sostituite con specifici provvedimenti del Consiglio comunale.

3) Tutte le zone sono rappresentate nelle planimetrie allegate che formano parte integrante del presente documento.

4) Il confine tra una zona e l'altra è in ogni caso individuato sulla mezzzeria della strada di confine tra le zone.

5) Se in edifici esistenti costruiti in aderenza ad altri ubicati in altre zone sottoposte a tutela (centro storico, agricole, portuale, turistico-ricettiva) è richiesta l'apertura di un esercizio commerciale, si applicano le norme della zona tutelata anche se l'ingresso a tali esercizi è posto nella zona limitrofa non tutelata.

6) Le altre zone di PRG non specificate sono convenzionalmente da ricomprendere in zona 2. Se la norma del presente piano risulta in contrasto rispetto a quella del PRG, prevale quella di PRG.

8.1 -Zona 1 “centri storici”

1) In conformità a quanto individuato dal P.R.G. le zone omogenee A di cui al D.M.1444/1968 e le zone BA, equiparabili, sono le seguenti:

- a) zone A e BA1– centro storico,
- b) zone BA – nuclei storici,
- c) zone AR – manufatti emergenti vincolati ai sensi della l. 1089/1939

2) Tali zone sono sottoposte a tutela in quanto aree di interesse archeologico, storico, architettonico, artistico, in applicazione del disposto del paragrafo 2 della DGR 31/2012.

3) Gli esercizi di vicinato sono regolamentati come segue:

- a) la superficie di vendita massima attivabile è di mq. 100,
- b) l'ampliamento non può comportare il superamento dei limiti previsti per le nuove aperture;
- c) la modifica del settore merceologico (da quello alimentare a quello non alimentare e viceversa) per gli esercizi di vicinato non può superare il limite di superficie massima attivabile come sopra indicato;
- d) il trasferimento (sia nell'ambito della stessa zona sia proveniente da altra zona) degli esercizi di vicinato non può superare il limite di superficie massima previsto per le nuove aperture;
- e) il trasferimento dalla presente zona ad altre zone del territorio può prevedere il contestuale ampliamento sino al raggiungimento della superficie massima di mq. 250 sia nel caso di un solo settore merceologico sia nel caso di entrambi i settori;
- f) in considerazione della disciplina della viabilità organizzata quale zona ZTL e Zona Pedonale, in tutta la zona non è indicato l'obbligo di dotazione di parcheggi pertinenziali relativamente agli esercizi di vicinato.

4) Le medie strutture di vendita sono regolamentate come segue:

- a) il vigente PRG vieta in tali zone l'apertura di nuove MSV;
- b) per l'insediamento o ampliamento di tali strutture è necessario procedere a varianti al PRG e, in applicazione dell'art. 19 del TUC, devono essere seguite le disposizioni di cui alla l.r. 10/2012.

Tali varianti non possono prevedere superfici di vendita massima attivabile superiori a mq. 250 per il settore alimentare e mq. 600 per settore non alimentare.

- c) l'ampliamento in loco effettuato da MSV già in attività da almeno un anno dalla data di adozione del presente piano, non può superare il limite del 20% della superficie già autorizzata e tale ampliamento può essere effettuato una sola volta nell'ambito di vigenza del presente piano.

d) Per l'ampliamento è vietato superare i limiti complessivi di superficie di vendita di mq. 250 e mq. 600 in relazione al diverso settore merceologico. Per la nuova superficie netta di vendita aggiunta non devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9;

e) l'ampliamento non in loco delle MSV già in attività da almeno un anno dalla data di adozione del presente piano, che superi il limite del 20% della superficie già autorizzata non può comunque superare i limiti complessivi di superficie di vendita di mq. 250 e mq. 600 in relazione al diverso settore merceologico. Per la nuova superficie netta di vendita aggiunta devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9;

f) la modifica del settore merceologico (da quello alimentare a quello non alimentare e viceversa) per le MSV già in attività alla data di adozione del presente piano è consentita una sola volta nell'ambito della sua vigenza, per una superficie non superiore al 10% della superficie netta di vendita utilizzata e comunque non superiore ai limiti di mq.250 o mq. 600, come sopra indicati;

g) nel caso di modifica del settore merceologico con contestuale ampliamento in loco, il limite del 20% di superficie deve essere riferito alla nuova superficie successiva all'ampliamento stesso;

h) il trasferimento all'interno della zona può essere effettuato a parità di superficie minima di vendita;

i) se si verifica un contestuale ampliamento, la superficie massima di vendita non può superare i limiti complessivi di superficie di vendita di mq. 250 e mq. 600 in relazione al diverso settore merceologico. In entrambi i casi non devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9;

j) Il trasferimento da altra zona può essere effettuato nei limiti complessivi di superficie di vendita di mq. 250 e mq. 600 in relazione al diverso settore merceologico e non devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9;

k) la riduzione di superficie di vendita è sempre consentita. Se tale riduzione comporta il raggiungimento di una superficie netta di vendita inferiore a quella prevista per una MSV, la relativa autorizzazione decade e l'attività può essere proseguita soltanto previa presentazione di apposita SCIA di vicinato, nei limiti della superficie più sopra riportata per tale categoria di esercizi;

l) la dotazione di parcheggi pertinenziali prevista nella eventuale variante al PRG deve comunque rispettare gli standard di cui all'art. 56 delle NdiA del PRG. Non è consentita la monetizzazione di alcun parcheggio pertinenziale né di alcuno standard urbanistico.

5) E' vietata l'apertura di nuove grandi strutture di vendita.

6) In tutta la zona non sono consentite nuove aperture, modifiche qualitative o quantitative, trasferimenti da altre zone di esercizi commerciali per la vendita delle seguenti merceologie:

a) materiali da recupero;

b) auto e relativi ricambi ed accessori, moto e relativi ricambi ed accessori, pneumatici;

c) motori di qualsiasi tipo o genere;

d) oli lubrificanti;

e) materiale antincendio;

- f) combustibili solidi e liquidi;
 - g) cose usate;
 - h) merci speciali come definite all'articolo 18;
 - i) prodotti derivanti dalla canapa;
- 7) In tutta la zona non sono consentite nuove aperture, trasferimenti da altre zone delle seguenti tipologie di attività, nemmeno come incremento di attività già esistenti:
- a) agenzie di pompe funebri;
 - b) locale esclusivo di distributori automatici alimentari e non alimentari;
 - c) sexy shop;
 - d) commercio all'ingrosso sia alimentare sia non alimentare;
 - e) sale giochi e agenzie di scommesse;
 - f) lavanderie a gettone;
 - g) officine, carrozzerie, elettrauto;
 - h) esercizi di "compro-oro";
 - i) "temporary shop" come definiti all'articolo 14;
 - j) phone center, money transfer, money change, internet point;
 - k) palestre;
 - l) sale da ballo, discoteche e night club;
 - m) artigianato alimentare etnico;
 - n) commercio al dettaglio non alimentare di una gamma indistinta e generalizzata di prodotti vari senza alcuna specializzazione (c.d. bazar).
- 8) Il divieto di esercizio delle attività di cui sopra non si applica agli esercizi esistenti alla data di entrata in vigore del presente provvedimento e tutte le limitazioni di cui sopra si applicano in caso di subingresso in tali attività.
- 9) Con specifico provvedimento del Consiglio Comunale possono essere ulteriormente incrementate le categorie soggette a divieto di insediamento nonché previsti accordi di programma con altri Enti (Regione, Camera di Commercio, ecc.) che individuano specifiche azioni di maggior tutela o di supporto alle attività esistenti nella zona.

8.2 -Zona 2 "commerciale consolidata"

- 1) Si tratta di zona coincidente con le zone urbanistiche B con un tessuto urbano consolidato e nelle quali si è sviluppato un commercio articolato e specializzato

2) Gli esercizi di vicinato sono regolamentati come segue:

a) la superficie di vendita massima attivabile sia per il settore alimentare sia non alimentare è di mq. 250;

b) l'ampliamento di un esercizio di vicinato non può comportare il superamento del limite previsto per le nuove aperture;

c) la modifica del settore merceologico (da quello alimentare a quello non alimentare e viceversa) per gli esercizi di vicinato non può superare il limite di superficie massima attivabile come sopra indicato;

d) il trasferimento (sia nell'ambito della stessa zona sia proveniente da altra zona) degli esercizi di vicinato non può superare il limite di superficie massima previsto per le nuove aperture;

e) la dotazione di parcheggio pertinenziale deve essere conforme a quanto previsto dall'art. 56 delle NdiA del vigente PRG. Non è consentita la monetizzazione di alcun parcheggio pertinenziale né di alcuno standard urbanistico.

3) Le medie strutture di vendita sono regolamentate come segue:

a) in applicazione dell'art. 26 comma 3ter della l.r. 1/2007 è individuata in questa zona una fascia della profondità di mille metri attorno alle seguenti aree della zona 1:

a.1) A-centro storico;

a.2) zona BA del Capoluogo e di Borgo Castello;

a.3) zona AR del Castello e Monte Carmelo;

nelle quali le nuove MSV e gli eventuali ampliamenti delle MSV esistenti alla data di adozione del presente provvedimento devono avere una superficie inferiore a mille mq;

b) nella rimanente parte del territorio della zona la superficie massima attivabile per le MSV sia del settore alimentare sia non alimentare è di mq. 1500;

c) l'apertura di una nuova MSV comporta il rispetto dei requisiti qualitativi e di prestazioni obbligatori nonché di parcheggi di cui all'articolo 9;

d) l'ampliamento in loco effettuato da MSV già in attività da almeno un anno dalla data di adozione del presente piano, non può superare il limite del 10% della superficie già autorizzata e tale ampliamento può essere effettuato una sola volta nell'ambito di vigenza del presente piano;

e) è vietato superare i limiti complessivi di superficie di vendita di mille mq nella fascia protetta attorno al centro storico e millecinquecento mq nella rimanente parte del territorio della zona;

f) per la nuova superficie netta di vendita aggiunta non devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9;

g) se la superficie ampliata è superiore al 10% per questa devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9, nonché la dotazione di parcheggi pertinenziali quantificata in relazione all'intera superficie di vendita.

h) il trasferimento di MSV già in attività da almeno un anno dalla data di adozione del presente piano, sia all'interno della zona sia provenienti da altre zone del territorio, è

consentito a parità di superficie netta di vendita. Devono essere osservati i limiti massimi di superficie di vendita individuati sia per la fascia protetta attorno al centro storico sia per la restante parte del territorio della zona. Se il trasferimento comporta anche l'ampliamento di superficie di vendita, devono essere osservati i limiti di cui sopra. Per l'intera superficie devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui al successivo punto 9

i) la modifica del settore merceologico (da quello alimentare a quello non alimentare e viceversa) per le MSV già in attività alla data di adozione del presente piano è consentita una sola volta nell'ambito della sua vigenza e per una superficie non superiore al 10% della superficie netta di vendita utilizzata, senza obbligo di adeguamento di parcheggi pertinenziali. Se la superficie modificata è superiore al 10%, per tale superficie devono essere rispettati i requisiti qualitativi e di prestazioni di cui all'articolo 9 tranne nel caso di passaggio dal settore alimentare a quello non alimentare.

j) la riduzione della superficie di vendita è consentita. Se tale riduzione comporta il raggiungimento di una superficie netta di vendita inferiore a quella prevista per una MSV, la relativa autorizzazione decade e l'attività può essere proseguita previa presentazione di apposita SCIA di vicinato, nei limiti della superficie prevista per tale categoria di esercizi.

k) l'apertura di una MSV sia alimentare sia non alimentare con superficie di vendita comporta l'obbligo di dotazione di parcheggio pertinenziale corrispondente a quanto previsto dall'art. 56 delle NdiA del vigente PRG. Non è consentita la monetizzazione di alcun parcheggio pertinenziale né di alcuno standard urbanistico.

4) E' vietata l'apertura di grandi strutture di vendita.

8.3 -Zona 3 portuale – “Marina di Loano”

1) Tale zona è soggetta ai limiti di insediamento previsti dal P.P. del porto.

2) Gli esercizi di vicinato sono regolamentati come segue:

a) la superficie di vendita massima attivabile sia per il settore alimentare sia non alimentare è di mq. 250;

b) l'ampliamento di un esercizio di vicinato non può comportare il superamento del limite previsto per le nuove aperture;

c) la modifica del settore merceologico (da quello alimentare a quello non alimentare e viceversa) per gli esercizi di vicinato non può superare il limite di superficie massima attivabile come sopra indicato;

f) il trasferimento (sia nell'ambito della stessa zona sia proveniente da altra zona) degli esercizi di vicinato non può superare il limite di superficie massima previsto per le nuove aperture;

g) La dotazione di parcheggio pertinenziale deve essere conforme a quanto previsto dall'art. 56 delle NdiA del vigente PRG. Non è consentita la monetizzazione di alcun parcheggio pertinenziale né di alcuno standard urbanistico.

- h) Gli standard di parcheggio sono quelli individuati nel P.P. del porto.
- 3) E' vietata l'apertura di Medie Strutture di Vendita.
- 4) E' vietata l'apertura di Grandi Strutture di Vendita.

8.4 -Zona 4 “agricola”

- 1) Comprende tutte le zone “E” ed è sottoposta a parziale tutela in quanto aree di interesse ambientale.
- 2) Sono vietati tutti gli insediamenti commerciali.
- 3) E' consentita l'attività commerciale effettuata direttamente in azienda da agricoltori esclusivamente per la vendita di prodotti di produzione propria in applicazione dell'art. 4 del d.lgs. 228/2001.

8.5 -Zona 5 “produttiva”

- 1) Coincide con le zone “D” del PRG di insediamenti produttivi e artigianali.
- 2) Sono vietati tutti gli insediamenti commerciali.
- 3) E' consentita l'attività commerciale effettuata direttamente nei locali di produzione da ditta artigiana regolarmente iscritta all'albo delle imprese artigiane in applicazione dell'art. 5 della legge 443/1985.

8.6 -Zona 6 “espansione”

- 1) Coincide con le zone C e CC del PRG.
- 2) In questa zona valgono le indicazioni commerciali previste per la zona 2.

Sotto l'aspetto urbanistico si deve ricorrere a SUA in applicazione del vigente PRG e i parcheggi pertinenziali dovranno rispondere agli standard previsti dall'art. 56 delle NdiA del vigente PRG. Non è consentita la monetizzazione di alcun parcheggio pertinenziale né di alcuno standard urbanistico.

9. REQUISITI PER LE NUOVE MSV

1) Gli SUA di variante al vigente PRG finalizzati all'apertura di nuove MSV o, nei casi previsti nelle singole zone, i trasferimenti, gli ampliamenti e le modifiche merceologiche delle MSV devono prevedere i seguenti requisiti qualitativi e di prestazioni obbligatori:

a) dotazione di una classificazione energetica, di cui al Decreto Ministeriale 26 giugno 2009 (Linee guida nazionali per la certificazione energetica degli edifici), superiore o uguale alla classe energetica globale B;

b) produzione di energia termica da fonte rinnovabile senza emissione in atmosfera tale da garantire il rispetto dei livelli minimi prestazionali indicati all'articolo 1, lettera c) e all'articolo 2 dell'Allegato 3 del d.lgs. 28/2011, fermo restando quanto prescritto dall'articolo 5 dello stesso Allegato;

c) potenza elettrica degli impianti alimentati da fonti rinnovabili obbligatoriamente installati sopra, all'interno dell'attività commerciale o nelle relative pertinenze tale da garantire il rispetto di quanto previsto per gli edifici all'articolo 3 lettera c) dell'Allegato 3 del d.lgs. 28/2011;

d) attivazione di specifici programmi per la limitazione della produzione di rifiuti, la riduzione di imballaggi monouso, la vendita di prodotti a mezzo erogatori alla spina, l'uso di sistemi a rendere per imballaggi secondari e terziari in plastica e/o legno e altre modalità proposte dal richiedente;

e) realizzazione di apposite aree di servizio destinate alla raccolta differenziata e allo stoccaggio dei rifiuti prodotti dall'esercizio;

f) i requisiti di cui sopra non sono richiesti nel caso di insediamenti all'interno di edifici preesistenti alla data di adozione del presente piano e già in possesso di destinazione d'uso commerciale;

g) il parcheggio pertinenziale obbligatorio in contiguità a una nuova MSV deve rispettare gli standard previsti dall'art. 56 delle NdiA del vigente PRG;

h) i parcheggi di pertinenza di una MSV sono funzionali alla stessa e devono essere funzionalmente separati dai parcheggi di pertinenza di altre strutture edilizie relative a diverse attività commerciali, artigianali, produttive e no, che ineriscono la stessa area o territorio. La separazione funzionale tra i diversi parcheggi di pertinenza può avvenire attraverso una colorazione diversa delle delimitazioni di parcheggio.

2) Gli accessi alle nuove MSV devono tendere a minimizzare l'impatto della struttura sulla rete stradale. In relazione a ciò:

a) il raccordo fra il parcheggio destinato alla clientela e la viabilità pubblica o comunque di accesso deve essere indipendente o separato da ogni altro accesso, in particolare da eventuali collegamenti fra viabilità pubblica, aree di carico e scarico merci e accessi riservati ai pedoni;

b) il percorso di accesso al parcheggio deve essere segnalato con chiarezza dalla viabilità principale.

La segnaletica stradale e quella di orientamento devono integrarsi in modo da consentire l'immediata e univoca identificazione del percorso di accesso veicolare al parcheggio;

c) nel caso di MSV con superficie di vendita superiore a mille metri quadrati, il raccordo fra parcheggio e viabilità deve essere costituito da almeno due varchi a senso unico separati, opportunamente distanziati e indipendenti tra loro. L'entrata e l'uscita devono essere tra loro distanti, anche quando insistono sullo stesso tratto viario.

d) In alternativa alla lettera c) vi deve essere una puntuale verifica del progetto effettuata con modello di micro simulazione del traffico che dimostri la funzionalità anche di una diversa soluzione.

10. BOTTEGHE STORICHE

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

a) svolgimento della stessa attività nello stesso locale da almeno cinquant'anni, a prescindere dagli eventuali mutamenti di gestione o proprietà;

b) presenza di arredi, attrezzature, documenti, che testimonino la durata nel tempo di tale attività;

c) la rispondenza ai criteri base per il censimento delle botteghe storiche esistenti sul territorio ligure predisposti e approvati dalla Regione Liguria.

2) L'Amministrazione Comunale, dopo l'accertamento dei requisiti, provvede a consegnare una targa di riconoscimento di Bottega Storica che avrà i seguenti contenuti:

a) intestazione "Bottega Storica";

b) stemma del Comune;

c) stemma della Regione Liguria;

d) stemma dell'Unione Europea;

3) Le botteghe storiche, iscritte nell'apposito elenco comunale, possono beneficiare di sostegni, agevolazioni e vantaggi nonché promozione che l'Amministrazione Comunale intende mettere in atto e che sono disciplinati con apposito atto deliberativo di giunta comunale.

11. BOTTEGA LIGURE

1) La Regione Liguria riconosce il ruolo degli esercizi commerciali di "prossimità" (di vicinato) quali luogo di incontro e di presidio sociale e urbano del territorio ligure, imprescindibile per la vivibilità dei centri urbani.

2) Al fine di scongiurare il rischio di chiusura, nonché evitare fenomeni di desertificazione commerciale e sociale, la Regione rilascia il marchio “Bottega Ligure” agli esercizi di vicinato e attraverso la creazione del marchio “Bottega Ligure” si propone:

a) la salvaguardia e la promozione dei centri storici e urbani liguri quale elemento di attrazione della Liguria;

b) il sostegno di un sistema di certificazione dell’offerta commerciale in grado di garantire adeguati livelli di qualità e specificità;

c) la creazione di uno strumento di individuazione e riconoscimento dei negozi di qualità da parte del consumatore al fine di una maggiore garanzia e sicurezza dell’acquisto.

3) L’Amministrazione Comunale si farà parte diligente nel segnalare ai commercianti e alle loro Associazioni di Categoria, i requisiti e le caratteristiche di cui bisognerà essere in possesso per ottenere il marchio “Bottega Ligure”.

12. NEGOZIO TURISTICO

1) L’amministrazione comunale riconosce quale tipologia innovativa di attività commerciale il negozio turistico.

2) L’operatore commerciale che rientra in questa tipologia è inserito in un apposito elenco e dotato di vetrofanteria adesiva di individuazione.

3) Possono essere negozi turistici le attività commerciali al minuto in sede fissa, nonché di somministrazione di alimenti e bevande, che organizzano la propria superficie di vendita con uno spazio dedicato alle informazioni e comunicazioni per il turista consumatore, attraverso l’impiego di un personal computer e di un desk, fornito di materiale cartaceo informativo e di collegamento alla rete.

4) Lo spazio, predisposto con criteri di arredo compatibili all’esercizio dell’attività, deve essere comunque facilmente individuabile e fruibile.

5) Il titolare di negozio turistico deve sottoscrivere un atto col quale si impegna nei confronti dell’Amministrazione Comunale a tenere aperto il proprio negozio con orario continuato e ininterrotto dalle ore 10,00 alle ore 19,30 nei giorni feriali. Nei giorni festivi e in occasione di particolari eventi promossi dall’Amministrazione Comunale, il titolare si impegna a concordare con l’Amministrazione Comunale gli orari di apertura, anche serali.

6) La configurazione base per essere negozio turistico è la seguente:

a) accesso a internet al turista consumatore, con interfaccia dedicata alla conoscenza, promozione e diffusione di iniziative, di eventi e di progetti che interessano il territorio e disponibilità di modalità WIFI;

b) distribuzione di materiale cartaceo informativo di promozione turistica;

c) possesso di competenze linguistiche adeguate;

d) possesso di competenze sull’utilizzo delle nuove TLC finalizzate alla promozione del turismo locale.

7) Il negozio turistico deve disporre di tutte le informazioni necessarie per svolgere al meglio il servizio ed è promosso e pubblicizzato dalla stessa rete civica, anche attraverso link specifici, oltre ai normali contatti.

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

13. OUTLET

1) L'outlet è una modalità di vendita che può essere effettuata dalle diverse tipologie distributive (EV, MSV, GSV) autorizzate in applicazione del presente provvedimento.

Può consistere:

a) nella vendita diretta di beni di produzione propria del settore non alimentare effettuata da parte di imprese industriali in locali adiacenti a quelli di produzione;

b) nella vendita al dettaglio di prodotti non alimentari effettuata da parte di produttori titolari di un marchio;

c) nella vendita effettuata da imprese commerciali di articoli che sono stati prodotti almeno dodici mesi prima dell'inizio della vendita, dimostrabile da idonea documentazione relativa alla merce, oppure di fine serie, in eccedenza di magazzino, prototipi o che presentano lievi difetti non occulti di produzione.

2) Nella SCIA o autorizzazione devono essere indicati gli articoli venduti con tale modalità e nel locale non possono essere vendute o pubblicizzate altre tipologie di merci.

3) Il prezzo di vendita al pubblico degli articoli outlet deve essere inferiore di almeno il 20% rispetto al normale prezzo medio di vendita.

4) Deve essere rispettata la pubblicità dei prezzi di cui al successivo punto 23 e sono consentite vendite straordinarie e/o promozionali nel rispetto di quanto contenuto nel capo XI della l.r. 1/2007.

14. NEGOZI TEMPORANEI (TEMPORARY SHOP)

1) I negozi temporanei o "temporary shop" sono attività commerciali che offrono prodotti specifici, aperte per un periodo di tempo limitato da un giorno fino ad un massimo di quattro mesi.

2) I negozi temporanei possono essere attivati anche in occasione di fiere, manifestazioni commerciali, mercati, convegni all'interno dei quali si svolgono eventi temporanei di promozione o esposizione al pubblico di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare e non alimentare a condizione che le vendite si effettuino esclusivamente per la durata dell'evento medesimo.

- 3) L'attività può essere svolta in qualsiasi zona del territorio comunale, purché in locali a destinazione d'uso commerciale. Nella zona del centro storico deve essere rispettata la superficie di vendita massima di mq. 50.
- 4) L'attività non può essere svolta dalla stessa impresa per più di due volte nell'arco dell'anno nello stesso locale.
- 5) Non può essere utilizzata una superficie di vendita maggiore di quella di un esercizio di vicinato.
- 6) L'attività non può essere svolta in locali in cui è stata esercitata un'attività commerciale sospesa al momento dell'attivazione del negozio temporaneo.
- 7) L'apertura di un negozio temporaneo è subordinata al possesso dei requisiti morali e professionali previsti dagli articoli 12 e 13 della l.r. 1/2007 e alla disponibilità dei locali ed è soggetta a presentazione allo SUAP del Comune della SCIA contenente l'indicazione della data di inizio e fine dell'attività.

15. VENDITA DIRETTA DA PARTE DI ARTIGIANI E STRUTTURE RICETTIVE

- 1) In applicazione dell'art. 17 c. 6 della l.r. 3/2003 "normativa in materia di artigianato", il soggetto iscritto all'Albo Prov.le delle Imprese Artigiane tenuto dalle Camere di Commercio come artigiano di produzione, può vendere direttamente al consumatore finale i prodotti di propria produzione negli stessi locali di produzione o in quelli contigui, senza necessità di munirsi di SCIA o autorizzazione.
- 2) Se detta vendita avviene in locali fisicamente separati è soggetta alle stesse norme previste per un esercizio di vicinato.
- 3) Gli artigiani di produzione di prodotti alimentari possono far consumare sul posto i prodotti di produzione propria nei limiti previsti dal successivo articolo 20.
- 4) Gli artigiani prestatori di servizio possono vendere nell'ambito dei locali nei quali svolgono la propria attività i prodotti che installano (es. un gommista gli pneumatici, un meccanico pezzi di ricambio) anche senza installazione diretta. Per tale vendita è richiesta la presentazione di apposita SCIA, ma non è richiesto il cambio di destinazione d'uso.
- 5) In applicazione dell'art. 2 c. 7 della l.r. 23/2009 gli acconciatori possono vendere direttamente, senza necessità di presentazione di SCIA né di cambio di destinazione d'uso, prodotti cosmetici o altri beni accessori inerenti ai trattamenti effettuati ai clienti.
- 6) In applicazione dell'art. 53 c. 5 della l.r. 32/2014 le strutture ricettive alberghiere (alberghi, residenze turistico-alberghiere, locande, alberghi diffusi e condhotel) nonché le strutture ricettive all'aria aperta (campeggi, villaggi turistici) possono vendere esclusivamente alle persone alloggiate giornali, riviste, cartoline e francobolli, articoli per la registrazione audiovisiva senza necessità di presentazione di SCIA né cambio di destinazione d'uso. Le

strutture ricettive all'aria aperta possono altresì vendere esclusivamente ai loro ospiti i generi alimentari (nel rispetto delle normative igienico-sanitarie) e non alimentari senza necessità di presentazione di SCIA né cambio di destinazione d'uso.

16. VENDITA DIRETTA DA PARTE DI AGRICOLTORI

1) In applicazione dell'art. 4 del d.lgs. 228/2001, gli imprenditori agricoli iscritti nel registro delle imprese tenuto dalle C.C.I.A.A. possono vendere in locali aperti al pubblico, direttamente al consumatore finale, i prodotti provenienti in misura prevalente dalle loro aziende agricole, previa presentazione di idonea comunicazione e di notifica sanitaria.

2) Gli stessi prodotti possono essere venduti anche a seguito di attività di manipolazione o trasformazione.

3) E' consentito il consumo sul posto dei prodotti di produzione propria nei limiti previsti dal successivo articolo 20.

4) I locali in cui si effettua tale vendita, purché nella disponibilità dell'azienda agricola, possono essere ubicati in qualunque zona del territorio a prescindere dalla sua destinazione urbanistica.

17.VENDITA DIRETTA DA PARTE DI PESCATORI PROFESSIONALI

1) Nell'ambito della zona commerciale 3 – portuale "Marina di Loano" è predisposta apposita struttura per ospitare la vendita diretta del pescato da parte dei pescatori professionali in possesso della specifica licenza di pesca (D.Lgs 153/04).

2) I pescatori ormeggiati nell'ambito della Marina possono vendere direttamente al pubblico il pescato previa registrazione alla ASL2 e nel rispetto delle linee guida in materia di igiene del pescato e dell'acquacoltura.

18. ESERCIZI DI VENDITA DI MERCI SPECIALI

1) Ai fini della individuazione della classificazione dell'esercizio (EV, MSV, GSV), la superficie di vendita degli esercizi che pongono in vendita merci speciali come definite al precedente punto 7 su una superficie inferiore al 75% della superficie complessiva è calcolata nella sua interezza.

Se la superficie di vendita di dette merci speciali supera il 75% della superficie complessiva, la classificazione dell'esercizio (EV, MSV, GSV) è calcolata:

a) per un decimo della superficie se si hanno complessivamente a disposizione più di millecinquecento mq;

b) come sopra sino a millecinquecento mq con l'aggiunta di un quarto della superficie eccedente i millecinquecento mq.

19. AFFIDO DI REPARTO

1) Il titolare di un esercizio per la vendita al dettaglio organizzato in reparti, in relazione alla gamma di prodotti venduti, può affidare la gestione di uno o più reparti a uno o più soggetti in possesso dei requisiti di onorabilità e professionali (se si tratta di prodotti del settore alimentare) per un periodo di tempo convenuto. Il titolare deve presentare apposita comunicazione in merito.

2) Nel caso di cessazione il titolare deve presentare idonea comunicazione entro trenta giorni. Se non ha provveduto alla comunicazione di cui sopra, risponde in proprio dell'attività esercitata dal gestore.

3) Il reparto affidato in gestione deve presentare un collegamento strutturale con l'esercizio ove il reparto è collocato e non avere un accesso autonomo.

20. CONSUMO SUL POSTO

1) In applicazione dell'art. 52 del TUC e della DCR 10/2020 all'interno degli esercizi di vicinato del settore alimentare (nell'ambito della superficie di vendita) nonché all'interno degli esercizi di artigianato alimentare (nell'ambito del laboratorio di produzione o locali adiacenti) è consentito il consumo immediato sul posto dei prodotti alimentari a condizione che sia escluso il servizio di somministrazione e non siano utilizzate attrezzature a ciò finalizzate.

2) E' vietato l'uso di tavolini e sedie.

3) Sono consentiti i piani di appoggio posti a un'altezza minima di centodieci cm dal sottostante piano di calpestio con larghezza massima di quaranta cm. Detti piani di appoggio non possono coincidere con le attrezzature tradizionalmente utilizzate negli esercizi di somministrazione.

4) Prima dell'avvio dell'attività di consumo sul posto deve essere presentata all'ASL, per il tramite dello SUAP comunale, idonea notifica sanitaria.

5) Il titolare dell'esercizio:

a) deve consegnare al cliente il prodotto da consumare sul posto già porzionato, utilizzando contenitori igienicamente idonei;

b) può consegnare al cliente una bottiglia, lattina o altro aperti, senza mescolare il prodotto;

c) non può richiedere maggiorazioni di prezzo, né corrispettivi comunque intesi, per il consumo sul posto;

- d) non può consegnare menu al singolo cliente;
- e) può esporre l'elenco dei prodotti offerti in consumo sul posto;
- 6) Il cliente:
 - a) deve pagare il corrispettivo dei prodotti da consumare prima di ritirarli per il consumo;
 - b) ritirare le stoviglie e le posate e appoggiarle sul piano di appoggio;
 - c) al termine del pasto provvedere a riporre le stoviglie e le posate utilizzate negli appositi contenitori o spazi messi a disposizione.
- 7) I locali nei quali si esercita il consumo sul posto devono essere dotati di servizio igienico ad uso clienti, accessibile anche ai diversamente abili, il cui accesso non deve prevedere l'attraversamento del locale di preparazione cibi (cucina) come indicato all'art. 6 della DCC n. 14/2012 integrata con DCC 36/2013.

21. ATTIVITA' CONGIUNTA INGROSSO/DETTAGLIO

- 1) Nello stesso esercizio è consentita l'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.
- 2) Se la superficie netta di vendita è inferiore a mq. 250, si applicano a tale intera superficie le norme previste per gli esercizi di vicinato quindi il regime della SCIA, nel rispetto della corretta destinazione d'uso commerciale.
- 3) Se la superficie di vendita è corrispondente a quella di una MSV o di una GSV, si applicano all'intera superficie le norme previste per tali classificazioni e quindi il rilascio di autorizzazioni nel rispetto degli articoli dal 19 al 23 della l.r. 1/2007 e della compatibilità urbanistica.
- 4) La superficie di vendita degli esercizi di vendita congiunta ingrosso/dettaglio dei seguenti prodotti è calcolata nella misura del 50% se non è superiore a mq. 5000:
 - a) macchine, attrezzature e mezzi tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio l'artigianato;
 - b) materiale elettrico;
 - c) colori e vernici, carte da parati;
 - d) ferramenta ed utensileria;
 - e) articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;
 - f) articoli per riscaldamento;
 - g) strumenti scientifici e di misura;
 - h) macchine per ufficio;
 - i) auto-moto-cicli e relativi accessori e parti di ricambio;
 - j) combustibili;

k) materiali per l'edilizia;

l) legnami;

5) La superficie eccedente tali dimensioni è calcolata nel modo ordinario. Tale disposizione non è cumulabile con quella di vendita delle merci speciali se vi è coincidenza di prodotti. In tal caso si applica la disciplina più favorevole all'operatore commerciale. Resta fermo l'obbligo del rispetto della compatibilità urbanistica.

22. ESPOSIZIONE DI MERCI

1) L'esposizione di merce in un locale, diverso da quello di vendita, all'interno del quale non si effettua alcuna operazione di vendita (e quindi nemmeno la raccolta di ordinativi di acquisto) è soggetta a comunicazione allo SUAP.

2) All'interno del locale di esposizione è consentito l'accesso del pubblico se accompagnato e ai soli fini della illustrazione del prodotto e della eventuale predisposizione di preventivi.

3) Nelle vetrine del locale destinato ad esposizione deve essere costantemente esposto apposito cartello con la scritta "Locale di esposizione della ditta..... Per visita e acquisti rivolgersi in via/piazza ecc...".

4) Nel locale di esposizione devono essere rispettate le norme di sicurezza e prevenzione incendi.

5) Se i prodotti in esposizione appartengono al settore alimentare, devono essere rispettate le norme di carattere igienico/sanitario.

23. PUBBLICITÀ DEI PREZZI

1) I prodotti esposti nelle vetrine devono riportare, in modo ben chiaro, leggibile anche in orario di chiusura dell'attività, l'indicazione del prezzo di vendita al pubblico utilizzando idoneo cartello o altra modalità idonea allo scopo.

2) Stesso obbligo si pone per tutte le merci esposte all'interno dei negozi di vendita (EV, MSV, GSV).

3) Nel caso di vendita di prodotti d'arte, di antiquariato e di oreficeria è consentito l'utilizzo su ciascun prodotto di un cartello visibile solo dall'interno dell'esercizio.

4) Nel periodo necessario all'allestimento delle vetrine di esposizione e per un tempo massimo non superiore a due giorni, è consentito non apporre il cartello dei prezzi, con obbligo di apposizione del cartello ben visibile indicante "vetrina in allestimento".

5) Se sono esposti più prodotti identici dello stesso prezzo è consentita l'esposizione di un unico cartello.

6) Se il prezzo dei prodotti è impresso in modo ben chiaro e con caratteri leggibili e visibili al pubblico, è consentito non esporre ulteriore cartello.

7) Per i prodotti commercializzati sfusi è obbligatorio indicare il prezzo per unità di misura (Kg.).

24. PLURIATTIVITÀ-PLURINEGOZIO (CO-WORKING)

1) Il “Co-working”, ovvero plurinegozio, è un nuovo modello organizzativo in cui più imprese o studi professionali insediano la propria attività nello stesso locale mantenendo comunque la propria indipendenza.

2) Tale pluriattività può nascere contestualmente (cioè tutti gli imprenditori iniziano la loro singola attività nello stesso momento) oppure i singoli operatori possono attivare il coworking in momenti successivi.

3) Le imprese che possono attivare il co-working, ovvero l'insediamento di più attività in un'unica unità immobiliare, possono essere della stessa tipologia o di diversa fattispecie:

a) più esercizi commerciali;

b) più esercizi di somministrazione;

c) esercizi commerciali con attività di somministrazione;

d) esercizi commerciali/di somministrazione con attività artigianali per le quali è prevista presentazione di SCIA o altro titolo abilitativo presso lo SUAP (es. acconciatori, estetisti, panificatori, tinto lavanderie);

e) esercizi commerciali/ di somministrazione con attività artigianali per le quali NON è prevista presentazione di SCIA o altro titolo abilitativo presso lo SUAP (es. gelaterie, pasticcerie, produzione confetture e conserve, sartorie, ecc.).

4) Nell'ambito della pluriattività è consentito inserire la vendita all'ingrosso ed è consentita la presenza di studi professionali (tecnici o commerciali) o di agenzie di affari di cui all'art. 115 del TULPS.

5) La superficie massima di vendita aperta al pubblico di un locale utilizzato in “co-working” non può complessivamente superare la superficie netta di vendita massima prevista per un esercizio di vicinato, differenziata nelle varie zone urbanistiche.

6) Il locale sede delle varie attività deve essere unico e con accesso indifferenziato. Al suo interno la suddivisione degli spazi afferenti alle singole attività deve essere ben evidente con organizzazione dell'area in modo tale che chiunque possa facilmente individuarle, senza necessariamente porre separazioni fisiche.

7) In deroga alle istruzioni ministeriali per la compilazione della nuova modulistica nazionale, la pratica autorizzativa o di SCIA deve essere corredata da planimetria quotata riportante la definizione delle superfici occupate dalle singole attività; devono essere evidenziate le varie attività con annessa dichiarazione del singolo imprenditore delle metrature a lui assegnate oltre che l'indicazione della superficie complessiva massima aperta al pubblico ed eventuali altri spazi dichiarandone l'utilizzo e superfici.

8) Qualsiasi altra richiesta di autorizzazione o SCIA inerente aspetti comuni del locale, che sia proposta anche da una sola attività, deve essere corredata da espresso assenso da parte di tutti gli imprenditori presenti nell'attività di "co-working".

9) Se viene introdotta un'attività all'interno di un esercizio commerciale o di somministrazione già esistente, deve essere ripresentata idonea documentazione attestante la riduzione della superficie dell'esercizio esistente e il rispetto di tutti i parametri urbanistico-edilizi, igienico-sanitari e di sicurezza per tutto il locale.

10) Tutti gli esercenti sono tenuti all'osservanza e al rispetto di tutte le norme nazionali, regionali e regolamentari inerenti allo svolgimento delle singole attività, comprese quelle igienico-sanitarie, quelle relative al lavoro, alla sicurezza e quelle fiscali.

11) Se presente una attività di somministrazione, l'intero locale deve rispettare i criteri di sorvegliabilità di cui al D.M. 564/1992.

12) I locali utilizzati per l'attività devono avere destinazione commerciale e possedere tutti i requisiti che li rendono idonei all'esercizio delle attività che vi si intendono insediare, sia sotto l'aspetto urbanistico/edilizio sia di sicurezza alimentare e pubblica sicurezza.

13) Considerato che sotto il profilo urbanistico/edilizio non sono previsti frazionamenti dell'unità immobiliare, le dichiarazioni e certificazioni allegate alla SCIA commerciale che riguardano i locali sede delle attività devono esplicitamente riferirsi sia alle parti di uso esclusivo dell'attività sia alle parti comuni o gestite in modo unitario.

14) Per l'insediamento di un co-working tra più esercizi commerciali ogni attività presenta una SCIA per l'apertura di esercizi di vicinato, con allegati, oltre che gli abituali documenti richiesti, anche la planimetria complessiva del locale, e l'attestazione relativa al rispetto dei requisiti urbanistico-edilizi, igienico-sanitari e di sicurezza per tutto il locale, come sopra meglio specificato.

15) Per l'insediamento di un co-working tra più esercizi di somministrazione ogni attività presente deve rispettare i criteri di sorvegliabilità stabiliti dal Decreto Ministeriale n. 564 del 17/12/1992. Ogni attività deve presentare una SCIA oppure richiesta di rilascio di autorizzazione all'esercizio dell'attività di somministrazione e se ubicata in centro storico, oltre gli abituali documenti richiesti, anche la planimetria complessiva del locale come sopra meglio specificato, con l'attestazione relativa al rispetto dei requisiti urbanistico-edilizi, igienico-sanitari e di sicurezza per tutto il locale, come sopra meglio specificato.

16) Per l'insediamento di un co-working tra esercizi commerciali con attività di somministrazione ogni attività deve presentare una SCIA per l'apertura di esercizi di vicinato e per gli esercizi di somministrazione una SCIA oppure richiesta di rilascio di autorizzazione all'esercizio dell'attività di somministrazione e se ubicata in centro storico, oltre che gli abituali documenti richiesti, anche la planimetria complessiva del locale come sopra meglio specificato. Per quanto riguarda lo svolgimento dell'attività di somministrazione restano valide le disposizioni di cui all'articolo precedente.

17) Per l'insediamento di un co-working tra esercizi commerciali/attività di somministrazione ed attività artigianali per le quali è prevista presentazione di SCIA o altro titolo abilitativo presso lo SUAP (acconciatori, estetisti, panificatori, tinto lavanderie) ogni attività presenta una SCIA e, per gli esercizi di somministrazione, una SCIA oppure richiesta di rilascio di autorizzazione all'esercizio dell'attività di somministrazione e se ubicata in centro storico, oltre che gli abituali documenti richiesti, anche la planimetria complessiva del locale come

sopra meglio specificato. Per quanto riguarda lo svolgimento dell'attività di somministrazione restano valide le disposizioni di cui all'articolo precedente.

18) Per l'insediamento di un co-working tra esercizi commerciali/di somministrazione ed attività artigianali per le quali non è prevista presentazione di SCIA o altro titolo abilitativo presso lo SUAP (gelaterie, pasticcerie, sartorie, ecc.) ogni attività di commercio deve presentare una SCIA, per gli esercizi di somministrazione SCIA oppure richiesta di rilascio di autorizzazione all'esercizio dell'attività di somministrazione e se ubicata in centro storico, oltre che gli abituali documenti richiesti, anche la planimetria complessiva del locale come sopra meglio specificato. Le attività artigianali che non necessitano di presentazioni di pratiche presso il Comune devono comunque essere registrate presso la locale Camera di Commercio Industria Artigianato ed Agricoltura. Per quanto riguarda lo svolgimento dell'attività di somministrazione restano valide le disposizioni di cui all'articolo 15.

25. SUBINGRESSO

1) Il trasferimento in gestione o in proprietà di una azienda commerciale, per atto tra vivi o a causa di morte, comporta il trasferimento al subentrante della titolarità del titolo abilitativo all'esercizio dell'attività.

2) Nel caso di subingresso in MSV non sono richiesti i requisiti qualitativi, di prestazione e di prestazioni indicati all'art. 9.

3) E' necessario presentare allo SUAP comunicazione se l'azienda è del settore non alimentare e SCIA unica se è del settore alimentare, in modalità telematiche attraverso il portale dedicato.

4) Il subentrante non può esercitare direttamente l'attività commerciale prima di aver presentato la documentazione di cui al comma 3.

26. TRASFERIMENTI

1) I trasferimenti degli esercizi di vicinato su tutto il territorio comunale sono consentiti nel rispetto della superficie di vendita massima di mq. 250 ad eccezione dei trasferimenti verso il centro storico nei quali la superficie di vendita massima attivabile è quella indicata nello specifico paragrafo.

2) Il trasferimento di MSV da una zona all'altra del territorio costituisce rilascio di nuova autorizzazione quindi assoggettata al rispetto di quanto disposto nella declaratoria delle singole zone nonché dei requisiti qualitativi e di prestazione di cui all'articolo 9.

27. AMPLIAMENTI

L'ampliamento della superficie netta di vendita è consentito nel rispetto dei limiti massimi di superficie individuati per ciascuna zona e per ciascuna tipologia di esercizi (EV, MSV).

28. ORARI DEGLI ESERCIZI DI VENDITA

1) Ciascun esercizio commerciale determina il proprio orario di apertura al pubblico. Non è previsto alcun obbligo di chiusura domenicale, festiva o infrasettimanale.

2) L'orario prescelto da ciascun operatore commerciale deve essere segnalato al pubblico in modo ben visibile mediante esposizione di apposito cartello. Detto cartello deve essere visibile anche quando l'esercizio è chiuso.

29. PROCEDIMENTI

1) Esercizio di vicinato:

a) l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento, il subingresso e la cessazione degli esercizi di vicinato nel settore non alimentare sono disciplinati dal D.Lgs. 25/11/2016 n. 222, Tabella A punto 1.1;

b) l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento, il subingresso e la cessazione degli esercizi di vicinato nel settore alimentare sono disciplinati dal D.Lgs. 25/11/2016 n. 222, Tabella A punto 1.2;

c) la SCIA deve essere presentata esclusivamente in modalità telematica attraverso il portale SUAP, utilizzando la modulistica ivi contenuta;

d) oltre alla dichiarazione circa il possesso dei requisiti morali (e professionali nel caso di attività del settore alimentare) deve essere rispettata la normativa di carattere igienico-sanitario (reg. CE 852/2004) nonché la corretta destinazione d'uso dei locali in cui si esercita l'attività, la normativa ambientale e di sicurezza;

e) lo SUAP, in caso di accertata carenza delle condizioni, modalità e fatti legittimanti, nel termine di 60 (sessanta) giorni dal ricevimento della SCIA (Legge 07/09/1990 n. 241, art. 19), adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione dei suoi effetti salvo che, ove ciò sia possibile, l'interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti entro un termine fissato dall'amministrazione, in ogni caso non inferiore a trenta giorni. È fatto comunque salvo il potere dell'amministrazione competente di assumere determinazioni in via di autotutela.

2) Medie Strutture di vendita:

a) L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento, il subingresso e la cessazione delle Medie Strutture di Vendita nel settore non alimentare sono disciplinati dal D.Lgs. 25/11/2016 n. 222, Tabella A punto 1.3;

- b) l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento, il subingresso e la cessazione delle Medie Strutture di Vendita nel settore alimentare sono disciplinati dal D.Lgs. 25/11/2016 n. 222, Tabella A punto 1.4;
- c) la domanda deve essere presentata esclusivamente in modalità telematica attraverso il portale SUAP, utilizzando la modulistica ivi contenuta, nel rispetto di quanto indicato nelle declaratorie di ciascuna zona commerciale;
- d) oltre alla dichiarazione circa il possesso dei requisiti morali (e professionali nel caso di attività del settore alimentare) deve essere rispettata la normativa di carattere igienico-sanitario (reg. CE 852/2004) nonché la corretta destinazione d'uso dei locali in cui si esercita l'attività, la normativa ambientale e di sicurezza;
- e) la domanda deve essere corredata anche da autocertificazione, sottoscritta da professionista abilitato alla sottoscrizione del progetto unitamente all'interessato, attestante la conformità dell'attività alla programmazione commerciale e urbanistica emanata dalla Regione;
- f) decorso il termine di novanta giorni dalla data di ricevimento della domanda avente ad oggetto il conseguimento dell'autorizzazione commerciale, in assenza di diniego dello SUAP, essa si intende accolta;
- g) ove per l'insediamento di una Media Struttura di Vendita sia necessario anche il rilascio del titolo abilitativo edilizio e di altri titoli autorizzativi, concessori o assenti di varia natura nonché la preventiva approvazione di varianti agli strumenti di pianificazione territoriale ed urbanistica vigenti o in corso di formazione, si applicano le procedure e i termini di cui alla L.R. 5 aprile 2012 n. 10.
- h) Il Responsabile dello SUAP, prima dell'attivazione delle procedure di cui alla l.r. 10/2012 entro 30 gg. verifica la conformità della certificazione presentata dal professionista. Nel caso di esito negativo della verifica la domanda viene dichiarata improcedibile previa comunicazione di cui all'art. 10Bis della l. 241/1990.