



Assessorato Attività Economiche e Produttive

DOCUMENTO STRATEGICO DEL COMMERCIO

(art. 12 L.R. 16 aprile 2015, n. 24)

PIANO COMUNALE DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Assessore al Ramo

Paolo Foresio

Funzionari responsabili

- Adriano Migali
- Lucio Stefanelli

Progettisti CAT Confcommercio Lecce e CAT Confesercenti Lecce

- Alessandro Corina
- Federico Pastore
- Salvatore Sanghez

Sommario

NORMATIVA NAZIONALE E REGIONALE	3
RIGENERAZIONE URBANA, DOWNSIZING E RIUSO DI CONTENITORI DISMESSI.....	7
CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA E NORME SUL PROCEDIMENTO.....	12
ALLEGATI AL PIANO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA	43

NORMATIVA NAZIONALE E REGIONALE

L'evoluzione normativa in materia di commercio è andata nella direzione, soprattutto in seguito all'approvazione della Direttiva Bolkestein 2006/123 e del D.Lgs n.59/2010 di recepimento della stessa, di una sempre più accentuata liberalizzazione, che ha assunto i caratteri di una vera e propria *deregulation* del settore, investendo non solo orari e giorni di apertura e chiusura ma anche le stesse possibilità insediative delle attività commerciali, comprese le medie strutture di vendita.

Il decreto Monti n.201/2011 "Salva Italia" in particolare è intervenuto in modo ampio sul settore chiarendo che "secondo la disciplina dell'Unione Europea e nazionale in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione dei servizi, costituisce principio generale dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, e dei beni culturali." Si tratta sostanzialmente della fine della pianificazione per contingenti e delle restrizioni determinate da valutazioni e analisi di mercato. Lo stesso decreto "Salva Italia", stabilisce che la disciplina delle attività economiche è improntata al principio di libertà di accesso, di organizzazione e di svolgimento, fatte salve le esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, che

possono giustificare l'introduzione di brevi atti amministrativi di assenso o autorizzazione o di controllo, nel rispetto del principio di proporzionalità.

Anche i successivi interventi normativi, dal Decreto Liberalizzazioni del 2012 e il D.L. n.69/2013 fino agli ultimi interventi dei decreti Madia del 2016 si sono posti all'interno di tale filone normativo rifiutando qualsiasi limitazione numerica o barriera all'attività economica non giustificata da un motivo imperativo di interesse generale, restituendo comunque ai Comuni la possibilità di prevedere al riguardo, senza discriminazioni fra gli operatori, anche aree interdette agli esercizi commerciali, ovvero limitazioni ad aree dove possano insediarsi attività economiche.

Il Codice del Commercio della Regione Puglia, come anticipato, nasce nell'ambito di tale impostazione, coincidendo anche temporalmente con l'approvazione della legge n.124/2015, nota come "Riforma Madia", e i successivi decreti attuativi. Anche il recente iter di Riforma del Codice, successivo alla sentenza della Corte n.239/2016, e culminato in ultimo nel regolamento attuativo n.11/2018, ha di fatto confermato l'impostazione liberalizzatoria, anche rispetto alle medie strutture di vendita, rispetto a criteri di natura economica, a contingenti e a quote di mercato, che non hanno più ragion d'essere, ribadendo però la facoltà dei comuni di poter introdurre limiti per ragioni imperativi di interesse generale e previsioni insediative differenziate in relazione a singole zone o

parti del territorio comunali o alla tipologia degli esercizi commerciali.

In merito alla mappatura delle possibilità di insediamento delle medie strutture di vendita, la Regione Puglia nell'art. 6 del Regolamento Regionale n.11/2018 definisce l' *"Idoneità urbanistica e paesaggistica delle aree in comuni che non abbiano provveduto all'adeguamento degli strumenti urbanistici"*. In particolare tale art. 6 stabilisce che:

"Fino a quando i comuni non abbiano provveduto all'adeguamento degli strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 18 della Legge sono da considerarsi compatibili urbanisticamente le aree aventi i seguenti requisiti:

- a) Per medie strutture di vendita di tipo M1 e M2: aree in cui sia prevista negli strumenti urbanistici comunali una destinazione d'uso commerciale, con esclusione di aree che, per dimensioni e capacità insediative, si possano configurare come aree commerciali integrate*
- b) Per medie strutture di tipo M3: aree in cui sia prevista negli strumenti urbanistici comunali una destinazione d'uso commerciale e siano previste dai criteri per il rilascio di medie strutture di vendita. Sono escluse le aree che, per dimensioni e capacità insediative, si possano configurare come aree commerciali integrate.*

Sempre nell'art. 6 del Regolamento Regionale n.11/2018, nel successivo comma 2, la Regione specifica che *“fino all'adeguamento degli strumenti urbanistici, le strutture commerciali legittimamente insediate sono considerate urbanisticamente idonee entro i limiti della tipologia dimensionale e dei settori merceologici autorizzati”*, fermo restando il possesso dei requisiti di parcheggio e accessibilità e la compatibilità con i piani regionali sovraordinati come PPTR, PTA PAI ecc.. (RR 11/2018, art. 6 comma 3).

Secondo quanto previsto dall'art. 12 comma 4 della L.R. 16 aprile 2015, n. 24 “Codice del Commercio” il comune definisce **i criteri per il rilascio delle autorizzazioni** per le medie strutture di vendita e i parametri per la graduazione e le modalità attuative delle aree urbanisticamente idonee per il loro insediamento. Le previsioni di insediamento possono essere articolate secondo i settori merceologici, le tipologie dimensionali e le modalità insediative. Inoltre, come previsto dall'art. 17 comma 6, adotta le **norme sul procedimento** concernenti le domande relative alle medie strutture di vendita, stabilisce il termine, comunque non superiore ai 90 (novanta) giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della l. 241/1990 e s.m. e i.

RIGENERAZIONE URBANA, DOWNSIZING E RIUSO DI CONTENITORI DISMESSI

La città di Lecce, come capoluogo di provincia, è naturalmente polo attrattivo a livello sovra-comunale da un punto vista commerciale e dei servizi non solo ovviamente rispetto al circondario, ma anche rispetto all'intera provincia di Lecce e alle stesse aree più prossime delle province limitrofe di Brindisi e Taranto.

Tale naturale attrattività del proprio bacino di utenza ha svolto negli anni un ruolo centripeto rispetto ad importanti insediamenti commerciali di medie e grandi dimensioni sorti non solo in città ma anche nell'immediato territorio extraurbano (Surbo, Cavallino, San Cesario) configurandosi come forti agglomerazioni di offerta.

Chiaramente l'accumularsi di tali insediamenti negli anni ha avuto un innegabile effetto sul piccolo commercio e sulla rete distributiva diffusa del comune. Abbiamo già visto come, cumulando alle medie superfici autorizzate all'interno del comune, i soli centri commerciali di Surbo e Cavallino, l'Indice di Equilibrio Commerciale del comune di Lecce, piazza tradizionalmente ricca di commercio diffuso, scenderebbe a 2,22 e nell'alimentare sarebbe prossimo al valore-equilibrio di 1 (1,13). Se a tali dati aggiungessimo anche le tante medie strutture isolate poste nelle aree commerciali di Surbo, Cavallino e San Cesario il dato sarebbe ancora più basso anche nel non alimentare.

E' evidente che l'area di Lecce, anche in senso lato al di là dei confini amministrativi, sia area attrattiva con un bacino reale potenziale di gran lunga superiore a quello dei propri residenti; tuttavia la presenza significativa nell'area vasta comunale della media e grande distribuzione oggi si deve confrontare con l'incremento del commercio elettronico, con cui tutti i format distributivi in sede fissa devono fare i conti, e con le necessità di tutela e di equilibrio commerciale, nonché di risparmio del consumo di suolo con cui il territorio deve fare i conti.

Le ultime tendenze a livello internazionale e nazionale, del resto, come già accennato vanno nella direzione di una crisi dei centri commerciali di prima generazione e nella tendenza di molti driver della distribuzione organizzata ad andare verso strategie di *downsizing*, ossia di riduzione delle superfici di vendita delle strutture, e di una ricollocazione delle stesse all'interno dell'area urbane.

Nel settore alimentare l'ascesa del supermercato di quartiere, di tipo M1- massimo M2, è già evidente non solo a livello nazionale ma anche nella nostra città. Ma anche nel settore non alimentare una media struttura di tipo M1, rispetto ad insediamenti di maggiori dimensioni, può risultare da un lato meno impattante da un punto di vista urbanistico e al tempo stesso avere una capacità attrattiva tale da avere un potere di traino, più che di penalizzazione, nell'area di vicinato in cui è inserita, con benefici potenziali per tutto il sistema circostante di commercio diffuso.

In quest'ottica di rigenerazione urbana appare preferibile, laddove possibile, puntare al recupero di contenitori dismessi e strutture già esistenti, piuttosto che a ulteriore consumo di spazio e di suolo. Ciò anche alla luce della presenza in città sia in area centrale che in aree periferiche di numerosi contenitori vuoti o in via di dismissione, che alimentano la percezione di vuoto urbano e di degrado.

La strategia complessiva nel piano di programmazione e sviluppo delle medie strutture di vendita, nel rispetto della normativa comunitaria, nazionale e regionale, deve pertanto puntare a perseguire le seguenti finalità:

- a) promuovere l'equilibrato sviluppo delle medie strutture di vendita nelle diverse parti del territorio comunale, contribuendo a fornire servizi commerciali articolati sul piano merceologico e delle tipologie distributive;
- b) assicurare agli utenti un livello essenziale e uniforme di condizioni di accessibilità ai servizi sul territorio;
- c) favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nel rispetto della libera concorrenza e con particolare attenzione alla tutela e alla valorizzazione delle piccole imprese commerciali;
- d) tutelare l'ambiente urbano da processi di desertificazione commerciale;
- e) ridurre la mobilità e il traffico;

- f) garantire la libertà di iniziativa economica e la libertà di concorrenza secondo condizioni di pari opportunità e il corretto e uniforme funzionamento del mercato;
- g) favorire iniziative che presentino una particolare valenza di riqualificazione del territorio, di innovazione e ammodernamento della rete distributiva, di sviluppo dei livelli occupazionali
- h) garantire la compatibilità degli insediamenti commerciali di maggiori dimensioni con il contesto economico-territoriale di riferimento, minimizzandone l'impatto in termini ambientali, urbanistici e sociali;
- i) favorire una pianificazione del territorio e della rete di vendita nel rispetto dei criteri di sostenibilità e di risparmio del consumo di suolo, preferendo le aree già urbanizzate, degradate o dismesse, sottoutilizzate, da riqualificare o rigenerare, anche al fine di non compromettere ambiente e paesaggio;
- j) favorire il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività, privilegiando interventi di razionalizzazione e ammodernamento e progetti di riqualificazione complessiva.
- k) tutelare il rispetto del diritto dei consumatori di avvalersi di una rete distributiva effettivamente articolata per tipologie e prossimità.
- l) tener conto delle esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con

l'ordinamento comunitario, con particolare riferimento alla corretta articolazione del servizio sul territorio e al contemperamento della libertà di iniziativa economica privata con l'utilità sociale della stessa, ex art. 41 della Costituzione;

m) tutelare il patrimonio storico, artistico, culturale e architettonico del comune.

CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA E NORME SUL PROCEDIMENTO

Art. 1

Oggetto

1. Le norme del presente Regolamento, ai sensi della Legge Regionale n.24/2015, del Regolamento Regionale n.11/2018 e, più in generale, della normativa comunitaria, nazionale e regionale del settore, fissano le finalità del piano di sviluppo delle medie strutture di vendita, i criteri per il rilascio delle autorizzazioni, le possibilità insediative e le zone di localizzazione di eventuali nuove medie strutture di vendita e le norme sul procedimento amministrativo per il rilascio di nuove autorizzazioni.

Art. 2

Definizioni

1. Ai sensi della Legge Regionale 24/2015, come modificata dalla Legge Regionale n.12/2018, il presente Regolamento recepisce le seguenti definizioni:

- a) commercio al dettaglio: l'attività svolta da chiunque professionalmente vende prodotti direttamente al consumatore finale operando su aree private o pubbliche, in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione;

- b) settori merceologici: il settore alimentare (che consente anche la vendita di prodotti non alimentari) e il settore non alimentare (che comprende la vendita dei soli prodotti non alimentari);
- c) superficie di vendita di un esercizio commerciale: la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, gli spazi collocati davanti alle casse e ad altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti;
- d) superficie di vendita di un centro commerciale e di un'area commerciale integrata: quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in essa presenti;
- e) SCIA: la segnalazione certificata di inizio attività, come prevista dalla legge 7 agosto 1990, n.241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi) e successive modificazioni;
- f) SUAP, lo sportello unico delle attività produttive: soggetto pubblico di riferimento territoriale per tutti i procedimenti che abbiano a oggetto azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o

riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle attività previste dalla legge n. 24/2015

- g) Motivi imperativi di interesse generale: ragioni di pubblico interesse, tra i quali 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. 3

Classificazione delle strutture commerciali

1. Ai fini della definizione dell'impatto urbanistico e dei relativi standard, il settore merceologico non alimentare viene suddiviso in:

- a) beni per la persona: comprendenti i prodotti non alimentari dei settori commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in

esercizi specializzati, commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati;

- b) altri beni a basso impatto urbanistico: comprendenti i prodotti non alimentari dei settori commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli, commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termoidraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici, commercio al dettaglio di articoli igienicosanitari, commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle, commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio, commercio al dettaglio di natanti e accessori;
- c) altri beni: comprendenti tutti i settori non alimentari non inclusi nelle precedenti lettere a) e b)

2. Nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti del settore beni a basso impatto urbanistico, la superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita all'articolo 4. La disposizione non si applica nelle strutture complesse di centri commerciali, aree commerciali integrate e parchi permanenti attrezzati.

3. Le tipologie dimensionali degli esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) esercizi di vicinato (superficie di vendita fino a 250 mq);
- b) M1 medie strutture di vendita di livello locale (superficie di vendita da 251 a 600 mq);
- c) M2 medie strutture intermedie (superficie di vendita da 601 a 1.500 mq);
- d) M3 medie strutture attrattive (superficie di vendita da 1.501 a 2.500 mq);
- e) G1 grandi strutture inferiori (superficie di vendita da 2.501 a 4.500 mq);
- f) G2 grandi strutture superiori (superficie di vendita maggiore di 4.500 mq fino a 15.00 mq.).

4. Le modalità insediative degli esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) struttura isolata: esercizio che non condivide spazi, accessibilità e servizi con altre strutture commerciali;
- b) centro commerciale: costituito da un insieme di più esercizi commerciali inseriti in una struttura a destinazione specifica, ovvero di una struttura architettonica unitaria, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di vicinato gestiti unitariamente la cui superficie di vendita almeno per il 20 per cento è destinata a esercizi di vicinato e/o medie strutture di vendita;
- c) area commerciale integrata: uno spazio unitario, omogeneo e circoscritto che può comprendere più esercizi commerciali di diversa tipologia e dimensione, ivi compresi i centri commerciali, e attività diverse da quelle commerciali, anche

insediati in unità edilizie autonome realizzate contestualmente o in tempi diversi, dotato di servizi esterni comuni quali parcheggi e percorsi pedonali. L'area commerciale integrata deve essere collocata in ambito extraurbano e può essere attraversata anche da viabilità pubblica con l'esclusione di autostrade e strade di grande comunicazione o di traffico elevato.

- d) Parco permanente attrezzato: area con superficie superiore a 20 ettari comprendente strutture stabili per il tempo libero, ricreative, culturali e attività complementari. Il parco permanente attrezzato può includere strutture come definite alle lettere b) e c) a condizione che siano articolate esclusivamente con esercizi di vicinato e medie strutture. La superficie complessiva occupata dalle strutture commerciali non deve essere superiore alla superficie complessiva occupata dagli impianti e dalle attrezzature stabili destinate alle attività ludiche, ricreative e culturali.

5. Le aree commerciali integrate, la cui superficie complessiva di vendita non può comunque superare il limite di superficie di vendita stabilito dai provvedimenti di cui all'articolo 3 della Legge 24/2015 devono essere ubicate in aree urbanisticamente idonee e sono così classificate:

- a) piccole: ubicate in un'area con superficie territoriale non superiore a 2 ettari;
- b) intermedie: composte da esercizi di qualsiasi dimensione con esclusione delle strutture di tipo G2 del settore

alimentare, ubicate in un'area con una superficie territoriale fra 2 e 5 ettari;

- c) di interesse provinciale: composte da esercizi di qualsiasi dimensione e centri commerciali che occupano più di 5 ettari di superficie territoriale.

6. Sono definiti di interesse locale i centri commerciali che hanno una superficie di vendita massima di metri quadrati 4.000 e in cui la superficie di un singolo esercizio non è superiore alla categoria M3.

Art. 4

Finalità

1. Nel rispetto della normativa comunitaria, nazionale e regionale, il piano delle medie strutture di vendita del comune di Lecce persegue le seguenti finalità:

- a) promuovere l'equilibrato sviluppo delle medie strutture di vendita nelle diverse parti del territorio comunale, contribuendo a fornire servizi commerciali articolati sul piano merceologico e delle tipologie distributive;
- b) assicurare agli utenti un livello essenziale e uniforme di condizioni di accessibilità ai servizi sul territorio;
- c) favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nel rispetto della libera concorrenza e con particolare attenzione alla tutela e alla valorizzazione delle piccole imprese commerciali;

- d) tutelare l'ambiente urbano da processi di desertificazione commerciale;
- e) ridurre la mobilità e il traffico;
- f) garantire la libertà di iniziativa economica e la libertà di concorrenza secondo condizioni di pari opportunità e il corretto e uniforme funzionamento del mercato;
- g) favorire iniziative che presentino una particolare valenza di riqualificazione del territorio, di innovazione e ammodernamento della rete distributiva, di sviluppo dei livelli occupazionali
- h) garantire la compatibilità degli insediamenti commerciali di maggiori dimensioni con il contesto economico-territoriale di riferimento, minimizzandone l'impatto in termini ambientali, urbanistici e sociali;
- i) favorire una pianificazione del territorio e della rete di vendita nel rispetto dei criteri di sostenibilità e di risparmio del consumo di suolo, preferendo le aree già urbanizzate, degradate o dismesse, sottoutilizzate, da riqualificare o rigenerare, anche al fine di non compromettere ambiente e paesaggio;
- j) favorire il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività, privilegiando interventi di razionalizzazione e ammodernamento e progetti di riqualificazione complessiva.

- k) tutelare il rispetto del diritto dei consumatori di avvalersi di una rete distributiva effettivamente articolata per tipologie e prossimità.
- l) tener conto delle esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, con particolare riferimento alla corretta articolazione del servizio sul territorio e al contemperamento della libertà di iniziativa economica privata con l'utilità sociale della stessa, ex art. 41 della Costituzione;
- m) tutelare il patrimonio storico, artistico, culturale e architettonico del comune.

Art. 5

Validità del regolamento

1. I criteri per il rilascio delle autorizzazioni del presente Piano delle Medie strutture di vendita hanno validità di tre anni dalla data di entrata in vigore del presente regolamento e rimangono comunque valide fino all'approvazione del successivo provvedimento.
2. Ai fini della redazione del successivo documento di programmazione, il Comune di Lecce verifica gli effetti del presente Piano e la sua rispondenza alle finalità di legge e alle eventuali novità normative intervenute predisponendo eventuali

proposte di aggiornamento che vengono approvate con le modalità previste dalla Legge.

Art. 6

Criteri generali di presenza e localizzazione

1. La localizzazione di nuove medie strutture di vendita nel territorio comunale è ammessa nel rispetto dei requisiti di accesso e di esercizio delle attività commerciali definiti dall'articolo 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno) e successive modificazioni, degli standard urbanistici pubblici previsti da D.M. 1444/68, degli standard di parcheggio previsti dagli artt. 8 e 9 del presente regolamento, dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, di sicurezza alimentare, dei regolamenti edilizi, delle norme urbanistiche e di sicurezza, nonché di quelle relative alle destinazioni d'uso e, più in generale, delle disposizioni contenute nella L.R. n. 24/2015 e del R.R.11/2018.

Art. 7

Possibilità insediative per zone di localizzazione

1. Al fine di contemperare l'impatto di eventuali nuove medie strutture di vendita sul territorio urbano del Comune di Lecce, l'insediamento di nuove medie strutture di vendita, fatto salvo il rispetto dei requisiti di cui al precedente art. 6, potrà avvenire

all'interno delle seguenti possibilità insediative per zone urbanistiche e tipologie dimensionali:

a) ZONE A¹

- Esclusivamente tipologia M1 (251-600 mqv)
- Esclusivamente nelle zone A.1 e A.2
- Attraverso gli interventi di cui all'art. 3 del DPR n. 380/01 e, specificatamente:
 - Zona A.1 interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria, restauro e risanamento conservativo di cui all'Art. 43 delle NTA del PRG vigente
 - Zona A.2 interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria, restauro e risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia di cui all'art. 47 delle NTA del PRG vigente

b) ZONE B²

- Esclusivamente tipologia M1 (251-600 mqv) e M2 (601-1.500 mqv)
- Esclusivamente nelle zone B.10, B.11 e B.12
- Attraverso gli interventi di cui all'art.3 del DPR n.380/01 e, specificatamente:
 - Zona B.10 interventi di cui all'art.52 delle NTA del PRG vigente

¹ Comprendenti le parti del territorio comunale interessate da agglomerati o complessi urbani, architettonici, ambientali aventi caratteristiche specifiche, d'insieme o d'impianto d'interesse storico o naturale

² Comprendenti le parti del territorio comunale edificate o parzialmente edificate con esclusione di quelle rientranti nella precedente zona a e delle case o fabbricati sparsi

- Zona B.11 interventi di cui all'art. 53 delle NTA del PRG vigente.
- Zona B.12 interventi di cui all'art. 54 delle NTA del PRG vigente.

c) ZONE C³

- Esclusivamente tipologia M1 (250-600 mqv) e M2 (601-1.500 mqv)
- Esclusivamente nelle zone C.7
- Attraverso gli interventi previsti dall'art. 3 del DPR n.380/01 e, specificatamente, dall'art. 76 delle NTA del PRG vigente.

d) ZONE D⁴

- Tipologia M1 (250-600 mqv), M2 (601-1.500 mqv) e M3 (1.501-2.500 mqv)
- Esclusivamente nelle zone D.3, D.4 e D.5
- Attraverso gli interventi previsti dall'art. 3 del DPR n.380/01 e, specificatamente:
 - Zona D.3 interventi di cui all'art.79 delle NTA del PRG vigente e secondo quanto disciplinato con D.C.C. n.37 del 17/05/2016;
 - Zona D.4 interventi di cui all'art.80 delle NTA del PRG vigente;
 - Zona D.5 interventi di cui all'art.81 delle NTA del PRG vigente.

³ Comprendenti le parti del territorio comunale in cui il PRG prevede la costituzione di nuovi insediamenti residenziali

⁴ Comprendenti le parti del territorio comunale interessate da insediamenti industriali e produttivi o in cui il PRG ne prevede la costruzione

e) ZONE E⁵

- Nessuna tipologia di Medie Strutture di Vendita.

f) ZONE F⁶

- Esclusivamente nelle zone F24 in conformità con l'art.99 delle NTA del PRG vigente.

Art. 8

Standard di parcheggio

1. I parcheggi di pertinenza sono aree o costruzioni, o loro porzioni, adibiti al parcheggio di veicoli, al servizio esclusivo dell'insediamento commerciale. In particolare, i parcheggi di pertinenza devono essere destinati a tutti i clienti, essere posizionati ed organizzati in modo da essere accessibili liberamente e gratuitamente dagli stessi e, se a raso, devono essere dotati di alberature e superfici semi-drenanti in coerenza con l'Art. 9 comma 2 lett. d) del Regolamento Regionale n.11/2018.

2. Il rilascio dell'autorizzazione per nuove Medie Strutture di Vendita comporta, oltre al rispetto degli standard urbanistici pubblici previsti da D.M. 1444/68, la disponibilità dei seguenti standard minimi di parcheggio (pertinenziali) a servizio

⁵ Comprendenti le parti del territorio comunale interessate da produzione agricola

⁶ Comprendenti le parti del territorio comunale destinate al generale uso pubblico, siano esse attrezzate o no

dell'utenza che sostituisce, per le tipologie sotto indicate, quanto previsto dalla legge 122/89.

3. Gli Standard pertinenziali per medie strutture, per ogni mq. di superficie di vendita, sono i seguenti:

	M1 MQ.251-600	M2 MQ. 601-1.500	M3 MQ. 1.500-2.500
Alimentare/Misto	0,7 mq.	1 mq.	1,5 mq.
Non Alimentare Beni Persona	0,5 mq.	0,8 mq.	1 mq.
Non Alimentare Altri Beni	0,4 mq.	0,5 mq.	0,8 mq.
Non Alimentare B. Basso Impatto	0,4 mq.	0,5 mq.	0,8 mq.

4. I parcheggi pertinenziali possono essere disponibili entro un raggio di 200 metri dalla struttura, calcolati per la via pedonale più breve e, se a raso, devono essere dotati di alberature e superfici semi-drenanti in coerenza con l'Art. 9 comma 2 lett. d) del Regolamento Regionale n.11/2018.

5. Nel caso di ampliamento o riduzione della superficie di vendita, di trasformazione o estensione del settore merceologico, il rispetto degli standard deve essere verificato rispetto alla sola superficie di vendita ampliata, ridotta o modificata.

6. Ai fini del calcolo degli standard, nel caso in cui un esercizio possa mettere in vendita beni di più settori merceologici, si applica su tutta la superficie di vendita lo standard di parcheggio più elevato.

7. Il cambiamento o l'ampliamento merceologico, in caso di inserimento di settore con maggiore carico urbanistico, comporta l'adeguamento degli standard a parcheggio pertinenziali.

8. Le aree destinate a standard urbanistici di cui al D.M. 1444/68 possono essere affidate in concessione mediante apposita convenzione che ne garantisca l'uso pubblico al servizio della struttura e la sistemazione e/o manutenzione da parte del concessionario.

9. La riduzione delle aree a parcheggio, a qualunque titolo intervenuta successivamente al rilascio dell'autorizzazione amministrativa, comporta la revoca dell'autorizzazione stessa per il venir meno dei presupposti che ne hanno determinato il rilascio, nei tempi e nei modi previsti dalla normativa vigente.

Art. 9

Deroghe agli standard pertinenziali

1. Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento e alla qualificazione della rete distributiva, fermo restando il rispetto degli standard urbanistici di cui al DM 1444/68, è possibile derogare agli standard di cui al precedente articolo 8, mediante convenzione con l'Amministrazione comunale, esclusivamente nei seguenti casi:

- a) Interventi all'interno del perimetro del centro storico- zona A1 come delimitata dallo strumento urbanistico vigente

- b) Interventi all'interno del perimetro del Distretto Urbano del Commercio, come delimitato nel presente Documento strategico del commercio
 - c) Interventi di Medie Strutture di tipo -M1- realizzati in locali già dotati di destinazione d'uso commerciale.
2. Nel caso di interventi all'interno del perimetro del centro storico - zona A1, di cui al precedente comma 1 lett. a), può essere prevista la deroga fino al 100% degli standard pertinenziali.
3. Nel caso di interventi all'interno del perimetro del Distretto Urbano del Commercio, di cui al precedente comma 1 lett. b), la convenzione può prevedere la seguente riduzione:
- a) Fino ad un massimo del 50% per strutture alimentari/miste
 - b) Fino al 100% per strutture non alimentari
4. Nel caso di interventi di Medie strutture di tipo - M1- realizzati in locali già dotati di destinazione d'uso commerciale, di cui al precedente comma 1 lett. c), la superficie a parcheggio oggetto di convenzione deve essere calcolata con riferimento alla sola superficie di vendita eccedente l'esercizio di vicinato.
5. La convenzione deve prevedere il pagamento al Comune di un contributo per carenza di parcheggio (monetizzazione), che si applica alla quota di parcheggio, parziale o totale, non disponibile entro il perimetro stabilito dall'art. 8 comma 4.
6. L'ammontare del contributo per carenza di parcheggio (monetizzazione) a carico del soggetto richiedente

l'autorizzazione è stabilito ai sensi della Delibera del Sub-Commissario Prefettizio n. 296 del 21/05/2019 e s.m.i..

7. La convenzione deve essere vincolata affinché gli introiti recuperati con la monetizzazione vengano utilizzati per migliorare la dotazione di parcheggi nell'area, la sua accessibilità pedonale e ciclabile, la sua riqualificazione nonché per la realizzazione di opere di arredo urbano.

8. Non è in ogni caso consentita l'alternativa della monetizzazione delle aree a parcheggio per nuove autorizzazioni di Medie Strutture di Vendita nelle zone -C- di espansione e nelle zone -D- produttive e commerciali come delimitate dallo strumento urbanistico vigente.

Art. 10

Requisiti di accessibilità delle strutture

1 .La localizzazione delle nuove autorizzazioni per Medie Strutture di Vendita in relazione alla viabilità deve rispondere ai seguenti requisiti:

- a) Per Medie strutture di tipo M1 e M2 non sono previsti requisiti
- b) Per Medie strutture di tipo M3: struttura raggiungibile direttamente, ingresso con proprie corsie di accelerazione e decelerazione ad uso esclusivo della struttura.

Art. 11

Criteria di qualità per il rilascio dell'autorizzazione

1. Il rilascio delle autorizzazioni per nuove Medie Strutture di Vendita potrà avvenire a condizione che l'impatto della struttura sul territorio sia considerato sostenibile. L'intervento commerciale dovrà essere realizzato nelle aree dichiarate urbanisticamente idonee dalle vigenti normative urbanistiche e potrà essere considerato sostenibile, e quindi autorizzabile, se riporterà un punteggio minimo di 60 punti su 100 complessivamente disponibili per i seguenti parametri di qualità di insediamento, indicati dall'art.11 del Regolamento Regionale 11/2018:

- a) Compatibilità socio-economica-occupazionale
- b) Compatibilità infrastrutturale, urbanistica ambientale e paesaggistica
- c) Riduzione dell'impatto ai fini del contenimento dell'uso del territorio

Il punteggio per ciascuno di questi tre parametri sarà determinato dai seguenti indicatori:

Parametro a) **COMPATIBILITA' SOCIO-ECONOMICA-
OCCUPAZIONALE**

Indicatore 1: Dotazione di servizio al consumatore, favorendo gli insediamenti di nuove strutture nelle aree con minore dotazione di servizio

Dotazione di servizio di medie strutture nella zona/quartiere
oggetto di insediamento:

- a) Dotazione di servizio al consumatore superiore al 50% della media cittadina **punti 0**
- b) Dotazione di servizio al consumatore non superiore al 50% della media cittadina **punti 2**
- c) Dotazione di servizio al consumatore inferiore del 20% della media cittadina **punti 5**
- d) Dotazione di servizio al consumatore inferiore del 50% della media cittadina **punti 8**
- e) Dotazione di servizio al consumatore inferiore dell' 80% della media cittadina **punti 10**

Lo studio sulla dotazione di servizio delle medie strutture nella zona interessata all'insediamento ed il calcolo del rapporto fra superficie commerciale delle medie strutture esistenti e popolazione residente sarà a cura del proponente, sulla base dei dati comunali sulla popolazione e sulla dotazione di servizio delle medie strutture riepilogata nel presente Documento strategico del commercio e aggiornata dal Comune ad ogni nuova autorizzazione

Indicatore 2: Ricadute occupazionali del nuovo punto vendita

Impegni assunti dal proponente sui livelli occupazionali diretti (con l'esclusione dell'indotto), garantiti, con applicazione di contratto sottoscritto dalle Organizzazioni sindacali e datoriali maggiormente rappresentative, previsti all'avvio e valutati in proporzione alle ore lavorate. Il numero degli occupati

corrisponde al numero di unità lavorativa/anno (ULA), cioè al numero medio mensile di dipendenti occupati a tempo pieno durante un anno, mentre quelli a tempo parziale e quelli stagionali rappresentano frazioni di ULA

- a) impegno all'assunzione di personale nella struttura commerciale nel rispetto del CCNL, punti 1 ogni 3 ULA per fino ad un massimo di **punti 5**
- b) impegno al riassorbimento di mano d'opera nel settore a rischio di disoccupazione nel rispetto del CCNL punti 1 ogni 3 ULA fino ad un massimo di **punti 5**
- c) intervento proposto all'interno di un progetto di più ampio sviluppo del territorio che complessivamente, insieme agli interventi di natura non commerciale, garantisca almeno 15 (ULA) nuovi occupati nel rispetto del CCNL **punti 10**

I punteggi di cui ai punti a) e b) sono alternativi e non cumulabili con quelli del punto c).

Indicatore 3: Impatto sulla rete distributiva esistente e integrazione con la stessa

Presenza di strutture commerciali impattanti nell'area/quartiere di insediamento, come perimetrato dal Comune:

- a) Presenza di Medie Strutture di tipo M3 **punti 0**
- b) Presenza Medie Strutture di tipo M2 **punti 3**
- c) Presenza di Medie Strutture di tipo M1 **punti 5**

d) Nessuna presenza di Medie Strutture **punti 10**

Punteggio massimo totalizzabile con il parametro 1 punti 30

Parametro b) **COMPATIBILITA' INFRASTRUTTURALE,
URBANISTICA, AMBIENTALE E PAESAGGISTICA**

**Indicatore 1: Condizioni di accessibilità pedonale,
automobilistica, ciclabile e con i mezzi del trasporto pubblico
locale**

a) fermata di mezzi pubblici di trasporto collettivo su gomma,
pubblico o privato, con fermata collocata a meno di 100 metri
dall'ingresso della struttura commerciale: **punti 5**

b) realizzazione e /o potenziamento di percorsi ciclabili e
pedonali che colleghino la struttura commerciale con le eventuali
fermate di mezzi pubblici di trasporto in modo rapido, comodo e
sicuro a meno di 200 metri dall'ingresso della struttura
commerciale: **punti 5**

I punteggi previsti dai precedenti commi non sono cumulabili fra
loro.

Indicatore 2: Presenza di spazi pubblici

a) Presenza di spazi destinati alla funzione pubblica all'interno
della struttura (biblioteca, auditorium, attrezzature sportive, aree

espositive a fruizione gratuita da parte di artisti locali, presidi sanitari e spazi socio-assistenziali, spazi comunali polifunzionali ecc.), in misura non inferiore al 10% della superficie commerciale da autorizzare **punti 5**

Indicatore 3: Integrazione funzionale con il sistema dei servizi comunali con l'assetto urbano

- a) Intervento previsto all'interno di qualsiasi porzione dell'area urbana **punti 5**
- b) Intervento previsto all'interno del perimetro del Distretto Urbano del Commercio **punti 10**
- c) Intervento che preveda un progetto di utilità pubblica finalizzato alla valorizzazione della rete commerciale, definito da una convenzione stipulata fra Comune e proponente **punti 15**

Il progetto di cui al precedente punto c) deve essere incluso in un accordo fra Comune e soggetto privato attuatore, che definisca la rilevanza pubblica dell'iniziativa che può essere costituita dalla previsione di soluzioni progettuali e realizzative in grado di integrare le diverse funzioni: commerciali e para commerciali (pubblici esercizi e artigianato di servizio), direzionali, ludiche e servizi di pubblica utilità alla città e al quartiere, oppure da caratteristiche di particolare innovatività ed interesse della formula distributiva per il territorio comunale, in relazione alla proposta assortimentale, alle tecniche di vendita, a progetti di bonifica e forestazione urbana su aree comunali ecc.

Indicatore 4: Rapporto con le caratteristiche naturali, paesaggistiche ed ambientali dell'ambito territoriale interessato dall'intervento

- a) Presenza di criticità paesaggistiche ed ambientali non completamente risolvibili quali presenza o vicinanza di elementi di pregio storico, ambientale, urbanistico/architettonico, ovvero sensibilità dell'area all'incremento di inquinamento (atmosferico o acustico) derivante dall'insediamento della struttura **punti 0**
- b) Assenza di criticità rilevanti, ovvero risolte con soluzioni progettuali che eliminino le criticità già esistenti di cui alla lettera a) **punti 5**
- c) Creazione di spazi verdi alberati e rigenerazione paesaggistica di filari alberati nello spazio pubblico limitrofo all'insediamento **punti 5**

I punteggi previsti dai precedenti commi b) e c) non sono cumulabili fra loro.

Indicatore 5: Impatto acustico

Progetto che preveda l'obiettivo di garantire la mitigazione dell'impatto acustico:

- a) Esternamente all'area (sorgenti interne/esterne, ricettori esterni), fatta salva la presenza di sorgenti esterne di inquinamento acustico
- b) All'interno dell'area (sorgenti e/o ricettori interni)

c) All'interno degli edifici, con particolare attenzione agli ambienti sensibili presenti

Per la realizzazione di almeno due dei punti **punti 5**

Indicatore 6: Aumento di traffico generato dal nuovo insediamento

Valutazione del grado di criticità della rete stradale già esistente o prevista a seguito della nuova apertura (probabilità di congestione della rete, innesti sulla rete pubblica, ecc.):

a) Realizzazione di nuove arterie e/o innesti sulla rete pubblica esistente **punti 0**

b) Realizzazione di percorsi ciclabili e pedonali che colleghino la struttura commerciale con le eventuali fermate di mezzi pubblici di trasporto in modo rapido, comodo e sicuro a meno di 200 m dall'ingresso della struttura commerciale **punti 5**

c) Nessun nuovo intervento sulla rete stradale **punti 10**

Punteggio massimo totalizzabile con il parametro 2 punti 45

Parametro c) RIDUZIONE DELL'IMPATTO AI FINI DEL CONTENIMENTO DELL'USO DEL TERRITORIO

Indicatore 1: Realizzazione di parcheggi multi-piano o interrati, nonché di parcheggi a raso che garantiscano la permeabilità:

- a) Realizzazione di parcheggi alberati a raso che garantiscano la permeabilità dei suoli **punti 2**
- b) Realizzazione di parcheggi multipiano (almeno 50% dei posteggi dovuti) **punti 5**
- c) Realizzazione di parcheggi interrati (almeno 50% dei posteggi dovuti) **punti 10**

Indicatore 2: Insediamento di strutture che comportino l'uso di territorio urbanizzato, utilizzando ad esempio gli ambiti di riqualificazione urbana

- a) Intervento che preveda un progetto di utilità pubblica finalizzato alla valorizzazione di territorio già urbanizzato, al recupero del patrimonio edilizio esistente, al riuso di immobili e locali già edificati **punti 15**

Punteggio massimo totalizzabile con il parametro 3 punti 25

Art. 12

Quartieri/aree di insediamento commerciale

1. Ai fini dei criteri di qualità dell'insediamento, di cui al precedente art. 11, e in particolare ai fini della ripartizione per aree e del calcolo del numero dei residenti e dei relativi indici di servizio di cui al parametro a), si considerano aree/quartieri della città quelli determinati dalla Delibera di Consiglio Comunale

n.133 dell'11 ottobre 2018 *“Riorganizzazione territoriale del comune di Lecce in frazioni, borghi, quartieri e contesti a seguito di soppressione delle circoscrizioni i.e.”*

Art. 13

Procedimento amministrativo per il rilascio dell'autorizzazione

1. In linea con quanto disposto dal D.Lgs. 222/2016 l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento o riduzione della superficie di vendita che comporta una variazione della tipologia dimensionale, l'estensione del settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune di Lecce.

2. Per il rilascio dell'autorizzazione per l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento o riduzione della superficie di vendita che comporta una variazione della tipologia dimensionale, l'estensione del settore merceologico di una media struttura di vendita, il richiedente deve presentare apposita domanda al Suap del Comune di Lecce tramite il portale www.impresainungiorno.gov.it.

3. La domanda di autorizzazione per l'apertura di nuove Medie Strutture di Vendita deve, inoltre, contenere, oltre alle informazioni e agli allegati obbligatori previsti dalla vigente normativa, anche i seguenti allegati:

- a) Relazione progettuale a cura del soggetto proponente relativa alla natura e alle caratteristiche dell'intervento commerciale proposto, ai fini della valutazione dello stesso

e della verifica del raggiungimento del punteggio minimo sui parametri di qualità di cui all'art. 11

- b) Convenzione firmata per la monetizzazione degli standard pertinenziali e attestazione dell'avvenuto versamento del contributo dovuto per carenza di parcheggio, nei casi previsti dall'art. 9.

4. Entro 30 (trenta) giorni dalla presentazione della domanda il responsabile del procedimento verifica che la documentazione presentata sia completa di tutti gli elementi necessari ai fini dell'istruttoria. In caso di carenza o irregolarità dei documenti previsti, provvede a richiedere l'integrazione documentale ovvero la regolarizzazione della domanda. Entro il termine di 30 (trenta) giorni dal ricevimento della comunicazione, il proponente ha il diritto di presentare la documentazione integrativa. In difetto, si procederà con l'archiviazione della domanda.

5. Entro 90 (novanta) giorni dalla data di ricevimento della domanda o, se richiesta, della documentazione integrativa, il responsabile del procedimento provvede a notificare al richiedente l'accoglimento dell'istanza ed il rilascio dell'autorizzazione amministrativa o, eventualmente, il suo diniego.

6. L'attivazione dell'autorizzazione deve essere effettuata integralmente entro 1 (uno) anno dal rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità, secondo quanto previsto dall'art. 17 della L.R. 24/2015.

Art. 14

Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale

1. Il rilascio dell'autorizzazione commerciale da parte del comune è subordinato all'avvenuto rilascio dei pertinenti titoli edilizi.

Art. 15

Trasferimento della gestione o della proprietà, sospensione temporanea e cessazione di attività delle medie strutture di vendita

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

2. Il subentro nell'attività è soggetto a comunicazione da presentare al SUAP entro 6 (sei) mesi dalla data della morte del titolare o entro 60 (sessanta) giorni dalla data di acquisizione del titolo con indicazione degli estremi dell'autorizzazione interessata, del contratto di cessione o fitto d'azienda che deve essere allegato alla comunicazione di subentro e con l'attestazione del possesso dei requisiti di cui all'articolo 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno) e successive modificazioni. La mancata comunicazione nei termini di cui al

presente comma comporta le sanzioni previste all'articolo 61, comma 6, del decreto legislativo 26 marzo 2010 n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno.

3. In caso di morte del titolare, il titolo abilitativo è reintestato all'erede o agli eredi che ne facciano richiesta, nelle modalità di cui al precedente comma, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'articolo 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno) e successive modificazioni. In mancanza dei requisiti, gli stessi possono chiedere al comune la prosecuzione dell'attività per un anno.

4. La cessazione o sospensione temporanea delle attività sono subordinate a comunicazione da trasmettere al SUAP.

5. Quando il subingresso, la cessazione o sospensione dell'attività riguardano la vendita di prodotti alimentari, alla comunicazione è obbligatorio allegare la notifica ai fini sanitari.

Art. 16

Eventuale formazione di un'area commerciale integrata o di una grande struttura di vendita

1. Fermo restando il rispetto di requisiti, standard, possibilità insediative, zone di localizzazione e criteri di qualità, stabiliti nei

precedenti articoli, il rilascio dell'autorizzazione per l'insediamento di una media struttura di vendita deve essere preceduto da una valutazione che accerti l'eventuale esistenza o formazione, a seguito del rilascio dell'autorizzazione stessa, di un'area commerciale integrata, così come definita dall'articolo 16 della L.R. 24/2015 e dall'art. 3 comma 4 lett. c) del presente regolamento. In questo caso la struttura deve essere compatibile con la programmazione regionale o con la programmazione comunale nel caso di aree commerciali piccole.

2. Non possono essere autorizzate singole medie strutture di vendita, anche se previste all'interno di piani attuativi o di strumenti di programmazione negoziata, che configurano una grande struttura di vendita organizzata in forma unitaria riconducibile alla tipologie di cui all'art. 16 della L.R. 24/2015.

Art. 17

Norme transitorie e finali

1. Le medie strutture di vendita autorizzate alla data di entrata in vigore del presente piano hanno diritto a continuare l'attività nei locali per i quali è stata rilasciata l'autorizzazione amministrativa.

2. Sono fatte salve eventuali istanze di attività di strutture commerciali, già inoltrate e ancora in corso di definizione tecnico-amministrativa, che saranno valutate sulla base delle normative urbanistiche e commerciali vigenti prima dell'approvazione del presente Documento.

3. Per quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento si applicano le norme della Legge della Regione Puglia 16 aprile 2015 n. 24 “Codice del Commercio”, del Regolamento Regionale 10 settembre 2018 n. 11, della disciplina legislativa sul procedimento amministrativo (L. 241 del 1990) e, più in generale, della normativa vigente.

ALLEGATI AL PIANO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

- Schema di convenzione per la monetizzazione degli standard pertinenziali di parcheggio
- Illustrazione grafica Zone Urbanistiche secondo strumento urbanistico vigente
- Illustrazione grafica delimitazione del territorio in quartieri secondo DCC dell'11 ottobre 2018 "Riorganizzazione territoriale del comune di Lecce in frazioni, borghi, quartieri e contesti a seguito di soppressione delle circoscrizioni i.e."
- Illustrazione grafica centro storico A1-A2
- Illustrazione grafica Area Distretto Urbano del Commercio, come definita e delimitata dalla delibera commissariale n.29 del 24/01/2019 e dal presente Documento strategico del commercio

Schema di Convenzione per la monetizzazione degli standard pertinenziali di parcheggio di Media Struttura di Vendita....., in deroga all'art. 2, comma 2 del Regolamento Regionale n.11/2018, secondo quanto previsto dall'art. 3, comma 1 del medesimo Regolamento e dall'art.9 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento" del Piano delle Medie Strutture di Vendita, approvato con Delibera di Consiglio Comunale n..... del

L'anno duemila, il giorno del mese di in Lecce, presso la sede comunale, con la presente scrittura privata, autenticata nelle sottoscrizioni da..... a ciò abilitato ai sensi dell'art.97, comma 4, lett. c), del D.Lgs. n. 267/2000 s.m.i., in esecuzione del Decreto Sindacale n.... del

TRA

Il Comune di Lecce (di seguito per brevità indicato come "Comune"), cod. fisc. 80008510754, in rappresentanza del quale interviene il Dirigente del Settore.....;

E

La ditta..... (di seguito per brevità indicata.....) con sede legale in, via, P.I., nella persona di, nato a, il in qualità di.....;

PREMESSO CHE

- Con delibera del Consiglio Comunale n. del il Comune di Lecce ha approvato il Documento strategico del commercio, che contiene il Piano delle Medie Strutture di Vendita;
- All'interno del suddetto Piano delle Medie Strutture di Vendita, l'art. 9 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento"

prevede il pagamento di un contributo per carenza di parcheggio (monetizzazione), di cui all'art. 3 del Regolamento Regionale 11/2018, che si applica alla quota di parcheggio, parziale o totale, non disponibile entro il perimetro stabilito dall'art. 2 del Regolamento Regionale 11/2018 e dall'art. 8 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento";

- Il suddetto art. 9 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento", in coerenza con l'art. 3 del regolamento Regionale n.11/2018, stabilisce anche i casi in cui è possibile avvalersi della possibilità di deroga agli standard a parcheggio di cui all'art. 2 del Regolamento Regionale 11/2018 e all'art. 8 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento";

- L'art. 9 comma 6 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento" stabilisce anche che l'ammontare del contributo per carenza di parcheggio (monetizzazione) a carico del soggetto richiedente l'autorizzazione è fissato in 245 € per metro quadro di area a parcheggio non disponibile, in caso di presentazione di istanza di apertura, ampliamento della superficie di vendita, estensione del settore merceologico di una Media Struttura di Vendita;

TUTTO CIO' PREMESSO

- Considerato che la ditta con prot. n. del, ha presentato istanza per l'apertura di una Media struttura di vendita m. in via, attestando contestualmente di non avere la necessaria superficie di parcheggio pertinenziale di mq.... ai sensi del RR n.11/2018, e richiedendo quindi di avvalersi della monetizzazione per la carenza di parcheggio di cui in premessa;

- Constatato che, nella fattispecie, l'importo che la ditta..... dovrà versare per la carenza di parcheggio è di €..... (mq.... X € 245);

- Dato atto che dall'istruttoria è emerso che sussistono i requisiti di legge necessari per poter procedere al rilascio

dell'autorizzazione amministrativa prevista dalla L.R. 24/2015 e s.m.i. e del RR n.11/2018, per l'esercizio dell'attività di Media Struttura di vendita, fermo restando la stipula della predetta convenzione;

- dato atto, pertanto, che occorre provvedere alla stipula della convenzione sopra specificata con la ditta, secondo quanto previsto dall'art. 3 del Regolamento Regionale n.11/2018 nonché dall'art. 9 dei "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento"

visto il Decreto Sindacale n..... del.....

Visti gli atti e le norme citati in presenza;

Tutto ciò premesso si conviene e si stipula quanto segue:

Art. 1 Oggetto

Oggetto della presente convenzione è la monetizzazione da parte della ditta, della carenza di parcheggio pertinenziale, ammontante a €.....

Art. 2 Durata della Convenzione

La presente convenzione ha durata permanente e si intenderà automaticamente risolta in caso di cessazione dell'attività dell'insediamento specificato in premessa

Art. 3 Termini di pagamento

Il versamento della somma dovuta dovrà essere versato a mezzo bonifico bancario sul c/c intestato al Comune di Lecce presso la Tesoreria Comunale (cod. IBAN.....)

L'attestazione dell'avvenuto versamento dovrà essere allegato alla domanda di autorizzazione contestualmente alla copia della presente convenzione sottoscritta fra le parti

Art.4 Trasferimento di gestione o titolarità dell'esercizio

In caso di trasferimento di gestione o titolarità dell'esercizio, a seguito di fitto o cessione di azienda o ramo d'azienda, al subentrante dovranno essere ceduti i diritti e gli obblighi della presente convenzione e dell'intervenuto trasferimento dovrà essere data espressa comunicazione all'ente Comunale.

Art.5 Risoluzione

La presente convenzione s'intenderà automaticamente risolta in caso di cessazione definitiva dell'attività della media struttura.

Art.6 Utilizzo degli introiti

Gli introiti derivanti dalla presente convenzione dovranno essere utilizzati per migliorare la dotazione dei parcheggi dell'area, la sua accessibilità, la sua riqualificazione nonché la realizzazione di opere di arredo urbano

Art.7 Registrazione

La presente Convenzione è da sottoporre a registrazione solo in caso d'uso

Art.8 Tutela dei dati personali

Le parti si autorizzano reciprocamente a comunicare a terzi i propri dati personali in relazione agli adempimenti connessi alla presente convenzione ai sensi e per gli effetti del D.Lgs 196/2003 e del GDPR (Regolamento UE 2016/679) ed a trattare, nel rispetto di tale normativa, le informazioni che si comunicheranno predisponendo le misure idonee a scongiurare qualsiasi trattamento lesivo delle stesse.

Art.9 Foro competente

Per qualsiasi controversia derivante dall'interpretazione ed esecuzione della presente convenzione è competente il Foro di Lecce

Art.10 Rinvio a norme di diritto vigente

Per quanto non contemplato nella presente convenzione, si fa rinvio alla normativa vigente.

Per il Comune di Lecce

Il Dirigente del settore Sviluppo Economico e Attività produttive

Firma.....

Per la ditta.....

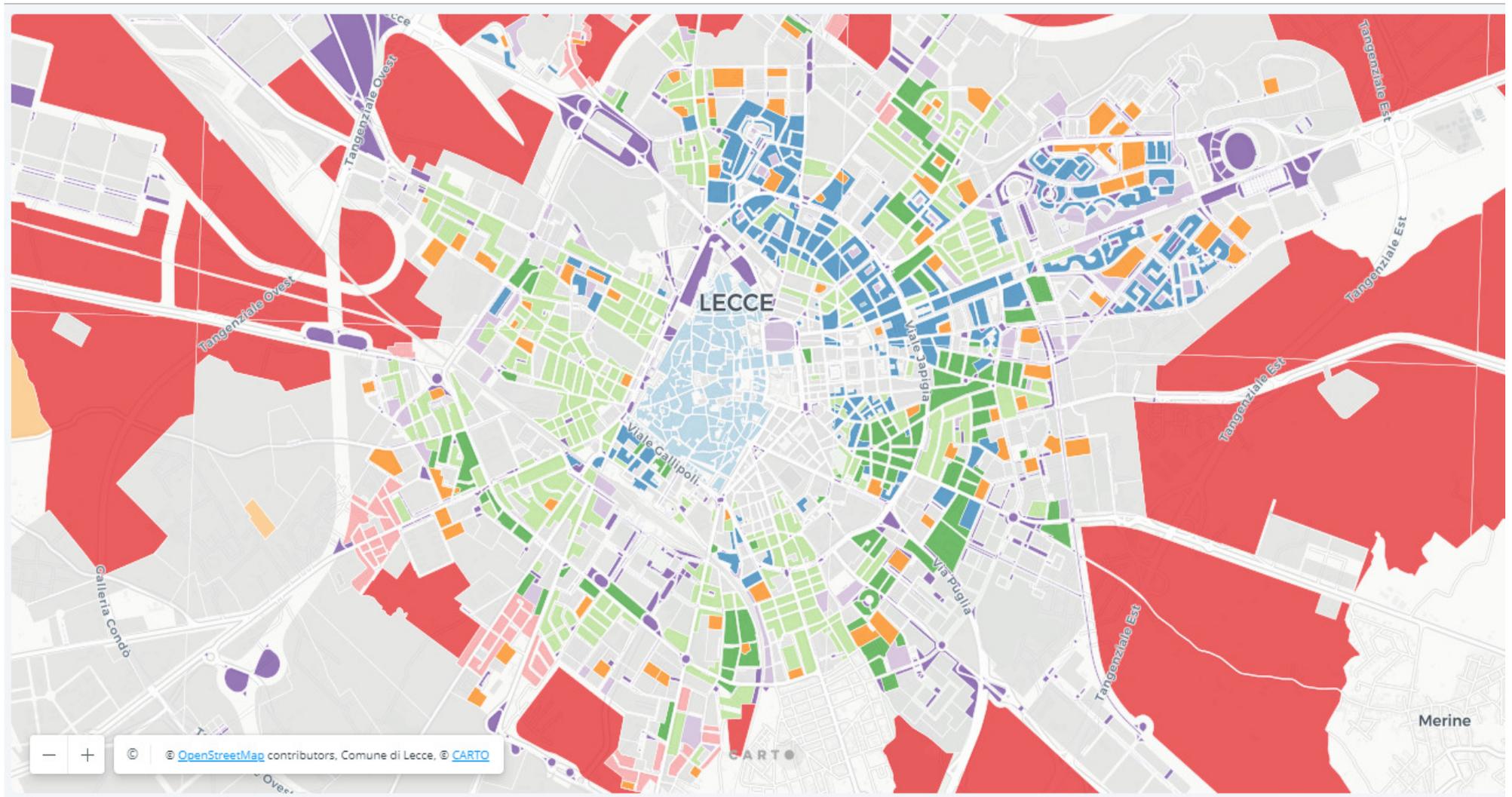
Il rappresentante legale

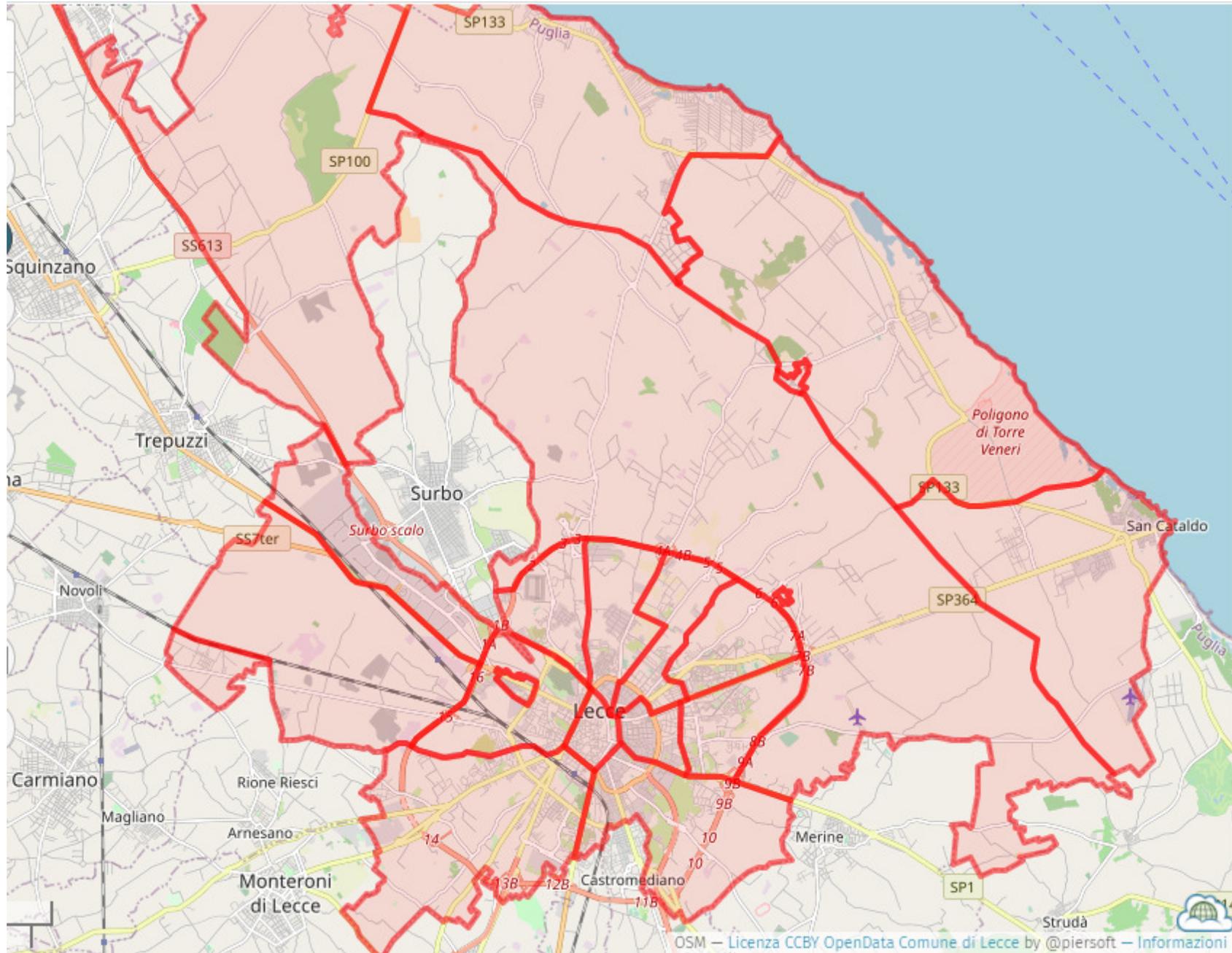
Firma.....

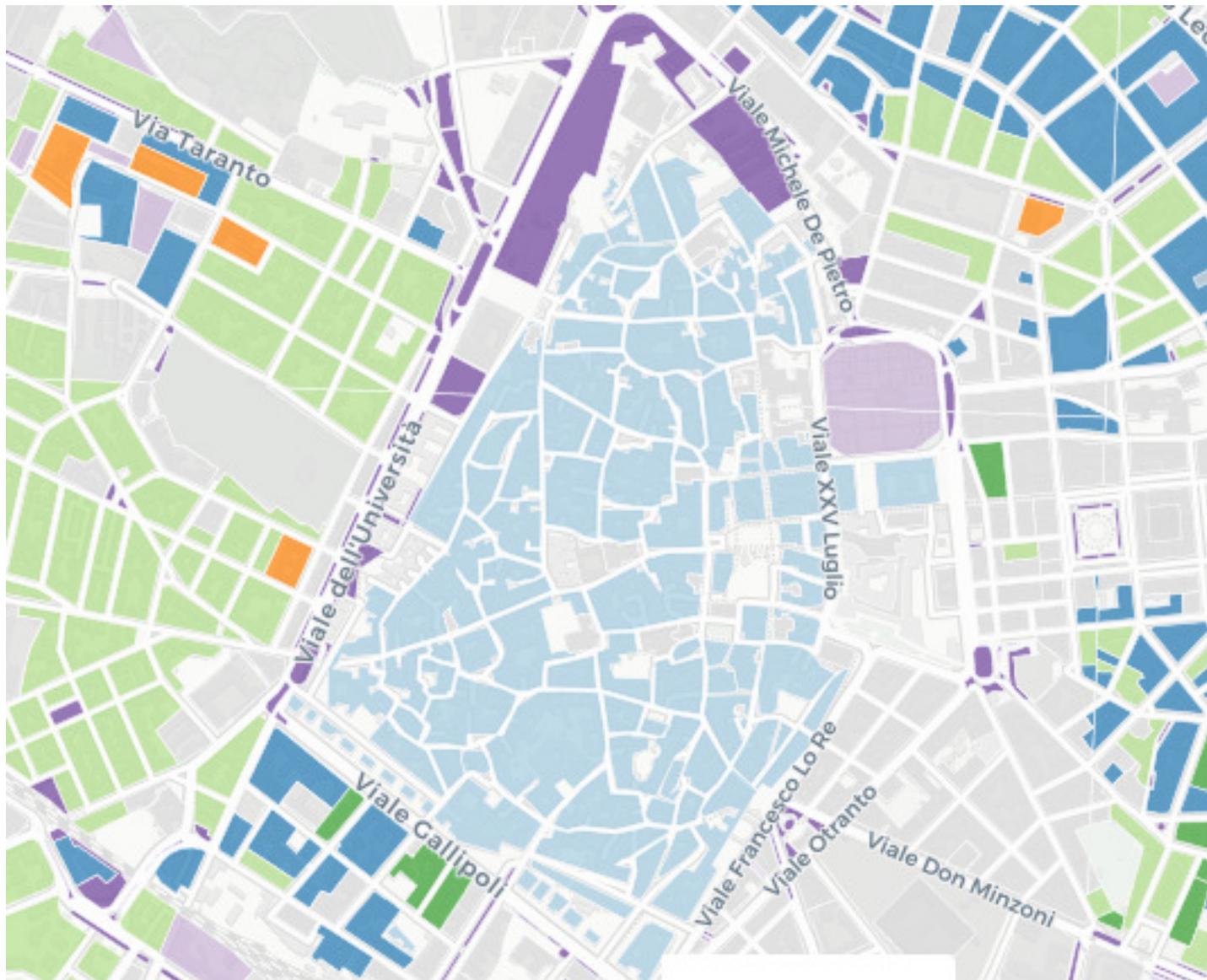
Per autentica delle sottoscrizioni

Il Segretario Generale

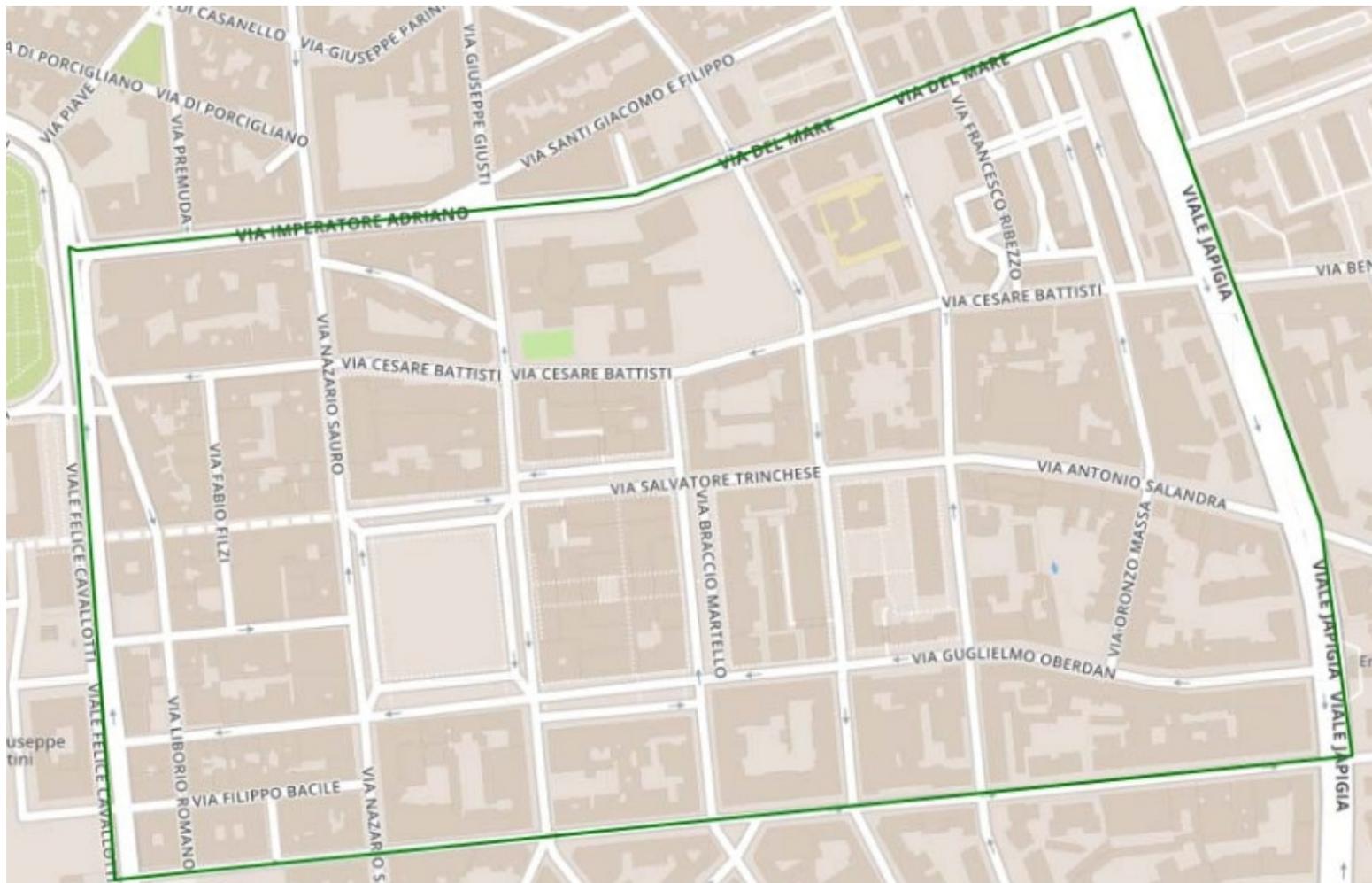
Firma.....







PERIMETRO CENTRO STORICO A1: Viale Gallipoli, Viale dell'Università, Viale Francesco Calasso, Viale Michele De Pietro, Via Giuseppe Garibaldi, Via S. Francesco D'Assisi, Via Felice Cavallotti, Via Guglielmo Marconi, Viale Francesco Lo Re



PERIMETRO AREA DUC: Via Imperatore Adriano/Via Del Mare – Viale Japigia – Via 95° Reggimento Fanteria – Via Felice Cavallotti

