



CITTA' DI VITERBO

**PIANO E RELATIVI PROGRAMMI
PER IL COMMERCIO
DEL COMUNE DI VITERBO**

**Testo licenziato dalla 2^a Commissione Consiliare nella seduta del 21/1/2019
e modificato con emendamenti nelle sedute del C.C. del 24, 31/1/2019 e 6/2/2019
Approvato con deliberazione del
Consiglio Comunale n. 8 del 6/2/2019**

PRESUPPOSTI DEL PIANO DEL COMMERCIO

Le analisi e le indagini che costituiscono i presupposti conoscitivi del nuovo Piano del Commercio del Comune di Viterbo sono state svolte a partire dall'inizio del 2017.

Il profilo che scaturisce dal lavoro effettuato può essere ripercorso sulla base della documentazione prodotta:

1. Primi elementi di approfondimento, contenenti la definizione del bacino di utenza primario, le analisi delle gravitazioni da fuori bacino, le stime sui consumi, l'analisi dell'offerta commerciale (tradotta in una mappatura dinamica on line su piattaforma digitale), gli approfondimenti sul centro storico, i confronti con altri 37 capoluoghi, le dinamiche dell'offerta ed il turn over delle attività nell'ultimo quinquennio, le verifiche urbanistiche;
2. Analisi delle opzioni di regolazione del settore commerciale al dettaglio;
3. Analisi delle tendenze alla digitalizzazione delle imprese del settore commerciale al dettaglio;
4. Ipotesi di regolazione del settore commerciale al dettaglio a seguito delle analisi eseguite e dei confronti con gli uffici;
5. Esiti dei rilievi sulla vitalità economica delle principali arterie commerciali del centro storico e confronti con altre realtà urbane, con censimento diretto di oltre 600 attività commerciali e paracommerciali;
6. Piano del Commercio (il presente documento).

Si sono alternati momenti di analisi documentale su banche dati, momenti di indagine sul campo, momenti di confronto e condivisione con tutti gli stakeholders del territorio che in varia misura sono toccati da questo Piano.

Prima di scendere nel dettaglio delle strategie di piano e dell'articolato, appare utile richiamare succintamente alcuni dei dati e delle questioni emerse nel corso dei mesi di lavoro sopra menzionati.

Procediamo sempre per punti, per semplicità:

1. Viterbo sta vivendo una transizione da città militare a città universitaria (8.416 studenti iscritti nell'anno accademico 2016/2017, ricordando che l'Università della Tuscia è stata fondata nel 1979) e ad attrazione culturale di primario livello. Gran parte degli studenti viene da fuori Comune e fuori provincia, e richiede pertanto uno standard di servizi che nel frattempo la città si è organizzata per erogare;
2. La popolazione del Comune cresce (+7% circa nel periodo 2009-2015), ma negli ultimi decenni si è anche assistito ad un forte decremento della popolazione residente nel centro storico;
3. La rete commerciale di Viterbo è composta da 1.616 esercizi, che occupano 232.072 mq. di vendita;
4. Di essi, 1510 sono esercizi di vicinato, 101 medie strutture e 5 grandi strutture;
5. Vicinato: 291 esercizi sono alimentari o a componente alimentare prevalente, per un totale di 16.280 mq. di vendita. 1.219 esercizi non alimentari, che occupano 107.188 mq. con superficie media di 82 mq;
6. Medie strutture: 22 alimentari o alimentari prevalenti (17.303 mq.), 79 non alimentari o Non alimentari prevalenti (71.520 mq.). Superficie media di 879 mq;
7. Grandi strutture: 3 alimentari prevalenti (14.148 mq.) e 2 non alimentari o non alimentari prevalenti (5.633 mq.). Superficie media di 3.956 mq;

8. In questa rete sono presenti 4 attività sospese: si tratta di medie strutture non alimentari o non alimentari prevalenti (7.155 mq.). Incidenza tra le strutture medio grandi: 3,8% in numero e 6,6% in superficie;

9. Il commercio al dettaglio del centro storico rappresenta come numero circa un terzo e come superficie circa un settimo (circa un quarto, se ci si sofferma sugli esercizi di vicinato) dei punti vendita operanti nel comune;

10. Il centro storico assorbe il 33,5% degli esercizi di vicinato (circa 32mila metri quadrati di superficie di vendita), il 5,9% delle medie strutture (quasi 3mila metri quadrati di superficie di vendita) mentre non sono presenti al momento grandi strutture;

11. Complessivamente, il centro storico ospita 512 negozi e 34.772 metri quadrati di vendita;

12. Un altro tema determinante riguardo lo stato del commercio al dettaglio in sede fissa nel Comune di Viterbo riguarda la densificazione commerciale della Cassia Nord. Questa arteria strategica nel corso del tempo ha finito per ospitare 17 medie strutture (25.874 metri quadrati di vendita) e 2 grandi strutture (5.633 mq.), rispetto alle 84 medie strutture (62.949 mq.) e 3 grandi strutture (14.148 mq.) esistenti nel resto del territorio comunale. Si tratta di una incidenza complessiva, a livello di strutture medie e grandi, del 18% circa in termini di numero e del 29% in termini di metri quadrati. Di fatto Cassia Nord esprime ormai una metratura commerciale prossima a quella dell'intero centro storico cittadino. Da qui, e da altre situazioni meno urgenti, la necessità di una più significativa regolamentazione dell'area in termini di impatto urbanistico, viabilistico e territoriale;

13. Facendo un confronto con altri 37 capoluoghi di provincia di simili dimensioni, si sono potute estrapolare numerose informazioni circa il posizionamento relativo di Viterbo in un contesto nazionale. Fra le altre questioni emerse, da segnalare in particolare la maggior densità alimentare relativa a strutture medie e grandi (Viterbo esprime una densità di 468 metri quadrati per 1000 abitanti, a fronte di una media degli altri capoluoghi pari a 383), anche legata alle caratteristiche del territorio, sostanzialmente più distante da altri centri urbani rilevanti rispetto alle 37 città prese a riferimento. Scomponendo le strutture alimentari medie in sub categorie dimensionali (da 250 a 800 metri quadrati, da 800 a 1500 metri quadrati, da 1500 a 2500 metri quadrati) e le grandi strutture in sub categorie da 2500 a 5000 metri quadrati e oltre i 5000 mq, si evidenzia come l'unica sub categoria nella quale la densità di Viterbo risulta inferiore alla media dei 37 capoluoghi di provincia sia quella intermedia da 1500 a 2500 metri quadrati, proprio la subcategoria dimensionale che sta esprimendo maggiore vitalità in tutto il paese (37 metri ogni mille abitanti a Viterbo, 59 metri ogni 1000 abitanti nel resto delle città del benchmarking);

14. Guardando agli spostamenti per motivi di studio o di lavoro, emerge con evidenza il carattere relativamente più "chiuso" e meno connesso di Viterbo. A fronte di una incidenza di spostamenti fuori comune sul totale pari al 13%, infatti, la media complessiva sfiora il 20%. Stessa cosa pesando l'incidenza degli spostamenti fuori Comune sui residenti (5,9% sul 9,5% del resto dei territori). Viterbo più isolata quindi, che ha dovuto rispondere nel tempo a sollecitazioni di strutturazione commerciale diverse e superiori alla media nazionale, ma che ora deve porsi seriamente la questione di un allineamento efficace ed efficiente tra tutela e sviluppo, tra pianificazione urbanistica e commerciale, tra limiti e incentivi;

15. Un altro elemento di grande interesse per le analisi riguarda le aperture e le cessazioni nel periodo 2013-2017 (ottobre) nel territorio comunale. Qui occorre scomporre un dato complessivo quinquennale, ovvero la riduzione del commercio al dettaglio in sede fissa di 47 unità a fronte di un incremento del commercio elettronico, automatico e comunque svincolato da una sede fissa e una vetrina, da un dato più specifico degli ultimi due anni. Il dato completo del 2017, ad esempio, evidenzia un

saldo positivo di +20 negozi nel solo centro storico, a riprova del fatto che un cambiamento rispetto agli anni precedenti si è verificato, e che va sostenuto e incentivato;

16. Le verifiche urbanistiche hanno portato ad evidenziare un certo numero di aree di sviluppo che hanno in corso procedure amministrative di riconoscimento e prevedono anche una destinazione commerciale. Non è dato sapere al momento quante di queste aree effettivamente decolleranno, e quanto commercio al dettaglio ne farà parte integrante. Come noto, soprattutto in momenti di crisi come quello ancora in corso, una previsione non corrisponde automaticamente ad una realizzazione. Il lavoro fatto ha puntato allora a far convergere in modo efficace e duraturo le procedure di autorizzazione dell'urbanistica e quelle del commercio, nel contempo garantendo per il futuro una valutazione di impatto accurata caso per caso;

17. E' stata svolta, infine, una importante rilevazione sul campo relativamente al ciclo di vita dell'economia urbana nel centro storico di Viterbo. Alcuni rilevatori dell'Azienda incaricata sul Piano del Commercio hanno proceduto a rilevare un totale di 18 vie e piazze del centro in modo esaustivo, oltre a 12 altre vie e piazze di connessione, per un totale di 30 vie e piazze e 613 vani rilevati (con almeno una vetrina fronte strada).

Il commercio è l'attività prevalente (289 attività, pari al 47% circa), i bar e ristoranti esprimono il 10% circa delle attività, le altre attività (sportelli bancari, agenzie turistiche, agenzie immobiliari, ecc.) rappresentano il 18% circa, i vani inattivi poco meno del 24%. Il dato dei vani inattivi, sostanzialmente allineato con quello di altri 15 centri storici italiani sui quali Sincron Polis o Confcommercio nazionale hanno svolto indagini nel corso degli ultimi anni, va contestualizzato. Da un lato, il dato medio ponderato dei 16 centri urbani (21%, che sfiora il dato di Viterbo aggiornando i rilevamenti più datati) è probabilmente aumentato di una decina di punti percentuali tra gli anni '80 ed oggi. Si sta assistendo ad una radicale ridefinizione del ruolo e del significato dei centri storici per come li conosciamo. Dall'altro, occorre sottolineare come il dato di Viterbo non sia omogeneo: a fronte di vie decisamente in salute (incidenza dei vani inattivi attorno al 10%, da considerare fisiologica) ci sono vie nelle quali i vani inattivi superano il 50%, come nel caso di Via Orologio Vecchio, che può essere presa a paradigma della questione, per la sua centralità e storicità. Mettere a punto incentivi e programmi di intervento mirati, basati sul Master Plan del Centro storico e su questo studio, rappresenta il necessario contrappunto alla regolazione;

18. I due fenomeni illustrati al punto 1 e 2 hanno portato ad un forte incremento dell'incidenza di studenti universitari rispetto ai residenti rispetto alla domanda di servizi nell'area centrale del capoluogo. Il numero di bar attivi entro le mura è oggi circa un terzo del totale esistente nel Comune, da un lato garantendo la soddisfazione di una domanda in evoluzione, dall'altro mettendo sotto pressione il tessuto urbano centrale soprattutto in determinati orari, come attestato da esposti, lamentele e conflitti legati all'uso di alcoolici e superalcoolici in orari notturni, all'impatto acustico di alcune iniziative, alle conseguenti problematiche di convivenza tra differenti target di popolazione e le esigenze relative. Su questo aspetto diversi Comuni italiani (in primis Firenze, ma anche Sarzana e altri) sono intervenuti limitando per ragioni di contrasto al degrado, di tutela degli interessi pubblici generali, di decoro, le possibilità di insediamento di determinate attività in aree particolarmente vulnerabili per la loro storicità, per le caratteristiche architettoniche, per la delicatezza dell'impianto urbano e sociale.

PIANO DEL COMMERCIO RELAZIONE

La presente proposta, composta complessivamente da tre capi e 19* articoli, concerne il nuovo piano del commercio e costituisce uno strumento essenziale, da tempo atteso, per la semplificazione e l'innovazione della normativa di settore e delle procedure amministrative, al fine di migliorare il servizio offerto agli utenti, in un settore economico ed imprenditoriale di così grande rilevanza, in attesa dell'aggiornamento normativo definitivo della Regione Lazio.

Il testo, redatto nella precedente consiliatura, è frutto del lavoro del competente Settore comunale e di analisi e indagini elaborate da consulenti esterni. A seguito del confronto con le associazioni di categoria, il Piano è stato parzialmente modificato e le novità introdotte, hanno tenuto conto anche, delle modifiche intervenute, nell'ordinamento regionale in materia ed in particolare la Legge della Regione Lazio 22 ottobre 2018 n. 6 "Disposizioni per la semplificazione e lo sviluppo regionale".

Gli elementi di innovazione della proposta si giustificano, dall'inserimento di nuove forme di tutela delle aree urbane, dal perseguimento di obiettivi e finalità atte a garantire un regime di libera concorrenza, secondo condizioni di pari opportunità e di corretto funzionamento del mercato, nonché dall'avviare percorsi di valorizzazione del commercio nel centro storico. Vengono, infatti, previste misure di salvaguardia ai fini della tutela del centro storico tutto e del quartiere medioevale di San Pellegrino in particolare, quali luoghi di particolare pregio ed interesse storico, e nel contempo inseriti strumenti di salvaguardia dell'ambiente urbano, della viabilità e della sicurezza dell'intero tessuto cittadino e l'inserimento di un procedimento integrato di Urbanistica commerciale che consente la contestuale istruttoria ed il parallelo rilascio di autorizzazione commerciale ove previsto e del relativo titolo abitativo, semplificherà di molto le attuali procedure amministrative.

La presente proposta è stata condivisa, per gli aspetti relativi alla programmazione urbanistica e per la relativa disciplina transitoria, con la struttura comunale competente in materia.

Il piano in particolare prevede al:

CAPO I

L'introduzione di definizioni proprie dei formati commerciali, soprattutto quelli relativi agli agglomerati (outlet, strutture di vendita in forma aggregata, rete di imprese) che nel corso degli anni sono divenuti sempre più una realtà territoriale. Nel caso delle strutture di vendita in forma aggregata, l'adiacenza genera effetti sulla viabilità e proprio per l'estensione del formato rispetto a realtà più piccole, necessita di una attenzione specifica. Si prevede pertanto una fase analitica del territorio ed eventualmente l'applicazione di un potenziamento degli standard minimi, standard che possono essere aumentati qualora dette strutture insistano sulle arterie viarie, che nel corso del tempo sono divenute "Critiche" per il rilevante flusso di traffico e transito anche indotto dall'insediamento di strutture commerciali.

Il Piano prevede una differenziazione tra medie strutture inferiori quelle cioè comprese fra 250 e 400 metri quadrati e medie strutture maggiori quelle comprese fra 400 e 2500 metri quadrati. Alle prime si potrà applicare, laddove consentito dalla legislazione una procedura semplificata, parificandole di fatto a strutture di vicinato

* variata numerazione in sede di Consiglio Comunale

alimentare e non alimentare. Per quanto concerne la forma aggregata sono considerate entrambe medie strutture.

Sempre tenendo conto della libertà di avviare nuove imprese nel rispetto degli standard urbanistici ed ambientali e di tutela degli eventuali interessi generali, si propone, in un contesto di programmazione basata sugli effetti di impatto territoriale, di richiedere al promotore privato di un progetto commerciale di media o grande dimensione o che vi ricada in forma aggregata, di finanziare e far realizzare analisi simulative sull'impatto e sull'indotto che l'eventuale apertura potrebbe creare nel tessuto circostante. Questo studio sarà oggetto di valutazione di una Conferenza di Servizi interna il cui solo parere positivo potrà dar vita al rilascio della autorizzazione da parte degli uffici competenti.

Sono inoltre definite le aree che attualmente vengono riconosciute da destinare ad insediamenti commerciali per medie e grandi strutture di vendita al dettaglio in sede fissa o in forma aggregata, e rimanda ad una successiva redazione di strumenti di pianificazione urbanistica generale o attuativa o ad ulteriori varianti per l'individuazione di aree di localizzazioni di future strutture di medie e grandi dimensioni. Ad esclusione dei casi previsti dal piano, future aree di localizzazione connesse ad autorizzazione di interventi edilizi saranno subordinati all'approvazione dei progetti da parte del Consiglio Comunale.

Per quanto concerne il Centro storico, vista la natura ambientale ed infrastrutturale, gli standard minimi sono ridotti del 50%, qualora vi sia una dimostrata impossibilità di reperire spazi o aree idonee per i parcheggi, con parere favorevole della Conferenza di servizi si potrà concedere la monetizzazione degli stessi, questi introiti dovranno essere utilizzati per il miglioramento della viabilità, dei parcheggi o la riqualificazione del centro storico stesso.

Viene infine previsto espressamente il campo di azione della Conferenza di servizi interna e demandato alla Giunta la redazione del disciplinare a cui la stessa dovrà attenersi.

CAPO II

Contiene norme di tutela del Centro Storico; in analogia ad altre amministrazioni locali in varie regioni di Italia, si disciplinano strumenti specifici per contrastare fenomeni di degrado e migliorare la qualità urbana e della vita nella area più centrale della città.

Sono delimitate 3 aree al fine di performare e graduare la tutela e le prescrizioni, e sono:

il centro storico cioè la parte entro le mura cittadine, anche delle frazioni, per cui sono richieste ai proprietari pubblico/privati degli immobili (anche sfitti), specifiche attività per il mantenimento del decoro e pulizia all'esterno delle strutture, modalità di oscuramento vetrine, divieto di affissione "molesta", il mantenimento delle insegne di esercizio e la rimozione delle insegne degli esercizi cessati etc. all'interno del Centro storico entro 12 mesi dall'approvazione del piano sarà adottato dall'Amministrazione un disciplinare (previo confronto con la soprintendenza) per individuare i locali cd. Storici e riconoscerne il titolo, qualora se ne riscontrino i requisiti, di Botteghe storiche.

la zona di tutela (piantina allegata) da piazza verdi a piazza San Lorenzo, Piazza San Pellegrino (aggiunte dall'ultima giunta via Cairoli e San Faustino) per cui verrà attivata una procedura ex art. 4 D. Lgs 222/2016 per la sottoscrizione con la Regione Lazio, sentito il soprintendente del Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo, di una intesa che ci consentirà di vietare o subordinare ad esplicita autorizzazione dell'ente l'esercizio di alcune attività (individuate con riferimento al tipo o alla categoria merceologica). Nell'articolato si individuano intanto alcune tipologie di attività, che per le loro caratteristiche non si confanno al

tessuto storico del territorio in questione e sono strutture come Phone center, compro oro, punti vendita automatici, sale giochi e sale scommesse ed i locali con distributori automatici, che saranno sospese, sino all'attivazione della procedura comunque per una max di due anni.

Ed infine il quartiere medievale di San Pellegrino per il quale, visto il valore storico, il pregio e la delicatezza del costruito e dell'impianto urbano, la tutela aumenta e nel piano vengono ribaditi e integrati alcuni limiti previsti per la somministrazione di superalcolici e la diffusione di musica, con la previsione di deroghe per chi si impegni ad aprire nelle ore diurne con chiusura alle ore 22.

CAPO III

Viene integrata la normativa sulle aree di somministrazione esterne con la previsione di garantire l'accesso ai disabili, nel caso di nuove strutture o ristrutturazione delle esistenti. Viene ribadito che la somministrazione su suolo pubblico è rilasciata dal Comune e deve essere antistante o prospiciente l'esercizio, la procedura per rilascio di concessione superiore ai 30 gg prevede una conferenza dei servizi interna al fine di coordinare i diversi settori coinvolti. Sono previste deroghe per casi speciali. Viene ribadito anche che le concessioni su provvedimento motivato possono essere sospese o revocate e che gli arredi devono essere conformi alle tipologie individuate nel regolamento per l'arredo urbano o dell'ornato cittadino. Le concessioni di suolo pubblico hanno comunque durata non superiore ai 7 anni.

Viene fatto obbligo per gli esercenti alla pulizia dei locali e delle aree di pertinenza degli stessi, alla rimozione dei rifiuti durante l'orario di apertura.

Le regole delineate nel piano e qui descritte sono rese necessarie, per equilibrare la libertà di impresa, con la tutela del territorio e con i diritti dei cittadini e degli ospiti di poter fruire del territorio stesso. Tutto ciò consentirà, quindi, di massimizzare gli obiettivi di cui all'art. 2 del presente Piano, in attesa della definitiva approvazione del nuovo Testo Unico del commercio attualmente in discussione in Consiglio Regionale del Lazio.

PIANO DEL COMMERCIO

Art. 1

Oggetto

1. Con il presente articolato il Comune di Viterbo disciplina il commercio al dettaglio in sede fissa e per alcuni aspetti l'esercizio della somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, nel rispetto dei principi fissati dalle leggi nazionali e regionali in merito, e in particolare del Decreto Legislativo 114/1998 (recante "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59"), della Legge Regione Lazio 18 novembre 1999 n. 33 (recante "Disciplina relativa al settore commercio"), del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno, detta "Bolkestein"), del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201 (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici), convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, del decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1 (Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività) convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, e dell'art. 1 c. 4 del D.Lgs. 222 del 25/11/2016
2. Laddove la Legge Regione Lazio n. 33 del 1999 non tratta gli aspetti di evoluzione del settore che sono emersi tra la data di entrata in vigore della Legge stessa e oggi, il piano si propone di coniugare l'impianto legislativo di quest'ultima con elementi regolamentari complementari già applicati in altre realtà nazionali, con particolare riferimento alla Legge Regione Veneto 28 dicembre 2012, n. 50, alla DCR n. 1253/1999 della Regione Emilia Romagna con le modifiche introdotte dalle Delibere di Consiglio Regionale n. 344/2002, n. 653/2005 e n. 155/2008, alla DCR 29 ottobre

1999, n. 563/12414 della Regione Piemonte, come risultante dopo le modifiche intervenute con DCR 20 novembre 2012, n. 191/43016, alla Legge Regione Toscana 7 febbraio 2005, n. 28, relativo regolamento attuativo 1 aprile 2009 n. 15/R, alla Legge Regione Friuli Venezia Giulia 5 dicembre 2005, n. 29, e successive modifiche ed integrazioni.

3. Vengono introdotti elementi di tutela del Centro Storico di Viterbo, area di particolare pregio ed interesse storico, artistico, architettonico e ambientale della città, attraverso una generale lotta al degrado contro quegli elementi e quei comportamenti che portano alla lesione di interessi generali, quali la salute pubblica, la civile convivenza, il decoro urbano, il paesaggio urbano storico, l'identità culturale e storico-architettonica del centro della città, anche in coerenza con i programmi di viabilità urbana, con le limitazioni o interdizioni del traffico veicolare e la prevenzione dell'inquinamento sia atmosferico che acustico.

Art. 2

Obiettivi

Nel pieno rispetto delle leggi regionali in materia, gli obiettivi del presente piano sono:

- consentire il migliore governo della rete commerciale comunale, tenendo conto dei grandi cambiamenti intervenuti a livello nazionale ed internazionale rispetto alla Legge Regione Lazio n. 33 del 1999;
- semplificare le procedure amministrative;
- garantire la sostenibilità dell'impatto viabilistico e territoriale delle strutture commerciali di maggiori dimensioni, sia in forma singola che in forma aggregata;
- valorizzare il ruolo del Centro Storico, favorendo la compresenza di una pluralità di tipologie e formati commerciali e ponendo norme a tutela del territorio e della vivibilità dell'ambiente urbano
- porre particolare attenzione sulla regolamentazione per la localizzazione e dimensione di medie e grandi strutture di vendita, in quanto strumento idoneo per il raggiungimento di una razionale gestione del territorio e di protezione e salvaguardia dell'ambiente urbano

CAPO I
COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

Art. 3
Definizioni

1. Il presente articolato completa le definizioni della regolamentazione nazionale e regionale in materia con alcune definizioni integrative, in grado di favorire il raggiungimento degli obiettivi di cui all'articolo 2.
2. Le definizioni integrative sono le seguenti:
 - a. Le medie strutture di vendita al dettaglio in sede fissa vengono suddivise in medie minori e medie maggiori, come di seguito illustrato. Quando si parla genericamente di medie strutture di vendita, si intendono entrambe le sub tipologie qui delineate;
 - a1. sono "medie strutture di vendita minori", gli esercizi di vendita al dettaglio che hanno una superficie di vendita superiore a mq. 250 e fino a mq. 400; nel rispetto delle definizioni e delle condizioni di legge, le procedure amministrative finalizzate all'apertura o alla trasformazione di una media struttura di vendita minore sono parificate a quelle relative al commercio di vicinato. In particolare, non vengono richiesti gli studi di impatto previsti per le medie strutture maggiori e il titolo autorizzativo si considera come atto dovuto, laddove le condizioni urbanistiche sono rispettate. Comunque le superfici così autorizzate non potranno essere utilizzate per accorpamenti e/o concentrazioni.
 - a2. sono "medie strutture di vendita maggiori", gli esercizi di vendita al dettaglio che hanno una superficie di vendita superiore a mq. 400 e fino a mq. 2.500;
 - b. si definiscono "outlet", le strutture integrate nelle quali avviene la vendita al dettaglio da parte di produttori titolari del marchio o di imprese commerciali, di prodotti non alimentari identificati da un unico marchio, che siano fuori produzione, di fine serie, in eccedenza di magazzino, prototipi o difettati, effettuata in

- insediamenti commerciali a ciò appositamente destinati;
- c. le strutture di vendita in forma aggregata come disciplinate dal successivo art.4
 - d. rete di imprese tra attività economiche su strada, una sequenza di esercizi commerciali, aree mercatali e altre attività di servizio, eventualmente integrati da aree di sosta e di accoglienza e da sistemi di accessibilità comuni, sviluppatasi nel tempo anche senza programmazione unitaria, che si affacciano, in prevalenza, su vie o piazze urbane e che si costituiscono in forma associata e/o societaria, anche a capitale misto, per la gestione comune di servizi e di azioni di promozione e marketing e di qualificazione e tutela dei contesti urbani;
 - e. programmi urbanistici comunque denominati: sono quegli strumenti urbanistici che per la loro attuazione necessitano della approvazione obbligatoria del Consiglio e/o della Giunta Comunale.

Art. 4

Le strutture di vendita in forma aggregata

Si definiscono strutture di vendita in forma aggregata:

- 1) le medie strutture di vendita adiacenti tra loro, anche verticalmente, o insediate a distanza reciproca inferiore a 100 metri lineari per tutte le zone, e 200 metri lineari per le zone definite "critiche";
- 2) le medie strutture di vendita adiacenti ad una grande struttura di vendita, anche verticalmente, o insediate a distanza inferiore a 100 metri lineari da una grande struttura di vendita per tutte le zone, e 200 metri lineari per le zone definite "critiche";
- 3) le grandi strutture di vendita adiacenti tra loro, anche verticalmente, o insediate a distanza reciproca inferiore a 100 metri lineari per tutte le zone, e 200 metri lineari per le zone definite "critiche";

Le strutture di vendita in forma aggregata mantengono carattere dimensionale unitario anche se sono costituite da più unità immobiliari e se sono attraversate da viabilità privata o pubblica.

La distanza tra le strutture di vendita in forma aggregata è calcolata dalle pareti esterne degli edifici più vicine tra loro, che perimetrano l'intera superficie coperta lorda di ciascun edificio.

La superficie di vendita delle strutture in forma aggregata è determinata dalla somma delle superfici di vendita di tutte le strutture, esistenti e da autorizzare, che si trovano nelle condizioni sopra descritte.

A fronte di una domanda di autorizzazione per l'apertura di una media o di una grande struttura di vendita, il Comune di Viterbo preliminarmente verifica se la struttura da insediare si inserisce in uno spazio territoriale in cui sono già presenti altre strutture di vendita medie o grandi. In tale caso, qualora verifichi che la distanza tra la struttura da autorizzare e le strutture già presenti determini il configurarsi di una struttura aggregata di cui sopra, stabilisce quale siano le disposizioni cui sottoporre la domanda, in relazione alla superficie di vendita complessiva.

Qualora la domanda di autorizzazione abbia per oggetto l'apertura di una media struttura e la superficie di vendita complessiva, che si determinerebbe per effetto dell'autorizzazione da rilasciare, corrisponde alle dimensioni di grande struttura di vendita, il Comune comunica al richiedente la procedura necessaria ai fini dell'accoglimento della domanda.

Nel caso di riconoscimento di struttura di vendita in forma aggregata si prevede un incremento del 20% rispetto agli standard minimi regionali per le dotazioni dei parcheggi relativi alla tipologia di struttura da autorizzare;

Il presente articolato sulle strutture di vendita in forma aggregata non si applica:

1. alle domande di autorizzazione per l'apertura di strutture di vendita da attivare in costruzioni che, alla data di entrata in vigore del presente piano, sono già ultimate ed a destinazione commerciale o per le quali, a tale data, sia stato richiesto il relativo titolo abilitativo edilizio;
2. alle domande di autorizzazione per l'apertura di strutture di vendita collocate nei centri storici del territorio;
3. agli ampliamenti **di cui sia stata già fatta richiesta al momento dell'approvazione del presente Piano del Commercio**¹

¹ testo come emendato nella seduta C.C. del 24/1/2019

Art. 5

Viabilità critica

1. Nelle arterie valutate come “critiche” rispetto al volume dei flussi di veicoli riscontrabili nel corso della giornata ferial e nel fine settimana, si prevede un incremento del 40% rispetto agli standard minimi regionali relativi alle dotazioni di parcheggi quando: la struttura commerciale di medie o grandi dimensioni ha una accessibilità diretta su tali arterie, ovvero l'ingresso si trova entro 100 metri lineari dalle arterie elencate nell'allegato di cui al successivo comma 3. o comunque la quota prioritaria dei flussi in accesso proviene da arteria critica;
2. L'elenco delle arterie da considerarsi critiche per la viabilità e la corretta accessibilità urbana viene definito tenendo conto sia delle condizioni attuali di traffico sia delle condizioni di medio lungo termine, creando in tal modo aree di salvaguardia;
3. Rispetto alle condizioni attuali di accessibilità, si considerano critiche le vie che ospitano un elevato numero di medie e grandi strutture. Si rimanda all'allegato elenco delle vie critiche. L'elenco viene aggiornato motivatamente dalla Giunta Comunale;
4. Qualora si presenti una fattispecie nella quale su una arteria definita critica intende insediarsi una struttura di vendita in forma aggregata, si prevede un incremento del 60% rispetto agli standard minimi regionali relativi alle dotazioni di parcheggi.
5. Detti incrementi non vengono sommati a quello di cui all'art. 4 penultimo comma.

Art. 6

Studi di impatto

1. Le domande per il rilascio di nuove autorizzazioni, trasferimenti di sede, concentrazioni, ampliamenti, aggiunta di settore merceologico, per superfici superiori a 1000 mq. (L.R. 33/1999) devono prevedere un'adeguata organizzazione dell'accessibilità veicolare, sia in funzione del traffico operativo specializzato e del traffico commerciale despecializzato relativo alle singole strutture, sia in funzione del sistema viario principale e secondario di appartenenza e degli sbocchi sugli specifici archi stradali, in

particolare sulla viabilità principale. Si **prescrive**² pertanto la redazione di uno studio di impatto sul traffico per le medie strutture di vendita maggiori secondo la definizione ex art. 3 e per le grandi strutture di vendita, nonché per le strutture di vendita al dettaglio in sede fissa in forma aggregata, laddove riconosciute.

2. Lo studio di impatto sul traffico dovrà quindi essere prodotto, secondo le modalità previste di seguito, nei seguenti casi:
 - a. Istanze per nuove aperture;
 - b. Istanze per ampliamenti, anche per concentrazione, di strutture esistenti;
 - c. Istanze per trasferimenti, anche per concentrazione, di strutture esistenti.
3. Lo studio di impatto si compone di una relazione illustrativa sulle caratteristiche principali dell'iniziativa proposta, contenente, tra l'altro, indicazioni su: tipologia della struttura commerciale, quantificazione della forza-lavoro impegnata, valutazione del bacino di utenza potenziale a disposizione della nuova attività, nonché individuazione dei volumi di traffico veicolare potenzialmente generabili, e più specificamente un capitolo dedicato all'inquadramento territoriale, contenente:
 - a. descrizione del bacino di utenza della struttura: centri insediativi interessati/gravitanti, dimensione demografica degli stessi, popolazione complessiva interessata (minima-massima);
 - b. studio sulla viabilità di afferenza/servizio, attraverso elaborazioni quali:
 - Rete viaria: rappresentazione e descrizione della rete viaria interessante l'ambito territoriale in cui è localizzata la struttura in scala adeguata;
 - descrizione della tratta o delle tratte stradali, comprensiva delle caratteristiche geometriche delle stesse, interessate dall'intervento rispetto ai punti di accesso e recesso dell'area, indicazione degli incroci ed intersezioni più prossimi, e delle eventuali superstrade all'interno dell'ambito territoriale in cui è localizzata la struttura;
 - analisi e rappresentazione dei flussi di traffico esistenti con evidenziazione delle ore di punta corrispondenti alla

² testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

situazione più gravosa. I rilievi di traffico, qualora non disponibili in forma aggiornata ed esaustiva c/o l'Ente proprietario della/e strada/e, dovranno essere effettuati sul campo. Le analisi dovranno essere elaborate in maniera tale da definire la capacità esistente e potenziale ed altresì i livelli di servizio della viabilità considerata. I rilievi dovranno riguardare almeno il venerdì pomeriggio ed il sabato, considerati momenti di punta, su due differenti settimane tipo. Sono esclusi il mese di agosto e il mese di dicembre.

- stima del traffico generato dall'esercizio commerciale a regime, applicando il metodo standard ritenuto più idoneo in rapporto ai generi di vendita;
- valutazione finale dell'impatto dell'esercizio commerciale sulla viabilità, conseguente alle analisi e alle stime di cui ai precedenti punti, attraverso un metodo idoneo a dimostrare la massima capacità di saturazione e i livelli di servizio dei tratti stradali e delle intersezioni più critici in maniera tale da garantire la razionalizzazione e la funzionalità della rete viaria interessata, con riferimento ai livelli di servizio;
- illustrazione e rappresentazione delle soluzioni viabilistiche progettuali proposte con particolare riguardo alle intersezioni, concordandole preventivamente con l'ente proprietario della/e strada/e o territorialmente competente.

4. Il promotore privato di un intervento a componente commerciale di medie e grandi dimensioni o che ricada per motivi aggregativi in tale classe dovrà finanziare e realizzare lo studio sopra menzionato e descritto nelle sue componenti; tale studio dovrà essere realizzato da un soggetto terzo, che abbia al suo interno competenze viabilistiche e trasportistiche riconosciute e competenze specifiche sul commercio al dettaglio. **Una conferenza di servizi interna, di cui al successivo art. 9, viene convocata per la valutazione dello studio d'impatto redatto secondo le direttive dei commi precedenti. L'autorizzazione potrà essere rilasciata solo in presenza di una valutazione positiva da parte delle conferenza di servizi interna o, se verranno richieste integrazioni e/o**

prescrizioni motivate, solo dopo l'accettazione l'accettazione da parte del promotore privato.³

Art. 7

Aree per insediamenti commerciali⁴

1. **Sono definite aree per l'insediamento di attività commerciali⁵** per medie e grandi strutture di vendita al dettaglio in sede fissa, o relative forme aggregate:
 - 1.1 quelle come tali individuate negli strumenti urbanistici approvati successivamente al 30/11/1999 (entrata in vigore della L.R. 33/99) e fino alla data di approvazione del presente piano ed in base ai quali siano stati già **rilasciati⁶** i permessi di costruire, che contengano previsioni commerciali al dettaglio di dimensioni superiori al vicinato in termini di superficie di vendita così da considerarsi "aree destinate agli insediamenti commerciali" in base a quanto previsto dal comma 1 lett. a) dell'articolo 22 Legge Regione Lazio n. 33 del 1999;
 - 1.2 quelle relative ad immobili, ed agli stessi vincolate, situati in una zona con destinazione urbanistica cogente, muniti di titolo abilitativo ai fini urbanistico edilizi con specifica destinazione d'uso per superficie commerciale di dimensioni superiori al vicinato in termini di superficie di vendita, rilasciato prima della data di pubblicazione della delibera del Consiglio Regionale n. 131/2002;
 - 1.3 quelle come tali individuate negli strumenti urbanistici approvati anteriormente al 25/04/1999 ed in base ai quali siano stati già rilasciati i permessi di costruire per immobili realizzati o da realizzare, il cui titolo abilitativo ai fini urbanistico edilizi preveda specifica destinazione d'uso per superficie commerciale di dimensioni superiori al vicinato in termini di superficie di vendita e sia stato adottato a seguito di attività amministrativa intrapresa a fini di programmazione e/o localizzazione, ovvero diverso ed equivalente strumento di pianificazione urbanistica approvato dalla Regione;

³ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

⁴ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

⁵ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

⁶ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

- 1.4 quelle nel centro storico della Città, insediabili, oltre agli esercizi di vicinato, nelle dimensioni e tipologie previste dall'art. 20 della L.R. 33/1999;
- 1.4.1 in particolari casi di rigenerazione urbana di immobili e aree preesistenti, è possibile derogare ai limiti dimensionali e tipologici di cui al precedente punto 1.4, rimanendo nell'ambito delle medie strutture di vendita al dettaglio, con riferimento alla Legge Regionale 18 luglio 2017 n. 7 recante "Disposizioni per la Rigenerazione Urbana ed il Recupero Edilizio".
2. Il presente piano si occupa di adeguare le localizzazioni delle aree alla L.R. 33/1999 in base al precedente comma 1. Al di fuori dei casi previsti dal precedente comma 1 si rimanda alla successiva redazione degli strumenti di pianificazione urbanistica generale o attuativa o ad ulteriori varianti dedicate la eventuale previsione di ulteriori aree future di localizzazione. Tali future aree di localizzazione contenute negli strumenti urbanistici da sottoporre all'approvazione dell'organo competente dovranno espressamente specificare la superficie da destinare a medie e grandi strutture di vendita al dettaglio in sede fissa. La eventuale previsione di ulteriori future localizzazioni connesse all'autorizzazione di interventi edilizi di qualunque natura **è subordinata alla valutazione positiva da effettuarsi da parte della conferenza dei servizi interna, di cui al successivo articolo 9, che dovrà valutarne la compatibilità anche dal punto di vista della tutela ambientale, infrastrutturale, logistica, della mobilità e del tessuto urbano circostante, valutazione che verrà sottoposta all'approvazione del Consiglio Comunale. Tale procedura avrà vigenza fino all'approvazione del nuovo strumento di pianificazione urbanistico/commerciale e della viabilità che l'Amministrazione si impegna a realizzare ed approvare⁷.**
3. I programmi urbanistici comunque denominati devono trattare, nella fase di approvazione e di convenzionamento, le tipologie commerciali che il promotore prevede di inserire in base alle definizioni delle leggi nazionali e regionali e al dettato integrativo del presente piano, al fine di una attenta verifica, da parte dell'Amministrazione, con la programmazione di settore e di piano e per il migliore governo dell'assetto del territorio. Da

⁷ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

tale verifica potrà emergere la necessità di richiedere la realizzazione di opere ed interventi di mitigazione ambientale ed urbanistica, oppure anche l'eventuale limitazione delle superfici previste per medie o grandi strutture di vendita, opere di miglioramento della viabilità e dell'accessibilità, in base alla funzione commerciale programmata nei suddetti atti.

4. Per le restanti fattispecie rimane in vigore quanto previsto dal vigente Documento Programmatico Regionale sul commercio.
5. Laddove non ci sia stato espresso riconoscimento di area da destinare ad insediamenti commerciali come previsto nel comma 2, è ammesso soltanto l'insediamento di strutture di vicinato o di medie strutture minori.

Art. 8

Definizione di specifici standard per il Centro Storico

1. Nell'ambito del Centro Storico, anche delle Frazioni, le dotazioni di parcheggi pertinenziali di cui all'art. 19 della L.R. 33/99 previsti per gli esercizi commerciali di media e grande struttura di vendita vengono come di seguito individuate, fatto salvo il **rispetto del D.M. 1444/68⁸**:
 - a) all'interno di zone pedonali e/o a traffico limitato, esonero per:
 - le attività definite medie strutture minori (in riferimento ad esercizi con insegna di monomarchio o grandi marchi nazionali ed internazionali)
 - le attività relative a gallerie d'arte, librerie ed attività editoriali
 - b) 50% dello standard di cui alla L.R. in vigore, per le superfici di vendita degli esercizi definiti "*medie strutture di vendita*" (in riferimento ad esercizi con insegna monomarchio o grandi marchi nazionali ed internazionali)
 - c) 50% dello standard di cui alla L.R. in vigore, per le superfici di vendita degli esercizi definiti "*grandi strutture di vendita*" (in riferimento ad esercizi con insegna monomarchio o grandi marchi nazionali ed internazionali)

⁸ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

2. nei casi di cui alle lettere b) e c) del comma 1, qualora, attraverso specifica relazione accompagnatoria della richiesta di apertura in cui siano descritti anche i flussi di utenze preventivati e come venga soddisfatto il fabbisogno di sosta, e nella quale sia dimostrata l'impossibilità di reperire spazi o aree idonee, si potrà derogare agli standard minimi richiesti attraverso la monetizzazione degli stessi a seguito di parere favorevole da parte della conferenza di servizi interna che si esprimerà in base agli elementi oggettivi sopra descritti; **in tal caso l'importo della monetizzazione va calcolato in misura pari al 50 per cento del contributo di costruzione dovuto ai sensi dell'articolo 16 del d.p.r. 380/2001 relativo alla volumetria corrispondente alla superficie che determina la quota di standard urbanistici non reperiti⁹;**
3. gli introiti derivanti dalla monetizzazione di cui in precedenza, dovranno essere utilizzati per migliorare la dotazione di parcheggi, la viabilità e la riqualificazione dei Centri Storici, mediante vincolo di destinazione da imporre sulle relative somme iscritte a bilancio.

Art. 9

Conferenza di servizi interna

1. La Conferenza di Servizi interna dovrà essere convocata per la valutazione dello studio di impatto e la compatibilità anche da un punto di vista della tutela ambientale, infrastrutturale, logistica, di mobilità nonché di compatibilità con la viabilità ed il tessuto urbano circostante, in relazione agli interventi commerciali proposti.
2. La Giunta Comunale con apposita deliberazione disciplinerà i criteri cui dovrà ispirarsi il lavoro della Conferenza di Servizi interna.
3. L'autorizzazione potrà essere rilasciata solo in presenza di una valutazione positiva da parte della Conferenza di servizi interna o, se verranno richieste integrazioni e/o prescrizioni motivate da parte di quest'ultima, solo dopo l'accettazione da parte del promotore privato.

⁹ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

CAPO II TUTELA DEL CENTRO STORICO

Art. 10 Obiettivi e definizioni

1. Nel presente capo sono individuate le zone in cui è limitato e non ammesso l'insediamento e/o il trasferimento di nuovi esercizi al fine di:
 - tutelare e non ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio così da assicurare una pacifica convivenza
 - garantire la sostenibilità ambientale, la tutela della salute e dell'ambiente urbano
 - salvaguardare nell'interesse generale, l'immagine e il decoro del bene pubblico rappresentato da luoghi di particolare pregio e interesse storico.
 - concretizzare, mediante l'emanazione di apposita deliberazione di Giunta comunale, d'intesa con la Regione Lazio entro 12 mesi dall'approvazione del presente piano, quanto contenuto all'art. 1 c. 4 del D.Lgs. 222/2016 in ordine alla tutela delle aree pubbliche aventi valore archeologico, storico, artistico e paesaggistico nelle quali vietare o sottoporre a condizioni particolari l'esercizio del commercio.
2. Le norme del presente capo si applicano all'ambito del Centro Storico come di seguito definito:
 - a. **Centro Storico**; la parte del territorio comunale compresa entro le mura cittadine anche delle frazioni.
 - b. **Zona di Tutela**: la parte di territorio di cui all'allegato 1 e relativa legenda, al presente piano, delimitazione questa che sostituisce anche la zona 1 del Piano di zonizzazione utilizzata nell'allegato A al Regolamento dei Pubblici Esercizi di cui alla deliberazione di C.C. n. 6 del 18/1/2010¹⁰
 - c. **Quartiere Medioevale di San Pellegrino** (delimitato come in allegato 2¹¹ e relativa legenda)

¹⁰ emendato l'all. 1 e relativa legenda nella versione in allegato (seduta C.C. del 31/1/2019)

¹¹ l'all. 2 e relativa legenda viene modificato (seduta C.C. del 31/1/2019)

Art. 11

Limitazioni di insediamento

1. Per contrastare il possibile degrado e la lesione degli interessi generali che il presente piano intende tutelare, come sancito dal precedente art. 1 c. 3, sono vietati per due anni, dall'approvazione del presente piano, per le seguenti attività nella zona definita Centro Storico (art. 10 c. 2 lett. a), il nuovo insediamento, l'aggiunta ad altra attività, il trasferimento dall'esterno all'interno della zona Centro Storico, l'ampliamento della superficie di vendita o di esercizio di:
 - a. attività di "sale giochi", "spazi per il gioco" e "centri scommesse" di cui agli artt. 86 e 88 del T.u.l.p.s., anche in forma accessoria rispetto ad altra attività principale
 - b. attività di "money change", "phone center", "internet point" e "money transfer", esercitate in maniera esclusiva o prevalente;
 - c. attività di "compro-oro" all'ingrosso e al dettaglio
 - d. attività di vendita al dettaglio e/o di somministrazione effettuata mediante apparecchi automatici in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo;
2. Ai gestori di Pubblici Esercizi che dismettono gli apparecchi per il gioco d'azzardo lecito ai sensi dell'art. 110 c. 6 e 7 del T.U.L.P.S. n. 773 del 18/6/1931 (c.d. slot machine) nei loro locali, l'Amministrazione potrà riconoscere un incentivo e/o agevolazioni sui tributi locali da prevedere nei relativi regolamenti comunali.
3. Ferme rimanendo le motivazioni di cui al comma 1 e comunque anche al fine di garantire una ulteriore speciale tutela al Quartiere Medioevale di San Pellegrino (delimitato come in allegato 2 e **relativa legenda**¹²), considerato il valore storico, il pregio e la delicatezza del costruito e dell'impianto urbano **è esclusa per due anni l'apertura di nuove attività di somministrazione di alimenti e bevande nella tipologia c.d. BAR e artigiani del settore alimentare. L'applicazione del presente comma potrà essere derogata per quelle richieste di apertura che riguarderanno attività di BAR per i quali i titolari si impegnino: ad effettuare l'apertura al pubblico in orario antimeridiano e**

¹² testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

pomeridiano, a chiudere l'attività al pubblico non oltre le ore 22.00 e a non diffondere musica¹³. I titolari delle attività artigianali del settore alimentare potranno ugualmente derogare al divieto impegnandosi a far rispettare il divieto, già esistente per la categoria, di consumo sul posto nonché la chiusura serale non oltre le ore 22.00. E' fatto obbligo a tutti gli esercizi di somministrazione alimenti e bevande esistenti di chiudere di norma entro le ore 24:00 dal 1° Ottobre al 30 maggio e alle ore 01:00 dal 1° giugno al 30 Settembre. I titolari o gestori devono adottare tutti gli accorgimenti utili ad evitare rumori e schiamazzi provenienti dall'esercizio della propria attività. Ove presso uno degli esercizi, o nelle relative pertinenze o in aree di suolo pubblico in concessione, dovesse verificarsi una concentrazione di persone che per numero o per comportamenti possa costituire fonte di disturbo alla quiete pubblica o di pericolo per la sicurezza delle persone o intralcio per i mezzi di soccorso, i responsabili delle attività dovranno intervenire immediatamente e personalmente ovvero con proprio personale, attuando tutte le azioni possibili e necessarie al fine di ridurre il disagio o far cessare il pericolo provvedendo anche personalmente o per il tramite di personale addetto alla raccolta, pulizia e conferimento di eventuali rifiuti lasciati dagli avventori¹⁴. L'Amministrazione, di concerto con le Organizzazioni rappresentative dei titolari dei Pubblici Esercizi, predisporrà un Protocollo d'Intesa tra Comune, gestori dei locali e Prefettura che alzi i livelli di sicurezza e prevenga comportamenti illegali e/o violenti. In caso di perdurare di fenomeni di degrado con lesioni degli interessi di cui all'art. 1 c. 3 del presente Piano, l'Amministrazione potrà adottare provvedimenti di anticipazione dell'orario di chiusura nonché di sospensione dell'attività così come anche previsto dal T.U.L.P.S. e dalla vigente normativa in materia di commercio. **Agli esercizi commerciali del Quartiere S. Pellegrino è fatto divieto di diffondere musica al di fuori del locale oltre le ore 23.00.¹⁵ L'Amministrazione potrà riconoscere incentivi o agevolazioni sui tributi locali, da prevedere**

¹³ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

¹⁴ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

¹⁵ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

nei relativi regolamenti comunali, per quelle attività di BAR esistenti per le quali i titolari si impegnino: ad effettuare l'apertura al pubblico in orario antimeridiano e pomeridiano, a chiudere l'attività al pubblico non oltre le ore 22.00, e a non diffondere musica, ed ai titolari delle attività artigianali del settore alimentare già esistenti che si impegneranno a rimanere aperti in orario antimeridiano, pomeridiano e chiudere l'attività alle ore 22.00¹⁶

4. decorso il termine dei due anni, il Comune procederà ad una verifica della situazione e ad una eventuale modifica del presente articolo.

Art. 12

Incentivi e agevolazioni

L'Amministrazione al fine di favorire la nascita di nuove imprese, il trasferimento di aziende o ancora l'apertura di unità locali nel Centro Storico (definito come all'art. 10 c. 2 lett. a) **riconoscerà un incentivo ai soggetti di cui al comma che precede, la cui copertura, nei limiti delle risorse disponibili, sarà prevista nel bilancio con apposito capitolo. L'incentivo stesso potrà essere corrisposto previa approvazione da parte del C.C. di specifico regolamento contenente le linee di indirizzo e modalità di erogazione¹⁷.**

Art. 13

Locali storici

1. Al fine di consentire la permanenza degli esercizi storici commerciali e tutelare le attività tradizionali all'interno del Centro Storico, anche per sostenere le primarie esigenze dei cittadini e dei residenti, l'Amministrazione **con le procedure previste dalla legge¹⁸**, individuerà, con apposito disciplinare che dovrà essere adottato entro 12 mesi dall'entrata in vigore del presente Piano, i requisiti che per ciascun locale saranno oggetto del divieto di trasformazione che penalizzi la realtà commerciale, il tessuto urbano e la originaria vocazione del centro

¹⁶ testo come emendato nella seduta C.C. del 31/1/2019

¹⁷ testo come emendato nella seduta C.C. del 06/2/2019

¹⁸ testo come emendato nella seduta C.C. del 06/2/2019

cittadino.

2. A seguito dell'approvazione del presente articolato, la Giunta potrà individuare le attività presenti nel Centro Storico della città, alle quali riconoscere il titolo di "Bottega storica". Tale titolo può essere riconosciuto per:

- motivi di anzianità quando siano raggiunti i 50 anni di attività nello stesso locale **e qualora l'esercizio sia indissolubilmente legato alla storia della città, indipendentemente da eventuali temporanee interruzioni**¹⁹
- motivi di particolare pregio sia architettonico che degli elementi o arredi funzionali all'attività

Il Comune conferisce alle Botteghe storiche una targa di riconoscimento contenente lo stemma del Comune, della Regione e della Comunità Europea.²⁰

3. Ai fini di quanto precede, la Giunta Comunale terrà conto:

- dell'anzianità di esercizio dell'attività: analogamente a quanto previsto dalla Regione Lazio che individua in 50 anni il minimo richiesto per il riconoscimento, il fatto che il legale rappresentante sia un coniuge o un parente in linea retta o affine fino al 3° grado, sarà valutato tenendo comunque conto degli inevitabili cambiamenti di titolarità dovuti a successioni ereditarie a cessioni tra parenti o a conferimenti in società di persone o capitali;
- del mantenimento del medesimo genere merceologico, dalla medesima attività artigianale e della relativa insegna originale.
- del mantenimento della ubicazione nello stesso locale: facendo salvi i trasferimenti per causa di forza maggiore ma sempre nell'ambito del Centro Storico
- del particolare pregio nonché interesse storico, artistico e culturale di elementi come vetrine, insegne, arredi

4. Ai titolari delle attività riconosciute come "Botteghe Storiche" l'Amministrazione può riconoscere incentivi e/o agevolazioni sui tributi locali da prevedere nei relativi Regolamenti comunali.

¹⁹ testo come emendato nella seduta C.C. del 06/2/2019

²⁰ testo come emendato nella seduta C.C. del 06/2/2019

Art. 14

Mantenimento del decoro

1. Al fine di prevenire il sorgere di situazioni di degrado urbano, è fatto obbligo ai proprietari pubblici o privati di immobili commerciali posti all'interno del perimetro del Centro Storico della città e delle frazioni, anche temporaneamente sfitti, e ai titolari delle attività ancorché non ancora attivate o momentaneamente sospese, di custodire e mantenere il fondo attraverso le seguenti attività:

- a. pulizia costante delle saracinesche, delle vetrine, degli spazi compresi tra le serrande a maglie tubolari e le entrate, nonché degli spazi rientranti non protetti da serrande;
- b. mantenere in buono stato di manutenzione le insegne di esercizio e gli apparecchi illuminanti a corredo delle stesse.

per i locali sfitti:

- a. oscuramento delle vetrine attraverso modalità e materiali (tipo cartoncino di colore neutro, chiaro) tali da rispettare il decoro estetico delle vie del Centro;
- b. divieto di affissione esterna e interna alle vetrine, di manifesti, volantini, avvisi vari, fogli di giornale e simili, fatta eccezione per le comunicazioni di trasferimento dell'attività commerciale in altro luogo e di offerta in locazione/vendita del fondo;
- c. rimozione delle insegne degli esercizi cessati, con ripristino dello stato dei luoghi;

CAPO III

NORME FINALI A INTEGRAZIONE

Art. 15

Misure di tutela della qualità urbana e aree esterne di somministrazione

1. Al fine di garantire la effettiva accessibilità dei locali di somministrazione alimenti e bevande da parte di tutte le categorie di utenza, si ribadisce che per accessibilità si intende in particolare il movimento autonomo del disabile all'ingresso e all'interno delle strutture. Tale norma viene applicata

per le nuove strutture, in caso di cambio di destinazione d'uso, e di ristrutturazione, comprensiva di interventi di demolizione e ricostruzione, delle strutture già esistenti. L'Amministrazione potrà riconoscere agevolazioni sui tributi locali o **incentivi**²¹ da prevedere nei relativi regolamenti comunali in caso di adeguamenti/adattamenti alla normativa.

2. La somministrazione su area pubblica o privata ad uso pubblico è soggetta a concessione rilasciata dal Comune, purchè antistante all'attività di somministrazione, ovvero prospiciente l'esercizio anche se separata da un marciapiede o da una sede stradale a traffico limitato.
3. Nel caso di richieste per spazi diversi da quelli di cui al c. 2 ovvero nel caso in cui la richiesta riguardasse attività collocate all'interno di immobili di particolare rilevanza storico/artistica o che abbiano subito ingenti lavori di ristrutturazione/qualificazione e la stessa occupazione faccia parte di un progetto di riqualificazione urbana anche di interesse turistico, questa potrà essere valutata e autorizzata dalla G.C. anche in deroga al precedente comma
4. Al fine di favorire il coordinamento delle attività dei diversi settori comunali e snellire l'iter procedurale connesso al rilascio delle concessioni di suolo pubblico per somministrazione di alimenti e bevande della durata superiore a giorni 30, le domande, che dovranno pervenire tramite SUAP, tenuto conto dell'indirizzo dell'Amministrazione comunale, verranno valutate tramite conferenza di servizi interna.
5. L'occupazione dell'area deve essere effettuata nel rispetto delle norme igienico-sanitarie, del codice della strada e senza pregiudizio alcuno per la quiete e la sicurezza pubblica.
6. L'area deve essere mantenuta costantemente pulita e dotata di contenitori per rifiuti in misura e numero adeguati alle dimensioni dell'occupazione e all'affluenza della clientela.
7. Il competente Settore, con provvedimento motivato, può modificare, sospendere o revocare in qualsiasi momento la concessione rilasciata, ovvero imporre nuove condizioni per sopravvenute variazioni del contesto ambientale o per motivi di interesse pubblico.
8. La superficie concessa può essere utilizzata soltanto ai fini della

²¹ testo come emendato nella seduta C.C. del 06/2/2019

somministrazione. E' vietato accatastare gli arredi all'interno dell'area concessa qualora la stessa non venisse utilizzata.

9. Nel Centro Storico a tutela del decoro estetico dell'ambito di particolare interesse storico e artistico, gli arredi destinati alle aree esterne devono essere conformi alle tipologie individuate nel Regolamento per l'arredo urbano o dell'Ornato cittadino ovvero essere espressamente autorizzati
10. In analogia a quanto previsto dal D.Lgs. 59/2010 e s.m.i. (c.d. Bolkestein) le concessioni di occupazione suolo pubblico permanente hanno una durata limitata, atta a garantire l'ammortamento degli investimenti materiali e immateriali effettuati dall'impresa e la remunerazione del capitale investito. La durata della concessione non può essere superiore a 7 anni e dovrà essere espressamente evidenziata nella richiesta e riportata nel titolo concessorio. **L'occupazione di suolo pubblico permanente sarà revocata qualora non utilizzata per almeno 30 giorni consecutivi.**²²
11. I commi da 2 a 10 integrano quanto non previsto dal vigente Regolamento per la tassa occupazione spazi ed aree pubbliche.

Art. 16

Pulizia esterno dei locali

1. E' fatto obbligo per gli esercenti delle attività economiche di cui al presente titolo, di provvedere, nelle aree esterne di pertinenza dei locali, alla rimozione dei rifiuti e alla pulizia del suolo mantenendo in condizioni di decoro le medesime aree per tutto l'orario di apertura del locale stesso.

Art. 17

Sanzioni

1. A chi contravviene agli obblighi indicati nei punti precedenti dell'articolato saranno comminati i provvedimenti interdittivi e/o le sanzioni previste dalla normativa vigente.

²² testo come emendato nella seduta C.C. del 06/2/2019

Art. 18
Norma finale

1. L'Amministrazione ogni anno verifica gli effetti derivanti dall'applicazione del presente piano.
2. Le parti del presente piano che dovessero risultare in contrasto con future discipline regionali in materia o superate dalle medesime saranno considerate automaticamente sostituite dalle norme intervenute.

Art. 19²³

Istituzione della categoria "Negozio Turistico"

L'Amministrazione comunale riconosce quale tipologia innovativa di attività commerciale il "Negozio Turistico". Chi rientra in tale tipologia verrà inserito in apposito elenco (e magari dotato di distintivo di riconoscimento tipo targa, vetrofania o simili)

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.

Il titolare del Negozio Turistico dovrà sottoscrivere un atto con il 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 ed 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.

La configurazione base per essere Negozio Turistico è la seguente:

- **consentire l'accesso ad Internet al turista consumatore, con interfaccia dedicata alla conoscenza, promozione e diffusione di iniziative, di**

²³ articolo inserito nella seduta C.C. del 6/2/2019

eventi e di progetti che interessano il territorio e disponibilità di modalità WIFI;

- distribuzione di materiale cartaceo informativo di promozione turistica**
- acquisizione di competenze linguistiche adeguate.**

L'Amministrazione comunale, per promuovere e favorire il riconoscimento di Negozio Turistico, potrà adottare, con proprio atto, misure di agevolazione e di sostegno.

ALLEGATO di cui all' ARTICOLO 5: ELENCO VIABILITA' CRITICA

**SI CONSIDERANO CRITICHE NEI TERMINI DI CUI ALL'ARTICOLO 4 DEL
PIANO SUL COMMERCIO LE SEGUENTI VIE:**

- 1. Cassia Nord, all'interno del territorio comunale e sino al km. 88;**
- 2. Via Igino Garbini e Via della Palazzina;**
- 3. Via Baracca;**
- 4. Strada Teverina sino alla rotonda di accesso al quartiere Santa Barbara.**