



COMUNE DI SIRMIONE
PROVINCIA DI BRESCIA

VARIANTE P.R.G.C. – PIANO PER IL COMMERCIO

VARIANTE DI ADEGUAMENTO
ai sensi art. 6 D.Lgs. n° 114/98 e
del Regolamento Regionale 21.07.2000 n° 3
in attuazione della L.R. n° 14/99

OGGETTO: RELAZIONE COMMERCIALE (art. 5 Reg. 3/2000)

I PROGETTISTI

RESP. AREA AMMINISTRATIVA

(Dott. Gabriele Busti)

RESP. AREA TECNICA

Settore Urbanistica
(Arch. Rossana Rossi)

RESP. AREA TECNICA

Settore LL.PP.
(Arch. Alberto Bernardi)

INDICE

1. NORMATIVE LEGISLATIVE

- 1.1 - Decreto Legislativo n° 114/98
- 1.2 - Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n° 3

2. ANALISI DEMOGRAFICA

- 2.1 - Andamento demografico
- 2.2 - Distribuzione della popolazione per fasce d'età
- 2.3 - Distribuzione della popolazione in base al titolo di studio
- 2.4 - Distribuzione della popolazione occupata

3. RETE DISTRIBUTIVA COMMERCIALE DISTINTA TRA I SETTORI ALIMENTARE E NON ALIMENTARE

- 3.1 - Considerazioni generali
- 3.2 - Rete distributiva tra settori merceologici
- 3.3 - Confronto tra superfici di vendita alimentari e non alimentari
- 3.4 - Evoluzione della superficie di vendita complessiva
- 3.5 - Variazione nel tempo della ripartizione della superficie tra i due settori
- 3.6 - Ripartizione degli esercizi per classi di superficie
- 3.7 - Ripartizione degli esercizi per tipologia e settore
- 3.8 - Evoluzione valori di superficie per settore
- 3.9 - Carico di traffico dovuto alla presenza commerciale
- 3.10 - Densità commerciale

4. ELEMENTI CHE INTERAGISCONO SULLA DOMANDA DI SERVIZI COMMERCIALI

- 4.1 - Valutazione ed analisi dei flussi
- 4.2 - Valutazione ed analisi delle imprese presenti e degli addetti occupati

5. CONFRONTO TRA DOMANDA ED OFFERTA COMMERCIALE

6. VALUTAZIONE DELLA INCIDENZA GRAVITAZIONALE ALL'ESTERNO DEL TERRITORIO COMUNALE

7. VALUTAZIONE SOVRACOMUNALE

8. CRITICITA' ESISTENTE

9. SVILUPPO URBANISTICO DELLA RETE COMMERCIALE

10. PRIME INDICAZIONI PER L'ADEGUAMENTO DELLO STRUMENTO URBANISTICO VIGENTE (P.R.G.C.)

1. NORMATIVE LEGISLATIVE

1.1 DECRETO LEGISLATIVO N° 114/98

Finalità del decreto:

Il presente decreto stabilisce i principi e le norme generali sull'esercizio delle attività commerciali, perseguendo le seguenti modalità:

- a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la tutela del consumatore, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
- c) l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;
- d) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- e) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane, insulari.

Ambito di applicazione

Ai fini dell'ambito di applicazione del presente decreto, si intendono:

- a) per commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
- b) per commercio al dettaglio, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci a nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
- c) per superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi;
- d) per esercizi di vicinato quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 m² nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 m² nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- e) per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1.500 m² nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2.500 m² nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- f) per grandi strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto e);
- g) per centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. Ai fini del presente decreto per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma della superficie di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti;
- h) per forme speciali di vendita al dettaglio:
 - la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
 - la vendita per mezzo di apparecchi automatici;
 - la vendita per corrispondenza o tramite televisione, o altri sistemi di comunicazione;
 - la vendita presso il domicilio dei consumatori o in altra sede diversa dalle aree pubbliche;

Programmazione della rete distributiva

Le Regioni, entro un anno dalla data di pubblicazione del D.L. 114/98, definiscono gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, che dovranno perseguire i seguenti obiettivi:

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

- d) salvaguardare e riqualificare i centri storici anche attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti e il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
- e) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva nelle zone di montagna, rurali ed insulari anche attraverso la creazione di servizi commerciali polifunzionali e al fine di favorire il mantenimento e la ricostruzione del tessuto commerciale;
- f) favorire gli insediamenti commerciali destinati al recupero delle piccole e medie imprese, già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali reali e con facoltà di prevedere a tale fine forme di incentivazione;
- g) assicurare, avvalendosi dei comuni e delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, un sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva, attraverso la costituzione di appositi osservatori, ai quali partecipano anche i rappresentanti degli enti locali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti coordinati da un Osservatorio nazionale costituito presso il ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

Le Regioni, entro il termine di cui al comma 1, fissano i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici comunali individuino:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, nonché dell'arredo urbano, ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- c) i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita;
- d) la correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di immobili e dell'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita, eventualmente prevedendone la contestualità.

Le Regioni, nel definire gli indirizzi generali di cui al primo comma, tengono conto principalmente delle caratteristiche dei seguenti ambiti territoriali:

- a) le aree metropolitane omogenee, al fine di pervenire ad una programmazione integrata tra centro e realtà periferiche;
- b) le aree sovracomunali configurabili come un unico bacino di utenza, per le quali devono essere individuati criteri di sviluppo omogenei;
- c) i criteri storici, al fine di salvaguardare e qualificare la presenza delle attività commerciali e artigianali in grado di svolgere un servizio di vicinato, di tutelare gli esercizi aventi valore storico e artistico ed evitare il processo di espulsione delle attività commerciali e artigianali;
- d) i centri di minore consistenza demografica al fine di svilupparne il tessuto economico-sociale anche attraverso il miglioramento delle reti infrastrutturali e in particolare dei collegamenti viari.

1.2 REGOLAMENTO REGIONALE 21 LUGLIO 2000, N° 3

Il Regolamento disciplina gli interventi della Regione in materia di commercio in attuazione alla L.R. 23 luglio 1999 n° 14.

Elementi di programmazione commerciale

I criteri di programmazione commerciale regionale sono prioritariamente rivolti:

- *alla tutela delle compatibilità definite negli atti di pianificazione territoriale della Regione e delle Province;*
- *alla tutela della compatibilità oggetto di valutazione di impatto ambientale nei casi prescritti;*
- *alla ammissibilità urbanistica degli insediamenti;*

Fatto salvo il prioritario rispetto di tali compatibilità, gli ulteriori criteri regionali sono intesi a promuovere la libertà di iniziativa economica nei limiti di una evoluzione equilibrata dell'apparato distributivo ed a fornire un quadro di orientamento ai soggetti pubblici e privati interessati.

Modalità di individuazione negli strumenti urbanistici comunali delle aree per insediamenti commerciali

L'individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali negli strumenti urbanistici comunali, dovranno essere supportate da una ricognizione della struttura distributiva presente sul territorio comunale, con i necessari riferimenti anche ad una visione sovracomunale, valutando gli aspetti critici esistenti e la conseguente individuazione delle più opportune linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale.

Le indagini conoscitive di carattere urbanistico-territoriale-commerciale, da predisporre al fine di adeguare i vigenti strumenti urbanistici generali ai presenti criteri di urbanistica commerciale, ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs n. 114/98, sono articolate con riferimento ai seguenti contesti territoriali:

- *contesto urbano comunale;*

- *contesto territoriale sovracomunale.*

Le previsioni di carattere commerciale sono classificate negli strumenti urbanistici comunali (generali ed attuativi) con riferimento alle diverse tipologie distributive definite dall'art. 4 del D.Lgs. n. 114/98 e precisamente:

- *esercizi di vicinato;*
- *medie strutture di vendita;*
- *grandi strutture di vendita;*
- *centro commerciale;*

La localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita e le previsioni di carattere commerciale individuate nel P.R.G. sono disciplinate in modo differenziato in relazione ai seguenti contesti:

- a) *Tessuto Urbano Consolidato:* comprende le zone territoriali omogenee A) e B) di cui al D.M. 1444/68 che non necessitano di interventi di ristrutturazione urbanistica ma che sono interessati prevalentemente da micro-trasformazioni e le zone C) di cui al citato D.M., assimilate alle precedenti nel caso di già avvenuta realizzazione degli insediamenti. In tale tessuto il P.R.G. può consentire, oltre agli esercizi di vicinato, esclusivamente l'insediamento di medie strutture di vendita, fatte salve le disposizioni di cui all'art. 12 del Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3;
- b) *Ambiti di Trasformazione Urbana:* vengono intesi quei comparti urbani ove il P.R.G. prevede interventi di ristrutturazione urbanistica (inteso come un insieme sistematico di interventi edilizi anche con modificazioni, rivolti a sostituire l'esistente tessuto urbano e finalizzati alla riqualificazione urbanistica di parti strategicamente rilevanti della città);
- c) *Ambiti Extraurbani:* vengono individuati quegli spazi prevalentemente inedificati esterni al contesto urbano consolidato e di trasformazione;

Negli ambiti di trasformazione urbana ed extraurbana, oltre alle strutture commerciali sopra indicate, il P.R.G. può prevedere grandi strutture di vendita;

Procedure per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali

I comuni ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs. n. 114/98, entro 6 mesi dall'entrata in vigore del R.R. 21.07.2001 n. 3, devono adeguare i propri strumenti urbanistici generali, facendo ricorso per quanto possibile, ai disposti della L.R. n. 23/1997 che prevede procedure di livello comunale per l'approvazione della variante urbanistica.

2. ANALISI DEMOGRAFICA

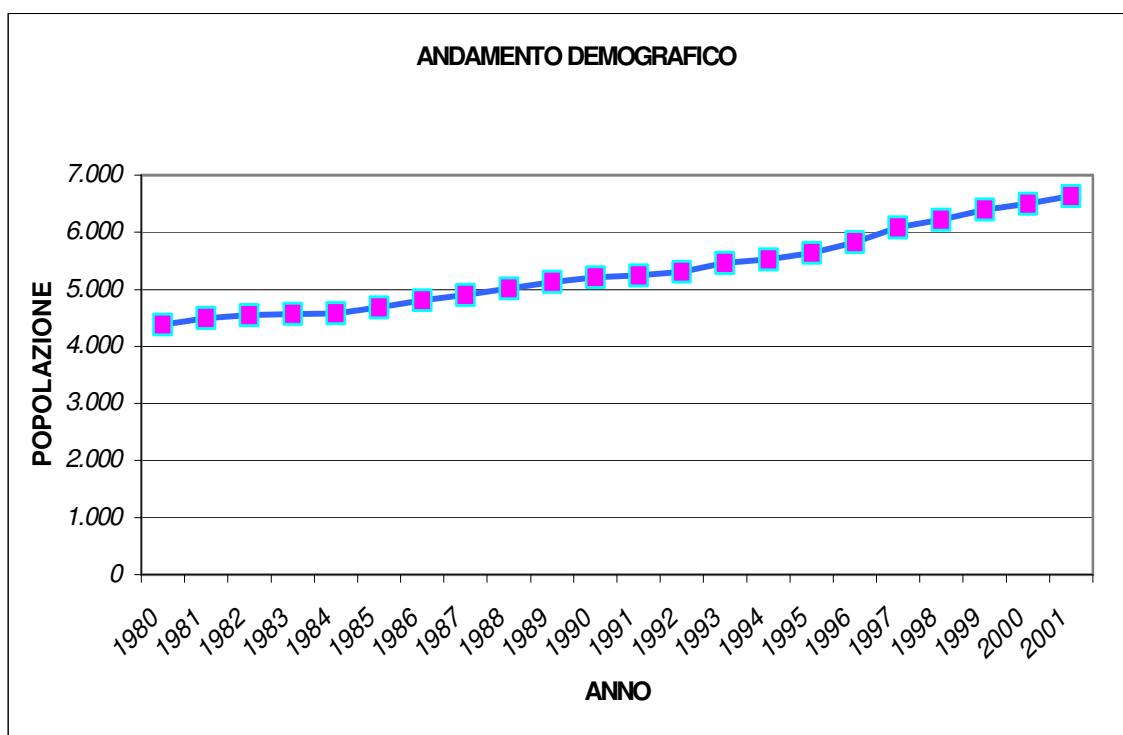
2.1 ANDAMENTO DEMOGRAFICO

L'andamento demografico del Comune di Sirmione, evidenzia un trend positivo dagli anni 70 fino ai giorni nostri con incrementi di crescita abbastanza continui e costanti, senza intravedere picchi anomali in aumento o in diminuzione della popolazione che è passata dai 3.332 abitanti residenti (nel 1970) agli attuali 6.632 al 31.12.2001.

Analizzando questi due valori certi, si evince un incremento complessivo del 95,93% con una incidenza di circa il 3,09% annuo.

PROSPETTO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE MOVIMENTO DEMOGRAFICO

ANNO	NATI	MORTI	IMMIGRATI	EMIGRATI	RES. AL 31.12	INCR.TO	FAM.
1970	60	24	227	162	3.332		1.027
1971	51	35	215	110	3.440	108	1.073
1972	62	33	204	110	3.551	111	1.129
1973	50	29	242	208	3.706	155	1.194
1974	62	35	226	136	3.823	117	1.241
1975	67	30	195	117	3.938	115	1.294
1976	56	35	198	134	4.023	85	1.331
1977	32	34	188	114	4.096	73	1.374
1978	53	38	231	104	4.242	146	1.431
1979	54	45	182	114	4.320	78	1.475
1980	50	39	213	159	4.381	61	1.504
1981	54	55	198	121	4.497	116	1.556
1982	52	45	153	100	4.553	56	1.602
1983	33	40	153	136	4.567	14	1.625
1984	44	40	143	135	4.579	12	1.661
1985	38	44	222	112	4.680	101	1.725
1986	34	34	228	103	4.806	126	1.798
1987	39	38	190	96	4.901	95	1.855
1988	35	49	229	102	5.014	113	1.934
1989	48	37	227	123	5.129	115	1.999
1990	59	50	197	127	5.209	80	2.044
1991	41	49	173	125	5.241	32	2.066
1992	52	47	196	131	5.311	70	2.115
1993	51	53	298	148	5.459	148	2.219
1994	58	55	237	172	5.527	68	2.255
1995	46	46	277	167	5.637	110	2.340
1996	64	43	359	188	5.829	192	2.448
1997	70	43	380	148	6.088	259	2.582
1998	54	56	358	220	6.224	136	2.679
1999	57	56	352	178	6.399	175	2.784
2000	60	58	367	270	6.498	99	2.881
2001	93	62	384	281	6.632	134	2.985



Da considerare inoltre i dati del fenomeno generalizzato sulla diminuzione del **numero medio dei componenti** per nucleo familiare, dove la composizione media dei 3,24 membri riferita all'anno 1970, passa ai 2,22 componenti/famiglia del 31.12.2001.

I valori utilizzati per l'analisi degli aspetti demografici più importanti e salienti, in assenza di dati più recenti, si riferiscono al censimento generale della popolazione relativo all'anno 1991.

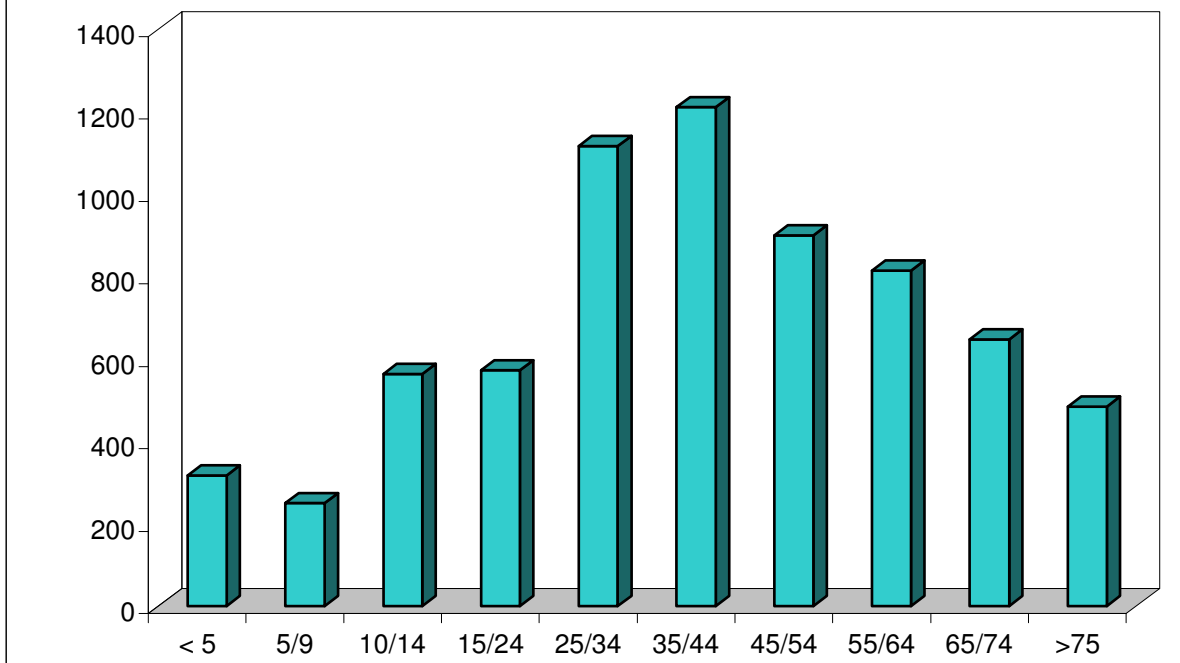
2.2 DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER FASCE D'ETA'

I dati relativi all'indice di vecchiaia (desunti dal rapporto tra la popolazione maggiore di 65 anni e quella al di sotto dei 14 anni) è pari a 1.920, elemento significativo che colloca il Comune di Sirmione tra i più "vecchi" della Provincia di Brescia per la quale il valore medio risulta di 99.

La composizione della popolazione del Comune di Sirmione, distribuita per fasce d'età, viene espressa come di seguito:

ETA'	< 5	5/ 9	10/14	15/24	25/34	35/44	45/54	55/64	65/74	> 75
POPOLAZIONE	318	250	563	572	1116	1211	900	814	647	484

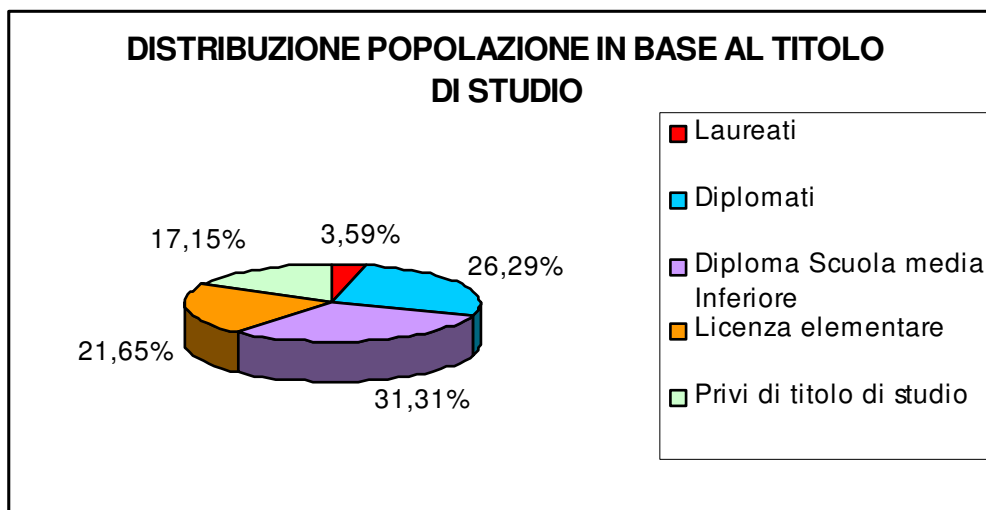
DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE PER FASCE D'ETA'



2.3 DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE IN BASE AL TITOLO DI STUDIO

Analizzando i dati relativi alla composizione degli abitanti maggiori di 6 anni in base al *titolo di studio*, si rileva che i laureati sono 246 (il 3,59% del totale), i diplomati n. 1.799 (di cui n. 30 unità con diploma professionale) (il 26,29%), n. 2.143 residenti sono in possesso del diploma di scuola media inferiore (pari al 31,31%), n. 1.482 hanno conseguito la licenza elementare (21,65%) e n. 1.174 sono privi di titolo (il rimanente 17,15%).

DISTRIBUZIONE POPOLAZIONE IN BASE AL TITOLO DI STUDIO



2.4 DISTRIBUZIONE DELLA POPOLAZIONE OCCUPATA

Ai fini di una corretta valutazione degli aspetti demografici del territorio, torna utile prendere in considerazione il rapporto tra *popolazione attiva e non attiva* :

POPOLAZIONE ATTIVA = 64,428 %

POPOLAZIONE NON ATTIVA = 35,572%

da cui si evince un valore della popolazione attiva pari al 64,428% nettamente superiore al 44,5% del dato provinciale.

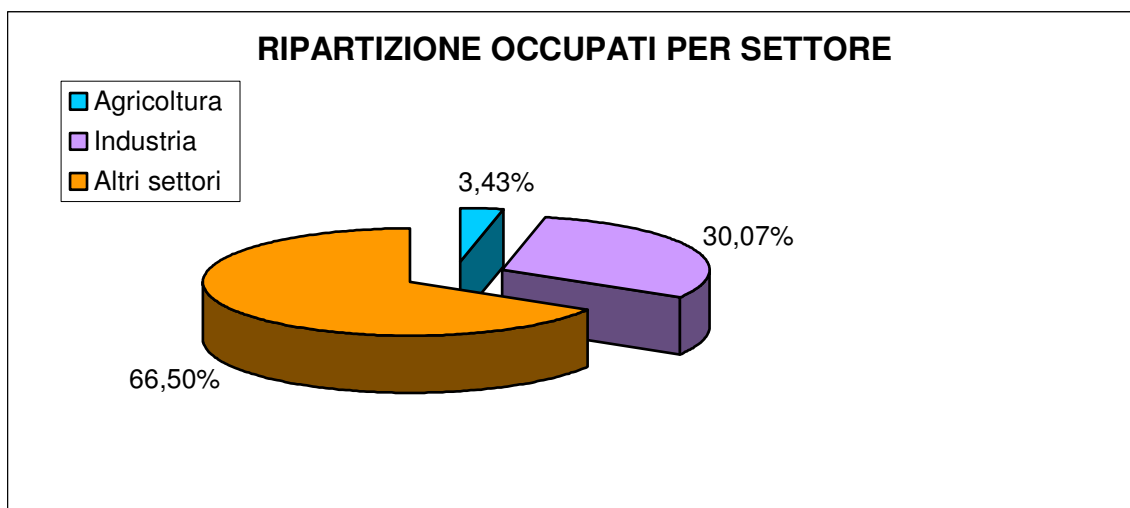
La *composizione professionale* dei residenti viene così rilevata dai dati forniti dalla C.C.I.A.A. della Provincia di Brescia:

N. ABITANTI RESIDENTI	CATEGORIA E/O SETTORE DI LAVORO
4	Pesca e servizi connessi
36	Agricoltura
----	Settore estrattivo
231	Settore manifatturiero
----	Settore energetico
262	Costruzioni
313	Commercio di autoveicoli e beni di consumo
416	Alberghi e ristorazione
69	Trasporti
139	Settore immobiliare e finanziario
----	Assicurazioni
----	Istruzione
1	Sanità
96	Servizi pubblici-sociali-personali-domestici
66	Imprese non classificate
Addetti 1.639	Suddivisi su 928 sedi

La ripartizione degli *occupati per fasce d'età* e per i tre settori del campo lavorativo individuati nel 14° Censimento Generale della Popolazione e delle abitazioni (21-22 Ottobre 2001) fornito dalla Camera di Commercio Industria, Artigianato ed Agricoltura di Brescia, viene distinta come in appresso:

ETA'	15/19 ANNI	20/29 ANNI	30/54 ANNI	> 55 ANNI
AGRICOLTURA	3	5	18	10
INDUSTRIA	72	113	197	109
ALTRI SETTORI	56	251	635	168

La localizzazione del territorio e la forte vocazione turistica, fanno da traino al settore di maggiore occupazione (terziario) con il 67,72% degli addetti, in controtendenza con gran parte dei Comuni della Provincia di Brescia dove il 35% della popolazione attiva trova occupazione nell'industria, mentre l'agricoltura svolge un ruolo marginale con solo il 4%.



3. RETE DISTRIBUTIVA COMMERCIALE DISTINTA TRA I SETTORI ALIMENTARE E NON ALIMENTARE

3.1 CONSIDERAZIONI GENERALI

Il turismo svolge un ruolo basilare nella dinamica commerciale presente sul territorio del Comune di Sirmione, soprattutto nell'aspetto che coinvolge il turismo di transito, di cui risulta difficile quantificare le reali dimensioni attraverso le statistiche ufficiali.

Un parametro di misura indiretto può essere dato dall'altissima densità di esercizi presenti ed abilitati al commercio al dettaglio che, nonostante le dimensioni territoriali, evidenziano possibilità di ulteriore sviluppo dei settori turistici grazie alle potenzialità inesprese ad alle risorse naturalistiche intatte.

Il commercio al dettaglio è un settore che dispone di una rapida capacità di adattamento alle mutate esigenze della domanda, particolarmente in situazioni come quella in essere a Sirmione in cui la competitività è alta. Per questo fine la pianificazione commerciale deve essere in grado di stimolare e favorire l'espansione e la qualificazione turistica del Comune, evitando di porre inutili ostacoli in un campo sempre impegnato da adeguarsi ai mutamenti del gusto degli utenti e mettendolo in grado di fronteggiare situazioni contingenti imponderabili.

3.2 RETE DISTRIBUTIVA TRA SETTORI MERCEOLOGICI

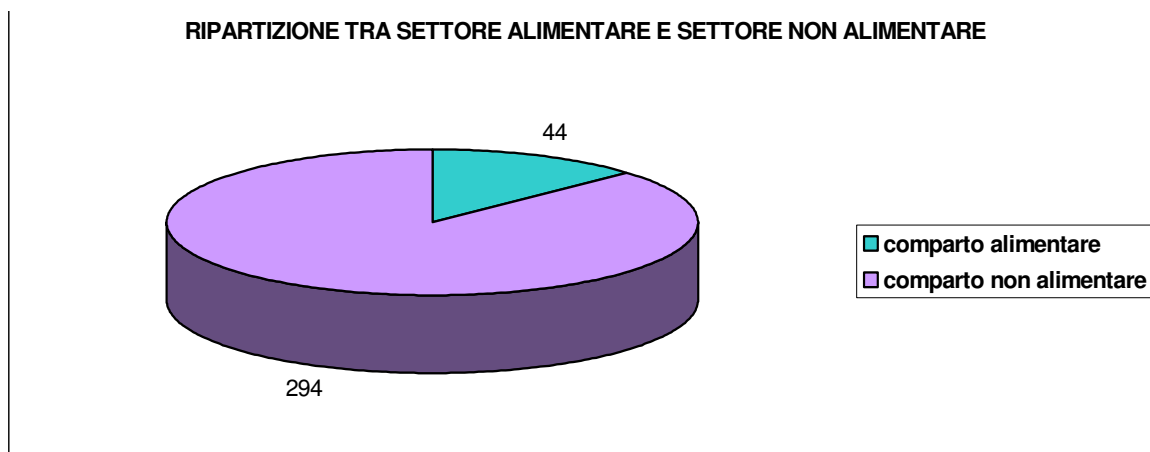
Il Centro Elaborazione Dati del Comune di Sirmione ha predisposto l'elenco di tutte le attività commerciali al dettaglio, registrate presso i propri archivi, al fine di rappresentare il quadro aggiornato della rete distributiva, definendo i trend evolutivi che hanno caratterizzato il settore nel corso degli ultimi anni.

L'analisi prende in considerazione le attività operanti sull'intero territorio comunale in quanto la ripartizione in zone utilizzata nel precedente Piano Commerciale non risulta più necessaria. Il D.Lgs. n. 114/1998 recita inoltre che gli esercizi commerciali vengano classificati secondo il settore merceologico trattato in prevalenza: *alimentare e non alimentare*.

L'attuale situazione commerciale esaminata, rileva la presenza di n. **338** esercizi, dei quali n. **44** appartenenti al comparto alimentare ed i restanti n. **294** al non alimentare.

Tale ripartizione evidenziata nel grafico sottoriportato prevede una percentuale pari al 13,02% degli esercizi commerciali che trattano prevalentemente prodotti alimentari, da cui risulta un dato leggermente superiore rispetto al dato medio provinciale.

3.3 CONFRONTO TRA SUPERFICIE DI VENDITA ALIMENTARI E NON ALIMENTARI



La netta prevalenza del comparto “non food” all’interno dell’offerta distributiva comunale, deriva anche dalla spiccata vocazione turistica del territorio, caratteristica questa che contribuisce in modo decisivo a mantenere ed accrescere.

Analizzando l’andamento quantitativo della rete distributiva in sede fissa attraverso il confronto con i dati delle rilevazioni svolte negli anni 1982-1987-1995-dicembre 2001, si evidenzia una crescita per tutto il periodo considerato.

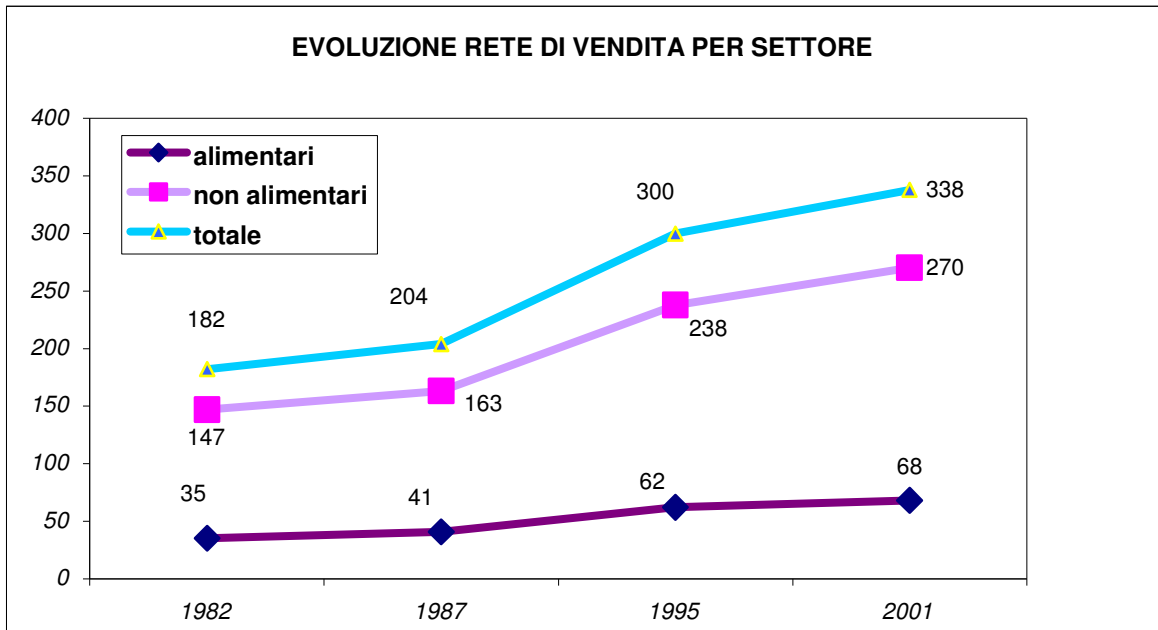
	1982	1987	1995	Dic. 2001
ALIMENTARI	35	41	62	68
NON ALIMENTARI	147	163	238	270
TOTALE	182	204	300	338

In particolare vengono evidenziate le progressioni di incremento subite con il passare degli anni con una differenza dal 1982 al 1987 di più 6 unità, corrispondenti ad una crescita percentuale del 17,14%; dal 1987 al 1995 di più 21 unità (incremento del 51,21%); dal 1995 al 2001 di più 5 unità (incremento del 0,67 %).

Il fenomeno viene fortemente accentuato negli ultimi sei anni con un saldo positivo di n. 38 negozi (da 300 a 338) corrispondente ad una crescita del 12,67% che può essere ricondotta anche all’entrata in vigore del Decreto “Bersani” il quale ha provveduto a “liberalizzare” gli esercizi al di sotto dei 150 m² (le comunicazioni di inizio attività per tale tipologia dal 1999 ad oggi sono state più di 142).

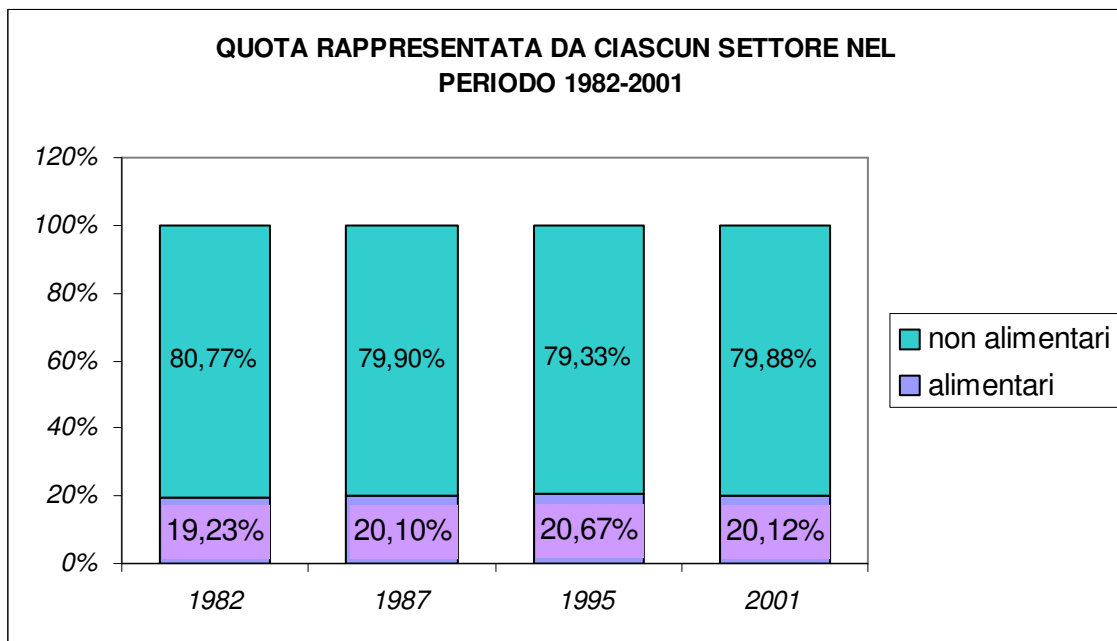
Considerando il trend differenziato tra i due gruppi merceologici, si riscontra come la crescita del settore sia quasi totalmente imputabile al comparto non alimentare dove il numero delle attività è in aumento costante con un saldo positivo negli ultimi venti anni 1982 – 2001 di + 156 unità (più 85,71%).

L’andamento dei negozi alimentari è quasi raddoppiato dal 1982 al 1995, mentre risente del trend positivo dell’ultimo periodo con una crescita di n. 38 esercizi (da 300 a 338 punti vendita) corrispondenti ad un più 12,67%. Tale risultato riveste una maggiore significatività in quanto in totale controtendenza con l’andamento medio provinciale dovè il settore è contrassegnato da contrazioni numeriche.



Riportando in termini percentuali l'andamento della ripartizione tra i due settori merceologici, si riscontra che nel 1982 il settore alimentare rappresentava il 19,23%, nel 1987 sale al 20,10% e nel 1995 viene ulteriormente incrementato al 20,67%, fino ad arrivare al 2001 con il 20,12%.

Il settore non alimentare appare, da un punto di vista quantitativo, occupare un ruolo prevalente all'interno dell'offerta merceologica di Sirmione, continuando ad assumere sempre più importanza e consistenza in termini di presenze sul territorio.

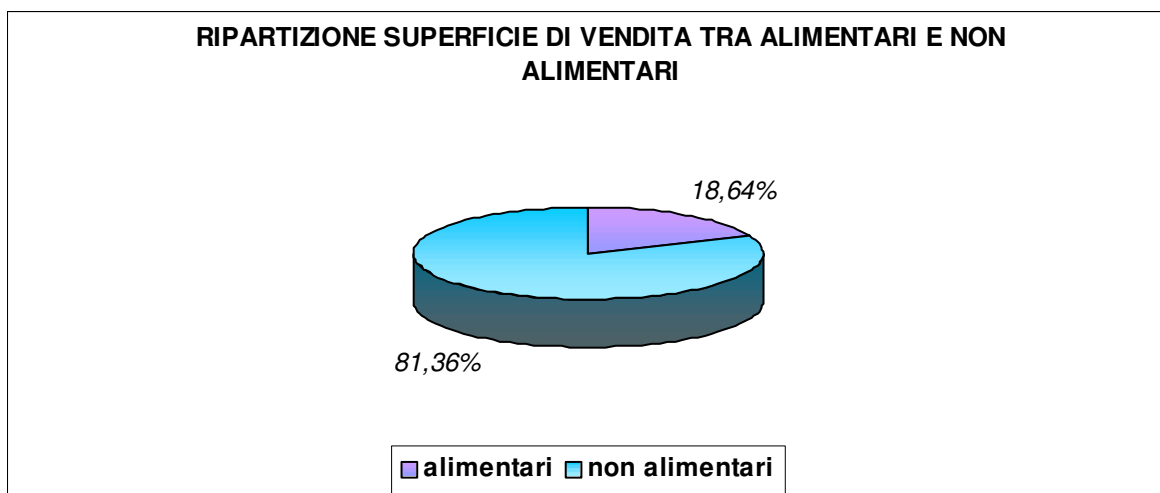


3.4 EVOLUZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA COMPLESSIVA

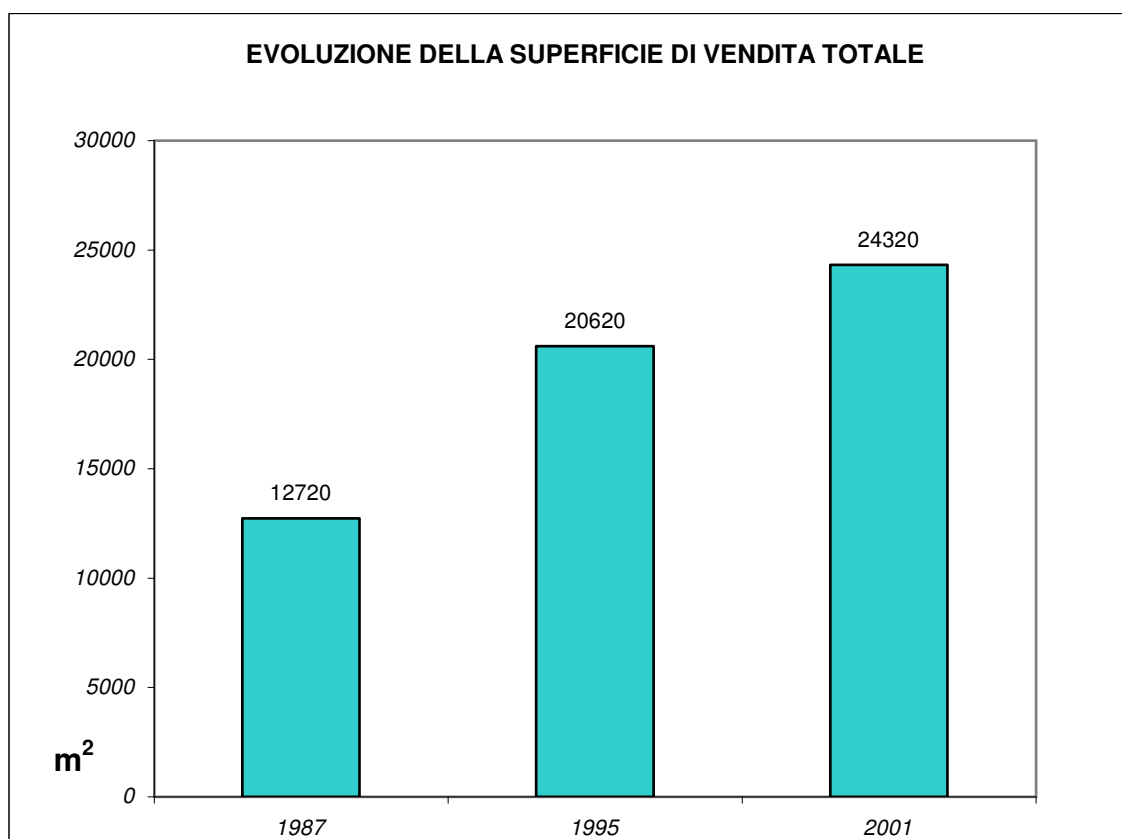
Dall'analisi dei dati e proiezioni quantitative, risulta utile considerare la ripartizione sul territorio della superficie di vendita ai fini della valutazione dell'offerta commerciale.

L'area totale occupata dagli esercizi attualmente dislocati ed in funzione sul territorio del Comune di Sirmione assomma a **m² 24.320**, dei quali **m² 4.533** occupati da negozi del settore alimentare e **m² 19.787** dai non alimentari.

In termini numerici percentuali si possono ricavare due dati estremamente significativi, corrispondenti al quadro sotto riportato che evidenzia un consistente peso della superficie impegnata nel settore non alimentare e quindi con occupazione di maggiori superfici.



Considerando e confrontando la situazione attuale con quella delle diverse rilevazioni succedutesi nel tempo, si evince come la superficie di vendita sia in crescita, passando dai **m² 12.720** del 1987 ai **m² 20.620** del 1995 (con un incremento di **m² 7.900** corrispondenti al 62,11%), raggiungendo nell'anno 2001 i **m² 24.320** con una crescita del 17,94%.



Le fasi di sviluppo della superficie occupata rientrano in una connotazione di fenomeno dovuto al superamento delle forme tradizionali di vendita a favore di esercizi più ampi (supermercati, grandi magazzini, ipermercati, ecc.) che hanno caratterizzato il sistema distributivo nei primi anni novanta.

Negli ultimi anni il commercio locale è stato interessato da una forte espansione degli esercizi, perseguendo l'obiettivo di una riqualificazione qualitativa verso forme specializzate.

La superficie media del settore alimentare tra il 1987 e il 1995 è passata da **m² 62,30** a **m² 68,70** e nell'ultimo periodo considerato da **m² 68,70** a **m² 65,60**.

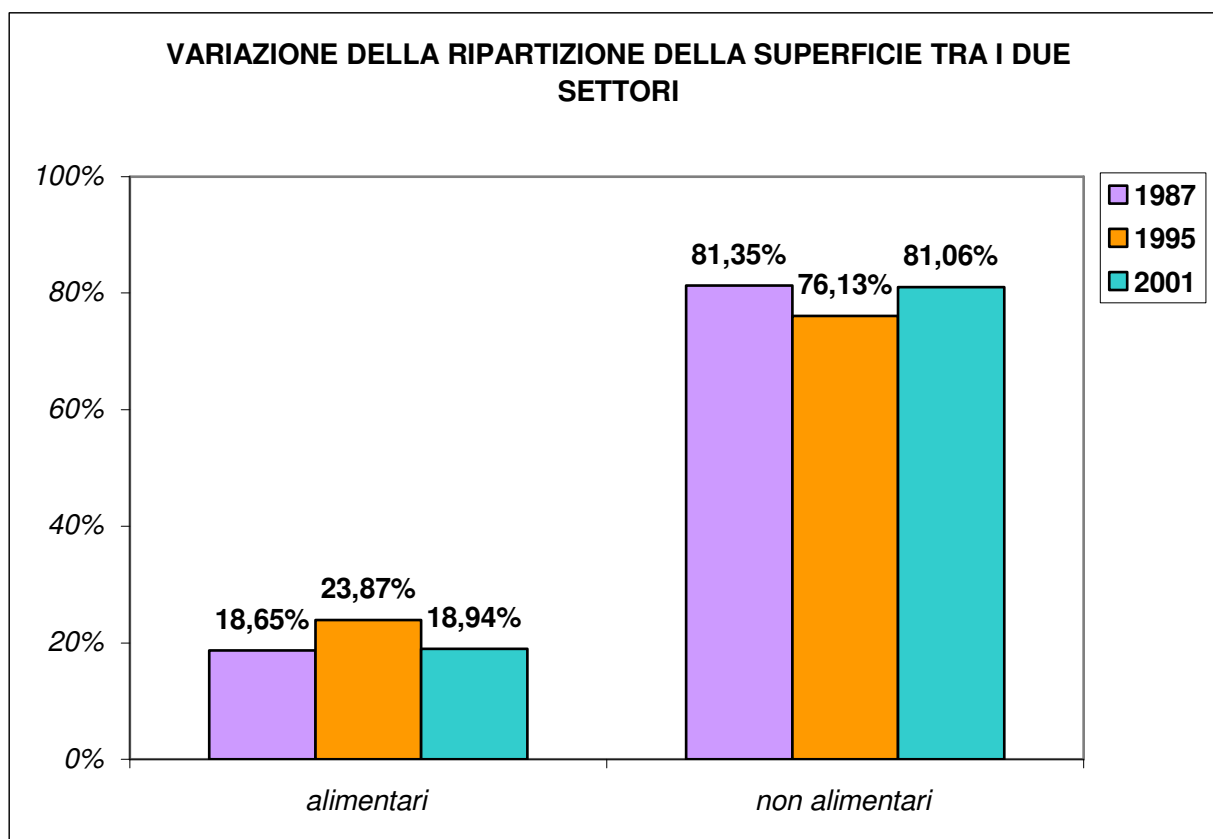
Per il comparto non alimentare l'area di vendita è in costante crescita con più 51,70% tra il 1987 e il 1995, arrivando a m² 15.698 e successivamente in linea con l'andamento dei negozi, si incrementa dal più 26,05% fino a m² 19.787

La tabella sotto riportata esprime il quadro riassuntivo delle variazioni succedutesi nel tempo dal punto di vista tipologico.

	Anno 1987	Anno 1995	Anno 2001
ALIMENTARI	m ² 2.372	m ² 4.922	m ² 4.533
NON ALIMENTARI	m ² 10.348	m ² 15.698	m ² 19.787
TOTALE	m ² 12.720	m ² 20.620	m ² 24.320

3.5 VARIAZIONE NEL TEMPO DELLA RIPARTIZIONE DELLA SUPERFICIE TRA I DUE SETTORI

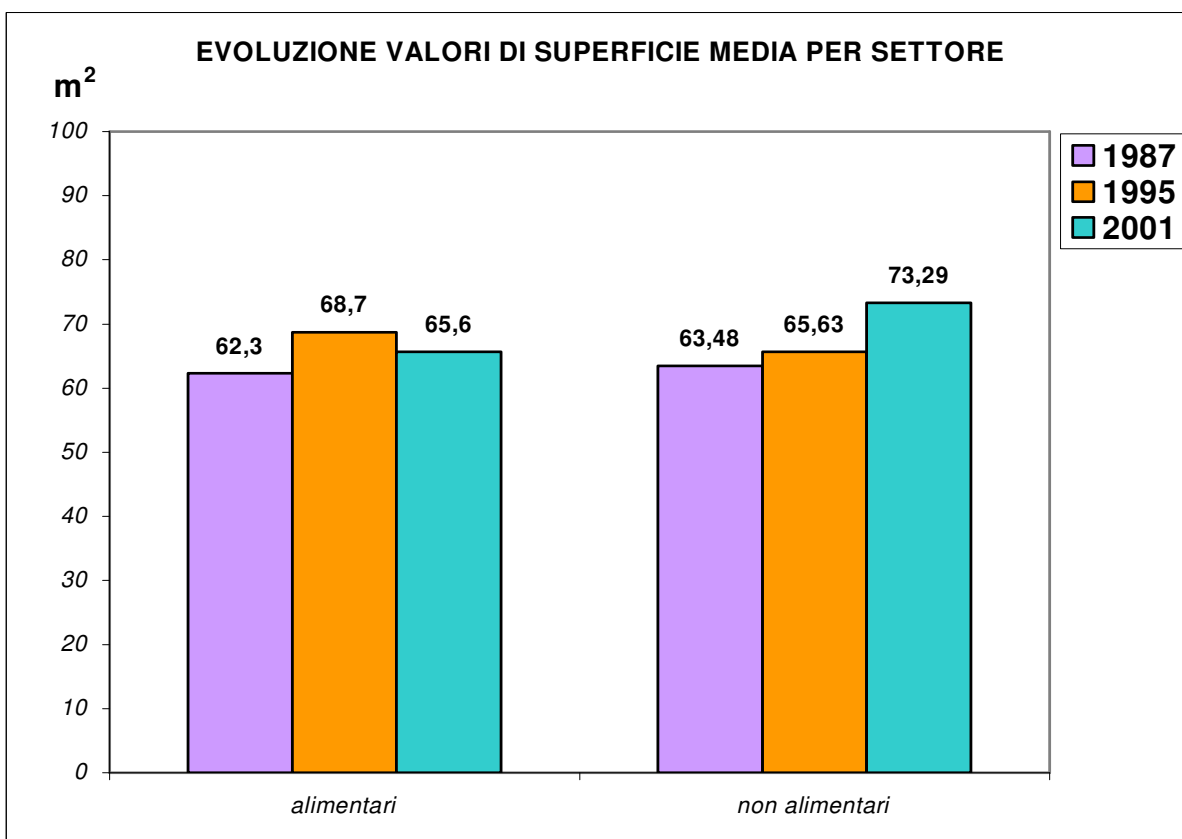
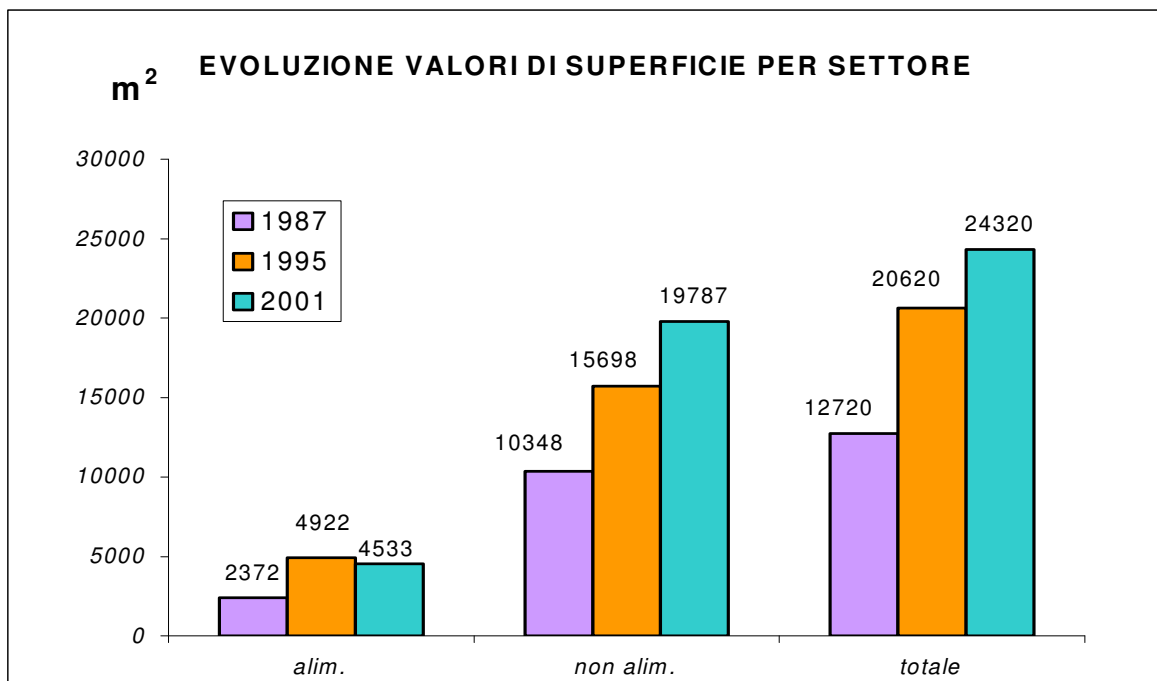
La variazione nel periodo di tempo considerato della ripartizione della superficie tra i due settori, alimentare e non alimentare, evidenziata nello specchio sottostante sottolinea che se nel 1987 la superficie del settore alimentare rivestiva il 18,65% di quella complessiva, salita al 23,87% nel 1995, valore che risulta quindi in contrazione nel 2001 fino al 18,64%. La superficie media complessiva è in costante incremento nel corso del periodo considerato, soprattutto nell'intervallo di tempo 1987/1995 quando sono state attivate alcune strutture di modeste dimensioni: infatti ai m² 12.720 del 1987 corrispondono i 20.620 m² del 1995 ed i 24.320 m² odierni.



Considerando separatamente le due tipologie di esercizi, si rileva che la superficie media dei punti vendita che trattano prodotti alimentari dai 62,30 m² del 1987 è incrementata ai 68,70 m² del 1995 per ridursi a 65,60 m² nella situazione al 2001.

L'area media dei negozi del comparto non alimentare che nel 1987 era di 63,48 m² con n. 163 esercizi, è passata nel 1995 a 65,63 m² distribuita su 238 esercizi dove al momento dell'analisi odierna

rapportata al 2001 cresce ancora attestandosi ad un valore di m^2 73,29 con n. 273 esercizi, come evincasi dal grafico che riporta i valori calcolati sulle superfici totali.

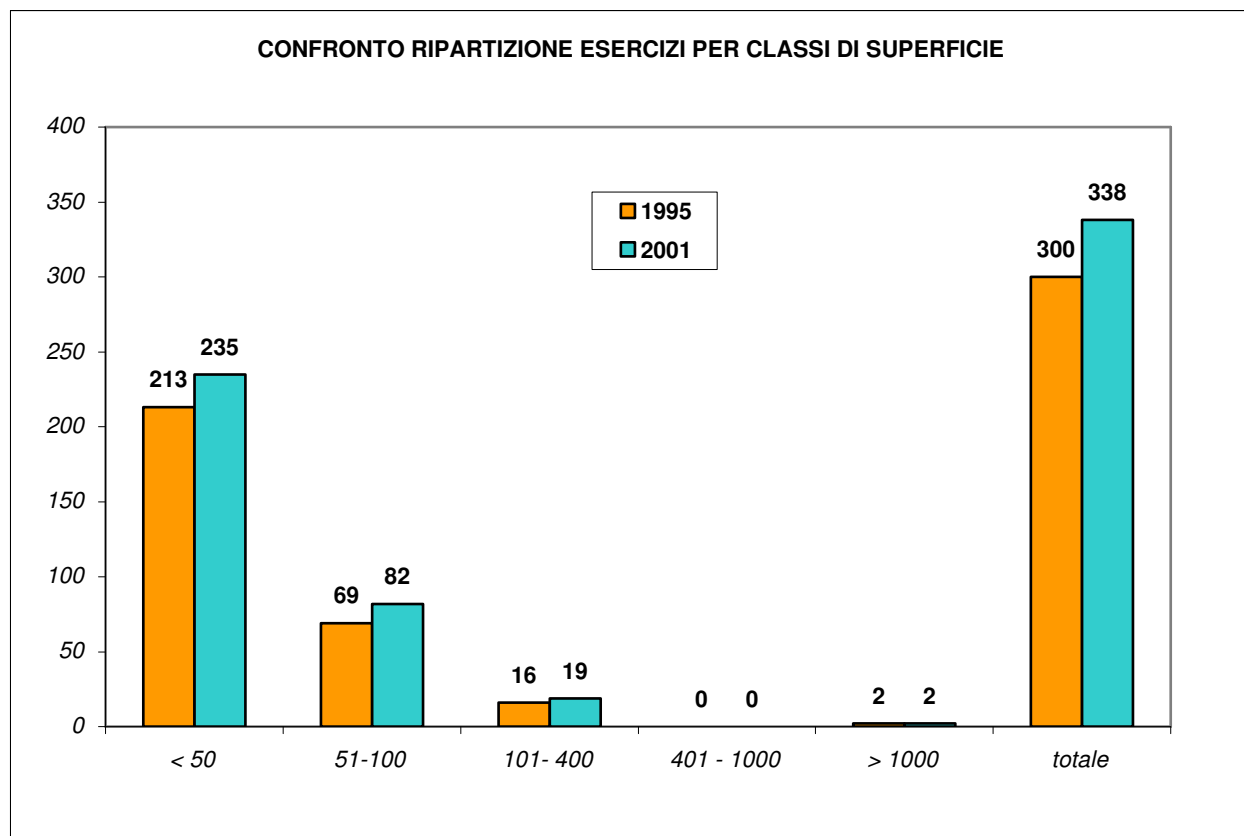


3.6 RIPARTIZIONE DEGLI ESERCIZI PER CLASSI DI SUPERFICIE

La ripartizione degli esercizi per classi di superfici risulta piuttosto stabile dal 1995 ad oggi, in quanto la numerosità degli esercizi è aumentata in tutti gli intervalli di ampiezza ad eccezione della fascia più alta tra 401 e 1.000 m², con andamento costante nell'ultima fascia.

Si evidenzia come un'elevata parte degli esercizi disponga ancora di spazi piuttosto ridotti in quanto il 69,53% è inferiore a 50 m², fino a raggiungere 93,79% considerando i punti vendita inferiori a 100 m².

m ²	< 50	51 - 100	101 - 400	401 - 1000	> 1.000	Totale
1995	213	69	16	0	2	300
2001	235	82	19	0	2	338



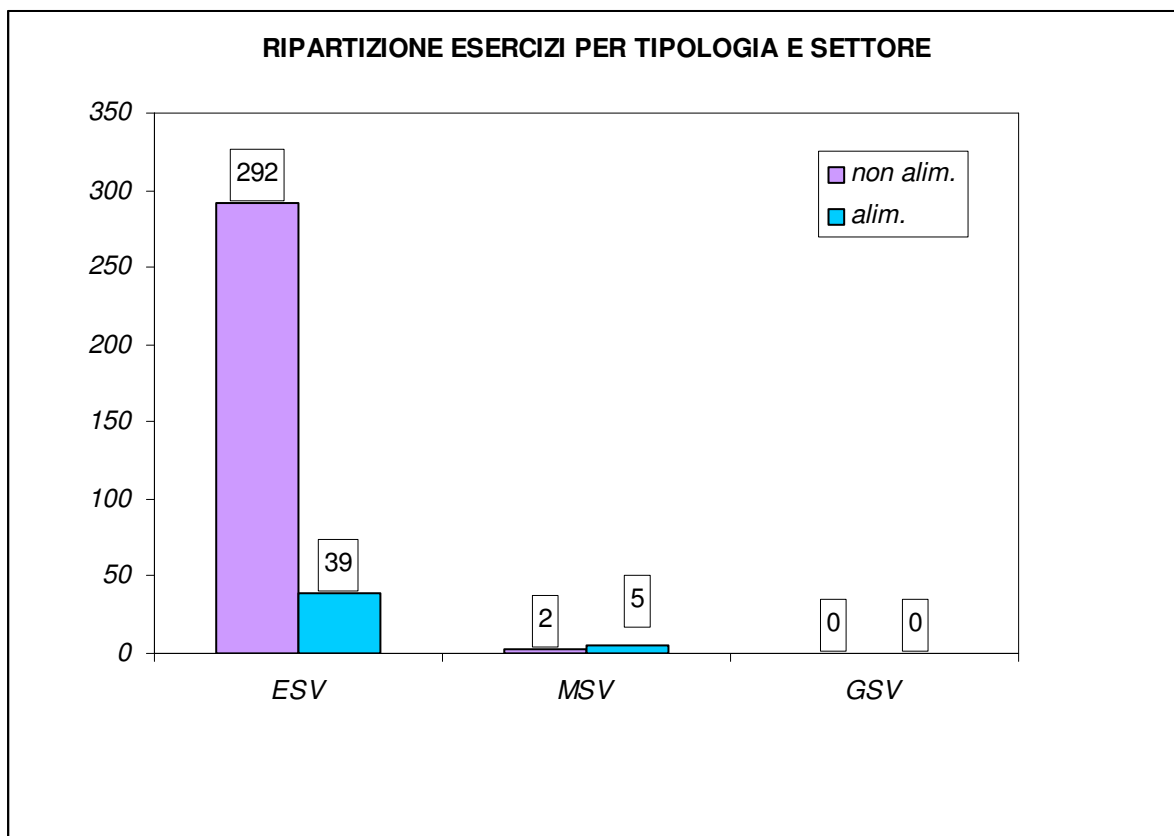
3.7 RIPARTIZIONE DEGLI ESERCIZI PER TIPOLOGIA E SETTORE

La rete commerciale di Sirmione è stata inoltre ripartita secondo i dettami del D.Lgs. 114/1998 che classifica:

- ESV = esercizi di vicinato con superfici di vendita fino a 150 m²;
- MSV = medie strutture di vendita con superfici di vendita da 150 m² a 1.500 m²;
- GSV = grandi strutture di vendita con superfici di vendita oltre i 1.500 m²;

Sulla scorta dei parametri succitati, attualmente e sul territorio comunale è stata rilevata la seguente distribuzione:

- n° 331 ESV (97,93% del totale) di cui :
 - n. 39 appartengono al settore alimentare;
 - n. 292 appartengono al non alimentare;
- n° 7 MSV (2,07% del totale) di cui :
 - n. 4 alimentari;
 - n. 3 al comparto "non food";
- n° ---- GSV (--- % del totale) le grandi strutture di vendita non sono presenti sul territorio comunale;



3.8 EVOLUZIONE VALORI DI SUPERFICIE PER SETTORE

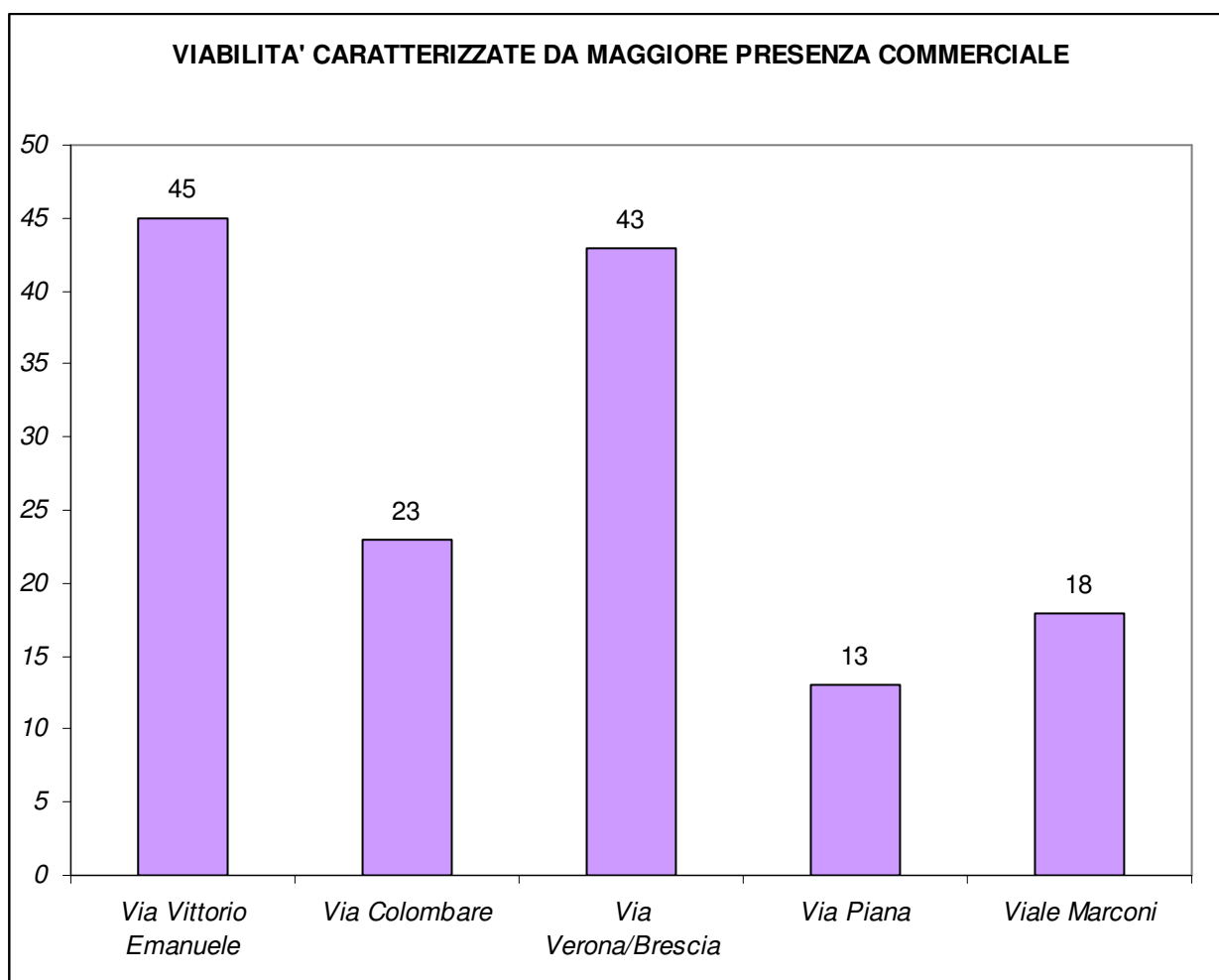
La superficie media degli esercizi di vicinato, considerato il limite massimo di 150 m², risulta piuttosto ridotta ed è pari a 59,23 m²; il dato della tipologia alimentare è maggiore in quanto risulta di 65,60 m² mentre per il "non food" ammonta a 73,29 m². Per le medie strutture la superficie media si attesta a 673,14 m², valore rispecchiato in modo analogo nei diversi comparti (525,40 m² per gli alimentari e 1.282,50 m² per i restanti).

Considerando in proposito l'aspetto dimensionale, la situazione è facilmente comprensibile come evincasi dalla tabella sotto riportata:

	ALIMENTARI		NON ALIMENTARI		TOTALE	
	n°	m ²	n°	m ²	n°	m ²
ESV	39	2.309,97	292	21.400,68	331	23.710,65
MSV	5	328	2	1.346,28	7	1.674,28
GSV	0	---	0	---	0	---
TOTALE	44	2.637,97	294	22.746,96	338	25.384,93

3.9 CARICO DI TRAFFICO DOVUTO ALLA PRESENZA COMMERCIALE

Ai fini della programmazione del commercio di tipo urbanistico prevista dal D.Lgs. 114/1998 e dal successivo Regolamento Regionale 3/2000, occorre analizzare ed individuare le viabilità comunali che, risultando localizzazioni preferenziali per l'insediamento delle realtà distributive, sono andate connotandosi quali veri e propri poli commerciali.



Le arterie privilegiate quali ubicazione di punti vendita risultano quindi Via Vittorio Emanuele (con n. 45 esercizi) seguita da Via Colombare (con 23) e Via Verona-Via Brescia (con n. 43).

Presenze commerciali numericamente più ridotte ma comunque significative contraddistinguono Via Piana (con n. 13 attività) e Viale Marconi (con n. 18 attività).

3.10 DENSITA' COMMERCIALE

La densità commerciale del Comune di Sirmione, ovvero il rapporto fra il numero di abitanti e gli esercizi presenti sul territorio, si è modificata nel corso del ventennio considerato anche se con scostamenti di modesta entità.

DENSITA'	1982	1987	1995	2001
Alimentari	130	119,54	90,92	97,53
Non alimentari	30,97	30,07	23,68	24,56
totale	25,02	24,02	18,79	19,62

Nel 1982 la densità totale era 25,02, passando cinque anni dopo a 24,02, fino a raggiungere nel 2001 un valore di 19,62 (in considerazione ad un trend maggiore di densità).

Analizzando separatamente i due settori, si nota che per gli alimentari – dove l'incremento quantitativo dei negozi non è riuscito ad accompagnare completamente quello degli abitanti – la densità è sempre minore: al 130 del 1982 corrisponde un valore di 119,54 nel 1987, di 90,92 nel 1995, del 97,53 nel 2001.

Nel comparto non alimentare la densità è in linea con il dato complessivo ed è in andamento discontinuo nel trend degli anni considerati, infatti varia da 30,97 a 30,07 del 1987, a 23,68 del 1995, fino a 24,56 attuali.

4 - ELEMENTI CHE INTERAGISCONO SULLA DOMANDA DI SERVIZI COMMERCIALI

4.1 VALUTAZIONE ED ANALISI DEI FLUSSI

Considerando gli elementi che interagiscono sulla domanda di servizi commerciali si evince che i flussi turistici si sono incrementati passando dalle 931.993 presenze annue del 1996 alle 1.078.299 del 2000, dovuto anche ad un incremento delle strutture ricettive, ad una miglioria in senso di qualità del servizio prestato, passando da 114 unità del 1996 alle attuali 126 dell'anno 2000.

ANNO	STRUTTURE		FLUSSI	
	n.	Posti letto	arrivi	presenze
1996	114	9.086	196.105	931.993
2000	126	7.916	230.936	1.078.299

4.2 VALUTAZIONE ED ANALISI DELLE IMPRESE PRESENTI E DEGLI ADDETTI OCCUPATI

Il numero delle imprese presenti sul territorio comunale è andato crescendo da 785 nel 1996 a 899 nel 2000 al quale ha corrisposto un decremento degli addetti da 1.634 a 1.428, concentrati soprattutto nel settore produttivo e confermando la positività del sistema economico comunale.

ANNO	UNITA' LOCALI	ADDETTI
1996	785	1.634
2000	899	1.428

Sirmione annovera complessivamente 3.998 seconde case, utilizzate in modo specifico per la vacanza, alle quali ne vanno aggiunte altre 273 non utilizzate.

Il dato riferito al censimento 1991 si è senz'altro accresciuto in questo decennio.

Anche sotto il profilo dei servizi con dimensione sovracomunale, Sirmione dispone di funzioni gerarchiche di modesto livello nel contesto dell'intero bacino lacuale del Garda, dove le funzioni primarie trovano localizzazione a Desenzano d/Garda (ospedale, scuole superiori, uffici di interesse pubblico, ecc.)

5 – CONFRONTO TRA DOMANDA E OFFERTA COMMERCIALE

Mancando le indagini e gli studi sui comportamenti delle famiglie e sulle abitudini e gravitazioni commerciali da e per Sirmione, necessarie in via preliminare e previste per la definizione della variante di adeguamento del P.R.G., si potrà sopperire in via indiretta, utilizzando i risultati della ricognizione condotta sull'offerta commerciale locale ed alcuni valori di riferimento del R.R. 3/00 attinenti la produttività delle diverse tipologie commerciali e l'unità territoriale di riferimento.

I dati ricavati dall'analisi condotta sull'evoluzione della rete commerciale locale dal 1982 ad oggi evidenziano una consistente crescita del sistema distributivo di Sirmione (da 182 unità a 338), crescita che si è mantenuta pressochè costante anche nell'ultimo quinquennio (1995: 300 unità) in netta controtendenza con l'evoluzione del settore su scala provinciale, regionale e nazionale che, invece, ha registrato una contrazione del numero degli esercizi. I dati riportati nel paragrafo 7 "Valutazione sovracomunale" offrono un quadro analitico della situazione; in sede di analisi conclusiva, quale riferimento per gli orientamenti programmatici, vanno sottolineate alcune particolarità di questo trend dell'ultimo quinquennio:

- l'aumento dei punti vendita dal 1995 al 2001 di +38 unità è il risultato di un andamento positivo per entrambi i settori merceologici, sia pure con valori differenziati. Se i negozi alimentari registrano una crescita di 6 unità (da 62 unità nel 1995 alle 68 del 2001), il settore non alimentare vede aumentare la propria consistenza di 32 unità (dalle 238 del 1995 alle 270 del 2001);
- sotto il profilo della dimensione del servizio commerciale si è registrato un incremento delle superfici di vendita in entrambi i settori (alimentare e non alimentare);
- la localizzazione dei punti vendita non ha subito modifiche sostanziali, mantenendo le tradizionali aggregazioni spaziali del commercio: il centro storico, Via Colombare ed a ridosso della ex S.S. 11;
- il settore commerciale dei Comuni contermini è stato caratterizzato da alcuni significativi sviluppi delle attività di vendita su superfici medio/grandi;

6. VALUTAZIONE DELL'INCIDENZA GRAVITAZIONALE ALL'ESTERNO DEL TERRITORIO COMUNALE

Da questi fatti è possibile stimare che la quota di spesa delle famiglie residenti che si rivolge a strutture di vendita ubicate in altri Comuni ha avuto in questo decennio un andamento differenziato: a fronte di una crescita della popolazione e ad un incremento dei consumi procapite attorno al 4,6%, la superficie di vendita dei negozi alimentari è di fatto diminuita del 10,8%. Lo sviluppo della superficie di vendita del settore non alimentare è stato consistente (+ 26%), ed ha riguardato vecchie e nuove merceologie: in questo tipo di prodotti la crescita dei consumi pro-capite è stata tuttavia più significativa (+ 9,20%).

Se confrontiamo i valori di consumo dei residenti ricavabili dal RR 3/00 (L. 3,287 mln pro-capite per gli alimentari e L. 2,731 mln. pro-capite per i non alimentari) con i dati dimensionali della rete di vendita ed i relativi indici di produttività, ricaviamo che l'evasione di spesa fuori dal territorio comunale è inferiore al 10% per i generi alimentari, mentre per i non alimentari si registra un fatturato della rete commerciale pari a 2,4 volte le potenzialità di spesa dei residenti.

7. VALUTAZIONE SOVRACOMUNALE

Il Comune di Sirmione è inserito nell'Unità Territoriale 15 prevista dal RR 3/00, facente capo al Comune di Desenzano d/G.

Al fine di effettuare un livello di comparazione degli indici di densità si è provveduto a confrontare i dati della struttura distributiva, come risultano dalla banca dati utilizzata per la definizione del RR 3/00, dati che per la realtà di Sirmione dovrebbero essere simili a quelli rilevati direttamente dagli Uffici Comunali al fine di omogeneità della comparazione.

	ESV			MSV			GSV			TOTALE		
	al	nal	tot	al	nal	tot	al	nal	tot	al	nal	tot
SIRMIONE	39	292	331	5	2	7	-	-	-	44	294	338
UT15	197	528	726	173	327	500	80	38	118	450	894	1344
LOMBARDIA	171	488	659	106	199	305	61	117	178	338	804	1142

Come si può rilevare dalla tabella succitata i valori di densità commerciale di Sirmione si presentano più consistenti: 338 m² ogni 1.000; 1344 UT15 e la media regionale di 1142.

Entrando nel dettaglio le minori "eccedenze" di Sirmione sono riscontrabili in genere nel settore alimentare, in tutte le tipologie e nelle "medie strutture non alimentari" (2, contro rispettivamente 327 e 199)

La valutazione che si può dedurre dai dati così ricavati è che la struttura distributiva di Sirmione è strutturata in finzione di un servizio su scala comprensoriale e turistica.

8. CRITICITA' ESISTENTE

Il sistema distributivo del Comune di Sirmione come evincasi dall'art. precedente, non evidenzia particolari problematiche connesse ai valori quantitativi del commercio, né situazioni di ritardo rispetto all'evoluzione tipologica e gestionale, essendo presenti tutte le tipologie.

Anche sotto il profilo dimensionale la crescita è stata continua, nonostante le condizioni urbanistiche del centro storico, il che ha evidenziato un discreto grado di ammodernamento ed innovazione da parte delle imprese commerciali. Si può in sostanza affermare che, anche grazie alla situazione di accentuata aggregazione urbanistica del tessuto urbano, di fatto una sola frazione di rilievo, si è costruito nel tempo un sistema di rete commerciale strutturato in modo pluralistico, in grado di assolvere alle funzioni del servizio di prossimità ai residenti e, nello stesso tempo, capace di porsi come momento di rilievo delle funzioni di gravitazione esterna.

I fattori di maggiore criticità dell'attuale organizzazione del sistema di vendita non sono perciò riconducibili a fattori di tipo quantitativo quanto a particolari aspetti della diffusione territoriale del servizio ed ad alcune problematiche di riequilibrio urbano e possono essere così schematizzati:

- scarsa presenza di servizio commerciale in prossimità nei quartieri di espansione residenziale e nelle frazioni esterne;
- vocazione commerciale delle aree ad alta concentrazione urbana: Punta Grò – zona interclusa tra ex S.S. 11, Via Colombare, Via Coorti Romane;

9. SVILUPPO URBANISTICO DELLA RETE COMMERCIALE

L'obiettivo è in sostanza quello di ricercare nell'evoluzione territoriale dettata dal PRG le più opportune misure per dare maggior ordine alla distribuzione, e ricercare anche attraverso le nuove opportunità localizzative, dimensionali e tipologiche, soluzioni di tipo urbanistico più generale, avendo in ogni caso presente che il settore deve guardare allo sviluppo ed all'espansione come alla condizione di mantenimento delle funzioni centrali di Sirmione in un'ampia area territoriale e a spiccata vocazione turistica.

Tale obiettivo può essere raggiunto attraverso il mantenimento dell'attuale ordine di organizzazione del sistema distributivo, puntando ad arricchire, qualificando gli attuali addensamenti commerciali, evitando nuove previsioni insediative di "grandi strutture di vendita" (esercizi con superficie di vendita superiore a 1.500 m²) e valorizzando le altre due tipologie (esercizi di vicinato e medie strutture di vendite) rispettivamente nelle funzioni di servizio primario ai residenti e di ulteriore specializzazione verso i flussi turistici e di attrazione su scala intercomunale.

Sotto il profilo urbanistico va inoltre perseguito l'obiettivo di ricercare la maggiore integrazione possibile tra il commercio e le altre funzioni urbane: residenziale, produttiva, di servizio e turistica.

10. PRIME INDICAZIONI PER L'ADEGUAMENTO DELLO STRUMENTO URBANISTICO VIGENTE (P.R.G.C.)

Come indicato all'art. 1 – comma 1.2 – precedente, il regolamento regionale n. 3 del 21.07.2000 prevede due ipotesi ai fini dell'adeguamento dello strumento urbanistico ai dispositivi della nuova disciplina del commercio:

- la prima limitata alla "classificazione" secondo le nuove tipologie del D.Lgs. 114/98 delle destinazioni d'uso già presenti nel PRG in essere. (In tale caso la variante ha natura semplificata e può essere attuata con la procedura prevista dalla L.R. 23/97);
- la seconda ipotesi, invece, ricorre qualora il Comune intenda mutare le destinazioni d'uso esistenti, introducendo nuove aree con destinazione commerciale, (l'iter da seguire in questa seconda fattispecie è quello della variante ordinaria, quindi con l'intervento autorizzatorio della Regione);

L'analisi del PRG vigente evidenzia che l'attività di commercio al dettaglio è consentita in buona parte delle zone di PRG secondo diverse definizioni della destinazione d'uso:

- 1) zone A – Centro Storico, nuclei antichi ed edifici di interesse storico, artistico ed ambientale: mantenere e rendere funzionali attività tradizionali esistenti ai piani terra degli edifici;
- 2) zone B - Residenziali esistenti e di Completamento: la destinazione commerciale è consentita esclusivamente nelle zone B1; nelle restanti zone B non sono ammesse le destinazioni commerciali;
- 3) zone C - Residenziali di espansione (C1 – C2 – C3): è ammessa nella misura massima del 10% della s.l.p.;
- 4) zone per insediamenti industriali ed artigianali (D1): l'attività commerciale è ammessa per un massimo del 20% della s.l.p. con annessa attività di esposizione e vendita al dettaglio ed ingrosso dei prodotti derivanti dall'attività artigianale;
- 5) zone per attrezzature turistico-ricettive (D5): sono ammesse attrezzature di vendita;
- 6) zone per insediamenti ricettivi e residenziali turistici (D6): sono ammesse attrezzature terziarie e di servizio per una quota non superiore al 10% del volume totale previsto nel Piano Attuativo;
- 7) zone per attività commerciali e direzionali (D7): destinate ad insediamenti commerciali, unitamente a strutture per uffici, magazzini, depositi esposizioni, attività direzionali e di rappresentanza.

Si tratta di considerevoli opportunità insediative, disseminate nell'intero territorio comunale e pertanto l'ipotesi di adeguamento al PRG non deve ricercare nuovi spazi per l'attività commerciale al dettaglio, ma proporsi l'obiettivo di una normazione più accurata degli insediamenti in rapporto alle peculiarità urbanistico/territoriali delle diverse zone e delle diverse tipologie.

Il D.Lgs. 114/98 prevede che la classificazione delle destinazioni d'uso commerciali avvenga con riferimento alle diverse tipologie distributive definite dal D.Lgs. 114/98 e precisamente:

- esercizi di vicinato: superficie di vendita non superiore a 150 m²;
- medie strutture di vendita: superficie di vendita compresa tra i 150 m² ed i 1500 m²;
- grandi strutture di vendita: superficie di vendita superiore a 1500 m²;

L'articolo 6 del Regolamento Regionale 3/2000 stabilisce inoltre che gli insediamenti commerciali debbano essere disciplinati in modo differenziato in relazione ai seguenti contesti:

- tessuto urbano consolidato: zone A, B e C (già interamente o in parte realizzate);
- ambiti di trasformazione urbana: comparti di ristrutturazione edilizia rivolti alla sostituzione dell'esistente tessuto urbano e finalizzati alla riqualificazione urbanistica;
- ambiti extraurbani: spazi prevalentemente ineditificati esterni al contesto urbano consolidato e di trasformazione.

Rispetto a questa impostazione programmatica di massima vanno tuttavia considerate le situazioni già esistenti o autorizzate, nelle quali cioè il rapporto tra pubblico e privato si è già compiutamente manifestato (e concluso) con il rilascio di atti autorizzatori o con la stipula di convenzioni impegnative.

Da questo punto di vista si registrano le seguenti situazioni:

- A) Autorizzazioni commerciali già rilasciate: essendo di fatto stato liberalizzato l'insediamento degli "esercizi di vicinato" gli esercizi che potrebbero presentare una incompatibilità con le disposizioni di adeguamento del PRG sono le "medie strutture di vendita" e le "grandi strutture di vendita". Dall'anagrafe degli esercizi tenuta dagli uffici comunali risultano i seguenti esercizi:
GSV (grandi strutture di vendita) non sono presenti sul territorio;
MSV (medie strutture di vendita) n. 5 esercizi;

Per i locali in cui questi esercizi sono ubicati è opportuno che anche in assenza di una classificazione coerente della zona di insediamento venga stabilita un'apposita deroga che consenta la continuità all'interno degli stessi dell'attività commerciale secondo la tipologia a cui facevano capo all'atto di approvazione della variante di adeguamento del PRG.

- B) Procedure urbanistiche attuative già definite: anche in questo caso il riferimento va effettuato a quelle situazioni che per dimensioni e tipologia prefigurano la possibilità insediativa di esercizi riconducibili alle medie e grandi strutture di vendita.

In questo caso la classificazione della destinazione d'uso secondo le diverse tipologie previste dal D.Lgs. 114/98 dovrà rapportarsi alle dimensioni ed alla tipologia prevista indicata nello strumento urbanistico, con gli opportuni adeguamenti alle nuove disposizioni regionali.

Sulla base di questa verifica sulle situazioni che potremmo definire "diritti acquisiti", la classificazione della destinazione d'uso per "grandi strutture di vendita" risulta attribuibile alle attività esistenti. Stante gli obiettivi programmatici definiti nei diversi PL approvati, l'ammissibilità potrà riguardare gli insediamenti commerciali fino al limite dimensionale unitario delle "Medie Strutture di Vendita" (max 200 m²).

Nella definizione generale dei criteri programmatici è opportuno considerare il fatto che per i Comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti (quale appunto Sirmione) lo scostamento tra il limite minimo (150 m²) e quello massimo (1.500 m²) delle Medie Strutture di Vendita è elevato ed appare pertanto opportuno inserire una soglia intermedia che pur consentendo la crescita media dimensionale degli esercizi (soprattutto attraverso gli ampliamenti di quelli esistenti) non dia vita ad iniziative di impatto problematico con la situazione territoriale, specialmente in quella parte di territorio che il RR 3/00 definisce come "tessuto urbano consolidato". Da questo punto di vista può essere assunta la dimensione di m² 200, indicata nel RR 3/00 (art. 8, comma 4) ai fini della diversa procedura urbanistico/edilizia da utilizzare ai fini insediativi.

Sulla base degli indirizzi programmatici forniti dalla Giunta Comunale in coerenza con il PRG a suo tempo approvato, e seguendo il modello programmatico indicato dalla Regione (tessuto urbano consolidato, ambiti di trasformazione urbana, aree extraurbane) l'articolazione delle destinazioni d'uso può essere così definita:

- zona A (centri storici):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato;
- zona B/1 (zona di edilizia residenziale esistente e di completamento):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita, con superficie di vendita inferiore ai 200 m²;
- zona C/1 (zona residenziale di espansione):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita, con superfici di vendita inferiore ai 200 m²;
- zona C/2 (zona residenziale di espansione a volumetria definita):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita con superficie di vendita non superiore a m² 200;
- zona C3 (zona residenziale di espansione):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita con superficie di vendita non superiore a m² 200;
- zona D/1 (zona industriale ed artigianale):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita (max 200 m²) non alimentari;
- zona D/5 (attrezzature turistico ricettive: campeggi):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato;
- zona D/6 (insediamenti ricettivi e residenziali turistici):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato);
- zona D7 (attività commerciali e direzionali):
insediamento limitato agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita con superficie di vendita non superiori ai 200 m².

Per quanto attiene gli standard urbanistici, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalla LR 51/75 per gli "esercizi di vicinato" (100% SLP con facoltà di monetizzazione) è opportuno prevedere, in

coerenza con le diverse procedure urbanistiche previste dal RR 3/00, prevedendo una dotazione di standard pari al 100% della S.l.p. riferita agli esercizi di vicinato con possibilità di monetizzazione e pari al 150% per le medie strutture di vendita. Per le grandi strutture vale quanto disposto dalla L.R. 14/99 e dal RR 3/00: 200% della SLP degli insediamenti.