



COMUNE DI VILLAVERLA
(Provincia di Vicenza)

**ART. 14, COMMA 1, LEGGE REGIONALE N. 15/2004
NORME DI PROGRAMMAZIONE PER
L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

(APPROVATO CON DELIBERA DI C.C. N. 12/2010 DEL 25/03/2010)

INDICE

PARTE PRIMA - RELAZIONE ILLUSTRATIVA e INDAGINE SOCIO-ECONOMICA

<u>1. IL QUADRO NORMATIVO</u>	Pag. 5
1.1. Legislazione regionale in materia d commercio e adempimenti dei Comuni	Pag. 5
1.2 Le finalità della programmazione generale della rete distributiva	Pag. 6
1.3 La programmazione commerciale ai sensi della L.R. 15/2004	Pag. 7
1.4 L'indice di equilibrio (parametro di densità)	Pag. 8
1.5 Definizioni di centro commerciale, parco commerciale, concentrazione e accorpamento	Pag. 10
1.6 Recupero aree a standard	Pag. 11
<u>2. ANALISI URBANISTICA E SOCIO ECONOMICA</u>	Pag. 13
2.1 L'ambito Regionale	Pag. 13
2.2 L'ambito Provinciale	Pag. 13
2.3 L'ambito sovracomunale e il sistema di viabilità	Pag. 14
2.4 Dati demografici e sviluppo urbano	Pag. 14
<u>3. PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE PER IL TRIENNIO 2010-2013</u>	Pag. 17
3.1 Dinamica della rete distributiva 1996-2009	Pag. 17
3.2 Analisi della rete commerciale esistente	Pag. 18
3.3 La programmazione commerciale e l'indice di equilibrio	Pag. 21
3.4 Limiti dimensionali	Pag. 22
3.5 L'individuazione delle zone commerciali	Pag. 22

**PARTE SECONDA – DEFINIZIONE DEI CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
COMMERCIALI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

REGOLAMENTO

CAPO I – Oggetto e definizioni **Pag. 25**

CAPO II – Programmazione e caratteristiche degli insediamenti **Pag. 28**

CAPO III – Procedimento per le medie strutture di vendita **Pag. 31**

CAPO IV - Sanzioni e norme finali **Pag. 34**

ALLEGATI **Pag. 35**

PARTE PRIMA

RELAZIONE ILLUSTRATIVA / INDAGINE SOCIO ECONOMICA

1. IL QUADRO NORMATIVO

1.1 LEGISLAZIONE REGIONALE IN MATERIA DI COMMERCIO E ADEMPIMENTI DEI COMUNI

La L.R. n. 15 del 13 agosto 2004 "Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto", pubblicata nel B.U.R. n°81 del 17 agosto 2004, che abroga la precedente Legge Regionale n. 37/1999, prevede vari adempimenti a carico dei comuni:

Con la riforma del titolo V della Costituzione Italiana, la materia del commercio è diventata competenza primaria delle Regioni, mentre precedentemente si parlava di legge derivata e, di conseguenza, le Regioni dovevano legiferare nell'ambito delle direttive date a livello governativo.

Il commercio sicuramente non è l'ultima questione su cui un'amministrazione comunale si trova impegnata, perché non rappresenta solo la regolamentazione delle attività commerciali fine a sé stesse, ma anche la politica della gestione della comunità con relative scelte che condizionano la vita del territorio.

Gli adempimenti cui sono chiamati i Comuni si articolano su più fronti:

- Il rilascio di autorizzazioni commerciali per medie strutture di vendita è subordinato all'adozione del provvedimento comunale di programmazione commerciale di cui all'art. 14, comma 1, della legge regionale 15 del 13 agosto 2004.
- A seguito della DGR 670 del 4/03/05, i comuni sono tenuti ad approvare un provvedimento ricognitivo volto a verificare l'esistenza o meno di aggregazioni commerciali aventi le caratteristiche di parco commerciale. Tale provvedimento è inviato all'Amministrazione provinciale e alla Direzione Generale del commercio regionale. Il Comune di Villaverla, con deliberazione di Giunta n. 58 del 3.08.2005, ha approvato il provvedimento ricognitivo suddetto, accertando l'inesistenza sul territorio comunale di parchi commerciali. Non è necessario quindi ricorrere (come prevede l'art. 10, comma 8 della L.R. 15/04) all'approvazione della variante urbanistica con la procedura prevista ai commi 6 e 7 dell'art. 50 della legge regionale n° 61 del 27 giugno 1985, come sostituito dall'art. 1 della legge regionale n° 21 del 5 maggio 1998.
- Con Deliberazione del 18 febbraio 2005 n.496 (B.U.R. 28 del 15.3.2005) '*Norme di programmazione per l'insediamento di attività commerciali nel Veneto*'. *Rapporto tra densità di medie grandi strutture di vendita ed esercizi di vicinato (lr n.15/2004 art. 14, comma 1, lett. h).*) è stata stabilita la metodologia per il calcolo dell'indice di equilibrio tra esercizi di vicinato e medie-grandi strutture di vendita, nonché il valore di riferimento indicante lo status di equilibrio fra le diverse tipologie dimensionali. I dati relativi alla rete distributiva comunale utilizzati per la costruzione della frazione, devono essere comunicati semestralmente, ai sensi dell'art. 4, comma 2 della legge regionale, all'Amministrazione

provinciale, territorialmente competente, all'Osservatorio regionale per il commercio di cui all'art. 3 della legge regionale, istituito presso la Direzione regionale competente in materia di commercio.

- I Comuni, in sede di formazione o revisione di PRG provvedono a definire in relazione alla previsione di nuovi insediamenti commerciali, le zone destinate a parcheggio nella misura di 0,2 mq/mq per le aree di centro storico, 0,4 mq/mq per le aree di completamento e 0,5 mq/mq per le aree di espansione o ristrutturazione urbanistica.

Anche l'impatto che i futuri insediamenti commerciali avranno sulla viabilità esistente è stato oggetto di intervento regionale.

Infatti, con deliberazione della Giunta regionale n°569 del 25 febbraio 2005." Art. 19 della L.R. 13 agosto 2004, n. 15. Studi sull'impatto di viabilità per le grandi e medie strutture di vendita. Disposizioni per la presentazione della documentazione", vengono date ai Comuni **PRESCRIZIONI RELATIVE ALLA VIABILITA' E AL TRAFFICO** in sede di pianificazione commerciale per le medie e grandi strutture di vendita.

In particolare, per quanto riguarda le medie strutture, oggetto dei presenti criteri, l'organizzazione della circolazione sulla rete viaria di afferenza - viabilità principale e viabilità secondaria - dovrà tenere conto dell'opportunità di diluire su detta rete i flussi veicolari, evitandone per quanto possibile l'immissione diretta sulla viabilità principale in situazioni di criticità.

Pertanto i richiedenti di autorizzazioni per medie strutture di vendita dovranno accordarsi con gli Enti proprietari delle strade al fine di definire i rispettivi oneri in ordine all'eventuale miglioramento/adequamento della viabilità. Qualora gli accessi non possano che essere posizionati direttamente sulla viabilità principale, per quanto possibile dovranno essere accorpati ad altri contigui preesistenti mediante contro strade, sempre con l'obbligo di adeguare le intersezioni.

Nei Centri Storici l'organizzazione della circolazione - pur assicurando l'accessibilità delle strutture per il traffico specializzato - dovrà privilegiare la modalità pedonale e dei mezzi pubblici, contribuendo a possibili interventi di riqualificazione e sistemazione ambientale degli stessi Centri storici.

1.2. Le finalità della programmazione generale della rete distributiva

Già con il "decreto Bersani" (D.Lvo 114/98) , che aveva riformato integralmente la disciplina nazionale relativa al commercio, il legislatore aveva fatto leva specificatamente sui principi della trasparenza del mercato e della libertà d'impresa, con l'obiettivo di modernizzare e sviluppare la rete distributiva.

La programmazione regionale dettata dalla L.R. 15/04 persegue le seguenti finalità:

- a) favorire la realizzazione di un'equilibrata rete distributiva agevolando gli insediamenti atti ad inserire le piccole e medie imprese operanti sul territorio, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali nelle relative aree;
- b) rendere compatibili gli insediamenti commerciali con il territorio e valorizzare la funzione commerciale, anche al fine di una riqualificazione del tessuto urbano;
- c) rivitalizzare il tessuto economico, sociale e culturale sia nei centri storici mediante l'individuazione di incentivi, sia nelle zone rurali e di montagna, mediante la promozione di centri polifunzionali e la formazione professionale;
- d) promuovere una programmazione delle attività commerciali armonica per la semplificazione del procedimento amministrativo e per un sistema decisionale coordinato;
- e) garantire al consumatore, attraverso una presenza equilibrata delle diverse forme distributive, una possibilità di scelta in ambito concorrenziale, favorendo, di conseguenza, sia il contenimento dei prezzi sia un corretto equilibrio tra attività di diverse dimensioni;
- f) regolare la presenza e lo sviluppo delle grandi strutture di vendita al fine di contenere l'uso del territorio, assicurare le compatibilità ambientali, salvaguardando l'equilibrio con le altre tipologie distributive;
- g) valutare i progetti di insediamento rispetto agli assetti socio-economici, insediativi, infrastrutturali e della mobilità, dei flussi turistici e della rete distributiva in riferimento alla disponibilità di servizi al consumatore;
- h) favorire opportunità di sinergie e cooperazione tra diverse tipologie distributive e lo sviluppo di tecnologie innovative di esercizi di vendita, nonché l'innovazione tecnologica nelle imprese;
- i) favorire l'associazionismo tra piccole imprese;
- j) favorire una organizzazione e gestione della logistica volte al miglioramento della competitività e alla diminuzione degli impatti sul traffico e sull'ambiente;
- k) assicurare un sistema di monitoraggio riferito all'entità ed all'efficienza della rete distributiva insediata sul territorio.

1. 3 LA PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE AI SENSI DELLA L.R. 15/2004

I settori merceologici.

Ai sensi dell'articolo 7 comma 4 della Legge Regionale, la programmazione commerciale si articola nei seguenti 4 settori merceologici:

- a) alimentare:** si intende il settore comprensivo di tutti i prodotti alimentari nonché dei prodotti per la pulizia e l'igiene della persona e della casa, esclusi gli articoli di profumeria;
- b) non alimentare generico:** comprende tutti i prodotti non alimentari, esclusi i casi previsti nel comma 7 dell'art.7 della Legge Regionale;
- c) non alimentare a grande fabbisogno di superficie:** comprende la vendita esclusiva dei prodotti appartenenti alle seguenti categorie merceologiche: mobili, autoveicoli, motoveicoli, legnami, materiali edili, nautica;

d) settore misto: si intende il settore comprensivo dei prodotti alimentari e non alimentari; la ripartizione interna delle superfici di vendita tra le due merceologie è nella discrezionalità del titolare della autorizzazione commerciale.

1.4 L'INDICE DI EQUILIBRIO (PARAMETRO DI DENSITA')

L'indice di equilibrio è uno dei parametri cui fare riferimento per poter meglio perseguire gli obiettivi di cui all'art. 14 della L.R. 15/2004, elencati qui di seguito:

- a) modernizzazione del sistema distributivo;
- b) garanzia di concorrenzialità del sistema distributivo;
- c) salvaguardia dell'ambiente e della viabilità dei centri urbani;
- d) mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità;
- e) equilibrio delle diverse forme distributive;
- f) tutela delle piccole e medie imprese commerciali;
- g) identificazione di strumenti di politica del territorio quali la sicurezza, il flusso veicolare, i trasporti pubblici;
- h) rapporto tra densità di medie-grandi strutture di vendita ed esercizi di vicinato
- i) priorità alle domande di ampliamento relative ad attività esistenti.

L'indice di equilibrio va verificato separatamente fra i due settori merceologici: ALIMENTARE E NON ALIMENTARE (generico e a grande fabbisogno di superficie) e si riferisce all'intera rete commerciale comunale. L'indice è volto a monitorare la rete distributiva del proprio territorio in funzione sia della tipologia di vendita (esercizio di vicinato, media e grande struttura di vendita) sia dei settori merceologici e segnala eventuali situazioni di squilibrio che possono essere tanto a favore quanto a sfavore della distribuzione commerciale riferita alle medio-grandi strutture di vendita.

I comuni, in tal modo, nel determinare i propri criteri commerciali, hanno lo strumento idoneo per porre le giuste misure atte a ripristinare la situazione ottimale di equilibrio, ossia mantenere una sostanziale parità tra la presenza di esercizi di vicinato da un lato e medio-grandi strutture di vendita dall'altro.

L'indice di equilibrio è dinamico e può essere fissato dal comune in termini restrittivi. Esso è calcolato in termini reali, ed è aggiornato ogni volta che varia la rete di vendita al dettaglio (autorizzazioni per esercizi di vicinato, per medie e grandi strutture di vendita al dettaglio).

Per il calcolo dell'indice di equilibrio, la superficie di vendita di riferimento è quella autorizzata. Quindi la superficie autorizzata costituisce il punto fondamentale e necessario per il calcolo dell'indice stesso. L'indice scaturisce da una frazione numerica dove al numeratore viene posta la sommatoria delle superfici di vendita degli esercizi di vicinato (alimentare o non alimentare come sopra definito). Al denominatore viene posta la sommatoria delle superfici di vendita delle medie e grandi strutture di vendita (alimentari o non alimentari, come sopra) definite.

Come disposto con D.G.R. n. 496/05 – Allegato A - per il settore misto individuato dall'art. 7, comma 4, lettera d) della Legge Regionale, comprensivo di prodotti alimentari e non alimentari, la cui ripartizione interna della superficie di vendita tra le due merceologie è, ai sensi del medesimo articolo 7, comma 8, nella libera disponibilità del titolare dell'autorizzazione commerciale, ai soli fini del calcolo dell'indice di equilibrio, verranno attribuiti i seguenti pesi: 60% prodotti alimentari e 40% non alimentari.

Pari criterio viene applicato per la tabella VIII prevista dalla L. n° 426/1971 che comprendeva sia prodotti alimentari che non alimentari, ancora operante in alcuni casi.

Sono interessate dalla verifica dell'indice di equilibrio le medie strutture di vendita, e precisamente:

- a) nuove aperture di media struttura di vendita con superficie superiore a mq. 1000;
- b) ampliamento di medie strutture di vendita con superficie superiori a mq. 1000 non operanti da almeno tre anni;
- c) ampliamenti di medie strutture di vendita con superficie inferiore a mq. 1000 non operanti da almeno tre anni che, per effetto dell'ampliamento, superano mq. 1000.

Dalla verifica dell'indice di equilibrio possiamo ottenere i seguenti risultati:

INDICE INFERIORE A 1,0: in questo caso le medie e grandi strutture di vendita sono più diffuse di quanto non lo siano quelle di vicinato. Ciò evidenzia uno squilibrio nella rete commerciale comunale; pertanto fino al raggiungimento dell'equilibrio sono vietate:

- 1) le aperture di medie strutture di vendita con superfici di vendita superiori a mq. 1000;
- 2) l'ampliamento delle medie strutture con superfici di vendita superiore a mq. 1000 e non operanti da almeno tre anni;
- 3) l'ampliamento delle medie strutture con superficie di vendita inferiore a 1000 mq. e non operanti da almeno tre anni, che per effetto dell'ampliamento superino il predetto limite.

INDICE SUPERIORE A 1,0: in questo caso gli esercizi di vicinato sono più diffusi di quanto non lo siano le medie e grandi strutture di vendita. Ciò evidenzia la possibilità di autorizzare nuove aperture ed ampliamenti di medie strutture con superfici superiori a 1000 mq. di vendita nonché gli ampliamenti delle medie strutture inferiori a mq. 1000 che per effetto dell'ampliamento superano il predetto limite, fino a raggiungere una superficie di vendita complessiva che consenta il raggiungimento dell'equilibrio.

In ogni caso, tuttavia, sarà possibile autorizzare l'apertura di medie strutture aventi le seguenti caratteristiche:

- a) nuove aperture di media struttura di vendita con superficie non superiore a mq. 1000;
- b) ampliamento di medie strutture di vendita con superficie superiori a mq. 1000 operanti da almeno tre anni;
- c) ampliamenti di medie strutture di vendita con superficie inferiore a mq. 1000 operanti da almeno tre anni che, per effetto dell'ampliamento, superano mq. 1000.

1.5 DEFINIZIONI DI CENTRO COMMERCIALE, PARCO COMMERCIALE, CONCENTRAZIONE E ACCORPAMENTO

a) Centro commerciale

La Legge Regionale n.15/2004 ha fatto propria la dizione di centro commerciale data dal D.Lgs 114/98 cambiandone "una lettera": sostituendo una "e" (attività di servizi e collaterali) con una "o" (attività di servizi o collaterali).

Di conseguenza, se in precedenza per avere un centro commerciale era necessario che sussistessero tutta una serie di requisiti (parcheggi, viabilità, servizi e gestione in comune), oggi basta che esista anche uno solo di questi requisiti per andare a ricadere nel concetto di centro commerciale. In pratica, quindi, nel caso in cui la sommatoria delle attività superi il limite dimensionale della media struttura di vendita i Comuni dovranno attingere agli obiettivi di sviluppo regionali.

Al fine di assicurare la gestione unitaria di spazi, di servizi o infrastrutture comuni nonché il coordinamento dell'attività del Centro Commerciale nei confronti della pubblica amministrazione, ogni centro commerciale deve individuare un soggetto referente, informandone il Comune.

b) Parco Commerciale

I parchi commerciali, come definiti dall'attuale normativa regionale, presentano le seguenti caratteristiche che, nel loro insieme, individuano ciò che può definirsi un "*unicum*" commerciale:

- 1) insediamento all'interno di zone territoriali omogenee (ZTO) di tipo D. A riguardo la Regione Veneto ha chiarito cosa debba intendersi per "specifica destinazione commerciale"¹
- 2) aggregazione di almeno 3 esercizi commerciali la cui somma superi i 1500 mq.

¹ Per zone territoriali omogenee di tipo D a specifica destinazione commerciale si intendono le zone del territorio comunale che lo strumento urbanistico generale ha classificato come Z.T.O. di tipo D con esplicita destinazione d'uso commerciale, anche se non esclusiva.

3) gli esercizi commerciali devono essere situati in uno spazio unitario ed omogeneo, che caratterizza l'organicità dell'insediamento commerciale, riconoscibile anche da elementi esterni quale ad esempio la viabilità pubblica di possibile attraversamento dello spazio unitario ed omogeneo .

c) Concentrazione / Accorpamento di medie e grandi strutture

La legge Regionale all'art. 8 comma 1, lettera a), ha definito con il termine di concentrazione la riunione in una nuova struttura di vendita di medie **e/o** grandi strutture preesistenti ed operanti da almeno tre anni nell'ambito dello stesso comune, di medesima titolarità al momento di presentazione della domanda.

Con il termine di accorpamento, invece, l'art. 8 comma 1, lettera b) della L.R. 15/04 definisce l'ampliamento della superficie di una media o grande struttura di vendita con le superfici di altre medie o grandi strutture di vendita preesistenti, operanti da almeno tre anni nell'ambito dello stesso comune e di medesima titolarità al momento della presentazione della domanda; possono essere oggetto di ampliamento con medie e grandi strutture di vendita anche gli esercizi di vicinato preesistenti ed operanti da almeno tre anni nell'ambito del medesimo territorio comunale, a condizione che la superficie in ampliamento trovi riscontro nella programmazione rispettivamente delle medie strutture e delle grandi strutture (rispetto dei limiti).

Riassumendo: la concentrazione è intesa come nuova apertura perché le autorizzazioni vengono trasferite in una nuova struttura, mentre l'accorpamento è, per definizione, un ampliamento in quanto le autorizzazioni vengono a essere inserite all'interno di una struttura già esistente.

Le medie strutture possono essere ampliate entro il limite delle medie strutture e l'ampliamento può essere anche accorpamento, per cui le medie strutture possono accorparsi fra loro entro il limite dimensionale previsto per le medie strutture.

È poi consentito l'accorpamento fra medie e grandi strutture rientrando nei limiti dimensionali delle grandi strutture.

1.6 RECUPERO AREE A STANDARD

Con l'estensione dei settori merceologici (prima erano due, mentre adesso sono quattro), c'è un risvolto pratico per quanto riguarda l'obbligo del reperimento delle aree a standard.

Infatti l'art. 16 della L.R. 15/2004 individua le quantità minime di standard a parcheggio effettivo da ricavare per l'insediamento/ampliamento di:

- Grandi strutture di vendita;
- Medie strutture di vendita aventi superfici maggiori di 1000 mq riguardanti i settori ALIMENTARE E MISTO;
- Medie strutture di vendita riguardanti i settori NON ALIMENTARE GENERICO e A GRANDE FABBISOGNO DI SUPERFICIE.

Per parcheggio effettivo si intende l'area di sosta unita all'area di manovra.

Per quanto riguarda gli standard, fino all'approvazione del PAT, dovrà rideterminarne le quantità, si applica la vecchia normativa dell'art. 25 della Legge n. 61.

Tutti gli standard riferiti alle attività commerciali, comunque, andranno verificati in sede di permesso di costruzione e reperiti prima del rilascio dell'agibilità dei locali; per le attività commerciali previste in aree soggette a strumento attuativo (di espansione e di ristrutturazione urbanistica) gli standard verranno reperiti all'interno dello strumento attuativo.

1.7 PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE 2005-2008

Con deliberazione di Consiglio Comunale n. 46 del 29.09.2005 il Comune di Villaverla aveva approvato le precedenti norme di programmazione per l'insediamento delle medie strutture di vendita (ai sensi della L.R. 15/04). Tale strumento di programmazione prevedeva l'insediamento di medie strutture di vendita con superficie non superiore a 1000 mq.

Venivano determinati ulteriori limiti massimi di superfici di vendita e localizzazione così riassumibili:

- per il settore alimentare pari a mq. 250, con localizzazione esclusivamente in Zona A - P.P. Ex-Fornace Trevisan;
- per il settore non alimentare generico pari a mq. 400, con localizzazione esclusivamente in Zona A - P.P. Ex-Fornace Trevisan, B1/4.2, B1/27.1 nonché nelle seguenti ZTO di tipo D a specifica destinazione commerciale: D2/1, D2/2, D2/3, D2/4, D4/2.2;
- per il settore non alimentare a grande fabbisogno di superficie pari a mq. 750, con localizzazione esclusivamente in Zona A - P.P. Ex-Fornace Trevisan. Unicamente per gli esercizi già esistenti da almeno tre anni situati nella zona territoriale di tipo produttivo D2 a specifica destinazione d'uso commerciale l'ampliamento fino ad un massimo di mq. 1000;
- per il settore misto pari a mq. 900 con localizzazione esclusivamente in Zona A - P.P. Ex-Fornace Trevisan.

La programmazione 2005-2008 prevedeva inoltre il raggiungimento delle superfici complessive massime per i singoli settori: settore alimentare mq. 250 - settore non alimentare generico mq. 2.400 - settore non alimentare a grande fabbisogno di superficie mq. 2.150 - settore misto mq. 900.

2. ANALISI URBANISTICA E SOCIO ECONOMICA

2.1. L'AMBITO REGIONALE

Il nuovo PTRC, adottato con delibera di G.R.V. n. 372/17.02.2009 delega alle Province il compito di individuare i siti idonei per la localizzazione delle GRANDI STRUTTURE DI VENDITA e dei PARCHI COMMERCIALI, dando loro alcuni indirizzi operativi.

Per quanto riguarda le nuove aree commerciali, vincola la loro realizzazione al rispetto della SOSTENIBILITA' SOCIO-ECONOMICA dei centri storici che dovranno essere rivitalizzanti e riqualificati con appositi interventi urbanistici al fine di produrre un effetto attrattivo a favore della rete commerciale ivi presente.

2.2. L'AMBITO PROVINCIALE

L'input politico che ha dato la legge urbanistica Regionale 11/2004 poi ripreso dal PTRC adottato nel 2009 è quello di responsabilizzare maggiormente le amministrazioni provinciali. La L.R. 11/2004 impone alle Province di andare a individuare le aree da destinare alle grandi strutture di vendita, per cui le aree sovracomunali, come individuate nell'allegato A alla Legge n. 15/2004, sono agganciate a una prima fase di programmazione, cioè fino a quando le Province non andranno ad adottare i loro provvedimenti di natura urbanistica.

Proprio per lasciare una maggiore flessibilità alle Province che conoscono meglio le realtà specifiche del territorio è stata data loro la possibilità di proporre una redistribuzione diversa degli obiettivi di sviluppo in funzione delle esigenze imminenti del territorio.

La Provincia di Vicenza ha adottato il nuovo PTPC nel dicembre 2006 e poi lo ha riadattato parzialmente nell'Aprile 2007.

Il PTPC, in sintonia con i criteri stabiliti dal PTRC relativamente al riordino del sistema insediativo delle aree e degli impianti commerciali, indica i principi insediativi e i criteri di progettazione urbanistica, architettonica e paesaggistica.

I Comuni disciplinano gli insediamenti commerciali esistenti e le eventuali nuove previsioni nei PAT, nel rispetto delle direttive generali e specifiche introdotte dal PTPC.

Tali direttive riguardano:

- le eventuali nuove aree Commerciali con priorità alla riconversione di aree produttive dismesse;
- il recupero, la riorganizzazione e la riqualificazione urbanistica delle "STRADE MERCATO";
- la salvaguardia della rete distributiva degli esercizi di vicinato nelle zone montane e rurali;
- la promozione di filiere corte di produzione e distribuzione di prodotti locali;
- l'incentivazione della rete distributiva degli esercizi commerciali siti nei centri storici;
- favorire l'insediamento di medie strutture nei Centri Storici, legandolo a specifici programmi di recupero e riqualificazione urbana;
- le grandi strutture di vendita sono proposte dai Comune ma la loro localizzazione è approvata dalla Provincia.

2.3. L' AMBITO SOVRACOMUNALE E IL SISTEMA DI VIABILITA'

Come già accennato, la Legge Regionale n°15/2004 mantiene invariata la localizzazione del Comune di Villaverla nell'ambito sovracomunale n°17 che si articola nell'asse "Asiago-Bassano-Thiene", per il quale viene individuato un unico bacino di utenza.

Dal punto di vista della viabilità, il Comune di Villaverla è inserito in un contesto di collegamenti urbani assicurati dalla rete di strade urbane e locali che si dipartono in modo radiale dal Centro Storico, e che collegano il nucleo urbano di Villaverla alle direttrici di traffico extraurbano, in particolare al sistema autostradale e a quello provinciale. All'esterno del Comune di Villaverla, lungo le principali direttrici di collegamento alla viabilità extraurbane (ex S.S 349) l'offerta commerciale è certamente più ampia e modernizzata di quella presente nel territorio comunale; peraltro le dimensioni medie, in termini di superficie di vendita, delle attività presenti in Villaverla, sono comunque ridotte, ed è possibile affermare che le attività commerciali di Villaverla non sono finora state investite dai forti processi di modernizzazione registrati in altre parti della provincia. Ne consegue che la distribuzione moderna è meno diffusa che negli altri comuni di provincia.

Verosimilmente anche per questi motivi il Piano Regolatore Comunale, al fine di incentivare la modernizzazione del settore, ha individuato diverse aree destinate all'insediamento commerciale, in fregio alle principali direttrici di traffico che attraversano il territorio.

2.4. DATI DEMOGRAFICI E SVILUPPO URBANO

Il Comune di Villaverla , negli ultimi anni ha visto un notevole incremento dell'attività edilizia. La realtà urbana del Comune di Villaverla ha ormai superato, per uso e dimensione, la scala del vecchio centro urbano che si sviluppava quasi esclusivamente attorno a Piazza del Popolo.

Tra i più rilevanti interventi spicca il progetto di riconfigurazione dell'area centrale del paese, attraverso il recupero del complesso dell'ex Fornace Trevisan, con la costruzione della nuova piazza comunale, del nuovo municipio di Villaverla e la ridefinizione della viabilità circostante.

Nell'attuazione del Piano Particolareggiato Ex Fornace Trevisan, per due terzi già completato, le prospettive di sviluppo demografico sono complessivamente di circa 900 nuovi abitanti insediabili.

Nell'ultimo decennio sono state approvate e realizzate, o sono tuttora in fase di realizzazione, importanti aree di espansione residenziale:

a) Piano di Lottizzazione residenziale C2/9 "Aurora"

Abitanti teorici insediabili: 45 abitanti insediabili

Stato di attuazione dell'edificazione: completato per il 75% circa

b) Piano di Lottizzazione residenziale C2/1 Blu;

Abitanti teorici insediabili: 205 abitanti insediabili

Stato d'attuazione dell'edificazione: completato per il 85% circa

c) Piano di Lottizzazione residenziale "C2/8"

Abitanti teorici insediabili: 186 abitanti insediabili

Stato d'attuazione dell'edificazione: completato per circa il 75% circa

d) Piano Particolareggiato "Ex Fornace Trevisan" – comparti "B-C"

Abitanti teorici insediabili: n. 480 abitanti insediabili

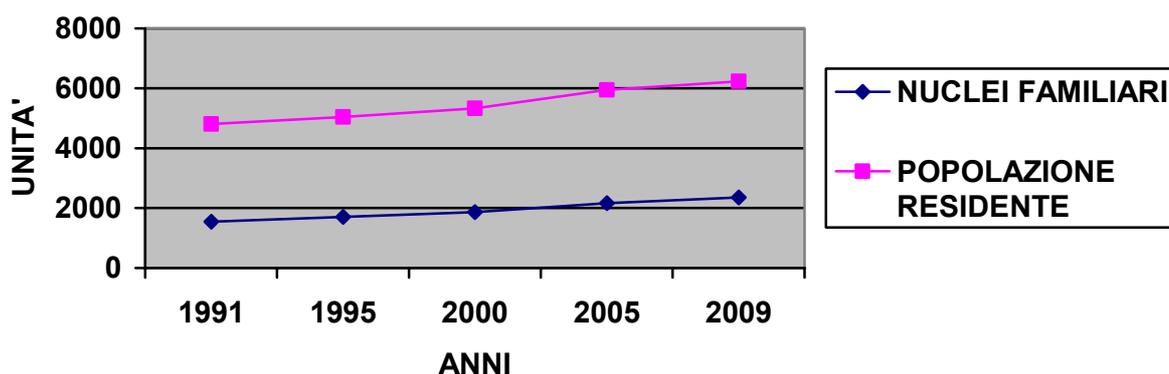
Stato d'attuazione dell'edificazione: completato per il 30% circa

Nel 2009 la Regione Veneto ha definitivamente approvato la Variante n. 38 del P.R.G. vigente che prevede anche la realizzazione di alcune nuove aree di espansione residenziale. L'urbanizzazione e la edificazione di tali nuove aree residenziali, tuttavia, difficilmente verrà ultimata nei tre anni di validità del presente piano di programmazione commerciale.

C'è da considerare infine che nell'ultimo decennio il Comune di Villaverla ha registrato un incremento demografico di notevole entità (vedasi tabella che segue), a dimostrazione che la popolazione è in costante crescita, giustificata pure dal fatto che nel territorio si sono insediate diverse attività produttive di una certa rilevanza, che richiamano anche un discreto afflusso di persone provenienti dai Paesi extra Unione Europea.

Anno (31 dicembre)	A) nuclei familiari	B) popolazione residente	C) Saldo sociale	D) rapporto B/A
1991	1549	4805	///	3.10
1992	1601	4875	+ 70	3.04
1993	1659	4983	+ 108	3.00
1994	1688	5022	+ 39	2.97
1995	1705	5035	+ 13	2.95
1996	1722	5097	+ 62	2.96
1997	1731	5093	- 4	2.94
1998	1764	5139	+ 46	2.91
1999	1808	5200	+ 61	2.88
2000	1865	5330	+ 130	2,86
2001	1897	5443	+ 113	2.87
2002	1939	5526	+ 83	2.85
2003	2026	5724	+ 198	2.83
2004	2096	5827	+ 103	2.78
2005	2166	5939	+ 112	2.74
2006	2218	6013	+ 74	2.71
2007	2257	6060	+ 47	2.68
2008	2301	6146	+ 86	2.67
2009	2352	6230	+ 84	2.65

ANDAMENTO DEMOGRAFICO 1991-2009



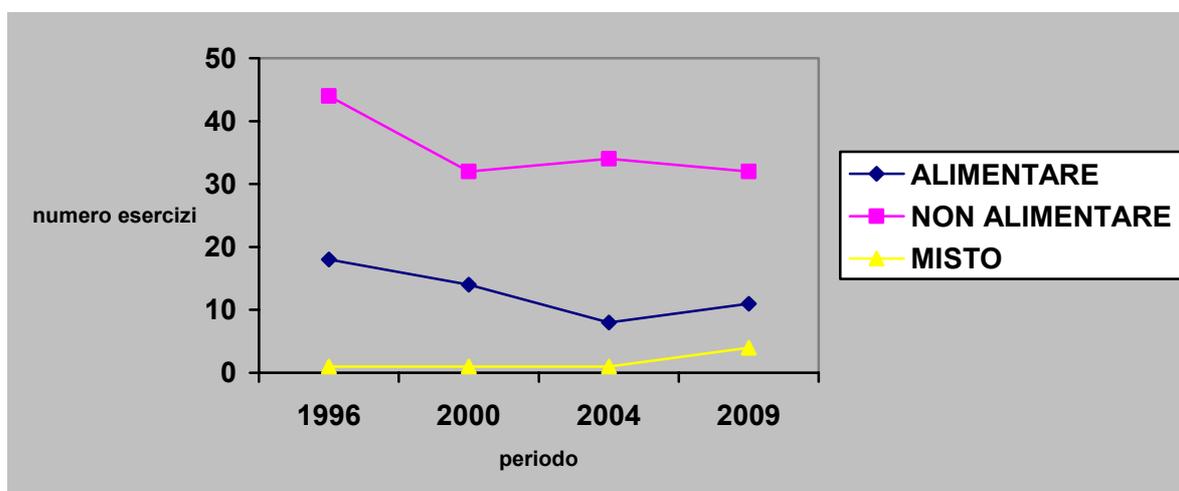
Si può affermare che nel prossimo triennio, per effetto del completamento di alcune lottizzazioni residenziali in corso di realizzazione e soprattutto del completamento del P.P. Ex Fornace Trevisan, l'incremento della popolazione in tutto il territorio comunale, proseguirà parallelamente allo sviluppo dell'edilizia abitativa, commerciale e direzionale.

3-PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE PER IL TRIENNIO 2010-2013

3.1 DINAMICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA 1996 - 2009

ESERCIZI DI VICINATO-DINAMICA 1996-2009

SETTORE	1996	2000	2004	2009
ALIMENTARE	18	14	8	11
NON ALIMENTARE	44	32	34	32
MISTO	1	1	1	4



Per quanto riguarda gli esercizi di vicinato la dinamica commerciale rispetto all'anno 2004 ha registrato una leggera diminuzione del settore non alimentare contrapposto ad un aumento degli esercizi del settore alimentare e del settore misto; la localizzazione prevalente degli esercizi di vicinato è nel centro storico e nei subcomparti "A 1" e "A 2" (insistente su Via Verlatto) e "B4" (insistente sulle Vie delle Ciminiere, del Forno Hoffmann e S. Antonio) del Piano Particolareggiato Ex Fornace Trevisan.

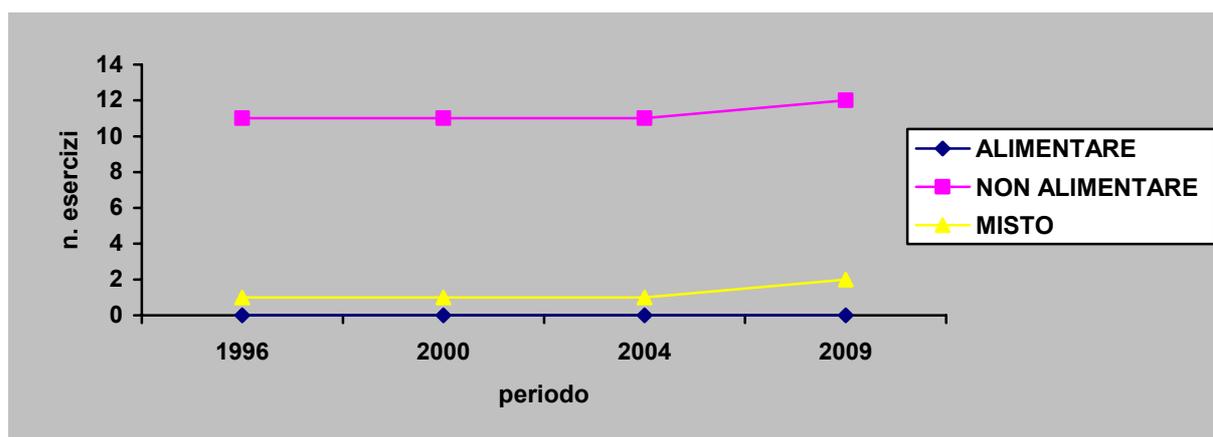
C'è da sottolineare che tale spinta verrà incrementata nel contesto urbanistico specifico del sub-comparto "B5" (non ancora realizzato) di tale Piano Particolareggiato, in adiacenza alla nuova sede comunale, fronte Via Rumor e Via delle Ciminiere, poiché ci sarà uno sviluppo delle attività commerciali sia per quanto riguarda attività di vicinato, che per le attività artigianali di vendita e similari. L'obiettivo di pianificazione è di favorire la realizzazione di un'equilibrata rete distributiva agevolando gli insediamenti di piccole e medie imprese e valorizzare la funzione commerciale, anche al fine di riqualificare il tessuto urbano.

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA – DINAMICA 1996-2009

Per quanto riguarda la dinamica delle medie strutture di vendita, rispetto all'anno 2004 si è verificata una situazione di crescita sia per il settore non alimentare sia per il settore misto, come si può evincere dal grafico che segue, mentre non risultano presenti medie strutture esclusivamente alimentari.

Anche per le medie strutture, la realizzazione del subcomparto "B4" del Piano Particolareggiato Ex Fornace Trevisan, ha permesso di dare idonea e centrale collocazione a 2 nuove medie strutture, di cui 1 del settore misto (supermercato).

SETTORE	1996	2000	2004	2009
ALIMENTARE	0	0	0	0
NON ALIMENTARE	11	11	11	12
MISTO	1	1	1	2



3.2 ANALISI DELLA RETE COMMERCIALE ESISTENTE

La rete distributiva del Comune di Villaverla alla data del 10.12.2009 è caratterizzata da un DISCRETO numero di esercizi, prevalentemente di piccole dimensioni.

L'offerta commerciale è concentrata nel centro storico e, di questi esercizi, circa il 70% sono non alimentari.

Nel centro storico sono nettamente prevalenti i negozi di piccola e piccolissima dimensione, anche a causa dei vincoli urbanistici indotti dalla volontà, espressa dal vigente P.R.G., di tutelare e valorizzare il patrimonio edilizio esistente.

Nelle zone periferiche, invece, sono prevalenti le medie strutture di vendita.

Alla data del 10.12.2009 sono autorizzati N. 61 ESERCIZI COMMERCIALI:

- A) ESERCIZI DI VICINATO ALIMENTARE: n° 11 per una superficie di vendita di mq 609,40.
- B) ESERCIZI DI VICINATO NON ALIMENTARI: n° 32 per una superficie di vendita di mq 1.917,30.
- C) ESERCIZI DI VICINATO SETTORE MISTO: n° 4 per una superficie di vendita di mq 307,69.
- D) MEDIE STRUTTURE ALIMENTARI: n. 0 per una superficie di vendita di mq 0.
- E) MEDIE STRUTTURE NON ALIMENTARI: n° 8 per una superficie di vendita di mq 1.568.
- F) MEDIE STRUTTURE SETTORE MISTO: n° 2 per una superficie di vendita di mq 1.273.
- G) MEDIE STRUTTURE NON ALIMENTARI A GRANDE FABBISOGNO DI SUPERFICIE: n. 4 per una superficie di vendita di mq. 2.033,60.

La superficie di vendita complessiva degli esercizi commerciali è così articolata:

Tipologia	Numero esercizi	Superficie di vendita
-----------	-----------------	-----------------------

VICINATO con superficie non superiore a 150 mq

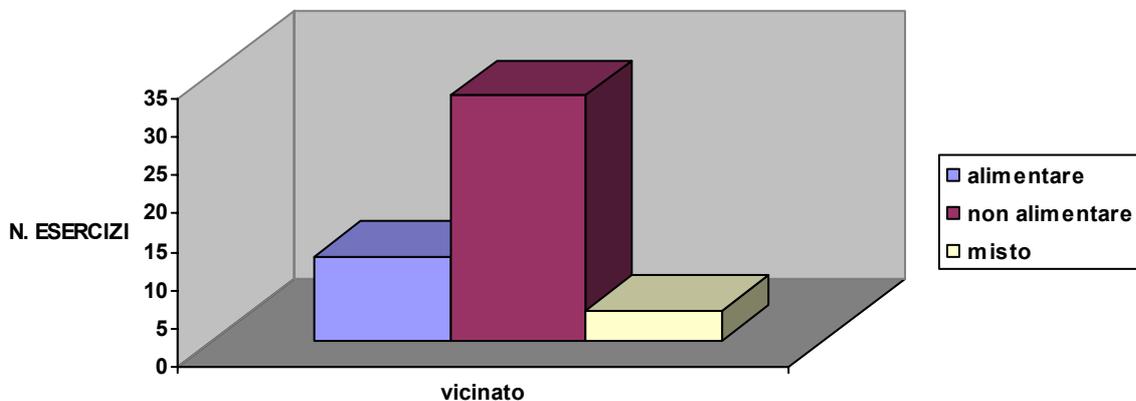
Alimentare	11	609,40
Non Alimentare	32	1.917,30
Misto	4	307,69
Totale	47	2.834,39

MEDIE STRUTTURE superficie da 151 a 1500 mq

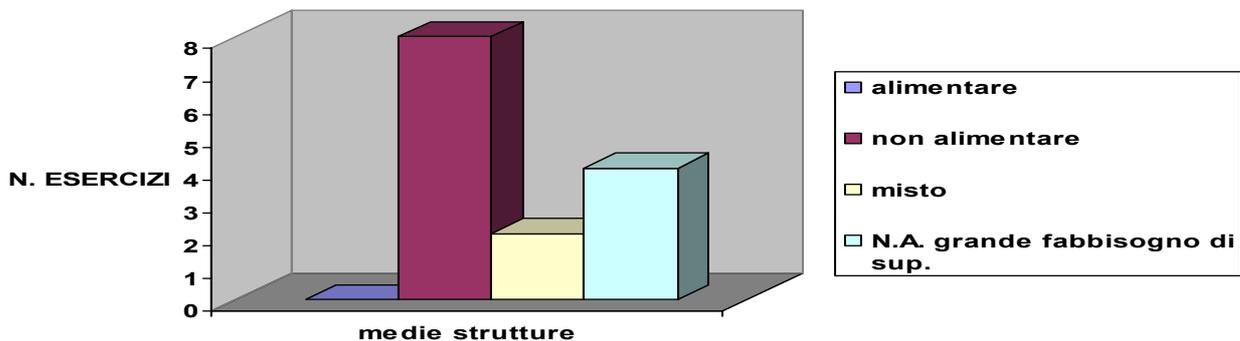
Alimentare	/	/
Non Alimentare	8	1.568,00
Misto	2	1.273,00
Non Alimentare grande fabb. di superficie	4	2.033,60
Totale	14	4.874,60

Totali	61	7.708,99
---------------	-----------	-----------------

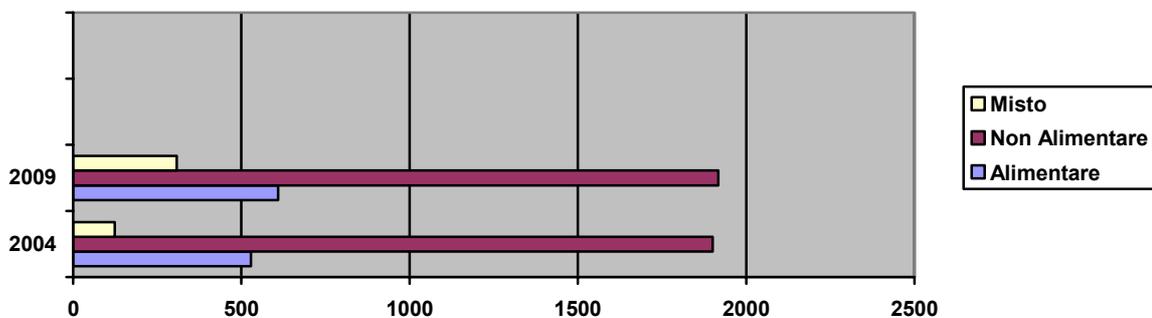
RETE DI VICINATO AL 10.12.2009



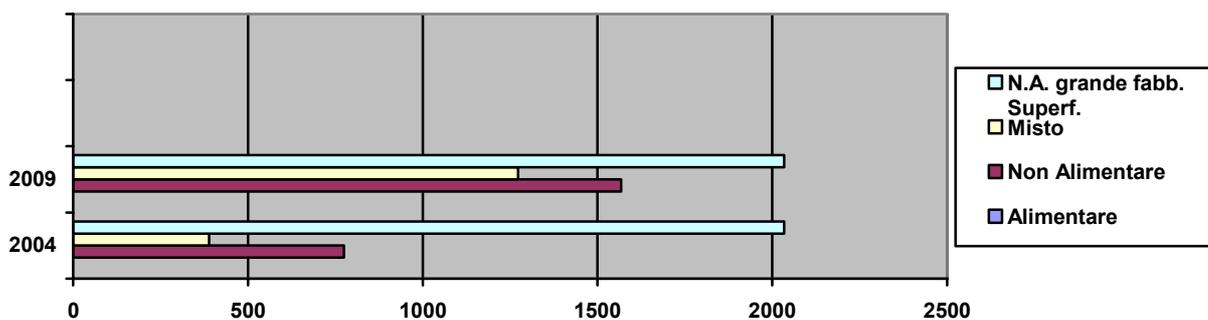
MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AL 10.12.2009



SUPERFICI DI VENDITA ESERCIZI DI VICINATO 2004 – 2009



SUPERFICI DI VENDITA MEDIE STRUTTURE 2004 – 2009



A dare forte impulso alla valorizzazione e riqualificazione del centro storico è stata la realizzazione della nuova piazza del capoluogo, perimetrata su di un lato dalla S.P. 349 (via S. Antonio), su di un altro lato dalla nuova sede municipale e sui rimanenti due lati da due nuovi edifici privati aventi la destinazione d'uso commerciale al piano terra e direzionale/residenziale ai piani 1° e 2°.

La nuova piazza comunale di Villaverla, costituisce la spinta per la riqualificazione commerciale del centro storico anche per la presenza da alcuni anni del mercato settimanale che si svolge il sabato mattina.

Per quanto riguarda la realtà di Novoledo, si può rilevare che la riqualificazione urbana creata dalla sistemazione della piazza antistante la Chiesa Parrocchiale ha permesso di ricavare nuovi spazi a servizio della comunità residente.

In questo contesto, infatti, l'amministrazione comunale ha istituito n. 8 posteggi isolati, che costituiscono un piccolo mercato in piazza Maria Elisabetta De Toni e Via S. Andrea che si svolge il giovedì mattina.

Contestualmente alla riqualificazione della piazza, sono stati realizzati degli edifici aventi destinazione d'uso commerciale al piano terra e residenziale al piano primo che consentono un incremento delle attività commerciali di vicinato.

3.3 LA PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE E L'INDICE DI EQUILIBRIO

Come prescritto dalla Legge Regionale 15/2004, i Comuni, attraverso il monitoraggio della rete distributiva del proprio territorio, verificano i propri parametri di densità e di conseguenza adottano, nei propri criteri commerciali, le misure atte a mantenere o ripristinare la situazione di equilibrio.

Dai dati in possesso dell'Ufficio Commercio del Comune di Villaverla e aggiornati al **10.12.2009**, nel Comune di Villaverla risultano i seguenti indici di equilibrio:

- **SETTORE ALIMENTARE INDICE DI EQUILIBRIO 1,04**

Per il settore alimentare l'indice di equilibrio evidenzia che gli esercizi di vicinato hanno una superficie leggermente superiore rispetto alle medie strutture di vendita. Questo attualmente consente di autorizzare nuove aperture ed ampliamenti di medie strutture con superfici superiori a 1000 mq. di vendita nonché gli ampliamenti delle medie strutture inferiori a mq. 1000 che per effetto dell'ampliamento superano il predetto limite per soli 30 mq, fino al raggiungimento dell'indice pari ad 1,00.

• SETTORE NON ALIMENTARE INDICE DI EQUILIBRIO 0,50

Per il settore non alimentare, invece, le medie strutture di vendita hanno superficie maggiore rispetto agli esercizi di vicinato. Ciò evidenzia uno squilibrio nella rete commerciale comunale. Questo non consente di autorizzare nuove aperture ed ampliamenti di medie strutture con superfici superiori a 1000 mq. di vendita nonché gli ampliamenti delle medie strutture inferiori a mq. 1000 che per effetto dell'ampliamento superano il predetto limite.

Unicamente per le medie strutture di vendita operanti da almeno tre anni con superficie di vendita inferiore a 1000 mq, potrà essere autorizzato l'ampliamento fino al raggiungimento massimo di 1.500 mq di superficie di vendita (Allegato "A" D.G.R. 496/2005).

3.4 LIMITI DIMENSIONALI

La presente programmazione commerciale non prevede l'insediamento di nuove medie strutture di vendita con superficie superiore ai 1000 mq (fatto salvo il possibile incremento massimo di 30 mq per il settore alimentare) mentre sono sempre ammesse:

- a) nuove aperture di medie strutture di vendita con superficie non superiore a mq. 1000;
- b) ampliamento di medie strutture di vendita con superficie superiori a mq. 1000 operanti da almeno tre anni;
- c) ampliamenti di medie strutture di vendita con superficie inferiore a mq. 1000 operanti da almeno tre anni che, per effetto dell'ampliamento, superano mq. 1000.

3.5 INDIVIDUAZIONE DELLE ZONE COMMERCIALI

Ai sensi dell'art. 17 della L.R. 15/04 ai fini della programmazione urbanistica le medie strutture di vendita sono suddivise in due categorie:

- a) con superficie di vendita fino a 1.000 mq;
- b) con superficie di vendita superiore a 1.000 mq.

Le medie strutture aventi superficie di vendita fino a 1.000 mq possono essere localizzate, in quanto urbanisticamente compatibili con la struttura residenziale, nelle zone territoriali omogenee di tipo A, B, C1 e C2, nonché nelle zone territoriali omogenee di tipo D a specifica destinazione commerciale, purchè tale localizzazione non sia in contrasto con le previsioni degli strumenti urbanistici. La definizione delle aree a parcheggio e a servizi di cui all'articolo 16 della legge regionale avviene in sede di strumento urbanistico generale o, per le zone obbligate, in sede di strumento attuativo.

Le medie strutture di vendita aventi superficie di vendita superiore ai 1.000 mq possono essere localizzate nelle zone territoriali omogenee di tipo A, purchè tale localizzazione non sia in contrasto con le previsioni degli strumenti urbanistici; diversamente, la localizzazione delle medie strutture stesse nelle zone territoriali omogenee di tipo B, C1, C2 è consentita purchè sia espressamente

prevista dagli strumenti urbanistici per le singole zone; nelle zone territoriali omogenee di tipo D detta localizzazione è consentita purchè vi sia specifica destinazione commerciale.

Deve essere garantita una disponibilità di aree da destinare a parcheggio e a servizi nella misura determinata all'articolo 16 della legge regionale in rapporto alle varie tipologie urbanistiche della zona e della attività da insediare.

Per quanto concerne le zone residenziali, il PRG vigente ammette le attività commerciali di vicinato e le medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq come destinazioni d'uso secondarie senza alcuna limitazione nelle zone "A – Centro storico" e "B – Completamento", mentre le consentono fino al limite del 30% della superficie utile di calpestio nelle zone "C – Espansione"; mentre le medie strutture con superficie di vendita fino a 1.500 mq possono essere insediate nelle sole zone residenziali "A – Centro storico".

Per quanto concerne, invece, le zone omogenee di tipo produttivo, il PRG consente la realizzazione di tutti gli insediamenti commerciali (vicinato e medie strutture fino a 1.500 mq) esclusivamente nelle aree classificate "D2 – Produttive/Commerciali", mentre nelle zone D1, D3 e D4 la normativa urbanistica comunale consente, quale destinazione d'uso primaria le "Attività commerciali all'ingrosso".

Inoltre, nella zona produttiva D4/2.2 ex "SAV.13", rimangono in vigore le N.T.A. del PDL "FORVI" che consentono sia il commercio all'ingrosso che quello al minuto, pertanto anche in tale sottozona produttiva possono essere insediate le attività di vicinato e le medie strutture con superficie di vendita fino a 1.500 mq.

PARTE SECONDA

DEFINIZIONE DEI CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

REGOLAMENTO

CAPO I
OGGETTO E DEFINIZIONI

ART. 1 - (oggetto)

Il presente regolamento disciplina l'insediamento di medie strutture di vendita, in attuazione della legge regionale del 13 agosto 2004, n° 15, di seguito definita "Legge regionale".

ART. 2 - (definizione)

1. Ai sensi della Legge regionale, ai fini del presente regolamento s'intendono:

- a) esercizio di vicinato: attività di vendita in sede fissa in locali con superficie di vendita non superiore ai 150 mq, avendo il Comune di Villaverla una popolazione inferiore ai 10.000 abitanti;
- b) media struttura di vendita: attività di vendita in sede fissa in locali con superficie di vendita oltre i 150 mq e non superiore ai 1.500, avendo il Comune di Villaverla una popolazione inferiore ai 10.000 abitanti;
- c) grande struttura di vendita: attività di vendita in sede fissa in locali con superficie di vendita oltre i 1.500 mq e non superiore a 15.000 mq, avendo il Comune di Villaverla una popolazione inferiore ai 10.000 abitanti;
- d) superficie di vendita: l'area destinata alla vendita, al netto della muratura, compresa quella occupata da vetrine, banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini dell'azienda, servizi igienici, zone di passaggio tra le casse e l'ingresso e di deposito dei carrelli nei supermercati dove non è esposta la merce;
- e) concentrazione, la riunione in una nuova struttura di vendita di medie/e o grandi strutture preesistenti ed operanti da almeno tre anni nell'ambito dello stesso comune, di medesima titolarità al momento della presentazione della domanda;
- f) accorpamento, l'ampliamento delle superfici di medie o grande struttura di vendita con le superfici di altre medie o grandi strutture di vendita preesistenti, operanti da almeno tre anni nell'ambito dello stesso comune e di medesima titolarità al momento di presentazione della domanda; possono essere oggetto di ampliamento con medie e grandi strutture di vendita anche esercizi di vicinato preesistenti ed operanti da almeno tre anni nell'ambito del medesimo comune purchè rientranti nell'ambito nei limiti della programmazione commerciale rispettivamente delle medie e grandi strutture di vendita;
- g) domande di autorizzazione per medie e grandi strutture di vendita concorrenti, quelle presentate lo stesso mese di calendario che concorrono per la medesima area commerciale;
- h) criterio di correlazione s'intende la corrispondenza tra il titolo edilizio e l'autorizzazione commerciale;
- i) per area commerciale si intende la porzione di territorio ritenuta dall'Amministrazione omogenea da un punto di vista sociale, commerciale ed economico.

ART. 3 - (zone comunali)

1. Agli effetti del presente regolamento si individuano nel territorio le seguenti aree interessate agli insediamenti di medie strutture, con le specifiche di seguito riportate:

- Per zona di tipo A: CENTRO STORICO
- Per zona di tipo B: ZONA RESIDENZIALE DI COMPLETAMENTO
- Per zona di tipo C1: ZONA RESIDENZIALE ESISTENTE
- Per zona di tipo C2: ZONA RESIDENZIALE DI ESPANSIONE
- Per zona di tipo D: ZONA PRODUTTIVA.

2. Ai sensi dell'art. 17 della L.R. 15/04 ai fini della programmazione urbanistica le medie strutture di vendita sono suddivise in due categorie:

- c) con superficie di vendita fino a 1.000 mq;
- d) con superficie di vendita superiore a 1.000 mq.

Le medie strutture aventi superficie di vendita fino a 1.000 mq possono essere localizzate, in quanto urbanisticamente compatibili con la struttura residenziale, nelle zone territoriali omogenee di tipo A, B, C1 e C2, nonché nelle zone territoriali omogenee di tipo D a specifica destinazione commerciale, purchè tale localizzazione non sia in contrasto con le previsioni degli strumenti urbanistici. La definizione delle aree a parcheggio e a servizi di cui all'articolo 16 della legge regionale avviene in sede di strumento urbanistico generale o, per le zone obbligate, in sede di strumento attuativo.

Le medie strutture di vendita aventi superficie di vendita superiore ai 1.000 mq possono essere localizzate nelle zone territoriali omogenee di tipo A, purchè tale localizzazione non sia in contrasto con le previsioni degli strumenti urbanistici; diversamente, la localizzazione delle medie strutture stesse nelle zone territoriali omogenee di tipo B, C1, C2 è consentita purchè sia espressamente prevista dagli strumenti urbanistici per le singole zone; nelle zone territoriali omogenee di tipo D detta localizzazione è consentita purchè vi sia specifica destinazione commerciale.

Deve essere garantita una disponibilità di aree da destinare a parcheggio e a servizi nella misura determinata all'articolo 16 della legge regionale in rapporto alle varie tipologie urbanistiche della zona e della attività da insediare.

Per quanto concerne le zone residenziali, il PRG vigente ammette le attività commerciali di vicinato e le medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq come destinazioni d'uso secondarie senza alcuna limitazione nelle zone "A – Centro storico" e "B – Completamento", mentre le consentono fino al limite del 30% della superficie utile di calpestio nelle zone "C – Espansione"; mentre le medie strutture con superficie di vendita fino a 1.500 mq possono essere insediate nelle sole zone residenziali "A – Centro storico".

Per quanto concerne, invece, le zone omogenee di tipo produttivo, il PRG consente la realizzazione di tutti gli insediamenti commerciali (vicinato e medie strutture fino a 1.500 mq) esclusivamente nelle aree classificate “D2 – Produttive/Commerciali”, mentre nelle zone D1, D3 e D4 la normativa urbanistica comunale consente, quale destinazione d’uso primaria le “Attività commerciali all’ingrosso”.

Inoltre, nella zona produttiva D4/2.2 ex “SAV.13”, rimangono in vigore le N.T.A. del PDL “FORVI” che consentono sia il commercio all’ingrosso che quello al minuto, pertanto anche in tale sottozona produttiva possono essere insediate le attività di vicinato e le medie strutture con superficie di vendita fino a 1.500 mq.

CAPO II
PROGRAMMAZIONE E CARATTERISTICHE DEGLI INSEDIAMENTI

ART. 4 - (durata della programmazione)

1. Ai sensi dell'art. 6 della Legge Regionale, la programmazione comunale ha la stessa durata di quella regionale e precisamente di tre anni. Le norme di programmazione relative a ciascuna fase hanno efficacia fino all'entrata in vigore della nuova normativa programmatoria regionale e dei regolamenti comunali.

ART. 5 - (ambito territoriale di programmazione)

1. Le aree sovra comunali o provinciali di cui alla lettera a) comma. 1 dell'art. 5 della legge regionale, sono individuate dalla Provincia nel Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP), nell'ambito di quanto previsto dall'art. 22 comma 1, lettera m) della legge regionale 23 aprile 2004, n° 11 "norme per il governo del territorio".

In fase di prima applicazione della presente legge, i comuni appartenenti alle aree sovra comunali sono ripartiti negli allegati A e B della legge regionale n° 15 del 13 agosto 2004;

Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per l'apertura di una nuova media struttura è soggetta ai criteri dell'art. 14 della legge ed all'indice di equilibrio definito dalla Deliberazione della Giunta regionale n° 496 del 18 febbraio 2005;

2. La verifica dell'indice di equilibrio non si applica nei seguenti casi:

- a) nuove aperture di medie strutture di vendita con superficie fino ai mq. 1000;
- b) ampliamento di medie strutture di vendita con superficie inferiore a mq. 1000 nel limite dimensionale di 1000 mq.;
- c) ampliamento di medie strutture di vendita operanti da almeno 3 anni con superficie inferiore o superiore a 1000 mq., che per effetto dell'ampliamento potranno raggiungere il limite massimo di 1500 mq.;

ART. 6 - (caratteristiche degli esercizi)

1. La programmazione commerciale si articola nei seguenti settori merceologici:

- a) alimentare;
- b) non alimentare generico; .
- c) non alimentare a grande fabbisogno di superficie;
- d) misto;

Per settore alimentare s'intende quello comprensivo di tutti i prodotti alimentari nonché i prodotti per la pulizia e per l'igiene della persona e della casa, esclusi gli articoli di profumeria;

Il settore non alimentare generico comprende tutti i prodotti non alimentari, ad eccezione di:

- l) mobili;

- 2) autoveicoli;
- 3) motoveicoli;
- 4) legnami;
- 5) materiali edili;
- 6) nautica;

Il settore non alimentare a grande fabbisogno di superficie comprende la vendita esclusiva dei prodotti appartenenti alle seguenti merceologie: a) mobili, b) autoveicoli, c) motoveicoli, d) legnami; e) materiali edili; f) nautica;

Per settore misto s'intende quello comprensivo di prodotti alimentari e non alimentari; la ripartizione interna della superficie di vendita tra le due merceologie è nella discrezionalità del titolare dell' autorizzazione commerciale.

2. I locali destinati al dettaglio devono avere accesso diretto da pubblica via ovvero, qualora trattasi di area privata, da cortili interni, androni, parti condominiali comuni fatti salvi i diritti dei terzi. In questi casi devono avere finestre o altre luci o insegne visibili da area pubblica.

Nel caso in cui la ditta svolga anche attività di commercio all'ingrosso, la vendita al dettaglio deve essere effettuata in locali distinti e separati da pareti stabili, anche se dotati di porte di comunicazione interne ma non accessibili al pubblico e ingressi distinti; il divieto dell' esercizio congiunto nello stesso locale dell' attività di vendita al minuto e all'ingrosso non si applica per la vendita dei seguenti prodotti:

- a) macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato;
- b) materiale elettrico;
- c) ferramenta ed utensileria;
- d) colori, vernici, carta da parati;
- e) articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;
- f) articoli per il riscaldamento;
- g) strumenti scientifici e di misura;
- h) macchine per ufficio;
- i) auto - moto - cicli e relativi accessori e parti di ricambio;
- j) combustibili;
- k) materiali per l'edilizia;
- l) legnami;
- l-bis) mobili, lampadari e complementi d'arredo;
- l-ter) nautica.

Ogni locale o complesso di locali, direttamente e funzionalmente collegati identifica un unico esercizio commerciale.

ART. 7 - (medie strutture fino a 1500 mq.)

1. Il rilascio di autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento, l'ampliamento, l'accorpamento e concentrazione delle medie strutture di vendita è soggetto ai criteri previsti dall'art. 3 del regolamento.

2. Per le medie strutture di vendita, comunque, il rilascio dell'autorizzazione commerciale è subordinato al possesso del corrispondente titolo edilizio, secondo il criterio di correlazione di cui all'articolo 8, comma 1, lettera g), che ne costituisce condizione necessaria ma non sufficiente.

ART. 8 - (impatto sulla viabilità)

1. Ai sensi dell'art. 19 della Legge regionale, le domande, per il rilascio dell'autorizzazione riferite alle medie strutture di vendita di cui al successivo art. 10, come individuate all'art. 17 comma 1 lettera b) della Legge Regionale e specificate nell'art. 7 del presente regolamento, devono prevedere un'adeguata organizzazione dell'accessibilità veicolare sia in funzione del traffico operativo specializzato e del traffico commerciale de-specializzato relativo alle singole strutture, sia in funzione del sistema viario principale e secondario di afferenza e degli sbocchi sugli specifici archi stradali, in particolare sulla viabilità principale.

2. Le domande dovranno essere corredate da un idoneo studio sull'impatto di viabilità redatto secondo normali condizioni di traffico. Non verranno quindi considerati studi effettuati nei periodi di luglio ed agosto in cui il traffico subisce evidenti riduzioni. Esso deve essere corredato da idonei progetti, da un parere, anche di massima, su tali progetti, espresso dagli enti proprietari della strada, dall'indicazione relativa ai tempi di realizzazione, nonché dal relativo piano finanziario di spesa (DGR nr. 569 del 25.02.05).

ART. 9 - (aree libere e parcheggio)

1. Per l'area libera s'intende la superficie scoperta del lotto ivi compresi l'area a parcheggio, la viabilità di accesso interna e quella di distribuzione ai parcheggi, i percorsi pedonali, il verde.

Per parcheggio effettivo s'intende la superficie per la sosta dei veicoli. L'area a parcheggio effettiva esclude, ad esempio, lo spazio destinato ai percorsi pedonali, al verde, alle aiuole spartitraffico, alla postazione per i carrelli e depositi di varia natura. Il parcheggio effettivo quindi corrisponde ai soli spazi destinati agli stalli e ai relativi spazi funzionali alla manovra come previsti dal codice della strada e del regolamento viario vigente.

I parcheggi devono essere aperti al pubblico per l'intera fascia oraria di apertura degli esercizi commerciali a cui siano legati da un vincolo funzionale.

L'agibilità dei locali adibiti ad attività commerciali è subordinata alla effettiva disponibilità dei parcheggi nella misura prescritta ed alla loro conformità alle disposizioni in materia di abolizione delle barriere architettoniche.

CAPO III

PROCEDIMENTO PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

ART. 10 - (domanda di autorizzazione - procedimento per le medie strutture di vendita)

1. La nuova apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita, la concentrazione, l'accorpamento e la variazione del settore merceologico della media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione su domanda degli interessati ai sensi della legge regionale e del presente regolamento;

2. La domanda per l'apertura, l'ampliamento, l'accorpamento, la concentrazione, il trasferimento di sede e il mutamento del settore merceologico di medie strutture di vendita deve essere redatta sugli appositi moduli predisposti dalla Giunta Regionale con propria deliberazione e presentata all'ufficio protocollo dello Sportello Unico (ove esista) o presso gli Uffici preposti;

Nella domanda devono essere dichiarati, a pena d'inammissibilità:

- a) il possesso dei requisiti e delle condizioni di cui all' art. 5 del Decreto Legislativo 114/98;
 - b) la superficie di vendita dell' esercizio, il settore merceologico;
 - c) le eventuali condizioni che danno luogo alle priorità di cui all' art. 14, comma 8 della legge regionale n° 15 del 13 agosto 2004;
 - d) la conformità urbanistica.
- a) una pianta in scala 1:100 dell' immobile con evidenziata l'area dei locali e la superficie destinata ai magazzini, depositi, uffici e servizi;
 - b) il permesso edilizio di costruire, la documentazione prevista dal regolamento edilizio e dalle N.T.A. del PRG;
 - c) la definizione dell'area in termini urbanistici.
 - d) rappresentazione e descrizione della rete viaria interessante l'ambito territoriale in cui è localizzata la struttura (scala 1:5.000 – 1:10.000);

3. Ai sensi della DGR 569 del 25.02.2005 alla domanda per autorizzazione per media struttura di vendita, devono essere allegati i seguenti elaborati grafici:

- descrizione della tratta stradale o delle tratte stradali interessate dall'intervento per un raggio di almeno 500 m rispetto ai punti di accesso e recesso dell'area di indicazione degli incroci ed intersezioni più prossimi, e degli eventuali caselli di autostrade e/o superstrade;
- geometria della tratta stradale o delle tratte stradali interessate dalla struttura (larghezza della/e carreggiata/e, delle corsie, pendenze longitudinali, tortuosità, ecc...);
- ammissibilità degli accessi direttamente sulla viabilità principale (in assenza di alternative sulla rete viaria secondaria);
- rappresentazione geometrica delle soluzioni viarie proposte. Studio, analisi e verifica funzionale dei nodi viari;

ART. 11 - (adempimenti del responsabile del procedimento)

1. Il procedimento relativo all'autorizzazione deve concludersi entro 90 giorni dalla data di acquisizione delle domande al protocollo dello Sportello Unico (ove esista) o presso gli Uffici preposti, decorso tale termine, l'autorizzazione s'intende rilasciata.

Il termine del procedimento può essere sospeso dal responsabile una sola volta per la richiesta di integrazione dei documenti necessari ai fini istruttori entro 30 giorni dalla presentazione della domanda (prot. Ufficio Sportello Unico).

Il responsabile del procedimento può convocare una conferenza di servizio tra tutti gli Uffici ed Enti esterni interessati, ai sensi dell'art. 14 della legge 241/90 e successive modifiche.

2. Le autorizzazioni vengono rilasciate nel rispetto delle norme igienico sanitarie e di destinazione d'uso dei locali.

Relativamente alle autorizzazioni che prevedono l'utilizzo dei nuovi locali ad uso commerciale o soggetti a cambio d'uso, sarà cura del settore edilizia privata del Comune interessato verificare in sede di rilascio di permesso di costruire, la disponibilità di aree da destinare a parcheggio, aree libere, ecc., nella misura indicata dalle norme tecniche di attuazione del PRG e della Legge Regionale. Tale disponibilità non è richiesta per i locali già ad uso commerciale.

ART. 12 - (subingresso)

1. Il subentro in una media struttura di vendita a seguito di trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, è assoggettato a denuncia di inizio attività al comune competente per territorio, secondo le disposizioni di cui all'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modifiche ed integrazioni.

2. Il trasferimento in gestione o in proprietà di esercizio di vendita per atto tra vivi o a causa di morte comporta il diritto di trasferimento dell'autorizzazione a chi subentra nello svolgimento dell'attività, sempre che sia avvenuto l'effettivo trasferimento dell'esercizio e il subentrante abbia i requisiti previsti per l'esercizio dell'attività. Non può essere oggetto di atti di trasferimento in gestione o in proprietà l'attività corrispondente ad un solo settore merceologico di un esercizio.

Il subentrante, già in possesso dei requisiti, alla data dell'atto di trasferimento dell'esercizio o, nel caso di subingresso per causa di morte, alla data di acquisto del titolo può iniziare l'attività, solo dopo aver presentato apposita comunicazione al Comune. Qualora a decorrere dalla data predetta non inizi l'attività entro il termine previsto dall'art. 22 comma quarto, lettera a) del D. Lgs. 114/98 decade dal diritto di esercitare l'attività del dante causa;

Il subentrante per causa di morte non in possesso dei requisiti professionali alla data di acquisto del titolo, può iniziare l'attività solo dopo aver acquisito i requisiti professionali e aver presentato apposita comunicazione di subingresso al Comune. Qualora non inizi l'attività entro un anno dalla data predetta, decade dal diritto di esercitare l'attività del dante causa.

3. Fermo restando il disposto dei commi precedenti il subentrante per causa di morte anche se non è in possesso dei requisiti professionali, ha comunque facoltà di continuare a titolo provvisorio l'attività del dante causa per non più di sei mesi dalla data di acquisto del titolo dando immediatamente comunicazione al Comune.

Il subentrante per atto tra vivi non in possesso dei requisiti professionali alla data dell'atto di trasferimento dell'esercizio può iniziare l'attività solo dopo aver acquisito i requisiti professionali e presentato apposita comunicazione di subingresso al Comune. Decade da tale titolo nel caso in cui non inizi l'attività entro il termine previsto dall'art. 22, comma 4 lettera a) del D. Lgs. 114/98.

4. Ai sensi dell'art. 8, comma 2, della L.R. 15/2004, il titolare di un esercizio commerciale organizzato su più reparti può affidare la gestione di uno o più di essi, per un periodo di tempo convenuto, ad un soggetto che sia in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del decreto legislativo, dandone immediata comunicazione al comune e all'ufficio dell'imposta sul valore aggiunto. Il titolare, qualora non abbia provveduto a tale comunicazione, risponde in proprio dell'attività esercitata dal gestore fatto salvo quanto disposto dall'articolo 2208 del codice civile.

**CAPO IV
SANZIONI E NORME FINALI**

ART. 13 - (sanzioni)

Nei casi d'infrazione alle norme del presente regolamento, al di fuori dei casi già sanzionati da leggi, è prevista la sanzione di € 500,00= ai sensi dell'art. 7-bis del D.lgs 267/00 e successive modifiche ed integrazioni, e dell'art. 16 comma 2 della L. 689/81, come modificato dall'art. 6-bis della Legge 125/08 del 25 luglio 2008 di conversione con modificazioni del Decreto Legge 92/08 del 23 maggio 2008.

ART. 14 -(entrata in vigore)

Fatto salvo quanto disposto al comma 2, il presente regolamento viene pubblicato all'albo pretorio per 15 giorni consecutivi ed entra in vigore ai sensi del D. Lgs. 267/00.

Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, si fa riferimento alle norme contenute nel D. Lgs. 114/90, nella legge regionale n° 15/04 e nella L. 241/90 e successive modifiche ed integrazioni.

ALLEGATI

Allegato n. 1 - Planimetria del centro abitato di Villaverla con elencati gli esercizi commerciali esistenti alla data del 10.12.2009.

Allegato n. 2 - Planimetria del centro abitato di Villaverla con evidenziate le zone dove possono insediarsi attività commerciali.

ELENCO ATTIVITA' COMMERCIALI VIGENTI

N. PROG.	N. PRATICA	DITTA	INDIRIZZO	CODICE FISCALE	PARTITA IVA	DATA AUTORIZZAZIONE ORIGINARIA	DATA ULTIMA ATTIVAZIONE o MODIFICA AUTORIZZAZIONE	TIPOLOGIA	SETTORE	GRANDE FABBISOGNO DI SUPERFICIE	SUPERFICIE MQ.
1	A001	BENETTI BRUNO DI BENETTI EDOARDO	VIA ZANELLA 2	BNTDRD52S15M032Z		20/04/1961	24/02/1975	VICINATO	NON ALIMENTARE		77
2	A002	ACCEBBI MICHELA	VIA PALLADIO, 115	CCBMHL63A71L157C		20/10/1963	11/01/1993	VICINATO	MISTO		65
3	A003	EQUIPAGE DI FABRIS ANTONIO	VIA CAPOVILLA 74	FBRNTN51P07M032N		23/05/1964	24/02/1975	MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		191
4	A004	MADDALENA LUCIANO	VIA CARDINALE E. DALLA COSTA, 36	MDDLCCN37A18M032J		10/07/1964	05/01/1981	MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		200
5	A005	FERRAMENTA BASSETTO S.N.C. DI BASSETTO GIANFRANCO & C.	VIA ROMA 18	01753090248	01753090248	03/07/1967	05/05/1997	MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		168
6	A006	LATTERIA SOCIALE S. ANTONIO	VIA SAN ANTONIO, 18/20	00167450246	00167450246	24/10/1968	26/10/1982	VICINATO	ALIMENTARE		40
7	A007	PIAZZA ELVIRA	VIA FR. FACCIN, 2	PZZLVR55M67E864E		06/09/1974	11/09/1991	VICINATO	ALIMENTARE		100
8	A008	TIMARREDA S.N.C. DI TISON ALBINO & SABRINA	VIA A. PALLADIO, 39	00925210247	00925210247	24/02/1975	30/12/1999	VICINATO	NON ALIMENTARE		32
9	A009	SORGATO ARREDAMENTI S.R.L.	VIA ROMA, 92	02910280243	02910280243	24/02/1975	29/11/2001	MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE	X	400
10	A010	FRATELLI BENETTI SNC	VIA CAPOVILLA 30	00331410241	00331410241	24/02/1975	10/09/1980	MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		250
11	A011	MAISTRELLO ROBERTO	PIAZZA DEL POPOLO 57	MSTRRT61B09Z700S	02028190243	24/02/1975	13/12/1988	VICINATO	NON ALIMENTARE		16
12	A012	PANIFICIO MAISTRELLO DI MAISTRELLO GIANCARLO	PIAZZA DEL POPOLO, 16	MSTGCR72E222L157Q	02684110246	24/02/1975	01/04/1999	VICINATO	MISTO		124
13	A013	LA BOUTIQUE DELLA FRUTTA DI ZIMBOLANI BRUNO	VIA MOLINI, 9	ZMBBRN48R02B403A		19/06/1975		VICINATO	ALIMENTARE		150
14	A014	BRAZZALE PIERGIORGIO	VIA MOLINI 41	BRZPGR40P26M032H	00091920249	08/10/1976		MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		180
15	A015	MOBILI ZALTRON DI ZALTRON GIGLIOLA, ENRICO E DIEGO S.N.C.	VIA CAPOVILLA, 63	02295350249	02295350249	01/12/1976		MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE	X	804
16	A016	SPILLER IDEE REGALO DI CATTELAN GIOVANNINA	PIAZZA MARCONI 29	CTTGNN50D46M032H		16/02/1979		MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		198
17	A017	MADDALENA ANTONIO & C. S.A.S.	VIA ROMA, 46	02295940247	02295940247	05/01/1981		MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE	X	200
18	A018	IDROTERMICA GRAZIAN S.N.C. DEI F.LLI GRAZIAN E MARCOLIN	VIA SCAMOZZI 11	00522200245	00522200245	05/01/1981		VICINATO	NON ALIMENTARE		120
19	A019	BAINO S.A.S. DI BAINO DIEGO	VIA CAPOVILLA 47	01778920247	01778920247	01/07/1981		MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		177
20	A020	FARMACIA S. LUIGI DI DR. ZAGO GIULIO	PIAZZA DEL POPOLO 13	ZGAGLI38A08L840O		01/07/1981		VICINATO	NON ALIMENTARE		45
21	A021	AEFFE SAS di CUNICO CLELIA & C.	VIA MILANO, 7/9	03549500241	03549500241	26/06/1986	11/09/2009	MEDIA STRUTTURA	MISTO (300 alim. + 89 non alim.)		389
22	A022	VIDEOLAB DI LUCCARDA LUCIANO	VIA S.L.MURIALDO 32	LCCLCN59S10E864K		22/06/1987		VICINATO	NON ALIMENTARE		90
23	A023	RETIS ANDREA	PIAZZA DEL POPOLO 33	RTSNDR68D09L157E		22/06/1987	01/10/1990	VICINATO	NON ALIMENTARE		68
24	A024	L'ATELIER DI BERTOLDO LUCIANA E PANIZZO ANGELO	VIA PALLADIO 3/5	00903020246	00903020246	20/06/1991		VICINATO	NON ALIMENTARE		100
25	A025	LEGNO SERVICE DI BOSCATO BORTOLINO & C.SNC	VIA ROMA 86	02172730240	02172730240	25/03/1992	04/12/2009	MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE	X	629,6
26	A026	IL FIORE DI MADDALENA NARCISO	VIA GIOVANNI PASCOLI, 3	MDDNCS63H29L157Z	01756270243	26/09/1994		VICINATO	NON ALIMENTARE		60
27	A027	BALCONE FIORITO DI SPILLER ELSA	VIA ROMA, 60	SPLLSE45P66M032N		26/09/1994		VICINATO	NON ALIMENTARE		100
28	A028	PAVINGROSS S.N.C. DI CUMERLATO EGIDIO & C.	VIA CAPOVILLA, 64	02528310242	02528310242	20/05/1997		VICINATO	NON ALIMENTARE		72
29	A029	IL FIORE DI MADDALENA NARCISO	PIAZZA DEL POPOLO, 31	MDDNCS63H29L157Z	01756270243	08/03/1999	09/05/2000	VICINATO	NON ALIMENTARE		66
30	A030	M.A.S.E.P. DI MENEGHELLO ADRIANO	VIA CAPOVILLA, 52	MNGDRN62H26L157Y		25/05/1999		VICINATO	NON ALIMENTARE		30

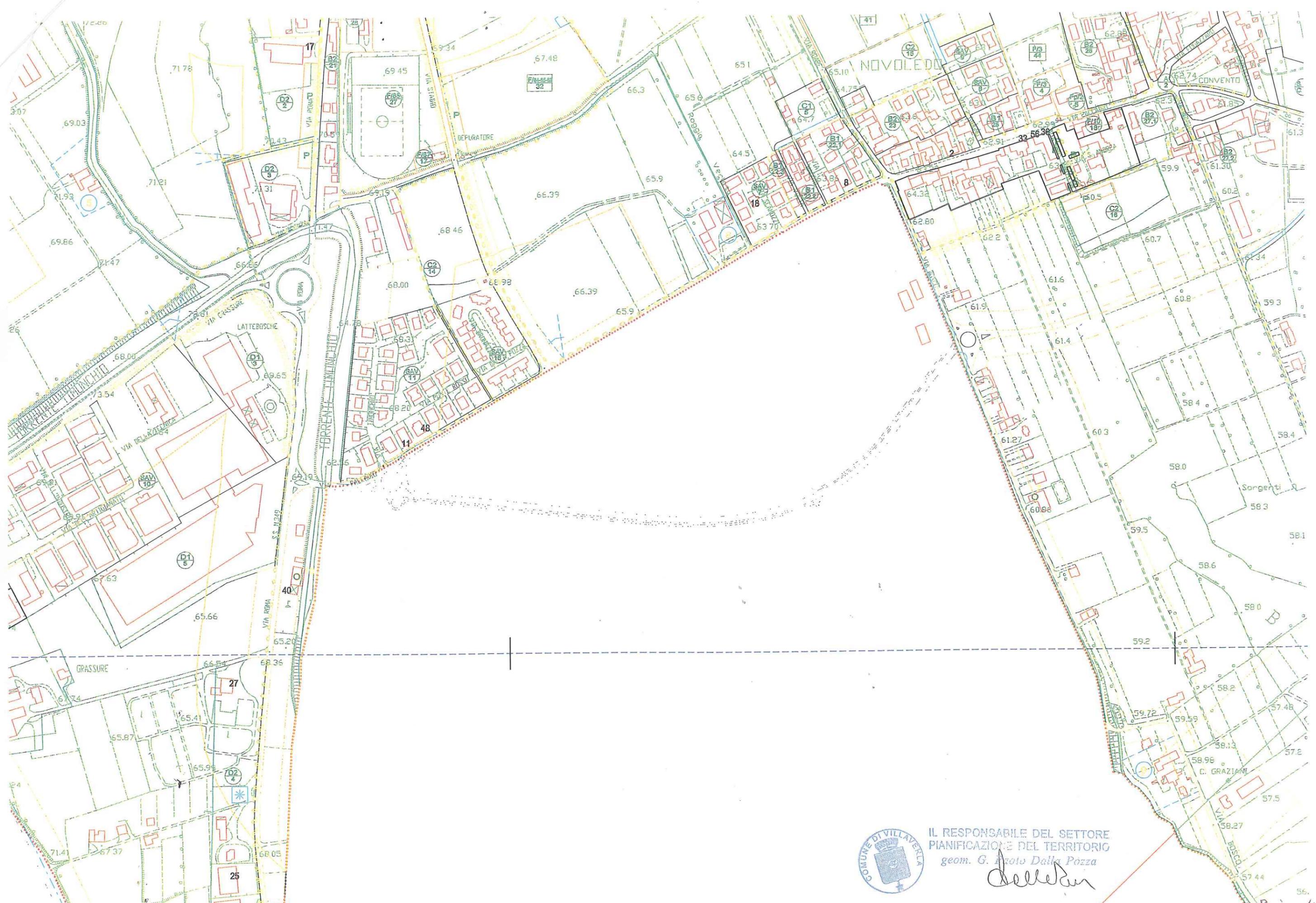
ELENCO ATTIVITA' COMMERCIALI VIGENTI

COPIA PER IL COMUNE

31	A031	AZIMUT DI PEROCCO ANDREA	PIAZZA DEL POPOLO 35	PRCNDR76R16L8400		30/11/2000	26/02/2002	VICINATO	NON ALIMENTARE		114
32	A032	ENTITY DI DIVIZZATTI ROSSELLA	VIA CAPOVILLA, 4	DVZRSL79H47E864L		18/03/2002		VICINATO	NON ALIMENTARE		27
33	A033	ESTETICA LA DEA DI GUGLIELMI BARBARA	VIA A. PALLADIO, 68 A/B	GGLBBR75T49L157H	03003670241	20/03/2003		VICINATO	NON ALIMENTARE		1
34	A034	BINOTTO BRUNO S.N.C. DI BINOTTO MARIA ALESSANDRA E C.	VIA S. ANTONIO, 64	00946890241	00946890241	09/07/2003	23/12/2003	VICINATO	ALIMENTARE		45
35	A035	MISTER DOG DI PESAVENTO LORENZO	VIA ZANELLA, 1	PSVLNZ81D20L157U		25/03/2004		VICINATO	NON ALIMENTARE		45
36	A036	GOLIN UMBERTO	VIA PALLADIO, 78	GLNMRT40A12M032S		30/03/2004	22/06/2005	VICINATO	NON ALIMENTARE		43
37	A037	SCHIZZAROTTO ROBERTA & C. S.N.C.	VIA A. PALLADIO, 205	03127860249	03127860249	14/04/2004	04/04/2005	VICINATO	NON ALIMENTARE		20
38	A038	SPEED ONE DI DALLE MOLLE DONALD	PIAZZA DEL POPOLO, 54	DLLDLD71A20L551F	02967540242	02/12/2004		VICINATO	NON ALIMENTARE		48
39	A039	CERVATO GAUDENZIO	VIA VERLATO, 16	CRVGNZ60A22B403T		16/12/2004		VICINATO	ALIMENTARE		70
40	A040	LUCATELLO DAMIANO	VIA ROMA, 87	LCTDMN78T27L840R		28/02/2005		VICINATO	NON ALIMENTARE		12
41	A041	LOU LOU DI PASQUALOTTO STEFANIA	PIAZZA DEL POPOLO, 64	PSQSFN63E58L157Z	03215230248	07/03/2005	19/12/2007	VICINATO	NON ALIMENTARE		60
42	A042	ORIENT EXPRESS S.A.S. DI GIRARDIN MARIA & C.	VIA VERLATO, 12	03222050241	03222050241	18/04/2005	10/11/2005	VICINATO	MISTO		7
43	A043	IL MATITONE DI CESTARO MARIO ALBERTO	VIA DEL FORNO HOFFMAN, 17	CSTMLB54R12E522F	03240300248	25/05/2005	02/08/2006	VICINATO	NON ALIMENTARE		84
44	A044	LA MACELLERIA S.N.C. DI BRECCIA DIEGO E LUCA & C.	VIA MOLINI, 26	03287530244	03287530244	01/02/2006		VICINATO	ALIMENTARE		60
45	A045	G. & B. S.R.L.	VIA VERLATO, 11/13	02295650242	02295650242	08/06/2006		MEDIA STRUTTURA	MISTO		884
46	A046	DALLA STELLA GIORGIO	VIA VERLATO, 34	DLLGRG56C16I425K		25/08/2006	14/04/2008	VICINATO	ALIMENTARE		33,23
47	A047	8 MILLIMETRI S.R.L.	VIA VERLATO, 6	03277120246	03277120246	04/09/2006		VICINATO	NON ALIMENTARE		60
48	A048	OASI SNC DI GENTILIN MORENO & C.	VIA A. PALLADIO, 9/11	03340080245	03340080245	13/09/2006		VICINATO	MISTO		111,69
49	A049	GOTTARDO S.P.A	VIA DEL FORNO HOFFMAN	02466210289	02466210289	06/11/2006		MEDIA STRUTTURA	NON ALIMENTARE		204
50	A050	LIBRETTI ANTONIO GIOVANNI	PIAZZA DEL POPOLO, 28	LBRNNG52S06I451M	03617640655	13/11/2006		VICINATO	ALIMENTARE		28
51	A051	ARCADE S.N.C. DI LESO MAURIZIO & MANTOAN CLAUDIA	PIAZZA DELLE FORNACI, 7	03368680249	03368680249	08/02/2007		VICINATO	NON ALIMENTARE		101,3
52	A052	MATERASSI NUVOLE RETI PIUMINI ACCESSORI DI GRISON LUCA	VIA CAPOVILLA, 18	GRSLCU66R15I531R	034607910243	18/03/2008		VICINATO	NON ALIMENTARE		93
53	A053	NETTARE DIVINO DI SBRUGNERA MAURO	VIA FR. FACCIN, 78	SBRMRA66M04L157S	03460720240	16/04/2008		VICINATO	ALIMENTARE		42,78
54	A054	FANTASYGOLD DI BORTOLAN MARCO E C. S.A.S.	VIA S. ANTONIO, 49	00897580247	00897580247	29/04/2008		VICINATO	NON ALIMENTARE		85
55	A055	DEEP NET DI MANEA ALESSIO & C. S.N.C.	VIA S. ANTONIO, 26	03270390242	03270390242	29/07/2008		VICINATO	NON ALIMENTARE		41
56	A056	LA BECARIA DI SPINELLA LUCA	VIA A. PALLADIO, 74	SPNLCU81C28L840I	03404780243	18/03/2009		VICINATO	ALIMENTARE		39,39
57	A057	FREE S.R.L.	VIA S. ANTONIO, 47	03235490244	03235490244	22/05/2009		VICINATO	NON ALIMENTARE		60
58	A058	CATALANI MONICA	PIAZZA DEL POPOLO, 19	CTLMNC67P65C773J	03504610241	23/06/2009		VICINATO	NON ALIMENTARE		55
59	A059	CARTOLIBRERIA TIFFANY S.N.C. DI SELVATICO MAURIZIO & C.	VIA PAPA GIOVANNI XXIII, 24	03548590243	03548590243	25/06/2009		VICINATO	NON ALIMENTARE		14
60	A060	SELVATICO MARTINA	VIA PAPA GIOVANNI XXIII, 24	SLVMTN81L54H829D	03555033249	25/06/2009		VICINATO	NON ALIMENTARE		78
61	A061	GASPARINI SIMONE	VIA VERLATO, 2	GSPSMN83H11E970C	03526890243	19/11/2009		VICINATO	ALIMENTARE		1

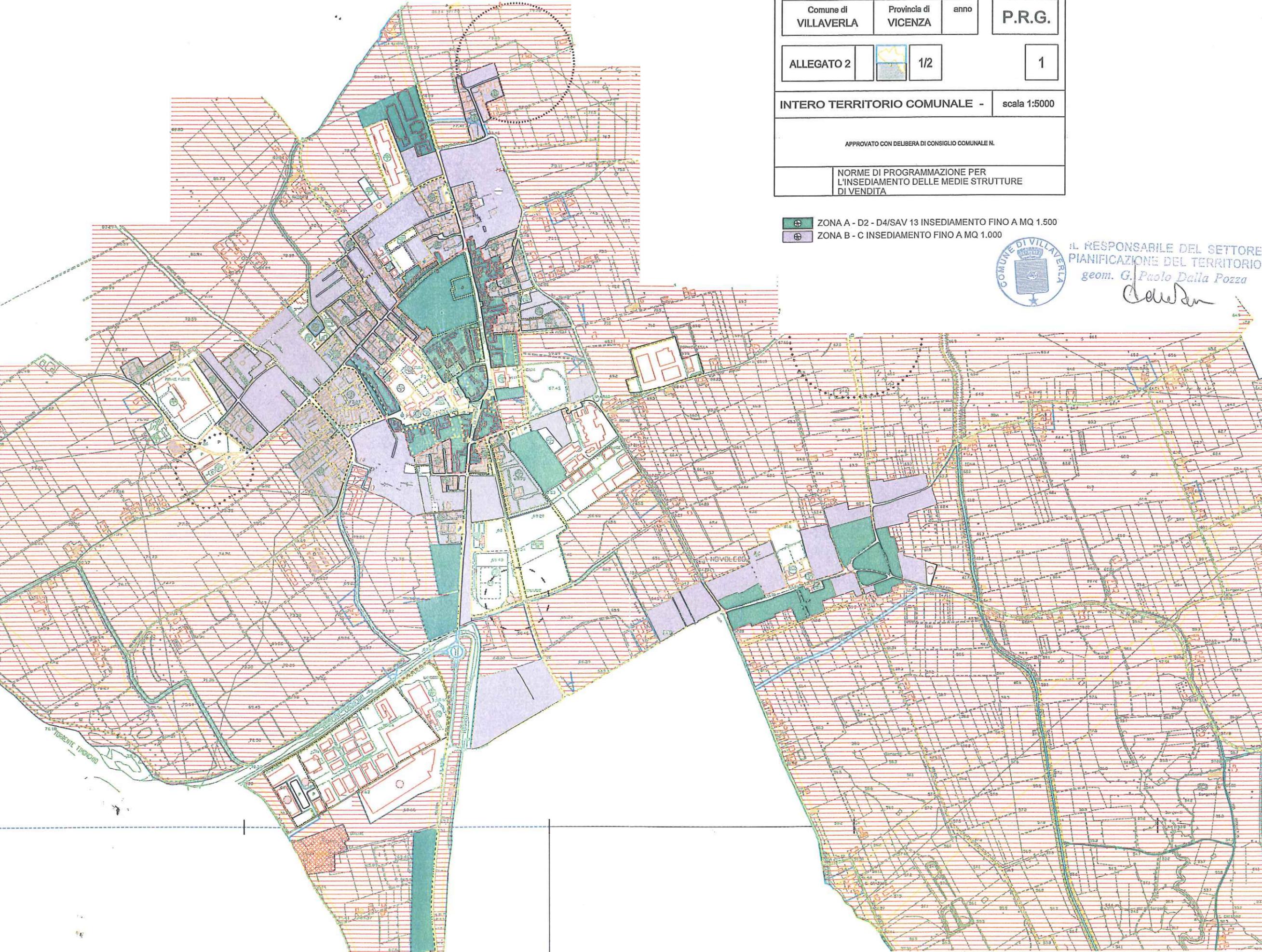






IL RESPONSABILE DEL SETTORE
PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO
geom. G. Isolo Dalla Pozza

Isolo



Comune di VILLAVERLA	Provincia di VICENZA	anno	P.R.G.
ALLEGATO 2		1/2	1
INTERO TERRITORIO COMUNALE -			scala 1:5000
APPROVATO CON DELIBERA DI CONSIGLIO COMUNALE N.			
NORME DI PROGRAMMAZIONE PER L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA			

-  ZONA A - D2 - D4/SAV 13 INSEDIAMENTO FINO A MQ 1.500
-  ZONA B - C INSEDIAMENTO FINO A MQ 1.000



IL RESPONSABILE DEL SETTORE
PIANIFICAZIONE DEL TERRITORIO
geom. G. Paolo Dalla Pozza

Dalla Pozza