

Prot. 3247/03

Mantova, 17/01/2003

All'Assessore al Commercio,
Fiere e Mercati
della Regione Lombardia
Mario Scotti
Via Sasseti, 32/2
20124 MILANO

Al Direttore Generale
D.G. Commercio,
Fiere e Mercati
della Regione Lombardia
Mario Nova
Via Sasseti, 32/2
20124 MILANO

Al Presidente della
Unione delle Province Lombarde
Ombretta Colli
Via Vivaio, 1
20122 MILANO

Oggetto: osservazioni della Provincia di Mantova alla bozza di Programma Triennale per lo Sviluppo del Sistema Commerciale 2003-2005 della Regione Lombardia.

In riferimento alla bozza di Programma Triennale per lo sviluppo del Sistema Commerciale 2003-2005 della Regione Lombardia, con la presente si trasmettono le osservazioni ed integrazioni proposte dalla Provincia di Mantova.

Pur valutando positivamente il documento regionale e apprezzando lo sforzo profuso dall'Assessorato e dalla struttura preposti, si propongono delle osservazioni puntuali tese a migliorarne concretamente i contenuti.

Inoltre, si ricorda che a dicembre 2002 è stato inviato per posta elettronica alla Regione Lombardia il Piano del Commercio della Provincia di Mantova, in corso di approvazione.

- Dopo l'analisi de **“Lo scenario evolutivo”** della distribuzione lombarda, vengono indicati gli **“Obiettivi generali del programma”**. Per quanto concerne in particolare **“L'ammodernamento e la qualificazione del sistema commerciale regionale e dei suoi sottosistemi locali”**, vengono *confermate le competenze della Provincia in tema di programmazione e il suo ruolo decisivo per quanto riguarda le scelte localizzative per i bacini sovracomunali, che la Provincia di Mantova ha scelto di individuare nei circondari. Viene ribadito l'interesse per la realizzazione di azioni di riqualificazione dei*

sistemi commerciali locali e di interventi per la rivitalizzazione commerciale della rete distributiva e dei servizi nei centri storici e negli abitati.

- In relazione a **“L’integrazione tra politiche di sviluppo commerciale e politiche territoriali e ambientali”**, la Regione sostiene lo sviluppo di forme di intesa e meccanismi di concertazione tra le amministrazioni pubbliche interessate per operare scelte localizzative per la grande distribuzione, nella temporanea assenza di atti di pianificazione di area vasta. *Si ritiene tuttavia che forme di intesa e meccanismi di concertazione tra Amministrazioni Pubbliche per operare scelte localizzative per la grande distribuzione dovrebbero essere estese alla generalità dei casi.*
Considerato che per gli interventi di maggiori dimensioni e per quelli che presentano un ampio raggio di attrazione commerciale è necessario acquisire, attraverso il ricorso a specifici atti di intesa, l’adesione degli Enti pubblici territoriali interessati, *sarebbe opportuno fornire una definizione del concetto di atto d’intesa.*
- Deciso impulso a **“Lo sviluppo della conoscenza nel settore commerciale”** verrà dai lavori dell’Osservatorio permanente per il Commercio, organismo costituito al fine di assicurare un sistema coordinato di monitoraggio sull’entità e l’efficienza della rete distributiva, in stretta collaborazione con le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, e con il pieno coinvolgimento delle rappresentanze regionali delle associazioni degli enti locali, delle associazioni di categoria e delle organizzazioni dei consumatori, rappresentate nell’organismo istituzionale dell’Osservatorio. *Non viene menzionata la Provincia. Andrebbe riconosciuto e valorizzato il ruolo della Provincia nello sviluppo della conoscenza del settore distributivo.*
- All’interno de **“Gli indirizzi per lo sviluppo del settore commerciale”**, con particolare riguardo agli **“Indirizzi di rilievo generale”**, la Regione ritiene opportuno agevolare con apposite misure regolamentari regionali le procedure di apertura, ristrutturazione e ampliamento delle MSV valorizzandone al massimo le potenzialità di integrazione urbana anche attraverso apposite norme di agevolazioni urbanistico-edilizie comunali. *Solo nel caso di acclarata compatibilità degli strumenti urbanistici del Comune con il Piano di Settore del Commercio, i Comuni nel definire i criteri per il rilascio delle autorizzazioni, incentivano la possibilità di ampliamento delle medie strutture fino ai limiti previsti nei rispettivi Comuni per tale classe di esercizi. In tutti gli altri casi la competenza regolamentare dovrebbe passare alla Provincia.*
Con riferimento alla **“Articolazione territoriale ed indirizzi specifici”**, la Regione richiama l’art. 2 della legge regionale 14/1999 e successive modificazioni **“Norme in materia di Commercio”**, che prevede la suddivisione del territorio della regione in ambiti territoriali, così individuati: ambito metropolitano, ambito di addensamento commerciale metropolitano, ambito della pianura lombarda, ambito montano, ambito lacustre, ambito urbano dei capoluoghi.
Verificato che l’articolazione territoriale non trova corrispondenza con gli obiettivi di presenza e sviluppo (tavole 5.1 e 5.2) si propone di riconoscere alla Provincia la facoltà di distribuire la superficie indicata negli obiettivi di sviluppo secondo l’articolazione territoriale (circondari) prevista dal proprio Piano di Settore, in relazione alle necessità di ciascun circondario.
Per quanto concerne gli indirizzi di sviluppo dell’**“Ambito della pianura lombarda”**, si rileva che *l’indirizzo della qualificazione e specializzazione della rete di vicinato, da realizzarsi attraverso un progressivo incremento della dimensione media degli esercizi,*

sembra porsi in netto contrasto con la possibilità di applicazione del limite massimo di 150 mq. per i negozi di vicinato in deroga al criterio della consistenza demografica.

All'interno degli indirizzi di sviluppo indicati per l'“**Ambito urbano dei capoluoghi**”, si ritiene che la priorità alla riqualificazione di aree urbane produttive dismesse o abbandonate, con particolare riferimento alla grande distribuzione, e l'incentivo alla razionalizzazione e ammodernamento dei poli commerciali della grande distribuzione già esistenti, costituiscono *indirizzi di sviluppo che andrebbero estesi anche agli altri ambiti territoriali.*

- Gli indirizzi specifici per il settore della grande distribuzione, indicati dalla Regione in relazione ai “**Criteri generali per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita**”, comprendono la progressiva valorizzazione del concorso degli Enti locali nell'autorizzazione di nuovi punti di vendita (e di ampliamenti) della grande distribuzione, di rilievo non superiore alla scala intercomunale, e la prioritaria collocazione degli insediamenti commerciali all'interno di aree urbane, ovvero all'esterno di queste in aree individuate da strumenti di programmazione territoriale provinciale, ove formati, o da atti di programmazione negoziata. In relazione al secondo punto si ritiene che *le forme di decisione negoziata possano prevedere l'utilizzo delle quantità previste dagli obiettivi di sviluppo per ogni singola Provincia.*
- Per rendere compatibile l'impatto socio-economico, territoriale e ambientale dei nuovi insediamenti della grande distribuzione, si prevede che le domande di autorizzazione per l'apertura degli stessi siano corredate da idonea documentazione volta a identificare gli elementi di specifico rilievo in rapporto all'intervento da realizzare e alle sue ricadute sul contesto di riferimento. Deve pertanto essere predisposto, a corredo obbligatorio della domanda, un apposito Rapporto denominato **Rapporto di impatto**, contenente indicazioni in ordine alla compatibilità commerciale, urbanistico-territoriale e ambientale del nuovo insediamento.
Verificato che la Regione fa conseguire all'assenza delle condizioni di compatibilità di una o più delle componenti di esame sopra richiamate (commerciale, urbanistico-territoriale, ambientale) il diniego dell'autorizzazione, *sarebbe opportuno prevedere la possibilità per la Conferenza di Servizi di valutare l'imposizione di prescrizioni atte a consentire il verificarsi di condizioni di compatibilità, fissando comunque un termine e l'onere.*
- Infine, con riguardo agli “**Indirizzi per la regolamentazione gestionale del settore commerciale**”, si ritiene che la proposta di “**Monitoraggio dei prezzi al consumo**”, anche se decisamente apprezzabile e condivisibile nell'obiettivo di contenere i prezzi dei beni di largo consumo, sia *difficilmente gestibile.*
Per quanto attiene la composizione dell'“**Osservatorio regionale del Commercio**”, organismo al quale è demandato il monitoraggio permanente della rete distributiva, si *rileva l'assenza della Provincia come ente a sé stante.*

Ringraziando per l'attenzione, si saluta cordialmente.

IL DIRIGENTE
Giovanni Urbani