

# COMUNE DI CASTIONS DI STRADA



**Programmazione della rete  
distributiva comunale per  
le medie e grandi strutture  
di vendita**

**STUDIO DI BASE**

Legge Regionale 5 dicembre 2005, n.29  
(così come modificata/integrata fino alla L.R.26/2012)

**General Planning Srl**  
Udine



## **Indice**

PREMESSA.....	3
1. ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA .....	7
1.1. Note metodologiche .....	7
1.2. La rete distributiva comunale attuale e la sua evoluzione .....	7
2. IPOTESI DI SVILUPPO DELLA RETE DISTRIBUTIVA COMUNALE DI MEDIO/GRANDE DETTAGLIO .....	13
2.1. Indicazioni metodologiche generali .....	13
2.2. Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del medio dettaglio maggiore o M2.....	15
2.2.1. Verifica delle ubicazioni delle attività commerciali sul territorio.....	15
2.2.2. Verifica dei livelli di accessibilità .....	16
2.2.3. Verifica delle opzioni urbanistiche .....	16
2.2.4. Verifica delle opzioni viabilistiche .....	17
2.2.5. Ipotesi di sviluppo del medio dettaglio maggiore o M2 .....	18
2.3. Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del grande dettaglio (singolo od associato a Centro/Complesso) .....	19
2.3.1. Verifica delle opzioni urbanistiche .....	20
2.3.2. Verifica delle opzioni viabilistiche .....	21
3. APPENDICE URBANISTICA.....	29
4. ALLEGATI .....	35

## PREMESSA

Con l'entrata in vigore della Legge Regionale 9 agosto 2012, n.15 recante *“Disposizioni per l'adempimento degli obblighi della Regione Friuli Venezia Giulia derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee. Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno (o Direttiva Bolkestein). Modifiche a leggi regionali in materia di attività commerciali, di somministrazione di alimenti e bevande”*, la programmazione per le medie/grandi strutture di vendita attuata attraverso gli artt.12 e 15 della Legge Regionale 5 dicembre 2005, n.29 *“Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande”* viene ad essere completamente stravolta/modificata.

L'evoluzione “liberista” data dall'introduzione della citata Direttiva Bolkestein alla normativa statale (attraverso l'art.31, 2° comma del Decreto Legge 201/2011 [1]) e la conseguente presa di posizione della giurisprudenza amministrativa che, con diverse sentenze (in varie parti d'Italia), ha sancito *“che le attività commerciali (vendita e somministrazione) sono svolte senza (...) il rispetto di limiti – e conseguentemente di qualsiasi contingentamento – riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub-regionale”*, ha portato anche la Regione Friuli V.G. a dover riscrivere in tal senso l'articolato della propria legge di settore (con le modifiche apportate dagli artt.4 e 5 della L.R.15/2012 alla citata L.R. n. 29/2005) [2].

I Comuni, infatti, oggi non possono più applicare i parametri numerici derivanti dal rapporto tra la domanda potenziale dei consumi e l'esistente offerta degli esercizi commerciali al dettaglio, così come previsti agli allegati A-1, A-2, A-3

[1] Entrato in vigore con la Legge 23.12.2011, n.214 recante la “Conversione, con modificazioni, del Decreto Legge 6.12.2011, n.201 (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici)”.

[2] Secondo lo spirito che “le disposizioni recanti divieti, restrizioni, oneri o condizioni all'accesso ed all'esercizio delle attività economiche sono in ogni caso interpretate ed applicate in senso tassativo, restrittivo e ragionevolmente proporzionato alle perseguite finalità di interesse pubblico generale” e, di conseguenza, gli ordinamenti degli enti territoriali vanno adeguati al principio secondo cui “l'iniziativa e l'attività economica privata sono libere ed è permesso tutto ciò che non è espressamente vietato dalla legge”, nei casi specifici stabiliti.

(per il grande dettaglio) e B (per il medio dettaglio) del Regolamento Regionale (D.P.R. 23.03.2007, n.069/Pres.).

Ciò però non vuol dire che il Comune non possa “gestire” sul proprio territorio di questa tipologia di esercizi (che ricordiamo fino ad una decina di anni orsono venivano gestiti dalla Regione tramite il rilascio di specifici “nulla-osta”) solo che ora lo dovrà/potrà fare con altri strumenti. La nuova norma regionale prevede infatti che se da un lato NON si possono più porre dei limiti numerici assoluti allo sviluppo di tali tipi di attività, dall’altro le A.C. possono predisporre degli strumenti di gestione “sostenibile” del settore (Criteri per il rilascio delle autorizzazioni di medio dettaglio e Piano di settore per il grande dettaglio) impostati su nuovi (e altri) parametri di valutazione [3], che **NON** siano però riconducibili a previsioni di natura economica (per tale motivo nella trattazione del presente studio, al contrario di quanto veniva fatto un tempo, non si quantificheranno “economicamente” più gli spazi di sviluppo da dare alla media e grande distribuzione, con stima dei loro volumi d'affari o delle capacità di spesa dei consumatori residenti e non).

La riformata stesura dei citati artt.12 e15 della L.R.29/2005 [4] prevede infatti che la “deregolamentazione” nel settore commerciale possa venir “mitigata” qualora vada ad impattare su aspetti di tipo ambientale/urbanistico/viabilistico [5], la cui “difesa” è ritenuta di rango superiore rispetto a quella della “libertà/tutela dell’iniziativa privata”.

Per dare risposta a quanto sopra-esplicitato, e ricordando che senza una nuova stesura dei Criteri/Piani [6] vige l'impossibilità per gli Uffici di poter rilasciare nuove autorizzazioni o anche ampliamenti di quelle esistenti, si ritiene, in prima battuta [7], di valutare le potenzialità di sviluppo nel Comune del settore commerciale di medio/grande dettaglio sulla base del rapporto, ormai consolidato

[3] In attesa di “eventuali” nuove norme regionali in materia, proposte attraverso la stesura di nuovi regolamenti attuativi (in sostituzione/integrazione di quanto contenuto nel D.P.R. n.069/2007 – Cfr. Circ. Direzione Centrale Lavoro, Formazione, Commercio e Pari Opportunità, di data 04.10.2012, prot.n.0045389/P, pag.6, 1° capoverso).

[4] Cfr. soprattutto quanto indicato al 4° comma dell'art.12 e 3° comma, lett.b dell'art.15 .-

[5] Vedi anche Circolare esplicativa regionale Prot.n.0045389/P di data 4.10.2012, comma 2, lettera d) a pagg.5-6, che recupera quanto già esplicitato dall'art.31-2° comma del DL.201/2011: “omissis . . . costituisce principio generale dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di *nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, DELL'AMBIENTE, IVI INCLUSO L'AMBIENTE URBANO, e dei beni culturali*. . . . omissis ”

[6] E senza un loro invio preventivo all'Osservatorio Regionale del Commercio, ai sensi di quanto previsto dal 7° comma, dell'art.84 del Regolamento Regionale citato.-

[7] In attesa di eventuali direttive regionali (vedi precedente nota 4) -

e parametrato da anni, tra attività commerciali, zone urbanistiche di loro insediamento, grado di accessibilità veicolare e relativo volume del traffico automobilistico potenzialmente indotto.

Sulla base di questi principi generali di valutazione si andranno a verificare le varie “situazioni” presenti (e ipotizzabili) sul territorio del Comune, individuando quelle zone (o meglio: quelle aree) ove il commercio organizzato su attività con superficie di vendita superiore a 400 mq. può venir collocato.

Come già riportato si andranno a predisporre due distinti documenti normativi: uno destinato al medio dettaglio maggiore o di tipo M2 (esercizi con superficie compresa tra 401 e 1.500 mq.) [8] o “Criteri per il rilascio delle autorizzazioni di medio dettaglio” ed uno destinato al grande dettaglio (esercizi singoli o associati con superficie superiore a 1.500 mq.) o “Piano di settore per il grande dettaglio”.

I due strumenti espliciteranno la propria azione di indirizzo e controllo del settore commerciale in due modi differenti:

- i Criteri del medio dettaglio si dovranno “limitare” a indicare quali siano le aree in cui è permesso il suo sviluppo (=predisposizione di una cartografia commerciale prescrittiva), senza limitare in alcun modo né il numero di esercizi ammissibili né la tipologia merceologica delle nuove attività;
- il Piano di Settore del grande dettaglio, il quale potrà integrare le previsioni del P.R.G.C., dovrà indicare puntualmente, per ciascun ambito territoriale individuato come sede possibile per esercizi di grande distribuzione, i limiti massimi di sviluppo commerciale supportabile sulla base della viabilità oggi esistente e/o di quella di previsione; in altre parole si dovrà calcolare di quanto possano essere “caricati”, in termini di metriquadrati di vendita, gli ambiti commerciali prescelti senza che il sistema circolatorio interessato vada al “collasso”, ledendo così il diritto

---

[8] Si ricorda che l'apertura di negozi con superficie di vendita fino a 400 mq. dal 1999 è liberalizzata (salvo che non facciano parte di Centri/Complessi commerciali).

dei residenti (e non) alla vivibilità del loro territorio <sup>[9]</sup> ed ad un grado minimo di mobilità stradale.

A livello “strettamente” normativo si provvederà poi anche ad aggiornare tutte quelle parti regolamentari dei Criteri o del Piano divenute obsolete a seguito dell’entrata in vigore sia della citata L.R.15/2012 che della successiva Legge Regionale 21 dicembre 2012, n.26 “*Legge di manutenzione dell’ordinamento regionale 2012*”, soprattutto per quanto riguarda l’introduzione della procedura a S.C.I.A. (Segnalazione Certificata di Inizio Attività, che ha sostituito la D.IA..) per quanto riguarda i trasferimenti di sede, ampliamenti di superficie e le concentrazioni degli esercizi commerciali.

---

[9] Salvaguardando così, ad esempio, nelle aree interessate allo sviluppo della grande distribuzione, la presenza di condizioni “minime” di difesa dei residenti/consumatori dall’insorgenza di fenomeni di inquinamento ambientale e/o acustico.

## **1. ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA**

### **1.1. Note metodologiche**

L'analisi compiuta sulla rete distributiva comunale si è articolata mediante la raccolta:

- A. presso l'Ufficio Attività Economiche, di tutte le autorizzazioni (o DIA/SCIA) rilasciate nel corso degli anni (Cfr. allegato "A" Elenco dei Titolari), dalle quali sono state desunte:
- la titolarità dell'azienda,
  - l'ubicazione degli esercizi di medio/grande distribuzione,
  - la superficie totale di vendita,
  - il settore merceologico (per valutazione della prevalenza del servizio).
- B. presso l'Ufficio Urbanistica, di tutta la attuale strumentazione di settore (norme e cartografie) per la verifica di congruità dell'ubicazione delle varie attività commerciali.

### **1.2. La rete distributiva comunale attuale e la sua evoluzione**

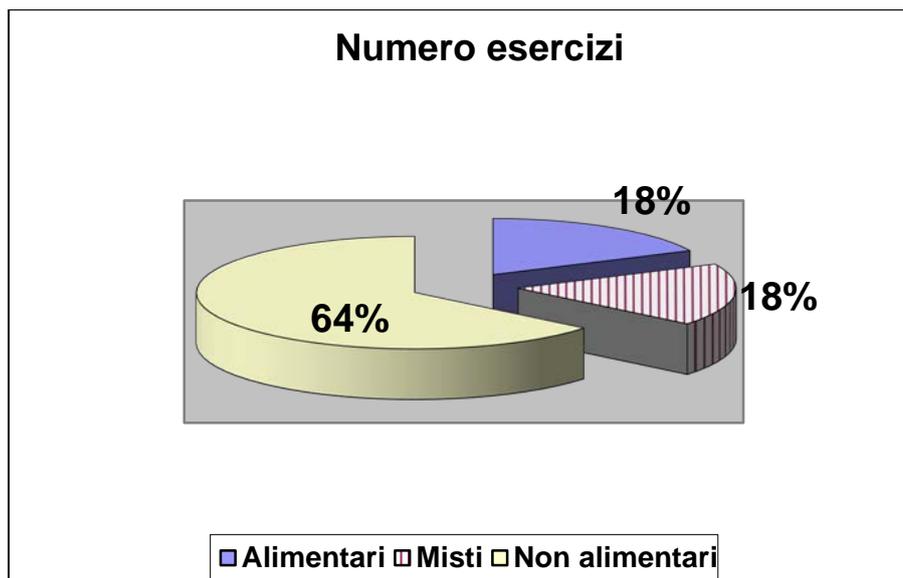
Nel Comune di Castions di Strada risultano oggi essere autorizzate 39 aziende commerciali al dettaglio (alcune delle quali svolgono l'attività emporiale in forma subordinata rispetto a altra ritenuta principale, quale quella di farmacia, tabacchino, artigianato/industria, ingrosso, distribuzione di carburanti, ecc.), così suddivise: 7 per il solo settore alimentare, 7 per il settore misto (dove vengono trattati sia prodotti del settore alimentare che di quello non alimentare) e 25 per il solo settore non alimentare, con una superficie di vendita complessiva pari a quasi 3.700 mq. (Cfr. Tabella 1 a pagina 8, desunta dai dati di consistenza contenuti nel già citato allegato "A").

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIMENTARI	NON ALIM.
ALIMENTARE	7	411	411	==
MISTO	7	1.157	831	326
NON ALIMENT.	25	2.110	==	2.110
<b>TOTALE</b>	<b>39</b>	<b>3.678</b>	<b>1.242</b>	<b>2.436</b>

**Tabella 1-Consistenza della rete distributiva**

Particolare attenzione deve essere posta al settore misto dove al suo interno si muovono due “anime commerciali” completamente diverse (e che solo dal 1999 sono state conglobate insieme): il comparto alimentare e quello non alimentare [10].

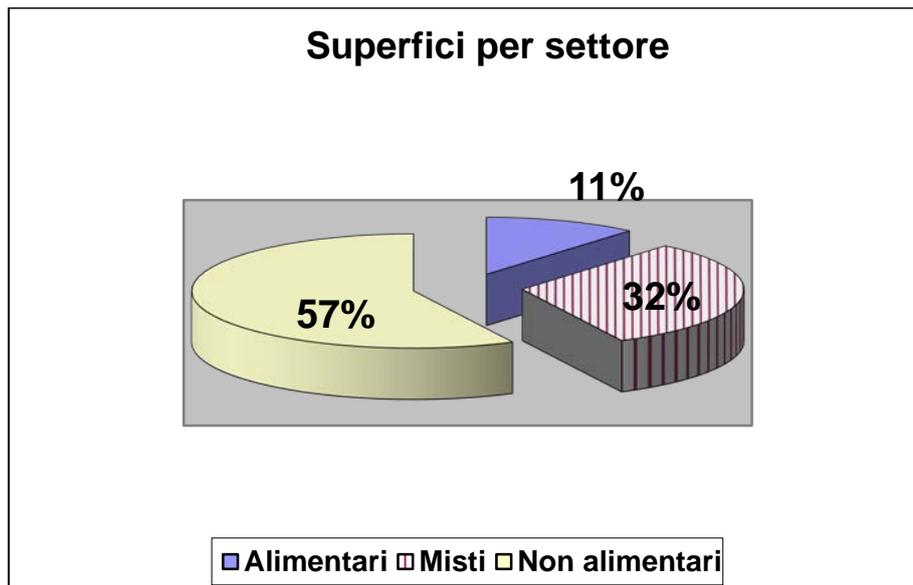
Rientrano in questo settore “misto” tutti i negozi alimentari di tipo generalista [11] presenti in Comune (infatti verificando sempre la Tabella 1 si nota come la prevalenza della superficie di settore sia rivolta proprio a quello alimentare) (Cfr. anche il Grafico 1 e il Grafico 2 a pagina 9).



**Grafico 1 - Numero esercizi commerciali (valori percentuali)**

[10] Che, come già riferito, dal dicembre 2005, è stato ulteriormente suddiviso in: settore non alimentare (classico) e non alimentare a basso impatto (vedi capitolo 2).

[11] Compresa le superette (200-400 mq. di superficie) e i super e iper-mercati (superi a 400 mq.)-



**Grafico 2 - Superfici di vendita esercizi commerciali (valori percentuali)**

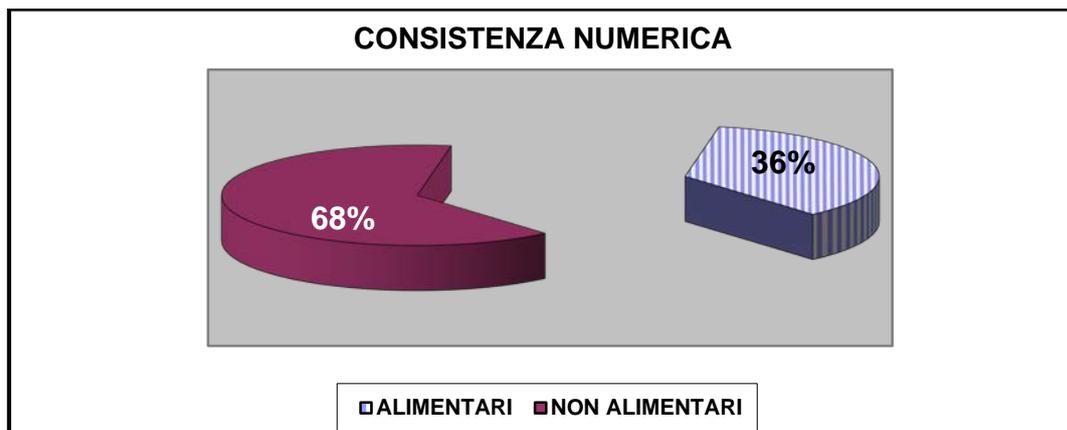
Volendo ora raggruppare l'intero comparto commerciale di due soli settori (Cfr.Tabella 2, Grafico 3 più sotto e Grafico 4 a pagina 10):

- a) quello con prevalenza di superficie nel settore alimentare;
- b) quello a prevalenza nel settore non alimentare;

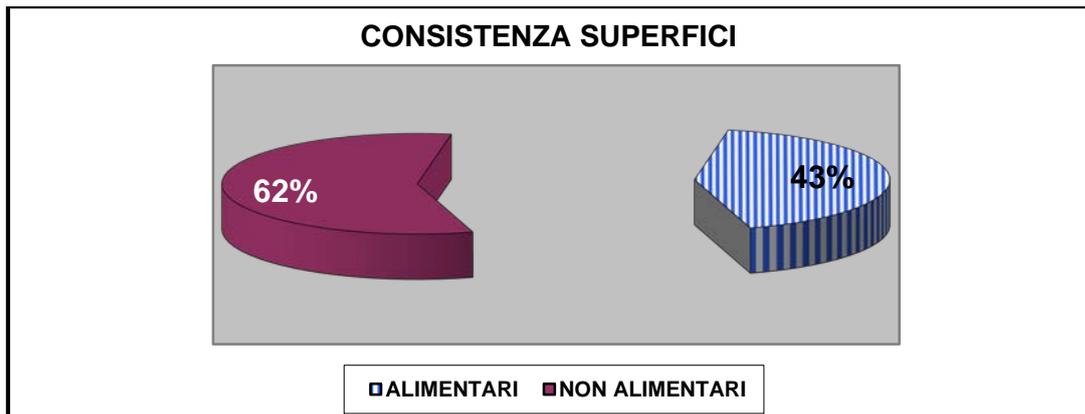
si otterrà la seguente suddivisione dei dati prima evidenziati:

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale
ALIMENTARE	14	1.568
NON ALIMENTARE	25	2.110
TOTALE	39	3.678

**Tabella 2 - Suddivisione esercizi per macrosettore**



**Grafico 3 - Numero esercizi commerciali per macrosettore (valori %)**



**Grafico 4 - Superfici commerciali per macrosettore (valori %)**

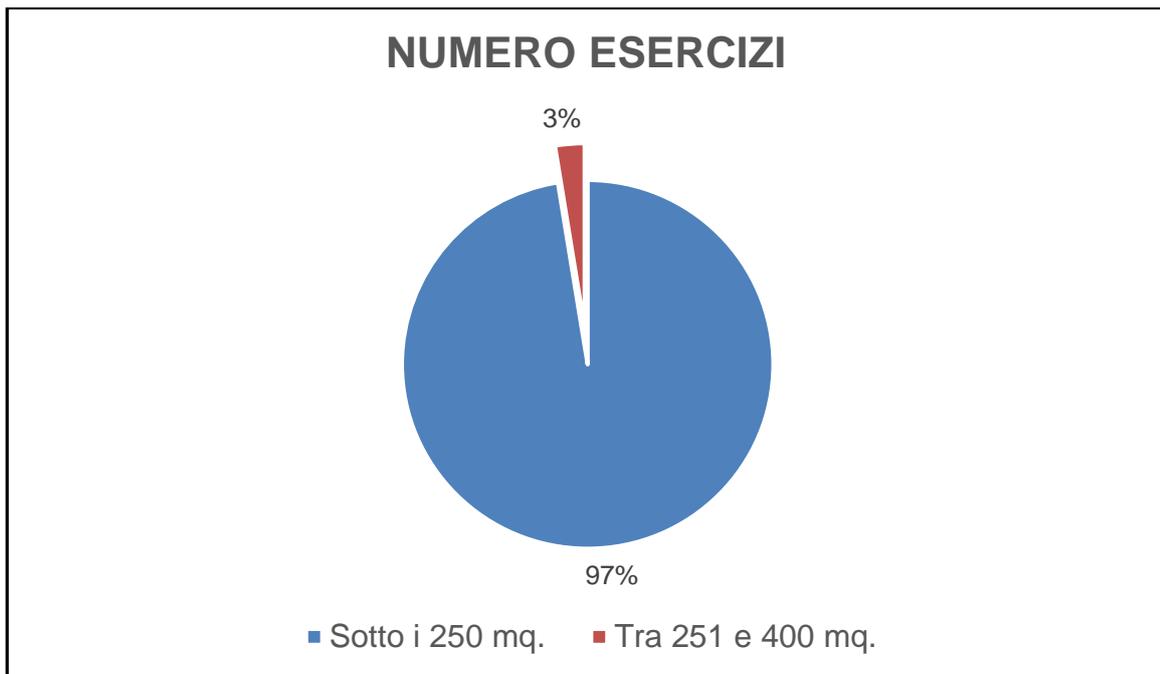
Da un punto di vista strutturale (classi di dimensionamento delle aziende, secondo quanto previsto dalla L.R.29/2005) il Comune è carente per quanto riguarda il settore del dettaglio medio-maggiore (401-1500 mq.) e grande (superiore a 1.500 mq. - proprio quello che viene ad essere oggetto dei presenti strumenti di programmazione), limitandosi infatti alla presenza sul suo territorio di soli esercizi con superficie di vendita inferiore ai 400 mq. (Cfr. Tabella 3 più sotto e Grafico 5 e Grafico 6 a pagina 11).

NUMERO	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	13	1	==	==	14
Non alimentari	25	==	==	==	25
<b>Totale</b>	<b>38</b>	<b>1</b>	<b>==</b>	<b>==</b>	<b>39</b>

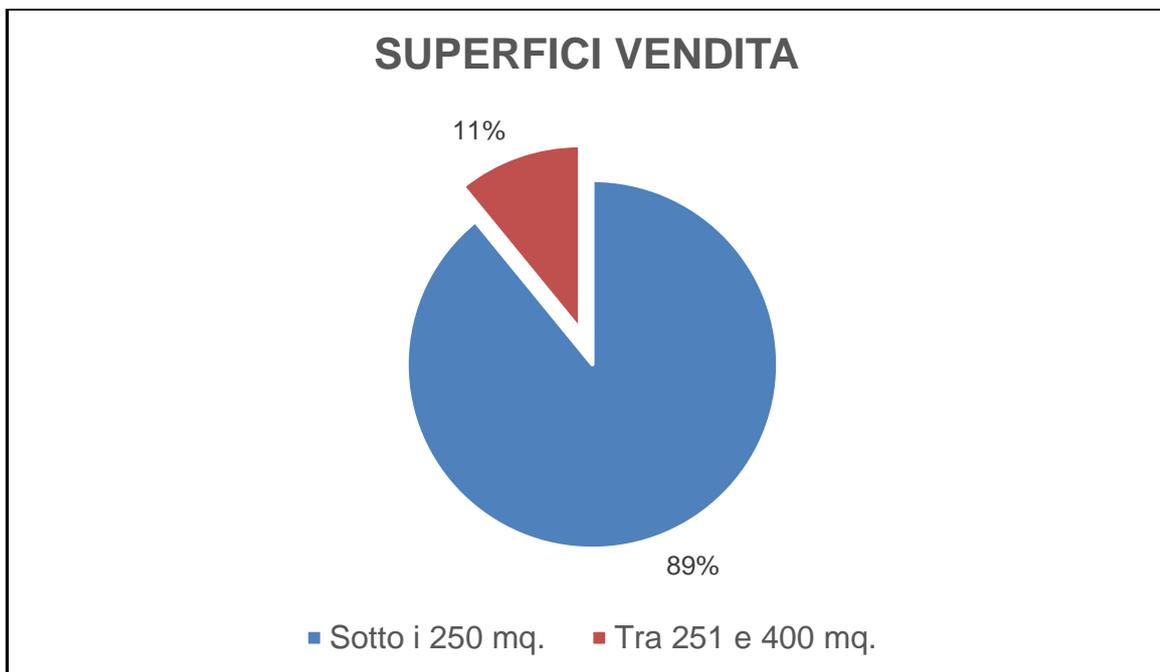
  

SUPERFICI (MQ)	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	1.169	399	==	==	1.568
Non alimentari	2.110	==	==	==	2.110
<b>Totale</b>	<b>3.279</b>	<b>399</b>	<b>==</b>	<b>==</b>	<b>3.678</b>

**Tabella 3 - Suddivisione esercizi per classe dimensionale**



**Grafico 5 - Rapporti percentuali per numero e classe di esercizi**



**Grafico 6 - Rapporti percentuali per superfici e classi di esercizi**

I dati sopra rappresentati, che evidenziano una rete distributiva comunale ancora non ben strutturata (soprattutto per quanto riguarda il settore alimentare), con una relativamente ridotta consistenza numerica e, soprattutto, una sotto-dotazione di superfici di vendita, sono interessanti da confrontare con quelli

raccolti per la predisposizione degli studi del Piano di settore (anno 2009 - Cfr. Tabella 4 più sotto).

Si può così chiaramente evidenziare come la rete distributiva comunale negli ultimi sei anni abbia avuto (Cfr. Tabella 5 più sotto):

- a) un leggero ma continuo decremento per quanto riguarda il numero delle aziende presenti sul territorio comunale (-4 nuove attività), e ciò in linea a quanto accaduto a tutti i Comuni del mandamento, dove la crisi generalizzata dei consumi ha portato alla fuoriuscita dal mercato delle aziende più piccole e più marginali, sostituite da un numero inferiore di attività, ma dotate di maggiori superfici di vendita;
- b) a conferma di quanto appena affermato, infatti, si è avuto un parallelo sviluppo delle aree destinate alle clientela (+275 mq. di superficie di vendita), soprattutto nel settore alimentare (oltre 450 mq. complessivi); tale risultato è da ascrivere principalmente alla "apertura/ampliamento" di due nuove attività di minimercato alimentare (di medio dettaglio minore), le quali hanno contribuito ad equilibrare il saldo aperture/chiusure del Comune.

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIMENTARI	NON ALIM.
ALIMENTARE	7	305	305	==
MISTO	4	711	482	229
NON ALIM.	32	2.387	==	2.387
<b>TOTALE</b>	<b>43</b>	<b>3.403</b>	<b>787</b>	<b>2.616</b>

Tabella 4 - Consistenza della rete distributiva al 2009

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIMENTARI	NON ALIM.
ALIMENTARE	==	+106	+106	==
MISTO	+ 3	+446	+349	+ 97
NON ALIM.	- 7	-277	==	-277
<b>TOTALE</b>	<b>- 4</b>	<b>+275</b>	<b>+455</b>	<b>-180</b>

Tabella 5 - Evoluzione rete 2009-2015

## **2. IPOTESI DI SVILUPPO DELLA RETE DISTRIBUTIVA COMUNALE DI MEDIO/GRANDE DETTAGLIO**

### **2.1. Indicazioni metodologiche generali**

Come appare chiaro da quanto descritto in Premessa, l'entrata in vigore della direttiva europea "Bolkestein" ha provocato un autentico "terremoto" nel modo di gestire e, soprattutto, programmare lo sviluppo di strutture commerciali che, fino quasi alla fine dello scorso millennio, venivano ad essere controllate in maniera "ferrea" dalla Regione. Si ricorda infatti che fino al 1998 il rilascio delle autorizzazioni per tutte le attività commerciali superiori a 400 mq. di vendita doveva essere preceduto dalla concessione da parte della Giunta Regionale di un apposito "nulla-osta" (il cui iter amministrativo prevedeva la verifica tutta una serie articolata di "step": redazione da parte del Comune di un Piano di settore commerciale in cui fossero previsti nuovi spazi di sviluppo per le attività commerciali medio/grandi, una volta pervenuta la domanda, e gli Uffici avessero espletato i controlli di rito, espressione di un parere favorevole preventivo da parte del Consiglio comunale alla richiesta avanzata, successiva verifica regionale della congruità commerciale e viabilistica della nuova iniziativa, concessione del nulla-osta regionale, infine rilascio della autorizzazioni amministrativa alla apertura). Dal 1998 a 2011 tale iter è stato "semplificato" visto che non serviva più il passaggio in Regione, una volta che il Comune avesse approvato i "Criteri per medio dettaglio maggiore" o il Piano di settore del grande dettaglio" (che ricordiamo dovevano comunque rispettare dei limiti massimi di sviluppo commerciale contenuti negli allegati A1/A2/A3 e B del DPR 069/2007).

Oggi le analisi tecnico- economiche, che un tempo venivano fatte per valutare lo stato della rete commerciale del Comune (indagine sull'offerta) e il suo grado di "gradimento" da parte dei consumatori residenti e di passaggio (indagine sulla domanda), e poter così poi determinare il giusto equilibrio da realizzare tra le

varie forma commerciali (=quote di mercato per il piccolo/medio/grande dettaglio) e ipotizzare un numero massimo di strutture di medio dettaglio autorizzabili o di metriquadrati di superficie di vendita per il grande dettaglio, sono divenute “obsolete” e “fuorilegge”, sostituite da un articolato sistema di criteri e parametri che si possono così sintetizzare:

- a) valutazione della dislocazione delle attività commerciali sul territorio, per evitare la creazione di zone di servizio commerciale disomogenee alla popolazione residente e di passaggio. Chiaramente questo elemento dovrà essere valutato anche (se non soprattutto) per il medio dettaglio, che più del grande sembra potersi calibrare alle esigenze della clientela residente soprattutto nelle piccole realtà residenziali (frazioni);
- b) facilità di accesso da parte dei consumatori alle strutture commerciali. Questo elemento di valutazione, che si traduce nella indicazione al posizionamento (in coordinamento anche con lo strumento urbanistico) delle attività commerciali (anche in questo caso soprattutto di medio dettaglio) in aree dove si concentri un discreto numero di residenti o vi sia la presenza di strutture pubbliche/private polarizzanti l'interesse dei consumatori;
- c) considerazione delle migliori condizioni di ubicazione delle attività commerciali riguardo alla loro accessibilità viabilistica e al grado (attuale e previsto) di saturazione delle infrastrutture di trasporto, anche con riferimento alle problematiche inerenti all'inquinamento ambientale ed acustico nelle varie zone del territorio comunale. La valutazione di questo parametro risulta molto importante soprattutto per il settore del grande dettaglio dove, per le alte quantità di veicoli movimentati, tale fattore risulta essere la discriminante principale per determinare le quantità ipotizzabili di superficie di vendita massima ammissibile (per ciascuna zona presa in esame), confermando così un assioma ormai consolidato nel settore del commercio al minuto: senza strade con grande capacità viabilistica e senza facilità di accesso ai negozi non vi è possibilità sviluppo di commercio.

Sulla base di queste indicazioni guida si provvederà ora ad indicare, per singola classe dimensionale degli esercizi, quale potrà essere lo sviluppo da dare alla rete commerciale del Comune.

## **2.2. Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del medio dettaglio maggiore o M2**

Partendo da quanto indicato nel paragrafo precedente, e ribadendo che oggi il Comune può solo indicare dove ritiene utile il posizionamento di tale tipo di attività emporiali, senza però poterne più predeterminare il numero e la tipologia merceologica, si è effettuato uno “screening” delle varie opzioni presenti sul territorio comunale, dal quale si sono evidenziate le macro-aree nelle quali, in congruità con le indicazioni urbanistiche vigenti, possono venir ubicate attività commerciali di medio dettaglio maggiore.

### ***2.2.1. Verifica delle ubicazioni delle attività commerciali sul territorio***

La verifica di questo indicatore ha evidenziato/confermato come l'area del Capoluogo del Comune (per numero di residenti e di attività commerciali e terziarie insediate, pubblici e no, nonché per la presenza al suo interno della fondamentale arteria di collegamento (a nord) con il capoluogo provinciale e 8° sud) con il mare, la SR-353 “della Bassa Friulana”) rappresenti il fulcro emporiale del Comune.

In seconda battuta viene lo sviluppo della rete commerciale che si è avuto, in tempi più recenti ed essenzialmente di negozi extra-alimentari (sempre all'interno della macroarea del capoluogo), lungo l'asse della SR-252 “di Palmanova”. Tale sviluppo emporiale chiaramente risulta orientato principalmente all'utenza extra-comunale e l'ampio display su di una strada ad alta frequenza di traffico amplifica questa sua “autonomia” rispetto all'offerta Comune (e di quanto richiede la sua residenza).

L'ultima area commerciale del Comune è quella sita all'interno dell'abitato di Morsano di Strada che, pur essendo caratterizzata dalla presenza di due strade provinciali (la SP-65 "Ungarica" e la SP-82 "di Chiasielis"), svolge un ruolo del tutto marginale nel panorama dell'offerta emporiale comunale, essendo principalmente orientata a soddisfare le esigenze della sola popolazione ivi residente.

Chiaramente un riequilibrio "perfetto" nell'allocazione delle diverse attività commerciali rispetto alla popolazione insediata (tale da portare ad avere un bilanciamento tra le diverse realtà territoriali del Comune), non potrà, per ovvi motivi, mai avvenire, ma si potrà pensare, qualora il mercato lo richieda e con la liberalizzazione amministrativa, a favorire il posizionamento di attività di medio dettaglio soprattutto lungo gli assi di traffico principali (meglio se inseriti nel tessuto urbanistico delle zone residenziali del Capoluogo e della frazione).

### **2.2.2. Verifica dei livelli di accessibilità**

La verifica di questo indicatore non può prescindere dalla attuale assenza di esercizi superiori a 400 mq. (di medio dettaglio maggiore), risultando quindi, di fatto, impossibile da valutarsi. Tendenzialmente però si dovranno favorire (compatibilmente con le previsioni del vigente P.R.G.C.) tutte le ubicazioni che portino ad avere un accesso diretto ai maggiori assi di traffico del Comune (vedi capitolo successivo), evitando così la creazione di punti di criticità su strade che, per ridotte dimensioni e basse funzioni viabilistiche, non sono in grado di sopportare/supportare lo sviluppo di aziende commerciali di dimensioni sostenute.

### **2.2.3. Verifica delle opzioni urbanistiche**

Come soprariportato per l'apertura di una nuova attività di medio dettaglio maggiore dovrà venir verificata anche la sua congruità con le destinazioni d'uso previste dalla vigente programmazione urbanistica.

Dall'analisi delle vigenti norme di P.R.G.C. (variante n. 8 del 18.02.2009 - Cfr. anche Allegato "B" , in cui sono riportate le norme urbanistiche delle zone in cui è ammessa la destinazione d'uso commerciale) si evidenzia come, in linea con le indicazioni regionali, la possibilità di insediare attività commerciali fino a 400 mq. (esercizi di vicinato ed esercizi di medio dettaglio inferiore o M1) di superficie di vendita venga prevista nelle zone urbanistiche residenziali di tipo A, B e C nelle zone miste, ricettivo complementari e nelle zone per attrezzature per lo svago e la ricreazione di tipo O, G4 e P, nelle zone industriali/commerciali di tipo D2/H2, e, chiaramente, nelle aree a specifica vocazione commerciale di tipo H2 (zone commerciali di interesse comunale) e H3 (zone per attività commerciali esistenti).

Attività con superficie di vendita compresa tra i 400 mq. e i 1.500 mq. (medio dettaglio maggiore o tipo M2) invece possono invece essere insediate solo in un numero più limitato di zone urbanistiche: nelle zone urbanistiche residenziali di tipo B, nelle zone miste e ricettivo complementari di tipo O e G4, nelle zone industriali/commerciali di tipo D2/H2 e nelle zone commerciali proprie di tipo H2 e H3 (Cfr. sempre Allegato "B" e Allegato "C" con loro ubicazione).

#### **2.2.4. Verifica delle opzioni viabilistiche**

Insieme all'analisi delle opzioni urbanistiche questo è il parametro di maggior importanza da tener in considerazione quando si devono individuare gli ambiti ottimali di insediamento delle attività di medio-grande dettaglio [12], visto che oggi senza una buona viabilità automobilistica non vi sono le condizioni favorevoli all'insediamento di questo tipo di attività commerciali [13].

Per tale motivo si è ritenuto, come già evidenziato nel precedente paragrafo sulle verifiche di accessibilità, di considerare che le aziende commerciali superiori a 400 mq. di vendita possano (in prima battuta e senza pensare a stravolgimenti dell'attuale viabilità comunale) "potenzialmente" trovare sede solo, o soprattutto,

---

[12] Chiaramente qualora la Regione dovesse modificare l'attuale Regolamento di esecuzione della L.R.29/2005 (ex DPR 069/2007/Pres.), introducendo parametri alternativi, si dovrà provvedere alle correzioni/variazioni che si renderanno necessarie.

[13] E per "buona viabilità" si intende non solo la presenza di strutture viarie di adeguate dimensioni (per la gestione del normale traffico di scorrimento), ma anche di strade capaci a sopportare la "vischiosità viabilistica" indotta naturalmente dalle attività commerciali di medio-grande dettaglio, soprattutto per ciò che attiene la presenza di strutture di "accesso sicure" alle aree commerciali (quali: corsie di accelerazione-decelerazione, rotatorie o sotto-sovrappassi)

lungo il corso di arterie stradali di alto rango, dotate di alta frequenza di traffico, quali: strade statali, regionali o provinciali.

Nel Comune queste strade dotate di alta frequenza di traffico sono rappresentate, come già accennato, da (Cfr. Allegato "D"):

- SR 252 "di Palmanova"
- SR 353 "della Bassa Friulana"
- SP 65 "Ungarica"
- SP 82 "di Chiasiellis"

Chiaramente però non tutte le strade hanno la stessa importanza e, anche all'interno della medesima strada, non tutte aree poste lungo di essa possono essere considerate "appetibili" per uno sviluppo commerciale di questo tipo di esercizi, ma, in questa prima fase di applicazione della nuova normativa di controllo rete di medio dettaglio maggiore, non si è ritenuto di proporre ulteriori limitazioni (se non quelle urbanistiche) alle possibilità di sviluppo del mercato.

### **2.2.5. Ipotesi di sviluppo del medio dettaglio maggiore o M2**

Sovrapponendo ora tutte le indicazioni contenute nei paragrafi precedenti, e introducendo lungo le strade "commerciali" prima individuate una fascia (larga 200 ml. dall'asse stradale) di collocazione ottimale per gli esercizi commerciali con superficie di vendita fino a 1.500 mq. di vendita, si ottiene la **Cartografia di gestione del settore di Medio Dettaglio maggiore o M2** (riportata in Allegato "E" e in cartografia propria, facente parte integrante delle Norme tecniche dei Criteri di settore del medio dettaglio), strumento fondamentale (ed unico) per la valutazione di tutte le richieste di insediamento, ampliamento e/o trasferimento per le attività di medio dettaglio maggiore o di tipo M2 nel Comune.

### **2.3. Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del grande dettaglio (singolo od associato a Centro/Complesso)**

Le considerazioni fatte circa il modo di programmare il settore del medio dettaglio si possono traslare [14] anche per il settore del grande dettaglio [15] avendo però l'accortezza di evidenziare come per quest'ultimo si possa/deva individuare, oltre che un luogo ammissibile, anche un contenuto commerciale sostenibile (=metriquadri di superficie di vendita e settore merceologico) [16].

Partendo dall'analisi del Piano Regolatore Generale Comunale, che ci permette di localizzare le aree urbanistiche deputate a poter essere sede di attività con superficie di vendita superiore a 1.500 mq., qualora si vogliano aprire nuove superfici commerciali di grande distribuzione (sia singole che associate a centro o complesso commerciale), si dovranno "puntualmente" valutare le capacità di tali aree a saper gestire il nuovo traffico veicolare indotto (con il corollario anche della valutazione dell'inquinamento atmosferico e acustico potenzialmente ingenerato dalla apertura di siffatta tipologia di negozi).

Oltre a questo "nuovo" parametro di previsione si ritiene però anche che la presente proposta non debba/possa "dimenticare" una serie di postulati di programmazione comunque contenuti nelle vigenti leggi regionali di settore (quali: l'art.15, commi 6, 7 e 8, della L.R.29/2005 e l'art.20, comma 2 del D.P.R. 069/2007) tesi a:

- a) rafforzare/potenziare le aree emporiali presenti nel Piano Regolatore Generale Comunale, in quanto inserite all'interno di assi di traffico già interessati a forti correnti commerciali, mediante sia una loro "eventuale" estensione fondiaria (in zone strettamente limitrofe) sia un incremento della superficie di vendita ammissibile;

---

[14] In attesa della revisione delle norme di programmazione contenute nel vigente Regolamento regionale - Cfr. anche già citata Circolare esplicativa regionale Prot.n.0045389/P di data 4.10.2012, comma 2, lettera d) a pag.6: "Nonostante la necessaria revisione che verrà apportata al regolamento, di cui al DPRReg 069/2007, si ritengono tuttora valide ed efficaci le norme di urbanistica commerciale, di cui agli artt.20 e 21 (e relativi allegati C e D)".-

[15] Esercizi singoli o strutturati a Centro/Complesso commerciale con superficie di vendita superiore a 1.500 mq.-

[16] Cfr. anche già citata Circolare esplicativa regionale Prot.n.0045389/P di data 4.10.2012, comma 2, lettera d) a pag.5: "Questo significa che le prescrizioni degli strumenti urbanistici vanno tradotte, nei Piani comunali di settore del commercio, in superfici massime, ammissibili per singola zona omogenea, destinate ad esercizi di grande struttura, distinte per settore merceologico . . . omissis "

- b) salvaguardare e razionalizzare la funzionalità della rete viaria primaria e secondaria del Comune con verifica dei livelli di gestione del traffico, attuali e previsti, da parte delle strade interessate (e delle relative rotonde/semafori di accesso/uscita), e valutazione delle “eventuali” soluzioni/mitigazioni da proporre qualora quelle oggi esistenti non risultino in grado di supportare il nuovo traffico previsto).

### **2.3.1. Verifica delle opzioni urbanistiche**

Dall’analisi delle norme del vigente P.R.G.C. (ad integrazione di quanto già evidenziato nel precedente paragrafo 2.2.3.) si evidenzia come l’insediabilità di strutture di grande dettaglio venga permessa (Cfr. sempre Allegato “B” e cartografia in allegato “C”) solo all’interno delle seguenti tipologie azzonative urbanistiche:

- a) quelle “commerciali proprie” di tipo H2 “di interesse comunale” (art. 14 bis del PRGC) e di tipo H3 “esistente” (art. 14 del PRGC) [17];
- b) quelle “industriali/commerciali” di tipo D2/H2 (art.7 del P.R.G.C.), nella componente commerciale (H2) solo per centri commerciali al dettaglio con superficie coperta complessiva non superiore a 2.500 mq. [18]-

Se si esclude quindi la zona H2 “di interesse regionale” posta all’incrocio tra la SR-252 e SR-353, dove è permesso tout court insediare qualsiasi esercizio di grande distribuzione (singolo o a centro commerciale, con qualsiasi tipologia merceologica e fino ad una superficie di vendita di 5.000 mq.), in tutte le altre zone citate ciò è permesso, ma solo con la formula del centro commerciale (quindi come insieme di almeno due aziende emporiali) e con una superficie coperta complessiva [19] non superiore a 2.500 mq., rendendo così, di fatto, “impossibile”

---

[17] In quest’ultima zona però solo per Centri Commerciali con superficie coperta complessiva non superiore a 2.500 mq.- Nel caso di esercizi “singoli” tale limite viene ridotto a 1.500 mq., rendendo quindi impossibile l’insediamento di attività commerciali di grande dettaglio.

[18] Nel caso di esercizi “singoli” tale limite viene ridotto a 1.500 mq., rendendo quindi impossibile l’insediamento di attività commerciali di grande dettaglio, e solo per generi non alimentari a basso impatto.

[19] Ai sensi dell’art.2, 1° comma, lett.r) della L.R.29/2005, per “superficie coperta complessiva” si intende:

r) *superficie coperta complessiva: la superficie coperta destinata ad attività commerciale, inclusi uffici, depositi, locali di lavorazione e servizi; qualora l’attività si svolga in un edificio su più piani, la superficie coperta complessiva corrisponde alla somma delle superfici dei singoli piani destinate agli usi anzidetti;*

insediare attività di grande dettaglio, visto l'obbligo di defalcare dall'area di vendita quella destinata a magazzini, uffici e depositi (per tale motivo si propone una loro dequalificazione al solo settore del medio dettaglio fino a 1.500 mq. di superficie di vendita).

### **2.3.2. Verifica delle opzioni viabilistiche**

La valutazione della capacità, da parte della viabilità presente in Comune, di sopportare/supportare eventuali nuovi flussi di traffico indotti dall'insediamento di strutture commerciali, parte dal presupposto, come già evidenziato per il medio dettaglio, che senza facilità di accesso alle aree emporiali sia impossibile (per l'operatore stesso) ipotizzare l'apertura di nuovi esercizi di grande dettaglio.

Nello specifico del Comune di Castions di Strada poi vi è da prendere anche in considerazione che attualmente, sulla base del vigente P.R.G.C., vi è un'unica zona capace di supportare l'insediamento di esercizi di grande dettaglio: la sopraccitata zona H2 posta all'incrocio tra la SR-252 e la SR-353 (Cfr. cartografia in allegato "F").

L'Amministrazione Comunale poi, nell'attuale, particolare, momento economico nazionale e regionale, caratterizzato da una forte contrazione della capacità di spesa della clientela, non ritiene opportuno puntare allo sviluppo di altre aree, ma di garantire l'effettivo avvio di quest'ultima (si ricorda che ancora su quest'area non sono state insediate attività), eventualmente incrementandone la disponibilità di superficie di vendita concedibile [20], sempre se compatibile con la gestione della viabilità nell'area.

Partendo da questi presupposti e conoscendo le potenzialità di sviluppo sia edilizio che commerciale previste dalla proprietà dell'area [21], nel presente paragrafo si valuterà quale possa essere il limite massimo di superficie di vendita potenzialmente/realmente insediabile nell'area (valore oltre il quale è ipotizzabile

---

[20] Si ricorda che attualmente nella zona H2 possono venir insediato "solo" 5.000 mq. di vendita.-.

[21] Si ricorda che nell'area individuata, sulla base delle sue dimensioni fondiari nonché del rispetto dei vigenti limiti di copertura e di standard di parcheggio, potrebbero "potenzialmente" essere edificate superfici commerciali per circa 15.000 mq., ma, per una più prudente valutazione dello sviluppo da dare all'area in questo particolare momento di congiuntura economica, la proprietà non ritiene di superare la soglia degli 8.000/9.000 mq. di vendita.

aspettarsi l'insorgere di insormontabili problemi di gestione dei flussi automobilistici).

Preliminarmente, utilizzando dei parametri econometrici largamente sperimentati a livello regionale, che legano il giro d'affari minimo della nuova iniziativa a dei valori medi di resa al mq. per tipologia/merceologia di esercizio, con crescita della resa man mano che si incrementa la superficie di vendita, si è stimata la "necessità" economica minima al mq. per un nuovo punto vendita [22] e, conseguentemente il numero di consumatori che potenzialmente possono gravitare su detta superficie di vendita (sulla base di valori economici riferiti allo scontrino medio di spesa di un consumatore tipo) [23] (Cfr. Tabella 10 a pagina 26)

Ipotizzando che rispetto al giorno medio soprariportato nella giornata di punta (normalmente il sabato per quasi tutte le tipologie di vendita) la frequenza di visita/spesa si incrementi di circa il 50%, si otterranno i valori riportati nella Tabella 11, a pagina 26, per le varie classi di superficie.

Su questa base si possono ottenere, in sequenza, sempre per la giornata del sabato, sia la frequenza media oraria nell'arco delle ore di apertura [24] sia il numero di consumatori massimi ipotizzati nell'ora di punta [25] (Cfr. Tabella 12 e Tabella 13 a pagina 27 e Tabella 14 a pagina 28).

Partendo ora da questi dati calcolati (e sapendo nell'area attualmente, come già ricordato, non vi sono attività commerciali) si possono avanzare, in via del tutto teorica, più ipotesi di sviluppo emporiale dell'area [26] (vedi Tabella 6 a pagina 23) basate però su due valori massimi di superficie ammissibile secondo le

---

[22] Il settore merceologico non alimentare è stato suddiviso, per una migliore valutazione dell'impatto, in due sotto-settori: quello dell'abbigliamento/calzature e quello degli altri generi. Chiaramente per natura di frequenza di acquisto e di capacità di spesa è il settore alimentare ad aver bisogno di più "quantità" di consumatori nell'arco del giorno.

[23] E' chiaro che tale valutazione è molto legata al tipo di merceologia, alle superfici disponibili e anche, se non soprattutto, al momento economico vissuto dal consumatore. Ai nostri fini si è utilizzato un valore medio di spesa pari a: 52,57 € per il settore alimentare, 69,80€ per il settore abbigliamento e 122,44 € per il settore degli altri generi (il valore di scontrino medio più alto rispetto agli altri settori è dovuto alla sua grande eterogeneità: spazia infatti dall'elettronica all'arredamento, dalla cartoleria alla oreficeria, dalle automobili agli articoli sportivi, ecc.).

[24] Ipotizzando che in un giorno di punta una struttura di GD tenda un orario "minimo" di almeno 12 ore lavorative (dalle 9.00 alle 21.00), soprattutto per le strutture a centro/complesso commerciale.

[25] Ora di punta che di solito è compresa tra le 11 e 12 in mattinata (se la prevalenza della struttura è nel settore alimentare) e tra le 17 e le 18 nel pomeriggio (se la prevalenza è extra-alimentare).

[26] Utilizzando i tre macro settori merceologici di suddivisione del commercio al minuto: alimentari, abbigliamento/calzature e altri generi (art.elettronica di consumo, casalinghi, art.sportivi) si sono ipotizzati più scenari di sviluppo: dalla presenza di soli esercizi monosettore/specializzati a quella di una forte despecializzazione/plurisetore delle attività insediate.

indicazioni della proprietà dell'area (Ipotesi A=9.000 mq. complessivi ed Ipotesi B=8.000 mq. complessivi) (vedi Tabella 7 più sotto).

Ipotesi	Specializ.	Alimentari	Abbigl. nto/ Calzature	Altri Generi
A-Ipermercato solo alimentare	SI	SI	NO	NO
B-Solo Abbigliamento	SI	NO	SI	NO
C-Solo Altri Generi	SI	NO	NO	SI
D-Compl.Comm. Misto "Puro"	NO	SI	SI	SI
E-Compl.Comm.Misto "Bilanciato"	NO	SI	SI	SI
F-Compl.Comm.ExtraAlimentare	NO	NO	SI	SI

**Tabella 6 - Opzioni di sviluppo per settore merceologico**

Mentre le prime tre ipotesi (A-B-C, di tipo: monosettore) prevedono che tutte le superfici di vendita (8.000 o 9.000 mq.) vadano ad una unica merceologia, nelle seconde tre ipotesi (D-E-F, pluri-settore) le due superfici di vendita ipotizzate sono state così ulteriormente suddivise:

Ipotesi	Alimentari	Abbigl. nto/ Calzature	Altri Generi	Totale
D-Compl.Comm. Misto "Puro"	3.000	3.000	3.000	9.000
	2.650	2.700	2.650	8.000
E-Compl.Comm.Misto "Bilanciato"	2.300	3.800	2.900	9.000
	2.000	3.500	2.500	8.000
F-Compl.Comm. ExtraAlimentare	==	5.500	3.500	9.000
	==	5.000	3.000	8.000

**Tabella 7 - Ipotesi sviluppo superfici di vendita**

Utilizzando le citate Tabella 13 e Tabella 14 si sono ora potuti trasformare questi dati di superfici di vendita in consumatori (=veicoli) potenzialmente ingenerati dalle diverse attività di vendita, nelle ore di punta, sia nella giornata del sabato che in quella del venerdì.

Ipotesi	Mq. vendita	Alimentari	Abbigl. nto/ Calzature	Altri Generi	Totale
A-Ipermercato solo alimentare	9.000	869,1	==	==	869,1
	8.000	771,4	==	==	771,4
B-Solo Abbigliamento	9.000	==	339,4	==	339,4
	8.000	==	302,7	==	302,7

Ipotesi	Mq. vendita	Alimentari	Abbigl. nto/ Calzature	Altri Generi	Totale
C-Solo Altri Generi	9.000	==	==	428,9	428,9
	8.000	==	==	380,4	380,4
D-Compl.Comm. Misto "Puro"	9.000	282,9	115,6	137,9	563,3
	8.000	248,7	104,4	120,9	474,0
E-Compl.Comm.Misto "Bilanciato"	9.000	214,5	145,4	133,0	492,9
	8.000	185,6	134,2	111,6	431,4
F-Compl.Comm.ExtraAlimentare	9.000	==	208,9	162,1	371,0
	8.000	==	190,2	137,9	328,1

**Tabella 8 - Traffico ora di punta ingenerato nella giornata del sabato**

Ipotesi	Mq. vendita	Alimentari	Abbigl. nto/ Calzature	Altri Generi	Totale
A-Ipermercato solo alimentare	9.000	686,6	==	==	686,6
	8.000	609,4	==	==	609,4
B-Solo Abbigliamento	9.000	==	268,1	==	268,1
	8.000	==	238,7	==	238,7
C-Solo Altri Generi	9.000	==	==	338,8	338,8
	8.000	==	==	300,5	300,5
D-Compl.Comm. Misto "Puro"	9.000	225,7	91,3	108,9	425,9
	8.000	196,1	82,5	95,2	373,8
E-Compl.Comm.Misto "Bilanciato"	9.000	169,0	115,0	104,7	388,7
	8.000	146,6	104,5	88,2	339,3
F-Compl.Comm.ExtraAlimentare	9.000	==	165,1	128,1	293,2
	8.000	==	150,3	108,9	259,2

**Tabella 9 - Traffico ora di punta ingenerato nella giornata di venerdì**

Ora delle cinque ipotesi di lavoro "gestibili dalla viabilità presente nella zona" [27], si ritiene che le ipotesi D ed E, proprio perché bilanciate in tutti i tre settori merceologici (al contrario delle altre quattro che privilegiano una specializzazione spinta, chi un settore chi l'altro), possano meglio garantire il crescere di un'area commerciale in grado di offrire un discreto mix merceologico, coprendo così tutte le esigenze del consumatore residente e di passaggio. Tra le due, per giunta, si ritiene più congrua/gestibile dalla viabilità dell'area quella

[27] Fin da subito si è scartata l'ipotesi "A" in quanto ritenuta troppo onerosa in termini di traffico indotto (tra 870 e 770 veicoli nell'ora di punta del sabato e 690/610 in quella del venerdì, a seconda delle superfici previste) sulle due strade regionali di riferimento (la SR-252 e 353), così come evidenziato nella specifica relazione di impatto viabilistico, redatta dallo Studio Honsell-Catalano di Trieste, allegato alla presente documentazione.

“bilanciata” (Ipotesi E) con una superficie di vendita più vicina agli 8.000 mq. che ai 9.000 mq. [28]

Da un punto di vista normativo dunque le previsioni sopra-effettuate dovranno portare ad indicare, nella documentazione di Piano, un limite massimo di sviluppo della superficie di vendita all’interno della più volte citata zona H2 (Cfr. anche cartografia “particolare” in allegato “F-1”) pari a:

ZONA URBANISTICA	Settore merceologico	
	Alimentare	Non Alimentare [29]
H2	2.000	6.200

In appendice poi si propone poi anche una serie di modifiche alle attuali norme tecniche urbanistiche per adeguarle sia alle nuove indicazioni normative contenute nella L.R.29/2005 e s.m.i. e nel suo regolamento di esecuzione (D.P.R. n.069/Pres./2007).

oooo \*\*\*\* oooo

[28] Dopo più simulazioni si è ipotizzata una situazione ottimale commercialmente economicamente congrua per una struttura extra-urbana a complesso commerciale con una superficie di vendita complessiva pari a 8.200 mq.- Tale struttura si è stimato possa ingenerare un traffico commerciale indotto nelle ore di punta delle due giornate del sabato e del venerdì pari rispettivamente a: 439,9 e 343,4 veicoli/ora (valori questi utilizzati per i calcoli di capacità trasportistica).

Settori →	Alimentare	Abbigl./Calzature	Altri Generi	Totale
Superficie vendita (mq.)	2.000	3.700	2.500	8.200
Veicoli ora punta Sabato	185,6	142,7	111,6	<b>439,9</b>
Veicoli ora punta Venerdì	146,6	108,6	88,2	<b>343,4</b>

[29] Il settore non alimentare comprende sia il sotto-settore abbigliamento/calzature che quello degli altri generi.

TAVOLE STATISTICHE

<b>IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MINIMI MEDI GIORNO</b>			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.500 mq.	521,0	214,9	276,1
2.000 mq.	727,7	301,2	386,8
2.500 mq.	941,7	390,8	501,5
3.000 mq.	1.161,5	483,0	619,5
3.500 mq.	1.386,2	577,4	740,3
4.000 mq.	1.614,9	673,5	863,3
4.500 mq.	1.847,3	771,3	988,4
5.000 mq.	2.082,8	870,5	1.115,2
8.000 mq.	3.548,9	1.489,2	1.906,1
9.000 mq.	4.053,5	1.702,6	2.178,7

**Tabella 10**

<b>IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI NEL GIORNO DI PUNTA COMMERCIALE - SABATO</b>			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.500 mq.	781,4	322,3	414,2
2.000 mq.	1.091,6	451,8	580,2
2.500 mq.	1.412,6	586,3	752,3
3.000 mq.	1.742,3	724,5	929,3
3.500 mq.	2.079,3	866,1	1.110,4
4.000 mq.	2.422,4	1.010,3	1.294,9
4.500 mq.	2.770,9	1.157,0	1.482,5
5.000 mq.	3.124,3	1.305,8	1.672,8
8.000 mq.	5.323,3	2.233,9	2.859,1
9.000 mq.	6.080,2	2.553,9	3.268,0

**Tabella 11**

Segue TAVOLE STATISTICHE

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI PER ORA DI APERTURA (SABATO)			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.500 mq.	65,1	26,9	34,5
2.000 mq.	91,0	37,7	48,3
2.500 mq.	117,7	48,9	62,7
3.000 mq.	145,2	60,4	77,4
3.500 mq.	173,3	72,2	92,5
4.000 mq.	201,9	84,2	107,9
4.500 mq.	230,9	96,4	123,5
5.000 mq.	260,4	108,8	139,4
8.000 mq.	443,6	186,2	238,3
9.000 mq.	506,7	212,8	272,3

Tabella 12

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI PER ORA DI PUNTA NEL GIORNO DI SABATO			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.500 mq.	131,4	59,6	65,1
2.000 mq.	185,6	78,3	89,4
2.500 mq.	238,7	96,9	111,6
3.000 mq.	285,7	115,6	137,9
3.500 mq.	326,7	134,2	162,1
4.000 mq.	380,6	152,9	186,4
4.500 mq.	429,4	171,5	210,6
5.000 mq.	478,3	190,2	234,9
8.000 mq.	771,4	302,1	380,4
9.000 mq.	869,1	339,4	428,9

Tabella 13

Segue TAVOLE STATISTICHE

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI PER ORA DI PUNTA NEL GIORNO DI VENERDI			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.500 mq.	103,8	47,1	51,4
2.000 mq.	146,6	61,9	70,6
2.500 mq.	188,6	76,6	88,2
3.000 mq.	225,7	91,3	108,9
3.500 mq.	258,1	104,5	128,1
4.000 mq.	300,7	120,3	147,3
4.500 mq.	339,2	135,5	166,4
5.000 mq.	377,9	150,3	185,6
8.000 mq.	609,4	238,7	300,5
9.000 mq.	686,6	268,1	338,8

Tabella 14

### 3. APPENDICE URBANISTICA

#### PROPOSTE DI MODIFICA ALLE NORME TECNICHE CONTENUTE NEL P.R.G.C. PER ADEGUARLE ALLE PREVISIONI COMMERCIALI

Come già affermato la predisposizione nel nuovo Piano di settore del grande dettaglio può portare ad una serie di adeguamenti nel vigente strumento urbanistico di controllo del territorio (P.R.G.C.) per quanto riguarda il settore commerciale. Si intende poi sfruttare questa occasione anche per delle piccole modifiche riferite al settore del medio dettaglio soprattutto per quanto riguarda il rispetto dei nuovi standard di parcheggio (introdotti dall'art.21 del D.P.R. n.069/Pres./2007, dall'art.18, 6° comma e dall'art.110, 2° comma, della L.R.29/2005 – vedi schema sottoriportato)

Articolo P.R.G.C.	Zona Urbanistica	Modifiche a standard di parcheggio	Deroghe a standard di parcheggio	Settore Merceologico Non Alimentare Basso Impatto	Passaggio da Superficie Coperta Complessiva a Superficie di Vendita
5	B	❖	❖		
7	D2-H2	❖	❖	❖	❖
13	G4	❖			❖
14	H3	❖	❖	❖	❖
14 BIS	H2	❖		❖	Ampliamento S.V.
15	O	❖		❖	❖

Per ottenere tale scopo si propone che vengano apportate le seguenti modifiche al testo della Norme Tecniche di Attuazione attualmente in vigore (con carattere barrato e in rosso le parti da cassare, in blu e in grassetto le parti nuove o riformulate).

#### ART. 5 Zone B – Di Completamento

Comma 1

Lettera B) Indici

Lettera f) superfici per parcheggio

Punto 2) di relazione

2.4) di Sv commerciale al minuto:

2.4.2) per esercizio di Sv superiore a  $m^2$  400, per nuova localizzazione, trasferimento e ampliamento:

~~200%~~ 150%;

Lettera C) Disposizioni particolari

**Punto 2bis) Le prescrizioni circa le superfici da destinare a parcheggio previste al precedente punto B.f.2.4. in edifici preesistenti e già con destinazione d'uso commerciale alla data del 18.06.2003 non trovano applicazione.**

ART. 7 Zona D2/H2 – Industriale/commerciale, di interesse comunale

Lettera A) Destinazioni d'uso

Punto 2) Le opere di zona H2 rispettano le destinazioni d'uso seguenti:

Lettera a) commerciale al minuto, esclusi:

~~1) centro al dettaglio superiore a  $m^2$  2.500 di superficie coperta complessiva;~~

**1) 2) esercizio di superficie coperta complessiva superiore a  $m^2$  4.500; esercizi (singoli o associati: a centro/complesso commerciale) con superficie di vendita superiore a  $m^2$  1.500;**

**2) 3) esercizi di vendita del settore merceologico alimentare di generi di largo e generale consumo, eccetto per i beni prodotti o lavorati direttamente;**

Lettera B) Indici

Comma 1

Lettera g) superficie per parcheggio, privato, minima:

Punto 2) di relazione

2.3) di Sv commerciale al minuto:

2.3.2) per esercizio di Sv superiore a  $m^2$  400 **e inferiore a  $m^2$  1.500:**

2.3.2.1) in genere: ~~200%~~ **150%;**

2.3.2.2) ~~con vaste superfici di esposizione~~ **esercizi di vendita del settore merceologico non alimentare a basso impatto** : 80%;

Lettera C) Disposizioni particolari

~~Punto 3. La superficie coperta complessiva per attività commerciali al dettaglio nel Prp non può superare i  $m^2$  2.500 mq.~~

**(NUOVO) Punto 3) Le prescrizioni circa le superfici da destinare a parcheggio previste al precedente punto B.g.2.3. in edifici preesistenti e già con destinazione d'uso commerciale alla data del 18.06.2003 non trovano applicazione.**

#### ART. 13 Zona G4 – Ricettivo complementare, di lago

Lettera A) Destinazioni d'uso

Punto 1) Le opere rispettano le destinazioni d'uso e percentuali di volume teoricamente edificabile su totale massime seguenti:

Lettera e) commerciale al minuto, di servizio all'attività ricettivo complementare, ~~escluso esercizio di superficie coperta complessiva superiore a  $m^2$  1.500~~ **esclusi esercizi (singoli o associati: a centro/complesso commerciale) con superficie di vendita superiore a  $m^2$  1.500**, 20%:

Lettera B) Indici

Lettera f) superficie per parcheggio, privato, minima:

Punto 2) di relazione

2.4) di Sv commerciale al minuto:

2.4.2) per esercizio di Sv superiore a  $m^2$  400: ~~200%~~ **150%;**

Lettera C) Disposizioni particolari

~~Punto 2. In ogni zona H3 individuata in zonizzazione non potrà essere superata la superficie di vendita di 2.500 mq. per il commercio al dettaglio.~~

ART. 14 Zona H3 – Commerciale, esistente

Lettera A) Destinazioni d'uso

Punto 1) Le opere rispettano le destinazioni d'uso seguenti:

Lettera a) commerciale al minuto, esclusi:

~~1) contro al dettaglio superiore a m<sup>2</sup> 2.500;~~

**1 2) esercizio di superficie coperta complessiva superiore a m<sup>2</sup> 1.500; esercizi (singoli o associati: a centro/complesso commerciale) con superficie di vendita superiore a m<sup>2</sup> 1.500;**

Lettera B) Indici

Comma 1

Lettera g) superficie per parcheggio, privato, per nuova costruzione e ricostruzione, salvo norma diversa, nel lotto, minima:

Punto 2) di relazione

2.3) di Sv commerciale al minuto, per nuova localizzazione, trasferimento e ampliamento:

2.3.2) per esercizio di Sv superiore a m<sup>2</sup> 400 **e inferiore a m<sup>2</sup> 1.500:**

2.3.2.1) in genere: ~~200%~~ **150%;**

2.3.2.2) ~~con vaste superfici di esposizione~~ **esercizi di vendita del settore merceologico non alimentare a basso impatto** : 80%;

Lettera C) Disposizioni particolari

~~Punto 2. In ogni zona H3 individuata in zonizzazione non potrà essere superata la superficie di vendita di 2.500 mq. per il commercio al dettaglio.~~

**(NUOVO) Punto 2) Le prescrizioni circa le superfici da destinare a parcheggio previste al precedente punto B.g.2.3. in edifici preesistenti e già con destinazione d'uso commerciale alla data del 18.06.2003 non trovano applicazione.**

ART. 14 BIS - Zona H2 – Commerciale di interesse comunale

**Destinazioni d'uso**

Lettera b) commerciale al minuto con superficie di vendita non superiore a ~~m<sup>2</sup> 5.000~~ **m<sup>2</sup> 12.000**; ~~(modificato dalla delibera di C.C. n.° 12 del 28.04.2004)~~

**Superfici parcheggi**

Commercio dettaglio fino a 400 m<sup>2</sup>  
della superficie di vendita (S:V) ..... Non inferiore al 100% della S.V.

~~Commercio dettaglio da 401 m<sup>2</sup>  
a 1.000 m<sup>2</sup> di S.V. .... Non inferiore al 200% della S.V.~~

**Commercio dettaglio tra 401 m<sup>2</sup>  
e i 1.500 m<sup>2</sup> di S.V. .... Non inferiore al 150% della S.V.**  
**Commercio dettaglio superiore a  
i 1.500 m<sup>2</sup> di S.V. (singolo o  
associato in Centro/Complesso  
commerciale) ..... Non inferiore al 200% della S.V.**

ART. 15 Zona O – Mista

Lettera A) Destinazioni d'uso

Punto 1) Le opere rispettano le destinazioni d'uso e percentuali massime di volume teoricamente edificabile totale seguenti:

*Lettera d) commerciale al minuto, ~~escluso esercizio di superficie coperta complessiva superiore a m<sup>2</sup> 1.500~~ **esclusi esercizi (singoli o associati: a centro/complesso commerciale) con superficie di vendita superiore a m<sup>2</sup> 1.500;***

Lettera B) Indici

Comma 1

Lettera f) superficie per parcheggio, privato, minima:

Punto 2) di relazione

2.3) di Sv commerciale al minuto:

2.3.2) per esercizio di Sv superiore a m<sup>2</sup> 400 **e inferiore a m<sup>2</sup> 1.500:**

2.3.2.1) in genere: ~~200%~~ **150%;**

2.3.2.2) ~~con vaste superfici di esposizione~~ **esercizi di vendita del settore merceologico non alimentare a basso impatto** : 80%;

Lettera C) Disposizioni particolari

~~Punto 2. Nell'intera zona O non potrà essere superata una superficie di vendita di 2.500 mq. per il commercio al dettaglio.~~

## **4. ALLEGATI**

- A – Elenco titolari autorizzazione amministrativa**
- B – Tabella di verifica della compatibilità urbanistica delle varie zone del territorio comunale con l’inserimento di attività commerciali**
- C – Localizzazione zone urbanistiche a vocazione commerciale**
- D – Localizzazione strade di traffico**
- E – Cartografia di gestione del settore di Medio Dettaglio maggiore o M2**
- F – Cartografia di gestione del settore di Grande Dettaglio**
  - F1 – Cartografia di particolare zona H2**

**A - ELENCO TITOLARI AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA**

DITTA	UBICAZIONE NEGOZIO			SUPERFICI VENDITA		
				MQ ALIMEN.	MQ NON ALIMEN.	MQ TOTALI
SUPERMERCATO CODARIN SAS DI MONTE LUISA & C	Via	Ellero	1		250	149
CECCONI LAURA	Via	Roma	21		164	66
TENDENZA DI STOCCO FRANCA & C. SAS	Via	Venezia	54		220	220
SPRECO MENO DI PELLEGRIN CORINNA	Via	Udine	55	150	30	180
BLIZ S.R.L.	Via	Udine	51		158	158
CODARINI CLAUDIO	Vicolo	D'Aronco	1		135	135
TODARO EDI - LE RATATUJE	Via	Venezia	7		137	137
GORI RINO	Via	Napoleonica	10		30	30
STELLA BAR DI CHIRITA SILVIA	Via	Roma	32	120	-	120
MOBILI FAM DI FRANCESCHINIS M & C	Via	Trieste	5		-	115
LAMA AUTOTRACTOR DI MARIO DEGANO S.N.C.	Via	Udine	60		-	108
DEANA FRANCO E VALTER SNC	Via	Roma	124		-	130
BENDO DENIS	Via	Roma	5	97	5	102
DELLA PORTA EMANUELA	Via	Dante	13		98	98
VENETA TRUCKS S.P.A. DI BEDOSTI ANDREA	Via	Malignani	27		94	94

DITTA	UBICAZIONE NEGOZIO			SUPERFICI VENDITA		
				MQ ALIMEN.	MQ NON ALIMEN.	MQ TOTALI
STOCCO ANTONIO	Via	Dante	42		82	82
ENTESANO FOOD S.R.L.	Via	Venezia	68	60	22	82
BASELLO RICCARDO	Via	Roma	78		80	80
SANDRI CRISTINA	Via	San Pellegrino	1	53	26	79
SALUMIFICIO PITACCOLO G. S.R.L.	Via	Malignani	2	78	-	78
TELL ALBERTO	Via	Udine	37		40	40
CALDO FREDDO SERVICE	Via	Roma	30		66	66
AGRARIA EREDI DI STEL IVANO	Via	Zorutti	26		65	65
LUVISUTTI L. & C. S.N.C.	Via	Roma	13	63	-	64
BASALDELLA MAJCO	Via	Roma	4	57	28	85
FERRAMENTA FRIULI DI TOMASIN D. & S.	Via	Marconi	2		56	56
MENNA FELICE	Via	Malignani	1		50	50
PANIFICIO DI CANDOTTO STEFANO & LUCA	Via	Pordenone	1	50	-	50
DA LUCIA DI D'AMBROSIO A & C S.N.C.	Via	Roma	36		46	46
"CANAPE" di SCHIAVON ALESSANDRA	Via	Venezia	1	48	-	48
L'INFISSO DI STRIZZOLO ARNALDO	Via	Aquileia	21		30	30
AUTOSTILE DI CLAROTTI GIOVANNI	Via	Napoleonica	12		30	30

DITTA	UBICAZIONE NEGOZIO	SUPERFICI VENDITA		
		MQ ALIMEN.	MQ NON ALIMEN.	MQ TOTALI
GELATOMANIA DI COMAND & BASELLO	Via Roma 120	30	-	30
LATTERIA SOCIALE TURNARIA DI CASTIONS DI STR.	Via Roma 55	22	-	22
MASUTTI GIUSEPPE	Via Napoleonica 19		19	19
REP di RONUTTI R. & C. s.n.c.	Via Napoleonica 3		192	192
RANDI LUCIANO	Via Napoleonica		9	9
FORAMITTI PAOLA	Via Europa 17		6	6
AGRIEST DI RUNCIO FEDERICO	Via Dante 34		114	114

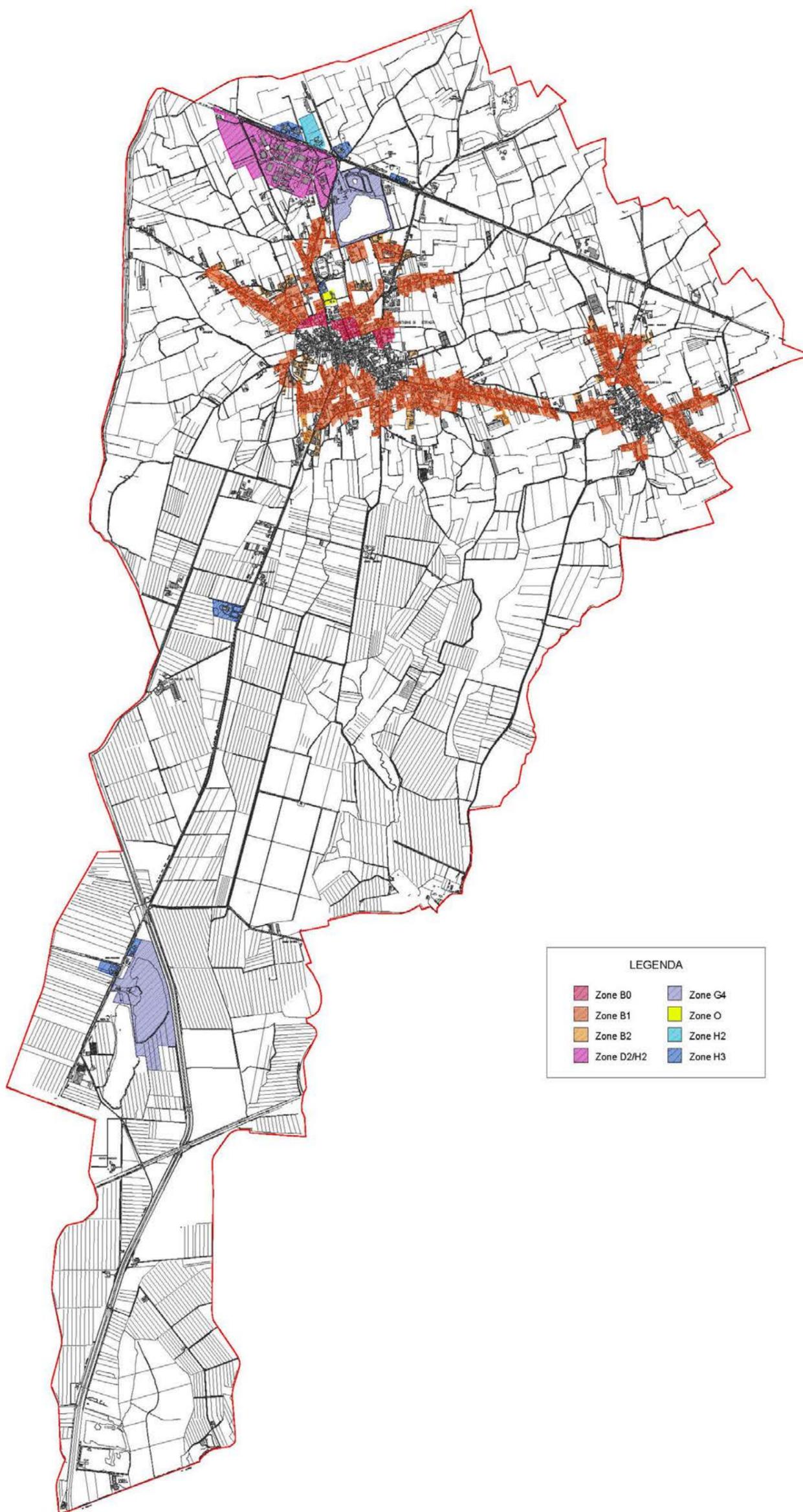
**B - ANALISI DELLE VIGENTI NORME URBANISTICHE CON RIFERIMENTO ALLE DESTINAZIONI D'USO COMMERCIALI AL MINUTO**

<b>ZONA URBANISTICA</b> (definizioni ed articoli del vigente P.R.G.C.)	<b>V</b> Esercizio di vicinato Con superficie di vendita fino a 250 mq.	<b>M1</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 250 e fino a 400 mq.	<b>M2</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 400 e fino a 1.500 mq.	<b>GD</b> Grande struttura di vendita Con superficie di vendita superiore a 1.500 mq.
<b>A (art. 4)</b> Di nucleo tipico storico	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B (art. 5)</b> Di completamento	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>C (art. 6)</b> Di espansione	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>D2/H2 (art. 7)</b> Industriale/commerciale, di interesse comunale				
<b>- D2</b>	E' ammessa nella zona la destinazione d'uso a commercio al minuto di beni produttivi, lavorati o confezionati direttamente e beni accessori a questi, nei limiti di superficie massima del 30% della superficie utile complessiva			
<b>- H2</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b> Fino a 1.500 mq. di superficie coperta complessiva per esercizio singolo	<b>SI</b> Fino a 2.500 mq. di superficie coperta complessiva per centro al dettaglio

<b>ZONA URBANISTICA</b> (definizioni ed articoli del vigente P.R.G.C.)	<b>V</b> Esercizio di vicinato Con superficie di vendita fino a 250 mq.	<b>M1</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 250 e fino a 400 mq.	<b>M2</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 400 e fino a 1.500 mq.	<b>GD</b> Grande struttura di vendita Con superficie di vendita superiore a 1.500 mq.
<b>D3 (art. 8)</b> Industriale esistente	E' ammessa nella zona la destinazione d'uso a commercio al minuto di beni prodotti o lavorati direttamente			
<b>E (art. 10)</b> Agricole  <b>sub-zona E5.3</b>	E' ammessa nella zona la destinazione d'uso a commercio di prodotti agricoli			
<b>G4 (art. 13)</b> Ricettivo complementare, di lago	<b>SI</b> - Di servizio all'attività ricettivo complementare - Commerciale al minuto di prodotti agricoli esercitata da imprenditore agricolo fino a 200 mq.  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita	<b>SI</b> - Di servizio all'attività ricettivo complementare  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita	<b>SI</b> - Di servizio all'attività ricettivo complementare  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita	NO

<b>ZONA URBANISTICA</b> (definizioni ed articoli del vigente P.R.G.C.)	<b>V</b> Esercizio di vicinato Con superficie di vendita fino a 250 mq.	<b>M1</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 250 e fino a 400 mq.	<b>M2</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 400 e fino a 1.500 mq.	<b>GD</b> Grande struttura di vendita Con superficie di vendita superiore a 1.500 mq.
<b>H3 (art. 14)</b> Commerciale, esistente  Escluse le zone distinte con il n. 27 e il n. 13	<b>SI</b>  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita	<b>SI</b>  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita	<b>SI</b> Fino a 1.500 mq. di superficie coperta complessiva per esercizio singolo  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita	<b>SI</b> Fino a 2.500 mq. di superficie coperta complessiva per centro al dettaglio  Per ogni zona non più di 2.500 mq. di superficie di vendita
<b>H2 (art. 14Bis)</b> Commerciale di interesse comunale	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b> Fino a 5.000 mq. di superficie di vendita
<b>O (art. 15)</b> Mista	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b> Nell'intera zona non più di 2.500 mq. di sup	<b>NO</b>
<b>P (art. 15Bis)</b> Attrezzature per lo svago e la ricreazione	<b>SI</b> La somma delle aree destinate al commercio non deve superare il 20% della superficie della discoteca	<b>SI</b> La somma delle aree destinate al commercio non deve superare il 20% della superficie della discoteca	<b>NO</b>	<b>NO</b>

**C – INDIVIDUAZIONE ZONE URBANISTICHE OVE E' AMMISSIBILE L'INSEDIAMENTO DI ESERCIZI CON SUPERFICIE DI VENDITA SUPERIORE A 400 MQ.**

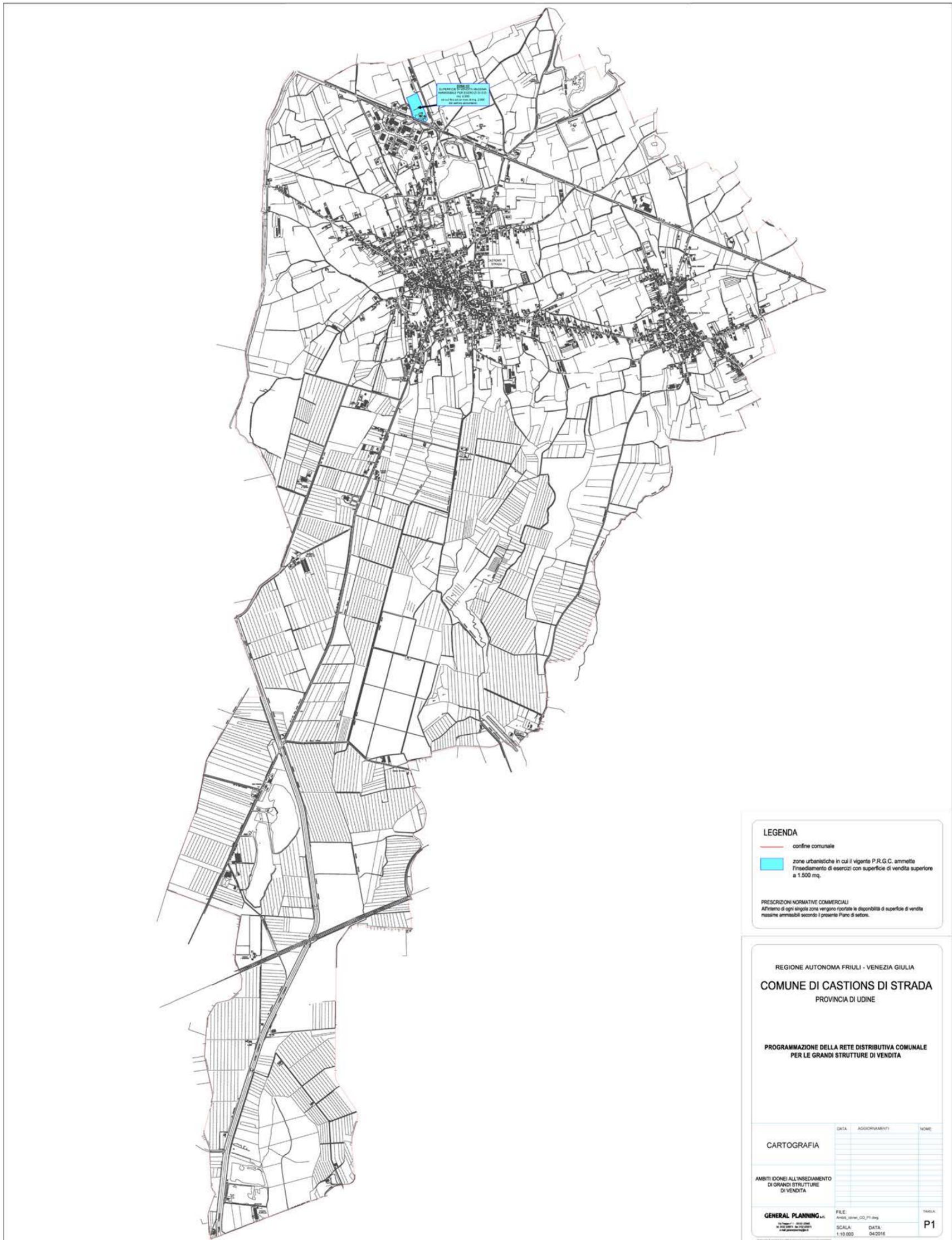


D – LOCALIZZAZIONE PRINCIPALI ARTERIE STRADALI DI TRAFFICO





F – CARTOGRAFIA DI GESTIONE DEL SETTORE DEL GRANDE DETTAGLIO



**LEGENDA**

- confine comunale
- zone urbanistiche in cui il vigente P.R.G.C. ammette l'insediamento di esercizi con superficie di vendita superiore a 1.500 mq.

PRESCRIZIONI NORMATIVE COMMERCIALI  
All'interno di ogni singola zona vengono riportate le disponibilità di superficie di vendita massime ammissibili secondo il presente Piano di settore.

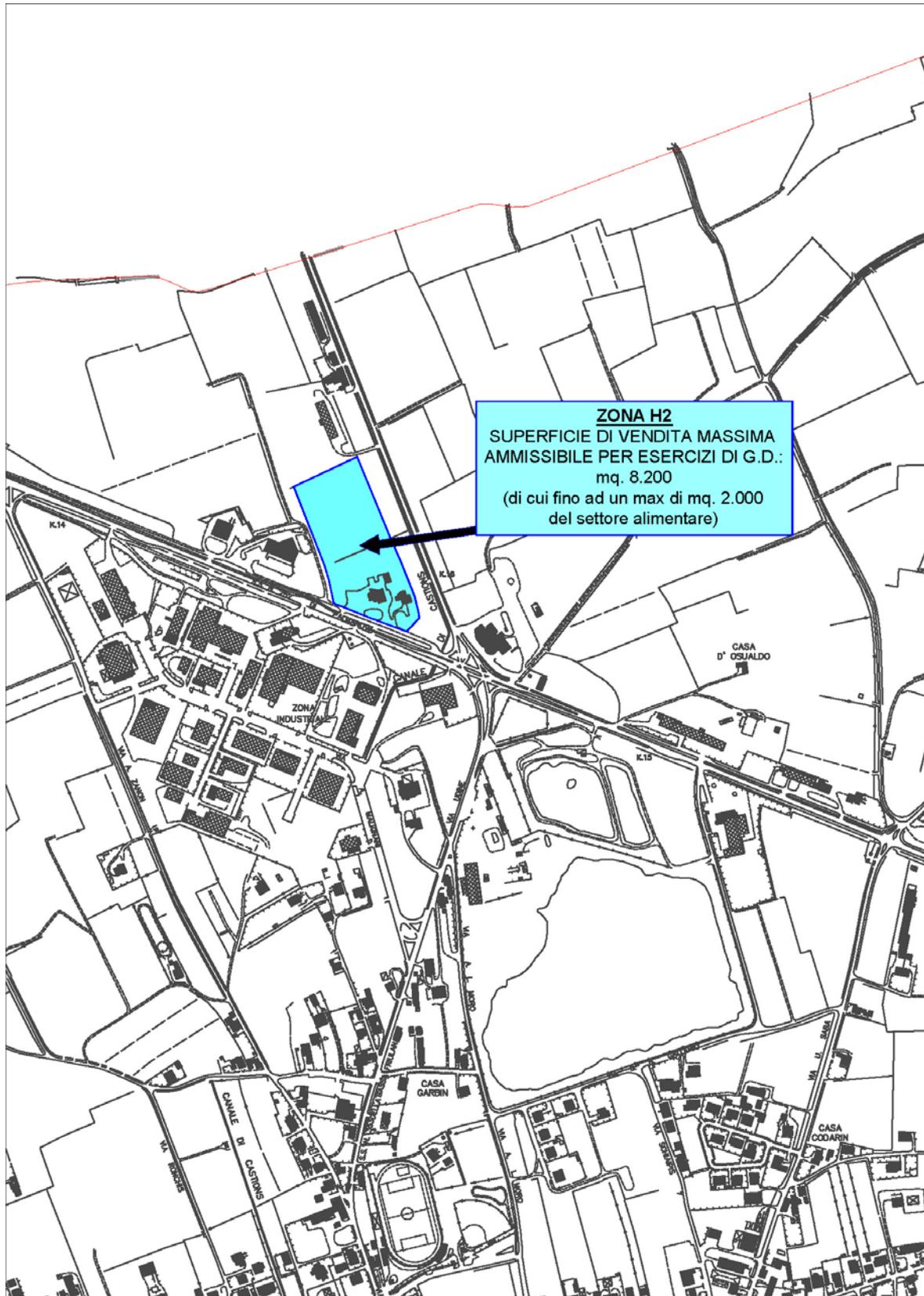
REGIONE AUTONOMA FRIULI - VENEZIA GIULIA  
**COMUNE DI CASTIONS DI STRADA**  
PROVINCIA DI UDINE

**PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA COMUNALE  
PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

	DATA	AGGIORNAMENTI	NOTE
CARTOGRAFIA			
AMBITI (DONES) ALL'INSERIMENTO DI GRANDI STRUTTURE DI VENDITA			

<b>GENERAL PLANNING</b> s.r.l. Via S. Vito 10 - 33010 - Udine (UD) - Tel. 0432/410101 - www.generalplanning.it	FILE: Ambit_castions_P1.dwg	TAVOLA: <b>P1</b>
SCALA: 1:10.000	DATA: 04/2016	

F-1 PARTICOLARE ZONA DI SVILUPPO DELLA G.D.



© Copyright **Aprile 2016** by **GENERAL PLANNING Srl**

33100 Udine (UD) – Via Treppo 1  
Tel. 0432/509974 – Fax 0432/509975  
e-mail: [generalplanning@iol.it](mailto:generalplanning@iol.it)