

Allegato alla delib. C.C.

n. 25 del 20/3/1990

PIANIFICAZIONE COMMERCIALE DEL COMUNE
DI SCARMAGNO

Redazione: Renato dr. IACONI
VIA DEL LYS 15
IVREA

FEBBRAIO 1989

INDICE GENERALE

CAPO I Orientamenti politici e normativi	pag. 1
CAPO II Significato della pianificazione	pag. 6
CAPO III Metodologia	pag. 9
CAPO IV Situazione socio economica	pag.10
CAPO V Abitudini d'acquisto	pag.14
CAPO VI Struttura commerciale	pag.24
CAPO VII Progetto di pianificazione	pag.30
CAPO VIII Normativa	pag.37

CAPO I.

ORIENTAMENTI POLITICI E NORMATIVI

La politica commerciale italiana degli anni 70 e 80 risulta profondamente contrassegnata dalle regole espresse dalla Legge 426.

L'idea della 426 era trasparente: guidare lentamente ed in modo non traumatico la trasformazione del commercio nazionale per arrivare in un decennio ad una struttura distributiva moderna e razionale. L'obiettivo non si è realizzato neppure nell'arco di venti anni.

L'intervento previsto infatti - nonostante le affermazioni di principio - si è mosso in modo disordinato.

Non è difficile individuare alcune delle cause più evidenti di questo fallimento.

Innanzitutto le amministrazioni comunali a cui era delegato un ruolo importante di programmazione, non sono state in grado di assolvere al loro compito in mancanza di una adeguata "cultura commerciale".

È noto infatti che il commercio all'interno dei governi comunali è attività trascurata, campo spesso di concessioni clientelari, più che di manovre finalizzate alla crescita del settore.

Le Regioni - allora neonate - non avevano ancora acquisito la potenzialità per assumere la guida del processo di pianificazione.

E nel corso degli anni, la maggior parte di esse ha invano tentato di recuperare il terreno perduto.

Tutto questo in un momento storico in cui l'economia italiana stava attraversando una profonda crisi sul fronte industriale, ma non aveva ancora individuato il terziario come area di sviluppo alternativo.

Le lotte sindacali che avevano fatto impennare il costo del lavoro in generale, mettevano in difficoltà la crescita del commercio moderno su grandi dimensioni ed ampia occupazione, proteggendo involontariamente il commercio tradizionale a conduzione familiare.

Se consideriamo poi le leggi che seguirono la 426, quella che regolava il settore dell'ambulato e quella che regolava il settore dei pubblici esercizi, ci accorgeremo che una strana emanazione a intervalli di tempo troppo distanziati non consentiva tra loro un collegamento reale.

Le integrazioni e le modifiche normative infine, invece di seguire la strada degli interventi globali, procedevano per gradi spesso contraddicendosi.

Questo può spiegare perché oggi, alle soglie degli anni 90, in attesa dell'apertura del mercato europeo, il sistema

di distribuzione italiano, specie quello al dettaglio, continua ad essere afflitto da malanni cronici come l'eccessiva polverizzazione degli esercizi, l'elevata età degli operatori, la scarsa professionalità degli stessi, gli elevati costi di gestione aziendale.

Nonostante le difficoltà di disegnare un profilo esatto del commercio di casa nostra è evidente il prodominio del commercio tradizionale.

L'Euromonitor, una agenzia al servizio della Commissione di Bruxelles, ha recentemente pubblicato un quadro comparativo di dati statistici riguardanti il numero dei negozi al dettaglio operanti nella Europa dei dodici.

Ecco il dettaglio:

Paese	N.punti vendita	di cui alimentari	densita' clienti/neg.
Italia	1.033.725	423.575	55
Francia	661.390	265.833	83
Germania	412.714	115.748	148
Spagna	391.434	229.665	99
Regno Unito	342.022	162.814	165
Grecia	160.599	64.036	62
Olanda	157.642	50.401	91
Belgio	121.690	36.739	81
Portogallo	81.074	46.317	125
Danimarca	50.826	15.832	101
Irlanda	32.332	14.133	110
Lussemburgo	3.872	1.335	92

*

*

*

*

Il nostro paese dunque figura al primo posto come numero globale di negozi, superando quasi del doppio la Francia e di circa due terzi la Germania che possono essere considerate equiparabili per il numero di abitanti; risulta invece ultima l'Italia tra i paesi della Comunita' per quanto riguarda la densita' dei clienti serviti da ogni punto vendita: solo 55 consumatori per negozio contro i 148 della Germania e gli 83 della Francia.

E' questo un indice piuttosto attendibile della marginalita' nel nostro paese delle grandi catene distributive.

La presenza della moderna distribuzione e' in Italia solo in fase iniziale, troppo concentrata al nord e gia' condizionata da capitali stranieri.

Questo la dice lunga sulle condizioni del commercio nazionale.

E non sara' purtroppo un provvedimento come il Decreto Ministeriale 375 ad invertire la situazione.

Non e' infatti pacifico - come molti commentatori vogliono dimostrare - che il decreto contenga norme che liberalizzano totalmente piccolo e grande dettaglio.

Non si comprenderebbe neppure perche' questa debba essere l'interpretazione piu' corretta, considerando che i principi fondamentali che regolano il settore non prevedono un cosi' ampio liberalismo.

Al di la' delle piu' o meno "centrate" interpretazioni del nuovo decreto e' preoccupante che lo sviluppo del commercio nei prossimi anni - che rappresenteranno un periodo delicato dell'intera economia nazionale - sia affidato dal settembre 88, ad una fonte subordinata di diritto e, se non bastasse, fortemente caratterizzata da ripetute carenze tecnico giuridiche.

Ancora una volta - ma oggi e' piu' grave - manca una linea omogenea e chiaramente indirizzata che predisponga in un unico disegno azione normativa, concreto intervento di formazione professionale e adeguata politica creditizia di sostegno.

C'e' tuttavia la sensazione che non si possa piu' attendere. Non rimane che rimboccarsi le maniche e partire dalla convinzione che il momento fondamentale per la crescita del terziario era ed e' l'intervento delle amministrazioni comunali.

Al Comune spetta dunque rimuovere tutti gli errori e le indecisioni passate, innescare un lavoro di politica commerciale attiva e raggiungere tutti gli obiettivi posti.

E' in gioco il futuro stesso dell'economia italiana.

Il metodo e' semplice, e' sempre stato sotto gli occhi di tutti, ma solo oggi le polemiche scatenate sull'azione legislativa di Battaglia hanno fatto acuire l'attenzione di molti addetti ai lavori.

Si tratta in sostanza di usare con attenzione e precisione gli strumenti offerti dalla 426.

La legge dunque, non la regolamentazione esecutiva.

La legge 426, non il DM 375.

Si deve guardare la legge del 1971, con gli occhi attenti alle necessita' di oggi: divenire competitivi a livello europeo in attesa del 1992.

CAPO II

SIGNIFICATO DELLA PIANIFICAZIONE

Quale significato assume allora la pianificazione commerciale, nella logica delle considerazioni espresse nel capitolo precedente?

Innanzitutto e' bene ribadire che l'unico livello oggi giuridicamente definito di pianificazione e' solo quello comunale.

Ecco perche' il piano di sviluppo commerciale e' ancora oggi lo strumento piu' importante di quella politica attiva che deve fare "davvero crescere" il settore in Italia.

Di fatto non e' cambiato nulla dal lontano 1971 in tema di obiettivi.

Le varie discussioni ed interpretazioni suscitate dall'entrata in vigore nel settembre 88 del decreto Battaglia, devono pero' fare riconsiderare il proprio lavoro a molti pianificatori poiche' le esperienze fino ad oggi realizzate offrono risultati contraddittori:

- i piani attuali hanno certamente frenato la proliferazione dei punti vendita soprattutto nei settori di largo consumo, ma l'intervento si e' rivolto indistintamente verso il commercio tradizionale e verso quello moderno;

- i piani attuali hanno contribuito attraverso la gestione dei contingenti e dei trasferimenti a intraprendere la strada di una piu' razionale distribuzione dei negozi sul territorio, quasi mai pero' in sintonia con adeguate politiche urbanistiche, in genere carenti per quanto riguarda la collocazione ottimale dei punti vendita all'interno delle aree cittadine.

"Nel complesso - per usare le parole di uno studio ministeriale di qualche anno fa - l'intervento della pianificazione commerciale e' risultato piu' ispirato a congelare la rete distributiva, piuttosto che a modificarla secondo un qualche criterio di ristrutturazione.

I piani hanno di fatto tutelato i piccoli operatori in attivita' invece di agevolare l'accesso al mercato di nuovi soggetti.

Si e' usato il contingente per fini restrittivi, la superficie minima in modo inadeguato all'ampliamento delle superfici esistenti, la zonizzazione solo con intenti vincolistici".

Così nel 1983 uno studio del ministero dell'Industria fotografava la situazione italiana dopo un decennio di programmazione comunale.

È necessario riflettere su questo, anche perché - vale la pena di ripeterlo - non è cambiato molto in questi venti anni negli obiettivi minimi che la Legge 426 si prefiggeva per creare un tessuto distributivo competitivo e razionale:

- * minori esercizi in attività, ma su maggiori superfici;
- * evoluzione qualitativa attraverso l'approntamento di moderne strutture di vendita;
- * evoluzione qualitativa attraverso l'adozione di moderne formule di acquisto e vendita.
- * aumento delle vendite a basso margine utilizzando tecniche aggiornate di vendita.

È ovvio che per ottenere un siffatto risultato non sia sufficiente pianificare correttamente, ma come già affermato intervenire con una facile e continua attività di formazione e con congrui interventi di finanziamento alle aziende per trasformare la teoria in pratica.

Tuttavia abbiamo oggi a disposizione solo il primo elemento i cui principi ispiratori debbono essere chiari:

- * va privilegiato e rafforzato il servizio di vicinato cioè quello a scala pedonale;
- * va mantenuto pertanto il negozio tradizionale purché soddisfi esigenze di servizio e di prezzo;
- * vanno fissati dei minimi di superficie razionali, per salvaguardare il patrimonio urbanistico esistente, ma contemporaneamente per alzare la superficie media degli esercizi di largo e generale consumo;
- * va equilibrato il commercio fisso con il servizio espresso dal commercio ambulante;
- * vanno previste come stimolo innovativo unità di vendita di tabella Ia;
- * vanno previsti i massimi di superficie per le tabelle contingentate comprese la tabella VIII per evitare fatti speculativi nocivi allo stesso consumatore.

In ultima analisi il Comune non deve creare scudi protettivi, ma una vera politica di sviluppo all'interno del settore commerciale.

Non bisogna infatti mai dimenticare che tutta la giurisprudenza in materia di autorizzazioni ha negli ultimi anni ribadito ed espresso sempre un unico concetto che nasce dall'ambito della carta Costituzionale.

L'art. 41 della Costituzione che tutela il diritto alla libertà d'iniziativa fa ritenere eccezionale ogni provvedi-

mento di diniego della licenza di commercio, salvo precisi e concreti elementi comprovanti l'esistenza di un preminente interesse pubblico generale.

Questo fa ritenere che prima di ogni valutazione di pianificazione bisogna avere in mente il quadro ultimo del comparto commerciale come si vorrebbe che fosse, considerando fondamentale l'apporto di giovani forze e di giovani idee.

Cito letteralmente il lavoro della Regione Piemonte quando affronta l'argomento degli indirizzi generali con precise considerazioni sull'equilibrio domanda-offerta.

"L'esperienza ha dimostrato che l'applicazione e l'interpretazione, nel senso dell'equilibrio contabile tra domanda ed offerta, della legge 426 conduce al congelamento dello stato di fatto, in una logica sostanzialmente corporativa dato che tende a garantire la mancanza di concorrenza nel settore. Si impone dunque una diversa interpretazione del concetto di equilibrio - sia per ragioni di coerenza ai principi ispiratori della legge, sia per ragioni di concreta operativita': una interpretazione per la quale tra il dimensionamento della rete dell'offerta e quello della domanda si debba perseguire una non gia' possibile collimazione contabile, ma un processo di gradualità e reciproci adattamenti compatibili con un sostanziale adeguamento qualitativo dell'offerta che in una fase di trasformazione si realizza anche attraverso un suo temporaneo sovradimensionamento".

Sulla base di queste considerazioni passiamo a tracciare nel prossimo capitolo il metodo con cui progressivamente giunge re al nocciolo del lavoro di pianificazione.

CAPO III

METODO

L'obiettivo di definire un progetto che consenta alla struttura distributiva di raggiungere:

- a) una concreta efficienza di servizio
- b) un reale ammodernamento delle strutture
- c) una adeguata localizzazione dei punti vendita

passa attraverso una serie di analisi che si possono così schematizzare:

- 1 - analisi della struttura demografica ed occupazionale della realtà comunale
- 2 - analisi delle abitudini di acquisto dei residenti
- 3 - analisi del tessuto commerciale esistente

Tenuto conto delle situazioni emerse sarà affrontato il progetto di pianificazione separatamente per ognuno dei tre settori considerati:

- commercio fisso
- commercio ambulante
- pubblici esercizi

CAPO IV

SITUAZIONE SOCIO ECONOMICA DI SCARMAGNO

Per avere le tabelle riproposte nelle pagine che seguono e' stato distribuito un questionario alle famiglie residenti a Scarmagno.

In questo capitolo esaminiamo le risposte alle prime tre domande.

Hanno risposto 140 famiglie su 344 totali, il che rappresenta un campione superiore al 41% : una percentuale decisamente elevata per la nostra analisi.

Dall'esame delle tre schede si possono rilevare le seguenti valutazioni:

- il 65% delle 344 famiglie di Scarmagno e' composto da meno di 4 persone.
Il dato conferma l'inversione di tendenza intervenuta nella famiglia italiana negli ultimi anni.
Sono diminuite le nascite e la famiglia e' divenuta " corta".
La componente dei pensionati residenti e' superiore al 28% attestando un graduale invecchiamento della popolazione.
- Sul totale della componente attiva di Scarmagno valutata nel 44% del totale ,oltre il 34% e' rappresentato da impiegati e operai, molto verosimilmente occupati all'Olivetti.

A questi dati aggiungiamo quello riferito alla dinamica di crescita della popolazione di Scarmagno negli anni tra il 1961 ed il 1988.

Anno	1961	1971	1981	1988
Popolazione	628	698	815	794

E' evidente una relativa stazionarieta'.

Si puo' presumere che per il prossimo quadriennio non si verificheranno scostamenti di rilievo e pertanto il dato assunto per la valutazione pianificatoria e' quello attuale: 794 abitanti.

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 1

Da quante persone e' composta la famiglia

N COMPONENTI	TOTALE FAMIGLIE	%
1	14	10,00
2	40	28,57
3	37	26,43
4	37	26,43
5	9	6,43
6	2	1,43
7	=	=
8	1	0,71
	140	100%

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 2

Professione esercitata dai componenti la famiglia:

Professione	Totale risposte	%
Liberi Professionisti	3	0,52
Autonomi	47	8,18
Impiegati	98	17,07
Operai	100	17,42
Casalinghe	41	7,15
Pensionati	163	28,39
Studenti	91	15,86
Coadiuvanti	6	1,05
Non occupati	25	4,36
TOTALE	574	100%

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 3

Settore di attivita' in cui lavorano i componenti la fam.

Settore	Risposte	%
AGRICOLTURA	15	6,65
COMMERCIO	25	11,06
ARTIGIANATO	31	13,71
INDUSTRIA	109	48,23
ALTRE	46	20,35
TOTALE	226	100%

CAPO V

ABITUDINI DI ACQUISTO DEI RESIDENTI

Seguono le schede elaborate e relative alle abitudini di acquisto dei residenti sia in tema di mercato fisso, sia in tema di mercato ambulante.

Si evidenzia altresì la frequenza dei pubblici esercizi.

I rilievi più importanti per il settore fisso e ambulante sono:

- esiste una consistente domanda relativa ai soli alimentari che vengono acquistati per il 50% nei punti vendita del Comune.

Elevata l'evasione d'acquisto per gli altri beni:

quasi il 95% per l'abbigliamento

circa l'80% per la cartoleria

oltre l'89% per gli articoli della casa

oltre il 90% per gli altri generi

- i Comuni di maggiore attrazione commerciale sono Ivrea e Strambino.

Si sottolinea la minima attrazione del Mega di Burolo

- lo scarso assortimento e' alla base della "fuga d'acquisto" da Scarmagno.

I rilievi salienti per il settore dei pubblici esercizi sono:

- buona frequenza degli esercizi esistenti

- sufficiente servizio delle attività esistenti

Infine appare molto elevato l'autoconsumo nei diversi settori: oltre il 60%, con particolare riguardo a frutta e verdura.

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 4

Dove acquista prevalentemente ognuno dei beni indicati

Merceologia	Risposte	P.V. v.c.	P.V. a.z.	P.V. a.C.	M.A.
ALIMENTARI	184 100%	80 43,48%	12 6,52%	60 32,60%	32 17,4%
ABBIGLIAMENTO	131 100%	5 3,81%	2 1,52%	96 73,27%	28 21,4%
CARTOLERIA	99 100%	14 14,15%	6 6,06%	76 76,79%	3 3,0%
CASA	118 100%	12 10,16%	2 1,69%	96 81,35%	8 6,8%
ALTRI	104 100%	6 5,76%	4 3,85%	84 80,76%	10 9,6%

LEGENDA

P.V.v.c. Punto vendita vicino casa
P.V.a.z. Punto vendita altra zona
P.V.a.C. Punto vendita altro Comune
M.A. Mercato ambulante

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 5

Se gli acquisti vengono effettuati in altri Comuni, specificare quali

COMUNI	TOTALE	%
Ivrea	124	38,62
Strambino	106	33,04
Torino	24	7,47
Romano	20	6,25
Castellamonte	12	3,75
Rivarolo	10	3,11
Caluso	10	3,11
Burolo	6	1,86
Aosta	3	0,93
S. Giorgio	2	0,62
Biella	2	0,62
Borgofranco	2	0,62

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 6

Per quale motivo

Motivazione	Totale	%
ASSORTIMENTO	102	50,50
ORARIO	20	9,90
CASUALITA'	12	5,94
PREZZI	58	28,71
ACQUISTI PROGRAMMATI	10	4,95
TOTALE	202	100%

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 7

Frequenta i pubblici esercizi

FREQUENZA	TOTALE	%
SI	80	54,80
NO	66	45,20
TOTALE	146	100%

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 8

Se si con quale frequenza settimanale

CADENZA	TOTALE	%
1 VOLTA	30	36,14
2 VOLTE	16	19,29
3 VOLTE	5	6,02
PIU' VOLTE	32	38,55
TOTALE	83	100,00

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 9

Ritiene necessari altri esercizi

NECESSITA'	TOTALE	%
SI	44	25,73
NO	127	74,27
TOTALE	171	100,00

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 10

Se si con quali caratteristiche

CARATTERI	TOTALE	%
BAR	18	32,14
RISTORANTE	6	10,71
PIZZERIA	8	14,30
GELATERIA	16	28,57
DISCOTECA	4	7,14
ALTRE	4	7,14
TOTALE	56	100,00

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 11

Utilizza per il consumo di famiglia merci da lei prodotte

AUTOCONSUMO	TOTALE	%
SI	82	59,42
NO	56	40,58
TOTALE	138	100,00

COMUNE DI SCARMAGNO

Domanda n 12

In quale settore

SETTORE	TOTALE	%
ALLEVAMENTO ANIMALI	38	19,79
VERDURA	80	41,66
FRUTTA	68	35,41
ALTRO	6	3,14
TOTALE	192	100,00

CAPO VI

3 - STRUTTURA COMMERCIALE DI SCARMAGNO.

In questo capitolo si definisce l'esame della rete distributiva del Comune di Scarmagno.

Gli esercizi di vendita in sede fissa al 31/12/88 sono globalmente 18 così scomposti per comparto merceologico:

ALIMENTARI	10
ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI	2
ALTRI SETTORI	6
TAB.VIII	-

TOTALE ESERCIZI

18

Di questi 18 esercizi non vengono considerati in termine di superficie la Canavesana Petroli e tutte le attività ubicate presso l'area di servizio autostradale.

Restano allora:

13 esercizi per 585 mq. di superficie: una media di oltre 45 mq. di superficie per punto vendita.

Il rapporto abitanti (794) esercizio (13) e' pari a 61 contro un valore medio regionale pari a 68.

Se poi entriamo nel dettaglio merceologico rileviamo questi valori:

- alimentari	8 pv su mq. 174	sup.media 21,75 rap.ab/pv 99
- abbigliam.	2 pv su mq. 53	sup.media 26,50 rap.ab/pv 397
- varie	3 pv su mq. 344	sup.media 114,6 rap.ab/pv 265

Troppo piccoli i punti vendita in generale, accettabile il rapporto abitanti punto vendita, ma dal punto di vista numerico poiché la troppo elevata evasione suggerisce che il mercato interno sia invece inefficace.

Vediamo un elenco dettagliato:

ALIMENTARI

N.	NOME	I	II	VI	VII	XIV
1	BADENGO	NU			NU	
2	GAUDINO	17	18	1	NU	
3	PROLA	15		3	NU	2
4	TOFFANO	NU			NU	
5	REGIS	36		NU		4
6	MORELLO	30		4		4
7	COSTA	NQ	NQ		NQ	NQ
8	COSTA	NQ	NQ		NQ	NQ
9	FONTE	30		4		6
10	ULLASCI	NU			NU	
	TOTALI	128	18	12		16

NQ= NON QUANTIFICATA
 NU= NON USATA

ABBIGLIAMENTO

N	NOME	IX	X	XIV
1	VERCELLONO	15	4	4
2	ZITOLI	38		6
	TOTALI	53	4	10

MERCI VARIE

N	NOME	TABELLE	SUP. MQ.
1	CESARACCIO	XIV: Accessori auto Oli combustibili Pneumatici Cassette/giranastrì	NQ
2	FINOTTO	XII XIV Accessori/filtri	30
3	GAUDINO	XIV: Cancelleria Profumi/giocattoli Giornali	14
4	CANAVESANA PETROLI	XIV: Petroli/oliminerali combustibili	4000
5	ZACCHIA	XIV: Autovetture Accessori/Pneumatici	300
6	TRONO	XIV: Ricambi auto Accessori/generi annessi	NQ

*

*

*

*

Le autorizzazioni per l'esercizio di attivita' ambulante che costituiscono il "parco" del Comune di Scarmagno sono 7 di cui solo 3 amministrare dal Comune in quanto per le altre i titolari hanno trasferito la loro residenza.

Non esiste mercato ambulante considerata la forte attrazione dei mercati di Ivrea e Castellamonte.

Vediamo i pubblici esercizi.

Nel dettaglio le autorizzazioni del settore sono queste:

N.	Nome tit.	tipologia	sup.in mq.	locali
1	BADENGO Anna	A	80	prop.
2	BESSOLO Vincenzo	A	324	prop.
3	TOFFANO Gianni	B	120	affitto
4	ULLASCI Giampiero	A+B	170	-
5	MORELLO Felicina	B	38	affitto
6	AGOSTINI Oscar	B	39,5	-
7	AGOSTINI Oscar	B	39,5	-

La superficie totale dei / esercizi e' di mq. 811, ma 739 sono attivati sul territorio comunale e 79 nell'area autostradale di Scarmagno.

Nella scheda che viene proposta si evidenziano per il settore dei pubblici esercizi le fasce d'eta' degli operatori autorizzati da Scarmagno, le tipologie degli esercizi e un appunto sulla media degli operatori occupati per esercizio.

ETA' DEI TITOLARI

dai 20	ai	30 anni	n.1
dai 31	ai	40 anni	n.1
dai 41	ai	50 anni	n.3
dai 51	ai	60 anni	n.=
oltre i		61 anni	n.=

TIPOLOGIE

A	=	n.	2
B	=	n.	4
C	=	n.	=
A+B	=	n.	1

OCCUPATI MEDIA N.3,2 per ogni esercizio.

Nella sostanza si rilevano 5 esercizi su una superficie totale di mq. 732.

La superficie media per ogni pubblico esercizio e' pertanto di mq.146,4

Numericamente abbiamo un pubblico esercizio ogni 159 abitanti.

IIa PARTE

CAPO VII

PROGETTO DI PIANIFICAZIONE

1 PREMESSA

Le analisi precedenti possono in estrema sintesi riassumersi in questa valutazione:

Scarmagno e' un Comune ad economia prevalentemente basata sul reddito di industria i cui abitanti dal punto di vista commerciale gravitano sul polo dominante di Ivrea.

Vediamo ora se quanto affermato rientra nella classificazione della Regione Piemonte.

La Regione nelle proprie indicazioni programmatiche definisce Scarmagno come Comune piccolissimo che si inserisce nel novero di quei comuni la cui dimensione demografica varia dai 500 ai 1000 abitanti.

Il ruolo commerciale di questi centri elementari e' quello di mantenere un presidio insediativo, in cui favorire la presenza di pur modeste strutture commerciali despecializzate anche di piccola dimensione.

Le direttive su queste realta' predisposte dalla Regione Piemonte prevedono:

- 1 - di non fissare minimi di superficie
- 2 - per il commercio ambulante di sviluppare il settore dell'ambulantato itinerante
- 3 - per il settore dei pubblici esercizi di favorire nuove aperture purché di adeguata dimensione cioè tali da potersi rivolgere a consumatori sicuramente esterni al Comune.

Dalle considerazioni che precedono - con i necessari adeguamenti - nascono le linee programmatiche della pianificazione di Scarmagno.

SETTORE IN SEDE FISSA

1 OBIETTIVI GENERALI

- 1 - i negozi attivi e da attivare dovranno essere moderni dal punto di vista delle attrezzature e delle tecniche di vendita;
- 2 - le superfici di vendita saranno utilizzate per il raggiungimento della massima funzionalità di servizio;
- 3 - dovrà essere perseguita una politica dei prezzi di vendita per mantenere una adeguata tensione concorrenziale;
- 4 - saranno previste superfici minime per l'attivazione dei punti vendita pur nella considerazione del patrimonio edilizio esistente.
- 5 - si dovrà assicurare una pluralità di tipologie di vendita assicurando e mantenendo il servizio di vicinato per il settore alimentare.
- 6 - si dovrà recuperare una ampia percentuale di evasione in tutti i settori.

2 DETERMINAZIONE DELLA SUPERFICIE MASSIMA GLOBALE

In riferimento alle norme di legge viene determinato il limite massimo di superficie, separatamente per settori merceologici di largo e generale consumo.

ALIMENTARI TABELLE Ia I.VI .

Per la determinazione delle superfici massime sono stati utilizzati i seguenti criteri:

- a) l'evasione della rete stimata nel 50% viene ridotta al 30% per un necessario recupero di mercato;
- b) la produttività al metro quadrato per il settore alimentare viene stimata in lire 2.500.000;
- c) i consumi pro capite secondo i dati IRES 85 vengono stimati in lire 1.223.000.

Pertanto utilizzando la seguente formula:

$$\frac{\text{abitanti per consumi pro capite} \times \% \text{ di mercato}}{\text{produttività al metro quadrato}}$$

si otterranno i seguenti risultati:

tabelle	sup.attiva	superficie amm.	incred.
Ia	-	-	-
I	128	245	117
VI*	12	27	15

* La superficie di tabella VI potrà essere utilizzata in ampliamento o in aggregazione alla tabella I.

Si e' proceduto attribuendo il 90% della superficie ammessa alla tabella I e il 10% alla tabella VI in considerazione dell'elevato autoconsumo di frutta e verdura.

Si e' fissata pari a 0 la superficie massima di tabella Ia. In altri termini non sono previste nuove aperture di esercizi con superficie superiore a 200 mq.

Tali insediamenti potranno aversi a Scarmagno in deroga di piano solo con le "fusioni" di cui alla legge 121.

CARNE Tabella II

Criteri:

- a) l'evasione della rete stimata nel 50% viene ridotta al 40% per un minimo recupero di mercato;
- b) la produttivita' al metro quadrato viene fissata in lire 3.900.000;
- c) i consumi pro capite (IRES 85) vengono stimati in lire 627.000.

Sempre utilizzando la formula sopra indicata otterremo:

superficie attiva mq. 18
superficie ammessa mq. 77
incremento mq. 59

ABBIGLIAMENTO TABELLA IX

I criteri:

- a) l'evasione della rete stimata al 95% viene ridotta ad un auspicabile 60%;
- b) la produttivita' al metro quadrato per il settore viene fissata in lire 1.250.000;
- c) i consumi pro capite restano fissati in lire 400.000.

Si ottiene:

superficie attiva mq. 53

superficie ammessa mq. 102 -
incremento mq. 49

In sostanza a riepilogo di quanto evidenziato si propone lo
specchietto che segue:

TABELLE	SUP. ATTIVA	SUP. AMMESSA	INCREMENTO	MIN.
Ia	-	-	-	200
I	128	245	117	30
II	18	77	59	25
VI	12	27	15	-
IX	53	102	49	40
	*	*	*	*

SETTORE AMBULANTE

La legge 398 prevede che siano le Regioni ad emanare le direttive per il rilascio delle autorizzazioni nel settore.

Ci riferiamo pertanto alla delibera del Consiglio Regionale del 22 dicembre 87 con cui si definisce il meccanismo che consente di calcolare il numero massimo teorico delle autorizzazioni che ogni Comune può avere in carico.

Ecco il parametro matematico di riferimento:

MASSIMO VALORE TEORICO
DEL PARCO AUTORIZZAZIONI = $\text{Abitanti} \times 3,6 : 1000$

Per il Comune di Scarmagno l'operazione effettuata da' il seguente risultato:

$$794 \times 3,6 : 1000 = 2,85$$

Il totale e' pertanto 3 e questo rende Scarmagno - con le 7 autorizzazioni del suo "parco" saturo per il prossimo futuro.

Non si rilasceranno pertanto nuove autorizzazioni di commercio ambulante.

Non si rende opportuno definire un mercato ambulante.

Sarebbe invece importante consentire la presenza di ambulante itinerante nel territorio comunale previa individuazione delle vie di accesso.

PUBBLICI ESERCIZI

Nel settore dei pubblici esercizi considerata la già soddisfacente consistenza delle attività insediate, si definiscono gli incrementi che seguono in funzione del completamento del settore e della eventuale definizione di particolari tipologie di somministrazione modernamente organizzate.

Ecco il dettaglio:

TIPOLOGIA	INCREMENTO AMMESSO IN MQ.
-----------	---------------------------

A	100
---	-----

B	100
---	-----

C	200
---	-----

*

*

*

*

CAPO VIII

NORMATIVA

Art.1 Piano di sviluppo.

In esecuzione di quanto previsto dall'art.11 della legge 426 dell'11 giugno 1971 e' istituito il Piano di sviluppo e di adeguamento della rete distributiva per il commercio fisso del Comune di Scarmagno.

Art.2 Commissioni per il commercio fisso

La commissione comunale viene costituita in base a quanto disposto dall'art.16 della legge 426 e funzionera' secondo le norme del regolamento di esecuzione della legge stessa.

Art.3 Obiettivi e criteri operativi

Si perseguono gli obiettivi fissati dalla legge.
I criteri tecnici che giustificano la fase operativa, sono esposti nel paragrafo n 7 che costituisce parte integrante di questa normativa.

Art.4 Zonizzazione

Il territorio del Comune di Scarmagno non viene suddiviso in zone.

Art.5 Superficie di vendita

La superficie di vendita di un esercizio commerciale e' costituita dall'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, casse, scaffalature, vetrine, vani adibiti all'esposizione delle merci.

Non costituisce superficie di vendita quella destinata a retro, magazzino, deposito, locali per la lavorazione, uffici e servizi.

Art.6 Locali ad uso esposizione

Gli operatori commerciali potranno utilizzare appositi locali, diversi da quelli di vendita per l'esposizione della merce.

I locali dovranno rispettare i seguenti vincoli

a la merce dovrà essere visibile dalle vetrine e potrà riportare il prezzo di vendita

b i locali dovranno essere chiusi al pubblico

c dovrà essere esposto un apposito cartello indicante l'ubicazione del punto vendita.

Art.7 Superfici minime

Vengono fissati i seguenti minimi di superficie per i generi contingentati:

TABELLE SUPERFICIE MINIMA

Ia	200
I	30
II	25
IX	40

Art.8 Superficie massima autorizzabile

La superficie globale massima autorizzabile per il rilascio di nuove autorizzazioni separatamente per le tabelle contingentate indicate e' compresa nello specchietto contenuto al paragrafo 7 di questo piano.

Art.9 Revoca dell'autorizzazione

La revoca dell'autorizzazione puo' essere prevista nei casi indicati dall'art.31 della legge 426.

Della revoca il Comune da' notizia entro 30 giorni alla CCIAA nel cui registro e' iscritto l'interessato.

Art.10 Sospensione dell'attivita'

Per sospensione dell'attivita' si intende la chiusura del punto vendita sempre che permanga la disponibilita' dei locali.

Nel caso di sospensione temporanea per oltre 30 giorni il titolare dell'attivita' deve darne notizia al Sindaco almeno

dieci giorni prima della sospensione stessa.

Art.11 Cessazione dell'attivita'

La cessazione dell'attivita' deve essere comunicata al Sindaco entro 30 giorni dalla data di chiusura dell'esercizio. Le superfici rese disponibili andranno a sommarsi al contingente utile nel caso di tabelle contingentate.

Art.12 Ampliamento e trasferimento

L'autorizzazione per l'ampliamento non puo' essere negata fino all'ampliamento della superficie di vendita di 200 mq. se nell'esercizio l'attivita' e' stata esercitata da almeno 3 anni.

Art.13 Vidimazione annuale

La vidimazione delle autorizzazioni e' effettuata annualmente entro il 31 dicembre apponendo un visto apposito sull'atto originale.

Art.14 Aggiornamenti

L'ufficio addetto al commercio curera' l'aggiornamento sistematico dei dati sulla consistenza della rete distributiva.

INTEGRAZIONE DI NORMATIVA SUL COMMERCIO AMBULANTE

Art.1 Integrazioni e direttive

In esecuzione del dettato dell'art.7 della legge 398 si integra il piano di commercio in sede fissa con norme e direttive concernenti il commercio ambulante.

Art.2 Commissione comunale

La commissione del commercio ambulante verra' costituita come previsto dall'art.3 della legge 398.
Il funzionamento della commissione e' indicato dalle disposizioni contenute nel regolamento di esecuzione della legge.

Art.3 Obiettivi

Si perseguono gli obiettivi fissati dalle leggi.
I criteri tecnici che giustificano la fase operativa, sono esposti nel paragrafo 7 che costituisce parte integrante di questo piano.

Art.4 Criteri per il rilascio delle autorizzazioni

Con riferimento alle direttive generali per il rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio ambulante in Piemonte deliberate dal Consiglio Regionale si propone la seguente formula

Massimo valore teorico del parco autorizzazioni uguale a Residenti diviso 1000 moltiplicato 3,6.

Art.5 Vidimazione annuale

La vidimazione annuale prescritta dall'art.4 della legge 398 e' richiesta entro il 31 dicembre di ogni anno e rappresenta la condizione cui e' subordinata la validita' dell'autorizzazione per l'anno successivo.

La vidimazione e' apposta dal Sindaco del Comune di residenza dell'operatore commerciale previa indicazione da parte

dell'interessato del numero e della data d'iscrizione al Registro Ditte nonche' del modo - se a posto fisso o itinerante - in cui il commercio ambulante e' stato esercitato nel periodo decorrente dalla data dell'ultima vidimazione. L'autorizzazione non vistata puo' essere utilizzata solo fino al 31 gennaio dell'anno successivo.

Art.6 Sospensione dell'autorizzazione

L'autorizzazione e' sospesa

1 se il visto annuale non e' apposto entro il 31 dicembre di ogni anno

2 in caso di violazione di legge di particolare gravita' fino ad un massimo di 60 giorni.

Art.7 Revoca dell'autorizzazione

L'autorizzazione e' revocata se

1 il visto annuale non e' apposto per due anni consecutivi

2 il titolare non inizia l'attivita' entro 6 mesi dalla data di rilascio dell'autorizzazione stessa

3 il titolare viene cancellato dal REC

4 il titolare commette infrazioni di particolare gravita' in modo recidivo

Art.8 Vie di accesso al commercio ambulante itinerante

E' consentito per motivi di viabilita' e di polizia annonaria svolgere l'attivita' di vendita ambulante in forma itinerante solo nelle seguenti vie cittadine

.....

Art.9 Riferimenti normativi

Per quanto non espressamente disposto si rimanda alla applicazione della legge 398, del relativo regolamento di esecuzione e delle direttive generali sul commercio ambulante in Piemonte deliberate il 22 dicembre 87 dal Consiglio Regionale.

NORME DI ATTUAZIONE DEL SETTORE
DEI PUBBLICI ESERCIZI

Art.1 Istituzione del Piano

In esecuzione di quanto disposto dall'art.2 della legge 524 e' istituito il Piano dei pubblici esercizi di Scarmagno.

Art.2 Commissione comunale

La commissione comunale del commercio fisso viene integrata dai rappresentanti del settore dei pubblici esercizi secondo il dettato dell'art.2 comma 3 della legge 524.

Art.3 Obiettivi

Si perseguono gli obiettivi fissati dalle leggi.
I criteri tecnici che giustificano la fase operativa sono esposti nel paragrafo 7 che costituisce parte integrante di questo Piano.

Art.4 Zonizzazione

Non viene fissata alcuna suddivisione in zone.

Art.5 Superfici autorizzabili

Le caratteristiche dei locali dovranno soddisfare le prescrizioni del locale regolamento d'igiene.
Le superfici autorizzabili sono previste nel paragrafo 7 del piano.

Art.6 Classificazione

La commissione di cui all'art.2, nell'esprimere un parere circa le domande di nuova apertura dei pubblici esercizi definira' anche la classificazione da attribuire all'attivita.

Art.7 Revoca e chiusura

L'autorizzazione di pubblico esercizio - oltre che nei casi previsti dalle norme del T.U. della legge di Pubblica Sicurezza - e' revocata quando ricorra una delle fattispecie previste dall'art.31 della legge 426.

Art.8 Sospensione e cessazione

Nel caso di sospensione temporanea per oltre 30 giorni il titolare dell'attivita' deve darne notizia al Sindaco almeno 10 giorni prima della sospensione stessa.

La cessazione definitiva dell'attivita' deve essere comunicata al Sindaco entro 30 giorni dalla data di chiusura dell'esercizio.

Le superfici rese disponibili dalla chiusura vanno sommate al contingente utile.

Art.9 Ristrutturazione

La ristrutturazione dei locali - se non comporta un aumento di superficie utile superiore al 50 per cento di quella precedentemente fruita - e' consentita a tutti gli esercizi esistenti alla data di approvazione del presente Piano.

Art.10 Tabella VII

La tabella VII potra' essere rilasciata agli operatori titolari di p.e. per l'asporto dei prodotti da questa autorizzati, senza aggravio di superficie.

Art.11 Distanze

La distanza tra pubblici esercizi della stessa tipologia, misurate fra gli assi dei rispettivi ingressi, non puo' essere inferiore a 30 metri lineari.

I locali di pubblico esercizio dovranno rispettare una distanza non inferiore ai 30 metri lineari anche dai locali di culto, da scuole, da ospedali e da caserme.

Art.12 Aggiornamento dati

L'ufficio comunale curera' l'aggiornamento sistematico dei dati sulla consistenza dei pubblici esercizi.

COMUNE DI SCARMAGNO

* * *

PIANO COMUNALE PER LA LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA DI GIORNALI E RIVISTE

Redazione: Studio Renato Iaconi

Gennaio 89

INDICE GENERALE

1 - La legge che regola la vendita dei giornali	Pag. 1
2 - La posizione di editori e rivenditori	Pag. 4
3 - La struttura distributiva in Italia	Pag. 5
4 - Scarnagno: analisi finalizzata	Pag. 9
5 - Conclusioni	Pag. 12
6 - Norme di attuazione	Pag. 14

* * * *

1 -LA LEGGE CHE REGOLA LA VENDITA DI GIORNALI E RIVISTE

La normativa che nel tempo ha regolato il rilascio della autorizzazione per la distribuzione dei giornali e delle riviste si è evoluta in modo piuttosto complesso.

Il primo riferimento, la legge sul commercio del 1926, in troduse un principio, utilizzato per molti anni, secondo cui le edicole assumevano un carattere meramente privati stico ed ogni apertura era condizionata dal beneplacito congiunto di editori e rivenditori.

Nel dopoguerra e fino al 1971 i giornali e le riviste venivano distribuiti da esercizi autorizzati attraverso un cosiddetto "patentino" rilasciato da una commissione paritetica interregionale costituita dai rappresentanti dell'editoria e della distribuzione.

Questa anomala licenza non era concessa in forza di legge, ma in base ad un accordo siglato nel 1947 tra la Federazio ne italiana editori librai e i sindacati di categoria.

L'entrata in vigore della legge 426 - la legge sul commer cio - nel 1971 sembrò di fatto aver posto termine ad ogni incertezza giuridica anche in questo settore.

La vendita dei giornali e delle riviste trovava, alla fine di un lungo periodo, una precisa regolamentazione che la riannoverava tra le attività commerciali equiparandola ad ogni altra del vasto comparto economico.

Ma non fu così.

La legge 426 e i relativi regolamenti di esecuzione nell'ambito delle edicole non trovò pratica applicazione e si protrasse invece l'antica situazione privatistica e corporativa.

Nel luglio 77 il DPR 616, fece cadere definitivamente ogni riconoscimento di legittimità alle commissioni paritetiche e ribadì il potere dei Comuni in materia. Ma ancora una volta questi furono bloccati dall'inerzia delle Regioni.

Tutto ciò fino all'agosto del 1981, quando fu pubblicata una legge sulle imprese editrici, il cui articolo 14 trattava espressamente delle autorizzazioni per la vendita di quotidiani e periodici demandando alle Regioni l'incarico di fissare le direttive per una corretta pianificazione nel settore.

Ancora una volta tuttavia - pare incredibile - non accadde nulla di concreto.

Bisognava infatti attendere il 1985 perché la Regione Piemonte definisse un proprio intervento in materia, un intervento che dette origine alla Legge Regionale n° 40 sulla disciplina delle rivendite di giornali e riviste che conteneva le "famose" direttive per la formazione dei piani comunali di localizzazione ottimale dei punti vendita di quotidiani e periodici.

L'ultimo atto di questa strana e contrastata vicenda giuridica é rappresentato dalla legge 25 febbraio 87 n°67 titolata "rinnovo della legge 5 agosto 81 n°416 recante la disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria".

2 - LA POSIZIONE DI EDITORI E RIVENDITORI

Che cosa abbia giustificato l'incredibile "iter" che è stato delineato nel primo capitolo può più facilmente essere compreso se esaminiamo in breve la posizione delle parti impegnate in questo settore.

La carta stampata è un prodotto ad altissima deperibilità che esaurisce in tempi molto brevi tutto il processo della sua commercializzazione.

Il rischio di tale processo - a differenza di altri settori - è assunto quasi per intero dal produttore, nel nostro caso l'editore che interviene in ogni fase della commercializzazione, che riconosce al distributore grossista e al rivenditore il diritto di resa dell'invenduto e per questo - previo assenso governativo - fissa i prezzi di vendita.

Da sempre gli editori rivendicano il diritto di intervento sulla fase distributiva che vorrebbero sempre più vasta e capillare: potenziare la rete di vendita vorrebbe dire aumentare il numero delle copie vendute. A loro volta i rivenditori temono che questa impostazione porti ad una polverizzazione dei punti vendita così che i margini di redditività non risultino più adeguati alla funzione svolta.

Questo conflitto di interessi ha posto e pone non poche difficoltà al legislatore che vede spesso vanificato il proprio intervento normativo.

Nel nostro paese i quotidiani e le riviste vengono distribuiti quasi esclusivamente attraverso le edicole. La vendita diretta come l'abbonamento o la consegna a domicilio non ha mai raggiunto consistenze adeguate e rapportabili ad altri paesi europei.

I punti vendita del settore si suddividono in due tipologie: le rivendite esclusive in cui si esitano solo prodotti di stampa e le rivendite promiscue in cui la carta stampata completa una gamma merceologica diversificata e di questa è in genere componente marginale. In effetti la vera struttura distributiva del nostro paese è quella delle rivendite esclusive.

Secondo una tabella aggiornata al 1982 le rivendite esclusive sarebbero in Italia circa 31.000 a cui si debbono sommare altri 10.000 punti vendita in cui si distribuiscono una sola o pochissime testate.

A questo dato, il cui dettaglio riporteremo più avanti, si unisce quello del consumo di quotidiani scaturito da una recente indagine del Cescom.

Secondo questa analisi in Italia il consumo di quotidiani sarebbe pari a 100 copie ogni 1000 abitanti, contro le 200 copie della Francia e le 400 della Gran Bretagna.

Questo rapporto di 1 a 2 e di 1 a 4 con Francia e Gran Bretagna è riferito a tutte le testate pubblicate

in Italia: le testate a tiratura nazionale, quelle a tiratura locale e i cosiddetti quotidiani popolari tra cui rientrano i giornali sportivi.

Se il confronto si limitasse alle sole testate nazionali - affermano i ricercatori del Cescom - il livello di vendita sarebbe invece pressoché equivalente.

Si potrebbe a questo punto chiedere se la struttura distributiva italiana sia davvero così carente come lamentano gli editori oppure se la causa del basso utilizzo di carta stampata non sia riferibile anche ad altri fattori imputabili agli stessi editori per il contenuto di certe pubblicazioni.

La risposta a questa domanda sarebbe di sostanziale aiuto alla definizione del lavoro di pianificazione nel settore.

Non potendo tuttavia contare su convinzioni certe, attraverso il contributo di direttiva regionale e operando una mediazione tra interessi contrastanti si può affermare che da un lato potenziare la rete di vendita nel settore deve corrispondere ad una reale crescita professionale di cui solo in parte sono responsabili i rivenditori.

STRUTTURA DI VENDITA PER REGIONE

regione	Riv. n°	ab/riv	fam./riv.
PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	2954	1546	585
LOMBARDIA	4415	2014	720
LIGURIA	1206	1489	609
TRENTINO ALTO ADIGE	1037	843	272
VENETO	2313	1883	608
FRIULI VENEZIA GIULIA	832	1480	544
EMILIA ROMAGNA	2161	1831	658
TOSCANA	3000	1194	411
UMBRIA	536	1512	503
MARCHE	873	1624	525
LAZIO	2109	2383	783
ABRUZZO E MOLISE	1034	1504	489
CAMPANIA	2074	2658	763
PUGLIA	1416	2760	822
BASILICATA	332	1846	568
Calabria	1320	1574	474
SICILIA	2004	2474	774
SARDEGNA	1315	1221	357
TOTALE	30931		
Rivendite con una sola o pochissime testate	10000		
TOTALE	40931	1396	462

Lo schema riportato si riferisce al totale dei punti vendita per Regione, al rapporto che si determina tra punti vendita e numero di abitanti, al rapporto analogo che si determina tra punti vendita e famiglie.

A titolo di esempio le 2954 rivendite del Piemonte e della Valle d'Aosta servono potenzialmente 1546 e 585 rispettivamente abitanti e famiglie ognuna.

E' una valutazione statistica che utilizzeremo nei capitoli che seguono, tuttavia questi dati nulla dicono sul servizio vero e proprio considerando l'estrema eterogeneità dei punti vendita nelle diverse realtà regionali.

4 Scarmagno: analisi finalizzata

Per predisporre il Piano di localizzazione delle rivendite di giornali e riviste si procede come indicato all'art. 4 della legge Regionale del Piemonte n° 40.

A - Zonizzazione

Non si suddivide il territorio in zone anche in riferimento al Piano commerciale.

B - Popolazione residente

nel	1961	628	abitanti
nel	1971	698	abitanti
nel	1981	815	abitanti
nel	1988	794	abitanti

La popolazione residente ha avuto - nel corso degli ultimi 27 anni una punta massima sopra le 900 unità.

Attualmente i residenti si sono attestati su questa cifra con un saldo di 344 famiglie.

La componente più elevata dei lavoratori residenti, cioè oltre il 48% è impiegato nell'industria. E' evidente la gravitazione di lavoro incentrata sull'Olivetti.

Scarmagno è in effetti sede di un importante stabilimento dell'azienda.

C - Strutture scolastiche

A Scarmagno esiste la seguente struttura scolastica:

scuola materna : 30 alunni

scuola elementare: 29 alunni

non esiste scuola media

D - Strutture produttive e servizi

Oltre alla già ricordata presenza dello stabilimento Olivetti a Scarmagno sono ubicati un ufficio postale oltre al Palazzo Municipale.

Non esistono sortelli bancari né biblioteca.

E - Assetto viario e flussi di popolazione

La rete viaria di Scarmagno è complessivamente costituita da 29,5 Km di strade.

Esiste un casello autostradale della autostrada Torino - Aosta, ubicato fuori dal centro abitato che di fatto non costruisce particolari ed anomali flussi di traffico, rispetto a quello locale e quotidiano.

F - Rivendite di giornali e riviste

Nell'ultimo biennio a Scarmagno hanno operato 4 rivendite di giornali di cui 2 ubicate presso l'area di servizio autostradale sulla Torino Aosta. Ognuna delle due rivendite opera per le auto in transito nei due sensi di marcia: una per il traffico verso Torino e l'altra per quello verso Aosta.

Le altre due rivendite - quelle da prendere in esame - presentano caratteri di attività promiscua e vendono solo in modo marginale articoli di stampa.

Dai dati del distributore di zona si evidenzia quanto segue:

- rivendite autostradali	media copie quotidiani vendute: 100
- rivendita centro storico	media copie quotidiani vendute: 30
- rivendita adiacenze stabilimento Olivetti*	media copie quotidiani vendute: 175 *

* dato valido per 5 giorni settimanali.

Come si può rilevare la vendita dei giornali a Scarmagno presenta caratteri profondamente difformi: 4 autorizzazioni rilasciate, una discreta distribuzione in prossimità dello stabilimento Olivetti, una scarsa distribuzione nel centro storico.

5 - Conclusioni

I dati rilevati nelle pagine antecedenti consentono di effettuare una breve e lineare disamina delle esigenze del mercato di carta stampata nel Comune di Scarmagno.

Si tratta in sostanza di una struttura distributiva di piccole dimensioni che deve assicurare un servizio essenziale a livello pedonale.

I flussi di passaggio non giustificano particolari potenziamenti della rete esistente che sulla base di una valutazione statistica elementare darebbe questi saldi:

1 rivendita ogni 397 abitanti

1 rivendita ogni 172 famiglie

Confrontando questi dati con quelli Piemontesi:

1 rivendita ogni 1546 abitanti

1 rivendita ogni 585 famiglie

o con quelli nazionali:

1 rivendita ogni 1396 abitanti

1 rivendita ogni 462 famiglie

parrebbe che a Scarmagno le rivendite esistenti siano ampiamente sufficienti a fornire un servizio più che adeguato.

Nelle pagine precedenti si è appurato che i dati sono profondamente difforni se valutati nella loro reale distribuzione sul territorio comunale.

Il servizio trova una impennata nelle copie distribuite solo grazie alla presenza di uno stabilimento Olivetti.

C' é da concludere che non è il servizio carente,
ma la domanda di quotidiani e questo fa ritenere
che una nuova apertura non aumenterebbe in alcun
modo il servizio da rendere all'utenza.

Più corretto pare sollecitare una più precisa con
notazione delle rivendite esistenti:

ulteriore potenziamento della vendita all'interno
dello stabilimento Olivetti;

sistema di vendita a domicilio per gli abitanti
del centro storico.

NORME DI ATTUAZIONE

Art. 1 Piano di localizzazione dei p.v. di giornali e riviste.

In esecuzione di quanto previsto dall'art. 7 della legge 25 febbraio 1987 n°67 è istituito il piano di localizzazione ottimale dei punti vendita di giornali e riviste del Comune di Scarmagno.

Art. 2 Definizioni

Legge 67 Legge n° 67 del 25.02.87
rinnovo della Legge n°416
del 05.08.81.

Legge Regionale Legge Regione Piemonte
n° 40 del 18.04.85
Disciplina delle rivendi-
te di giornali e riviste.

Art. 3 Obiettivi - Nuove autorizzazioni

Il Comune di Scarmagno intende perseguire le seguenti finalità:

- a) incrementare la diffusione dei mezzi di stampa;
- b) facilitare l'accesso dell'utenza ai punti vendita della rete distributiva locale;
- c) migliorare la professionalità dei titolari di attività nel settore.

Considerato il dimensionamento attuale della rete di vendita del settore, non si consente per il periodo di validità del presente strumento l'attivazione di altri punti vendita. Si richiamano tuttavia le indicazioni del punto 5 del presente piano.

Art. 4 Zonizzazione

Il Comune di Scarmagno non presenta caratteri che giustificano una disaggregazione del territorio in zone.

Art. 5 Superfici minime

Per il rilascio di nuove autorizzazioni non vengono fissati minimi di superficie. I locali attivati dovranno tuttavia rispettare le norme dei regolamenti locali di polizia urbana, igienico sanitari e di edilizia.

Art. 6 Autorizzazioni

L'autorizzazione può essere rilasciata secondo quanto previsto dall'art. 7 della legge 67. Alle persone giuridiche l'autorizzazione può essere rilasciata qualora vi sia abbinamento di altri settori merceologici.

Le autorizzazioni in materia sono le seguenti:

- 1 - autorizzazione a nuova apertura;
- 2 - autorizzazione a trasferimento dell'esercizio;
- 3 - autorizzazione per subingresso.

Copia delle autorizzazioni rilasciate ovvero degli atti di diniego, corredati dalle motivazioni dovrà essere trasmessa alla Giunta Regionale.

Art. 7 Autorizzazione temporanea

L'autorizzazione per l'esercizio delle attività di rivendita di giornali e riviste può essere rilasciata anche in deroga ai limiti stabiliti dal piano per un periodo non superiore a 6 mesi nel corso di un anno e nei seguenti casi:

- a) nelle località caratterizzate da consistenti flussi turistici;
- b) quando si verifichi una chiusura temporanea di una rivendita per almeno 2 mesi a causa di forza maggiore.

L'autorizzazione temporanea sarà rilasciata, su richiesta, a favore dell'esercizio commerciale più prossimo con priorità per un esercizio affi-
ne.

Art. 8 Procedura per le domande di autorizzazione

Le domande di autorizzazione redatte in carta legale, devono essere compilate in conformità allo schema di cui all'allegato 1 delle presenti norme e devono essere corredate della documentazione di cui all'allegato 2.

In base all'art. 9 della Legge Regionale le domande saranno esaminate secondo le seguenti priorità:

- a - domande presentate da gestori e coadiuvanti che dimostrino di avere esercitato l'attività di rivendita per almeno 2 anni prima dell'entrata in vigore della legge;
- b - domande per l'esercizio di punti vendita esclusivi presentate da soggetti che non siano titolari di altra autorizzazione al commercio;
- c - domande presentate da capi famiglia i cui componenti possano coadiuvare il titolare;
- d - l'ordine cronologico delle domande.

Art. 9 Silenziò assenso

Il Sindaco dovrà pronunciarsi con provvedimento motivato entro 90 giorni dalla data di presentazione della domanda di autorizzazione.

Trascorsi ulteriori 90 giorni senza pronuncia la domanda si intende accolta sempre che sussistano i requisiti del richiedente e la conformità al piano.

Art. 10 Ricorsi

Ai sensi dell'art. 32 della Legge 426/71 contro i provvedimenti del Sindaco è ammesso ricorso al TAR entro 30 giorni dalla loro notificazione.

Art. 11 Decadenza dell'autorizzazione

Il titolare decade dall'autorizzazione qualora non provveda ad attivare la rivendita entro 6 mesi dalla data del rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità. Parimenti decade dall'autorizzazione il titolare che sospende per un periodo superiore a 6 mesi l'attività di vendita, senza autorizzazione preventiva del Sindaco, o quando venga meno uno dei requisiti previsti dalla legge.

Art. 12 Ampliamento

L'ampliamento delle rivendite di giornali e riviste esclusive, deve essere comunicato al Sindaco e non è soggetto ad alcuna autorizzazione salvo il rispetto delle norme locali in materia di polizia urbana, igienico sanitaria ed edilizia.

Art. 13 Subingresso e trasferimento dell'autorizzazione

Il subingresso nell'esercizio con atto tra vivi e per causa di morte comporta la volturazione dell'autorizzazione sempreché il subentrante abbia i requisiti di legge e sia provato l'effettivo trapasso dell'esercizio.

Art. 14 Affidamento in gestione

L'esercizio delle attività può essere svolto unicamente dal titolare o dai suoi familiari parenti e affini sino al terzo grado.

E' consentita la collaborazione di terzi, ma è vietato l'affidamento in gestione a terzi.

E' ammesso l'affidamento in gestione, ovvero la continuazione dell'esercizio a mezzo di un familiare parente o affine sino al terzo grado o altro sostituto nel caso di impedimento per malattia o infortunio.

Art. 15 Vidimazioni

L'autorizzazione è soggetta a vidimazione annuale.

Art. 16 Divieti e sanzioni

Nel caso di esercizio di attività di rivendi-
ta o di trasferimento di sede senza la prescri-
ta autorizzazione, il Sindaco ordina la chiusu-
ra dell'esercizio ai sensi dell'art.39 - ultimo
comma - della Legge 426/71 ed applica una sanzio-
ne amministrativa da lire 500.000 a lire 5.000.000
Ai titolari delle autorizzazioni per la vendita
di giornali e riviste è fatto divieto:

- a) di sospendere l'attività, nel caso di rivendi-
dita non stagionale, per un periodo superio-
re ad un mese all'anno, senza preventiva au-
torizzazione del Sindaco;
- b) di riservare trattamento diverso alle varie
testate giornalistiche;
- c) di affidare in gestione la rivendita.

Le trasgressioni di cui al punto b) comportano
il pagamento di una sanzione amministrativa pe-
cuniaria che va da lire 200.000 a lire 2.000.000
quelle ai punti a) e c) di una sanzione che va
da lire 300.000 a lire 3.000.000.

In caso di recidiva, oltre all'applicazione della sanzione pecuniaria, può procedersi alla revoca della autorizzazione.

All'applicazione delle sanzioni di cui sopra provvede il Sindaco con ordinanza, secondo le procedure stabilite dalla Legge 689 del 24 novembre 81 e le relative somme sono introitate direttamente dal Comune.

ALLEGATO 1

SCHEMA DI DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE

Il sottoscritto (1).....
di nazionalità.....iscritto al REC di...
al n°..... in data..... per le tabelle.....

CHIEDE

gli venga rilasciata l'autorizzazione a: (2)

.....
l'/nell' attività di vendita di quotidiani e perio-
dici nei locali siti.....

Aventi la seguente superficie in mq.....

DICHIARA

sotto la propria responsabilità - pena la decadenza
dell'autorizzazione - di:

- 1 - non essere titolare di altre autorizzazioni per
la rivendita di giornali e riviste;
- 2 - non esercitare altre attività professionali, nè
prestare la propria opera con rapporto di lavoro
subordinato.

Allega alla domanda la seguente documentazione:

.....

.....

(1) Generalità: nome cognome data e luogo di nascita
residenza

(2) Aprire trasferire subentrare

ALLEGATO 2

DOCUMENTI

- 1 - Planimetria dei locali in scala 1:100
- 2 - Atto che attesti la disponibilità dei locali da attivare sia nel caso di proprietà, sia nel caso di locazione.
- 3 - Certificati di: iscrizione al REC penale generale
- 4 - Atto costitutivo (solo in caso di società)
- 5 - Atto di cessione di azienda in caso di subingresso
- 7 - Autorizzazione dell'ufficio tecnico nel caso di ristrutturazione per trasferimento.

§ § § § §