

Classificazione delle strutture commerciali

La classificazione delle strutture commerciali viene definita dall'art. 5 della Legge Regionale 1 agosto 2003:

Art. 5 (Classificazione delle strutture commerciali)

1. Il presente articolo definisce la classificazione delle strutture commerciali; nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'articolo 2, comma 1, lettere a) e b), possono essere determinate specificazioni alle classificazioni, alla loro applicazione nonché fissare i limiti massimi articolandoli per le diverse classificazioni merceologiche anche in funzione di specifici obiettivi di sviluppo.

2. I settori merceologici sono i seguenti:

a) settore alimentare e misto (alimentare e non alimentare);

b) settore non alimentare beni per la persona comprendente i prodotti non alimentari dei settori: commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati;

c) settore non alimentare altri beni a basso impatto urbanistico comprendente i prodotti non alimentari dei settori:

commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli, commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termo idraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici, commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari, commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle, commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio, commercio al dettaglio di natanti e accessori;

d) settore non alimentare altri beni comprendente tutti i settori non alimentari non inclusi nelle precedenti lettere b) e c);

2.1 Nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti del settore beni a basso impatto urbanistico, la superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita all'articolo 4, comma 1, lettera c)''

3. Le tipologie dimensionali degli esercizi commerciali sono le seguenti:

a) esercizi di vicinato: con superficie di vendita fino a 250 mq;

b) medie strutture di vendita: con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 mq così articolate:

1) M1. medie strutture di livello locale con superficie di vendita da 251 fino a 600 mq;

2) M2. medie strutture intermedie con superficie di vendita da 601 a 1.500 mq;

3) M3. medie strutture attrattive con superficie di vendita da 1501 a 2500 mq.

La Grande Distribuzione

Si riporta la classificazione prevista dall'art. 2 del Regolamento regionale n. 7 del 28 aprile 2009:

L'articolazione delle strutture di vendita definite all'art. 5 della legge è specificata nei commi seguenti:

1. Centri commerciali: *i centri commerciali come definiti ai commi 4, 6 quater e 6 quinquies dell'art. 5 della legge sono così suddivisi:*

a) di vicinato: composti da almeno una media struttura nei limiti della M2 e da esercizi di vicinato fino ad una superficie di vendita complessiva di 2.500 mq;

b) di interesse locale: con una superficie di vendita complessiva massima di 4.000 mq. ed in cui la superficie di vendita di un singolo esercizio non può essere superiore alla categoria M3;

c) intermedi: con una superficie di vendita complessiva fino a 10.000 mq. ed in cui la superficie di vendita di un singolo esercizio non può essere superiore alla categoria grandi strutture G1;

d) di interesse provinciale: con una superficie di vendita complessiva superiore a 10.000 mq. e fino a mq. 25.000 ed in cui la superficie di vendita di un singolo esercizio non può essere superiore alla categoria grandi strutture G2.

Publici esercizi

La classificazione è definita dall'art. 5 della Legge n. 287 del 1991, che testualmente recita:

Anche ai fini della determinazione del numero delle autorizzazioni rilasciabili in ciascun comune e zona, i pubblici esercizi di cui alla presente legge sono distinti in:

a) esercizi di ristorazione, per la somministrazione di pasti e di bevande, comprese quelle aventi un contenuto alcolico superiore al 21 per cento del volume, e di latte (ristoranti, trattorie, tavole calde, pizzerie, birrerie ed esercizi similari);

b) esercizi per la somministrazione di bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione, nonché di latte, di dolci, compresi i generi di pasticceria e gelateria, e di prodotti di gastronomia (bar, caffè, gelaterie, pasticcerie ed esercizi similari);

c) esercizi di cui alle lettere a) e b), in cui la somministrazione di alimenti e di bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di trattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari ed esercizi similari;

d) esercizi di cui alla lettera b), nei quali è esclusa la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

Edicole

Per quanto riguarda le edicole, la classificazione delle edicole è definita dall'articolo 2 del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170:

Ai fini del presente decreto, si intende per:

a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;

b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.

Indicatori

Segue la definizione degli indicatori di prestazione commerciale:

- **l'Indice di Servizio al consumatore (Is);**
- **l'Indice di Equilibrio commerciale (Ie);**
- **l'indice di Copertura territoriale (Ict);**
- **l'indice di Densità territoriale (Idt);**
- **l'indice di Distribuzione territoriale (Id).**

(Tutti gli indicatori sono espressi sia in riferimento alla tipologie dimensionali, che articolati per tipologia merceologica Alimentare e misto e Non alimentare).

L'INDICE DI SERVIZIO AL CONSUMATORE

L'Indice di Servizio al consumatore, come definito dall'articolo n.6 comma 5.2 del REGOLAMENTO REGIONALE 22 dicembre 2011, n. 27 è ricavato dal calcolo delle superfici di vendita disponibile per ogni mille abitanti nelle diverse tipologie merceologiche e dimensionali.

L'indice ci permette di misurare il livello di disponibilità del servizio distributivo per l'approvvigionamento dei beni. L'indice di Servizio può essere calcolato per il canale individuato EV e MSV e per tipologia Alimentare e misto e Non alimentare.

L'INDICE DI EQUILIBRIO COMMERCIALE

L'Indice di Equilibrio commerciale è dato dal rapporto tra i metri quadri di vendita delle diverse tipologie dei canali distributivi e descrive l'equilibrio tra il servizio offerto al consumatore dai diversi canali distributivi. Quando l'Indice di Equilibrio è uguale a 1, il servizio al consumatore è equamente distribuito tra i canali di vendita in esame.

L'INDICE DI COPERTURA TERRITORIALE

L'Indice di Copertura territoriale è dato dal rapporto tra la superficie di vendita e l'estensione territoriale. Esso rappresenta la concentrazione di metri quadri di vendita rispetto all'estensione territoriale e dà dimensione di quanto il servizio sia distribuito, ovvero quanti metri quadri di vendita siano allocati per chilometri quadrato di territorio.

Questo rapporto è indicativo di quanto la rete del servizio di vendita sia effettivamente diffusa sulla grandezza scalare del territorio e si potrebbe considerare un'informazione ulteriore rispetto all'Indice di Servizio, che calcola la dotazione di servizio rispetto al dato di popolazione.

Precisiamo che l'informazione data da questo indice è perfezionabile: l'estensione territoriale qui utilizzata non fa riferimento al continuato abitativo dei comuni, ma alla sua estensione territoriale in senso lato. Tuttavia, con la progressiva digitalizzazione cartografica dei comuni, si avrà maggiore puntualità dei dati degli aggregati urbani e quindi, maggiore precisione dell'Indice di Copertura territoriale.

L'INDICE DI DENSITÀ TERRITORIALE

L'Indice di Densità territoriale rappresenta la distribuzione sul territorio della rete di vendita. Esso viene utilizzato per analizzare il grado di prossimità del servizio di vendita rispetto ai cittadini sul territorio, individuando la quantità di territorio servito da ogni singolo punto vendita. Il dato ci aiuta a comprendere la probabilità di vicinanza del servizio distributivo al cittadino. Un rapporto alto può suggerire una maggiore probabilità di vicinanza del servizio distributivo al cittadino.

L'INDICE DI DISTRIBUZIONE

L'indice di Distribuzione territoriale è dato dal rapporto tra il numero dei punti di vendita e la popolazione dell'area presa in considerazione. Esso contribuisce a valutare la diffusione dei punti di vendita rispetto alla dotazione di servizio al consumatore.

Lista degli acronimi utilizzati

PMD Piccola e media distribuzione
EV Esercizi di vicinato
MSV Medie Superfici di vendita
GD Grande distribuzione
GS Grandi superfici
AM Alimentare e misto
NA Non alimentare
BP Beni persona
Bi Beni basso impatto
AB Altri beni
MQV Metri quadri di vendita
KMQ Chilometri quadrati
PDV Punti di vendita