

Parere n. 4/2010 – Calcolo superfici delle aree espositive. Esercizi commerciali

Viene richiesto al Servizio scrivente un parere in ordine al calcolo delle superfici delle aree espositive e di quelle adibite alla vendita, negli esercizi commerciali che trattano merce cosiddetta ingombrante, e alle modalità di divisione delle aree medesime.

Il quesito proposto riguarda una concessionaria di autovetture nella quale l'area di esposizione dei veicoli e la zona di vendita, in definitiva l'area interessata dalle scrivanie degli operatori, sono distinte, anziché da pareti, da pavimentazioni di tipologia e colore diverso.

In particolare, il Comune chiede se debba essere considerata area di vendita l'intera superficie dell'autosalone, comprensiva della zona espositiva, oppure esclusivamente lo spazio ove sono ubicate le postazioni dei venditori e, conseguentemente, se la diversa pavimentazione sia elemento sufficiente a delimitare le due aree.

Risulta innanzitutto opportuno, al fine di fornire adeguata risposta al quesito proposto, ricostruire brevemente i tratti essenziali della disciplina del commercio, che rientra nel novero delle materie soggette alla competenza concorrente Stato – Regione, in forza della quale al legislatore statale spetta emanare norme di carattere generale, mentre alle Regioni è riconosciuta la facoltà di darvi attuazione, attraverso disposizioni dettagliate.

A livello statale, l'attività commerciale è disciplinata dal **decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114**, che sancisce le finalità e i principi generali a cui si devono attenere sia i legislatori regionali che gli operatori del settore.

Il Piemonte ha provveduto ad attuare – nei limiti della potestà legislativa attribuita alle regioni - il decreto legislativo di cui dianzi mediante la **l. r. 12 novembre 1999, n. 28**, che si pone l'obiettivo di definire *“le norme di indirizzo generale per l'insediamento delle attività commerciali e i criteri di programmazione urbanistica, al fine della promozione della competitività del sistema commerciale piemontese e della razionalizzazione della rete commerciale”* (art. 1, co. I).

Con **delibera 563 – 13414/ 1999** il Consiglio Regionale, nell’ambito delle funzioni conferite dall’art. 2 l.r. 28/1999, ha individuato gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per l’insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, allo specifico fine di ottimizzare la rete distributiva commerciale nel rispetto delle peculiarità territoriali, delle dinamiche concorrenziali e della tutela dei consumatori. In particolare, le disposizioni ivi contenute sanciscono in modo puntuale e dettagliato i criteri di classificazione degli esercizi commerciali, la loro localizzazione e l’adeguamento degli strumenti urbanistici comunali.

Negli anni successivi alla sua approvazione e a seguito del monitoraggio dell’evoluzione della rete distributiva piemontese da parte dell’Osservatorio Regionale del Commercio, la delibera 563 – 13414/1999 è stata oggetto di interventi modificativi da parte del Consiglio Regionale, al fine di agevolare l’azione regionale di indirizzo dei comuni rispetto alle scelte di programmazione commerciale. Il Consiglio Regionale ha deliberato una prima modifica nel 2003 (**DCR 23 dicembre 2003 n. 347 – 42514**) e una seconda nel 2006 (**DCR 24 marzo 2006 n. 59 – 10831**).

Gli “indirizzi e criteri” attualmente in vigore sono dunque dati dal testo integrato dei provvedimenti di cui dianzi.

Delineato il quadro normativo, vanno individuati gli elementi peculiari che consentono di distinguere la zona espositiva da quella di vendita.

Una prima definizione della **superficie di vendita** è sancita dall’art. 4, co. I lett. c, d. lgs. 114/1998, in base al quale è *“l’area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Mentre non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi”*.

Tale definizione è stata mutuata a livello regionale, come si può constatare nell’art. 5, co. I, delle delibere consiliari che si sono susseguite dal 1999 al 2006; nel corso degli anni, essa non ha subito alcuna modifica.

Le variazioni hanno invece interessato le **modalità di calcolo** della superficie di vendita disciplinata dall’art. 5, co. II, DCR 563 – 13414/1999: inizialmente veniva considerata *“solo*

l'area che costituisce la superficie lorda di pavimento ai fini del rilascio della concessione o dell'autorizzazione edilizia" (DCR 563 – 13414/1999), successivamente si è ritenuto opportuno fare riferimento alla "sola area coperta, interamente delimitata dai muri, che costituisce la superficie lorda di pavimento ai fini del rilascio della concessione o dell'autorizzazione edilizia" (DCR 347 – 42514/2003).

L'ultima novella normativa, apportata dalla DCR 59 – 10831/2006, pur confermando la modalità di calcolo prevista dalla delibera consiliare del 2003, ha precisato che l'area coperta, da considerare al fine di stabilire l'estensione della superficie di vendita, deve essere computata al netto dei muri perimetrali che la delimitano (art. 5, co. II, nuova formulazione, *la superficie di vendita si determina per ciascun esercizio commerciale calcolando solo l'area coperta, interamente delimitata dai muri e al netto degli stessi, che costituisce la superficie lorda di pavimento ai fini del rilascio della concessione o dell'autorizzazione edilizia*).

Dalle indicazioni dianzi fornite emerge cosa debba intendersi per superficie di vendita e, soprattutto, quali siano le modalità di calcolo della medesima, mentre la definizione dell'area espositiva deve essere individuata in via residuale, comprendendo tutte le zone escluse da quella di vendita.

L'individuazione della zona di vendita risulta essenziale per la classificazione degli esercizi commerciali. La norma regionale infatti, attenendosi a quanto stabilito dall'art. 4 d.lgs. 114/1998, ha individuato, in base all'estensione della superficie di vendita, **tre tipologie di attività commerciali di vendita al dettaglio**:

Esercizi di vicinato:

- superficie di vendita non superiore a mq 150 nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti;
- superficie di vendita non superiore a mq 250 nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

Medie strutture:

- superficie di vendita compresa tra 151 mq e 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti;
- superficie di vendita compresa tra 151 mq e 2.500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

Grandi strutture: esercizi che superano le superfici dianzi indicate (DCR 59 – 10831/2006).

Le categorie di cui dianzi rilevano per tutti gli esercizi commerciali di vendita al dettaglio e, quindi, anche per le attività che trattano merce ingombrante, caratterizzata dalla consegna non immediata dei prodotti acquistati dalla clientela.

Questi ultimi esercizi, nei quali sono espressamente comprese le concessionarie auto, sono composti da una zona espositiva, dove trova collocazione la merce e alla quale è possibile accedere – a norma dell’art. 5, co. VII, DCR 59 – 10831/2006 – solo se accompagnati da addetti alla vendita, e da un’area di vendita, adibita alla contrattazione tra operatori e acquirenti.

La tipologia merceologica trattata non comporta deroghe alle dimensioni delle strutture di vendita. **L’art. 5, co. VI, DCR 59 – 10831/2006**, prevede, infatti, che negli esercizi commerciali di merce ingombrante l’area di vendita non debba superare le dimensioni massime previste per gli esercizi di vicinato (150mq e 250 mq a seconda della densità della popolazione residente).

La disposizione sancisce inoltre che l’area di vendita e quella espositiva, benché comunicanti, devono essere separate in modo netto, mediante pareti continue. La prescrizione, introdotta con la delibera consiliare n. 347 – 42514/2003, è chiara, puntuale ed inequivocabile e non consente interpretazioni che si discostino dalla lettera della norma.

La superficie della zona adibita alla vendita di merce ingombrante non solo deve essere circoscritta entro determinati limiti, ma deve essere altresì delimitata dall’area espositiva in modo tangibile, mediante dispositivi fissi, quali sono appunto le pareti.

Due ordini di motivi giustificano la predisposizione di pareti divisorie continue: innanzitutto il rispetto delle superfici massime consentite per l’area adibita alla vendita, pari a quelle ammesse per gli esercizi di vicinato (150mq e 250 mq a seconda della densità della popolazione residente); in secondo luogo la norma è finalizzata a garantire la sicurezza e l’incolumità della clientela, che può accedere alla zona espositiva esclusivamente se accompagnata da addetti alla vendita, come espressamente previsto dall’art. 5, co. VII, DCR 59 – 10831/2006.

Si segnala che la disposizione di che trattasi non richiede che le pareti siano realizzate in

muratura, lasciando quindi la possibilità di predisporre soluzioni alternative quanto a materiali e ad elementi di separazione con pareti continue, purché sia garantita la netta delimitazione delle due zone.

In conclusione, alla luce delle indicazioni dianzi fornite, si deve segnalare che la realizzazione di una pavimentazione di colore diverso, volta a circoscrivere la zona espositiva dall'area adibita alla vendita, non consente la divisione come imposta normativamente: dovranno, pertanto, essere adottate soluzioni che garantiscano la tangibile delimitazione delle due aree, nel rispetto della prescrizione normativa.