

ALLEGATO B

Misura 2 - Sostegno delle aree a rischio di desertificazione commerciale e/o commercialmente deboli

PREMESSA

L'obiettivo di tale Misura è duplice:

- garantire l'offerta commerciale, in termini di servizio, nei contesti rurali e montani a rischio di desertificazione commerciale, contesti con bassa densità di popolazione ed affetti da carenze strutturali del settore, anche al fine di favorirne l'offerta turistica
- garantire il mantenimento dell'offerta commerciale nelle aree commercialmente deboli

Attraverso tale Misura viene completato il panorama degli interventi programmati in ambito commerciale a favore del territorio piemontese, riconoscendo quali destinatarie le realtà che non concorrono alla promozione delle iniziative contenute nella Misura 1.

Gli strumenti proposti si affiancano al "Fondo rotativo per lo sviluppo e la qualificazione delle imprese commerciali - istituito ai sensi della L.R. 12/11/99, n. 28".

La D.C.R. 29/10/99, n. 563-13414, modificata dalla D.C.R. 23/12/2003, n. 347-42514 e dalla D.C.R. 24/3/06, n. 59-10831 disciplina gli "Indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa in attuazione del decreto legislativo 31/3/98, n. 114" e, all'articolo 19 del relativo Allegato A, definisce gli interventi per lo sviluppo dei programmi integrati di rivitalizzazione delle realtà minori.

La D.C.R. 1/3/2000, n. 626-3799 disciplina gli "Indirizzi regionali per la programmazione del commercio su area pubblica, in attuazione dell'art. 28 del D.Lgs. 31/3/98, n. 114" e la D.G.R. 2/4/01, n. 32-2642 regola le vicende giuridico-amministrative del settore.

Sulla base di tali strumenti normativi, da un lato, la programmazione regionale intende favorire gli ambiti territoriali svantaggiati, definiti "a rischio di desertificazione commerciale", in cui sia necessario rivitalizzare il servizio commerciale, attraverso il sostegno dei "centri polifunzionali" di servizi resi al consumatore: offrire in un unico punto di vendita un'ampia gamma di servizi, di tipo artigianale, piuttosto che finanziario o di informazione turistica, da un lato facilita l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione in aree scarsamente fornite e, nel contempo, garantisce il completamento dell'occupazione e del reddito degli esercenti. Questo strumento potrà essere integrato con forme di sostegno di azioni sperimentali promosse da Comuni, Unioni di Comuni, Comunità Montane, per la salvaguardia del servizio di vicinato – a titolo esemplificativo, forme di consegna di merci a domicilio.

Considerata inoltre la funzione che rivestono i mercati su area pubblica, in sinergia con il commercio in sede fissa, anche nei contesti rurali e montani a rischio di desertificazione commerciale, si intendono sostenere i progetti presentati dai Comuni per la sistemazione degli spazi pubblici da destinare a mercati e degli spazi pubblici, esterni alle sedi mercatali, da destinare all'esercizio dell'attività tramite l'assegnazione di "posteggi singoli" o di "gruppi di posteggi".

Dall'altro, la programmazione regionale intende sostenere le aree commercialmente più deboli che non hanno le condizioni territoriali, economiche, geografiche, etc. per concorrere alla promozione delle iniziative programmate con la Misura 1. In tali aree, laddove risulti necessario mantenere l'offerta commerciale, anche in termini di occupazione, si ritiene opportuno intervenire attraverso lo sviluppo di progetti di informazione e formazione, anche a vantaggio di reti di Comuni e il sostegno di progetti promossi dai Comuni per la sistemazione degli spazi pubblici da destinare a mercati, quali poli attrattori per il mantenimento e la salvaguardia del servizio di vicinato e sinergici per il buon mantenimento del commercio in sede fissa.

LINEE DI INTERVENTO

- a. Sostegno delle aree a rischio di desertificazione commerciale
- b. Sostegno delle aree commercialmente deboli

PRINCIPI GENERALI DELLE LINEE DI INTERVENTO

- a. Sostegno delle aree a rischio di desertificazione commerciale

L'ambito territoriale di riferimento della presente linea di intervento è rappresentata dai Comuni, inseriti e non in Comunità Montana, sprovvisti di esercizi commerciali e/o di attività di somministrazione di alimenti e bevande ovvero dotati di un numero massimo di due esercizi commerciali e/o un numero massimo di un esercizio di somministrazione di alimenti e bevande.

Destinatari delle agevolazioni sono i Comuni promotori di progetti di predisposizione di locali idonei allo svolgimento di attività commerciale di vendita o di somministrazione di alimenti e bevande; possono aggiungersi alla primaria attività commerciale o alla primaria attività di somministrazione di alimenti e bevande ulteriori attività para-commerciali e/o di servizio. Tali progetti possono essere accompagnati dal potenziamento strutturale della rete viaria di accesso.

Per la realizzazione di progetti di ampliamento, ristrutturazione e trasformazione di immobili da destinarsi o destinati ad attività commerciali di vendita e/o ad attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, sono inoltre destinatari le microimprese, così come definite dal Decreto del Ministero delle Attività Produttive del 18 aprile 2005 operanti negli ambiti territoriali sopra definiti, ed esercenti:

- I. la vendita al dettaglio, così come definita all'art. 4, c. 1, lett. b) del Decreto Legislativo 31/3/98, n. 114.
Sono escluse le imprese operanti nei settori di cui all'art. 4, c.2 del D.Lgs. 114/98, fatta eccezione per:
 - a) le farmacie purchè l'attività non sia rivolta, esclusivamente, a prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;
 - b) i titolari di rivendita di generi di monopolio purchè l'attività di vendita non sia rivolta, esclusivamente, ai generi di monopolio di cui alla L. 22/12/57 n. 1293 e s.m. e al relativo regolamento di esecuzione, approvato con D.P.R. 14/10/58 n. 1074 e s.m. e/o alle attività riguardanti le lotterie e le scommesse;
 - c) gli artigiani iscritti nell'albo di cui all'art. 5, c. 1 della L. 8/8/85 n. 443.

Nel caso di imprese esercenti le attività elencate alle lettere a) – b) – c), i benefici si applicano esclusivamente, in presenza di autorizzazione alla vendita, prevista nel regime ante D.Lgs. n. 114/98 o di comunicazione, prevista in attuazione del D.Lgs. n. 114/98.

Sono ammessi alle agevolazioni esclusivamente gli esercizi di “vicinato”, così come definiti dall’art. 4, c. 1, lett. d) del D.Lgs. n. 114/98 e dall’art. 5, c. 10 della D.C.R. 29/10/99, n. 563-13414 e s.i.. Si tratta di esercizi la cui superficie di vendita, per i Comuni con popolazione fino a 10.000 abitanti, non è superiore a mq. 150 e, per i Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti, non è superiore a mq. 250.

- II. l’attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, così come disciplinata dalla L. 25/8/91, n. 287 e s.m.i.;
- III. la rivendita di giornali e riviste, così come disciplinata dal D.Lgs. 24/4/2001, n. 170 e s.m.i.;

Sono altresì destinatari della presente linea di intervento i Comuni promotori di progetti di sistemazione di spazi pubblici da destinare ai mercati, così come definiti all’art. 3, c. 3, lett. a) dell’Allegato A alla D.C.R. 1/3/2000, n. 626-3799 e di progetti di sistemazione di spazi pubblici, esterni alle sedi mercatali, da destinare all’esercizio dell’attività tramite l’assegnazione di “posteggi singoli” o di “gruppi di posteggi”, così come definiti all’art. 4, c. 1, lett. a) dell’Allegato A alla D.C.R. 1/3/2000, n. 626-3799.

Le iniziative sopra descritte potranno essere integrate con forme di sostegno di azioni sperimentali promosse da Comuni, Unioni di Comuni, Comunità Montane per la salvaguardia del servizio di vicinato – quali ad esempio forme di consegna di merci a domicilio.

La presente linea di intervento prevede la concessione di contributi a fondo perduto nonché premi aggiuntivi, assegnati in relazione al livello di integrazione degli interventi proposti. I criteri per la selezione delle domande e le modalità di intervento saranno definiti, in dettaglio, nel bando che sarà approvato nel secondo semestre dell’anno 2006.

b. Sostegno delle aree commercialmente deboli

Destinatari sono i Comuni che non rientrano nell’ambito di applicazione della linea di intervento sopra descritta né nell’ambito di applicazione delle iniziative programmate con la Misura 1.

Si intendono incentivare i progetti di formazione ed informazione presentati dai Comuni, anche a vantaggio di reti di Comuni e, più in generale, di un territorio sovracomunale, anche nell’ottica degli istituendi Distretti del commercio, dell’artigianato e del tempo libero.

Si intendono inoltre sostenere i progetti promossi dai Comuni per la sistemazione di spazi pubblici da destinare ai mercati, così come definiti all’art. 3, c. 3, lett. a) dell’Allegato A alla D.C.R. 1/3/2000, n. 626-3799 e di progetti di sistemazione di spazi pubblici, esterni alle sedi mercatali, da destinare all’esercizio dell’attività tramite l’assegnazione di “posteggi singoli” o di “gruppi di posteggi”, così come definiti all’art. 4, c. 1, lett. a) dell’Allegato A alla D.C.R. 1/3/2000, n. 626-3799.

La presente linea di intervento prevede la concessione di contributi a fondo perduto. I criteri per la selezione delle domande e le modalità di intervento saranno definiti, in dettaglio, nel bando che sarà approvato nel secondo semestre dell’anno 2006.