

Comune di Villafranca Tirrena
MESSINA
N. 1691 Al Pres.
Set. Geo. Pae.
Uscita U 1 MAR. 2010
In Arrivo
Espresso U

Il Presidente del Consiglio

[Signature]

COMUNE DI VILLAFRANCA TIRRENA

PROVINCIA DI MESSINA

Il Consigliere anziano

[Signature]

Il Segretario Comunale

[Signature]

PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE (ai sensi della LEGGE REGIONALE N.28 del 22.12.1999)	
RELAZIONE e NORME TECNICHE	
gruppo di progettazione	<i>Aud M Trovato</i>
STUDIO DI URBANISTICA COMMERCIALE Prof. Ignazio Arrabito Arch. Marilena Trovato sede: viale delle americhe n.65 ragusa - www.studioarrabito.it	<i>Ignazio Arrabito</i>

REGIONE SICILIANA

Assessorato del Territorio e dell'Ambiente

IL PRESENTE DOCUMENTO COSTITUISCE ALLEGATO 2

AL D.D.G. N. 1688 DEL 23/04/2010

IL DIRIGENTE DELL'U.O. 3.1

[Signature]

Copia conforme all'originale approvato
con delibera consiliare n. 23 del 29-06-2010
e allegato e parte integrante dell'atto.

[Signature]

COMUNE DI VILAFRANCA TIRRENA

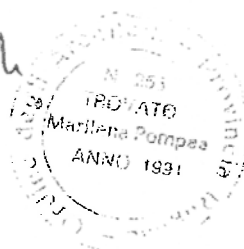
PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE

progettisti incaricati

prof. Ignazio Arrabito

arch. Marilena Trovato

Ignazio Arrabito
Marilena Trovato



RELAZIONE

Introduzione

Con il Piano di Urbanistica Commerciale (d'ora in avanti, PUC, ndr) il Comune di Villafranca Tirrena intende conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva del commercio al dettaglio su aree private nel territorio comunale. Il previsto insediamento delle predette attività commerciali sarà disciplinato secondo i moderni criteri della programmazione urbanistica commerciale.

Quanto riferito sarà ottenuto per mezzo di apposite normative concernenti la programmazione commerciale, intrecciata, ove necessario, ad una puntuale esplicitazione delle norme del vigente strumento urbanistico generale riguardanti le differenti zone territoriali omogenee.

L'adozione del PUC interviene in momenti decisivi per l'auspicato, ulteriore sviluppo della rete di vendita comunale, avviata da tempo ad offrire un'offerta di qualità, che potrà e dovrà sviluppare ulteriori elementi di innovazione in grado di soddisfare i bisogni di consumo dei cittadini-residenti, evitando al massimo i livelli di evasione che , pure, esistono e che naturalmente in un'economia aperta non potranno mai del tutto essere eliminati (Peraltro, i fenomeni di evasione, in varia misura riguardano pressoché quasi tutte le realtà commerciali comunali, per ragioni assolutamente logiche e comprensibili riferite essenzialmente al fatto che la nostra economia, per il punto di vista esaminato, è di tipo aperto, ndr).

La "sfida" dunque è ineludibile sia per gli imprenditori, che sulla base di forti motivazioni dovranno impegnare risorse finanziarie e manageriali, quanto, per il Comune, che con la presente programmazione urbanistico-commerciale, dovrà "accompagnare" il processo di sviluppo della rete di vendita.

Per tale ultimo aspetto, con il PUC si intende offrire le "coordinate" normative necessarie per ottenere il rinnovamento e la qualificazione più elevata possibile della rete di vendita comunale, che consenta sia un recupero di evasione della domanda di beni presso altre reti extracomunali, quanto la possibilità di attrarre dei consumatori da altre realtà comunali limitrofe, il che, complessivamente, per la contestuale produzione di un maggiore valore aggiunto contribuirebbe a promuovere un maggiore sviluppo dell'economia locale.

L'attuale consistenza della rete di vendita comunale del commercio a dettaglio su aree private

Premessa

I dati sull'attuale consistenza della rete di vendita comunale saranno presentati a livello generale. Ciò è dato dal fatto che, sostanzialmente, l'intera rete è diffusa solamente all'interno di uno di quelli che saranno definiti ambiti di zona, esattamente quello di Villafranca Tirrena. In ogni caso, in uno alla "riflessione critica" sulla inesistenza dell'offerta all'interno degli altri ambiti di zona (Bauso, Calvaruso, Serro) , i dati, così come presentati, corredati dai relativi indici segnaletici suggeriti dalla letteratura, consentiranno una corretta e completa conoscenza del ruolo e della funzione della rete in uno al modello territoriale con cui si è realizzato l'insediamento delle attività commerciali.

Analisi della rete di vendita del commercio al dettaglio su aree private

Dalla precedente tabella si richiamano alcuni dati in uno alla presentazione di elaborazioni ed indici.

Per quanto riguarda i dati:

Per i due settori merceologici si è registrato quanto segue:

1) dal lato quantitativo:

a) Gli esercizi di vicinato sono complessivamente 96, di cui il 18% appartiene al settore alimentare, il restante 82% al settore non alimentare;

b) Le medie strutture sono complessivamente 7 (sette), di cui: 5 (cinque) del settore alimentare e 2 (due) del non alimentare;

c) E' insediata 1 (una) grande struttura di vendita, appartenente al settore alimentare, dalla superficie di mq.1180,00.

d) nel settore alimentare:

gli esercizi di vicinato rappresentano il 77.0 del totale, le medie strutture, il 18%, la grande struttura il 5%;

e) nel settore non alimentare:

gli esercizi di vicinato rappresentano il 95% del totale, le medie strutture il restante 5%.

Tutte le unità commerciali sono pari a 106 (centosei).

NORME di ATTUAZIONE del PUC

