

**Luca Tamini**

*Docente di Progettazione urbanistica di strutture commerciali  
Politecnico di Milano*

**Comune di Bergamo**

**Area Politiche del Territorio**

**Studio e ricerca relativi alla struttura commerciale nell'ambito urbano del sistema  
piacentiniano della città bassa di Bergamo**

---

Fase 2

Definizione di premialità urbanistiche finalizzate al rilancio del commercio urbano e  
supporto all'attività di elaborazione della Variante al Piano di Governo del Territorio

**INTEGRAZIONI E MODIFICHE**

Gruppo di lavoro

prof. arch. Luca Tamini

dott. Giorgio Limonta, dott. Mario Paris

Milano, 24 novembre 2016

# INDICE

<b>1. GEOGRAFIA DEL DUC "CENTRO" COME INQUADRAMENTO DELLE POLITICHE REGOLATIVE IN MATERIA DI COMMERCIO</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1 Geografia dell'offerta commerciale: una restituzione cartografica</b> .....	<b>8</b>
1.1.1. La mappatura delle attività presenti ai piani terra: un approccio metodologico .....	8
1.1.2. Tassonomie e geografie delle attività rilevate .....	9
1.1.2.1. Attività del commercio al dettaglio e del commercio all'ingrosso .....	10
1.1.2.2. Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande .....	12
1.1.2.3. Attività artigianali .....	13
1.1.2.4. Attività di interesse culturale .....	15
1.1.2.5. Attività ricettive .....	16
1.1.2.6. Attività di intrattenimento e svago .....	16
1.1.2.7. Attività del terziario direzionale .....	16
1.1.2.8. Distributori automatici .....	17
1.1.2.9. Spazi commerciali sfitti .....	17
1.1.2.10. Spazi commerciali in ristrutturazione (prossima apertura) .....	18
1.1.2.11. Negozi storici .....	18
1.1.3. I sistemi insediativi del DUC "Centro" .....	21
1.1.3.1. Ambiti areali .....	23
1.1.3.2. Ambiti lineari/Assi commerciali .....	35
1.1.3.3. Commercio diffuso e polverizzato .....	46
1.1.4. Identificazione delle attività a rilevanza commerciale .....	47
1.1.5. Monitoraggio e aggiornamento della geografia delle attività commerciali .....	50
<b>Tavola 1. Restituzione rilievo delle attività al piano terra del DUC "Centro" - febbraio 2016</b> .....	<b>52</b>
<b>Tavola 2. Mappatura delle attività commerciali sfitte del DUC "Centro" - febbraio 2016</b> .....	<b>54</b>
<b>1.2 Mappa dei valori immobiliari della residenza e del commercio</b> .....	<b>56</b>
<b>1.3 Swot analysis</b> .....	<b>62</b>
<b>2. DEFINIZIONE DI PREMIALITÀ URBANISTICHE FINALIZZATE AL RILANCIO DEL COMMERCIO URBANO</b> .....	<b>64</b>
<b>2.1 Tre temi di integrazione con le politiche attive del Distretto Urbano del Commercio</b> .....	<b>64</b>
2.1.1. Nuova disciplina delle Medie strutture di vendita .....	64

2.1.2. Occupazione di suolo pubblico.....	67
2.1.2.1. L'occupazione di suolo pubblico nei "Piani per il commercio su aree pubbliche" comunali.....	68
2.1.2.2. Calendario Eventi.....	77
2.1.3. Modalità di regolazione delle destinazioni d'uso.....	80
<b>3. SUPPORTO ALL'ATTIVITÀ DI ELABORAZIONE DELLA VARIANTE AL PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO: PROPOSTE TECNICHE E NORMATIVE.....</b>	<b>81</b>
3.1 Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano.....	82
Tavola 3. Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano per l'ambito del Comune di Bergamo (novembre 2016).....	83
3.2 Definizioni e relativi riferimenti normativi.....	88
3.3 Proposta di integrazione e modifica alle Norme del Piano delle Regole vigenti.....	90
3.3.1 Integrazioni alla bozza di Norme (24 novembre 2016).....	96
<b>4. LINEE GUIDA E INDIRIZZI PER UN PROGETTO PILOTA DI CARATTERE SPERIMENTALE (30 settembre 2016).....</b>	<b>100</b>
4.1. Buone pratiche.....	101
4.2. Concorso di progettazione urbana per la valorizzazione integrata del sistema piacentiniano della città bassa di Bergamo.....	113
<b>RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI.....</b>	<b>118</b>
<b>ALLEGATO 1: ATLANTE DEGLI SPAZI COMMERCIALI SFITTI (FEBBRAIO 2016).....</b>	<b>119</b>
ZTL Centro – Via Borfuro.....	120
Triangolo - Via Broseta esterna ZTL.....	130
Via Moroni Via San Bernardino.....	136
Via Palazzolo - Via Spaventa Silvio - Via Quarenghi.....	147
Via Tiraboschi - Via Paglia - Via D'alzano.....	157
Viale Papa Giovanni XXIII.....	164
Via Camozzi - Quadrante sud-est.....	166
Grandi contenitori.....	173
ZTL Tasso/Pignolo.....	179
<b>ALLEGATO 2: Procedure e premialità urbanistiche per il rilancio del commercio urbano (22 settembre 2016).....</b>	<b>184</b>
A) Correlazione e contestualità tra procedimento di natura urbanistica e quello autorizzatorio commerciale.....	185
B) Disciplina delle Medie strutture di vendita e dotazione aree parcheggio in aree ZTL: determinazione delle aree per servizi pubblici e di uso pubblico e loro eventuale deroga e monetizzazione.....	191

## INDICE DELLE TAVOLE IN FORMATO A3

Tavola 1. Restituzione rilievo delle attività al piano terra del DUC "Centro" - febbraio 2016.....	52
Tavola 2. Mappatura delle attività commerciali sfitte del DUC "Centro" - febbraio 2016.....	54
Tavola 3. Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano per l'ambito del Comune di Bergamo (novembre 2016).....	83

## INDICE DELLE FIGURE

Fig. 1 Identificazione geografica delle polarità distrettuali del DUC della città di Bergamo .....	7
Fig. 2 Mappatura delle attività del commercio al dettaglio per l'ambito del DUC "Centro".....	11
Fig. 3 Mappatura ed elenco delle MSV e delle GSV autorizzate per l'ambito del DUC "Centro".....	11
Fig. 4 Mappatura degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande per l'ambito del DUC "Centro".....	13
Fig. 5 Mappatura delle attività artigianali per l'ambito del DUC "Centro" .....	15
Fig. 6 Mappatura delle attività del terziario direzionale per l'ambito del DUC "Centro" .....	17
Fig. 7 Mappatura degli spazi commerciali sfitti per l'ambito del DUC "Centro" .....	18
Fig. 8 I sistemi insediativi del commercio individuati per il DUC "Centro" .....	22
Fig. 9 Varco della ZTL di Via XX Settembre.....	23
Fig. 10 ZTL Centro: la complessità del tessuto edilizio con i passaggi e le corti passanti.....	23
Fig. 11 ZTL Centro: geografia delle attività al piano terra .....	24
Fig. 12 ZTL Tasso/Pignolo: geografia delle attività al piano terra .....	27
Fig. 13 Triangolo: geografia delle attività al piano terra .....	30
Fig. 14 Triangolo: locali sfitti che indeboliscono l'identità dell'aggregato come sistema unitario d'offerta.....	31
Fig. 15 Grandi contenitori: geografia delle attività al piano terra .....	32
Fig. 16 Quadrante sud-est: geografia delle attività al piano terra .....	34
Fig. 17 Mappatura degli spazi commerciali a connotazione etnica identificati per l'ambito del DUC "Centro" .....	35
Fig. 18 Largo Medaglie d'Oro - Via Tiraboschi - Largo Porta Nuova: geografia delle attività al piano terra .....	36
Fig. 19 Via Borfuro: geografia delle attività al piano terra .....	37
Fig. 20 Via Broseta: geografia delle attività al piano terra.....	38
Fig. 21 Via G. Camozzi: geografia delle attività al piano terra .....	39
Fig. 22 Via San Bernardino/ Via G.B. Moroni: geografia delle attività al piano terra .....	40
Fig. 23 Via Paglia – Via D'Alzano – Via Paleocapa: geografia delle attività al piano terra .....	41
Fig. 24 Via Don L. Palazzolo – Via S. Spaventa: geografia delle attività al piano terra.....	42
Fig. 25 Via G. Quarenghi Sud: geografia delle attività al piano terra .....	43
Fig. 26 Via Zambonate esterna ZTL - Via Quarenghi tratto nord: geografia delle attività al piano terra .....	44
Fig. 27 Viale Papa Giovanni XXIII: Geografia dell'offerta di attività commerciali e del terziario commerciale.....	45
Fig. 28 Commercio diffuso e polverizzato: Locali sfitti lungo via Bonomelli (a sinistra) e lungo via Calvi .....	46
Fig. 29 Rilevanza commerciale dei sistemi insediativi del commercio individuati per il DUC "Centro".....	49
Fig. 30 Esempi di tassonomia utilizzata dal progetto OSM per la definizione dei tag associati alle attività commerciali .....	51
Fig. 31 Mappatura delle zone OMI per l'ambito della città di Bergamo: valori medi relativi alle transazioni degli immobili commerciali (II semestre 2015).....	56
Fig. 32 Zone OMI e polarità del DUC della città di Bergamo: valori medi relativi alle transazioni degli immobili commerciali (II semestre 2015).....	57
Fig. 33 Zone OMI e sistemi commerciali urbani della polarità DUC "Centro": valori medi relativi alle transazioni degli immobili commerciali (II semestre 2015).....	58
Fig. 34 Mappatura dei valori del mercato immobiliare per l'ambito della città di Bergamo: valori medi relativi agli immobili commerciali (Listino FIMAA 2015-2016) .....	59

Fig. 35 Mappatura dei valori del mercato immobiliare e polarità del DUC Bergamo: valori medi relativi agli immobili commerciali (Listino FIMAA 2015-2016).....	61
Fig. 36 Mappatura dei valori del mercato immobiliare e sistemi commerciali urbani della polarità DUC "Centro": valori medi relativi agli immobili commerciali (Listino FIMAA 2015-2016) .....	61
Fig. 37 Piano delle aree mercatali: Quadro ricognitivo (estratto) .....	70
Fig. 38 Piano delle aree mercatali: Quadro ricognitivo (estratto) .....	72
Fig. 39 Piano delle fiere e delle sagre: Scheda di Progetto per la Fiera di Sant'Antonio (estratto) .....	73
Fig. 40 Inquadramento e valutazione dell'edicola e prescrizioni di intervento in Piazza Pontida n.4 (Tav. 2.7) (estratto) .....	75
Fig. 41 Analisi dello stato di fatto - Ricognizione dei chioschi e delle edicole esistenti (Tav. 1) (estratto) .....	75
Fig. 42 Individuazione e progettazione nuovi chioschi in parco pubblico in Piazzale Degli Alpini (Tav. 6.1) (estratto) .....	76
Fig. 43 Mappatura delle manifestazioni e degli eventi 2015 nel territorio comunale di Bergamo .....	79
Fig. 44 Mappatura delle manifestazioni e degli eventi 2015 per le polarità distrettuali del DUC Bergamo .....	79
Fig. 45 Definizione degli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano per l'ambito del DUC "Centro" .....	82

## INDICE DELLE TABELLE

Tab. 1 Consistenza delle attività al piano terra rilevate per l'ambito del DUC "Centro" .....	9
Tab. 2 Elenco dei Negozi storici riconosciuti da Regione Lombardia per l'ambito del Comune di Bergamo .....	19
Tab. 3 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito ZTL Centro .....	25
Tab. 4 Attività del commercio al dettaglio e all'ingrosso nell'ambito ZTL Centro .....	25
Tab. 5 ZTL Centro: articolazione dell'offerta del commercio al dettaglio non alimentare .....	26
Tab. 6 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo .....	26
Tab. 7 Attività del commercio al dettaglio e all'ingrosso nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo .....	27
Tab. 8 Attività artigianali nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo .....	28
Tab. 9 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito Triangolo .....	29
Tab. 10 Attività del Terziario direzionale nell'ambito Triangolo .....	30
Tab. 11 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito Grandi contenitori .....	31
Tab. 12 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito Quadrante sud-est .....	33
Tab. 13 Largo Medaglie d'Oro - Via Tiraboschi - Largo Porta Nuova: Consistenza dell'offerta commerciale .....	36
Tab. 14 Via Borfuro: Consistenza dell'offerta commerciale .....	37
Tab. 15 Via Broseta: Consistenza dell'offerta commerciale .....	38
Tab. 16 Via G. Camozzi: Consistenza dell'offerta commerciale .....	39
Tab. 17 Via San Bernardino/ Via G.B. Moroni: Consistenza dell'offerta commerciale .....	40
Tab. 18 Via Paglia – Via D'Alzano – Via Paleocapa: Consistenza dell'offerta commerciale .....	41
Tab. 19 Via Don L. Palazzolo – Via S. Spaventa: Consistenza dell'offerta commerciale .....	42
Tab. 20 Via G. Quarenghi Sud: Consistenza dell'offerta commerciale .....	43
Tab. 21 Via Zambonate esterna ZTL - Via Quarenghi tratto nord: Consistenza dell'offerta commerciale .....	44
Tab. 22 Viale Papa Giovanni XXIII: Consistenza dell'offerta commerciale .....	45
Tab. 23 Commercio diffuso e polverizzato: Consistenza dell'offerta commerciale .....	46
Tab. 24 Valori di rilevanza commerciale per tipologie di attività (da 1 = molto bassa a 5 = molto alta) .....	47
Tab. 25 Valori delle zone OMI per l'ambito della città di Bergamo (II semestre 2015) .....	56
Tab. 26 Valori del mercato immobiliare per gli immobili commerciali per l'ambito della città di Bergamo (FIMAA 2015-2016) .....	59
Tab. 27 Opportunità e minacce .....	62
Tab. 28 Punti di forza e di debolezza .....	63
Tab. 29 Fiere e sagre del DUC Centro .....	74
Tab. 30 Edicole del DUC Centro .....	76

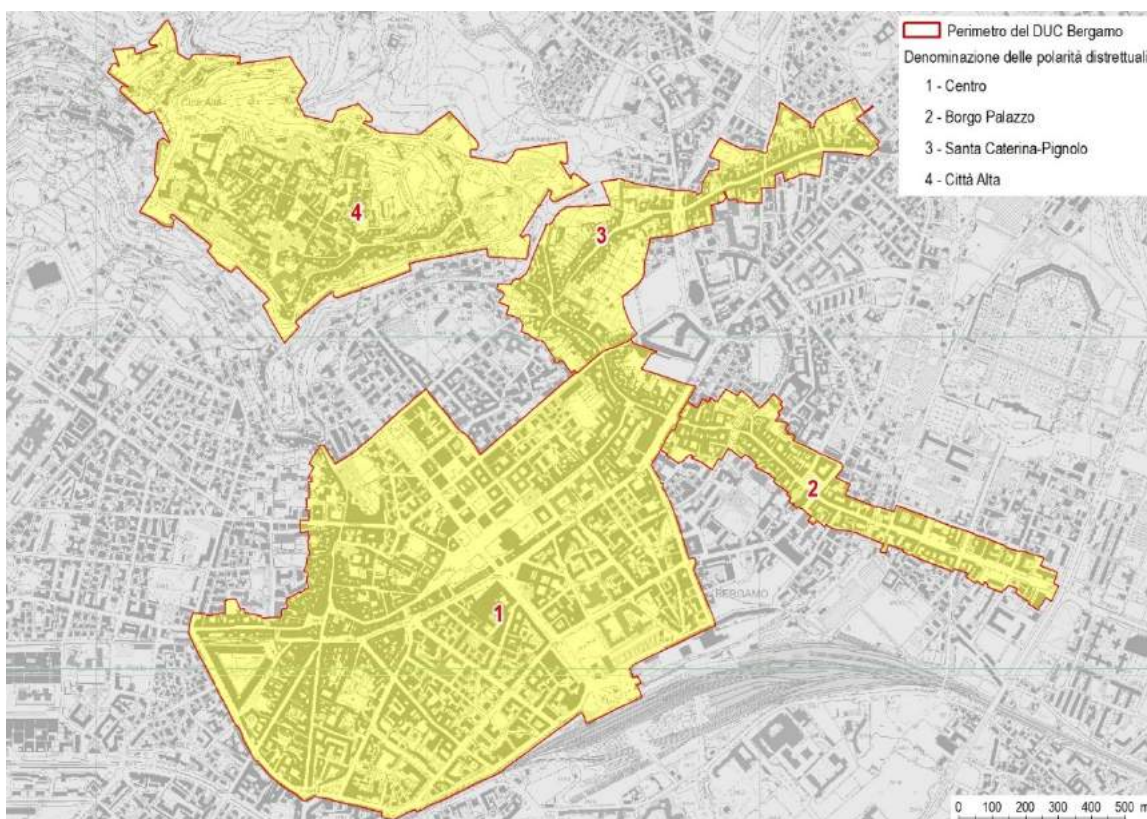
Tab. 31 Chioschi del DUC Centro .....	76
Tab. 32 Manifestazioni ed eventi nel Comune di Bergamo (2015): natura delle attività.....	77
Tab. 33 Principali aree di localizzazione di manifestazioni ed eventi nel Comune di Bergamo (2015).....	78
Tab. 34 Ambiti di regolazione: ammissibilità dei formati, premialità, dotazioni, modalità di intervento.....	85
Tab. 35 Definizioni delle attività e riferimenti normativi .....	88
Tab. 36 Classificazione delle attività e riferimenti normativi.....	89

# 1. GEOGRAFIA DEL DUC "CENTRO" COME INQUADRAMENTO DELLE POLITICHE REGOLATIVE IN MATERIA DI COMMERCIO

Il presente capitolo restituisce gli esiti della fase di rilievo e mappatura puntuale delle attività commerciali presenti nel perimetro del Distretto Urbano del Commercio (DUC) del Comune di Bergamo utili alla definizione di premialità urbanistiche per il rilancio del commercio urbano.

Nel periodo intercorso tra la fase I e la fase II della presente ricerca, il processo di maturazione del DUC del Comune di Bergamo ha portato alla decisione di rivederne il perimetro comprendendo in particolare i sistemi commerciali di Borgo Santa Caterina, di Borgo Palazzo e di Città Alta. A seguito di alcuni tavoli di confronto con i rappresentanti del Comune di Bergamo e del DUC si è definito un ulteriore allargamento del perimetro del distretto comprendendo l'intero sistema commerciale formatosi lungo l'asse di via Borgo Palazzo. Dunque sull'unico esempio del DUC del Comune di Milano, articolato in 9 polarità distrettuali, anche il DUC della Città di Bergamo si è riconfigurato organizzandosi in 4 polarità ("Centro", "Borgo Palazzo", "Borgo Santa Caterina" e "Città Alta") mantenendo comunque un'unica cabina di regia che già comprendeva i rappresentanti delle nuove polarità distrettuali<sup>1</sup>. Questa riconfigurazione è stata riconosciuta anche a livello regionale con il Decreto 3293 del 14/04/2016, avente come oggetto la modificazione del distretto urbano del commercio di Bergamo ai sensi del paragrafo 4 della D.g.r. 28 ottobre 2009 n. 10397.

Fig. 1 Identificazione geografica delle polarità distrettuali del DUC della città di Bergamo



<sup>1</sup> Dal punto di vista metodologico sarebbe utile ai fini conoscitivi e regolativi estendere, in una fase successiva, l'indagine agli ambiti territoriali delle altre polarità distrettuali

## 1.1 Geografia dell'offerta commerciale: una restituzione cartografica

La costruzione della geografia del commercio prende avvio da un rilievo diretto effettuato nel mese di febbraio 2016 per l'ambito territoriale della polarità "Centro" relativo alla "Città Bassa" del DUC di Bergamo.

L'indagine considera l'insieme delle attività localizzate ai piani terra degli edifici con l'obiettivo di effettuare una fotografia esaustiva delle attività commerciali presenti nel tessuto urbano della città bassa, individuare tendenze localizzative e caratterizzazioni merceologiche presenti. Il lavoro di studio e classificazione delle attività commerciali si fonda sulle novità introdotte dal Decreto legislativo 114/98 e sulle successive normative regionali in materia di commercio. Allo stesso tempo, precedenti esperienze di ricerca effettuate hanno evidenziato quanto sia riduttivo ai fini conoscitivi ricondurre le questioni commerciali esclusivamente alle attività che rientrano nella definizione giuridica di commercio al dettaglio. È necessario dunque considerare tutto il sistema delle attività insediate ai piani terra, nella sua accezione più ampia, fino al monitoraggio completo delle attività sfitte. Solo la completa osservazione della complessità delle attività a rilevanza commerciale può infatti restituirci indicatori realmente efficaci descriventi le dinamiche in atto, utili anche all'attivazione e al monitoraggio delle politiche regionali a sostegno dei sistemi commerciali locali (cfr. I, II, III, IV e V bando dei Distretti del Commercio). Questa modalità di indagine permette inoltre di evidenziare ed indagare le forme e gli effetti generati dall'interazione spaziale delle attività commerciali con gli elementi territoriali e le altre attività economiche. Fenomeni di sinergia e asinergia che determinano la formazione o meno di sistemi aggregativi spontanei o, di contro, ne ostacolano la formazione o ne indeboliscono la struttura.

### 1.1.1. La mappatura delle attività presenti ai piani terra: un approccio metodologico

La prima fase del presente lavoro di ricerca rimandava in più punti alla realizzazione di un rilievo puntuale da svolgersi all'interno dell'ambito del DUC "Centro" (corrispondente al perimetro del Distretto Urbano del Commercio riconosciuto dalla Regione Lombardia nel 2008). Si è trattato di un lavoro svolto durante il mese di febbraio 2016 orientato all'analisi e alla catalogazione delle attività presenti ai piani terra degli edifici e che, di conseguenza, ha coinvolto un eterogeneo gruppo di funzioni. Data la ricca varietà di questo insieme, si è scelto di operare utilizzando una classificazione elaborata all'interno del Laboratorio URB&COM del Politecnico di Milano, consolidata dall'applicazione in precedenti lavori di ricerca e consulenza<sup>2</sup>.

Il rilievo effettuato è restituito in ambiente GIS utilizzando come supporto-riferimento cartografico il Database Topografico comunale (DBT) in linea con i principi e le modalità operative previste da Regione Lombardia all'articolo 3 della legge 12/2005 in merito agli Strumenti per il coordinamento e l'integrazione delle informazioni. La raccolta sul campo delle informazioni relative alla numerazione civica ha inoltre permesso un incrocio informatico con i database relativi alle autorizzazioni commerciali dell'Ufficio Commercio del Comune di Bergamo utile in particolare per quantificare le autorizzazioni commerciali presenti nell'ambito del DUC.

Entrando nel merito della geometria e della modalità rappresentativa, è stato scelto di raffigurare le attività commerciali attraverso l'elemento puntuale, localizzato in corrispondenza dell'ingresso principale al locale in modo da interagire

---

<sup>2</sup> In particolare si segnalano le seguenti attività di ricerca:

Comune di Giussano, "Indagini conoscitive e definizione dei Criteri urbanistici in materia commerciale nell'ambito della Variante al Piano di Governo del Territorio (PGT)", 2011.

Comune di Milano, "L'integrazione delle politiche commerciali nel Piano di governo del territorio del Comune di Milano", 2008.

spazialmente con il perimetro dell'edificio. Tra le caratteristiche principali che fanno privilegiare questa scelta geometrica vi è, tra l'altro, la possibilità di rappresentare il dato alle diverse scale (multiscalarità), semplicemente ridimensionando l'elemento grafico associato alla posizione del punto vendita a seconda delle esigenze di scala.

### 1.1.2. Tassonomie e geografie delle attività rilevate

Elemento fondamentale per l'organizzazione, la gestione e l'interpretazione del rilievo effettuato è la modalità con cui vengono classificate tipologicamente le differenti attività presenti ai piani terra degli edifici.

La classificazione proposta considera e discende dalla tipologie normative introdotte dalle leggi regionali e nazionali in materia di Commercio, nonché dalla classificazione delle attività economiche dell'ISTAT (ATECO 2007).

Come riportato nella Tab. 1, la tassonomia delle attività è stata ricondotta a dieci macro-categorie, suddivise a loro volta in tipologie ulteriormente articolabili a seconda della specializzazione merceologica o dell'attività/servizio prestato dai singoli esercizi rilevati.

Tab. 1 Consistenza delle attività al piano terra rilevate per l'ambito del DUC "Centro"

Macrocategoria	Consistenza	% sul totale
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	653	41,0%
Attività artigianali	208	13,1%
Intrattenimento e svago	7	0,4%
Attività culturali	2	0,1%
Ricettivo	8	0,5%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	186	11,7%
Terziario direzionale	254	16,0%
Distributori automatici	5	0,3%
Locali sfitti	248	15,6%
Ristrutturazione - prossima apertura	20	1,3%
<b>Totale attività mappate nel DUC Centro</b>	<b>1591</b>	
MSV	28	
GSV	2	
<b>Attività etnicamente connotate</b>	<b>86</b>	

### 1.1.2.1. Attività del commercio al dettaglio e del commercio all'ingrosso

Questa macro-categoria appresenta l'insieme delle attività rientranti nella definizione normativa e tipologica del D.lgs 114/98<sup>3</sup> "Decreto Bersani" che definisce il commercio al dettaglio come "[...] attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci a nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale" e il commercio all'ingrosso come "[...] attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande."

L'indagine e il rilievo hanno riguardato esclusivamente le attività del commercio al dettaglio o all'ingrosso in "sede fissa" ovvero con una propria tangibilità territoriale in termini di presenza costante della sede dell'attività all'interno del tessuto urbano della città. Le attività del commercio al dettaglio in sede fissa sono state articolate nelle tipologie dimensionali introdotte dal D.lgs 114/98 (Esercizi di Vicinato - EdV, Medie Strutture di Vendita - MSV e Grandi Strutture di Vendita - GSV) distinguendo le attività delle farmacie, in quanto escluse dall'applicabilità del D.lgs 114/98 e i punti vendita esclusivi per la stampa quotidiana e periodica soggetti a specifici atti di programmazione comunali<sup>4</sup> e di fatto anch'essi esclusi dai processi di liberalizzazione attuati negli ultimi anni.

Le attività del commercio al dettaglio rilevate come funzione prevalente all'interno del perimetro del DUC "Centro" sono in totale 651<sup>5</sup>, mentre il numero delle attività del commercio all'ingrosso è assolutamente irrilevante (2 attività). Tipologicamente le attività del commercio al dettaglio si suddividono in: 598<sup>6</sup> Esercizi di Vicinato (di cui 551 non alimentari/specializzati e 47 alimentari/despecializzati), 28<sup>7</sup> Medie Strutture di Vendita (24 non alimentari/specializzate e 4 alimentari/despecializzate) e 2 Grandi Strutture di Vendita non alimentari.

Gli esercizi commerciali al dettaglio costituiscono per un centro urbano gli elementi in grado di generare qualità dell'abitare. Infatti costituiscono un innegabile servizio di prossimità alle persone insediate, soprattutto per quelle fasce di popolazione con difficoltà di spostamento o impossibilitate per varie ragioni ad utilizzare il mezzo privato per effettuare acquisti banali di beni alimentari e/o non alimentari.

Dal punto di vista autorizzativo il comune ha competenza esclusiva per il rilascio delle autorizzazioni per gli Esercizi di Vicinato e le Medie Strutture di Vendita. L'apertura di Grandi Superfici di Vendita è invece subordinata al parere favorevole della conferenza dei servizi (art. 9, comma 3, D.lgs 114/98). Si segnala che per il rilascio delle autorizzazioni delle MSV l'art. 8, comma 3 del D.lgs 114/98 prescrive ai comuni l'adozione di specifici criteri definiti sulla base delle disposizioni regionali e degli obiettivi di programmazione commerciale indicati nel testo del D.lgs 114/98 e sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio. L'adozione dei criteri per le MSV rende inapplicabile, per questa tipologia di attività, il regime della Segnalazione di inizio attività (Scia) previsto dall'art. 19<sup>8</sup>, comma 1<sup>9</sup>, della L. 241/90, n. 241 "Nuove norme sul procedimento amministrativo", in quanto introduce uno specifico strumento di programmazione settoriale per il rilascio delle autorizzazioni.

<sup>3</sup> "Riforma della Disciplina Relativa al Settore del Commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997".

<sup>4</sup> Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita ai sensi dell'art. 6 del D.lgs 170/2001.

<sup>5</sup> Il dato include i punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica (14) e le farmacie (9 attività).

<sup>6</sup> Il dato esclude i punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica (14) e le farmacie (9 attività) ma include le parafarmacie.

<sup>7</sup> Il dato esclude le 2 MSV autorizzate ed attualmente sfitte.

<sup>8</sup> Articolo modificato dall'art. 49, comma 4-bis, L. 122/2010.

<sup>9</sup> Comma modificato dall'art. 5, comma 2, lettera b) della L. 106/2011, dall'art. 2, comma 1, L. 35/2012, dall'art. 13, comma 1, L. 134/2012.

Fig. 2 Mappatura delle attività del commercio al dettaglio per l'ambito del DUC "Centro"

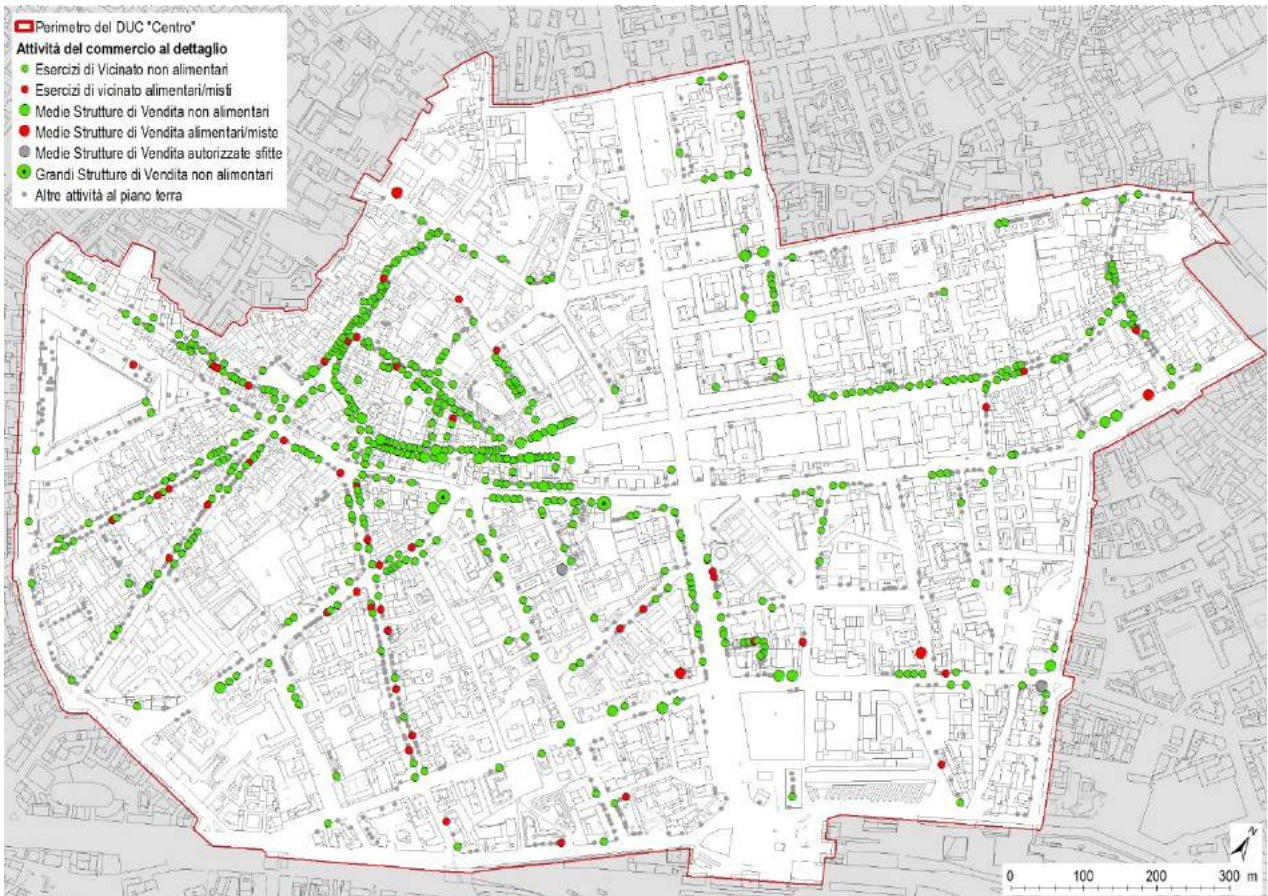
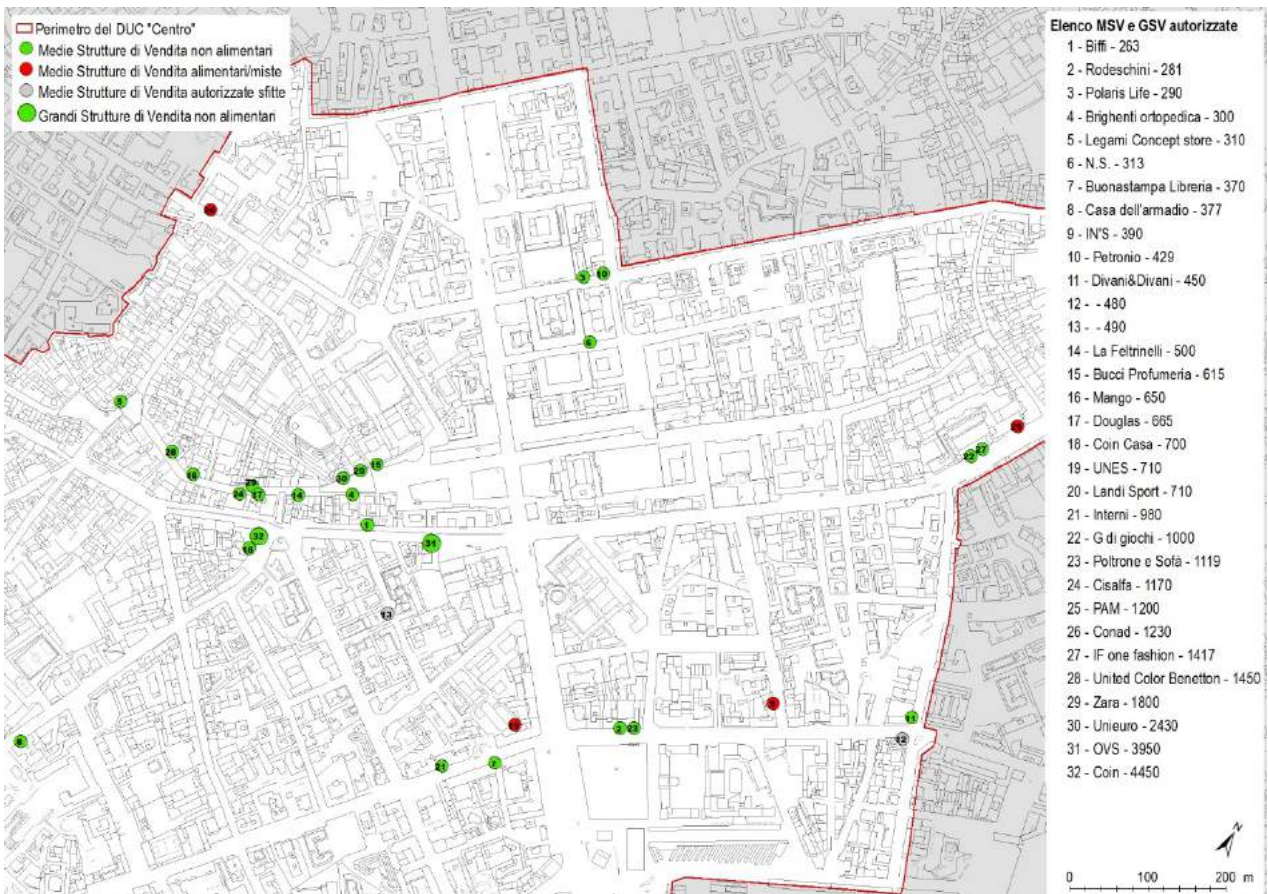


Fig. 3 Mappatura ed elenco delle MSV e delle GSV autorizzate per l'ambito del DUC "Centro"



### 1.1.2.2. Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande

Dentro questa macro-categoria risiede l'insieme delle attività per *"[...] la vendita per il consumo sul posto, che comprende tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali dell'esercizio o in una area aperta al pubblico, a tal fine attrezzati."* (art. 64 L.R. 6/2010). Normativamente esiste un'unica tipologia che riunisce tutti gli esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione.

Il D.lgs 59 del 26 marzo 2010, recepimento statale della Direttiva europea sui Servizi "Bolkestein" (2006/123/CE), ha mantenuto la possibilità per i comuni di programmare il rilascio delle autorizzazioni *"[...] limitatamente alle zone del territorio da sottoporre a tutela, [...], ferma restando l'esigenza di garantire sia l'interesse della collettività inteso come fruizione di un servizio adeguato sia quello dell'imprenditore al libero esercizio dell'attività"*. Si sottolinea però come tale programmazione debba essere prevista *"[...] sulla base di parametri oggettivi e indici di qualità del servizio, divieti o limitazioni all'apertura di nuove strutture limitatamente ai casi in cui ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo in particolare per il consumo di alcolici, e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità. In ogni caso, resta ferma la finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale [...]"*. Si sottolinea comunque il principio, già sancito dal "Decreto Bersani bis" convertito in legge con la n. 248 del 4 agosto 2006<sup>10</sup>, del divieto di legare tali criteri a principi di natura economica come ad esempio la verifica dell'esistenza di un bisogno economico o sulla necessità di provare il soddisfacimento di una qualsiasi domanda di mercato o attraverso indici di verifica del livello di saturazione del mercato basati sulla presenza di altre attività di somministrazione di alimenti e bevande<sup>11</sup>.

Queste attività sono considerate fondamentali come servizi di prossimità alla popolazione insediata, in quanto si configurano nella maggior parte dei casi come luoghi di aggregazione e svago, divenendo in alcuni contesti urbani dei veri e propri punti di riferimento. Assieme alle attività del commercio al dettaglio rappresentano gli elementi generatori dei sistemi commerciali urbani.

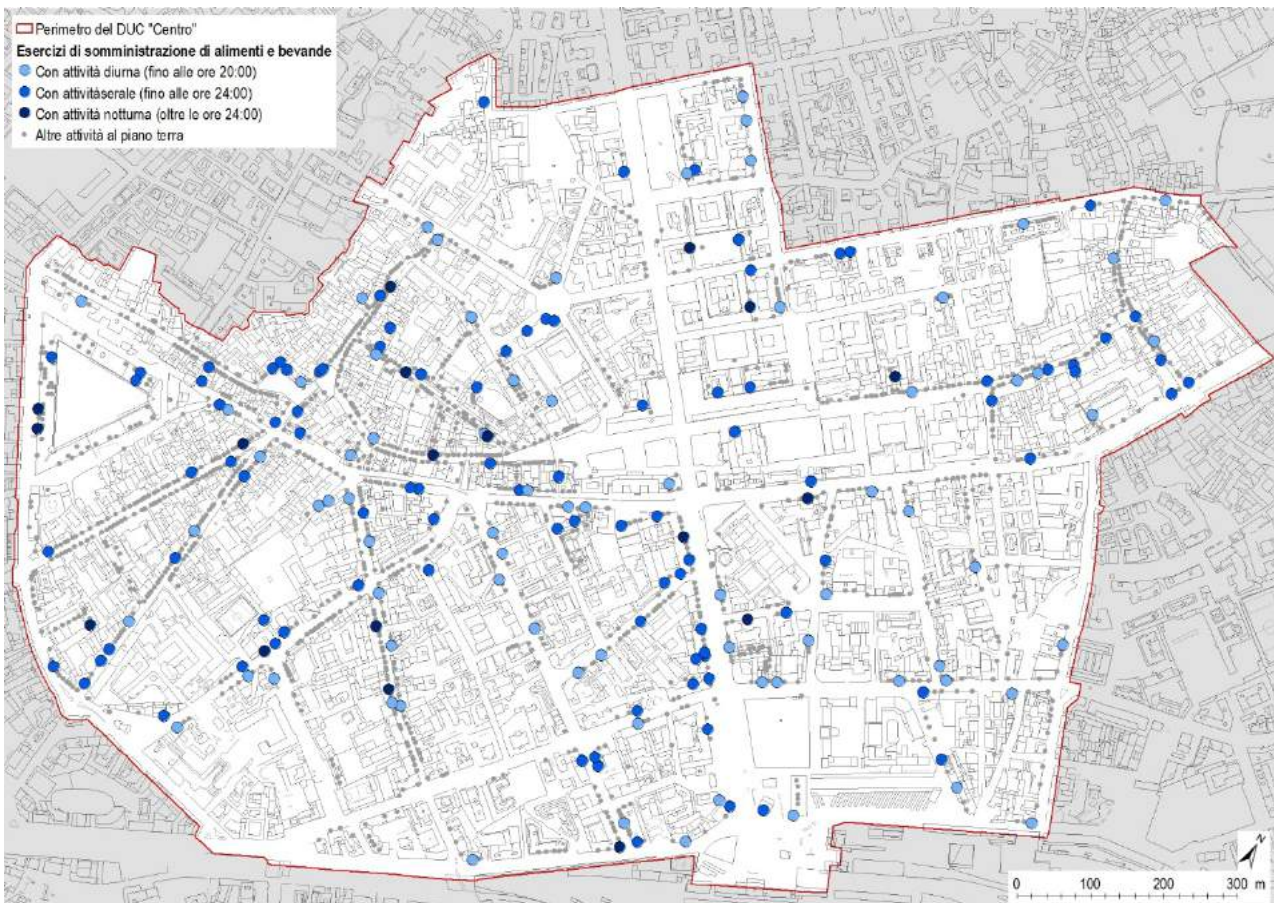
Emerge dal rilievo la presenza di 186 attività di somministrazione di alimenti e bevande distribuite in modo abbastanza omogeneo sull'intero ambito del DUC "Centro". Per questa specifica tipologia commerciale è opportuno fare alcune considerazioni in ragione della apertura prolungata in orario serale che potrebbero generare alcune ricadute sull'intorno urbanizzato in termini di impatti di natura acustica, logistica e viabilistica. La classificazione proposta nella cartografia seguente prevede di articolare la generica definizione di "esercizio di somministrazione di alimenti e bevande" introducendo tre categorie definite sulla base dell'orario di apertura dell'attività: diurno (entro le ore 20:00), serale (entro le ore 24:00) e notturno (oltre le ore 24:00).

---

<sup>10</sup> "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, recante disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale".

<sup>11</sup> La sentenza del TAR Milano sez. IV, del 27/07/2009 n. 4462, ha ribadito i principi di liberalizzazione previsti dal decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223 annullando i Criteri comunali del Comune di Casalpusterlengo (LO) che prevedevano una limitazione numerica all'insediamento di una nuova attività di somministrazione di alimenti e bevande nel centro storico.

Fig. 4 Mappatura degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande per l'ambito del DUC "Centro"



### 1.1.2.3. Attività artigianali

Appartiene a questa macro-categoria l'insieme delle attività artigianali secondo la definizione dalla legge quadro sull'artigianato, legge 8 agosto 1985 n. 443, ovvero l'attività "[...] esercitata dall'imprenditore artigiano [...]", nei limiti dimensionali imposti dalla legge (numero massimo di dipendenti e modalità di lavoro) che "[...] abbia per scopo prevalente lo svolgimento di un'attività di produzione di beni, anche semilavorati, di prestazioni di servizi, escluse le attività agricole e le attività di prestazione di servizi commerciali, di intermediazione nella circolazione dei beni o ausiliarie di queste ultime, di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, salvo il caso che siano solamente strumentali e accessorie all'esercizio dell'impresa."

Le attività artigianali presenti ai piani terra degli edifici riscontrabili per l'ambito del DUC "Centro" sono riconducibili a tre principali categorie:

1. Artigianato manifatturiero con vendita diretta di beni al consumatore finale;
2. Artigianato di servizio alla persona;
3. Artigianato di servizio ai beni di consumo personali e per la casa;

1. L'**artigianato manifatturiero con vendita diretta di beni al consumatore finale** comprende tutte le attività artigianali che effettuano la vendita di un prodotto, non alimentare o alimentare, direttamente al consumatore finale nel medesimo luogo di produzione.

Gli esercizi non alimentari (13 attività rilevate per l'ambito del DUC "Centro") rappresentano quelle attività artigianali espressione di una certa artisticità (come oreficerie, liuterie, sartorie, cornicerie, etc...) che in alcuni contesti territoriali risultano legate a specifiche tradizioni locali in grado di attrarre un'importante utenza turistica.

Gli esercizi alimentari (57 attività rilevate per l'ambito del DUC "Centro") comprendono le pizzerie d'asporto e le attività dedite alla vendita di prodotti gastronomici, le pasticcerie, le gelaterie e i panifici purché vendano esclusivamente prodotti di produzione propria, in caso contrario si configurerebbe lo svolgimento congiunto di attività –non prevalente- di commercio al dettaglio<sup>12</sup>. Anche per la somministrazione di alimenti e bevande vige lo stesso principio: le attività artigianali possono infatti svolgere solo il servizio di somministrazione non assistita, in caso contrario si configurerebbe come esercizio di somministrazione di alimenti e bevande.

In molti casi è frequente che negli spazi pubblici prospicienti a queste attività si generino fenomeni aggregativi connessi al consumo del prodotto acquistato, in quanto l'esercizio non dispone degli spazi interni o delle attrezzature (come i servizi igienici) necessari all'utenza. La legge regionale n. 8 del 30 aprile 2009 "Disciplina della vendita da parte delle imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione per il consumo immediato nei locali dell'azienda" introduce proprio per le motivazioni sopraesposte, alcune norme tese a regolamentare la somministrazione non assistita effettuata da queste specifiche attività. Nella legge si ribadisce la possibilità per le imprese artigiane di vendere alimenti e bevande di propria produzione per il consumo immediato, purché tale attività sia strumentale e accessoria alla produzione e alla lavorazione, da svolgersi limitatamente nei locali interni adiacenti agli spazi di produzione, escludendo quindi la possibilità di usufruire degli spazi esterni come luogo di consumo. La legge introduce anche il divieto di vendere bevande diverse da quelle prodotte dall'impresa salva dichiarazione di inizio attività produttiva per la vendita al dettaglio. In ultimo viene introdotta anche per queste attività la possibilità di una regolamentazione, motivata, degli orari da parte del comune, in relazione alle caratteristiche urbanistiche del territorio e nell'ottica di garantire la qualità e la vivibilità delle aree urbane, comunque sempre nel rispetto della fascia oraria compresa tra le ore sei e l'una del giorno successivo.

2. **L'artigianato di servizio alla persona** comprende tutte le attività che erogano servizi direttamente alla persona come gli istituti di bellezza, i centri benessere, i centri massaggi, i solarium, i tatuatori, gli estetisti, i barbieri, i parrucchieri, etc.... Emerge dal rilievo la presenza di un numero molto elevato di attività riconducibili a questa tipologia commerciale (103 attività), distribuite in modo omogeneo sull'intero ambito del DUC "Centro" con alcune concentrazioni lungo i principali assi commerciali (cfr. Paragrafo 1.1.3).

3. **L'artigianato di servizio ai beni di consumo personali e per la casa** rappresentano l'insieme delle attività di assistenza e riparazione quali calzolai, centri assistenza informatica, restauratori, laboratori di orologeria, etc.... Dal rilievo emergono 24 attività riconducibili a questa specifica categoria commerciale.

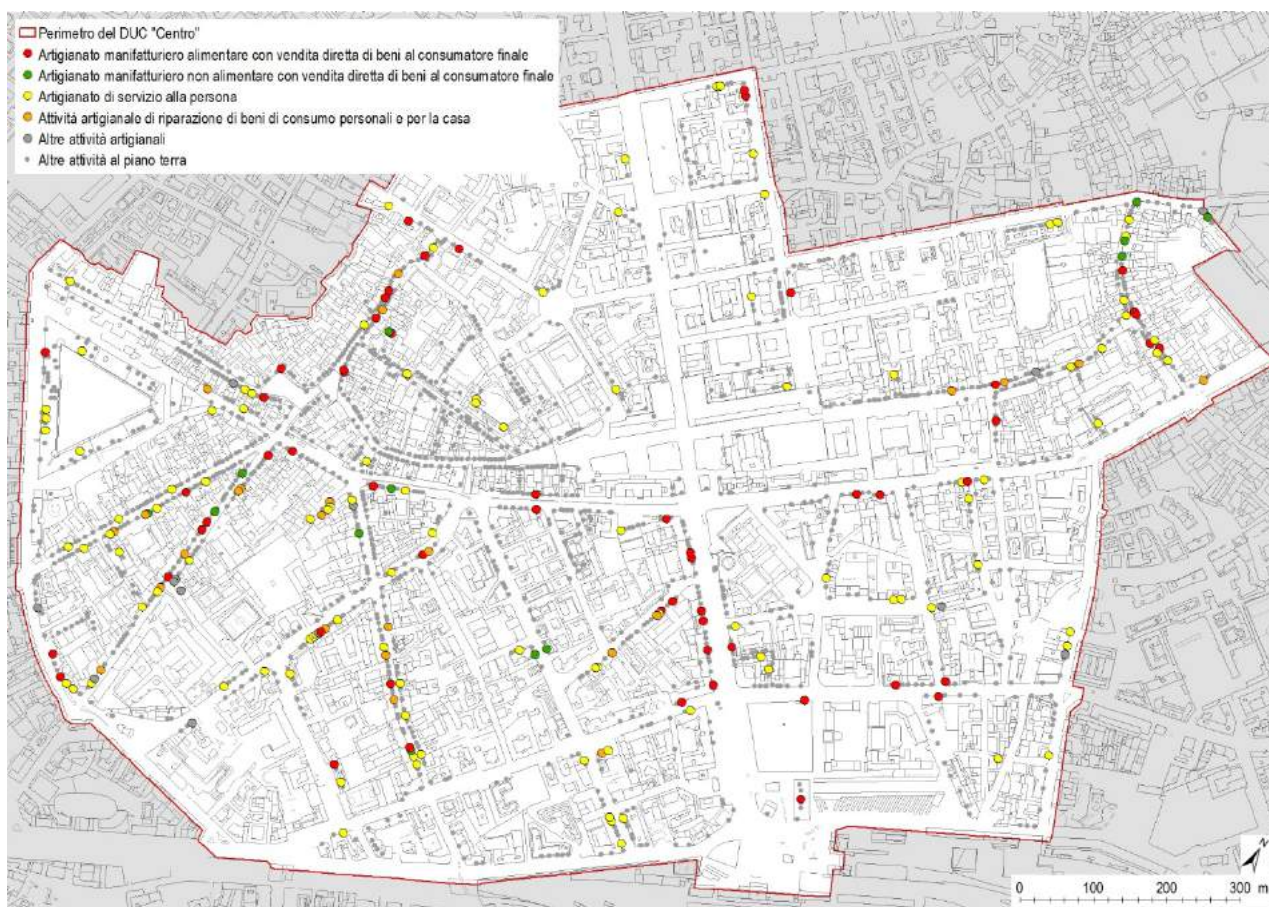
Queste attività considerate nella loro interazione con le altre attività commerciali (commercio al dettaglio ed esercizi di somministrazione di alimenti e bevande), si dimostrano fortemente sinergiche per la costituzione di fronti commerciali unitari ed attrattivi, come si evince analizzando la loro distribuzione spaziale nel complesso delle attività commerciali del DUC "Centro".

---

<sup>12</sup> Per esempio nel caso delle pizzerie artigianali l'autorizzazione è richiesta per la vendita di bibite o nel caso dei panifici per la rivendita di beni alimentari confezionati.

Tra le altre attività artigianali non incluse nelle precedenti classificazioni tipologiche rimangono escluse le “Attività artigianale di servizio agli edifici e al paesaggio” (installatori, servizi di manutenzione degli edifici e del paesaggio, etc...) e le “Attività artigianale di manutenzione e riparazione autoveicoli e motocicli” (carrozzerie e autofficine) per le quali si evidenzia una scarsa capacità di generare una sinergia con le altre attività presenti ai piani terra degli edifici e caratterizzate sostanzialmente da indifferenza localizzativa in quanto non necessitano di particolari condizioni di contesto per garantirne la funzionalità. Per l’ambito del DUC “Centro” si rilevano 11 attività riconducibili a queste due specifiche tipologie.

Fig. 5 Mappatura delle attività artigianali per l’ambito del DUC “Centro”



#### 1.1.2.4. Attività di interesse culturale

Comprende l’insieme delle attività dedite alla diffusione della cultura quali attività teatrali, musicali, di danza, cinematografiche e audiovisive. La legge regionale vigente in materia di spettacolo è la L.r. 21/2008<sup>13</sup> che definisce tra l’altro le modalità per l’apertura e la trasformazione delle nuove sale cinematografiche in attuazione della D.lgs 28/2004<sup>14</sup>. In particolare il comma 2 bis dell’art. 10 stabilisce come “[...] *Le sale e arene cinematografiche, qualora realizzate nei centri urbani in complessi che prevedano la presenza di spazi per attività culturali, formative e ricreative, sono attrezzature*

<sup>13</sup> Legge Regionale 30 luglio 2008, n. 21 “Norme in materia di spettacolo”, BURL n. 31 del 01 Agosto 2008, S.O.

<sup>14</sup> Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 28 “Riforma della disciplina in materia di attività cinematografiche, a norma dell’articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137”, Gazzetta Ufficiale n. 29 del 5 febbraio 2004.

*di interesse generale. Ad esse si applicano le disposizioni di cui agli articoli 9 e 90 della legge regionale 11 marzo 2005, n. 12 (Legge per il governo del territorio)".*

Per l'ambito del DUC si individuano 2 attività cinematografiche (multisale).

#### *1.1.2.5. Attività ricettive*

Comprende l'insieme delle destinazioni d'uso legate alle attività turistico-ricettive così definite dalla normativa vigente (art. 18, L.R. 27/2015 "Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo") presenti ai piani terra degli edifici.

Dal rilievo emerge la presenza di 8 attività ricettive riscontrate ai piani terra degli edifici del DUC "Centro", tale numero risulta inferiore alle attività ricettive effettivamente presenti nella polarità distrettuale, in quanto localizzate in modo diffuso all'interno del tessuto urbano e nei piani superiori degli edifici.

#### *1.1.2.6. Attività di intrattenimento e svago*

Comprende l'insieme delle attività deputate allo svago e al divertimento sia prevalentemente notturno come discoteche, sale da ballo e night club sia prevalentemente diurno come sale scommesse e sale gioco. Sono attività problematiche da un punto di vista urbanistico e di pubblica sicurezza per le quali è sempre opportuno valutare accuratamente le scelte localizzative e di mix funzionale al fine di minimizzare gli impatti generati prevalentemente di natura acustica e viabilistica. Nell'ambito del DUC "Centro" si rilevano 7 attività riconducibili a questa particolare tipologia economica.

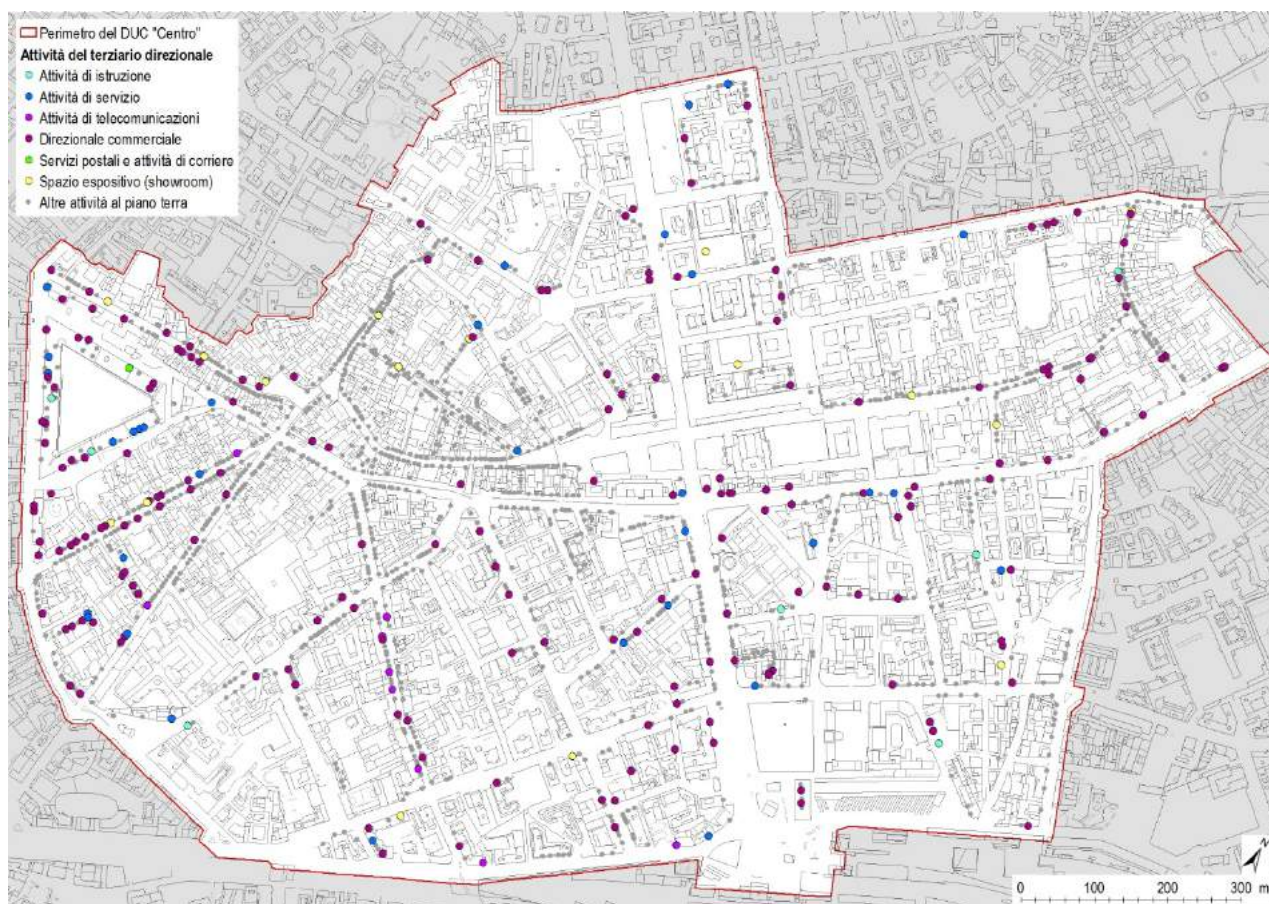
#### *1.1.2.7. Attività del terziario direzionale*

Comprende l'insieme delle attività non commerciali poste ai piani terra degli edifici quali:

- Attività di istruzione. Attività e centri destinati all'istruzione e alla formazione privata (scuole di lingua, centri studi, centri culturali, associazioni, etc...);
- Attività di servizio. Comprende l'insieme delle attività legate all'erogazione di specifici servizi di natura privata (Studi medici, cliniche veterinarie, sportelli pubblici, asili nido, pompe funebri, etc...);
- Attività di telecomunicazioni. Comprende l'insieme dei centri di telefonia e gli internet point;
- Direzionale commerciale. Comprende l'insieme dei punti di assistenza e di sportello connesse alle agenzie creditizie, assicurative, di intermediazione e consulenza, di fornitura lavoro, immobiliare, disbrigo pratiche, etc... nonché l'insieme delle attività professionali, delle associazioni, dei servizi di fotocopiatura e altre attività di supporto alle funzioni d'ufficio, etc...;
- Servizi postali e attività di corriere. Comprende l'insieme delle attività postali.
- Spazi espositivi. Comprende l'insieme dei locali adibiti a spazi espositivi (showroom).
- Attività dei club sportivi e delle palestre.

L'insieme di queste tipologie economiche definisce una geografia di 254 attività presenti in tutto il territorio del DUC "Centro" con minor concentrazione negli ambiti centrali ed evidenti addensamenti lungo gli assi commerciali degli ambiti più periferici della polarità distrettuale in particolare per l'ambito ovest (Triangolo – via Moroni).

Fig. 6 Mappatura delle attività del terziario direzionale per l'ambito del DUC "Centro"



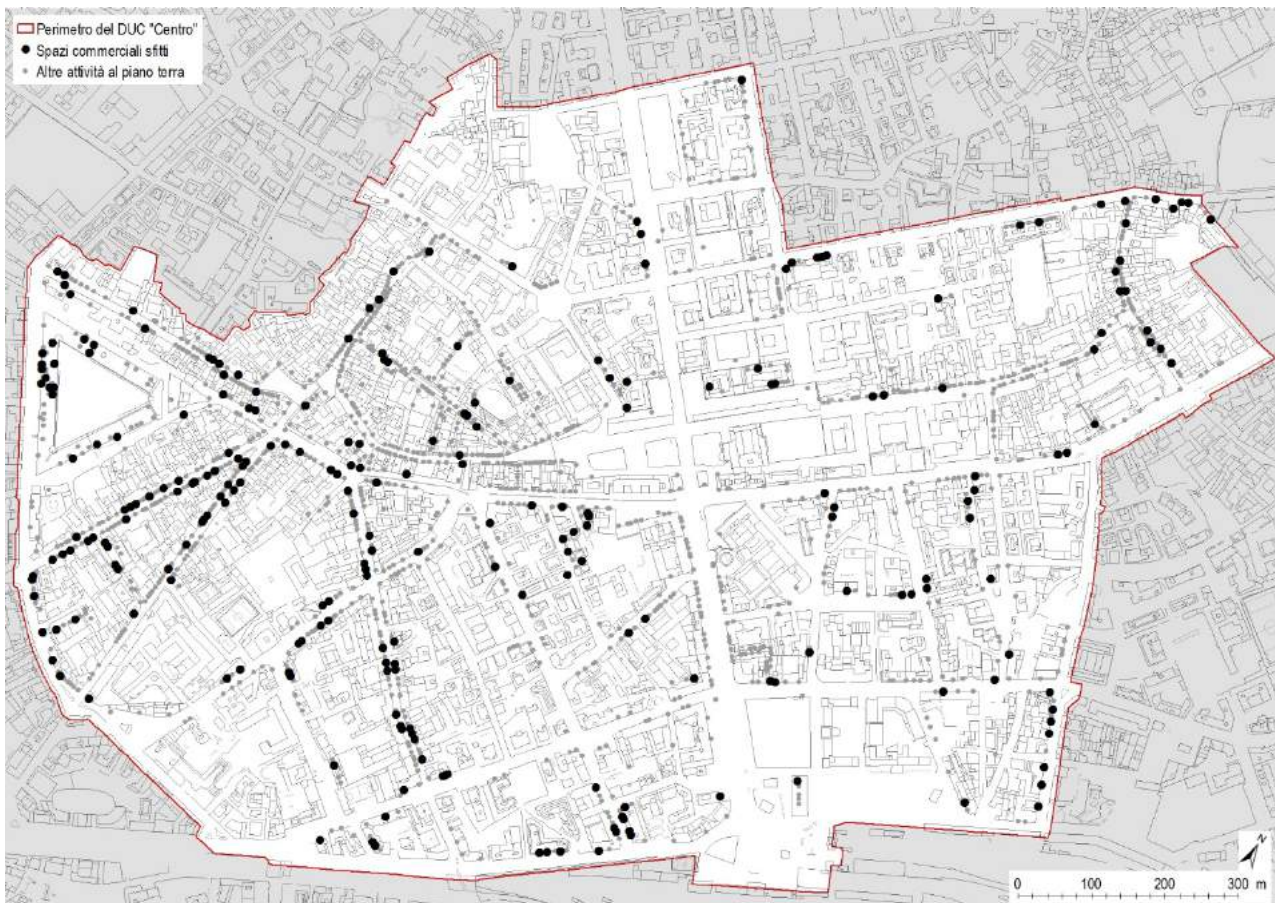
#### 1.1.2.8. Distributori automatici

Comprende l'insieme dei locali posti ai piani terra degli edifici caratterizzati dalla presenza di apparecchi automatici per la vendita e la somministrazione di alimenti e bevande. Per l'ambito del DUC "Centro" si sono rilevati 5 locali commerciali totalmente destinati alla vendita attraverso apparecchiature automatiche, caratterizzati dalla presenza di un numero elevato di apparecchi e generalmente con apertura 24 ore su 24.

#### 1.1.2.9. Spazi commerciali sfitti

Comprende l'insieme dei locali posti ai piani terra degli edifici e dotati di affaccio su strada, già interessati dalla localizzazione di un'attività economica, per i quali sia intervenuta la cessazione dell'attività al momento del rilievo effettuato nel periodo febbraio 2016. Si rilevano 248 locali sfitti per un totale di 491 vetrine distribuite in tutto l'ambito del DUC "Centro" con particolari concentrazioni negli ambiti più periferici e meno attrattivi della polarità distrettuale. Si rimanda all'Atlante degli spazi commerciali sfitti allegato al presente report per la mappatura e la descrizione puntuale dei locali rilevati.

Fig. 7 Mappatura degli spazi commerciali sfitti per l'ambito del DUC "Centro"



#### 1.1.2.10. Spazi commerciali in ristrutturazione (prossima apertura)

Comprende l'insieme delle l'insieme dei locali posti ai piani terra degli edifici e dotati di affaccio su strada interessati, al momento del rilievo effettuato nel periodo febbraio 2016, da lavori di ristrutturazione per la prossima apertura di un'attività economica. Si rilevano 20 locali in fase di ristrutturazione per un totale di 25 vetrine.

#### 1.1.2.11. Negozi storici

La Regione Lombardia con la D.g.r. VII/15602 del 12 dicembre 2003<sup>15</sup> ha introdotto la qualifica di "Negozio storico" quale riconoscimento per gli esercizi commerciali che presentano "caratteristiche di eccellenza sotto il profilo storico e architettonico costituendo significative testimonianze dell'attività commerciale in Lombardia"<sup>16</sup>. Successivamente con la D.g.r VIII/8886 del 20 gennaio 2009<sup>17</sup> la Regione Lombardia definisce caratteristiche e modalità di riconoscimento dei Luoghi storici del commercio, che comprendono:

- Edifici storicamente adibiti a funzioni collettive per il sistema del commercio;

<sup>15</sup> "Modalità per il riconoscimento dei negozi storici in attuazione del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2003-05. PRS: obiettivo gestionale 3.10.9.1 «Aggiornamento della normativa e della Programmazione regionale in materia commerciale e distributiva» – OGR O03 «Riforma del settore commerciale»".

<sup>16</sup> In particolare la D.g.r. VII/15602 del 2003 definiva come requisiti per il riconoscimento:

1) presenza di caratteri costruttivi, decorativi, funzionali di particolare interesse, storico, architettonico, urbano con la conservazione complessiva degli elementi di arredo originali;

2) conservazione dell'attività commerciale nell'esercizio per un periodo non inferiore a 50 anni.

<sup>17</sup> "Modalità di riconoscimento e valorizzazione dei luoghi storici del commercio in Lombardia".

- Luoghi di storica ambientazione delle attività commerciali;
- Mercati storici e di particolare pregio;
- Negozi storici;
- Locali storici.

La normativa intende per “negozio storico” un punto vendita al dettaglio caratterizzato da [...] una combinazione di fattori legati alla continuità nel tempo della gestione, dell’insegna e della merceologia offerta, alla collocazione in strutture architettoniche, artistiche e decorative di pregio, al mantenimento di attrezzature storiche, alla espressività sociale, economica e culturale dell’offerta e dell’ambientazione in stretta coerenza con il contesto locale.” I negozi storici si suddividono a loro volta in:

- Storica attività<sup>18</sup>;
- Negozio/locale storico<sup>19</sup>;
- Insegna storica e di tradizione<sup>20</sup>.

I locali storici sono individuati sulla base delle medesime caratteristiche di cui ai negozi storici, ma intesi quali unità locali esclusivamente o prevalentemente dedite alla ristorazione o alla somministrazione di alimenti e bevande.

Alla città di Bergamo sono stati riconosciuti 31 negozi storici, per la quasi totalità localizzati entro l’ambito del DUC (30 attività) per il quale si registra una maggior concentrazione per l’ambito della polarità “Centro” (23 attività pari al 74%).

**Tab. 2 Elenco dei Negozi storici riconosciuti da Regione Lombardia per l’ambito del Comune di Bergamo**

Polarità DUC	Insegna	Tipologia	Indirizzo	Anno apertura
Borgo Palazzo	Foto Ottica Skandia	Storica Attività	Via Borgo Palazzo,102	1957
Borgo Palazzo	Gioielleria Rosaspina	Storica Attività	Via Borgo Palazzo,39/B	1939
Borgo Santa Caterina	Ristorante Pizzeria Vesuvio	Storica Attività	Borgo S. Caterina,96	1953
Centro	Antica Fioreria Rebussi	Storica Attività	Largo Porta Nuova,1	1952
Centro	Antica Osteria Tre Gobbi	Locale storico	Via Broseta,20	1855
Centro	Barbiere Algeri Fiorenzo	Negozio storico	Via Paleocapa,2/B	1936
Centro	Bosisio Gioielleria	Storica Attività	Chiostrò S. Marta,3	1937
Centro	Brighenti Ortopedica	Negozio storico	Via Xx Settembre,17/19	1949
Centro	Calzoflex	Negozio storico	Largo Belotti,26	1954
Centro	Calzoleria Rota	Storica Attività	Via Tasso,67	1954
Centro	Corsetteria Bossi	Storica Attività	Piazza Matteotti Giacomo, 48	1939
Centro	Curnis Gioielli	Storica Attività	Largo Belotti Bortolo, 10	1912
Centro	Farmacia Terni	Negozio storico	Via Monte Grappa,3	1845

<sup>18</sup> Punti vendita caratterizzati almeno da una documentabile e accertata continuità nel tempo della denominazione, dello stile di gestione e della merceologia offerta; possibilmente anche nella stessa sede fisica altrimenti in sedi diverse ma col mantenimento delle altre caratteristiche di cui sopra; la storica attività non è dunque caratterizzata dall’eccellenza degli arredi, dall’aspetto architettonico o dall’originalità e tipicità delle merci, ma dalla continuità nel tempo della presenza e dal mantenimento, quindi, dell’identità dell’insegna e dell’attività.

<sup>19</sup> Presenza i requisiti necessari per il riconoscimento della storica attività disponendo inoltre di una collocazione architettonica, artistica e decorativa di pregio, di attrezzature storiche, merceologia e identità delle stesse che abbiano tipicità e specificità di assoluto rilievo.

<sup>20</sup> Punto vendita con caratteristiche di eccellenza relativamente ai criteri ed ai requisiti di cui alle due precedenti categorie.

Polarità DUC	Insegna	Tipologia	Indirizzo	Anno apertura
Centro	Formaggi Chiari	Negozio storico	Via Locatelli, 7	1946
Centro	Giulio Balzer	Locale storico	Via XX Settembre, 80	1921
Centro	Hotel Cappello D'oro Antico Ristorante Del Moro	Storica Attività	Viale Papa Giovanni XXIII, 12	1880
Centro	Nespoli Funghi	Storica Attività	Via S. Spaventa, 76	1952
Centro	Ottica Garufi	Storica Attività	Via Xx Settembre, 24	1940
Centro	Ottica Gentili S.N.C.	Negozio storico	Via Torquato Tasso, 15	1863
Centro	Ottica Isnenghi	Storica Attività	Piazza Matteotti, 21	1860
Centro	Ottica Tironi	Negozio storico	Via Torquato Tasso, 1	1899
Centro	Pasticceria Caffetteria Salvi	Locale storico	Via T. Tasso, 48	1946
Centro	Recalcati Davide E Figlio Dal 1922 - Gioielleria	Negozio storico	Viale Papa Giovanni XXIII, 68	1923
Centro	Riva Gioielli	Negozio storico	Via Paglia, 7/B	1928
Centro	Sacerdote - Abbigliamento	Insegna storica e di tradizione	Piazza Matteotti, 30	1946
Centro	Viaggi Lorandi	Negozio storico	L.Go Di Porta Nuova, 17	1923
Città Alta	Il Pianone	Locale storico	Via Al Pianone, 21	1900
Città Alta	Pasticceria Cavour Caffetteria	Insegna storica e di tradizione	Via Gombito, 7	1850
Città Alta	Ristorante Pizzeria Da Mimmo	Locale storico	Via B. Colleoni, 17	1940
Città Alta	Salumeria Mangili Con Specialità Gastronomiche	Negozio storico	Via Gombito, 6	1921
Esterno al DUC	Trattoria D'ambrosio Osteria	Storica Attività	Via Broseta, 58	1943

 Insegna modificata

 Attività cessata

### 1.1.3. I sistemi insediativi del DUC "Centro"

La mappatura dell'offerta, ottenuta attraverso la metodologia descritta nei paragrafi precedenti, fornisce un quadro fisso della realtà distributiva dell'ambito di studio. Questa fotografia però deve essere interpretata, attraverso diverse chiavi di lettura, così da divenire strumento di comprensione dei caratteri e delle dinamiche in atto nel DUC "Centro".

Per raggiungere questo obiettivo è sembrato opportuno proseguire nello studio attraverso un affinamento della scala d'analisi. Questo cambio di scala è stato utile a cogliere i caratteri e le potenzialità del distretto come sistema d'offerta formato da elementi eterogenei, caratterizzati da diversi livelli di complessità dovuti alla non omogenea distribuzione degli esercizi presenti, così come alla varietà dei formati insediati e alla profondità dell'assortimento esistente. L'ipotesi sulla quale si è lavorato è stata quella di individuare con chiarezza ambiti di prossimità e concentrazione spaziale di esercizi commerciali, paracommerciali e di servizio che determinino una continuità insediativa che possa essere percepita e verificata dagli utenti del sistema commerciale locale. Questa lettura, attraverso cui si è riconosciuta la tendenza delle attività commerciali a formare aggregazioni e/o insiemi integrati d'offerta ha permesso l'individuazione di quelli che sono stati definiti "sistemi insediativi del commercio".

Questa operazione è particolarmente importante per valutare il grado di attrattività delle attività commerciali del DUC "Centro" e delle sue componenti. A questo proposito, è necessario ricordare che il commercio può a tutti gli effetti essere considerato un'attività di servizio alla città, sia alla scala sovracomunale, sia a quella locale<sup>21</sup>. I sistemi insediativi del commercio possono infatti rappresentare luoghi di attrattività e di offerta di funzioni e attrezzature in grado di qualificare l'ambito urbano alla scala vasta. Inoltre, a livello locale, il commercio spesso costituisce un elemento costitutivo delle diverse centralità urbane e, in tale veste, rappresenta anche una funzione di interesse pubblico e generale. La presenza di ambiti di concentrazione di offerta commerciale, qualificabili come veri e propri addensamenti o distretti urbani del commercio, possono infatti influire in maniera diretta con l'analisi qualitativa dello stato dei servizi della città, riferita non solo ad una valutazione dell'esistente, ma anche alla lettura delle domande di vivibilità ed alla definizione della nuova programmazione della città di interesse pubblico.

Attraverso le esperienze del Laboratorio URB&COM su ambiti urbani di scala e complessità variabili, si sono definite varie procedure interpretative per individuare nel tessuto urbano le differenti modalità di aggregazione delle attività commerciali. Il modello che si presenta per il comune di Bergamo basa il proprio approccio sul rilievo puntuale di tutte le attività e dei fronti vetrati presenti al piano terra degli edifici che divengono il presupposto analitico per l'individuazione dei sistemi insediativi del commercio. Considerando tutte le attività al piano terra, oltre a restituire un'immagine complessa e articolata della geografia delle attività commerciali, si può delineare la struttura dell'offerta insediata nell'ambito per poi successivamente valutarne la performance in termini di "rilevanza commerciale" dei sistemi commerciali urbani che la compongono (cfr. paragrafo 1.1.4.). Per chiarezza di esposizione i 15 sistemi commerciali urbani individuati sono stati raggruppati in funzione delle loro qualità spaziali (densità, continuità, integrazione/specializzazione dell'offerta, presenza di misure di regolazione del traffico e della sosta, livello di accessibilità attraverso TPL, ecc.) in tre tipologie distinte:

- Sistemi insediativi areali

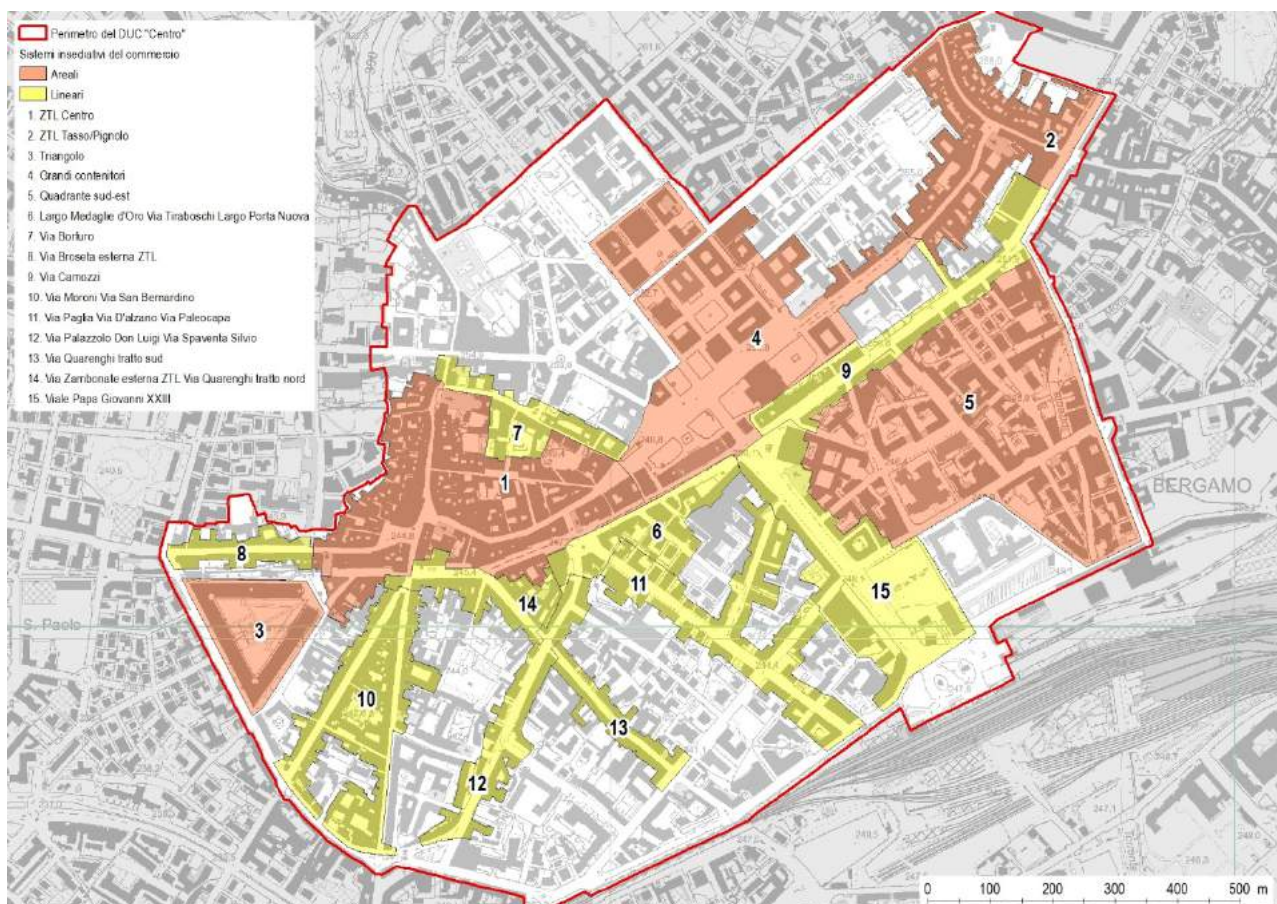
---

<sup>21</sup> Anche sulla base di quanto contenuto nella recente D.g.r. 21 novembre 2007 n. 8/5913 dal titolo "Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, l.r. n. 14/99)", ai fini della programmazione commerciale, si deve prestare particolare attenzione a "l'utilizzo dell'attività commerciale come elemento di riqualificazione del tessuto urbano, attraverso l'integrazione con il sistema dei servizi".

- Sistemi insediativi lineari
- Il sistema insediativo diffuso e polverizzato<sup>22</sup>.

Nei paragrafi successivi si riportano gli affondi che descrivono le diverse componenti del sistema. Per ognuna delle tipologie i diversi ambiti saranno definiti attraverso una lettura della localizzazione e del ruolo esercitato all'interno del DUC, l'approfondimento sulla geografia dell'offerta presente e sulla sua consistenza, così come grazie ad una breve descrizione delle caratteristiche principali utile a delineare le vocazioni e/o le potenzialità specifiche. Si tratta di una sorta di atlante che raccoglie gli elementi più importante del DUC "Centro" e lo racconta come ambito integrato. Questo sforzo di completezza e sintesi, dovrà essere la base per costruire le linee guida regolative e le politiche attive all'interno del PGT che siano basate sulla realtà concreta del sistema delle attività del commercio e del terziario, attraverso un approccio che tiene conto della loro condizione contingente e delle relazioni che le legano con i loro contesti specifici.

Fig. 8 I sistemi insediativi del commercio individuati per il DUC "Centro"



<sup>22</sup> Questo sistema insediativo comprende tutte le aree del DUC non ricomprese entro le altre due tipologie di sistemi. Per questo motivi è stato ricompreso all'interno di esso tutto il tessuto polverizzato delle attività economiche al piano terra che non appartengono a sistemi spaziali continui ma che rappresentano, comunque, un elemento di ricchezza e varietà per il DUC.

### 1.1.3.1. Ambiti areali

Questa tipologia di sistemi insediativi comprende le aree legate alle ZTL Centro (Via XX settembre/Via Sant'Alessandro), quelle della ZTL di via Tasso/Pignolo, l'ambito dei Grandi contenitori che contiene al suo interno il centro piacentiniano, il complesso del Triangolo ed un ambito localizzato a sud, fra Via G. Camozzi e il limite del DUC, chiamato "Quadrante sud-est" in funzione della sua posizione relativa all'interno del Distretto.

#### ZTL Centro

L'ambito chiamato ZTL Centro comprende il fronte nord di Via G. Tiraboschi e una parte consistente delle Vie Zambonate e San Lazzaro ed ha nel sistema composto da Via XX Settembre e da una parte di Piazza G. Matteotti l'asse principale, al quale sono connessi alcuni tratti di Via Borfuro (lato sud), Via Sant'Orsola e Via Sant'Alessandro così come un sistema articolato di passaggi, gallerie commerciali e corti passanti.

Fig. 9 Varco della ZTL di Via XX Settembre

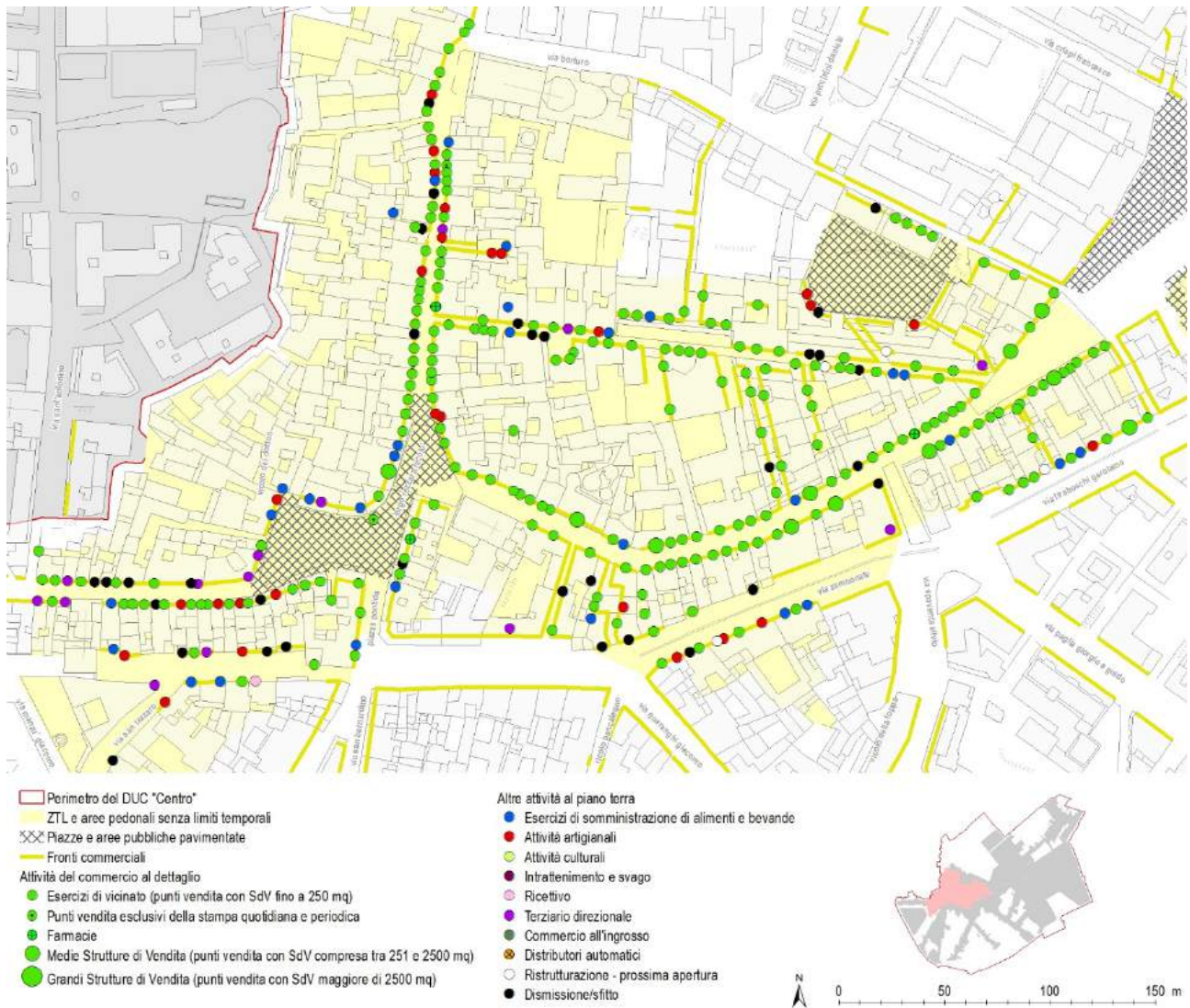


Fig. 10 ZTL Centro: la complessità del tessuto edilizio con i passaggi e le corti passanti



La ZTL Centro è uno spazio pedonalizzato, entro il quale si nota un notevole addensamento di funzioni legate al sistema delle attività del commercio (tot. 325, il 20,4% di tutte le attività mappate all'interno del DUC), marcato anche dalla presenza di diverse Medie Strutture di Vendita (11).

Fig. 11 ZTL Centro: geografia delle attività al piano terra



La ZTL centro si configura come un'area di concentrazione per le attività commerciali che rappresenta lo spazio dello shopping per la città e l'area urbana. Una *high street* consolidata, dove le attività del commercio al dettaglio costituiscono un'offerta integrata ed attrattiva per un bacino d'utenza di carattere sovralocale. L'attrattiva di quest'area è dimostrata anche dalla bassa incidenza della presenza di locali sfitti (32, il 9,8% delle attività mappate nell'area) rispetto al resto del DUC, nel quale le 248 dismissioni individuate rappresentano il 15,6% del totale mentre in linea con le tendenze generali risultano invece le nuove aperture (4), pari all'1,2% del totale. Altri indizi sono la bassa incidenza delle attività del terziario direzionale nell'ambito (4,3% rispetto ad un valore medio nel DUC del 16,0%) e delle attività artigianali (8,0% rispetto ad un valore medio 13,1%).

Da un punto di vista merceologico, il maggior numero di negozi appartiene al settore non alimentare (204, il 92% delle attività dell'ambito e il 35% sul totale delle attività commerciali al dettaglio non alimentare del DUC), così come di Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande (29, il 8,9% del totale).

Tab. 3 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito ZTL Centro

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	219	67,4%
Attività artigianali	26	8,0%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	1	0,3%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	29	8,9%
Terziario direzionale	14	4,3%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	32	9,8%
Ristrutturazione - prossima apertura	4	1,2%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>325</b>	<b>25,4%</b>

Tab. 4 Attività del commercio al dettaglio e all'ingrosso nell'ambito ZTL Centro

Macrocategoria	n.	%	Merceologia/tipologia	Consistenza
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	219	67,4%	Commercio al dettaglio alimentare/misto	11
			<b>Commercio al dettaglio non alimentare</b>	<b>202</b>
			Commercio al dettaglio non alimentare - Temporary Shop	1
			Punto vendita esclusivo della stampa quotidiana e periodica	2
			Farmacie	3
			Ingrosso	0

L'analisi delle merceologie presenti, mostra il preponderante numero di esercizi dedicati alla vendita di capi e accessori per l'abbigliamento (97) che marcano una chiara specializzazione dell'ambito e rappresentano quasi la metà dei punti di vendita del commercio al dettaglio non alimentare (47% su 202 attività). Altre categorie merceologiche rilevanti sono le gioiellerie (15, 37% del totale del DUC), i negozi di calzature ed accessori (13, pari al 57% sul totale) e quelli di arredamento, accessori e complementi d'arredo (11, 23%).

Tab. 5 ZTL Centro: articolazione dell'offerta del commercio al dettaglio non alimentare

	Tipologia	Totale DUC	ZTL Centro	
			Offerta nell'ambito	% Sul totale dell'offerta del DUC Centro
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento e accessori per l'abbigliamento	206	97	47%
	gioielleria	41	15	37%
	calzature e accessori	23	13	57%
	arredamenti, accessori e complementi d'arredo	47	10	21%
	profumeria e cosmesi	17	9	53%
	casalinghi e accessori per la casa	17	6	35%
	abbigliamento e accessori per l'infanzia	12	6	50%
	telefonia	10	5	50%
	antiquariato	15	5	33%
	ottica	18	4	22%
	galleria d'arte	7	4	57%

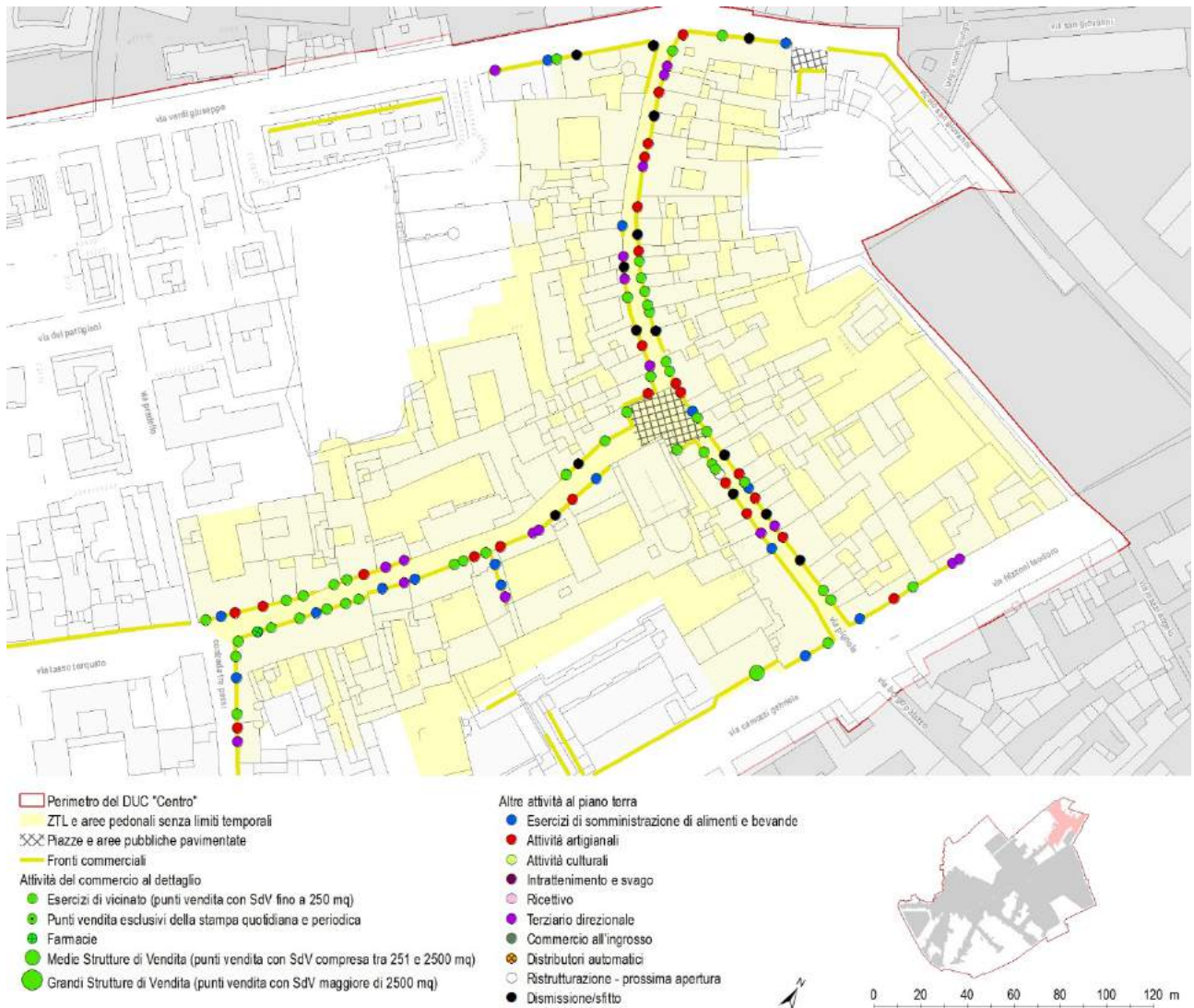
### ZTL Tasso/Pignolo

L'ambito è localizzato all'estremo nord-est dell'ambito del DUC Centro e comprende il tratto di Via Torquato Tasso interessato dalla ZTL, così come la Via Pignolo, la Contrada dei Tre passi e la Galleria di Via Camozzi. Gli assi principali si intersecano nella Piazzetta Santo Spirito che rappresenta lo spazio pubblico di maggior ampiezza e qualità dell'ambito. L'ambito può essere considerato uno dei punti di snodo e di accesso al DUC "Centro", anche in considerazione della recente estensione del DUC alle polarità dei Borghi (Borgo Santa Caterina-Pignolo e Borgo Palazzo). Infatti l'ambito si trova in diretta connessione con queste due aree e si configura come la porta est al sistema del centro piacentiniano e, in generale, della Città Bassa.

Tab. 6 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	44	37,9%
Attività artigianali	23	19,8%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	16	13,8%
Terziario direzionale	18	15,5%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	14	12,1%
Ristrutturazione - prossima apertura	1	0,9%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>116</b>	<b>7,3%</b>

Fig. 12 ZTL Tasso/Pignolo: geografia delle attività al piano terra



Come la ZTL Centro, anche l'ambito ZTL Tasso/Pignolo riprende il limite dell'area pedonalizzata e questo elemento di qualità ambientale marca e contraddistingue la consistenza e l'assortimento dell'offerta di funzioni del commercio e del terziario insediate (116) che rappresentano il 7% del totale delle attività ai piani terra del DUC. Si tratta di un tessuto imprenditoriale minuto, dove le attività del commercio al dettaglio (44) rappresentano il 37,9% delle attività presenti, ai quali si affiancano le attività artigianali (23, il 19,8% sul totale), 16 Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande e 18 attività del terziario direzionale (entrambe 13,8% e 15,5% del totale). Anche in questo caso i locali sfitti (14) segnano una presenza meno marcata rispetto al DUC nel suo complesso (12,1% rispetto al 15,6%).

Tab. 7 Attività del commercio al dettaglio e all'ingrosso nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo

Macrocategoria	n.	%	Merceologia/tipologia	Consistenza
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	44	38%	Commercio al dettaglio alimentare/misto	4
			Commercio al dettaglio non alimentare	39
			Commercio al dettaglio non alimentare - Temporary Shop	0
			Punto vendita esclusivo della stampa quotidiana e periodica	0
			Farmacie	1
			Ingrosso	0

Anche nel caso dell'ambito ZTL Tasso/Pignolo si evidenzia una preponderanza dell'offerta commerciale non alimentare (39 attività, 89% sul totale delle attività del commercio), integrata da 4 negozi alimentari/misti (9%). Da un punto di vista merceologico si notano alcune similitudini rispetto all'ambito ZTL Centro, in quanto -tenuto debito conto della diversa consistenza dell'offerta- l'abbigliamento e gli accessori (9 pdv, pari al 26% dell'offerta commerciale al dettaglio non alimentare) ed i gioielli (3 esercizi, 9%) sono ancora le merceologie più ricorrenti. Inoltre, si segnala la presenza anche di 3 negozi di arredamenti, accessori e complementi d'arredo e di tre punti vendita di tessuti per arredamento, tendaggi e tappeti etnici. Quest'ultimo settore rappresenta una specificità dell'offerta presente nell'area, poiché da sole queste attività rappresentano il 30% dell'offerta di questa merceologia nel DUC.

**Tab. 8 Attività artigianali nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo**

Macrocategoria	n.	%	/tipologia	Consistenza
<b>Attività artigianali</b>	23	19,8%	Artigianato di servizio alla persona	9
			Artigianato manifatturiero alimentare con vendita diretta di beni al consumatore finale	7
			Artigianato manifatturiero non alimentare con vendita diretta di beni al consumatore finale	3
			Attività artigianale di manutenzione e riparazione autoveicoli e motocicli	0
			Attività artigianale di riparazione di beni di consumo personali e per la casa	3
			Attività artigianale di servizio agli edifici e al paesaggio	1

Insieme alle attività del commercio al dettaglio, l'offerta delle funzioni del terziario commerciale presente nell'ambito ZTL Tasso/Pignolo mostra un alto grado di integrazione con attività artigianali, che rappresentano il 19,8% del totale.

La presenza di questo tipo di attività integra l'offerta commerciale con una serie di servizi alla persona come gli acconciatori (5), centri estetici (3), attività di tatuaggio e piercing (1) e di Artigianato manifatturiero alimentare con vendita diretta di beni al consumatore finale (7 attività) che si dimostra sinergica per il sistema d'offerta insediato. Allo stesso tempo, a causa della minor redditività di alcune di queste attività rispetto a quelle del commercio alimentare, possono essere considerate come un indizio di una minor incidenza della rendita fondiaria sulle attività economiche e, di conseguenza, di un mercato immobiliare che presenta valori più bassi rispetto ad altri ambiti del DUC<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> A questo proposito si segnala che se per l'ambito della ZTL Tasso/Pignolo le attività artigianali rappresentano il 19,8% del totale, in quello della ZTL Centro esse sono solo l'8% a fronte di un valore medio per il DUC Centro del 13,1%. In questo senso i valori confermano alcune delle conclusioni racchiuse nel paragrafo 1.2 del presente Report.

## Triangolo

L'ambito denominato "Triangolo" interessa le attività localizzate all'interno dell'omonimo complesso edilizio, localizzato tra le Vie G. Manzù, San Lazzaro e Palma il Vecchio.

Questo manufatto può essere considerato la porta Ovest del DUC Centro e, allo stesso tempo, uno dei bordi più chiari a causa della sua morfologia e della relazione -in alcuni tratti non facile- che lo lega al tessuto urbano del suo intorno.

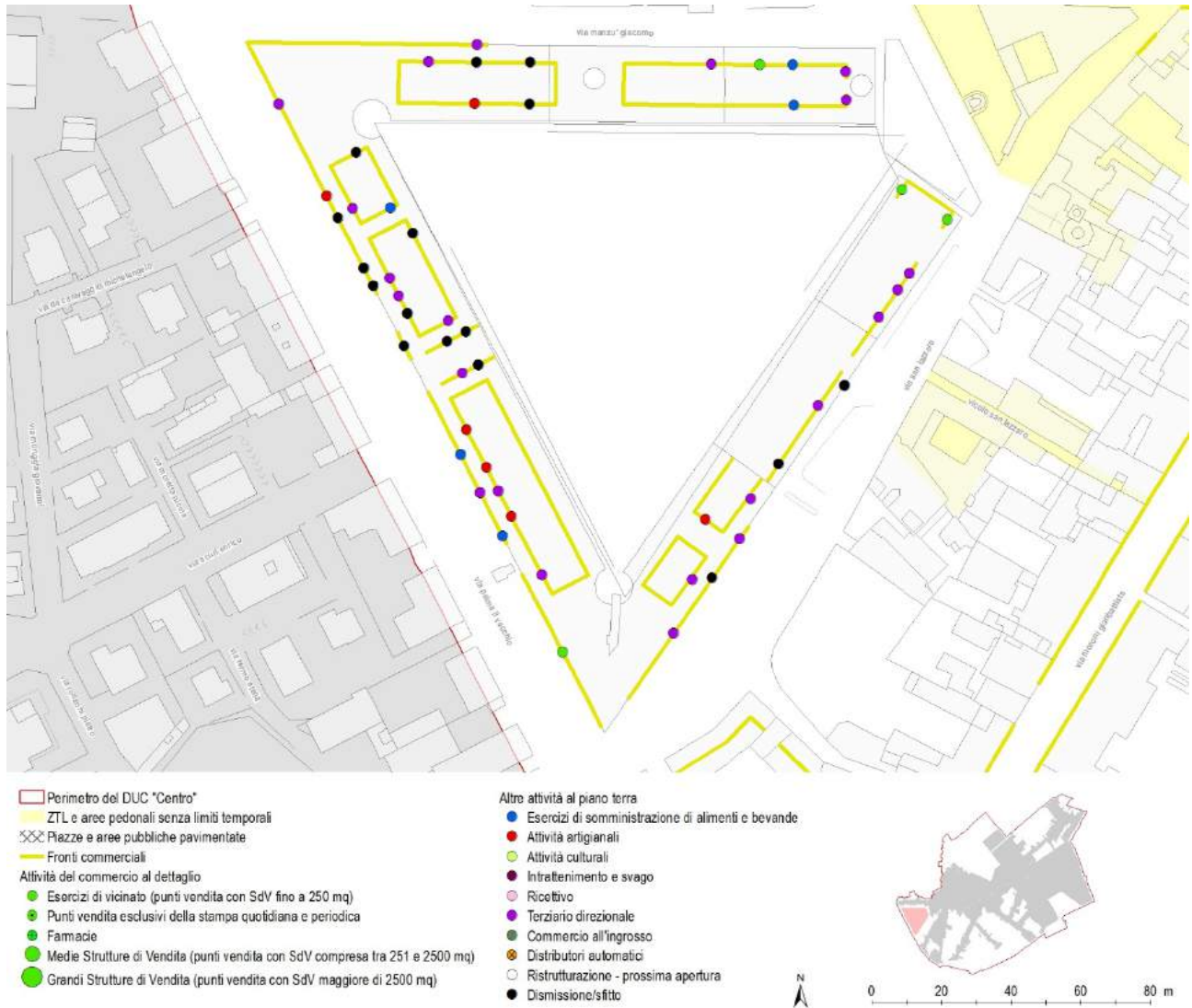
Tab. 9 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito Triangolo

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	3	6,1%
Attività artigianali	6	12,2%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	4	8,2%
Terziario direzionale	21	42,9%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	13	30,6%
Ristrutturazione - prossima apertura	0	0,0%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>49</b>	<b>3,1%</b>

L'ambito denominato "Triangolo" si presenta come un aggregato unitario nel quale sono localizzate solo 3 attività del commercio al dettaglio e 6 attività artigianali (12,2%). Fra di esse non si segnala la presenza di Medie o Grandi Strutture di Vendita, mentre 4 Esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande completano l'offerta presente.

L'ambito pertanto mostra una specializzazione verso le funzioni del terziario direzionale (21 attività su 49, il 42,9% del totale) ed in particolare si segnala la presenza di cinque studi medici specialistici (33% sul totale di questo tipo di attività all'interno del DUC Centro), tre uffici, due scuole/accademie, due agenzie assicurative e due sedi di associazioni.

Fig. 13 Triangolo: geografia delle attività al piano terra



Tab. 10 Attività del Terziario direzionale nell'ambito Triangolo

Macrocategoria	n.	%	/tipologia	Consistenza
Terziario direzionale	21	43%	Direzionale commerciale	12
			Attività di istruzione	2
			Attività di telecomunicazioni	0
			Attività di servizio	6
			Spazio espositivo (showroom)	0
			Servizi postali e attività di corriere	1

La massiccia presenza di questo tipo di attività denota, dal punto di vista commerciale, una decisa fragilità per l'ambito, tanto che sono presenti anche 15 locali sfitti, pari al 30,6% dell'offerta totale. La debolezza complessiva dell'ambito sembra risiedere nella dispersione su tre livelli delle attività, che frammentano l'aggregato e non permettono una sua lettura come sistema d'offerta unitario da parte del consumatore. Alcune azioni/politiche di rilancio per l'ambito potrebbero considerare la necessità di lavorare su questo aspetto e favorire il rafforzamento dell'identità unitaria del Triangolo, anche in considerazione del suo ruolo di porta d'accesso per il DUC "Centro" nel suo complesso

Fig. 14 Triangolo: locali sfitti che indeboliscono l'identità dell'aggregato come sistema unitario d'offerta



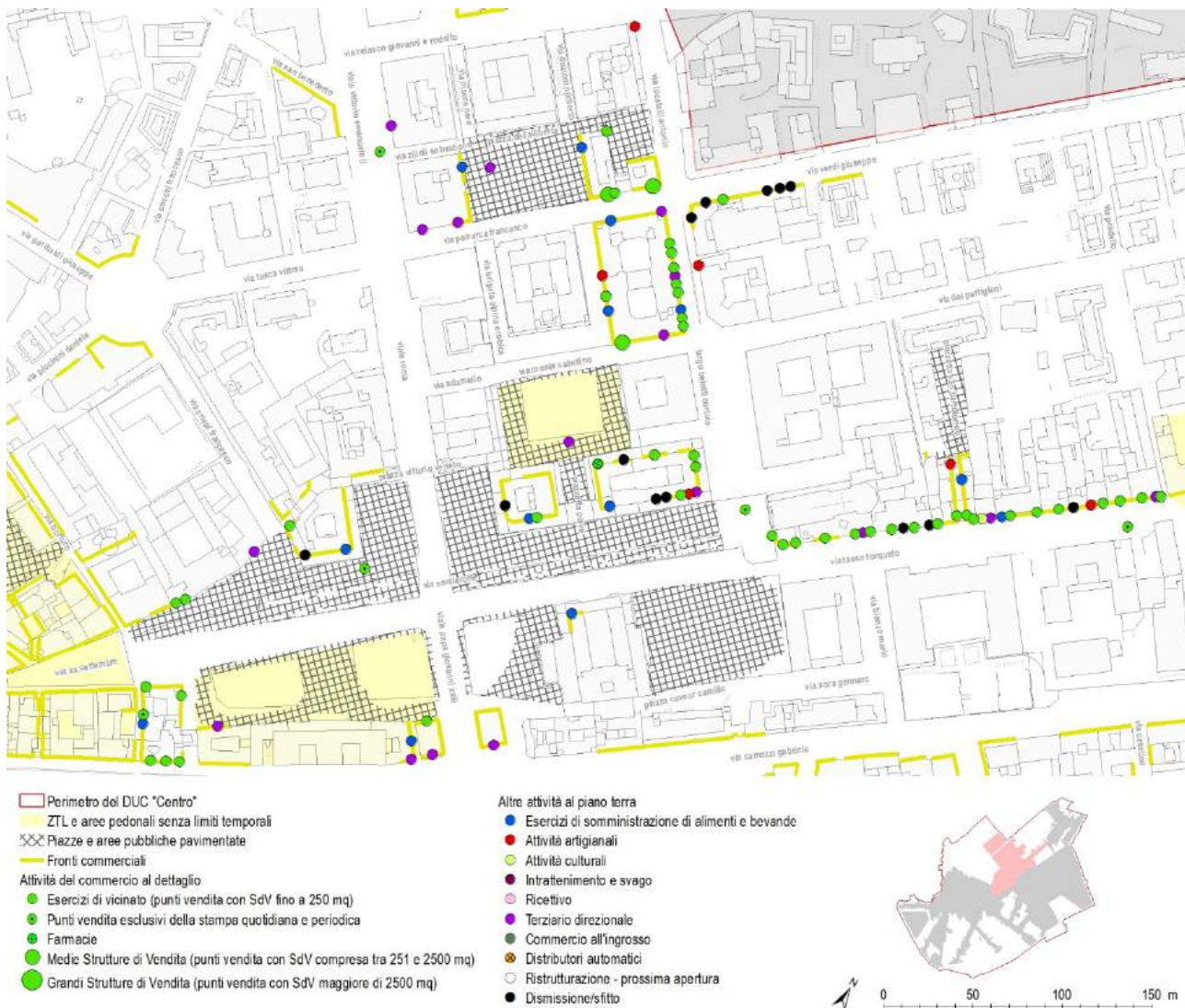
### Grandi contenitori

L'ambito dei Grandi contenitori è marcato dalla presenza significativa di sedi di grandi funzioni pubbliche e private che, come indicato dall'Amministrazione comunale, hanno subito o subiranno a breve un processo di dismissione. Comprende l'area del centro piacentiniano con gli edifici articolati attorno alle Piazze della Libertà e D. Alighieri, dove si trova il Palazzo della Libertà. Questo comparto, che rappresenta il cuore dell'ambito, si connette ad est con l'ambito ZTL Centro attraverso il sistema degli edifici legati alla Piazza G. Matteotti, mentre ad ovest, attraverso il tracciato di Largo A. Gavazzeni e via T. Tasso, con l'ambito ZTL Tasso/Pignolo. Il limite sud dell'ambito, marcato da Largo Porta Nuova e Via Cavour/G. Sora, comprende al suo interno l'ex Diurno, il Teatro G. Donizzetti, la Biblioteca Caversazzi e gli immobili lungo il Sentierone, mentre a nord Via G. e R. Zelasco rappresenta una cesura verso Piazza delle Repubblica e il confine nord del DUC. Sono invece stati inclusi entrambi gli affacci su Largo B. Belotti, così da considerare anche l'edificio del Teatro Nuovo e quello dell'ex Cariparma, fino al grande volume del Palazzo uffici statali.

Tab. 11 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito Grandi contenitori

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	54	51,9%
Attività artigianali	6	5,8%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	1	1,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	13	12,5%
Terziario direzionale	17	16,3%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	13	12,5%
Ristrutturazione - prossima apertura	0	0,0%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>104</b>	<b>6,5%</b>

Fig. 15 Grandi contenitori: geografia delle attività al piano terra



Pur essendo un ambito marcato da una forte vocazione alle attività del terziario direzionale (16,3% sul totale) e dalla presenza di attrattori legati alle funzioni della città pubblica, la maggioranza delle attività mappate al piano terra appartengono all'insieme del commercio al dettaglio (54, il 51,9% del totale); fra di esse si segnala la presenza di 3 Medie Strutture di Vendita non alimentari. Anche gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande rappresentano una componente importante per l'ambito (13 attività presenti, il 12,5% sul totale), mentre esigua è la presenza di attività artigianali (6, il 5,8% contro una media di 13,1% nel DUC Centro). In linea con i valori del resto del Distretto è la presenza di locali sfitti (13, il 12,5% sul totale).

Nel settore merceologico non alimentare, si segnala nuovamente l'incidenza delle attività di vendita di abbigliamento e accessori per l'abbigliamento (15 esercizi) delle gioiellerie (8), dei negozi di arredamenti, accessori e complementi d'arredo (5) e di quelli di ottica (4).

#### Quadrante sud-est

Questo ambito è localizzato ad est di Viale Papa Giovanni XXIII e comprende il sistema degli assi che si diramano da Via A. Maj, fra cui: Via T. Taramelli, Via Casalino e Via A. Stoppani, Via Foro Boario e Via A. Manzoni. La prossimità con il limite del DUC Centro, così come la presenza intorno al suo perimetro di alcune grandi funzioni pubbliche (Stazione ATB, Liceo Scientifico Statale F. Lussana e I.T.C.T. Vittorio Emanuele II, ecc.) lo rendono un ambito fragile, dove negli ultimi anni si sono moltiplicati i fenomeni di dismissioni delle attività economiche, in particolare sui bordi dell'ambito e nelle vie meno interessate dal flusso pedonale. Entro questo contesto di fragilità, si segnala la presenza di 4 Medie Strutture di Vendita localizzate sull'asse principale e di una specializzazione merceologica non alimentare legata al settore arredamento e oggettistica per la casa legata alla presenza di 9 attività che rappresentano il 19% sull'offerta totale del DUC Centro per questo settore merceologico.

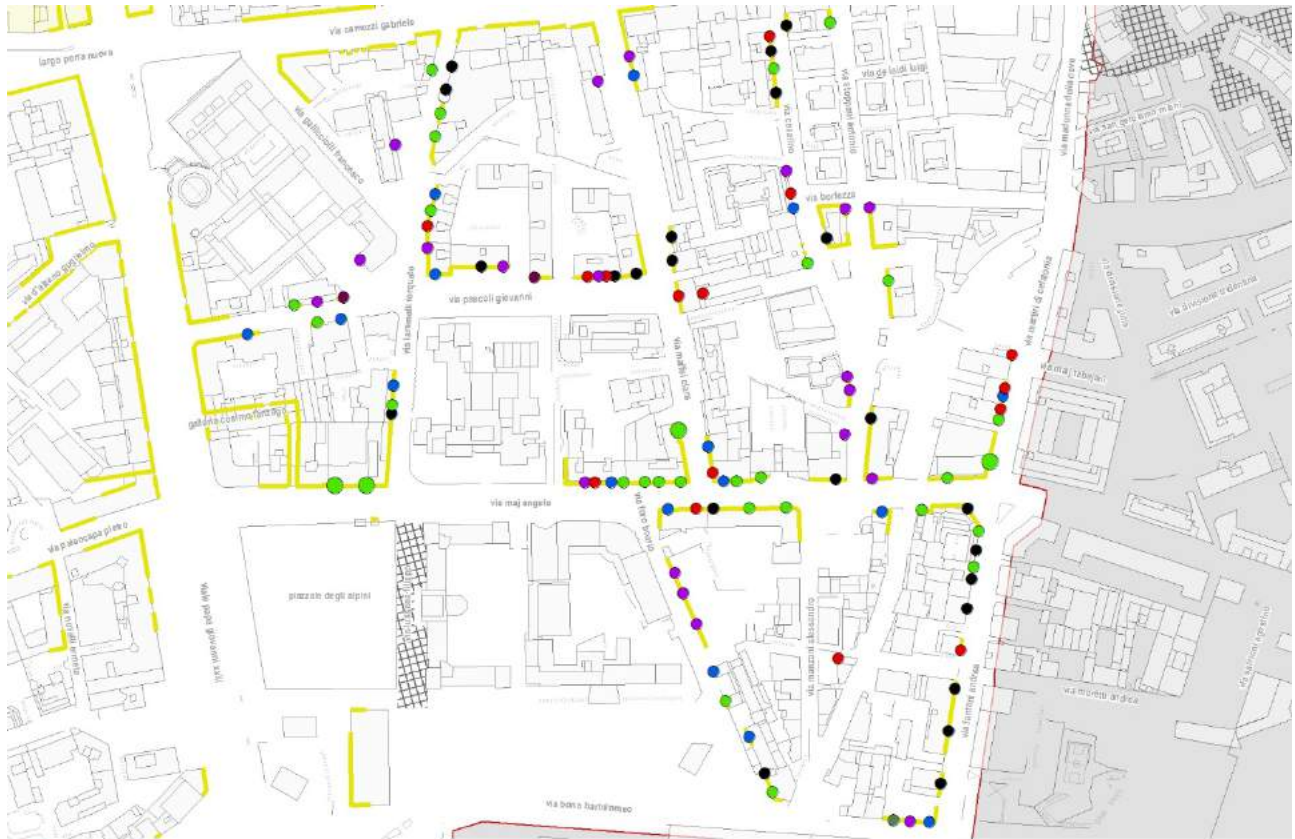
Tab. 12 Consistenza dell'offerta commerciale nell'ambito Quadrante sud-est

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	31	28,7%
Attività artigianali	15	13,9%
Intrattenimento e svago	2	1,9%
Attività di interesse culturale	0	0%
Ricettivo	0	0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	16	14,8%
Terziario direzionale	20	18,5%
Distributori automatici	0	0%
Locali sfitti	23	21,3%
Ristrutturazione - prossima apertura	1	0,9%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>108</b>	<b>6,8%</b>

La già citata fragilità del sistema d'offerta commerciale dell'ambito è messa in luce anche dalla presenza di una serie di attività del terziario direzionale (20, il 18,5% del totale) che, come già espresso nei paragrafi precedenti, tendono a rompere la continuità dei sistemi d'offerta. Fra di esse vi sono: quattro istituti di credito, tre agenzie di fornitura servizi ed assistenza al pubblico, due sportelli di attenzione al pubblico, due accademie, due agenzie creditizie.

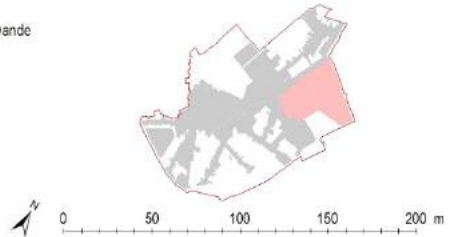
Un'altra componente che tende a rompere la continuità dei fronti e di conseguenza ad indebolire il sistema è quella dei locali sfitti (23), che rappresentano il 21,3% delle attività presenti, un valore superiore a quello registrato per il DUC Centro nel suo complesso (15,6%).

Fig. 16 Quadrante sud-est: geografia delle attività al piano terra



- Perimetro del DUC "Centro"
- ZTL e aree pedonali senza limiti temporali
- XX Piazze e aree pubbliche pavimentate
- Fronti commerciali
- Attività del commercio al dettaglio
  - Esercizi di vicinato (punti vendita con SdV fino a 250 mq)
  - Punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica
  - Farmacie
  - Medie Strutture di Vendita (punti vendita con SdV comprese tra 251 e 2500 mq)
  - Grandi Strutture di Vendita (punti vendita con SdV maggiore di 2500 mq)

- Altre attività al piano terra
- Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande
  - Attività artigianali
  - Attività culturali
  - Intrattenimento e svago
  - Ricettivo
  - Terziario direzionale
  - Commercio all'ingrosso
  - Distributori automatici
  - Ristrutturazione - prossima apertura
  - Dismissione/sfitto

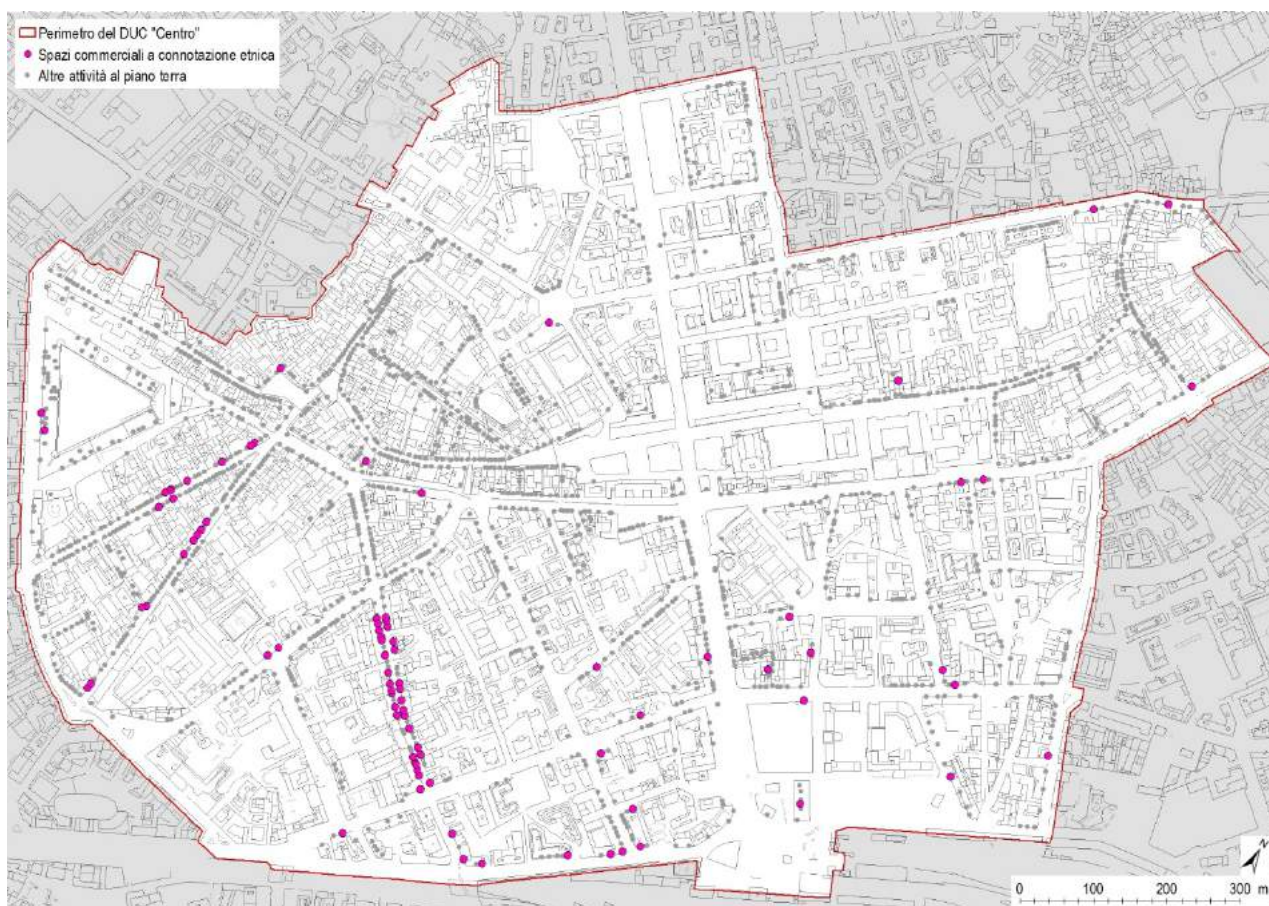


### 1.1.3.2. Ambiti lineari/Assi commerciali

La seconda tipologia di sistemi insediativi analizzati è quella delle aggregazioni che tendono a costituire successioni assimilabili agli assi commerciali o a sistemi lineari. In questo insieme sono stati ricompresi gli assi commerciali principali del DUC Centro, fra cui l'ambito continuo di Largo Medaglie d'Oro - Via G. Tiraboschi - Largo Porta Nuova, Via Borfuro, Via Broseta nel tratto esterno alla ZTL del centro e l'asse di Via G. Camozzi, il sistema costituito da Via San Bernardino e Via G.B. Moroni, quello di Via Paglia - Via D'alzano - Via Paleocapa. Altri focus specifici riguardano il sistema di Via Don L. Palazzolo e Via S. Spaventa, il tratto sud di Via G. Quarenghi, la parte esterna alla ZTL Centro di Via Zambonate con il tratto nord di Via G. Quarenghi. Insieme a questi, si è scelto di approfondire anche l'asse di Viale Papa Giovanni XXIII che si configura come viale di accesso al centro piacentiniano e di connessione fra il DUC e le stazioni del TPL (FS, ATB e TEB).

Si tratta di un sistema che, nel suo insieme, comprende 753 attività (47,33% del totale del DUC Centro), fra cui 8 Medie Strutture di Vendita e le uniche due Grandi Strutture di Vendita dell'intero Distretto. Allo stesso tempo è importante mettere in luce il fatto che nelle aree legate agli assi commerciali si concentra il 75% delle attività connotate etnicamente (65 su di un totale di 86 nel DUC), con alcuni punti di addensamento nel tratto sud di Via Quarenghi e di Via San Bernardino. Di seguito, per ognuno degli ambiti rilevati si propone una scheda che comprende la geografia dell'offerta e della sua consistenza.

Fig. 17 Mappatura degli spazi commerciali a connotazione etnica identificati per l'ambito del DUC "Centro"

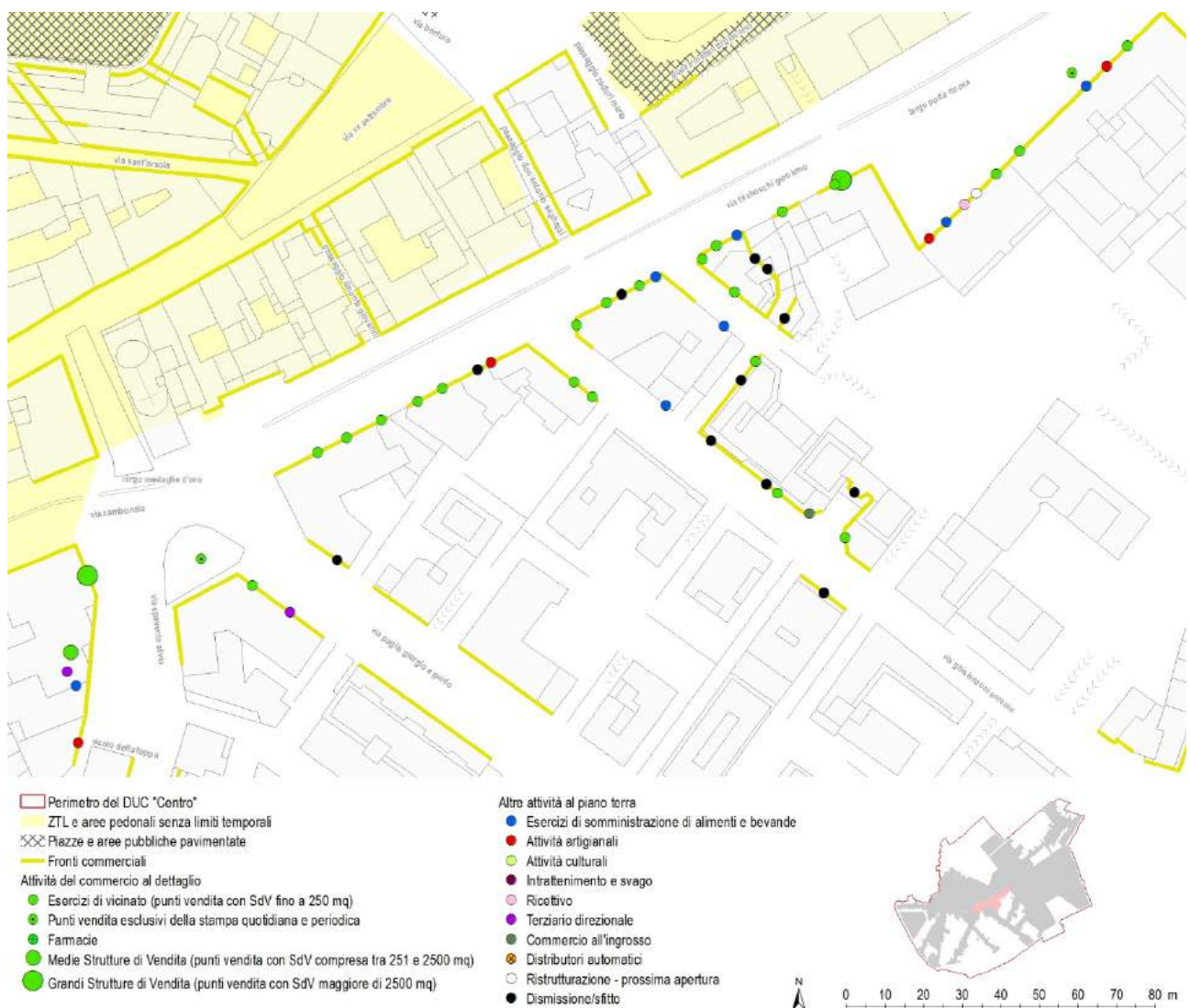


Largo Medaglie d'Oro - Via Tiraboschi - Largo Porta Nuova

Tab. 13 Largo Medaglie d'Oro - Via Tiraboschi - Largo Porta Nuova: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	28	51,9%
Attività artigianali	4	7,4%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	1	1,9%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	7	13,0%
Terziario direzionale	2	3,7%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	11	20,4%
Ristrutturazione - prossima apertura	1	1,9%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>54</b>	<b>3,4%</b>

Fig. 18 Largo Medaglie d'Oro - Via Tiraboschi - Largo Porta Nuova: geografia delle attività al piano terra

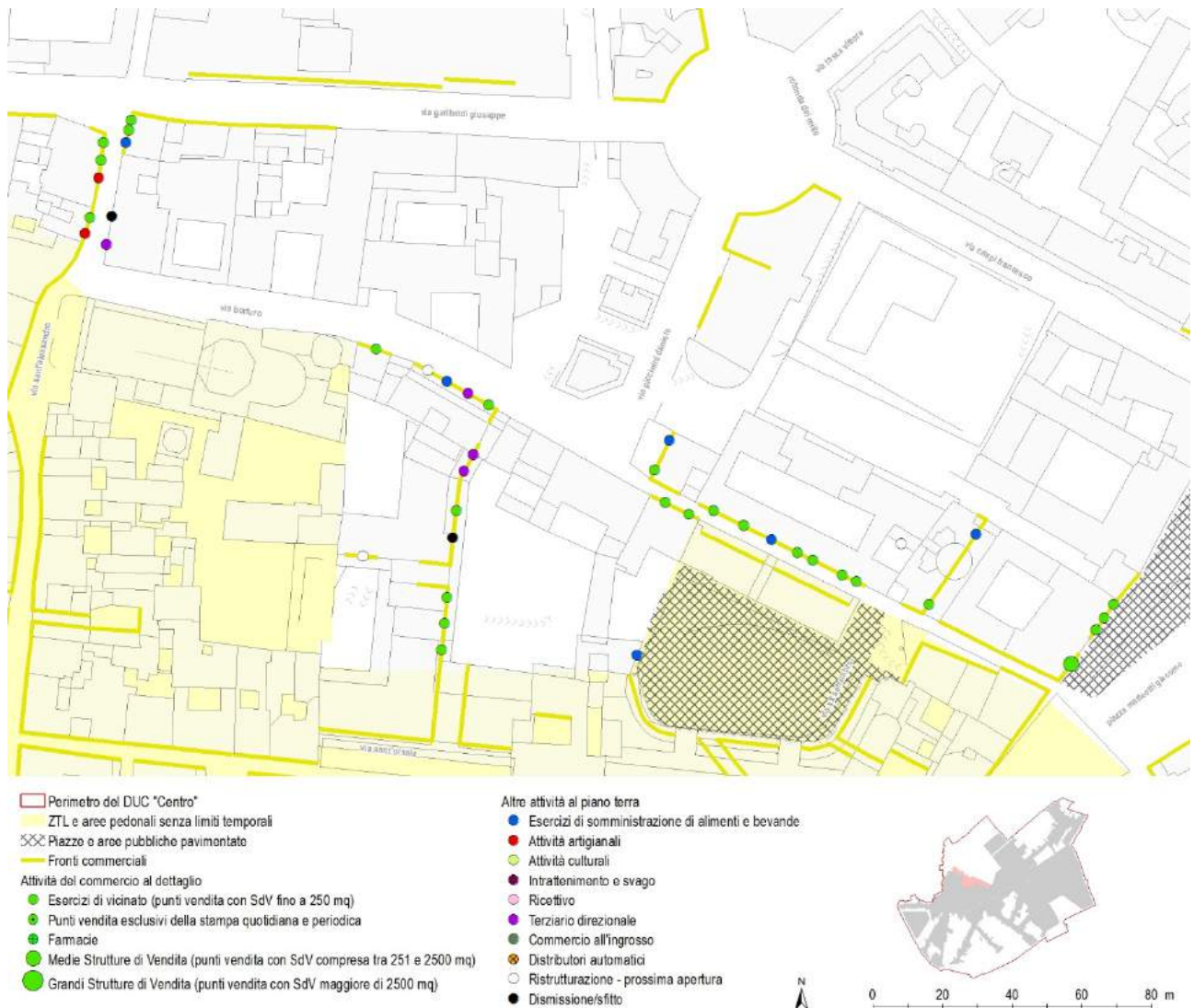


Via Borfuro

Tab. 14 Via Borfuro: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	25	59,5%
Attività artigianali	2	4,8%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	6	14,3%
Terziario direzionale	4	9,5%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	2	4,8%
Ristrutturazione - prossima apertura	3	7,1%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>42</b>	<b>2,6%</b>

Fig. 19 Via Borfuro: geografia delle attività al piano terra

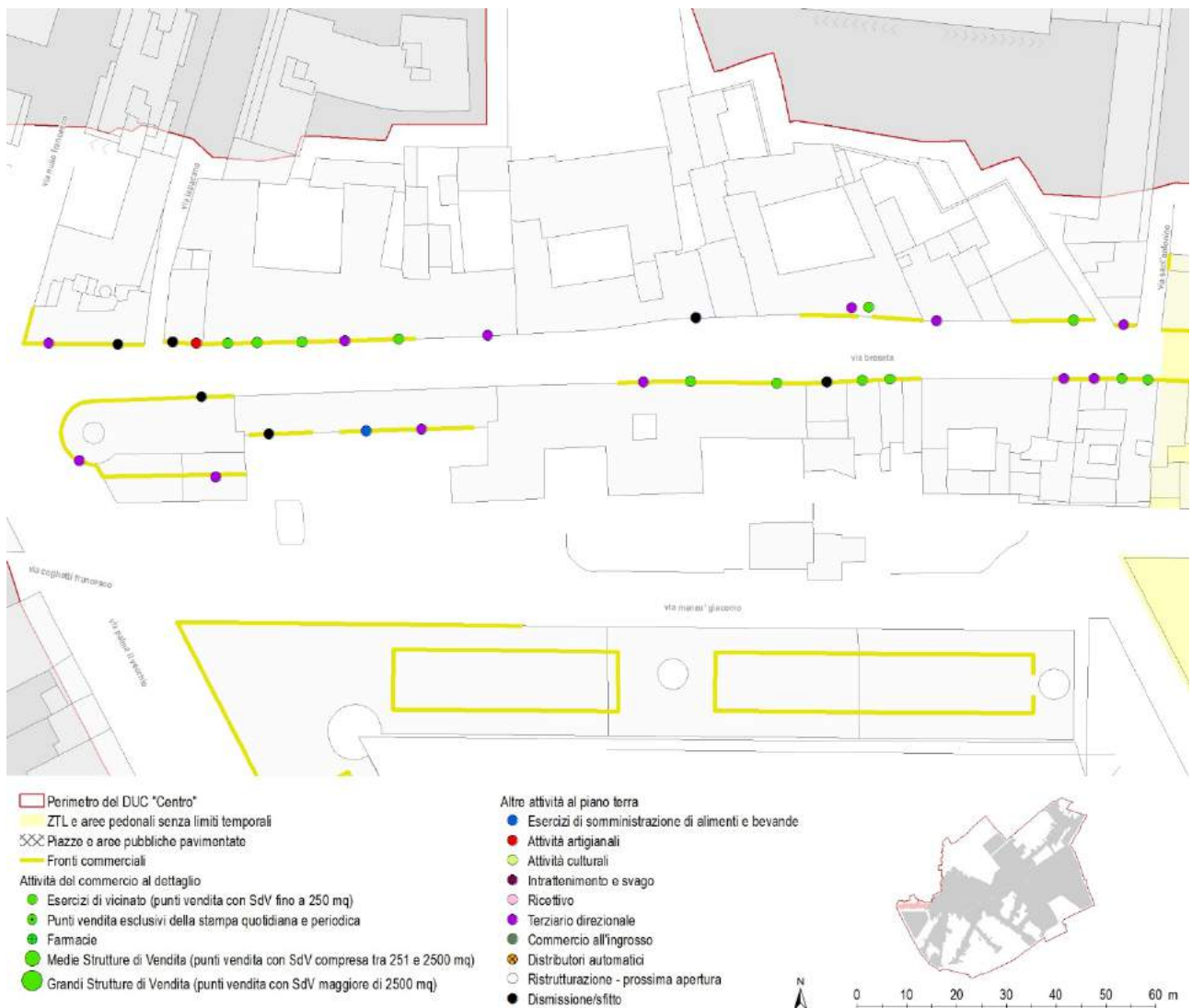


Via Broseta (Esterna ZTL)

Tab. 15 Via Broseta: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	12	37,5%
Attività artigianali	1	3,1%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	1	3,1%
Terziario direzionale	12	37,5%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	6	18,8%
Ristrutturazione - prossima apertura	0	0,0%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>32</b>	<b>2,0%</b>

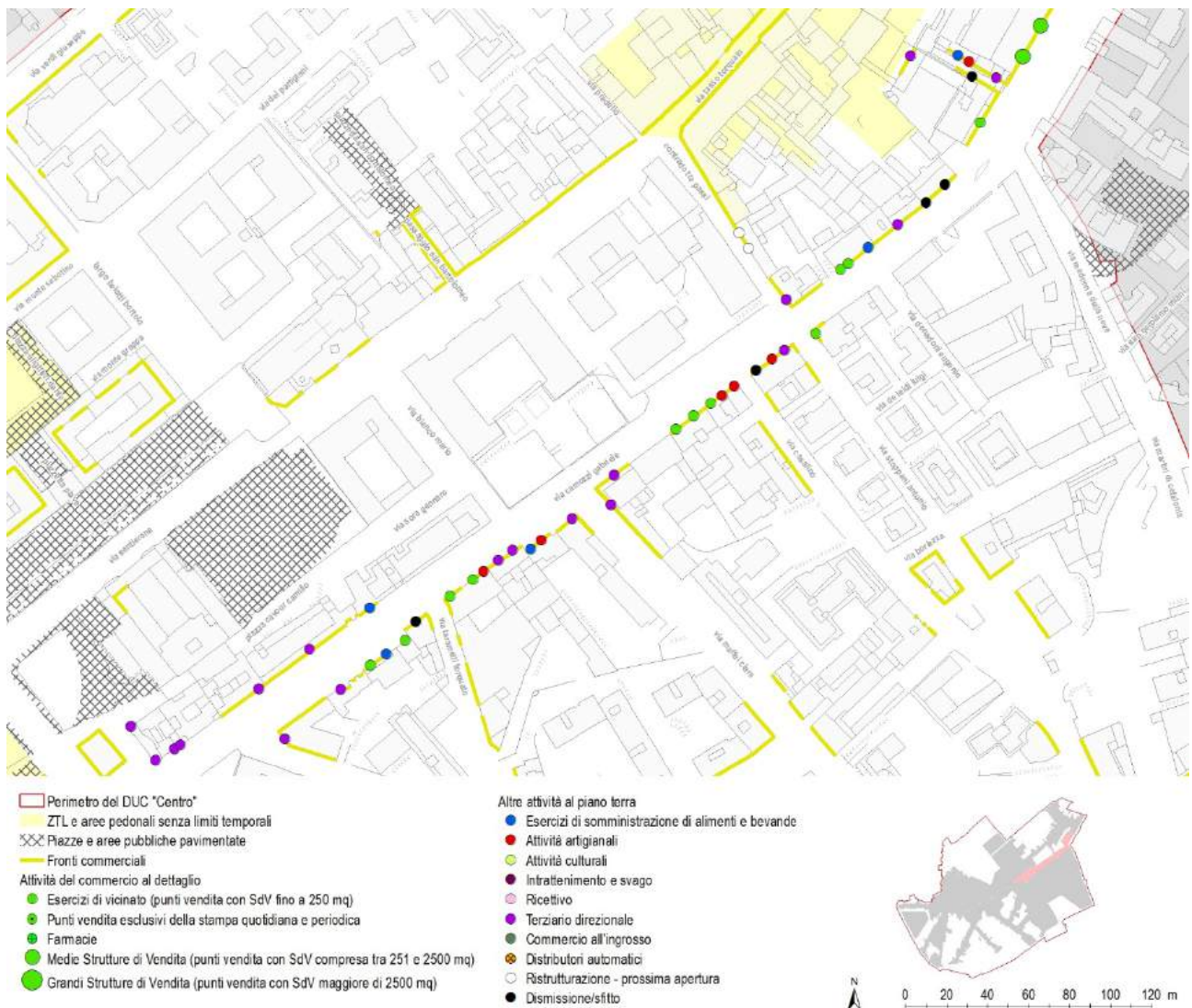
Fig. 20 Via Broseta: geografia delle attività al piano terra



Tab. 16 Via G. Camozzi: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	13	26,0%
Attività artigianali	6	12,0%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	5	10,0%
Terziario direzionale	19	38,0%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	5	10,0%
Ristrutturazione - prossima apertura	2	4,0%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>50</b>	<b>3,1%</b>

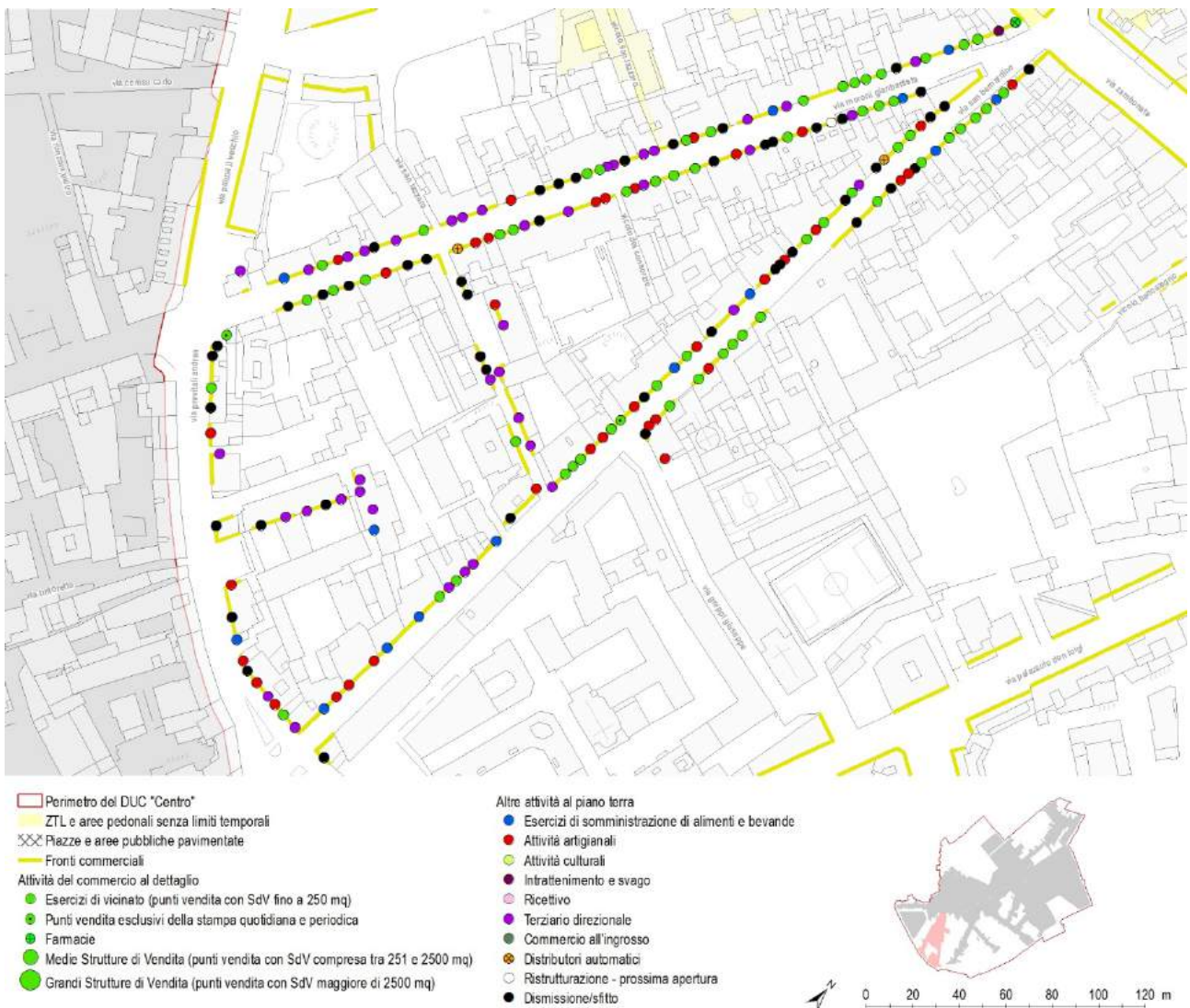
Fig. 21 Via G. Camozzi: geografia delle attività al piano terra



Tab. 17 Via San Bernardino/ Via G.B. Moroni: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	57	29,1%
Attività artigianali	34	17,3%
Intrattenimento e svago	1	0,5%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	14	7,1%
Terziario direzionale	40	20,4%
Distributori automatici	2	1,0%
Locali sfitti	47	24,0%
Ristrutturazione - prossima apertura	1	0,5%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>196</b>	<b>12,3%</b>

Fig. 22 Via San Bernardino/ Via G.B. Moroni: geografia delle attività al piano terra

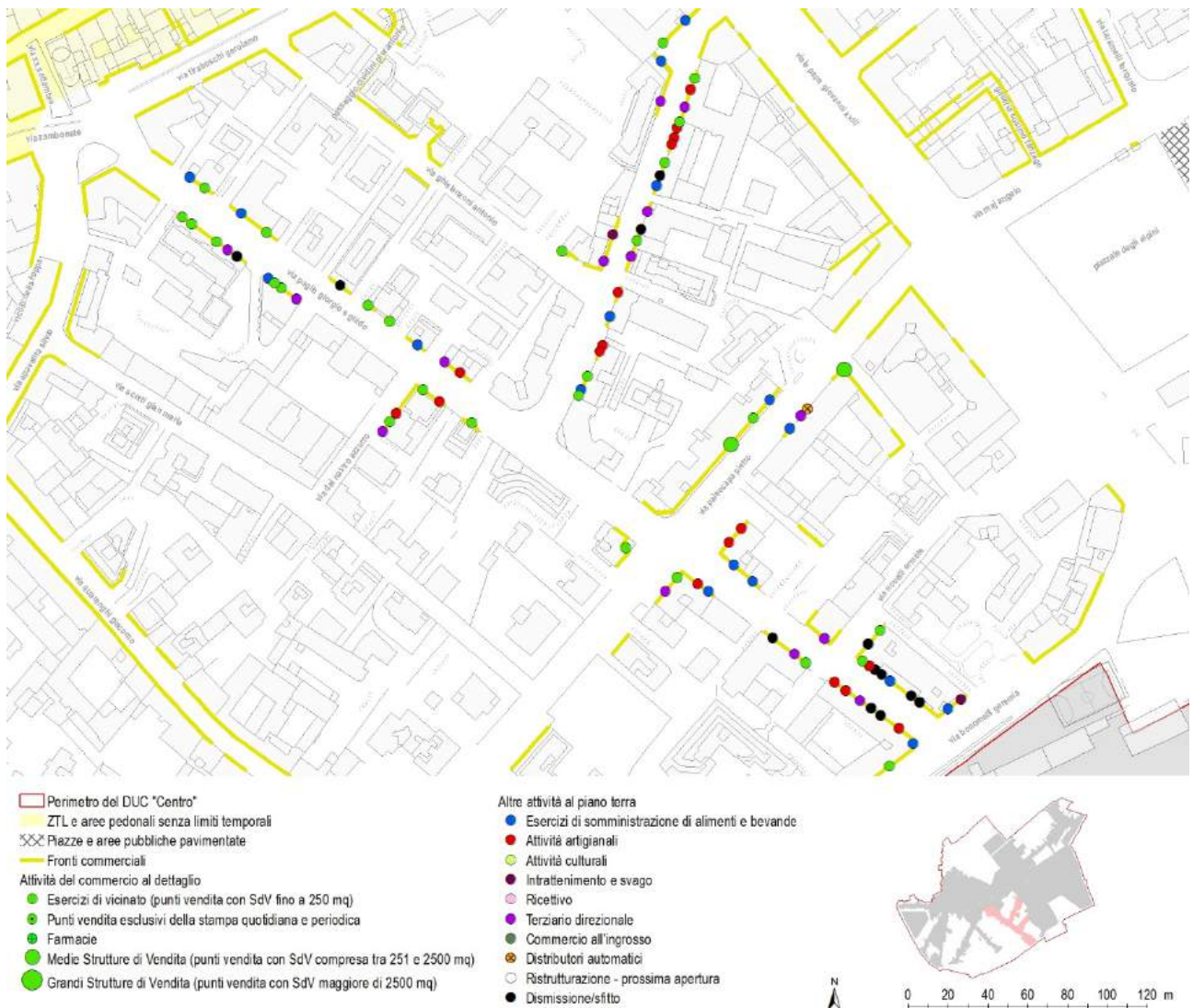


Via Paglia – Via D’Alzano – Via Paleocapa

Tab. 18 Via Paglia – Via D’Alzano – Via Paleocapa: Consistenza dell’offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell’ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all’ingrosso	29	31,2%
Attività artigianali	17	18,3%
Intrattenimento e svago	2	2,2%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	17	18,3%
Terziario direzionale	14	15,1%
Distributori automatici	1	1,1%
Locali sfitti	13	14,0%
Ristrutturazione - prossima apertura	0	0,0%
<b>Totale attività mappate nell’ambito</b>	<b>93</b>	<b>5,8%</b>

Fig. 23 Via Paglia – Via D’Alzano – Via Paleocapa: geografia delle attività al piano terra

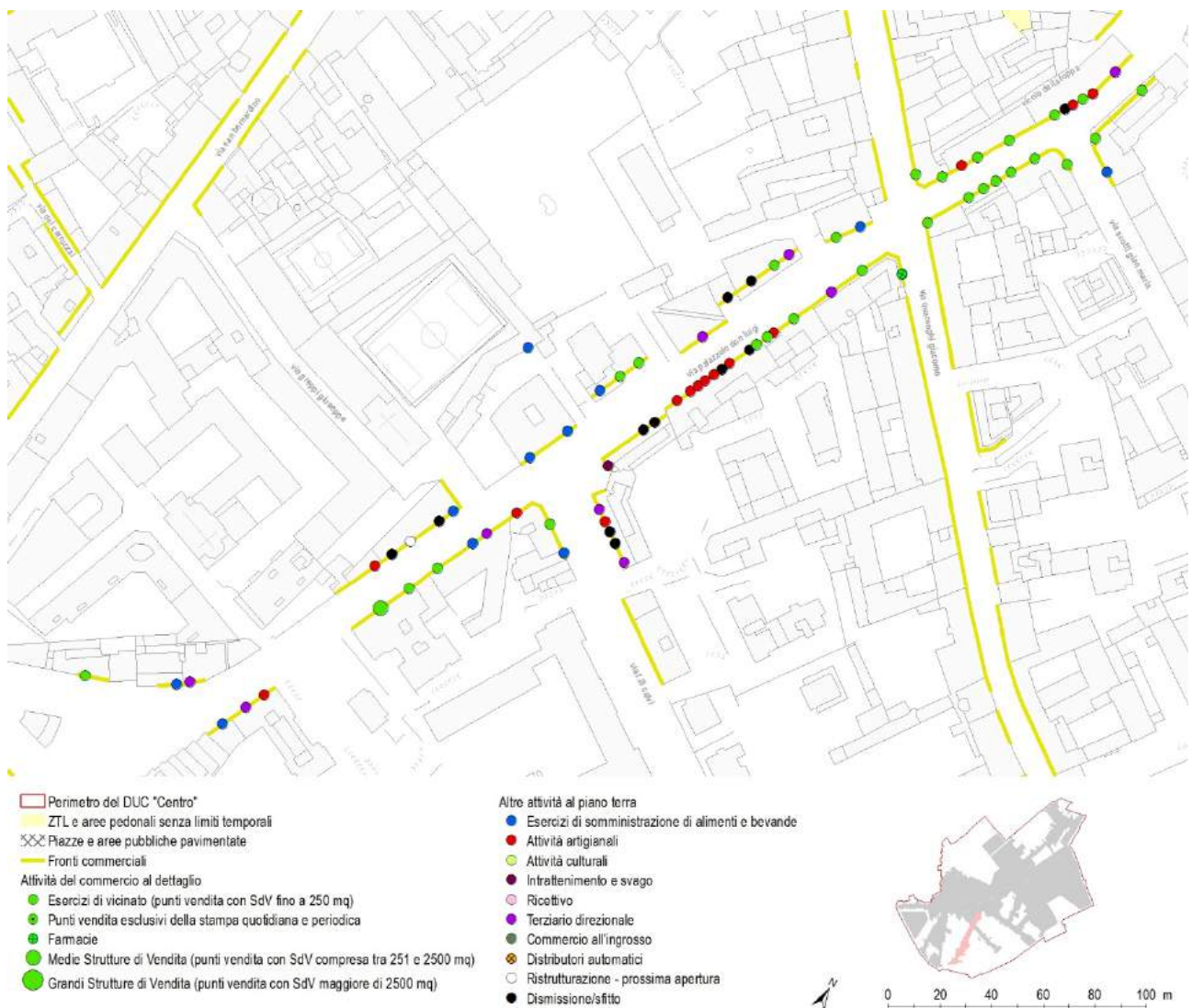


Via Don L. Palazzolo – Via S. Spaventa

Tab. 19 Via Don L. Palazzolo – Via S. Spaventa: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	29	38,2%
Attività artigianali	14	18,4%
Intrattenimento e svago	1	1,3%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	11	14,5%
Terziario direzionale	9	11,8%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	11	14,5%
Ristrutturazione - prossima apertura	1	1,3%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>76</b>	<b>4,8%</b>

Fig. 24 Via Don L. Palazzolo – Via S. Spaventa: geografia delle attività al piano terra

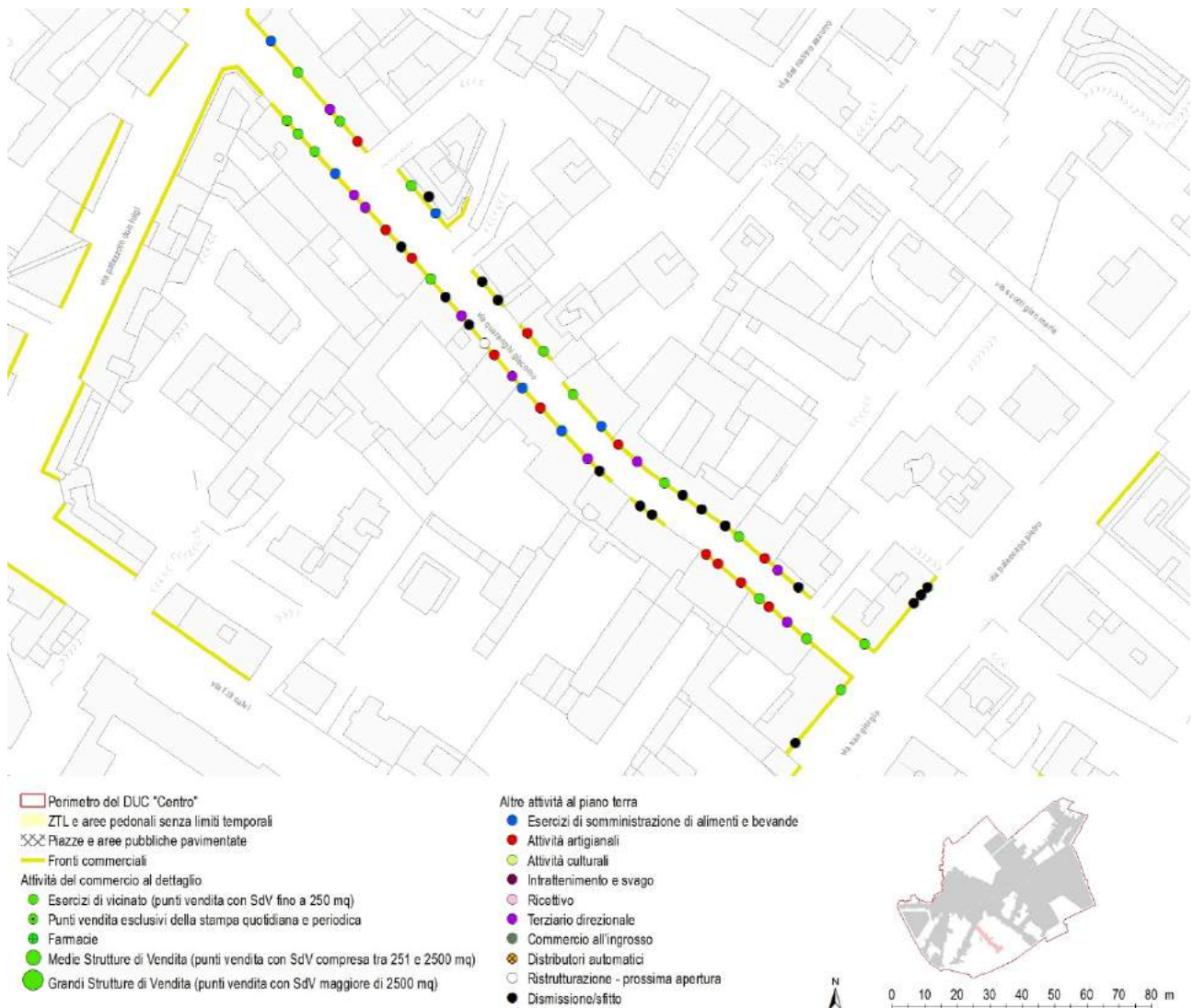


Via G. Quarenghi Sud

Tab. 20 Via G. Quarenghi Sud: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	15	25,0%
Attività artigianali	12	20,0%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	0	0,0%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	6	10,0%
Terziario direzionale	9	15,0%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	17	28,3%
Ristrutturazione - prossima apertura	1	1,7%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>60</b>	<b>3,8%</b>

Fig. 25 Via G. Quarenghi Sud: geografia delle attività al piano terra

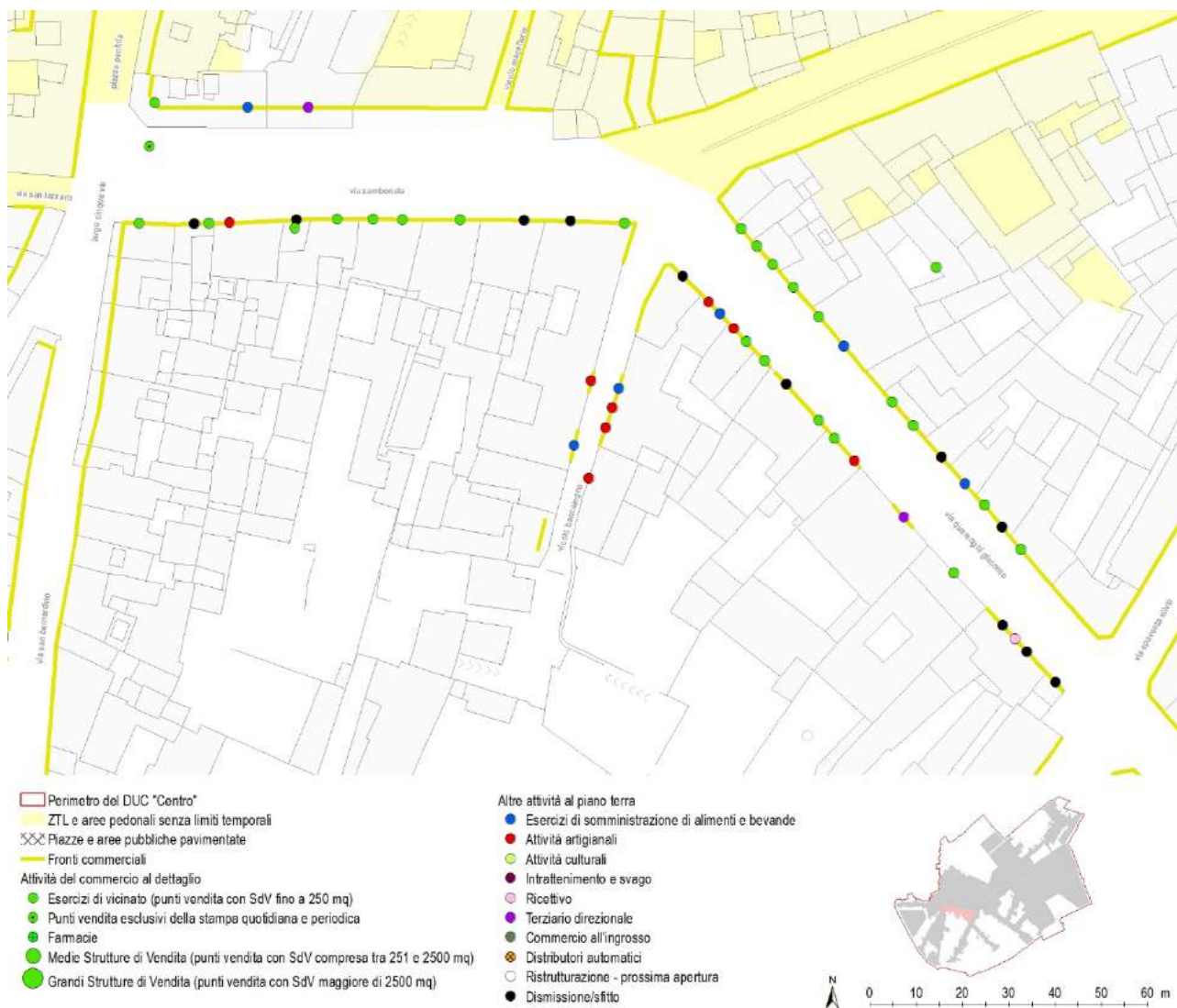


Via Zambonate esterna ZTL - Via Quarenghi tratto nord

Tab. 21 Via Zambonate esterna ZTL - Via Quarenghi tratto nord: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	25	47,2%
Attività artigianali	8	15,1%
Intrattenimento e svago	0	0,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	1	1,9%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	6	11,3%
Terziario direzionale	2	3,8%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	11	20,8%
Ristrutturazione - prossima apertura	0	0,0%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>53</b>	<b>3,3%</b>

Fig. 26 Via Zambonate esterna ZTL - Via Quarenghi tratto nord: geografia delle attività al piano terra

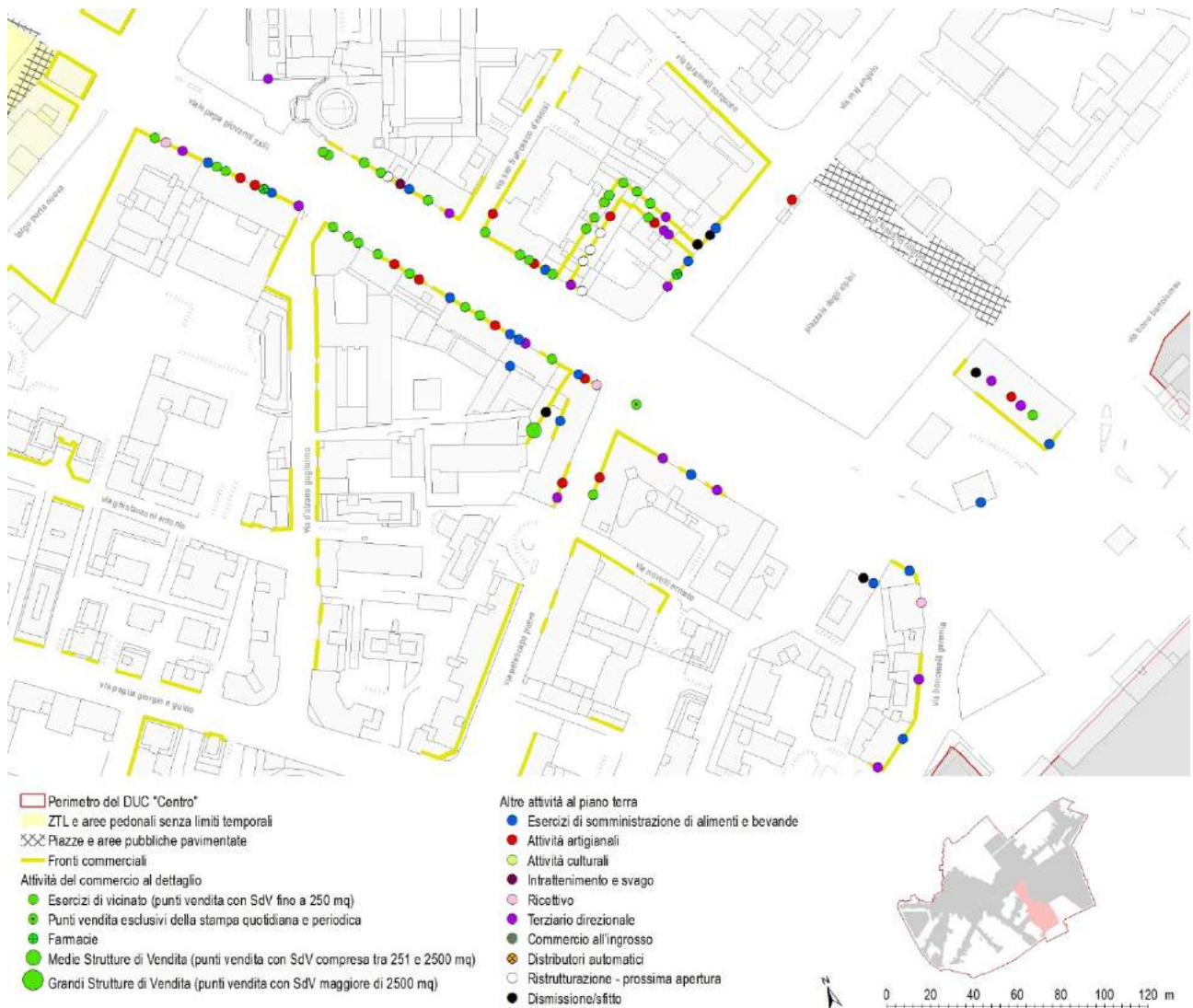


## Viale Papa Giovanni XXIII

Tab. 22 Viale Papa Giovanni XXIII: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	34	35,1%
Attività artigianali	14	14,4%
Intrattenimento e svago	1	1,0%
Attività di interesse culturale	0	0,0%
Ricettivo	3	3,1%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	18	18,6%
Terziario direzionale	17	17,5%
Distributori automatici	0	0,0%
Locali sfitti	5	5,2%
Ristrutturazione - prossima apertura	5	5,2%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>97</b>	<b>6,1%</b>

Fig. 27 Viale Papa Giovanni XXIII: Geografia dell'offerta di attività commerciali e del terziario commerciale



### 1.1.3.3. Commercio diffuso e polverizzato

Tutte le aree del DUC Centro non ricomprese negli ambiti precedentemente descritti appartengono al sistema del Commercio diffuso e polverizzato. Si tratta di un insieme eterogeneo marcato da una distribuzione spaziale variegata che ha come comune denominatore la pervasività delle localizzazioni e, in alcuni casi, la loro autosufficienza rispetto ai sistemi insediativi più strutturati, anche se prossimi.

Nel suo insieme quest'ambito comprende 136 attività, di cui solo il 25,7% appartenenti al commercio al dettaglio e all'ingrosso (25%), molto al di sotto della media sul DUC Centro (pari al 41,0%). In linea con i valori generali è la presenza delle attività artigianali (20, il 14,7% sul totale delle attività, a fronte di una media del 13,1% sul Distretto nel suo insieme), così come quella degli esercizi di somministrazione (17, pari al 12,5%). Va segnalata la presenza di due locali adattati ad ospitare distributori automatici, e l'assenza di locali in ristrutturazione. Uniti al numero di locali sfitti (23, pari al 16,9% del totale delle attività mappate per questa tipologia di sistema insediativo) questi dati testimoniano una condizione generale di fragilità per questo ambito, che l'amministrazione dovrà tenere in considerazione nella fase di implementazione di politiche ed azioni mirate alla rivitalizzazione del commercio.

Fig. 28 Commercio diffuso e polverizzato: Locali sfitti lungo via Bonomelli (a sinistra) e lungo via Calvi



Tab. 23 Commercio diffuso e polverizzato: Consistenza dell'offerta commerciale

Macrocategoria	n.	% sul totale delle attività dell'ambito
Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso	35	25,7%
Attività artigianali	20	14,7%
Intrattenimento e svago	0	0%
Attività di interesse culturale	1	0,7%
Ricettivo	2	1,5%
Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	17	12,5%
Terziario direzionale	36	26,5%
Distributori automatici	2	1,5%
Locali sfitti	23	16,9%
Ristrutturazione - prossima apertura	0	0%
<b>Totale attività mappate nell'ambito</b>	<b>136</b>	<b>8,5%</b>

#### 1.1.4. Identificazione delle attività a rilevanza commerciale

Dopo aver descritto e rappresentato le geografie delle diverse tipologie di attività rilevate ai piani terra degli edifici ed aver proposto una prima individuazione dei principali sistemi insediativi del commercio urbano, è importante definire ed evidenziare le attività a "rilevanza commerciale" ovvero costituenti il mix merceologico e funzionale caratterizzante la rete dei servizi commerciali urbani, riconducibili a tre principali macro-tipologie di attività commerciali: "Commercio al dettaglio", "Somministrazione di alimenti e bevande" e le "Attività artigianali a rilevanza commerciale" (che comprende le tre principali categorie descritte nel precedente paragrafo: Artigianato manifatturiero con vendita diretta di beni al consumatore finale; Artigianato di servizio alla persona e Artigianato di servizio ai beni di consumo).

Attraverso il rilievo e la mappatura delle attività al piano terra si sono individuati 15 sistemi insediativi del commercio e attività non addensate definite come "commercio diffuso e polverizzato".

A questo punto è possibile valutarne il grado di rilevanza commerciale degli sistemi insediativi del commercio, attraverso una valutazione quali-quantitativa delle differenti tipologie commerciali o non commerciali presenti, individuando così elementi di forza e debolezza dei diversi sistemi locali. Il peso commerciale delle diverse attività è stato attribuito sulla base della propensione delle stesse a ricreare l'effetto "shopping" ovvero in grado di qualificare i centri urbani in termini di socialità e vivibilità. Per questo motivo il maggior valore di rilevanza commerciale è stato attribuito al commercio al dettaglio, agli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, alle attività artigianali di servizio e di vendita diretta di beni alimentari e non alimentari. Valori minori o nulli per quelle attività assolutamente asinergiche rispetto alle precedenti, depenalizzanti e a volte deleterie al mantenimento o alla rivitalizzazione delle attività commerciali del centro storico.

Tab. 24 Valori di rilevanza commerciale per tipologie di attività (da 1 = molto bassa a 5 = molto alta)

Tipologia attività	Valore di rilevanza	
Attività del commercio al dettaglio	5	Alta
Esercizio per la somministrazione di alimenti e bevande	5	
Artigianato manifatturiero con vendita diretta di beni al consumatore finale	4	
Attività del commercio al dettaglio - Farmacie	4	
Attività del commercio al dettaglio - Punto vendita esclusivo della stampa quotidiana e periodica	4	
Artigianato di servizio alla persona	3	Media
Attività artigianale di riparazione di beni di consumo personali e per la casa	2	
Attività di proiezione cinematografica	2	
Terziario direzionale - Attività di club sportivi e palestre	1	Bassa
Terziario direzionale - Attività di istruzione	1	
Terziario direzionale - Attività di servizio	1	
Attività artigianale di manutenzione e riparazione autoveicoli e motocicli	0,5	
Attività artigianale di servizio agli edifici e al paesaggio	0,5	
Attività del commercio all'ingrosso	0,5	
Attività di intrattenimento e svago	0,5	

Tipologia attività	Valore di rilevanza	
Distributori automatici	0,5	
Ricettivo alberghiero e non alberghiero	0,5	
Terziario direzionale - Attività di telecomunicazioni	0,5	
Terziario direzionale - Direzionale commerciale	0,5	
Terziario direzionale - Servizi postali e attività di corriere	0,5	
Terziario direzionale - Spazio espositivo (showroom)	0,5	
Attività riguardanti lotterie, scommesse e case da gioco	0	Nulla
Dismissione/sfitto	0	
Ristrutturazione - prossima apertura	0	

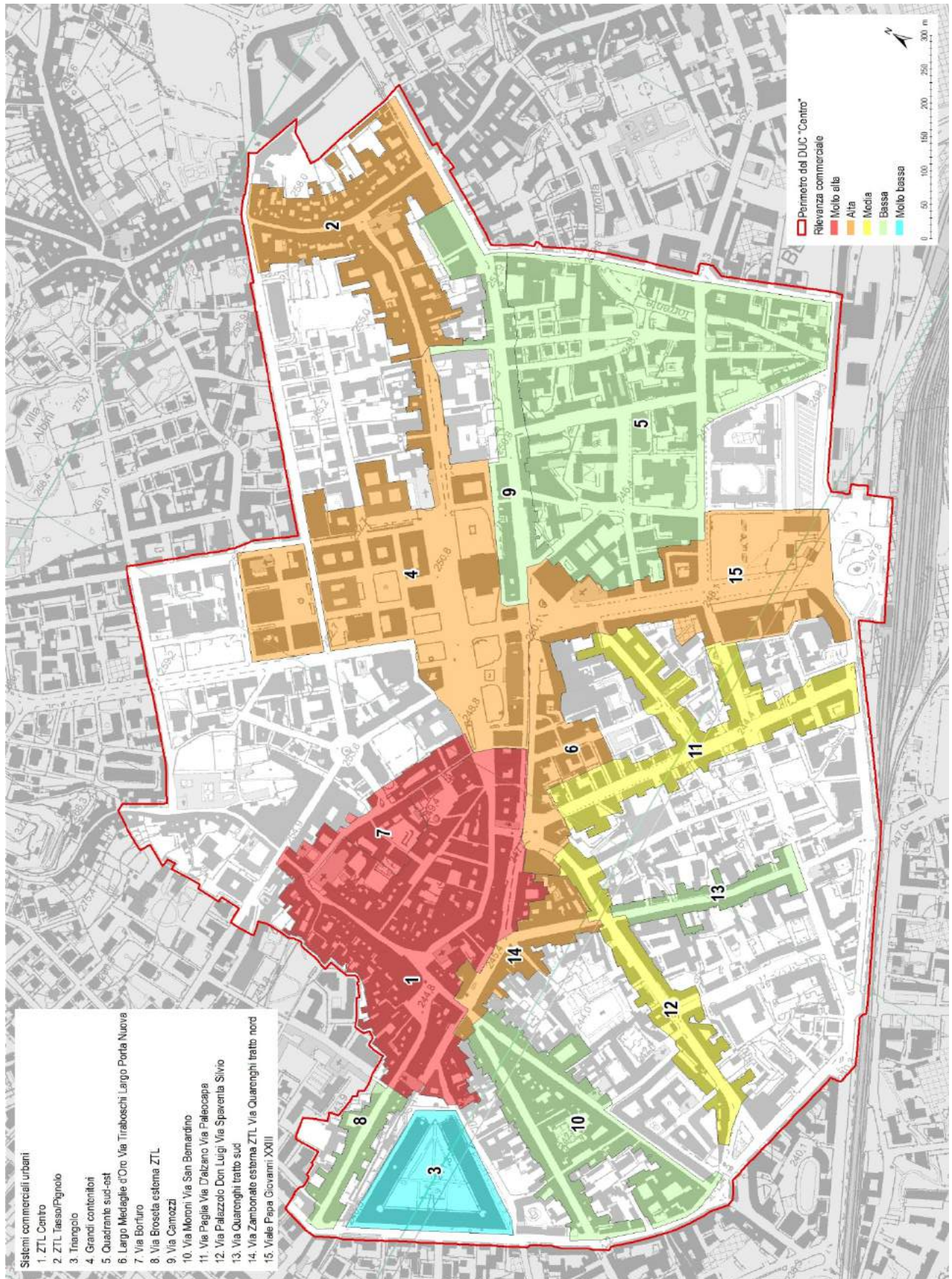
L'aggregazione dei valori per i sistemi commerciali riconosciuti per l'ambito del DUC "Centro" permette di estrapolare un indicatore sintetico (con valori compresi tra 0 e 5) che ne valuti il livello di rilevanza commerciale. Tale indicatore viene determinato dal rapporto tra la somma dei valori di rilevanza attribuito alle attività presenti nel sistema commerciale e il numero di attività rilevate e viene ordinato in cinque classi significative<sup>24</sup>:

1. rilevanza commerciale molto bassa;
2. rilevanza commerciale bassa;
3. rilevanza commerciale media;
4. rilevanza commerciale alta;
5. rilevanza commerciale molto alta.

Il valore di rilevanza così determinato può essere inoltre ulteriormente articolato per ogni singolo asse commerciale compreso all'interno del perimetro dei sistemi commerciali urbani individuati.

<sup>24</sup> L'indicatore sintetico della rilevanza commerciale è stato ordinato utilizzando il metodo di classificazione denominato "Natural Break" (algoritmo di Jenks) utilizzato per distribuzioni non normali. Fissato il numero di classi, le stesse vengono individuate nei punti di discontinuità e della distribuzione dei valori, successivamente si massimizza la differenza fra la somma degli scarti al quadrato in ogni classe e la somma degli scarti rispetto alla media globale.

Fig. 29 Rilevanza commerciale dei sistemi insediativi del commercio individuati per il DUC "Centro"



### 1.1.5. Monitoraggio e aggiornamento della geografia delle attività commerciali

Come già anticipato nella fase I della presente ricerca, una criticità informativa di qualsiasi processo di mappatura e interpretazione delle attività commerciali sta nell'aggiornamento e nel monitoraggio costante dell'evoluzione delle dinamiche locali in particolar modo del fenomeno della dismissione commerciale, utili alla valutazione dell'efficacia delle politiche avviate e al mantenimento dell'enorme mole informativa rilevata e restituita all'amministrazione comunale in formato digitale. Le attività commerciali sono infatti soggette, più di altre tipologie di attività, a processi continui di mutamento quali chiusure, subingressi, cambi di gestione, accorpamenti, modifiche merceologiche, cambi di insegna, cambi di orario di apertura, etc....

A seguito degli incontri operativi avvenuti negli ultimi mesi in particolar modo con i responsabili del SIT del Comune di Bergamo, si è deciso di avvalersi delle potenzialità offerte dai Volunteered Geographic Information (VGI)<sup>25</sup> per l'aggiornamento delle informazioni geografiche relative alle attività commerciali raccolte con il rilievo effettuato durante il mese di febbraio 2016. In particolare, si è scelto di utilizzare la piattaforma OpenStreetMap (OSM)<sup>26</sup>, un progetto sorto nel 2004 con lo scopo di creare una mappa a livello mondiale costruita ed editabile direttamente dagli utenti, liberamente condivisa ed utilizzabile da parte di chiunque in licenza ODbL<sup>27</sup>.

Tale operazione verrà eseguita, nelle settimane successive alla consegna della fase II, dal gruppo di lavoro in concerto con il SIT del Comune di Bergamo per costituire un collegamento fra il database fornito dal Servizio Commercio Suolo Pubblico ed Eventi del Comune in data 23 ottobre 2015 e le informazioni raccolte attraverso il rilievo diretto. Questa operazione di confronto e verifica costituisce, di fatto, il primo passo per la costruzione di un nuovo Database territoriale del commercio per la gestione contestuale delle autorizzazioni comunali con le informazioni geografiche relative alle attività localizzate al piano terra degli edifici presenti all'interno del DUC "Centro".

Per l'attuazione di questo processo di aggiornamento-monitoraggio del database geografico delle attività commerciali è necessario "convertire" le informazioni raccolte e catalogate nel linguaggio informativo codificato da OSM (si rimanda al report della fase I per la descrizione dettagliata delle modalità di gestione informativa previste dal progetto OSM).

Il SIT del Comune di Bergamo, attraverso il suo profilo ufficiale in OSM ("sit\_bg"), provvederà al caricamento progressivo dei dati sulla piattaforma, da un lato, verificando l'eventuale presenza di informazioni già esistenti che andranno integrate dove possibile, e dall'altro inserendo le nuove.

Altra operazione non secondaria per la riuscita del progetto di monitoraggio-aggiornamento è l'attivazione della comunità di *contributor* presenti per l'ambito della città di Bergamo. Come già evidenziato nel report della prima fase della presente ricerca, una prima indagine effettuata attraverso un apposito servizi di WebGIS<sup>28</sup> ci ha permesso di individuare 160 contributor attivi con frequenze diverse per l'ambito del comune di Bergamo e dei comuni immediatamente contermini. Aumentando il dettaglio sull'area centrale della città il numero di contributor scende a 93. La consistenza di questa comunità permette di sperare nel favorevole esito di questa proposta e nel coinvolgimento attivo di almeno una parte di

---

<sup>25</sup> I VGI sono informazioni georeferenziate provenienti da progetti di *collaborative mapping* che rappresentano l'insieme di informazioni di natura geografica generate e condivise da una comunità di utenti, ispirati alla filosofia del progetto Wikipedia.

<sup>26</sup> <http://www.openstreetmap.org/>

<sup>27</sup> Open Database Licence (Attribuzione-Condividi allo stesso modo per i database).

<sup>28</sup> In particolare il software OSM Mapper della ITO World Ltd (<http://www.itoworld.com/>)

questi utenti ed alcune prime reazioni alla campagna di comunicazione costruita in collaborazione con il SIT confortano quest'ipotesi.

Fig. 30 Esempi di tassonomia utilizzata dal progetto OSM per la definizione dei tag associati alle attività commerciali


**Shop**

The shop tag is used as a place of business that has stocked goods for sale. See the page titled [Shop](#) for an introduction on its usage.






Key	Value	Element	Comment	Rendering on default layer (osm-carto)	Photo
Food, beverages					
shop	alcohol		Shop selling alcohol to take away		
shop	bakery		Shop focused on selling bread		
shop	beverages		Shop focused on selling alcoholic and non-alcoholic beverages. See also <a href="#">shop:alcohol</a>		
shop	brewing_supplies		Shop focused on selling supplies for home brewing of beer, wine and spirits (where permitted)		
shop	butcher		Shop focused on selling meat		
shop	cheese		Shop focused on selling cheese		
shop	chocolate		Shop focused on selling chocolate		
shop	coffee		Shop focused on selling coffee		
shop	confectionery		Shop focused on selling sweets or candy		

Fonte: [http://wiki.openstreetmap.org/wiki/Map\\_Features#Shop](http://wiki.openstreetmap.org/wiki/Map_Features#Shop)

Tavola 1. Restituzione rilievo delle attività al piano terra del DUC "Centro" - febbraio 2016

 Perimetro del DUC "Centro"

**Attività del commercio al dettaglio**

-  Esercizi di vicinato (punti vendita con SdV fino a 250 mq)
-  Punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica
-  Farmacie
-  Medie Strutture di Vendita (punti vendita con SdV compresa tra 251 e 2500 mq)
-  Grandi Strutture di Vendita (punti vendita con SdV maggiore di 2500 mq)

**Altre attività al piano terra**

-  Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande
-  Attività artigianali
-  Attività culturali
-  Intrattenimento e svago
-  Ricettivo
-  Terziario direzionale
-  Commercio all'ingrosso
-  Distributori automatici
-  Ristrutturazione - prossima apertura
-  Spazi sfitti
-  Fronti commerciali
-  Immobili pubblici dismessi o di prossima dismissione
-  Immobili privati dismessi o di prossima dismissione
-  Piazze e aree pubbliche pavimentate
-  ZTL e aree pedonali senza limiti temporali
-  Parcheggi in struttura

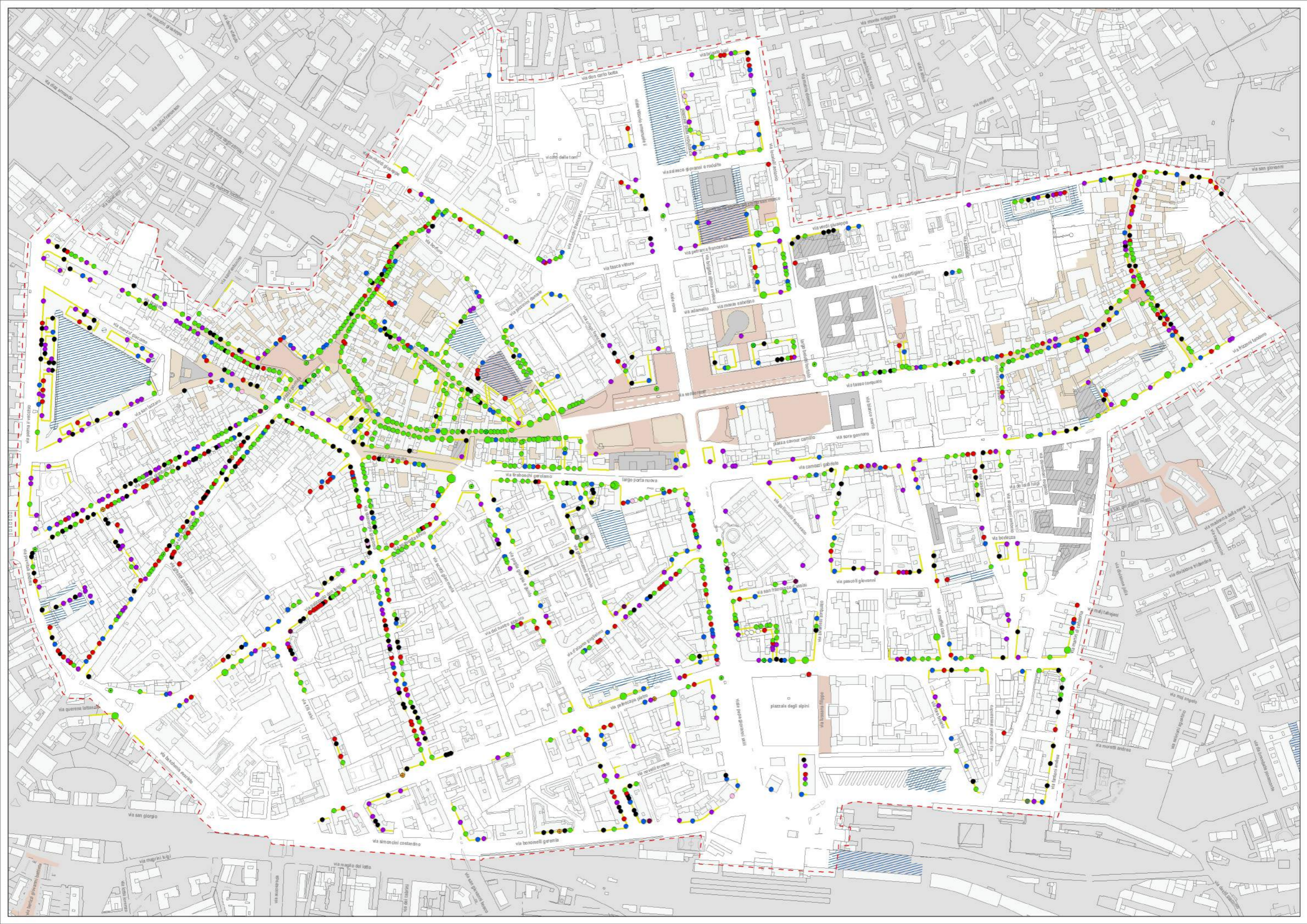




Tavola 2. Mappatura delle attività commerciali sfitte del DUC "Centro" - febbraio 2016

 Perimetro del DUC "Centro"

 Fronti commerciali

**Attività dismesse/sfite**

- Spazi commerciali sfitti (Censimento URB&COM Febbraio 2016)
- Spazi commerciali in ristrutturazione - prossima apertura (Censimento URB&COM Febbraio 2016)
- Immobili con almeno un'unità commerciale sfitta (Censimento Bergamo-Centro Novembre 2015)

**Attività al piano terra**

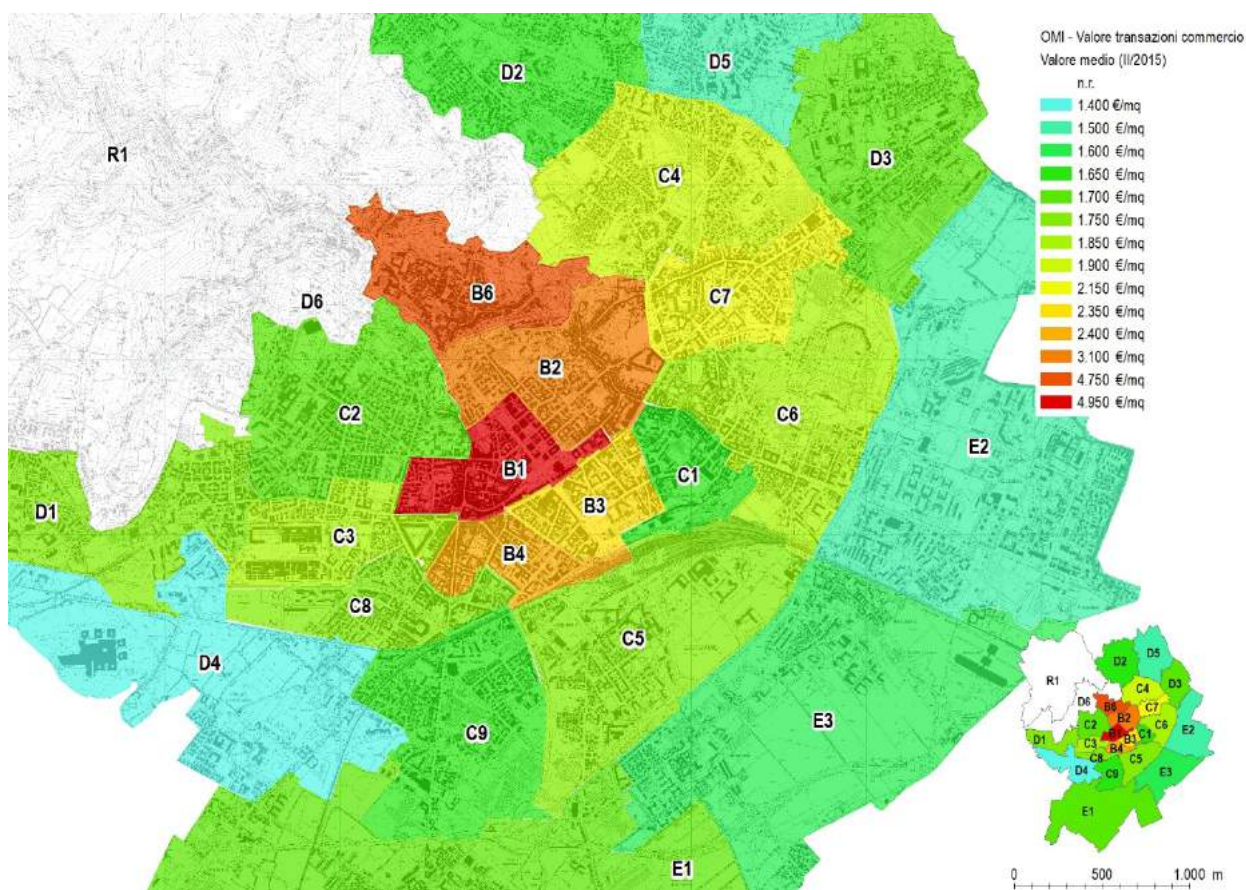
- Attività del commercio al dettaglio, esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, artigiani, terziario direzionale, etc...



## 1.2 Mappa dei valori immobiliari della residenza e del commercio

La geografia delle attività commerciali e dei sistemi commerciali urbani necessita di essere letta e sovrapposta con la mappatura dei valori immobiliari dei locali commerciali della città di Bergamo. Per fare questo sono state utilizzate due fonti informative principali: l'Agenzia delle Entrate e la F.I.M.A.A. (Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari). In particolare sono state reperite le informazioni relative al valore minimo e massimo al mq delle transazioni immobiliari e delle locazioni (valore al mq per mese) riferite al II semestre 2015 per la destinazione d'uso "Negozi", per ciascuna fascia/zona in cui si articola il territorio comunale di Bergamo messe a disposizione dalla Banca dati dell'Osservatorio del Mercato Immobiliare (OMI) dell'Agenzia delle Entrate (Servizio di consultazione cartografica delle quotazioni immobiliari GEPOI<sup>29</sup>).

Fig. 31 Mappatura delle zone OMI per l'ambito della città di Bergamo: valori medi relativi alle transazioni degli immobili commerciali (II semestre 2015)



Tab. 25 Valori delle zone OMI per l'ambito della città di Bergamo (II semestre 2015)

Codice Zona OMI	Negozi Valore di mercato (€/mq)		Centri commerciali Valore di mercato (€/mq)		Negozi Valore di locazione (€/mq - mese)		Centri commerciali Valore di locazione (€/mq - mese)	
	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo
B1	3.900	6.000	-	-	20	40	-	-
B2	2.700	3.500	-	-	15	22	-	-
B3	1.900	2.800	-	-	12	16	-	-
B4	2.000	2.800	-	-	12	18	-	-

<sup>29</sup> [http://wwwt.agenziaentrate.gov.it/geopoi\\_omi/index.php](http://wwwt.agenziaentrate.gov.it/geopoi_omi/index.php)

Codice Zona OMI	Negozii Valore di mercato (€/mq)		Centri commerciali Valore di mercato (€/mq)		Negozii Valore di locazione (€/mq - mese)		Centri commerciali Valore di locazione (€/mq - mese)	
	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo
B6	4.000	5.500	-	-	18	27	-	-
C1	1.500	1.800	-	-	7,8	11,6	-	-
C2	1.500	1.900	-	-	10	14	-	-
C3	1.600	2.100	800	1.100	9	12	4	6
C4	1.700	2.100	900	1.000	9	13	6	7
C5	1.500	2.000	900	1.000	8	11	6	7
C6	1.500	2.200	-	-	8	15	-	-
C7	2.000	2.300	-	-	7,2	14	-	-
C8	1.500	2.000	900	1.000	8	12	6	7
C9	1.400	1.900	900	1.000	8	11	6	7
D1	1.500	2.000	900	1.000	6	9	6	7
D2	1.500	1.800	900	1.000	7	10,1	5,1	7
D3	1.500	1.900	900	1.000	7	10,1	6	7
D4	1.200	1.600	-	-	5,2	7,8	-	-
D5	1.400	1.600	-	-	7	10,1	-	-
D6	-	-	-	-	-	-	-	-
E1	1.600	1.800	900	1.000	6,7	8,6	5	6
E2	1.400	1.600	0	0	6,7	8,6	-	-
E3	1.500	1.700	900	1.000	6,7	8,6	6	7
R1	-	-	-	-	-	-	-	-

Fig. 32 Zone OMI e polarità del DUC della città di Bergamo: valori medi relativi alle transazioni degli immobili commerciali (II semestre 2015)

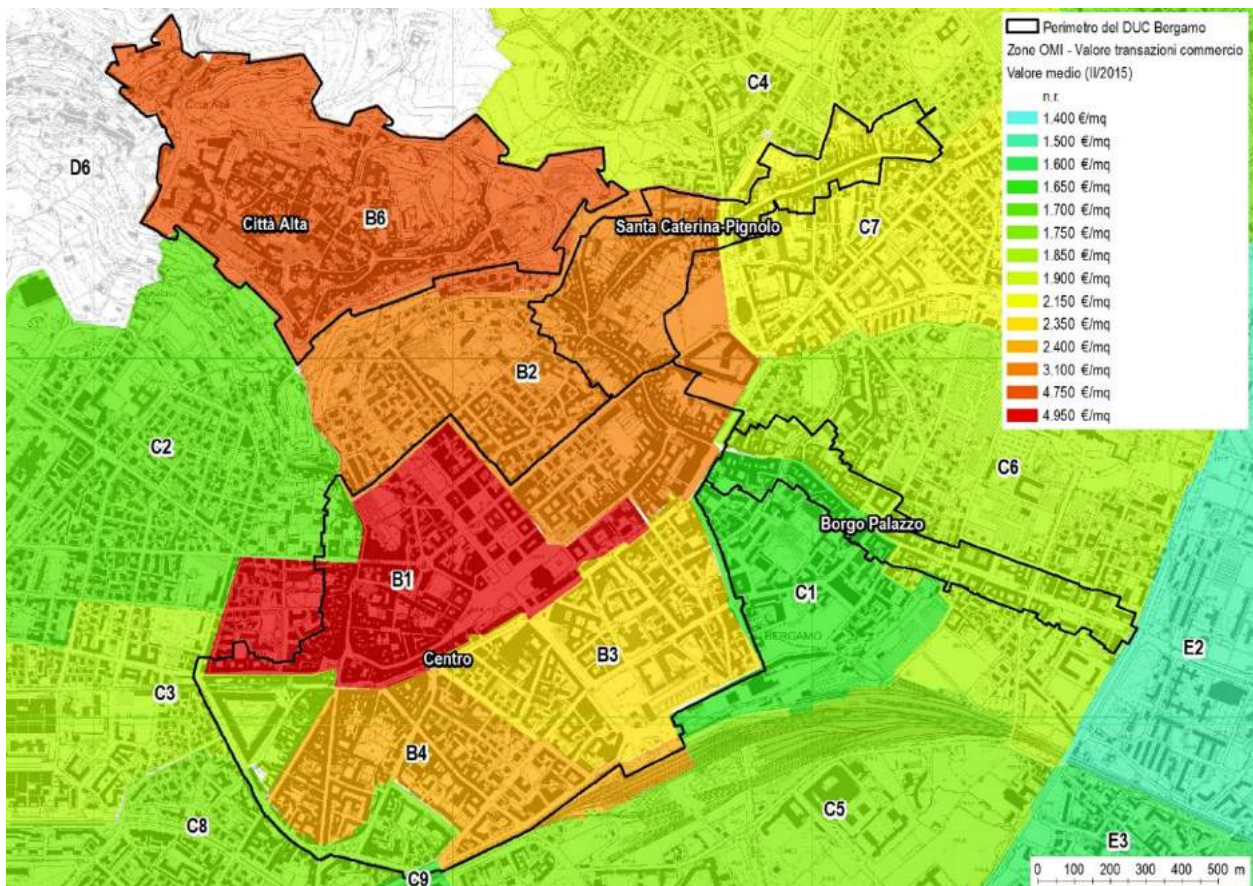
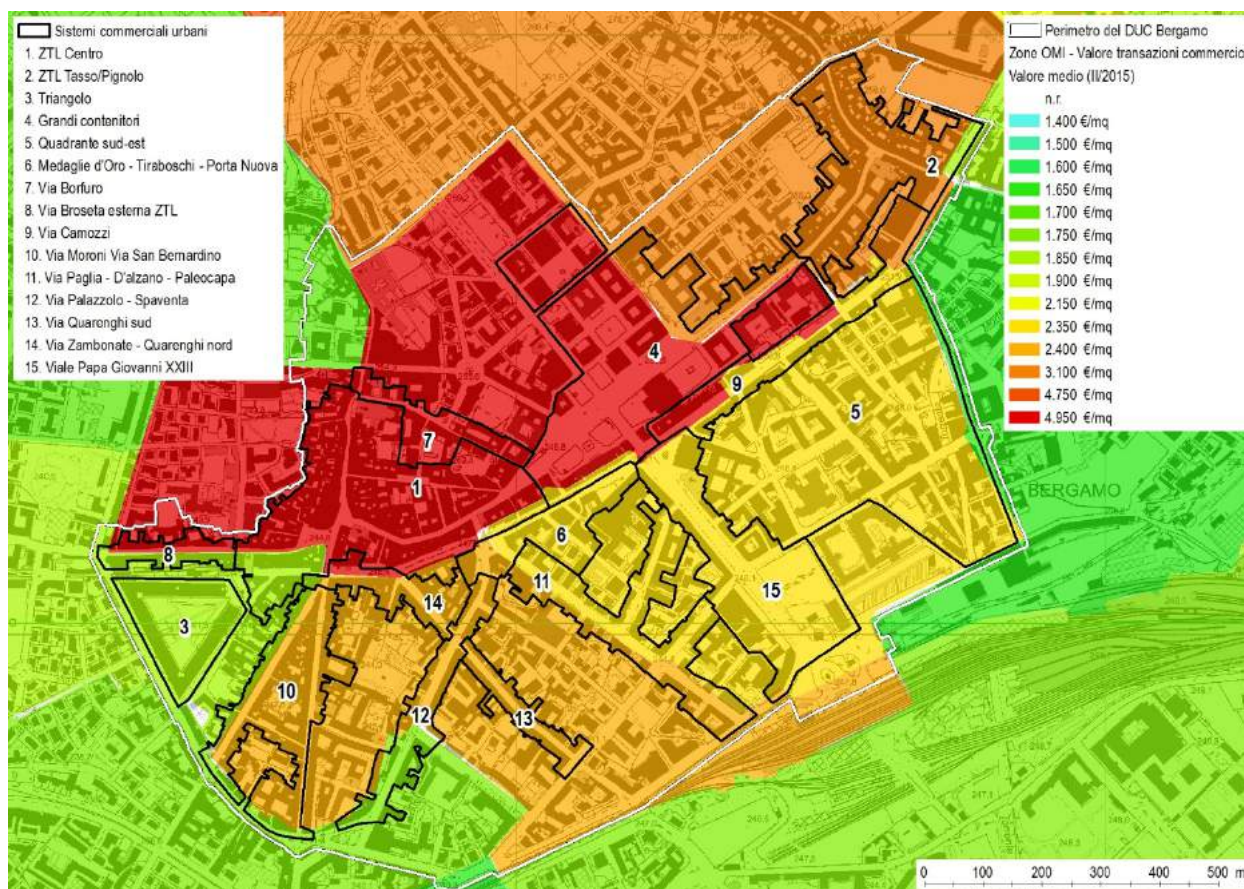


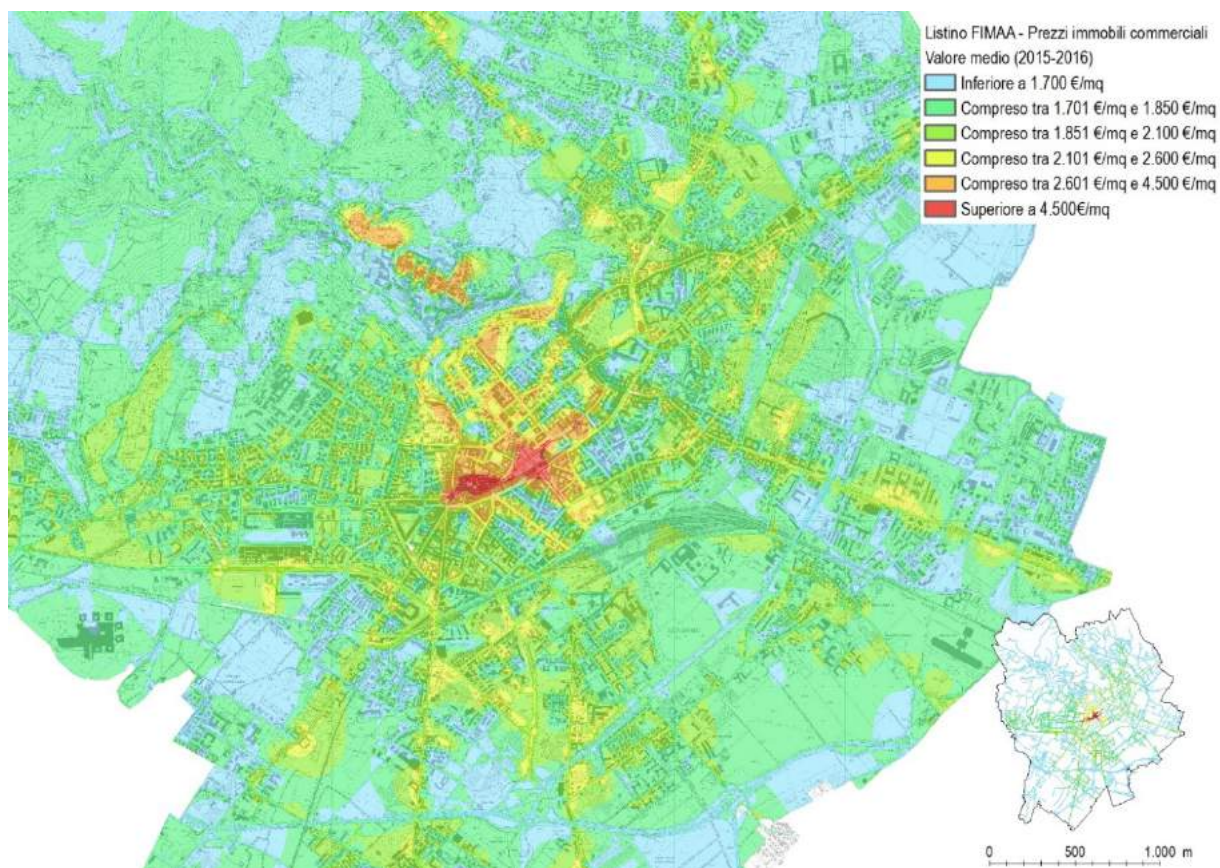
Fig. 33 Zone OMI e sistemi commerciali urbani della polarità DUC "Centro": valori medi relativi alle transazioni degli immobili commerciali (II semestre 2015)



Per migliorare il dettaglio analitico informativo si sono acquisiti e digitalizzati i dati pubblicati dal "Listino dei prezzi degli Immobili di Bergamo e provincia", aggiornati a dicembre 2015 realizzato da FIMAA con il patrocinio della Provincia di Bergamo, del Comune di Bergamo e dell'Università degli Studi di Bergamo. Considerando la sezione del listino relativa ai soli locali commerciali di Bergamo città, è stato possibile ricavare i valori minimi e massimi al mq di compravendita e di locazione al mq annuo, articolati per gruppi di vie. La digitalizzazione e la georeferenziazione del listino cartaceo è avvenuto in ambiente GIS riportando i *range* dei valori immobiliari allo strato informativo relativo al grafo stradale ricavato dal SIT del Comune di Bergamo<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> Più specificamente, il riconoscimento di alcune variazioni lungo una medesima strada è stato agevolato dalle rappresentazioni grafiche che il listino ha riservato alle parti più prestigiose della città, come Città Alta e il Centro Piacentiniano. Di conseguenza, il dettaglio informativo è stato incrementato ove possibile, trattando la struttura del grafo mediante opportune suddivisioni come suggerito dal listino. In merito alle strade catalogate in gruppi diversi per prezzi di vendita e locazione ma in assenza di indizi sull'estensione lineare dei rispettivi valori, si è ritenuto invece necessario operare una suddivisione in corrispondenza delle demarcazioni tra le zone OMI divergenti per valori immobiliari medi. L'operazione è stata effettuata dapprima eseguendo un join tabellare tra la banca dati dell'OMI, contenente tali valori aggregati per ciascuna zona, e lo strato informativo delle zone medesime; in seguito, sono state assegnate agli archi di strade così suddivisi le cifre del listino che rispecchiavano il maggiore o minore prestigio delle zone OMI di riferimento.

Fig. 34 Mappatura dei valori del mercato immobiliare per l'ambito della città di Bergamo: valori medi relativi agli immobili commerciali (Listino FIMAA 2015-2016)



La lettura dei valori dei prezzi degli immobili delineano suddividono la città di Bergamo in 6 classi con valori che variano da un minimo di 1.400 €/mq a un massimo di 6,000 €/mq.

Tab. 26 Valori del mercato immobiliare per gli immobili commerciali per l'ambito della città di Bergamo (FIMAA 2015-2016)

Localizzazione	Negozii Valore di mercato (€/mq)		Negozii Valore di locazione (€/mq - anno)	
	minimo	massimo	minimo	massimo
	1.400	2.000	70	90






Localizzazione	Negozi Valore di mercato (€/mq)		Negozi Valore di locazione (€/mq - anno)	
	minimo	massimo	minimo	massimo
	1.500	2.200	90	110
	1.800	2.400	110	130
	2.000	3.200	150	220
	3.000	6.000	250	400
	3.500	6.000	250	400

Fig. 35 Mappatura dei valori del mercato immobiliare e polarità del DUC Bergamo: valori medi relativi agli immobili commerciali (Listino FIMAA 2015-2016)

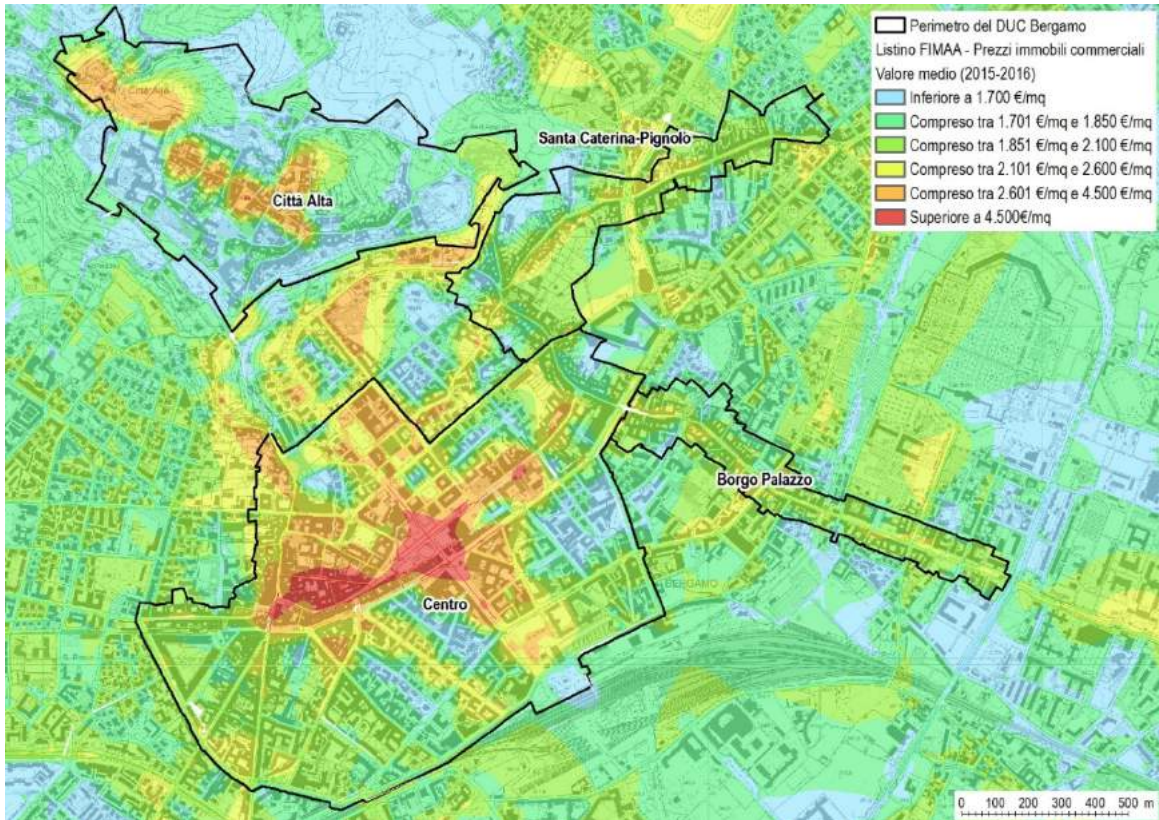
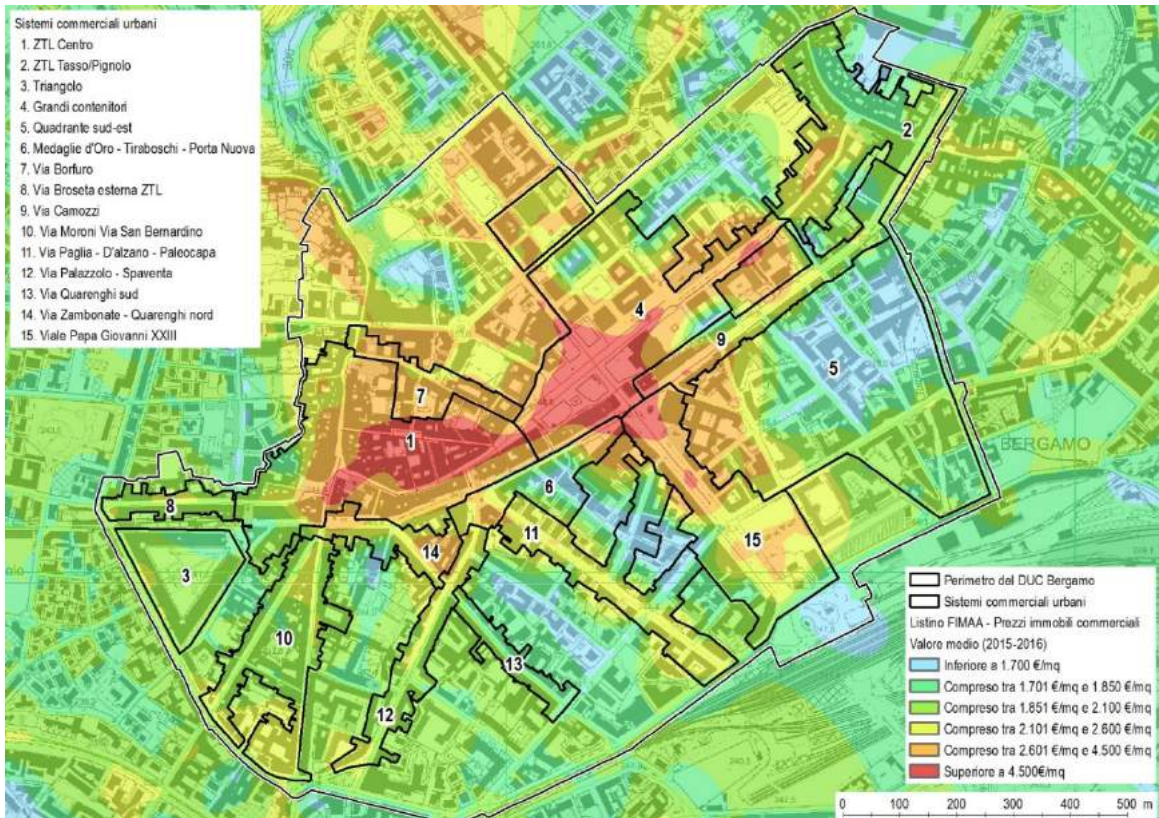


Fig. 36 Mappatura dei valori del mercato immobiliare e sistemi commerciali urbani della polarità DUC "Centro": valori medi relativi agli immobili commerciali (Listino FIMAA 2015-2016)



### 1.3 Swot analysis

Durante lo sviluppo del lavoro oggetto di questa ricerca si è cercato di valutare il quadro di scenario delle politiche e delle azioni previste, attraverso un approccio che si muove su piani diversi e tiene in considerazione fattori socio-economici, le caratteristiche dell'accessibilità pubblica, la distribuzione spaziale dell'offerta in un quadro strategico di ampliamento del perimetro del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo con l'individuazione di altre tre polarità distrettuali (Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina, Città alta).

In relazione allo studio svolto nella prima fase si è scelto di costruire una analisi SWOT focalizzata sulle opportunità e minacce degli scenari urbanistici e dei dispositivi regolativi dei servizi commerciali urbani prefigurati per l'ambito DUC Centro nell'ottica della costruzione sperimentale di un progetto pilota per l'ambito urbano del sistema piacentiniano.

Tab. 27 Opportunità e minacce

	Opportunità	Minacce
<b>Situazione economica</b>	Vocazione turistica e centralità dell'aeroporto di Orio al Serio Vocazione turistica delle mura (candidatura patrimonio UNESCO) - polo attrattore su Bergamo	Congiuntura economica a livello nazionale e locale caratterizzata da: - lieve ripresa della domanda (consumi) - spostamento dei consumi verso offerta a maggiore contenuto di convenienza (prodotti e format distributivi) ricercati al di fuori del DUC
<b>Evoluzione della domanda/nuovi trend socio-culturali</b>	Ripresa della crescita della popolazione residente (domanda interna)  Riscoperta del commercio di vicinato: crescita dei segmenti senior e dinks (double income no kids)  Recupero del valore della "piazza" in prospettiva esperienziale	Nuovi trend di acquisto e di consumo: ricerca di esperienzialità, convenienza e comodità, che aumenta l'interesse verso nuove forme di commercio moderno
<b>Destinazioni correnti</b>	Ruolo centrale rispetto al territorio allargato (Comune, Grande Bergamo e altri comuni della Provincia)	Potenziale concorrenza delle polarità commerciali pianificate (Orio center, Curno, Stezzano) che rispondono a una domanda sempre più incisiva di convenienza, varietà ed esperienzialità
<b>Scenario Urbanistico</b>	Presenza di contenitori della città pubblica e privata sottoutilizzati o in fase di dismissione  Interventi sulla mobilità (fermate Metrobus, pedonalizzazioni/ZTL)  <i>Concorso internazionale di progettazione urbana</i> per la valorizzazione integrata del sistema piacentiniano come strumento per introdurre azioni premiali e flessibilità nella regolazione urbanistica	Indebolimento di un sistema di offerta attualmente caratterizzato dalla presenza di diverse dismissioni commerciali e dal sottoutilizzo dei piani terra (costi di affitto troppo alti)  Potenziale aumento del traffico privato e della domanda di aree di sosta e per carico/scarico merci  Potenziale scarsa flessibilità delle condizioni urbanistico/regolative e attuative e vincoli normativi presenti nel PGT vigente che potrebbe pregiudicare gli esiti progettuali del <i>Concorso</i>
<b>Regolazione dei servizi commerciali</b>	Maggiore integrazione fra visioni e documenti tecnici prodotti dal Piano di Governo del Territorio, dal Distretto Urbano del Commercio e dalle politiche della mobilità  Individuazione di 4 polarità distrettuali (Centro, Borgo Palazzo, Santa Caterina-Pignolo, Città alta) in funzione degli addensamenti d'offerta commerciale presenti, dei bacini d'utenza, della presenza di superfici sfitte ai piani terra su strada, dei valori immobiliari residenziali e commerciali, delle misure di riduzione del traffico veicolare  Polarità distrettuali come ambiti di regolazione specifica (compatibilità funzionale e tipologica, ma anche qualitativa) e di localizzazione urbana per nuove Medie Strutture di Vendita (MSV) e formati innovativi (es. ibridazione di formato)  Azioni di sostegno (Open doors, Bando Fare impresa franchising in Lombardia, ...)	Rischio di sovrapposizione di azioni non sinergiche, legate all'insediamento di nuove polarità commerciali extraurbane negli attuali Ambiti di Trasformazione Urbana (ATU) del PGT  Aumento del carico e degli impatti sul sistema dei servizi e delle infrastrutture esistenti  Sostenibilità economica delle azioni nel medio-lungo periodo

Tab. 28 Punti di forza e di debolezza

	Punti di forza	Punti di debolezza
Offerta non alimentare	Elevato livello qualitativo della merce e del servizio Identità storica	Mancanza di un'offerta in grado di servire la domanda di livello medio e di competere con l'offerta dei centri commerciali (non a tutti i livelli) molti negozi sono uguali. Varietà al di sotto delle attese Mancanza di convenienza
Offerta alimentare	Rapporto personale e servizio (informazioni/consigli e consegna a domicilio) da parte del commercio tradizionale	Non distintiva rispetto al commercio tradizionale di quartiere Poco accessibile, poco conveniente
Offerta di esercizi di somministrazione	Numerosità e livello di servizio adeguato nel corso delle ore diurne	Alla sera: poco numerosi, poco attrattivi, mancanza di varietà Posizionamento meno attrattivo rispetto all'offerta del centro di Bergamo Alta
Offerta di servizi	Buon livello di servizio funzionale al quartiere e alla città Possibilità di pagare sosta e Ticket TPL con APP (smartphone)	Mancanza di servizi a valore aggiunto e di "attrazione" (cultura, sport, tempo libero)
Accessibilità	Buona dotazione di parcheggi a raso e in struttura Capillarità delle fermate e del numero di linee di TPL Capillare distribuzione stazioni Bike Sharing nelle 4 polarità distrettuali	Difficoltà logistiche traffico che condiziona anche il TPL Utilizzo della sede stradale come spazio di sosta Poche corsie preferenziali per il TPL e ove presenti spesso occupate da auto in sosta (doppia fila)
Distribuzione spaziale dell'offerta	Identità/vocazione definita dell'offerta presente all'interno delle quattro polarità distrettuali	Concentrazione dell'offerta nell'area del centro città di Bergamo Bassa, decremento dell'offerta nell'area del centro piacentiniano Presenza diffusa sul territorio di spazi commerciali dismessi
Contesto	Presenza di immobili e piazze storici	Qualità dell'arredo urbano insufficiente Mancanza di verde fruibile Non pienamente sicuro (soprattutto alla sera)
Vissuto dell'area del distretto	Punto di riferimento per le attività feriali/diurne	Progressiva perdita di identità come luogo di ritrovo e di acquisto Mancanza di attrattività soprattutto alla sera Percezione di limitata sicurezza (alla sera)
Scenario Urbanistico	Disponibilità di un ampio numero di unità immobiliari dismesse, sfitte o sottoutilizzate	Attuale rigidità della regolamentazione che prescrive la possibilità di insediare Medie Strutture di Vendita (oltre i 400 e i 600 mq.) nei tessuti della città antica e moderna (CS) e in quelli della città consolidata (CC) rappresenta un limite per la capacità di attrarre nuovi operatori nell'ambito delle 4 polarità del DUC
Regolazione dei servizi commerciali	Contemporaneità del processo di riconoscimento regionale del nuovo perimetro del DUC, della stesura della Variante al PGT e dello studio di azioni ed interventi sulla mobilità urbana ed il trasporto pubblico locale	Separazione critica e non giustificata dal punto di vista tipologico e funzionale tra le "Funzioni commerciali" (C), "Funzioni Terziarie - Terziario ricettivo" e l'artigianato di servizio collocato nelle "Funzioni Terziarie - Terziario per attività", come indicato nelle Tabb. allegate agli art. 23.3, art. 27.3 e art. 31.3 delle Norme del Piano delle Regole

## 2. DEFINIZIONE DI PREMIALITÀ URBANISTICHE FINALIZZATE AL RILANCIO DEL COMMERCIO URBANO

### 2.1 Tre temi di integrazione con le politiche attive del Distretto Urbano del Commercio

Nei seguenti paragrafi si propongono tre temi di integrazione fra le politiche attive del DUC che riguardano le modalità di trattazione urbanistica e autorizzatoria delle MSV, la disciplina dell'occupazione di suolo pubblico da parte delle funzioni commerciali e le modalità di regolazione delle destinazioni d'uso commerciali all'interno dell'apparato normativo del Piano delle Regole.

#### 2.1.1. Nuova disciplina delle Medie strutture di vendita

Le indicazioni strategiche espresse nel presente report sono strettamente connesse ad alcune riflessioni e considerazioni sul ruolo centrale delle medie strutture di vendita nelle politiche di rilancio del commercio di vicinato in particolare negli ambiti centrali delle città.

Il Programma pluriennale regionale di sviluppo del settore commerciale, nell'ottica di riequilibrio delle diverse tipologie distributive, sollecita una particolare attenzione verso lo sviluppo della media distribuzione che *"[...] deve trovare uno spazio di sviluppo adeguato nelle aree urbane lombarde, per fornire ai cittadini consumatori un'offerta, articolata nella gamma, contenuta nei prezzi e ampiamente distribuita nel territorio"*<sup>31</sup>.

A questo scopo, la Regione orienta i Comuni ad agevolare le procedure di apertura, ristrutturazione e ampliamento di questa tipologia di vendita, in coerenza con le caratteristiche dimensionali, demografiche, economiche e urbanistiche dei singoli Comuni<sup>32</sup>.

Nell'analisi delle criticità e dei punti di forza del commercio lombardo, il Programma triennale individua la necessità di intervenire con strumenti in grado di consentire ristrutturazioni e rilocalizzazioni dei punti vendita appartenenti alla fascia media delle imprese commerciali penalizzata, in questa fase avanzata del processo di riforma regionale della disciplina delle attività commerciali, dall'inerzia progettuale e propositiva delle amministrazioni comunali<sup>33</sup>. Infatti, la mancata adozione dei "Criteri di rilascio delle autorizzazioni per l'insediamento e l'esercizio delle medie strutture di vendita al dettaglio", molto diffusa tra le amministrazioni locali, ha comportato, a scala regionale e provinciale, una forte riduzione del potenziale di sviluppo di questa particolare tipologia di offerta legata sia al servizio di prossimità alla popolazione residente (in particolare, nel caso delle superfici alimentari), sia ai processi di rilancio dell'offerta degli ambiti urbani.

Attraverso la definizione dei Criteri per le medie strutture di vendita, i Comuni, sono orientati, infatti, a coordinare puntualmente la programmazione commerciale con le scelte di pianificazione urbanistica, attraverso:

---

<sup>31</sup> Regione Lombardia, Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008, Cap. 4.5 Indirizzi ai Comuni per l'adozione di criteri per il rilascio delle autorizzazioni all'esercizio dell'attività delle medie strutture di vendita, BURL 20 ottobre 2006, n.42, 3° S.S.

<sup>32</sup> Regione Lombardia, D.g.r. VIII/6024 del 5 dicembre 2007 Allegato A "Medie strutture di vendita: Disposizioni attuative del Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-08".

<sup>33</sup> Si ricorda, infatti, che, dal punto di vista dell'iter autorizzativo, il Comune autorizza, in forma autonoma, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie (fino ai limiti dimensionali massimi definiti dalla *disciplina delle destinazioni d'uso*) delle seguenti strutture commerciali connotate da un presidio e da un bacino gravitazionale a scala locale: gli Esercizi di vicinato (art. 7, D.lgs. 114/98), previa comunicazione al comune competente per territorio (e decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione); le Medie strutture di vendita (art. 8, D.lgs. 114/98) soggette ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio in seguito all'adozione dei "Criteri comunali per il rilascio delle autorizzazioni delle medie strutture di vendita" (art. 8, comma 3, D.lgs. 114/98).

- modalità di valutazione degli effetti generati a scala sovracomunale, in particolare negli ambiti montani e della pianura lombarda (ambiti territoriali presenti, in forma prioritaria, nel territorio provinciale bergamasco);
- le opportunità connesse con il recupero di aree urbane dismesse o sottoutilizzate attraverso l'inserimento urbanistico di questi format distributivi;
- la corretta applicazione delle norme in materia di autorizzazioni commerciali, non consentendo la realizzazione di punti vendita della grande distribuzione mediante il rilascio di diverse autorizzazioni a punti di vendita di media distribuzione, artificialmente distinti (processo autorizzativo che ha veicolato, a volte, la localizzazione di alcuni *Factory Outlet Center* sul territorio nazionale).

In linea con le indicazioni strategico-progettuali riportate nei precedenti paragrafi, le politiche regionali del commercio individuano diversi ruoli per la media distribuzione connessi, evidentemente, al contesto urbano e territoriale di insediamento:

- nei centri storici e nelle aree urbane centrali, le politiche regionali sono orientate, infatti, sia allo sviluppo e qualificazione degli esercizi di vicinato, per migliorarne l'integrazione (anche favorendone la concentrazione in insediamenti commerciali urbani che si configurano, dal punto di vista gravitazionale, come medie strutture), sia alle misure atte a incentivare l'insediamento di medie strutture di vendita che, per caratteristiche qualitative, siano idonee a conservare ed arricchire il ruolo trainante del centro urbano come luogo commerciale e di aggregazione sociale;
- nelle aree di frangia dei centri urbani medio piccoli, invece, si forniscono ai Comuni indicazioni per la riqualificazione e concentrazione su assi commerciali degli esercizi di vendita e ai nuclei di servizio già esistenti, a privilegiare azioni di razionalizzazione e ammodernamento di strutture esistenti nel caso di nuovi insediamenti, mediante operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione e previsione di medie strutture di vendita e centri commerciali con concentrazione di esercizi di vicinato;
- nelle aree periurbane e periferiche delle grandi aree metropolitane, nonché nelle aree territoriali extraurbane di interesse sovracomunale, l'indirizzo regionale è finalizzato sia a razionalizzare le aree nelle quali si siano formate nel tempo aggregazioni di grandi o medie strutture nelle quali ulteriori insediamenti possano consentire e assicurare il miglioramento del sistema degli accessi, dei parcheggi, dei servizi comunali e della qualità architettonica, sia a collocare nelle aree già insediate nelle quali si verifichi la dismissione di precedenti funzioni, che possono essere validamente destinate a funzioni anche commerciali, mediante strumenti di programmazione negoziata o altri piani attuativi urbanistici, che prevedano opere di integrazione ambientale e di miglioramento dei servizi e dell'accessibilità.

A seguito di queste premesse, ai sensi della normativa regionale e delle disposizioni attuative vigenti, si propone la definizione di "Criteri qualitativi per il rilascio delle autorizzazioni per le Medie strutture di vendita" che prevedano l'individuazione di alcuni indicatori di impatto socio-economico-occupazionale ed infrastrutturale, urbanistico, ambientale e paesaggistico e delle relative modalità di compensazione, differenziate a seconda della superficie di vendita da autorizzare.

In particolare per le nuove autorizzazioni e gli ampliamenti che determinino una Superficie di Vendita compresa tra 251 e 1500 mq (MSV di 1° livello) si richiede:

a. Verifica di compatibilità socio-economica-occupazionale costituita da:

- Analisi delle ricadute occupazionali del nuovo punto di vendita;
- Impatto sulla rete distributiva di vicinato;
- Integrazione con le altre tipologie di vendita.

b. Verifica di compatibilità infrastrutturale, urbanistica, ambientale e paesistica che valuti:

- Condizioni di accessibilità pedonale, automobilistica, ciclabile e con i mezzi del trasporto pubblico locale; il sistema dei parcheggi;
- Relazioni con il sistema logistico;
- Relazioni con gli spazi pubblici e con il sistema dei servizi comunali;
- Integrazione funzionale con l'assetto urbano;
- Rapporto con le caratteristiche naturali, paesistiche ed ambientali dell'ambito interessato dall'intervento;
- Emissioni acustiche, le emissioni gassose e le polveri da traffico generato;
- Certificazione di non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento del suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee;
- Variazioni di esposizione al rumore;
- Emissioni luminose.

Per le nuove autorizzazioni e gli ampliamenti che determinino una Superficie di Vendita superiore a 1.500 mq (MSV di 2° livello), dovrà essere inoltre predisposto uno Studio di impatto viabilistico e infrastrutturale con lo scopo di ricostruire lo stato di fatto e di progetto per la valutazione dell'intervento nell'ottica della sua sostenibilità in termini di mobilità, con i seguenti contenuti analitico-informativi minimi:

- Descrizione dello stato di fatto (rete infrastrutturale e relativi flussi di traffico, descrizione dei servizi di trasporto collettivo in essere);
- Individuazione dei flussi di traffico e del livello di congestione in essere nei momenti di punta sull'asse/i stradale/i direttamente interessato/i dall'insediamento, deducibile dagli allegati al Piano Generale del Traffico Urbano e dagli altri strumenti comunali vigenti relativi alle tematiche specifiche della mobilità;
- Lo studio degli spazi aperti, degli spazi pedonali, di quelli per la sosta e la mobilità degli automezzi dell'utenza e per l'espletamento delle operazioni di carico-scarico delle merci;
- La quantificazione e la localizzazione dei parcheggi previsti per veicoli, per biciclette e motocicli, e degli spazi per il carico e scarico merci e dei percorsi pedonali;
- La verifica dell'idoneità della collocazione dei parcheggi pertinenziali ai fini della loro effettiva fruibilità;
- L'efficienza della connessione fra la rete viaria pubblica ed i parcheggi pertinenziali.
- Stima dell'incremento di traffico generato dall'intervento in oggetto;
- Valutazione della situazione complessiva del traffico derivante dall'intervento richiesto e delle eventuali criticità generate, nonché della capacità della rete stradale di reggere i volumi di t

### 2.1.2. Occupazione di suolo pubblico

La regolazione del suolo pubblico tra istanze di liberalizzazione, obblighi di fiscalità locale e motivi imperativi di interesse generale si intreccia con temi di governo e di gestione integrata delle città a partire da esigenze diverse e spesso non coincidenti, nel difficile equilibrio tra libertà di iniziativa economica, vincoli di bilancio comunale e tutela attiva del patrimonio storico-architettonico e culturale.

Una serie di questioni aperte nella regolazione pubblica dell'occupazione di spazi ed aree pubbliche nell'ambito delle attività economiche urbane, approfondite anche attraverso recenti lavori di ricerca<sup>34</sup>, incrocia infatti una sostanziale mancanza di sinergia e integrazione tra politiche urbanistiche, misure prescrittive di fiscalità locale e processi di semplificazione e liberalizzazione del mercato dei servizi urbani in un quadro condiviso di tutela e bilanciamento degli interessi pubblici e privati.

In un contesto di governo del territorio spesso caratterizzato da un'eccessiva regolamentazione dell'accesso al mercato e da tradizionali e residue forme di programmazione economica dell'offerta, emerge la necessità di ripensare le pratiche di regolazione del suolo pubblico in un'ottica di sostenibilità urbanistica, sociale ed economica degli interventi, orientate a un approccio di natura qualitativa e valutativa e al governo delle esternalità negative, in coerenza con l'attuale quadro normativo comunitario e statale.

L'ipotesi di introdurre strumenti formali per analizzare costi e benefici della regolamentazione (*Regulation Impact Analysis*, OECD 2009) e di declinare la metodologia dell'impatto zero<sup>35</sup> ad altri settori economici di competenza esclusiva regionale come la programmazione delle attività di somministrazione e del commercio su area pubblica (discipline in stretta relazione con la regolazione del suolo pubblico), possono costituire un elemento di freno alla proliferazione di norme e rappresentare un esito non banale delle nuove policy del terziario a scala regionale e locale, in attuazione della Direttiva Servizi comunitaria che giustifica un intervento regolativo e pianificatorio in ambito economico solo in presenza di obiettivi e argomentabili "motivi imperativi di interesse generale"<sup>36</sup> e sempre nel rispetto dei principi di non discriminazione e proporzionalità.

A partire dall'annullamento dei provvedimenti di diniego di rilascio di autorizzazione commerciale per l'apertura di esercizi di media struttura di vendita - correlate alle decisioni del Consiglio di Stato<sup>37</sup> che hanno confermato la sopravvenuta inoperatività di ogni contingente numerico previsto per le attività economiche urbane da disposizioni regionali - va ricordato che gli attuali orientamenti giurisprudenziali restituiscono significative decisioni in coerenza con i principi costituzionali e comunitari in materia sia di libertà di iniziativa economica e di tutela della concorrenza, sia di tutela e salvaguardia del patrimonio storico-artistico e culturale.

---

<sup>34</sup> Fra gli altri, cfr. "La regolazione dell'occupazione di spazi ed aree pubbliche nell'ambito delle attività economiche: una comparazione tra Grandi Comuni" Progetto di ricerca coordinato dal Prof. Luca Tamini e realizzato dal gruppo di lavoro composto da Antonella Bruzzese, Lorenzo De Stefani, Giorgio Limonta, Cristina Barzolla nell'ambito della convenzione quadro Fondazione Politecnico-Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Milano del gennaio 2015 e "Occupazione di suolo pubblico nelle somministrazioni di alimenti e bevande monografia" sviluppata da Borzi M., Vuistiner N. nel 2014 e pubblicata da Susil Edizioni.

<sup>35</sup> Già introdotta nel governo delle localizzazioni delle grandi strutture di vendita in Regione Lombardia.

<sup>36</sup> Ragioni di pubblico interesse, tra i quali l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica, l'incolumità pubblica, la sanità pubblica, la sicurezza stradale, la tutela dei lavoratori compresa la protezione sociale dei lavoratori, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, la tutela dei consumatori, dei destinatari di servizi e dei lavoratori, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, la salute degli animali, la proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale (*D.lgs. 59/2010*).

<sup>37</sup> Come ad esempio la decisione n. 2808/09 che stabilisce che ancora oggi è astrattamente possibile porre dei limiti all'apertura di nuovi esercizi commerciali, purché non fondati "sull'apprezzamento autoritativo dell'adeguatezza dell'offerta alla presunta entità della domanda".

La possibilità di utilizzare elementi di limitazione all'attività economica da parte della pianificazione urbanistica rappresenta una diffusa criticità sempre più oggetto di contenziosi a livello giuridico: come indicato, ad esempio, nella sentenza 145/2011 del TAR Friuli Venezia Giulia "se è ben vero che le autorizzazioni commerciali non possono essere limitate avendo quale parametro di riferimento la pretesa sufficienza degli esercizi esistenti, è altrettanto vero che la cd. "urbanistica commerciale" può individuare altri elementi di limitazione", riferiti, ad esempio a criteri di accessibilità del trasporto pubblico, all'inadeguatezza della rete viaria, alla presenza di elementi storico-monumentali riconducibili ai "motivi imperativi di interesse generale" introdotti dalla Direttiva Bolkestein.

Una serie di recenti pronunciamenti sulle differenti forme di attuazione ed effetti dei regolamenti Cosap confermano i difficili tentativi in atto di determinare un parziale equilibrio tra queste istanze differenti: emerge in numerose motivazioni in diritto la "forza" giuridica della tutela e la sua tendenziale prevalenza sugli aspetti commerciali di interesse economico privato (Carpentieri 2014). Il dichiarato preponderante pubblico interesse diretto alla difesa del patrimonio storico-culturale<sup>38</sup> è spesso utilizzato come solida argomentazione che inquadra l'uso speciale privato del bene pubblico come l'eccezione, intrinsecamente e naturalmente precario e revocabile, che non genera diritti di insistenza o di rinnovazione e/o proroga nel caso, ad esempio, "si ritenga di utilizzare un'area pubblica per una destinazione ritenuta più consona all'interesse pubblico"<sup>39</sup>. L'obiettivo della regolazione dell'occupazione di suolo pubblico da parte delle attività del commercio effettuata dal Comune, dovrebbe essere quello di riconoscere l'importanza di queste attività per far vivere gli spazi aperti nel rispetto al contesto urbano e, al tempo stesso, quello di indirizzare le imprese private verso un utilizzo più razionale e consapevole dello spazio pubblico. Per questo, la costruzione di piani settoriali da parte del Comune può essere una delle chiavi per costruire le condizioni di uno sviluppo del commercio su area pubblica se riconosce il ruolo e il contributo delle diverse forme distributive nel sistema del commercio e se questi strumenti regolativi divengono il dispositivo per mettere in pratica le politiche attive promosse sia dall'autorità comunale che dal Distretto Urbano del Commercio.

#### *2.1.2.1. L'occupazione di suolo pubblico nei "Piani per il commercio su aree pubbliche" comunali*

Il Comune di Bergamo ha scelto di regolare l'occupazione di suolo pubblico attraverso la redazione di quattro "Piani Commerciali" che sono dedicati alla disciplina delle aree mercatali, dei posteggi isolati, delle fiere e delle sagre e dei chioschi e delle edicole. I prossimi paragrafi riportano un rapido excursus sui quattro Piani e questo primo quadro di sfondo dovrebbe servire al duplice scopo di implementare le politiche attive e le scelte regolative da parte del Comune nel percorso di istruzione della Variante al Piano delle Regole.

##### *Piano delle aree mercatali*

Il Piano delle aree mercatali è stato adottato dal Consiglio Comunale con Delibera n. 57 del 28/03/2011. Attraverso di esso, e sulla scorta di quanto indicato dalla Regione Lombardia con la D.g.r. n. VIII/ 8570 del 03/12/2008 - Determinazioni in merito all'individuazione delle aree mercatali e fieristiche e dalla LR 02 febbraio 2010, n. 6 - Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere il Comune di Bergamo ha provveduto a riconoscere le aree mercatali esistenti e

---

<sup>38</sup> Cfr. Tar Lazio Roma sez. II ter, 22 maggio 2013 n. 5171.

<sup>39</sup> Cfr. Consiglio di Stato sez. V, 14 ottobre 2014 n. 5112 che ha giudicato legittima la "disdetta" (mancato rinnovo) della concessione permanente di suolo pubblico a un esercizio di ristorazione nel centro di Roma a seguito dell'adozione del piano di massima occupabilità per l'area in questione.

ad individuare quelle previste per le localizzazioni future<sup>40</sup> attraverso una serie di obiettivi, dichiarati nella Relazione di Piano, tesi a:

- *massimizzare la sinergia con le altre forme di distribuzione commerciale e di servizi urbani esistenti; considerare l'impatto territoriale ed ambientale delle aree mercatali e fieristiche con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento;*
- *salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante la valorizzazione delle varie forme di commercio su aree pubbliche nel rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale, nonché gli ambiti a vocazione turistica in relazione anche all'andamento turistico stagionale;*
- *salvaguardare, riqualificare ed ammodernare la rete distributiva esistente dotando le aree mercatali di servizi igienici e di adeguati impianti per l'allacciamento alla rete elettrica, idrica e fognaria in conformità alle vigenti norme igienico-sanitaria, favorendo i mercati in sede propria rispetto a quelli su strada;*
- *localizzare le aree mercatali e fieristiche in modo da consentire: un facile accesso ai consumatori; sufficienti spazi di parcheggio per i mezzi degli operatori; il minimo disagio alla popolazione residente; la salvaguardia dell'attività commerciale in atto ed in particolare quella dei mercati nei centri storici,*
- *compatibilmente con il rispetto della normativa riguardante gli aspetti urbanistici, igienico-sanitari, viabilistici e di pubblica sicurezza; un riequilibrio dei flussi di domanda<sup>41</sup>.*

Altri principi che si è scelto di tenere in considerazione nell'individuazione riguardano la compatibilità con le previsioni dei gli strumenti urbanistici vigenti, dell'esistenza di vincoli per determinate zone o aree urbane di cui alla disciplina comunitaria, statale e regionale vigente, a tutela dei valori storici, artistici ed ambientali; di limitazioni e vincoli imposti per motivi di polizia stradale, igienico-sanitari o di pubblico interesse in genere, nonché delle limitazioni o dei divieti previsti nei regolamenti comunali di polizia urbana; delle caratteristiche socioeconomiche del territorio; della densità della rete distributiva esistente sia per cogliere e valorizzare i fattori di complementarietà funzionale, sia per qualificare e potenziare nel suo insieme l'offerta resa al cittadino – utente di diversi servizi commerciali.

Dal punto di vista delle previsioni invece il Piano prevede una specifica strategia legata all'istituzione di mercati aventi sede propria derivante dalla rilocalizzazione di mercati su strada in aree protette dal traffico e da fonti di inquinamento, la differenziazione degli orari di svolgimento dei mercati al fine di garantire l'afflusso di più ampie categorie di consumatori e la salvaguardia dell'attività commerciale in atto. Allo stesso tempo, nelle azioni previste dal Piano si prevede di agire sul contesto urbano interessato dai mercati con la predisposizione di un'adeguata configurazione delle aree interessate prendendo in considerazione misure di facilitazione dell'accessibilità pedonale e ciclabile, una adeguata integrazione con il servizio di trasporto pubblico quale strumento d'accesso, un'appropriata dislocazione dei parcheggi pubblici di servizio, pavimentazione e arredo urbano.

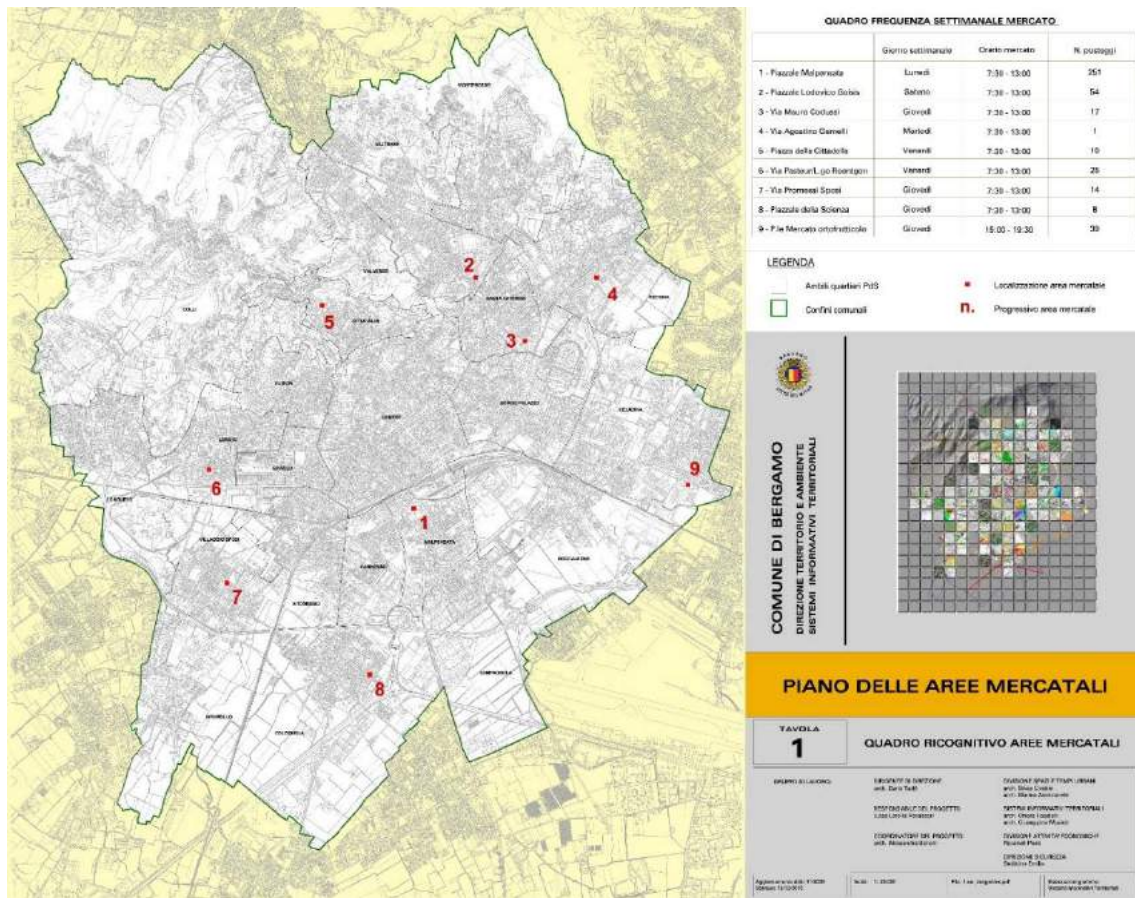
Fatti salvi questi principi, il Piano delle aree mercatali contiene un atto ricognitivo aggiornato al mese di novembre del 2009 in cui sono raccolte una serie di informazioni riguardo al sistema nel suo complesso ed ai singoli mercati presenti nel territorio comunale.

---

<sup>40</sup> D.g.r. Lombardia del 3 dicembre 2008 n VIII 8570. Oggetto: Determinazioni in merito all'individuazione delle aree mercatali e fieristiche (ART. 4, C. 2, L.R. N. 15/2000) pubblicata sul B.U.R.L. n. 51 del 15-12.-2008.

<sup>41</sup> Comune di Bergamo (2011) Piano delle aree mercatali – Relazione di Piano, pag. 4-5

Fig. 37 Piano delle aree mercatali: Quadro ricognitivo (estratto)



Mentre la Relazione di Piano riassume in pochi passaggi la situazione attuale:

*Il commercio su aree pubbliche costituisce una parte significativa del tessuto commerciale della città. Il principale mercato, che si svolge il lunedì mattina presso il Piazzale della Malpensata, comprende 251 posteggi, ed è ormai diventato magnete anche per flussi di popolazione provenienti da diverse parti del territorio comunale di Bergamo e dei Comuni ad esso limitrofi. L'altro grande mercato, che si svolge il sabato mattina presso il Piazzale Lodovico Goisis antistante allo stadio è composto da 54 posteggi ed attrae consumatori provenienti prevalentemente dalle varie zone della città.*

*Il sabato mattina, inoltre, un altro importante appuntamento commerciale è quello del mercato ortofrutticolo ubicato in via Borgo Palazzo in prossimità del confine con Seriate. Altri 7 mercati rionali con cadenza settimanale si svolgono in diversi quartieri della città. Vi sono poi, diffusi all'interno del territorio comunale, circa 25 posteggi isolati occupati durante i giorni feriali<sup>42</sup>.*

In relazione con l'ambito di studio del presente report, si può osservare come non vi siano aree mercatali presenti o in progetto all'interno dell'ambito del DUC Centro. Si tratta di una mancanza solo in parte sopperita dal presidio offerto dalle attività svolte dai posteggi isolati e, in altra forma, dalle numerose fiere e sagre organizzate durante l'anno e che interessano anche l'ambito del Distretto Urbano del Commercio.

<sup>42</sup> Comune di Bergamo (2011), *Piano delle aree mercatali – Relazione di Piano*, pag. 6.

### *Piano dei posteggi Isolati*

Il Piano è lo strumento, approvato con Delibera C.C. n°65 del 02/04/2012 e modificato con Delibera C.C. n°181 del 15/12/2014 che regola la distribuzione sul territorio del sistema dei Posteggi Isolati (commercio al dettaglio su area pubblica esercitato in posteggi isolati svolto sia in strutture stabili che con mezzi mobili).

Come illustrato all'interno della Relazione di Piano questo strumento, redatto in ottemperanza alle normative vigenti sia nazionali che regionali, programma e disciplina la localizzazione delle attività commerciali esercitate in posteggi isolati e l'installazione delle strutture necessarie allo svolgimento anche in conformità al Codice della Strada, agli strumenti urbanistici vigenti, alle disposizioni tecnico-edilizie ed igienico-sanitarie, alle normative in materia di commercio su aree pubbliche e di somministrazione al pubblico di bevande e alimenti ed all'Ordinanza del Ministero della Salute del 03 aprile 2002.

Anche in questo caso, lo strumento prevede un'articolata analisi dello stato di fatto che ha permesso la ricostruzione puntuale della situazione legata al commercio esercitato tramite posteggi isolati.

*I posteggi isolati sono distribuiti in tutta l'area del centro storico e dei Borghi Storici e in alcuni quartieri di forte concentrazione abitativa come Loreto, Borgo Palazzo e Redona. Complessivamente i posteggi isolati distribuiti all'interno del territorio del comune di Bergamo sono 20, suddivisi tra alimentari e non alimentari, fissi e mobili, con occupazione giornaliera e plurigiornaliera<sup>43</sup>.*

Così come riportato nella figura seguente all'interno del DUC Centro vi sono 6 posteggi isolati, caratterizzati dai seguenti aspetti e, quando previsto, interessati da specifiche indicazioni di intervento:

- *Posteggio isolato n°7- Sentierone (Pi7) - temporaneo giornaliero*

Il posteggio isolato attualmente si trova sull'asse storico del Sentierone. Si è previsto in fase di progetto di ricollocare il posteggio nel viale piantumato come indicato nella tavola 4.7 con due gazebi fissi in metallo per un'area coperta complessiva di mq. 24.00. Nel posteggio è consentita la vendita di prodotti dolciari.

Ai titolari la vendita è consentita il sabato, la domenica e nelle festività

- *Posteggio isolato n°8- Sentierone (Pi8) - temporaneo giornaliero*

Il posteggio isolato attualmente si trova sull'asse storico del Sentierone. Si è previsto in fase di progetto di ricollocare il posteggio nel viale piantumato come indicato nella tavola 4.8 con due gazebi fissi in metallo per un'area coperta complessiva di mq. 24.00 (ampliamento di 12 mq. complessivi).

Nel posteggio è consentita la vendita di giocattoli e articoli regalo.

Ai titolari la vendita è consentita la domenica e nelle festività

- *Posteggio isolato n°9- Largo Medaglie d'oro (Pi9) - semipermanente*

Area destinata a piazza. Si è previsto in fase di progetto di collocare il posteggio in una struttura in ferro permanente formata da due moduli di 12 mq. ciascuno per complessivi 24 mq. Nel posteggio è consentita la vendita di fiori

Ai titolari la vendita è consentita tutti i giorni comprese le festività.

---

<sup>43</sup> Comune di Bergamo (2012) Piano dei Posteggi Isolati– Relazione di Piano, pag 7

- *Posteggio isolato n°10- Largo Medaglie d'oro (Pi10) - semipermanente*

Area destinata a piazza. Si è previsto in fase di progetto di collocare il posteggio in una struttura in ferro permanente formata da due moduli di 16 mq. ciascuno per complessivi 32,00 mq.

Nel posteggio è consentita la vendita di articoli di bigiotteria e accessori abbigliamento.

Ai titolari la vendita è consentita tutti i giorni comprese le festività.

- *Posteggio isolato n°11- Via XX Settembre (Pi11) - semipermanente*

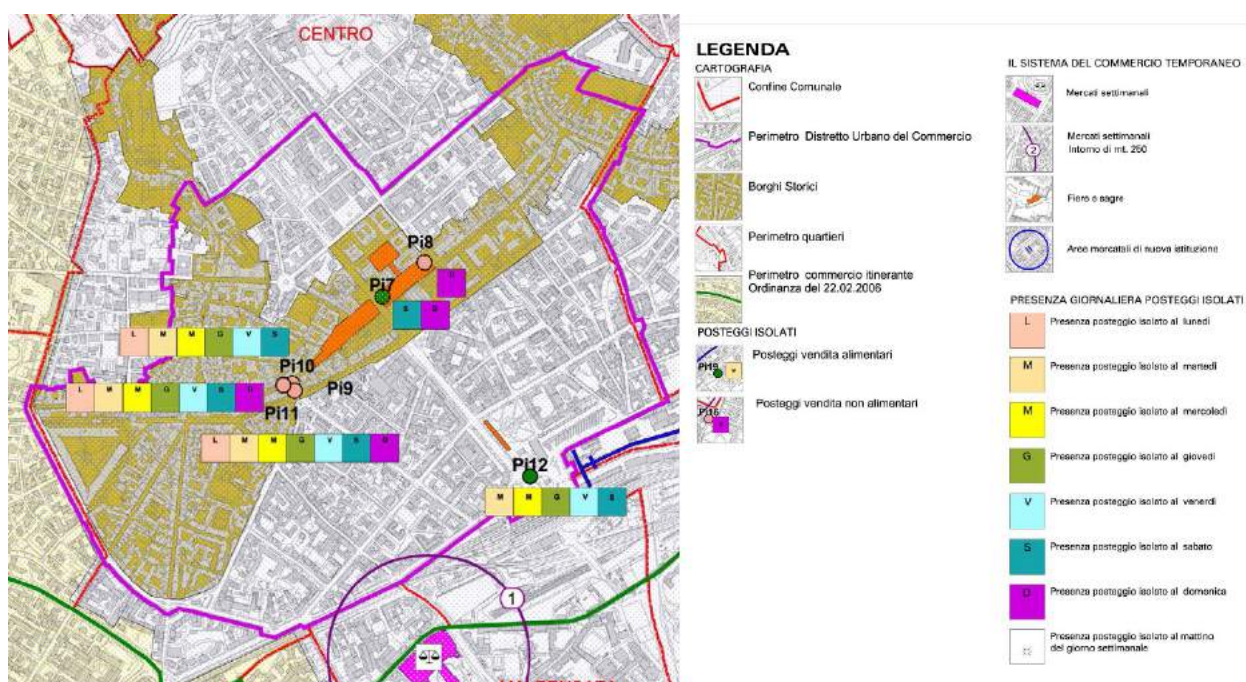
Area destinata a sede stradale in via XX Settembre con un'occupazione di suolo di 2.0 mq. Nel posteggio è consentita la vendita di fiori.

- *Posteggio isolato n°12- Piazzale Marconi (Pi12)-permanente*

Area destinata alla circolazione pedonale in Piazza Matteotti per mq. 21,00 Nel posteggio è consentita la vendita di Kebab

Ai titolari è consentita la vendita tutti i giorni comprese le festività

Fig. 38 Piano delle aree mercatali: Quadro ricognitivo (estratto)



La modifica al Piano dei Posteggi Isolati approvata nel 2014 mostra la volontà dell'Amministrazione Comunale di confermare i posteggi isolati esistenti senza però prevedere un loro ampliamento numerico e stabilendo sin da allora che eventuali cessazioni di attività non avrebbero dato luogo a selezioni pubbliche per nuove assegnazioni.

Questa volontà corrisponde ad una riduzione del già limitato ruolo di questo tipo di attività all'interno del sistema d'offerta della città ed, in particolare, dell'ambito del DUC Centro. Si tratta, in sintesi, di un elemento complementare che trae forza dall'attrattività sugli utenti esercitata dall'insieme delle attività commerciali al dettaglio svolte in sede fissa ma che non sembra poter recitare un ruolo futuro all'interno del Distretto né di integrazione e né, in prospettiva, di rafforzamento della qualità del sistema d'offerta nel suo complesso.

*Piano delle fiere e delle sagre*

Il Piano delle fiere e delle sagre è stato approvato dal Comune di Bergamo Delibera C.C. n. 37 del 24/02/2014 ed è stato implementato, come affermato nell'introduzione della Relazione di Piano, per favorire la promozione e lo sviluppo del sistema commerciale fieristico. La volontà dell'estensore è stata quella di dare attuazione ai principi di libertà d'impresa, e semplificazione e di costruire uno strumento che favorisse il sostegno del Territorio attraverso la promozione dei prodotti locali e di salvaguardia e riqualificazione dei centri storici mediante la valorizzazione delle varie forme di commercio su aree pubbliche. Anche per questa ragione, nel Piano si è deciso di considerare le fiere locali come uno strumento di marketing territoriale e, al tempo stesso, una risorsa importante per il territorio dal punto di vista economico, culturale e turistico. Allo stesso tempo, con la redazione di questo piano, il Comune sembra voler assumere un ruolo di coordinamento del settore e può esercitare un'azione di razionalizzazione in collaborazione con gli organizzatori privati o le associazioni di categoria. Per questo il documento si compone di una Relazione e di una serie di schede sintetiche in cui sono documentati lo stato di fatto e lo scenario progettuale delle 11 fiere e sagre<sup>44</sup> che hanno luogo all'interno del territorio comunale.

Fig. 39 Piano delle fiere e delle sagre: Scheda di Progetto per la Fiera di Sant'Antonio (estratto)



Nell'ambito del DUC Centro lavoro hanno luogo quattro fiere e una sagra; questa differenza è evidente sia dal punto di vista localizzativo (le fiere si svolgono sul Sentierone o negli spazi pubblici adiacenti, mentre la Sagra del Perdono di Assisi in via Sant'Alessandro), che per la rilevanza (territoriale quella delle fiere, locale quella della sagra) e per il numero dei banchi presenti e dalla superficie che occupano.

<sup>44</sup> Nell'elenco sono presenti: Fiera di Sant'Antonio, Sagra della Madonna di Lourdes, Fiera di Carnevale, Fiera del Rogo della Vecchia, Fiera di Primavera, Sagra del Perdono d'Assisi, Fiera di Santa Caterina, Fiera di Sant'Alessandro, Sagra di Colognola, Commemorazione dei Defunti, Fiera di Santa Lucia.

Tab. 29 Fiere e sagre del DUC Centro

Nome	Localizzazione	Rilevanza	Fruibilità	Accessibilità	Conformità urbanistica	Criticità	Numero banchi	Superficie occupata* (m2)
Fiera di Sant'Antonio (17 gennaio)	Sentierone, piazzetta Piave, piazza Dante	Territoriale	Buona	Buona	Si	No	55	990
Fiera di carnevale (Ultimi tre giorni di carnevale)	Tratto pedonale del Sentierone	Territoriale	Buona	Buona	Si	Si (localizzazione dei banchi)	34	612
Fiera rogo della vecchia (metà Quaresima)	Piazza G. Matteotti, Sentierone	Territoriale	Buona	Buona	Si	Si (viabilità pedonale)	34	612
Sagra del Perdono di Assisi (2 agosto)	Via Sant'Alessandro	Locale	Buona	Buona	Si	Si (viabilità pedonale)	1	12
Fiera di Santa Lucia (10-12 dicembre)	Piazza G. Matteotti, Sentierone	Territoriale	Sufficiente	Sufficiente	Si	Si (viabilità pedonale e numero dei banchi)	95	1.710

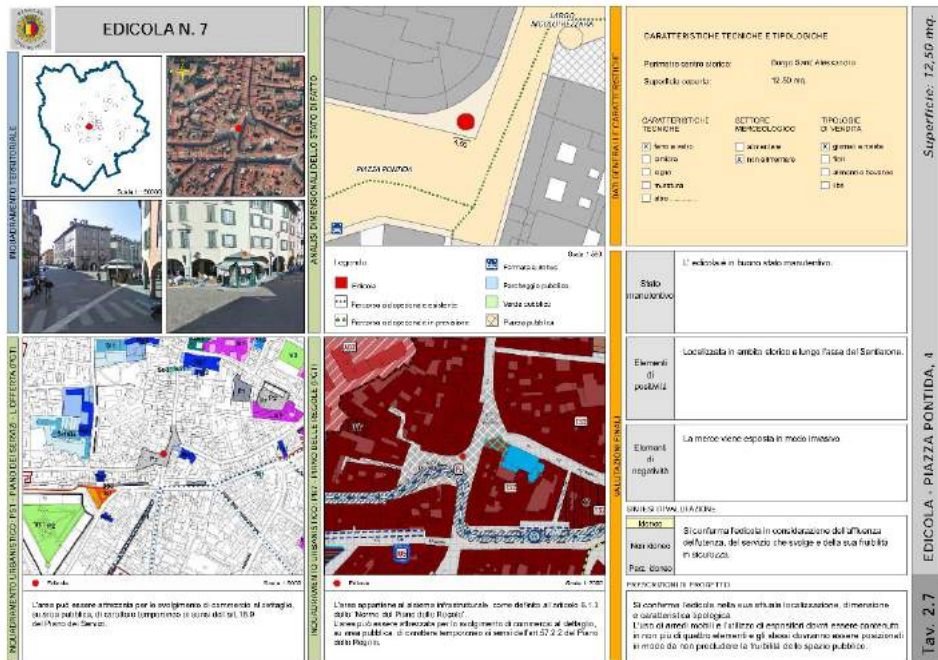
\* La superficie occupata riportata è quella prevista dalle prescrizioni contenute nelle schede progettuali allegate al Piano delle fiere e delle sagre

In sintesi, il sistema commerciale fieristico che ha luogo all'interno del DUC può essere considerato una risorsa per il Distretto perché permette un'integrazione della sua offerta merceologica e di intrattenimento in alcuni momenti dell'anno. Allo stesso tempo questi eventi possono rappresentare un elemento di forte attrattività sulla popolazione dell'intera città e, in alcuni casi, dell'area urbana di Bergamo. Le schede progettuali contenute all'interno del Piano prevedono per gli eventi riportati una serie di prescrizioni che servono a regolare ed aumentare la fruibilità e la relazioni di questi eventi con la città, migliorandone la compatibilità con il sistema urbano e commerciale esistente.

#### *Piano dei chioschi e delle edicole*

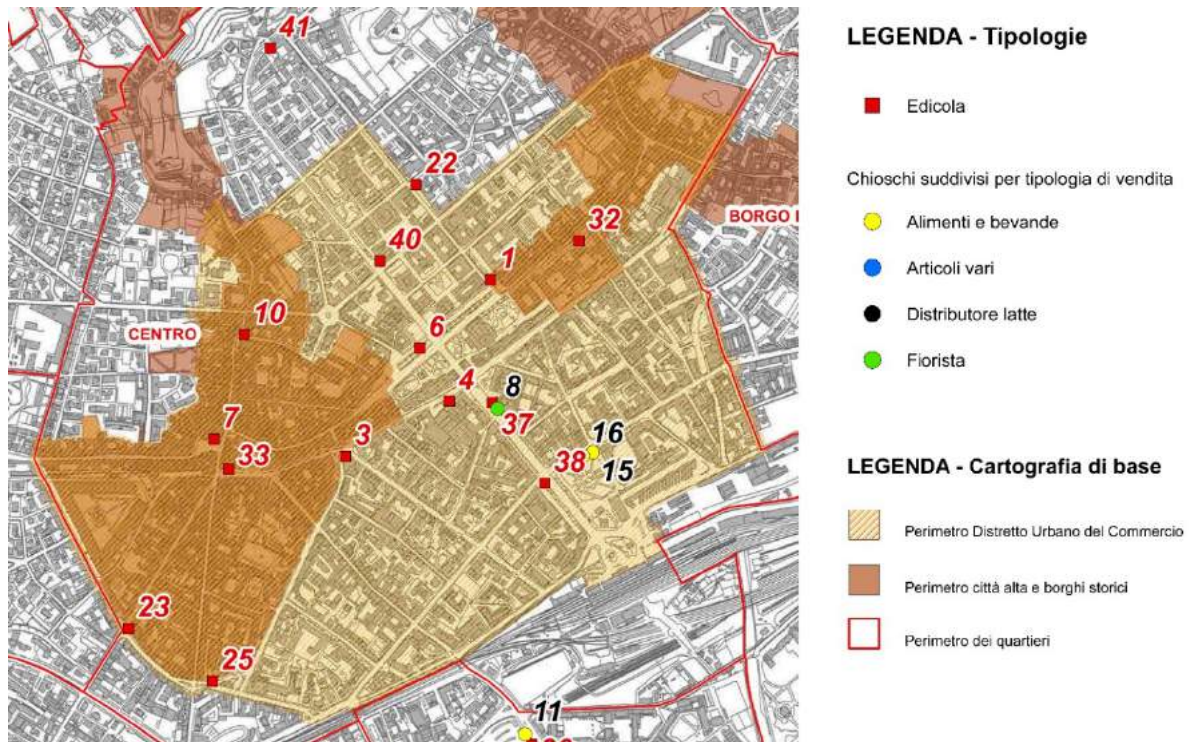
Il Piano, approvato con Delibera C.C. n. 69 del 31.03.2014 e corretto con gli emendamenti della Delibera C.C. n. 7 del 26.01.2015, è stato redatto con l'obiettivo di governare il complesso insediativo e funzionale relativo al sistema di commercio su aree pubbliche e teso a riqualificare il sistema agendo sulle sue specifiche componenti. Per questo, il Piano prevede la costruzione di una indagine conoscitiva che ha consentito di definire lo stato di fatto e conseguentemente il quadro interpretativo per definire la proposta di Piano. La lettura critica dei dati in possesso del Comune di Bergamo ha permesso di identificare gli elementi di criticità in tema di ubicazione, dimensionamento, caratteristiche tipologiche e merceologiche dei chioschi e delle edicole esistenti e, nella sezione dedicata alle prescrizioni di intervento, di proporre soluzioni di miglioramento e definizione delle specifiche prescrizioni di intervento fino a prevedere, in alcuni casi, la necessità di una rilocalizzazione delle strutture.

Fig. 40 Inquadramento e valutazione dell'edicola e prescrizioni di intervento in Piazza Pontida n.4 (Tav. 2.7) (estratto)



All'interno del territorio comunale di Bergamo sono localizzate 41 edicole, di cui 13 all'interno del perimetro del DUC Centro, così come 3 chioschi sui 17 presenti.

Fig. 41 Analisi dello stato di fatto - Ricognizione dei chioschi e delle edicole esistenti (Tav. 1) (estratto)



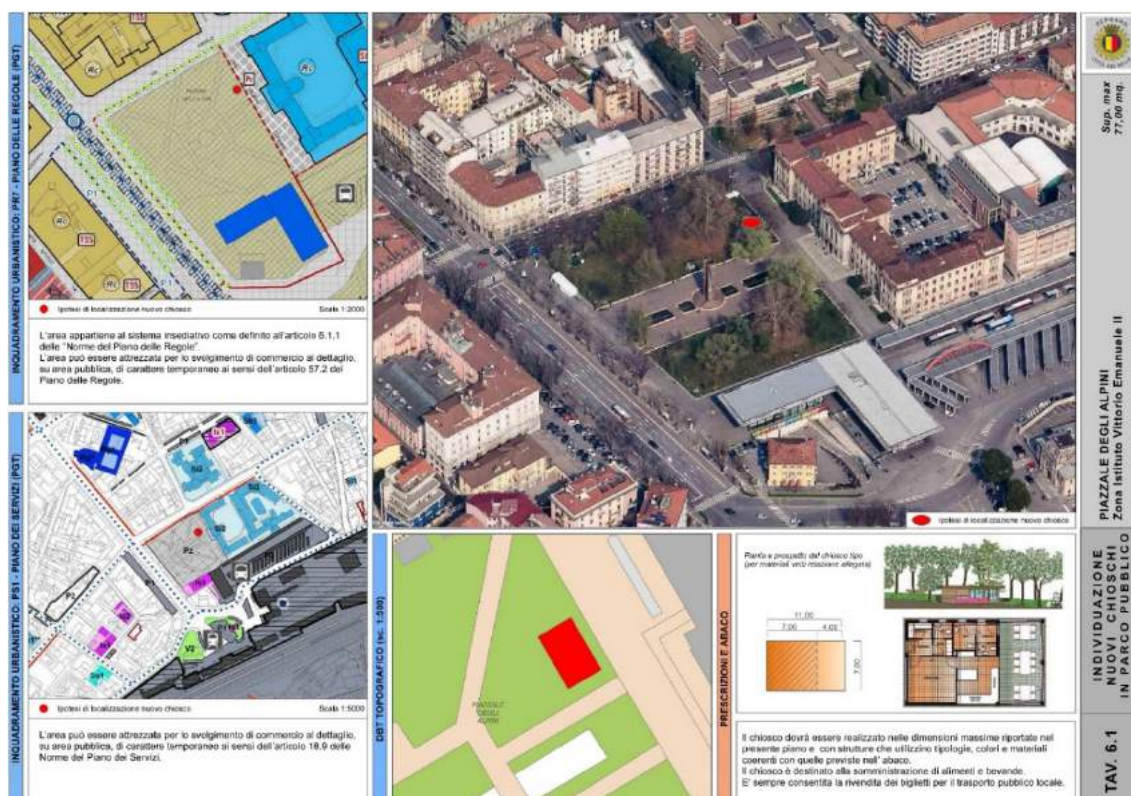
Tab. 30 Edicole del DUC Centro

Cod. mappa	Indirizzo	Caratteristiche tecniche	Settore merceologico	Tipologie di vendita	Superficie coperta (m <sup>2</sup> )	Sintesi valutazione
1	Largo B. Belotti, 1	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	17,40	Idoneo
3	Largo Medaglie d'Oro	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	19,60	Idoneo
4	Largo Porta Nuova, 7	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	20,50	Non idoneo
6	Piazza G. Matteotti	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	9,20	Idoneo
7	Piazza Pontida, 4	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	12,50	Idoneo
10	Via Borfuro	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	4,50	Parz. Idoneo
23	Via G.B. Moroni, 151	lamiera	non alimentare	giornali e riviste	12,00	Parz. Idoneo
25	Via Don L. Palazzolo, 100	lamiera	non alimentare	giornali e riviste	17,50	Idoneo
32	Via T. Tasso, 14	lamiera	non alimentare	giornali e riviste	9,00	Idoneo
33	Via Zambonate, 62	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	15,50	Idoneo
37	Viale Papa Giovanni XXIII, 5	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	11,00	Idoneo
38	Viale Papa Giovanni XXIII, 102	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	11,00	Parz. Idoneo
40	Viale Vittorio Emanuele II, 3	ferro e vetro	non alimentare	giornali e riviste	18,20	Idoneo

Tab. 31 Chioschi del DUC Centro

Cod. mappa	Indirizzo	Caratteristiche tecniche	Settore merceologico	Tipologie di vendita	Superficie coperta (m <sup>2</sup> )	Sintesi valutazione
8	Viale Papa Giovanni XXIII, 5	lamiera	non alimentare	fiore	9,00	Idoneo
15	Via A. Maj	lamiera	alimentare	kebab	16,00	Non idoneo
16	Via A. Maj	lamiera	alimentare	kebab	24,00	Non idoneo

Fig. 42 Individuazione e progettazione nuovi chioschi in parco pubblico in Piazzale Degli Alpini (Tav. 6.1) (estratto)



Anche in questo caso il Piano di settore può essere considerato uno strumento di integrazione delle edicole e dei chioschi con il sistema del commercio presente nel DUC Centro. A livello progettuale, oltre alla conferma delle edicole esistenti si segnala la volontà di sostituire i due chioschi localizzati in via A. Maj con una nuova struttura prevista nell'ambito di Piazzale degli Alpini, destinata alla somministrazione di alimenti e bevande.

#### 2.1.2.2. *Calendario Eventi*

Come ulteriore elemento di riflessione sul livello di utilizzo del suolo pubblico per le attività che possono influire sul tema dell'attrattività urbana e, di conseguenza, sul sistema delle funzioni commerciali si è deciso di utilizzare i dati relativi a manifestazioni ed eventi realizzati nel 2015 fornito dal Comune di Bergamo, Area Politiche del Territorio, Servizio Commercio Suolo Pubblico ed Eventi.

Si tratta di una lista di 381 attività di natura molto diversa fra loro, fra le quali si segnalano, per numero, le campagne di sensibilizzazione e/o di raccolta fondi (121, che rappresentano il 32% del totale). Insieme a queste, grande importanza rivestono anche le manifestazioni culturali (69), quelle sportive (30) e quelle religiose (22) che, rispettivamente, sono pari al 18%, all'8% e al 6% del totale.

**Tab. 32 Manifestazioni ed eventi nel Comune di Bergamo (2015): natura delle attività**

Natura attività	n.	%
Campagna di sensibilizzazione e/o raccolta fondi	121	32%
Manifestazione culturale	69	18%
Manifestazione sportiva	30	8%
Manifestazione religiosa	22	6%
Festa di via	15	4%
Mercatino non alimentare	12	3%
Spettacolo viaggiante	12	3%
Spettacolo viaggiante	12	3%
Festa parrocchiale	11	3%
Mercatino alimentare e non alimentare	10	3%
Mercatino alimentare	9	2%
Manifestazione istituzionale	6	2%
Manifestazione sindacale	6	2%
Raccolta firme	6	2%
Spazio estivo	6	2%
Manifestazione ludica	4	1%
Raccolta fondi	4	1%
Concerti	3	1%
Evento inaugurazione	3	1%
Mercatino mensile	3	1%
Mercatino produttori agricoli	3	1%
Riprese televisive/fotografiche/cinematografiche	3	1%
Manifestazione di quartiere	2	1%
Manifestazione culturale con mercatino	1	0%
Passeggiate con pony	1	0%
Promozione corsi sportivi	1	0%

Da un punto di vista spaziale, la mappatura delle aree di realizzazione di dette attività mostra una dispersione su buona parte del territorio comunale, anche se alcuni ambiti sembrano essere maggiormente attrattivi e, fra questi, molti sono localizzati dentro l'ambito del Distretto Urbano del Commercio e, in particolare, all'interno della polarità "Centro". In particolare si evidenzia l'attrattività del sistema composto dalle aree pedonalizzate e dalle piazze e aree pubbliche pavimentate di Via XX settembre, Largo di porta nuova, Piazza G.B. Matteotti, Piazza Pontida, il Sentierone – compreso lo spazio del Quadriportico- entro cui in totale si sono svolti 108 eventi. Un altro spazio di particolare interesse è costituito dall'area di Piazzale degli alpini che, in funzione del suo carattere aperto e della prossimità alle stazioni del TPL può essere considerato un ambito strategico per la realizzazione di eventi e manifestazioni, che potrebbero essere realizzate anche utilizzando parte delle strutture del vicino Urban Center. Altri spazi attrattivi sono quelli legati ad altre polarità distrettuali, come Piazza Vecchia e Via Borgo Palazzo.

**Tab. 33 Principali aree di localizzazione di manifestazioni ed eventi nel Comune di Bergamo (2015)**

Via/Piazza	n.	%
Via XX settembre	36	9%
Piazzale degli alpini	24	6%
Largo porta nuova	15	4%
Piazza Pontida	14	4%
Piazza G.B. Matteotti angolo via Crispi	13	3%
Piazza Vecchia	12	3%
Quadriportico Sentierone	12	3%
Piazza G.B. Matteotti	11	3%
Via Borgo Palazzo	10	3%
Parco della trucca	9	2%
Piazza cittadella	7	2%
Sentierone	7	2%

Fig. 43 Mappatura delle manifestazioni e degli eventi 2015 nel territorio comunale di Bergamo

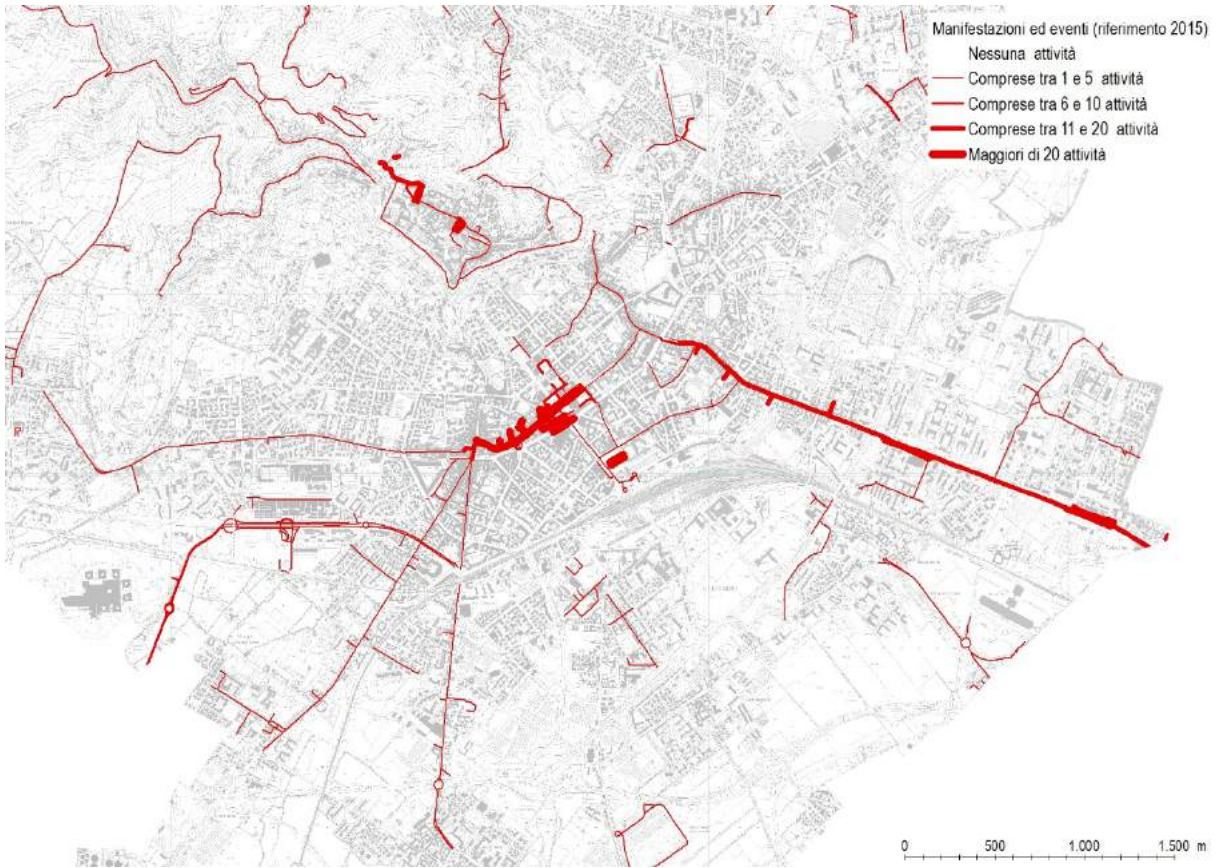
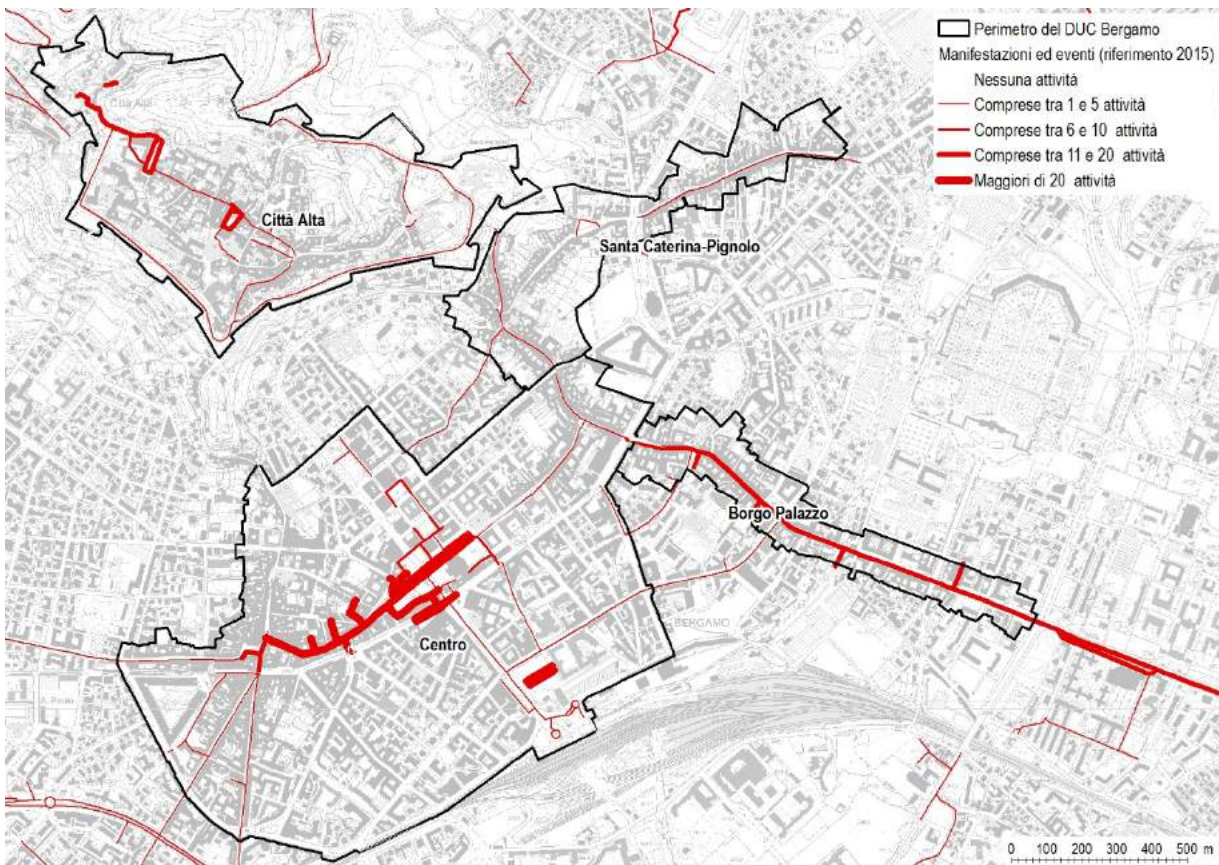


Fig. 44 Mappatura delle manifestazioni e degli eventi 2015 per le polarità distrettuali del DUC Bergamo



### 2.1.3. Modalità di regolazione delle destinazioni d'uso

A partire dalle criticità presenti nel PGT vigente (cfr. 3.1 del report del 30 dicembre 2015), la regolazione delle destinazioni d'uso riferite alle attività commerciali e artigianali è stata orientata in primo luogo da una complessiva e sostanziale riscrittura di alcune norme contenute nel *Titolo II - Linguaggio del piano* del Piano delle Regole vigente (PR0b) introducendo nuove definizioni in coerenza con il mutato quadro legislativo nazionale e regionale in attuazione delle direttive europee (es. la declinazione di "motivi imperativi di interesse generale" introdotta dalla Direttiva Servizi 2006/123/CE, di commercio elettronico della direttiva 2000/31/CE) e con alcuni nuovi dispositivi comunali connessi al tema della fiscalità locale (es. "Aggiornamento del contributo di costruzione ai sensi della L.R. 12/205" con l'introduzione della definizione di "immobile dismesso" o "in via di dismissione").

Le principali integrazioni al *Titolo III – Attuazione e gestione del piano* hanno invece riguardato (*Capo III – Destinazioni d'uso*):

- la classificazione delle Attività commerciali e artigianali con l'introduzione di due nuove soglie dimensionali per le Medie strutture di vendita (1° livello da 251 a 1.500 mq e 2° livello da 1.501 a 2.500 mq.), le Attività artigianali di rilevanza commerciale (di servizio alla persona, ai beni di consumo, artigianato produttivo con vendita diretta al consumatore finale, ...), le attività di somministrazione di alimenti e bevande e la disciplina dei mutamenti di destinazione d'uso ai piani terra con la previsione di esclusione della procedura in oggetto per l'utilizzo di locali esistenti aventi superficie lorda di pavimento massima di 250 mq per insediare indifferentemente attività classificate come commerciali e artigianali nei Tessuti della Città storica antica e moderna, della Città consolidata e delle quattro polarità distrettuali (cfr. art. 2 comma 4);
- la classificazione delle Attività extra-commerciali suddivise in attività ricettive, di intrattenimento e svago, del terziario direzionale e di interesse culturale (locali destinati a spettacoli pubblici come sale cinematografiche, teatrali, auditorium e sale polivalenti);
- per le medie strutture di vendita di 2° livello (da 1.501 a 2.500 mq), come previsto dalla normativa regionale vigente, per il rilascio dell'autorizzazione amministrativa comunale è stata prevista la predisposizione di un Rapporto di compatibilità viabilistica e infrastrutturale per la valutazione dell'intervento nell'ottica della sua sostenibilità.
- l'introduzione del criterio dell'indifferenza funzionale (in termini premiali) negli spazi sfitti ai piani terra dotati di affaccio su strada che riconosce il mantenimento della slp esistente fino a un massimo di 250 mq, fatte salve le destinazioni d'uso non ammesse (come ad. es. residenza e commercio all'ingrosso);
- l'ammissibilità dei formati di attività del commercio al dettaglio in sede fissa (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita) e la definizione delle dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico articolate nei diversi ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano e Tessuti urbanistici.

### 3. SUPPORTO ALL'ATTIVITÀ DI ELABORAZIONE DELLA VARIANTE AL PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO: PROPOSTE TECNICHE E NORMATIVE

Il presente capitolo è l'esito di una pluralità di incontri e confronti con la componente progettuale e strategica del PGT rispetto ai contenuti emersi nella fase conoscitiva finalizzati alla definizione di un quadro propositivo che possa integrare la procedura in corso di attuazione di Variante alle Norme del Piano delle Regole.

Lo studio delle quantità e della qualità delle attività rilevate nei differenti sistemi commerciali urbani ha delineato una forte eterogeneità tipologica del commercio all'interno del DUC "Centro" con sistemi centrali attrattivi e sistemi periferici che delineano una generale tendenza all'indebolimento e alla perdita di concentrazione spaziale. Appare dunque strategico definire linee di rilancio e riqualificazione del commercio urbano diversificate per i differenti sistemi commerciali individuati.

In particolare si ritiene che l'azione dell'Amministrazione pubblica si debba concentrare sulle seguenti quattro macro azioni di sviluppo che convergono sull'obiettivo condiviso di valorizzare il commercio del DUC attraverso l'individuazione di premialità:

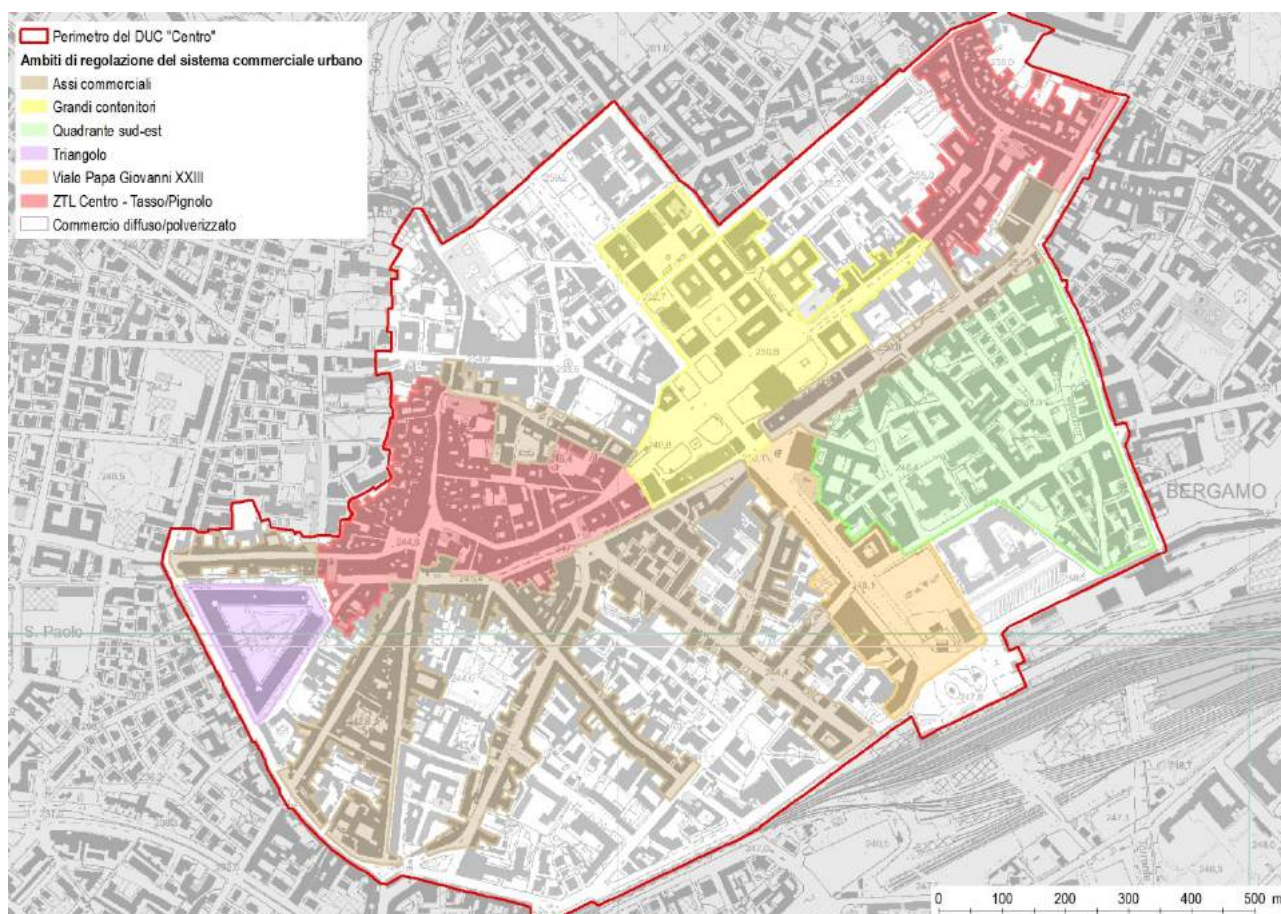
1. Valorizzazione e potenziamento dell'attrattività del sistema commerciale delle ZTL esistenti ("Centro" e "Tasso-Pignolo");
2. Caratterizzazione funzionale e commerciale del sistema commerciale dei "Grandi contenitori";
3. Riconoscimento, riassetto e consolidamento del sistema degli assi commerciali del DUC "Centro";
4. Riqualificazione puntuale dei sistemi areali periferici ("Triangolo" e "Quadrante sud-est") maggiormente soggetti a perdita di qualità commerciale.

Gli obiettivi dell'Amministrazione per le politiche di valorizzazione del commercio vedono come centrale il rilancio ed il potenziamento del DUC "Centro" ed in particolare l'ambito definito dei "Grandi Contenitori". È infatti opportuno sottolineare come l'obiettivo generale di potenziamento del commercio nel centro storico non possa essere raggiunto esclusivamente attraverso gli strumenti e le disposizioni contenute nel Piano delle Regole, ma con la definizione di una serie di azioni e politiche implementabili nel tempo attraverso l'attività ordinaria e straordinaria del comune.

### 3.1 Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano

La strategia che si propone per il Piano delle Regole oggetto di specifica procedura di variante, suggerisce l'adozione e la promozione di azioni di intervento, anche puntuali, volte a favorire la localizzazione o il mantenimento dei servizi commerciali nei sistemi commerciali urbani creando nel contempo le condizioni di contesto che possano agevolare la formazione di nuove attività in ambiti comunali completamente sprovvisti di servizi di prossimità. In questo senso diventa determinante riconoscere le peculiarità dei diversi sistemi commerciali urbani individuati riflettendo sulla possibilità di potenziarne il mix merceologico e funzionale attraverso l'inserimento di attività pubbliche o private di rilievo come: mercati comunali, medie o grandi strutture di vendita, servizi culturali, etc..., in grado di attrarre utenza e di aumentarne e diversificare l'offerta commerciale. Questi obiettivi strategici sono da ricondurre a specifici perimetri d'intervento definiti "Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano" individuati a partire dalle geometrie dei sistemi commerciali urbani definiti e descritti al precedente capitolo 1 per l'ambito del DUC "Centro". Attraverso questo procedimento è stato possibile individuare per ogni sistema o tipologia di sistema commerciale del comune una specifica strategia urbanistica di intervento ad esempio differenziando le modalità di localizzazione delle medio-grandi funzioni commerciali.

Fig. 45 Definizione degli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano per l'ambito del DUC "Centro"



La condivisione delle modalità di regolazione delle attività commerciali per la polarità DUC "Centro" ha portato ad estendere questo approccio regolativo anche alle altre polarità distrettuali della città di Bergamo ("Borgo Palazzo", "Borgo Santa Caterina" e "Città Alta").

Tavola 3. Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano per l'ambito del Comune di Bergamo (novembre 2016)

#### Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano

DUC "Centro"






-  Assi commerciali
-  Grandi contenitori
-  Quadrante sud-est
-  Triangolo
-  Viale Papa Giovanni XXIII
-  ZTL Centro - Tasso/Pignolo
-  Commercio diffuso/polverizzato

Altre polarità distrettuali

-  Assi commerciali (Borgo Santa Caterina-Pignolo, Borgo Palazzo)
-  "Porta" di Borgo Palazzo
-  Città Alta


#### Mappatura delle attività al piano terra\*

Attività del commercio al dettaglio

-  Esercizi di vicinato (punti vendita con SdV fino a 250 mq)
-  Punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica
-  Farmacie
-  Medie Strutture di Vendita (punti vendita con SdV compresa tra 251 e 2500 mq)
-  Grandi Strutture di Vendita (punti vendita con SdV maggiore di 2500 mq)

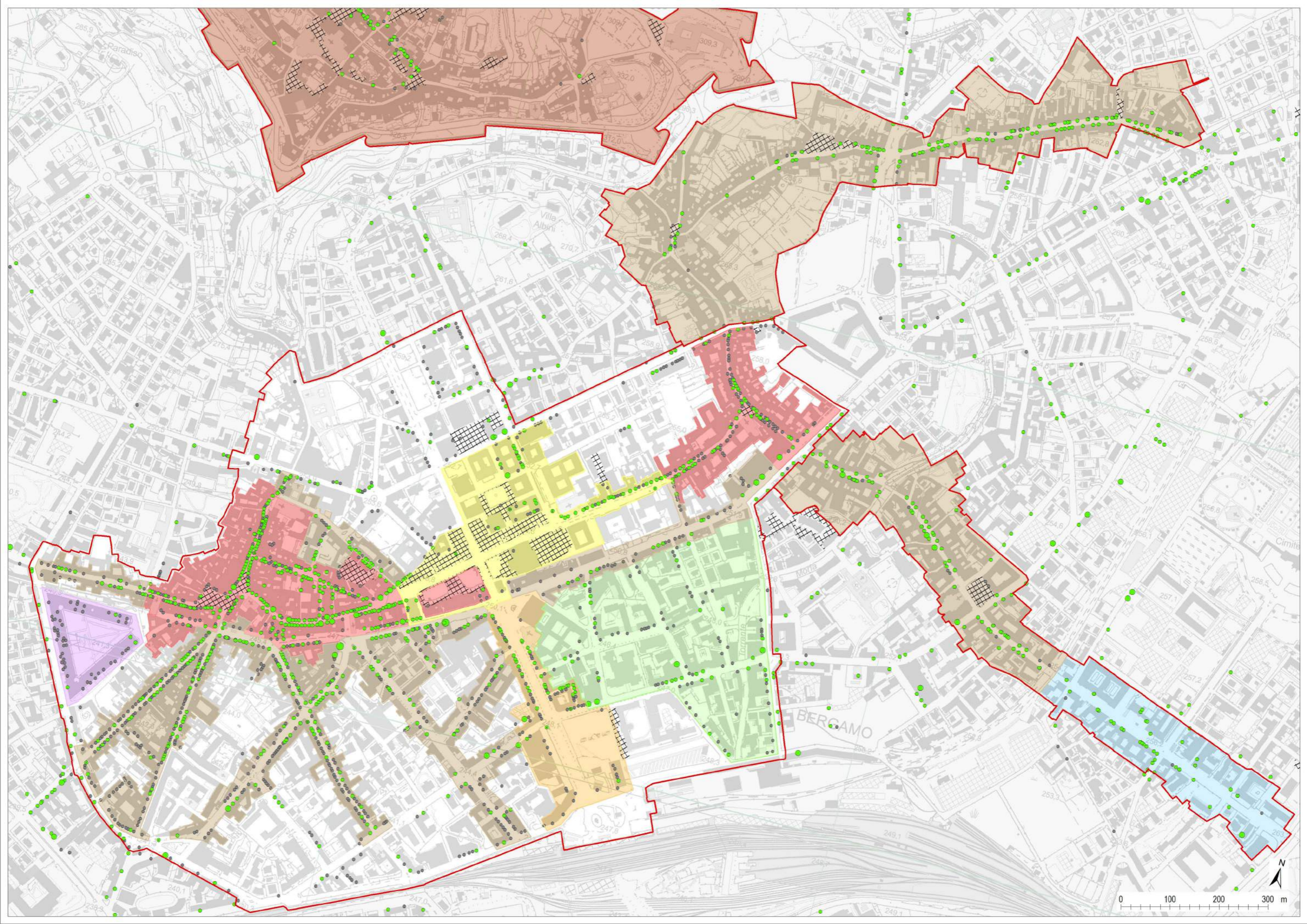
Altre attività al piano terra

-  Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, Attività artigianali, Terziario direzionale, etc...

 Piazze e aree pubbliche pavimentate

\* fonti mappatura delle attività:

Rilievo diretto - febbraio 2016 (Ambito del DUC "Centro"); SIT Comune di Bergamo - aprile 2015 (Altri ambiti)



Tab. 34 Ambiti di regolazione: ammissibilità dei formati, premialità, dotazioni, modalità di intervento

AMBITI	AMMISSIBILITÀ DEI FORMATI	PREMIALITÀ	DOTAZIONI MINIME DI PARCHEGGI PUBBLICI O DI USO PUBBLICO	MODALITÀ DI INTERVENTO	DESTINAZIONI D'USO NON AMMESSE AI PIANI TERRA
<b>DUC CENTRO</b>					
ZTL Centro	Media Struttura di Vendita (MSV) ammessa fino a 2.500 mq SV	Non è richiesta alcuna dotazione di parcheggi per i servizi commerciali insediati in aree pedonali e ZTL senza limitazioni temporali	Dotazione non richiesta	Permesso di costruire convenzionato per definizione impegno finanziario diretto dell'operatore verso il DUC (contributo economico aggiuntivo rispetto agli oneri urbanistici finalizzato alle politiche attive del DUC Centro: eventi, fidelizzazione, sicurezza, studi, rilievi e monitoraggio flussi, ...)	Residenza Commercio all'ingrosso
ZTL Tasso/Pignolo					
Triangolo	Aggregato commerciale urbano (addensamento di offerta costituito da Esercizi di vicinato e da Medie Strutture di Vendita)	Non è considerata struttura organizzata in forma unitaria, l'insieme degli esercizi e altre attività di servizi che si affacciano su vie e piazze pubbliche che si caratterizzano come "centri commerciali naturali"	100% slp (non monetizzabile da reperire in forma convenzionata in struttura esistente)	Permesso di costruire convenzionato	Residenza Commercio all'ingrosso
Grandi contenitori	MSV ammessa fino a 2.500 mq. SV  Grande Struttura di Vendita (GSV) ammessa (> 2.500 mq SV)	Scenario 1: Istituzione nuova ZTL "Piazze e aree pubbliche pavimentate"	MSV: dotazione non richiesta  GSV: monetizzazione parziale e convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti	Permesso di costruire convenzionato (MSV)  Accordo di Programma (GSV)	Residenza Commercio all'ingrosso
		Scenario 2: definizione di una "Zona da sottoporre a tutela" ai sensi della Direttiva Servizi 2006/123/CE (verifica e validazione di Regione Lombardia)	MSV/GSV: monetizzazione parziale/totale e convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti		
Viale Papa Giovanni XIII	MSV ammessa fino a 2.500 mq SV	Riduzione della dotazione minima richiesta per presenza di buona accessibilità TPL  Possibilità di convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti	100% slp (50% monetizzabili)	Permesso di costruire convenzionato	Residenza Commercio all'ingrosso

AMBITI	AMMISSIBILITÀ DEI FORMATI	PREMIALITÀ	DOTAZIONI MINIME DI PARCHEGGI PUBBLICI O DI USO PUBBLICO	MODALITÀ DI INTERVENTO	DESTINAZIONI D'USO NON AMMESSE AI PIANI TERRA
--------	---------------------------	------------	--	------------------------	---

#### DUC CENTRO

<b>Sistema degli assi commerciali</b>  (comprese le Polarità distrettuali di Borgo Palazzo e di Borgo Santa Caterina-Pignolo)	MSV ammessa fino a 1.500 mq SV (ampliamento di struttura esistente)	Possibilità di monetizzazione parziale delle dotazioni minime di parcheggi per presenza di debole geografia dell'offerta e per consolidare le medie strutture esistenti	50% slp	Permesso di costruire convenzionato	Residenza
	MSV ammessa fino a 1.500 mq SV (nuova apertura)	-	100% slp		
<b>Quadrante sud-est</b> (Via Angelo Maj, Via Camozzi)	MSV ammessa fino a 1.500 mq. SV (nuove aperture) MSV ammessa (fino 2.500 mq. SV) quando ampliamento di struttura esistente	Possibilità di monetizzazione parziale delle dotazioni minime per presenza di debole geografia dell'offerta e per consolidare le medie strutture esistenti Commercio all'ingrosso ammesso ai piani terra	50% slp	Permesso di costruire convenzionato	Residenza
<b>Commercio diffuso e polverizzato</b>	MSV ammessa fino a 1.500 mq. SV	Possibilità di monetizzazione parziale delle dotazioni minime per presenza di debole geografia dell'offerta commerciale Residenza e commercio all'ingrosso ammessi ai piani terra	50% slp	Permesso di costruire convenzionato	-

AMBITI	AMMISSIBILITÀ DEI FORMATI	PREMIALITÀ	DOTAZIONI MINIME DI PARCHEGGI PUBBLICI O DI USO PUBBLICO	MODALITÀ DI INTERVENTO	DESTINAZIONI D'USO NON AMMESSE AI PIANI TERRA
--------	---------------------------	------------	--	------------------------	---

#### ALTRE POLARITÀ DISTRETTUALI

Borgo Palazzo Borgo Santa Caterina- Pignolo (Sistema degli assi commerciali)	MSV ammessa fino a 1.500 mq SV (ampliamento di struttura esistente)	Possibilità di monetizzazione parziale delle dotazioni minime di parcheggi per presenza di debole geografia dell'offerta e per consolidare le medie strutture esistenti	50% slp	Permesso di costruire convenzionato	Residenza
	MSV ammessa fino a 1.500 mq SV (nuova apertura)	Possibilità di riduzione delle dotazioni minime di parcheggi pubblici o di uso pubblico in presenza di fermate TPL in prossimità (300 metri) degli accessi alla struttura di vendita	100% slp		

Polarità distrettuali "Porta" di Borgo Palazzo	MSV ammessa fino a 1.500 mq. SV	Possibilità di riduzione delle dotazioni minime di parcheggi pubblici o di uso pubblico in presenza di fermate TPL in prossimità degli accessi alla struttura di vendita	100% slp (non monetizzabili)	Permesso di costruire convenzionato	Residenza
---	---------------------------------	--	---------------------------------	-------------------------------------	-----------

Polarità distrettuali Città alta	MSV fino ai limiti dimensionali definiti dal Piano Particolareggiato di Recupero di Città Alta (PPRCA) vigente	Prevalenza della regolazione del Piano Particolareggiato di Recupero di Città Alta (PPRCA) vigente per motivi imperativi di interesse generale riguardanti la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico	Dotazioni definite dal Piano Particolareggiato di Recupero di Città Alta (PPRCA) vigente	Permesso di costruire convenzionato	Residenza Commercio all'ingrosso
-------------------------------------	--	--	--	-------------------------------------	-------------------------------------

#### TESSUTI

Città antica e moderna (CS) Città consolidata (CC)	MSV ammessa fino a 2.500 mq. SV GSV ammessa solo nell'Ambito "Grandi contenitori"	Possibilità di riduzione delle dotazioni minime di parcheggi pubblici o di uso pubblico in presenza di fermate TPL in prossimità degli accessi alla struttura di vendita	100% slp	Permesso di costruire convenzionato	Residenza Commercio all'ingrosso
---	--	--	----------	-------------------------------------	-------------------------------------

Città delle Attività (CA)	MSV ammessa fino a 1.500 mq. SV GSV non ammessa	Possibilità di riduzione delle dotazioni minime di parcheggi pubblici o di uso pubblico in presenza di fermate TPL in prossimità degli accessi alla struttura di vendita	100% slp	Permesso di costruire convenzionato	Residenza
---------------------------	--	--	----------	-------------------------------------	-----------

### 3.2 Definizioni e relativi riferimenti normativi

Tab. 35 Definizioni delle attività e riferimenti normativi

Definizioni	Riferimenti normativi
Ambito di regolazione del sistema commerciale urbano	L.r. 6/2010, art. 4bis, comma 2 e 3
Centro commerciale naturale	D.g.r. X/1193, Paragrafo 2, comma 1, lett. f
Commercio all'ingrosso	D.lgs. 114/98, art. 4
Commercio elettronico	D.lgs. 70/2003, art. 2
Distretto urbano del commercio (polarità distrettuale)	L.r. 6/2010, art. 5
Immobili dismessi	D.c.c. 182/2015, Paragrafo 1
Immobili in via di dismissione	D.c.c. 182/2015, Paragrafo 1
Motivi imperativi di interesse generale	D.lgs. 59/2010, art. 8, comma 1, lett. h L.r. 6/2010, art. 4,
Negozi storici	D.g.r. VII/15602, Allegato A, Paragrafo 1 D.g.r VIII/8886, Allegato A, Paragrafo 3
Spazi commerciali sfitti	D.g.r. X/3617
Struttura di vendita organizzata in forma unitaria	D.g.r. X/1193, Paragrafo 2, comma 1, lett. f
Superficie di Vendita (SV)	D.g.r. X/1193, Paragrafo 2, comma 3
Temporary Store	D.lgs. 59/2010, art. 71; L. 392/78 art. 27 comma 5
Zone da sottoporre a tutela	D.lgs. 59/2010, art. 64, comma 1 <sup>45</sup> L.r. 6/2010, art. 4bis, art. 150

<sup>45</sup> Il D.lgs 59/2010 le definisce come "Zone sottoposte a tutela" limitatamente alla programmazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

Tab. 36 Classificazione delle attività e riferimenti normativi

Classificazione delle attività	Riferimenti normativi
Esercizi di Vicinato	D.lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lett. d
Medie strutture di vendita (MSV),	D.lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lett. e
Medie strutture di vendita di 2° livello	L.r. 6/2010, art. 4bis, comma 2 e 3
Grandi strutture di vendita (GSV),	D.lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lett. f
Attività artigianali di rilevanza commerciale	L. 443/85, art. 3 comma 1
Attività di somministrazione di alimenti e bevande	L.r. 6/2010, art. 64, comma 1
Attività ricettive	L.r. 27/2015, art. 18
Attività di intrattenimento e svago	Attività incluse nella Divisione 92 e nel Gruppo 93.2 della Classificazione ATECO 2007.
Attività del Terziario direzionale	Attività incluse nelle Sezioni K, L, M, N, O, P, Q, R della Classificazione ATECO 2007 non rientranti nelle precedenti definizioni.
Attività di interesse culturale	L.r. 21/2008
Attività per la vendita dei carburanti per uso di autotrazione	L.r. 6/2010, Capo IV

### 3.3 Proposta di integrazione e modifica alle Norme del Piano delle Regole vigenti

## TITOLO II - LINGUAGGIO DEL PIANO

### CAPO "ATTIVITÀ COMMERCIALI E ARTIGIANALI"

#### Art. 1 Definizioni

**1. Ambito di regolazione del sistema commerciale urbano:** porzione di polarità distrettuale connotata da significativi caratteri di omogeneità (geografia e specializzazione dell'offerta, mercato immobiliare, accessibilità pubblica e privata).

**2. Centro commerciale naturale:** l'insieme degli esercizi e altre attività di servizi si affacciano su vie e piazze pubbliche non considerata struttura organizzata in forma unitaria e si caratterizza come:

- a) Passaggi e gallerie commerciali urbane: storicamente definiti o ricavati dal recupero di superfici esistenti in edifici vincolati, che si affacciano ad un passaggio pubblico o di uso pubblico già esistente;
- b) Aggregato commerciale urbano: addensamento di offerta costituito da esercizi di vicinato e da Medie Strutture di Vendita (fino a mq 2.500 mq. di SV).

**3. Commercio all'ingrosso:** attività svolta da chiunque professionalmente acquisti merci in nome e per conto proprio e le rivenda ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione.

**4. Commercio elettronico (e-commerce):** le operazioni commerciali svolte on-line e disciplinate dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 "Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico".

**5. Distretto urbano del commercio (polarità distrettuale):** le aree di rilevanza comunale dove i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali. Nel territorio comunale di Bergamo il Distretto Urbano del Commercio è articolato in quattro polarità distrettuali: Centro, Borgo Palazzo, Santa Caterina-Pignolo, Città alta.

**6. Immobili dismessi:** aree ed edifici non residenziali e già interessati da attività economiche, per i quali sia intervenuta la cessazione delle attività insediate e per i quali la dismissione comporti pericolo per la salute e la sicurezza urbana e sociale, ovvero degrado ambientale e urbanistico.

**7. Immobili in via di dismissione:** aree ed edifici non residenziali e già interessati da attività economiche, per i quali sia intervenuta la cessazione delle attività insediate su almeno il 50% della S.I.p, esistente e per i quali la dismissione comporta pericolo per la salute e la sicurezza urbana e sociale, ovvero degrado ambientale e urbanistico.

**8. Motivi imperativi di interesse generale:** le ragioni di pubblico interesse, quali la tutela dei consumatori e dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, dell'ordine pubblico, della sicurezza pubblica, dell'incolumità pubblica, della sanità pubblica, della sicurezza stradale, dei lavoratori compresa la protezione sociale dei lavoratori, dei destinatari di servizi, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela della salute degli animali, della proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale.

**9. Negozi storici:** gli esercizi commerciali di vicinato, le medie strutture di vendita, le attività di somministrazione di alimenti e bevande, le farmacie e le attività artigianali con riconoscimento attribuito dalla Giunta Regionale della Lombardia. Gli stessi dispongono di uno spazio fisso di vendita al pubblico che presenta caratteristiche di eccellenza sotto il profilo storico e architettonico, costituendo significativa testimonianza dell'attività commerciale regionale.

**10. Spazi commerciali sfitti:** superfici lorde di pavimento non residenziali ai piani terra dotate di affaccio su strada, già interessate dalla localizzazione di Attività commerciali e artigianali e Attività extra-commerciali, per le quali sia intervenuta la cessazione amministrativa delle attività insediate.

**11. Struttura di vendita organizzata in forma unitaria:** una grande o una media struttura di vendita nella quale due o più esercizi commerciali siano inseriti in un insediamento edilizio o in un complesso urbanistico-edilizio organizzato in uno o più edifici, nella medesima area o in aree contigue, destinato in tutto o in parte alle attività commerciali, anche composto da più edifici aventi spazi di distribuzione funzionali all'accesso ai singoli esercizi e con spazi e servizi gestiti anche unitariamente. Alla definizione di struttura di vendita organizzata in forma unitaria sono riconducibili:

- a) Il centro commerciale avente le dimensioni di una media o da una grande struttura che si caratterizza, in tutto o in parte, per l'unicità della struttura o dell'insediamento commerciale, la destinazione specifica o prevalente della struttura, gli spazi di servizio gestiti unitariamente e le infrastrutture comuni. Rientra in questa categoria anche il Centro commerciale aggregato, inteso quale complesso commerciale costituito da una aggregazione, nella medesima area, di più edifici, anche contigui e collegati funzionalmente da percorsi pedonali su suolo privato con accessibilità ad un insieme di esercizi commerciali con servizi comuni fruibili dall'intero complesso. Rientra nella definizione di centro commerciale anche il Centro commerciale multifunzionale inteso quale complesso commerciale concepito e organizzato per svolgere anche una molteplicità di funzioni (culturali, di intrattenimento, di svago, di spettacolo, di benessere o di divertimento) complementari a quella commerciale.
- b) Il Factory Outlet Centre (FOC), avente le dimensioni di una media o di una grande struttura e costituito anche da soli esercizi di vicinato, localizzata in luogo diverso da quello di produzione, in cui più aziende produttrici, direttamente o indirettamente, effettuano la vendita di prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare al fine di esitare prevalentemente prodotti invenduti, di fine serie, fallati, collezioni di anni precedenti e prodotti campionari.
- c) Il parco commerciale, inteso quale complesso commerciale costituito da una aggregazione, in aree commerciali contigue, di almeno due medie o grandi strutture di vendita localizzate anche sul medesimo asse viario e con un sistema di accessibilità comune.

**12. Superficie di Vendita (SV):** la superficie di vendita di un esercizio commerciale (SV) è l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. L'area di vendita del singolo esercizio commerciale è circoscritta, separata e distinta da quella degli eventuali altri esercizi commerciali, anche se contigui. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi. Al fine di determinare gli standard, nella superficie lorda di pavimentazione non si computano le aree a disposizione dei consumatori (quali gallerie, scale mobili, ascensori, nastri trasportatori) Sono inoltre escluse dal computo le aree di sosta dedicate al movimento merci. Negli esercizi che hanno ad oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti, non facilmente amovibili ed a consegna differita (mobilitici, concessionarie di autoveicoli, legnami, materiali edili, tipologie simili alle precedenti) la Superficie di vendita (Sv) è computata nella misura di un ottavo della SIp. In tali esercizi non possono essere introdotte o vendute merci diverse da quelle aventi le caratteristiche sopra tassativamente indicate, salvo che si richiedano e ottengano le autorizzazioni prescritte dagli artt. 8 e 9 del D.Lgs. 31 marzo 1998 n. 114 per l'intera ed effettiva Superficie di vendita.

**13. Temporary Store:** forma di vendita al dettaglio che consente l'utilizzo temporaneo dei locali anche da parte delle aziende di produzione di beni o di servizi interessate alla vendita diretta dal produttore al consumatore e alla promozione del proprio marchio;

**14. Zone da sottoporre a tutela:** ambiti di regolazione urbanistica che, in riferimento all'insediamento di nuove attività commerciali e ai motivi imperativi di interesse generale, sono finalizzati al miglioramento della funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali e al contrasto al degrado urbano, tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico.

## TITOLO III - ATTUAZIONE E GESTIONE DEL PIANO

### CAPO III - DESTINAZIONI D'USO

#### Art. 2 Classificazione delle Attività commerciali e artigianali

1. Si definiscono Attività commerciali e artigianali le attività di vendita al dettaglio su area privata distinte in:
  - a) **Esercizi di vicinato (EdV)**, che comprendono attività destinate al commercio e alla vendita di prodotti, alimentari e non, con Superficie di vendita fino a 250 mq
  - b) **Medie strutture di vendita (MSV)**, che comprendono attività destinate al commercio e alla vendita di prodotti, alimentari e non, con Superficie di vendita da 251 mq a 2500 mq, a loro volta distinte in:
    - i. Medie strutture di vendita di 1° livello con Superficie di vendita da 251 a 1.500 mq
    - ii. Medie strutture di vendita di 2° livello con Superficie di vendita da 1.501 a 2.500 mq
  - c) **Grandi strutture di vendita (GSV)**, che comprendono attività destinate al commercio e alla vendita di prodotti, alimentari e non, con Superficie di vendita superiori a 2.500 mq
2. **Attività artigianali di rilevanza commerciale** comprendenti l'insieme delle attività dell'artigianato non produttivo di servizio alla persona (istituti di bellezza, centri benessere, centri massaggi, solarium, odontotecnici, tatuatori, estetisti, barbieri, parrucchieri, e simili), ai beni di consumo (lavanderie, tintorie, lavaggi a secco, calzolai e laboratori di riparazione e assistenza e simili); l'artigianato legato all'arte, al restauro e attività similari; le attività artigianali produttive con vendita diretta di beni al consumatore finale sia di prodotti alimentari (gelaterie, pasticcerie, panifici, pizzerie al taglio, gastronomie e simili) che non alimentari (sartorie, oreficerie e simili).
3. **Attività di somministrazione di alimenti e bevande** comprendono tutte le attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande per il consumo sul posto in tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali dell'esercizio o in un'area aperta al pubblico a tal fine attrezzati. Sono escluse da questa destinazione d'uso le attività di somministrazione di alimenti e bevande in esercizi non aperti al pubblico (come le attività delle mense aziendali, degli spacci annessi alle aziende, amministrazioni, enti e scuole nonché quella svolta in forma esclusiva presso il domicilio del consumatore).
4. **Mutamenti di destinazione d'uso ai piani terra**  
Fermo restando l'assolvimento di tutti gli adempimenti normativi e regolamentari connessi all'insediamento delle attività economiche, all'interno dei Tessuti della Città storica antica e moderna (CS) e della Città consolidata (CC), delle polarità distrettuali Borgo Palazzo, Santa Caterina-Pignolo, Città alta e degli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano (DUC Centro) non configura mutamento di destinazione d'uso l'utilizzo di locali esistenti aventi superficie lorda di pavimento massima pari a 250 mq. per insediare indifferentemente attività classificate come "Attività commerciali e artigianali".

#### Art. 3. Classificazione delle Attività extra-commerciali

1. **Attività ricettive** l'insieme delle destinazioni d'uso legate alle attività turistico-ricettive così definite dalla normativa vigente comprese le attività connesse quali ristoranti, bar, sale congressi, attrezzature sportive e ricreative, distinte in:
  - a) Strutture ricettive alberghiere;
  - b) Strutture ricettive non alberghiere.
2. **Attività di intrattenimento e svago** comprendono:
  - a) Attività e esercizi destinati ad attività di intrattenimento e svago (sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, esercizi dedicati al gioco con apparecchi denominati Videolottery - VLT)

3. **Attività del Terziario direzionale** che comprendono:
  - a) Uffici, studi professionali e studi medici, cliniche veterinarie e attività similari
  - b) Centri di servizi connessi a specifiche esigenze (complessi edilizi, categorie di produttori, categorie di utenti, ...) e attività similari
  - c) Associazioni culturali, ricreative, politiche, sindacali e similari
  - d) Attività e centri destinati all'istruzione e alla formazione privata (scuole di lingua, centri studi, centri culturali, associazioni)
  - e) Centri per il tempo libero, lo sport (palestre)
  - f) Agenzie bancarie anche pluripiano, sportelli bancari e agenzie di consulenza finanziaria
  - g) Agenzie di viaggi
  - h) Uffici tecnici e amministrativi, centri di servizio, spazi espositivi.
  
4. **Attività di interesse culturale** che comprendono attività e locali destinati a spettacoli pubblici (sale cinematografiche, sale teatrali, auditorium, sale polivalenti).
  
5. **Attività per la vendita dei carburanti per uso di autotrazione** che comprendono l'insieme degli impianti e dei servizi accessori all'utente (in particolare vendita di prodotti alimentari e non alimentari, somministrazione di alimenti e bevande anche da asporto, rivendita quotidiani e periodici, rivendita tabacchi e lotteria) secondo le modalità e le tipologie previste dalla normativa comunitaria, delle disposizioni legislative dello Stato e nel quadro delle competenze concorrenti.

#### Art. 4 Medie strutture di vendita di 2° livello

1. L'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di una media struttura di vendita di 1° e 2° livello sono soggetti ad autorizzazione amministrativa comunale.
  
2. Per le nuove autorizzazioni di Medie strutture di vendita di 2° livello e gli ampliamenti che determinino una Superficie di Vendita superiore a 1.500 mq dovrà essere predisposto un Rapporto di compatibilità viabilistica e infrastrutturale con lo scopo di ricostruire lo stato di fatto e di progetto per la valutazione dell'intervento nell'ottica della sua sostenibilità in termini di mobilità viabilistica, pedonale e di integrazione con il trasporto pubblico locale, con contenuti analitico-informativi minimi definiti dai "Criteri comunali per il rilascio delle autorizzazioni delle medie strutture di vendita", redatti ai sensi dell'art. 8, comma 3, D.lgs. 114/98 e della normativa regionale vigente.

#### Art. 5 Indifferenza funzionale negli spazi sfitti ai piani terra

1. All'interno dei Tessuti della Città storica antica e moderna (CS), della Città consolidata (CC) e della Città delle Attività (CA), delle polarità distrettuali Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina-Pignolo, Città alta e degli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano centrale (DUC Centro) vige il criterio dell'indifferenza funzionale che riconosce il mantenimento della Slp esistente degli "spazi commerciali sfitti" ai piani terra dotati di affaccio su strada aventi superficie lorda di pavimento massima pari a 250 mq, fatte salva le seguenti destinazioni d'uso non ammesse ai piani terra:

AMBITI DI REGOLAZIONE E TESSUTI	DESTINAZIONI D'USO NON AMMESSE AI PIANI TERRA
DUC Centro <ul style="list-style-type: none"> <li>- ZTL Centro</li> <li>- ZTL Tasso Pignolo</li> <li>- Triangolo</li> <li>- Grandi contenitori</li> <li>- Viale Papa Giovanni XXIII</li> <li>- Sistema degli assi commerciali</li> </ul>	Residenza Commercio all'ingrosso

Quadrante sud-est	Residenza
Commercio diffuso e polverizzato	-

<b>Polarità distrettuali</b> - Borgo Palazzo - Borgo Santa Caterina-Pignolo - Città alta	Residenza Commercio all'ingrosso
- Porta di Borgo Palazzo	Residenza

Città storica antica e moderna (CS)	Residenza Commercio all'ingrosso
Città consolidata (CC)	Residenza Commercio all'ingrosso
Città delle Attività (CA)	Residenza

#### Art. 6 Ammissibilità dei formati e dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico

1. In tutti gli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano e nei Tessuti della Città storica antica e moderna (CS), della Città consolidata (CC) e della Città delle Attività (CA) sono ammessi gli Esercizi di vicinato fino a 250 mq SV. articolati nei settori merceologici alimentari e non alimentari.

2. Per l'insediamento di attività del commercio al dettaglio in sede fissa diverse dagli Esercizi di Vicinato all'interno dei Tessuti della Città storica antica e moderna (CS), della Città consolidata (CC) e della Città delle Attività (CA), delle polarità distrettuali Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina-Pignolo, Città alta e degli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano centrale (DUC Centro), sono specificate le richieste di dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico, in funzione dei caratteri e delle specificità dei singoli ambiti:

AMBITI E TESSUTI	AMMISSIBILITÀ DEI FORMATI E DOTAZIONI MINIME DI PARCHEGGI PUBBLICI O AD USO PUBBLICO
DUC Centro ZTL Centro ZTL Tasso Pignolo	MSV fino a 2.500 mq SV: dotazione non richiesta GSV non ammesse
Triangolo	Aggregato commerciale urbano (EdV + MSV fino a 2.500 mq SV): 100% slp (non monetizzabili, da reperire in strutture esistenti)
Grandi contenitori (2 scenari alternativi o complementari)	<u>Scenario 1: nuova ZTL</u> MSV: dotazione non richiesta GSV: monetizzazione parziale e/o convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti <u>Scenario 2: Zona da sottoporre a tutela (Direttiva Servizi 2006/123/CE)</u> MSV: monetizzazione parziale e/o convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti GSV: monetizzazione parziale e/o convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti
Viale Papa Giovanni XXIII	MSV fino a 2.500 mq SV: 100% slp (50% monetizzabili) GSV non ammesse

Sistema degli assi commerciali (comprese le polarità distrettuali di Borgo Palazzo e di Borgo Santa Caterina-Pignolo)	Ampliamento MSV esistenti fino a 1.500 mq SV: 50% slp
	MSV fino a 1.500 mq. SV: 100% slp GSV non ammesse
Quadrante sud-est	MSV fino a 1.500 mq SV: 50% slp Ampliamento MSV esistenti fino a 2.500 mq. SV: 50% slp GSV non ammesse
Commercio diffuso e polverizzato	MSV fino a 1.500 mq. SV: 50% slp GSV non ammesse
<b>Polarità distrettuali</b> "Porta" di Borgo Palazzo	<b>MSV fino a 1.500 mq (1° livello): 100% slp (non monetizzabili)</b> <b>GSV non ammesse</b>
<b>Polarità distrettuali</b> Città alta	<b>MSV fino ai limiti dimensionali definiti dal Piano Particolareggiato di Recupero di Città Alta (PPRCA) vigente</b> <b>GSV non ammesse</b>
Città storica antica e moderna (CS)	MSV fino a 1.500 mq (1° livello): 100% slp GSV ammesse solo nell'Ambito "Grandi contenitori"
Città consolidata (CC)	MSV fino a 1.500 mq (1° livello): 100% slp GSV ammesse solo nell'Ambito "Grandi contenitori"
Città delle Attività (CA)	MSV fino a 1.500 mq (1° livello): 100% slp GSV: non ammesse

3. Le dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico richieste negli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano centrale (DUC Centro) e nelle polarità distrettuali Borgo Palazzo e "Porta" di Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina-Pignolo, Città alta prevalgono sempre su quelle previste nei Tessuti della Città storica antica e moderna (CS) e della Città consolidata (CC).

4. Per l'Ambito di regolazione del sistema commerciale urbano "Sistema degli assi commerciali", in caso di istituzione di ZTL senza limitazioni temporali e di area pedonale urbana prevalgono sempre le disposizioni previste per l'Ambito di regolazione "ZTL Centro" e "ZTL Tasso-Pignolo" per l'ammissibilità dei formati, le premialità, le dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico, le modalità di intervento, le destinazioni d'uso non ammesse ai piani terra.

### 3.3.1 Integrazioni alla bozza di Norme (24 novembre 2016)

#### 15.4 FUNZIONI COMMERCIALI ED EXTRA COMMERCIALI

(...)

C6 – Attività per la vendita di merci ingombranti, non facilmente amovibili ed a consegna differita che comprendono, mobilifici, concessionarie di autoveicoli, legnami, materiali edili, tipologie simili alle precedenti ~~aree per ricovero, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli, imbarcazioni tipologie simili alle precedenti e attività simili.~~ In tali esercizi non possono essere introdotte o vendute merci diverse da quelle aventi le caratteristiche sopra tassativamente indicate, salvo che si richiedano e ottengano le autorizzazioni prescritte dagli artt. 8 e 9 del D.Lgs. 31 marzo 1998 n. 114 per l'intera ed effettiva Superficie di vendita.

C8 - Attività di somministrazione di alimenti e bevande comprendono tutte le attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande per il consumo sul posto in tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali dell'esercizio o in un'area aperta al pubblico a tal fine attrezzati. Sono escluse da questa destinazione d'uso le attività di somministrazione di alimenti e bevande in esercizi non aperti al pubblico (come le attività delle mense aziendali, degli spacci annessi alle aziende, amministrazioni, enti e scuole nonché quella svolta in forma esclusiva presso il domicilio del consumatore), inclusi i temporary store e attività similari.

#### Art 16.2 PARCHEGGI PUBBLICI O DI USO PUBBLICO (PP)

(...)

Nel caso di mutamenti di destinazione d'uso relativi all'insediamento di tutte le tipologie funzionali con SIp superiore a 250 mq, la dotazione minima di parcheggi pubblici e di uso pubblico richiesta è determinata nella misura del 20% della SIp, ad eccezione dell'insediamento delle attività commerciali, per le quali valgono le disposizioni della vigente normativa regionale di settore (commercio e attività similari).<sup>46</sup>

#### ART.17 - DISCIPLINA DEL CAMBIAMENTO DELLA DESTINAZIONE D'USO

(...)

Ai piani terra dotati di affaccio su strada, area pubblica o ad uso pubblico aventi SLP massima pari a 250 mq è possibile insediare tutte le funzioni ammesse da tessuto di appartenenza senza che ciò configuri mutamento di destinazione ad eccezione di quanto previsto e disciplinato per il Distretto urbano del Commercio (DUC).

#### ART. 17.1 – DISCIPLINA PER L'INSEDIAMENTO DI MEDIE E GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

L'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di una Media struttura di vendita di 1° e 2° livello sono soggetti ad autorizzazione amministrativa comunale.

---

<sup>46</sup> Cfr. Legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6 "Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere" (BURL n. 5, 3° suppl. ord. del 5 Febbraio 2010) e s.m.i.

Per le nuove autorizzazioni di Medie strutture di vendita di 2° livello e gli ampliamenti che determinino una Superficie di Vendita superiore a 1.500 mq dovrà essere predisposto un "Rapporto di compatibilità viabilistica e infrastrutturale" con lo scopo di ricostruire lo stato di fatto e di progetto per la valutazione dell'intervento nell'ottica della sua sostenibilità in termini di mobilità viabilistica, pedonale e di integrazione con il trasporto pubblico locale e con i sistemi di offerta commerciale esistenti, con contenuti analitico-informativi minimi definiti dai "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'insediamento e l'esercizio delle medie strutture di vendita al dettaglio", redatti dal Comune ai sensi dell'art. 8, comma 3, D.lgs. 114/98 e della normativa regionale vigente.

Non è richiesta alcuna dotazione di parcheggi per le Medie Strutture di vendita (MSV) di 1° e 2° livello insediate in aree pedonali e ZTL permanenti esistenti e di futura istituzione, con modalità di compensazione degli impatti definita dai "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'insediamento e l'esercizio delle medie strutture di vendita al dettaglio".

Le Grandi Strutture di Vendita (GSV) sono ammesse fino a 10.000 mq di Superficie di Vendita nella polarità distrettuale DUC Centro solo in presenza di zona a traffico limitato permanente o area pedonale esistenti e di futura istituzione.

## 17.2 - DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO (DUC) E AMBITI DI REGOLAZIONE

Il Distretto urbano del commercio (DUC) riconosciuto con decreto regionale n. 3293 del 14/04/2016 è individuato nell'elaborato cartografico denominato "PR11 – ambiti per la valorizzazione del sistema commerciale" ed è articolato nelle seguenti polarità distrettuali:

- DUC Centro ~~sotto-articolato~~ comprendente i seguenti ambiti:
  - ZTL Centro - Tasso/Pignolo
  - Triangolo
  - Grandi Contenitori
  - Viale Papa Giovanni XIII
  - Sistema degli assi commerciali
  - Quadrante Sud-Est
  - Commercio diffuso e polverizzato
- Polarità distrettuali articolate in
  - Borgo Palazzo
  - Porta di Borgo Palazzo
  - Borgo Santa Caterina-Pignolo
  - Città Alta.

### 17.2.1 DESTINAZIONI D'USO ESCLUSE AI PIANI TERRA

All'interno del perimetro del DUC sono escluse le seguenti destinazioni funzionali:

DUC	Destinazioni escluse
DUC <b>C</b> entro <sup>47</sup>	Residenza (R)
<b>Polarità distrettuale:</b> Città alta, Borgo Palazzo, Santa Caterina-Pignolo <b>Tessuti:</b> Città storica antica e moderna (CS), Città consolidata (CC)	Commercio all'ingrosso (C5)
<b>DUC Centro (Quadrante sud-est)</b>	Residenza (R)
<b>Polarità distrettuale:</b> Porta di Borgo Palazzo	
<b>Tessuti:</b> Città delle attività (CA)	Residenza (R)

### 17.2.2 AMMISSIBILITA' DEI FORMATI E DOTAZIONI MINIME DI PARCHEGGI PUBBLICI O AD USO PUBBLICO

Nella **polarità distrettuale DUC Centro** sono ammessi in tutti gli ambiti gli esercizi di vicinato (C1), le medie strutture di vendita di primo livello (C2a). Negli ambiti denominati **ZTL Centro, ZTL Tasso/Pignolo, Triangolo, Grandi Contenitori, Viale Papa Giovanni XIII** sono ammesse le medie strutture di vendita di secondo livello (C2b) Nell'ambito denominato **Quadrante Sud-Est** sono ammesse le medie strutture di vendita di secondo livello (C2b) solo in caso di ampliamento di medie strutture di vendita di primo livello (C2a) esistenti. Le destinazioni funzionali C3 e C4 **fino a 10.000 mq di Superficie di Vendita** sono ammesse **nella polarità distrettuale DUC Centro** solo in presenza di zona a traffico limitato permanente o area pedonale **esistenti e di futura istituzione.**

Nella **polarità distrettuale di Città alta** i formati commerciali devono rispettare le limitazioni dimensionali prescritte nel Piano Particolareggiato di Città Alta e Borgo Canale.

Nelle **polarità distrettuali di Borgo Palazzo, Borgo Santa Caterina Pignolo, Porta di Borgo Palazzo** sono ammessi gli esercizi di vicinato (C1) e le medie strutture di vendita di primo livello (C2a).

Per l'insediamento di attività del commercio al dettaglio in sede fissa diverse dagli Esercizi di Vicinato all'interno del DUC sono specificate le richieste di dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico in funzione dei caratteri e delle specificità dei singoli ambiti. Le dotazioni minime di parcheggi pubblici o ad uso pubblico richieste negli Ambiti di regolazione del sistema commerciale urbano e nelle polarità distrettuali prevalgono rispetto a quelle previste dall'art.16.2

<sup>47</sup> Ad esclusione dell'Ambito "Commercio diffuso e polverizzato" dove sono ammesse tutte le destinazioni funzionali ai piani terra.

DUC CENTRO	DOTAZIONI MINIME DI PARCHEGGI PUBBLICI O AD USO PUBBLICO
ZTL Centro ZTL Tasso Pignolo	MSV fino a 2.500 mq SV: dotazione non richiesta GSV fino a 10.000 mq con: - monetizzazione parziale e/o convenzionamento con parcheggi di uso pubblico esistenti - monetizzazione totale
Grandi contenitori	MSV fino a 2.500 mq SV: 100% slp (50% monetizzabili) dotazione non richiesta
Triangolo	Aggregato commerciale urbano (EdV + MSV fino a 2.500 mq SV): 100% slp (50% monetizzabili)
Viale Papa Giovanni XXIII	MSV fino a 2.500 mq SV: 100% slp (50% monetizzabili)
Sistema degli assi commerciali	Ampliamento MSV esistenti fino a 1.500 mq SV: 50% slp
	MSV fino a 1.500 mq. SV: 100% slp (50% monetizzabili)
Quadrante sud-est	MSV fino a 1.500 mq SV: 50% slp Ampliamento MSV esistenti fino a 2.500 mq. SV: 50% slp
Commercio diffuso e polverizzato	MSV fino a 1.500 mq. SV: 50% slp

<u>Polarità distrettuale</u>	Ampliamento MSV esistenti fino a 1.500 mq SV: 50% slp
Borgo Palazzo Borgo Santa Caterina-Pignolo	MSV fino a 1.500 mq. SV: 100% slp (50% monetizzabili)
Porta di Borgo Palazzo	MSV fino a 1.500 mq. SV: 100% slp (50% monetizzabili)
Città Alta	MSV fino a fino ai limiti dimensionali definiti dal PPRCA e relative dotazioni prescritte

#### 4. LINEE GUIDA E INDIRIZZI PER UN PROGETTO PILOTA DI CARATTERE SPERIMENTALE (30 settembre 2016)

A conclusione della prima fase di ricerca sulla struttura commerciale nell'ambito urbano del sistema piacentiniano della Città Bassa di Bergamo, si proponeva una visione di scenario che teneva conto degli esiti - ancorché parziali - del quadro conoscitivo sviluppato all'interno del lavoro e di alcuni suggerimenti provenienti dall'approfondimento di alcune buone pratiche individuate in ambito lombardo. L'obiettivo di quel quadro era quello di mettere in luce la necessità di un cambiamento di approccio verso il complesso ambito economico del commercio urbano da parte del decisore pubblico e di rimarcare il carattere sperimentale delle integrazioni proposte dal presente studio sia per aspetti della regolazione urbanistica commerciale che per quelli procedurali.

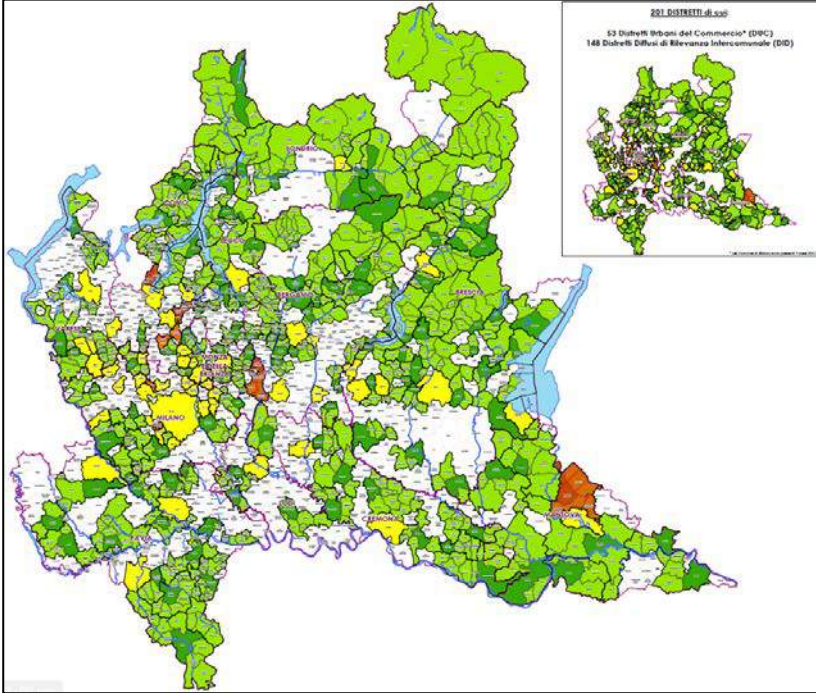
Questo cambio di approccio può essere utilizzato anche nel processo di istruzione del *concorso di progettazione urbana per la valorizzazione integrata del sistema piacentiniano* della Città Bassa di Bergamo promosso dal Comune di Bergamo e che potrebbe configurarsi come progetto pilota di carattere sperimentale, finalizzato alla riqualificazione degli spazi urbani aperti e delle piazze e aree pubbliche pavimentate, in relazione alla presenza di immobili pubblici e privati dismessi o di prossima dismissione, di funzioni localizzate ai piani terra e, più in generale, delle specificità dei luoghi.

In questo senso la ricerca nelle sue due fasi può essere considerata un elemento importante all'interno di questo processo, poiché può divenire un supporto conoscitivo e metodologico al bando del concorso, nelle linee guida del quale potrebbero trovare spazio diversi elementi approfonditi all'interno dei due tomi in cui si è articolata la restituzione del lavoro, fra cui:

- l'individuazione dell'area di intervento, corrispondente con il perimetro dell'ambito di regolazione dei "Grandi contenitori" e delle sue vocazioni attuali (cfr. Fase II, pag. 31/32);
- la ricostruzione delle caratteristiche dell'accessibilità pedonale al DUC (i suoi "punti di accesso") ed il riconoscimento del livello di servizio delle aree di sosta veicolare localizzate dentro o nei pressi dell'ambito del distretto (cfr. Fase I, parag. 2.2.4);
- il focus sulla geografia dell'offerta esistente che comprende Attività del Commercio al dettaglio e all'ingrosso, Attività artigianali, Intrattenimento e svago, Attività culturali, Ricettivo, Esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, Terziario direzionale, Distributori automatici (cfr. Fase II, cap. 3.1);
- l'approfondimento sulla realtà dei locali sfitti presenti all'interno del DUC "Centro", così come quelli in ristrutturazione e che possono rappresentare un catalogo di aree di opportunità da considerare insieme ai volumi di immobili pubblici e privati dismessi o di prossima dismissione (cfr. Fase II, Allegato I).

## 4.1. Buone pratiche

Regione Lombardia, *STO@ 2020 - Successful Shops in Town-centers through Traders, Owners & Arts Alliance* avviso per la concessione di contributi per interventi di innovazione a sostegno e rilancio delle attività del commercio in aree urbane attraverso il recupero di spazi sfitti (D.d.u.o. 29 giugno 2016 - n. 6153).

<p>CONTESTO (ELEMENTI DI INNOVAZIONE)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sperimentazione di progetti di rigenerazione urbana</b> in partenariato pubblico-privato caratterizzati da un adeguato livello di innovazione tecnologica, organizzativa e di processo e da indebolimento dell'offerta commerciale attraverso il <u>riuso di spazi sfitti e dismessi</u> da realizzarsi incentivando e rilanciando le attività commerciali, del turismo e dell'artigianato di servizi ripensando gli <u>spazi pubblici in chiave integrata (placemaking)</u> anche al fine di consentire un miglioramento qualitativo del contesto e una maggiore attrattività nei confronti delle polarità esterne.</li></ul>  <p>221 DISTRETTI di.c.c.p. 53 Distretti Urbani del Commercio* (DDC) 148 Distretti Diffusi di Rilevanza Intercomunale (DID)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Coinvolgimento dei proprietari, degli operatori immobiliari dell'area</b>, degli amministratori condominiali e di ulteriori soggetti pubblici e privati fortemente attivi e significativi per il territorio considerato (es. grandi imprese, anche del commercio, Fondazioni, banche, etc.).</li></ul>
<p>PERIMETRO</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aree perimetrate all'interno dei <u>Distretti Urbani del Commercio</u> riconosciuti da Regione Lombardia</li></ul>

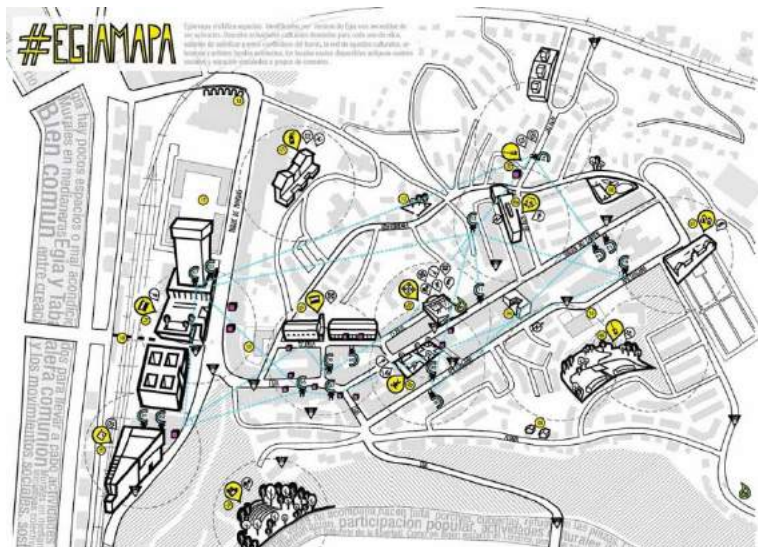
<p><b>TEMI PROGETTUALI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Intervento 1. Promozione e gestione della ricollocazione di spazi commerciali e artigianali di servizi sfitti:</b> spese di organizzazione e gestione delle attività volte a favorire l'incontro tra domanda e offerta anche attraverso soggetti attuatori dedicati (consorzi, associazioni, imprese); spese per il supporto all'avvio dell'attività concernenti interventi formativi per gli imprenditori, il personale dipendente e il personale coadiuvante (ossia familiari del titolare o del socio lavoratore che lavorino abitualmente e prevalentemente nell'impresa) per l'introduzione all'attività e il miglioramento delle competenze manageriali, linguistiche, organizzazione del punto vendita.</li> <li>• <b>Intervento 2. Ristrutturazione degli spazi commerciali o di servizi sfitti o dismessi e interventi volti a migliorare la funzionalità, l'accessibilità e l'impatto visivo delle aree attigue ad uso pubblico:</b> interventi strutturali di ripristino strutturale o igienico-sanitario dei locali da adibire all'attività artigianale, di vendita, turistica o di servizi fronte strada; miglioramento della facciata, delle insegne e delle vetrine; miglioramento dei servizi alla clientela o al cittadino (installazione di sistemi wi-fi gratuiti e vetrine interattive), miglioramenti delle aree attigue ad uso pubblico. Nel limite massimo del 10% delle spese ammissibili a contributo sul valore totale del progetto, è possibile presentare spese legate ad interventi pubblici (es. opere di arredo urbano, per la mobilità dolce e la pubblica illuminazione, con attenzione all'impatto energetico e ambientale) che vedano come soggetto beneficiario diretto il Comune Capofila ove finalizzati alla riduzione di esternalità negative dell'area in cui sono presenti gli spazi sfitti oggetto del progetto.</li> <li>• <b>Intervento 3. Animazione e marketing:</b> spese per iniziative e produzione di materiali finalizzati alla promozione di prodotti e dell'offerta turistica, commerciali e di servizi; spese per qualificati allestimenti culturali, eventi creativi, di attrazione e di informazione; spese per interventi sulla multicanalità nella distribuzione commerciale e per il commercio elettronico, il marketing e la fidelizzazione; spese per eventi di animazione finalizzati allo sviluppo di reti di servizi e dell'attrattività; spese per l'immagine coordinata.</li> </ul>
<p><b>OBIETTIVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Contrasto</u> all'indebolimento e alla desertificazione delle attività commerciali (e di servizi) nelle aree urbane;</li> <li>• <u>incentivo</u> alla creazione di forme organizzate di rigenerazione del tessuto commerciale in area urbana generate dal basso;</li> <li>• <u>sperimentazione</u> di forme di rigenerazione urbana basate sul commercio come leva di riqualificazione e di attrattività;</li> <li>• <u>promozione</u> di iniziative emblematiche di recupero degli spazi sfitti di piccola dimensione a destinazione commerciale e artigianale delle aree caratterizzate da un consistente indebolimento dell'offerta commerciale nei Distretti Urbani del Commercio (DUC).</li> </ul>

Centro Internacional de Cultura Contemporánea Tabakalera (San Sebastian, E), #EgiaMapa – progetto di riattivazione degli spazi sottoutilizzati all'interno del quartiere Egia, sviluppato all'interno del programma Transitoak, nel quale il Centro Culturale Tabakalera ha supportato una serie di riflessioni sulla necessità di trovare nuovi spazi per lo sviluppo delle sue attività, 2013-2015.

<p><b>CONTESTO (ELEMENTI DI INNOVAZIONE)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mappatura collaborativa:</b> il progetto, sviluppato dal collettivo Paisaje Transversal nel 2013-2015, prevedeva la costruzione di una <u>mappa/catalogo degli spazi sottoutilizzati</u> e/o legati a <u>funzioni dismesse sia pubblici che privati</u> del quartiere come primo passo per la loro ri-attivazione. Si trattava di un processo partecipativo di riconoscimento del potenziale degli spazi esistenti come possibile sede di funzioni economiche, culturali e sociali sviluppato insieme agli abitanti del quartiere.</li> <li>• <b>Protocolli di riattivazione:</b> una volta individuati gli spazi disponibili, il progetto prevedeva la localizzazione di diversi tipi di attività in funzione delle necessità degli <u>attori locali interessati</u> (Comune, Centro Culturale, imprese private, start up, agenti socio-culturali, ecc.), tramite una serie di <u>"protocolli di attivazione"</u> predisposti appositamente e che riguardavano locali commerciali privati, edifici e spazi al piano terra di proprietà pubblica, spazio pubblico pedonale (le piazze) e carrabile (gli assi viari).</li> <li>• <b>Urbanistica adattativa:</b> il progetto è marcato da una riflessione sulla riattivazione di spazi urbani (sia privati che pubblici) e sulle opportunità della loro integrazione nel tessuto della città consolidata. Il processo, legato alle esperienze sviluppate da Marcus Westbury e al fenomeno del "<i>meanwhile urbanism</i>", riguarda la progressiva rioccupazione di locali ed edifici esistenti ma dismessi con tempi e modalità diverse, in funzione della capacità economica e di progettazione degli attori interessati all'acquisizione di uno spazio.</li> </ul>
<p><b>PERIMETRO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mappatura degli spazi dismessi ed i progetti per la loro attivazione hanno interessato il quartiere Egia della città di San Sebastian, così come individuato nei suoi documenti di pianificazione (<i>Plan General de Ordenación Urbana</i>)</li> </ul>

## TEMI PROGETTUALI


- **Azione 1. Costruzione di una mappa partecipativa:** con questo processo si è inteso identificare, visualizzare e mettere a sistema gli spazi del quartiere disponibili e quelli che manifestavano la necessità di una ri-attivazione. Insieme a questo primo aspetto, la mappa descriveva le attività culturali già presenti nell'ambito, così come la rete degli agenti culturali, le filiere legate alle produzioni creative, e i luoghi del consumo (geografia delle attività commerciali). Questa azione è stata sviluppata ricorrendo a strategie partecipative, che prevedevano laboratori e workshop aperti (che hanno coinvolto soggetti locali), questionari somministrati ad utenti dei servizi e delle attività commerciali del quartiere ed eventi pubblici dedicati agli abitanti.



- **Azione 2. Predisposizione di una "cassetta degli attrezzi" per la riattivazione degli spazi sfitti:** una volta tracciato un quadro spaziale che tenesse conto delle opportunità e del potenziale dell'area, nel progetto si è dovuto riflettere su come avviare le diverse azioni previste. Per questo, sono stati predisposti quattro "protocolli di attivazione" che tengono conto delle necessità del quartiere, ma anche delle normative, dei passaggi burocratici e degli aspetti gestionali collegati all'insediamento di attività economiche all'interno dei diversi spazi disponibili.

## OBIETTIVI

- individuazione di locali ed edifici disponibili alla rigenerazione all'interno del tessuto consolidato di un quartiere;
- attivazione di sinergie fra i diversi attori locali (collettivi, start-up e imprenditori legati al mondo delle industrie culturali creative) e proprietari di immobili e locali dismessi e/o sottoutilizzati;
- localizzazione di nuove attività economiche, sociali e culturali nell'ambito del quartiere;
- sperimentazione di forme di ri-attivazione degli locali privati attraverso forme contrattuali standard e protocolli dedicati.

<p><b>CONTESTO (ELEMENTI DI INNOVAZIONE)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Una vision multisetoriale:</b> nelle intenzioni degli organizzatori, i risultati del concorso avrebbero dovuto fornire alla città una serie di elementi per ripensare la sua identità e il ruolo del suo centro come elemento caratterizzante, dotato di una originale offerta di beni e servizi, così come di un sistema di accessibilità efficiente e capace di integrare diversi tipi di traffico (pedonale, ciclistico, automobilistico). Per questo si richiedevano <u>proposte integrate</u> e coerenti, nelle quali oltre ai risultati finali, si mettessero in evidenza le <u>fasi di sviluppo dei progetti</u> e le <u>metodologie</u> necessarie a raggiungere gli obiettivi attesi.</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dismissione commerciale:</b> nel bando si riconosce il ruolo della consistente offerta di beni e servizi localizzata nel centro storico di Sittard come asset competitivo ed elemento di attrazione. Al tempo stesso, si individua la <u>dismissione commerciale come un problema urbano</u>, che non riguarda solo il settore della distribuzione, ma che può avere un impatto negativo sull'area, creando discontinuità nel sistema dei fronti, senso di insicurezza e degrado per l'intero centro storico. Per questo si è richiesto ai partecipanti di formulare alcune ipotesi per il contrasto a questo fenomeno e di suggerire soluzioni per evitare la chiusura delle attività e, al tempo stesso, recuperare quelle già dismesse.</li> </ul>
<p><b>PERIMETRO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'area di intervento prevista nel bando comprende il centro storico della città di Sittard. È discrezione dei partecipanti la definizione di una specifica area di progetto, la scelta di lavorare su più situazioni urbane ed edifici o quella di proporre un'unica soluzione per l'ambito, letto ed interpretato come unico sistema.</li> </ul>

## TEMI PROGETTUALI


- **Proposta per una visione per il centro:** il bando di concorso ha inteso suscitare la presentazione di una serie di visioni progettuali per la città di Sittard che si occupino di affrontare il tema della forte presenza di dismissioni all'interno del centro storico, inquadrando le possibili soluzioni entro una proposta strategica che riguardi il centro storico come sistema unitario.



- **Integrazione fra politiche commerciali e della mobilità:** un ulteriore elemento di riflessione all'interno del bando è quello legato alla mobilità ed alla necessità di prevedere nelle proposte soluzioni atte a favorire la coesistenza della mobilità lenta ed il traffico privato. Per questo l'obiettivo del bando è quello di suscitare proposte integrate, nelle quali le competenze legate ad ambiti settoriali (la mobilità, il traffico, ecc.) possano dar luogo a progetti complessi, in grado di fare sistema fra i caratteri del luogo e le sue potenzialità, contando anche con i progetti di sviluppo già esistenti per l'area.

## OBIETTIVI

- consolidare e rafforzare l'attrattività del centro della città in un'ottica di competizione con altre città medie dell'area (come ad esempio Maastricht);
- ricucire il tessuto urbano, ora frammentato da grandi assi viari che impediscono la continuità dei flussi pedonali e, di conseguenza, limitano la percezione del centro come ambito unitario;
- recuperare i locali commerciali esistenti, considerando il centro come luogo adatto ad ospitare funzioni economiche che prestano servizio all'intera città ed ai suoi abitanti.

<p>CONTESTO (ELEMENTI DI INNOVAZIONE)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Multidisciplinarietà del gruppo di lavoro e centralità della rigenerazione urbana:</b> nel bando di concorso si obbligano i partecipanti ad includere come consulente o come soggetto facente parte del gruppo di lavoro, un professionista esperto sui temi della "rigenerazione urbana" e dello "sviluppo locale".</li><li>• <b>Studio delle ricadute sull'economia urbana delle proposte:</b> per il concorso si richiede ai progettisti di pensare all'<u>insediamento di quelli che vengono chiamati "motori di sviluppo"</u>: funzioni capaci di creare indotto occupazionale, di <u>integrare ed innovare le filiere produttive ed economiche urbane</u> all'interno dell'ambito di azione.</li></ul>  <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Fattibilità e coerenza tecnico-economica delle soluzioni presentate:</b> uno dei criteri utilizzati dalla giuria per valutare i progetti si lega all'analisi e alla valutazione economica delle proposte, formulate in relazione ai caratteri del contesto della Città Vecchia e alle necessità rilevate dai vari gruppi partecipanti. In questa valutazione assume importanza anche la capacità di definire le priorità di intervento ed un programma di lavoro coerente. Per questo sarà importante includere nelle proposte documenti legati sia alla <u>stima dei costi</u> che alle <u>strategie di attuazione del cronoprogramma</u>. Un ulteriore riferimento all'interno del bando richiama la <u>necessità di individuazione gli strumenti normativi, amministrativi ed economico-finanziari attivabili nel processo di rigenerazione</u> come elemento di valore aggiunto della proposta (cfr. <i>Linee guida per la presentazione delle proposte</i>).</li></ul>
<p>PERIMETRO</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'area di intervento comprende la Città Vecchia di Taranto: una superficie di circa 26 ettari. Si tratta di un frammento che forma parte di un sistema urbano più ampio e per questo il bando richiede che le proposte considerino le <u>relazioni fisiche, funzionali e socio-culturali</u> di quest'area con il resto della città di Taranto, oltre che produrre approfondimenti progettuali su specifici ambiti</li></ul>

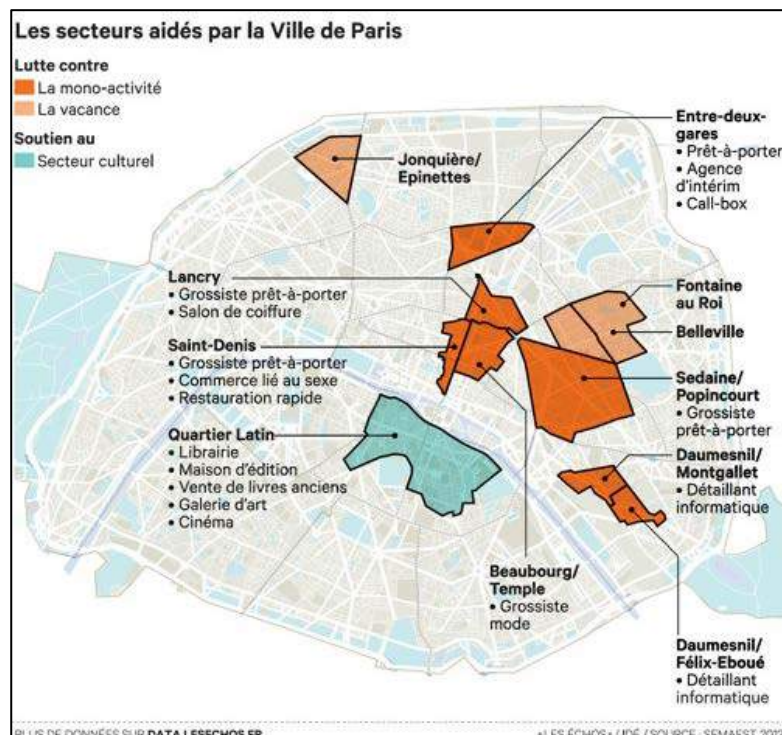
<p><b>TEMI PROGETTUALI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Il progetto urbano:</b> all'interno del bando si chiede di ripensare alla localizzazione geografica della Città Vecchia come un potenziale nodo di scambio e centralità in cui possono essere localizzate specifiche funzioni (ambiente, cultura, ricerca, etc.) che, insieme alle esistenti, permetterebbero di valorizzare il sistema delle risorse umane e la qualità urbana. La proposta deve fare propria questa vision agendo sul rafforzamento delle funzioni collettive e delle componenti urbane materiali e immateriali. I progetti dovrebbero riuscire a rafforzare il ruolo di spazio centrale dell'area di intervento, così come le sue caratteristiche <u>mixité funzionali e sociali</u>, tenendo come riferimento anche alla <u>qualità percettiva degli spazi</u> e la natura e l'orografia dei luoghi.</li> <li>• <b>Il rapporto con il contesto storico-geografico:</b> il concorso sottolinea come la rivitalizzazione del tessuto storico e del rapporto fondante tra l'Isola e il mare debbano essere considerati un asset per la città non solo sul piano urbanistico, ma anche sul piano del <u>valore storico, socio-ambientale, commerciale, turistico, artigianale e di aggregazione sociale</u>. Per questo si chiede alle proposte di rispondere a due istanze diverse tra loro ma complementari: la conservazione delle antiche memorie e la trasformazione del territorio per adattarlo alle necessità della società contemporanea.</li> <li>• <b>Lo spazio pubblico:</b> nel processo di rigenerazione urbana integrato richiesto dal bando, gli spazi aperti non svolgono un ruolo accessorio ma, al contrario, devono essere trattati come ambiti privilegiati di intervento. Gli <u>spazi pubblici, gli spazi di relazione, i vuoti urbani, i simboli della centralità, e le icone dell'identità locale</u> devono integrarsi e, dove possibile, essere teatro dell'innovazione progettuale. Il progetto può anche essere considerato come una messa a sistema degli spazi medesimi, anche in considerazione delle funzioni pubbliche e private che vi si affacciano.</li> <li>• <b>Rivitalizzazione economica, sociale ed ecologica:</b> si richiede alle proposte di introdurre elementi di innovazione urbana, orientate alla green economy, ai principi della sostenibilità e alla qualità dell'abitare, anche integrando l'utilizzo delle tecnologie ICT. I progetti devono studiare l'accessibilità dell'area (dotazione infrastrutturale per la mobilità pubblica e privata) ed incentivazione la mobilità lenta.</li> </ul>
--------------------------------	--

<p><b>OBIETTIVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>comporre una strategia di rigenerazione urbana completa e sostenibile</u> dal punto di vista economico, sociale e ambientale;</li> <li>• <u>rivitalizzare e rigenerare urbanisticamente un tessuto urbano consolidato</u>, attraverso la definizione di un sistema integrato e coerente di interventi di riqualificazione urbana;</li> <li>• <u>contribuire al miglioramento complessivo della città di Taranto</u>, in termini di vivibilità e di immagine, e di ridisegnarne, in uno scenario di medio lungo periodo, ruolo e funzioni nel quadro complessivo di crescita e sviluppo.</li> </ul>
-------------------------	--

Comune di Parigi (F), *Programma Vital'Quartier* – Azione sviluppata in collaborazione fra il Comune di Parigi e la società SEMAEST (*Société d'Economie Mixte d'Animation Economique au Service des Territoires*), per la rivitalizzazione del tessuto commerciale ed economico di alcuni distretti della città, dal 2004 ad oggi

<p><b>CONTESTO (ELEMENTI DI INNOVAZIONE)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Studio e produzione di informazione e conoscenza:</b> le politiche e le azioni sviluppate all'interno del programma si basano su di una solida base di studi e conoscenza dell'ambito di studio e delle dinamiche che lo interessano. I distretti del commercio su cui sono state avviate le azioni sono <u>ambiti discreti del territorio, definiti dopo un lavoro di studio e monitoraggio</u> del settore svolto su incarico del Comune di Parigi in accordo con gli amministratori locali dall'APUR, laboratorio di ricerca dell'Agence Parisienne d'Urbanisme. Una volta selezionati gli ambiti di intervento, SEMAEST dà mandato a Gruppi Tecnici Locali appositamente costituiti di definire i punti di maggior interesse sugli assi commerciali, così come di <u>monitorare lo stato di degrado dei locali sfitti ed il mercato immobiliare</u> legato ai locali commerciali nell'area. Questo contatto locale è indispensabile per avere coscienza delle pratiche dei commercianti (temi del carico/scarico merce, sosta, orari d'apertura, associazioni locali, ecc.) e dei consumatori, e permette di costruire un patrimonio informativo utile ed aggiornato per gli operatori intenzionati ad avviare nuove attività imprenditoriali nei locali messi a disposizione del programma.</li> <li>• <b>Ruolo attivo dell'operatore pubblico e creazione di una partnership pubblico-privata:</b> l'attuazione del programma è possibile grazie al <u>protagonismo attuato dall'ente pubblico</u> attraverso la costituzione di una società a capitale misto -la SEMAEST- e la sottoscrizione di una Convention Publique d'Aménagement, accordo che permette all'ente pubblico di controllare le azioni della SEMAEST e di delegare dei suoi poteri come, per esempio, il <u>diritto di prelazione nell'acquisizione dei locali sfitti</u>. SEMAEST ha il potere di ricevere e gestire fondi sia pubblici che privati con l'obbligo di riferire delle sue azioni all'ente pubblico che la finanzia, anticipando i fondi necessari all'attuazione del programma, anche sotto forma di beni immobiliari che saranno poi recuperati attraverso i canoni di locazione e/o la vendita dei locali una volta re-immessi sul mercato.</li> </ul>
<p><b>PERIMETRO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gli interventi si sono sviluppati all'interno di diversi distretti urbani del commercio localizzati all'interno della città di Parigi; questi sono stati selezionati attraverso un processo di concertazione che ha visto coinvolti il livello di governo municipale e quello dei quartieri (<i>arrondissement</i>).</li> </ul>

- Locali sfitti:** Una volta in possesso delle informazioni necessarie alla comprensione delle potenzialità del distretto, il programma Vital'Quartier prevede due possibili azioni per la gestione dei locali sfitti, legate alla possibile acquisizione degli immobili. Se il locale è in vendita, il proprietario viene contattato per l'acquisto da parte del programma mediante fondi dedicati. In presenza di un'offerta precedente presentata da un privato, è previsto che la SEMAEST possa fare valere il suo diritto di prelazione. Allo stesso tempo, è prevista la possibilità di stipulare un protocollo d'intesa che prevede la proposta di un accordo con i futuri proprietari, che s'impegnano a mantenere la destinazione d'uso commerciale del locale, in cambio di non far valere il diritto di prelazione sull'acquisto. Quando il proprietario del locale non fosse intenzionato a cederne la proprietà ma solo all'affitto dell'immobile, è possibile proporre al proprietario un contratto d'affitto commerciale "3/6/9" (contratto d'affitto classico che si svolge sul periodo di tre, sei o nove anni), con una clausola che specifica la possibilità di affitto ad una terza entità. Per i locali di proprietà pubblica è prevista la possibilità di usufruire di un comodato d'uso (enfiteusi) che prevede una durata variabile, spesso di 25 anni. I locali gestiti dal programma sono ristrutturati con l'obiettivo di valorizzazione il contesto di offerta locale. Tramite questi lavori, effettuati da imprese contattate direttamente da SEMAEST, si allestisce il punto vendita dove si insedierà l'attività commerciale. Per quelle attività che richiedono l'introduzione di particolari macchinari o strutture (come le macellerie o le panetterie), il programma prevede un ulteriore aiuto finanziario per favorire l'insediamento degli operatori.



- Insediamiento di attività economiche all'interno degli spazi sfitti:** una volta ri-allestito il locale, il programma si fa carico della ricerca di un nuovo conduttore, pubblicando mensilmente un apposito elenco dei negozi sfitti e diffondendolo attraverso

canali istituzionali (Camera del Commercio, Camera dei Mestieri, Amministrazioni pubbliche di quartiere e Bulletin Municipal Officiel de la Ville de Paris) e segnalandolo direttamente nel punto vendita, attraverso cartelli e vetrofanie. Il Comité d'Investissement et d'Attribution legato agli amministratori pubblici del quartiere effettua una selezione fra le candidature pervenute, focalizzandosi soprattutto sulle prospettive finanziarie dell'attività ipotizzata, il settore merceologico e/o la tipologia di attività che si intende svolgere all'interno del locale. Il prezzo del canone di locazione è definito in funzione del prezzo d'acquisto del locale e del suo ammodernamento, dell'appetibilità commerciale della strada e dal tipo di attività che si insedierà nel punto vendita. Il conduttore sarà esente del prezzo del affitto i primi tre mesi, non deve pagare nessun diritto d'avviamento e l'affitto può essere incrementato dopo il primo anno di locazione, in funzione dell'andamento del mercato. Il programma prevede anche un supporto all'attività imprenditoriale del conduttore durante tutto il tempo del programma Vital'Quartier, che prevede la sua integrazione nelle reti ed associazioni esistenti, la formazione, l'accesso a diversi servizi (audit, gestione d'impresa, strategie commerciali, etc...), il supporto nella ricerca di fondi, la possibilità di usufruire di attività di marketing e di animazione, attraverso l'appartenenza al Club'Vital'Quartier.



La Petite Cagette (11\*)



Viande et Chef (10\*)



Chelsea store (12\*)



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Re-immissione del locale sul mercato:</b> alla scadenza del contratto di locazione e/o comodato d'uso fra SEMAEST e l'operatore commerciale, il locale viene re-immesso sul mercato. A questo punto si aprono quattro alternative possibili: <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) la acquisizione del locale da parte del commerciante. Si tratta della soluzione privilegiata all'interno del programma ma spesso difficile da sopportare economicamente da parte del conduttore;</li> <li>(ii) acquisizione del locale da parte della Foncière Paris-Commerce;</li> <li>(iii) acquisizione del locale da parte di soggetti terzi (soluzione poco praticata a causa dell'instabilità dei valori immobiliari che possono influire negativamente sulla continuità dell'attività commerciale).</li> <li>(iv) l'ultima opzione è quella in cui il locale viene assegnato al Comune di Parigi, previo rimborso dei fondi investiti alla SEMAEST per le azioni previste nel programma.</li> </ul> </li> </ul>
--	--

<b>OBIETTIVI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>riqualificare i tessuti urbani contrastando la dismissione commerciale</u> come fenomeno non solo economico, ma anche come fattore decisivo per la vivibilità e la sicurezza urbane e la qualità della vita dei suoi abitanti;</li> <li>● <u>rafforzare i sistemi d'offerta esistenti</u>, agendo in modo differenziato con strategie legate alle potenzialità dei singoli contesti: in alcuni casi si sceglie di favorire la specializzazione di un'area, in altri si contrasta la mono-funzionalità delle attività economiche insediate, a volte si salvaguardano i punti-vendita di determinate merceologie o specifici format;</li> <li>● <u>sostenere la funzione commerciale come sistema di attività che offrono servizi di prossimità rivolti agli abitanti dei contesti nei quali sono insediati</u>. Si intende in questo senso supportare la vitalità delle funzioni economiche insediate ai piani terra degli edifici: attività del commercio, della somministrazione, quelle artigianali e del terziario direzionale sono considerate anche in funzione del loro ruolo per l'occupazione, per il presidio di ambiti semi-periferici e capaci di dotare di specifiche identità ampi brani della periferia parigina.</li> </ul>
------------------	--

## 4.2. Concorso di progettazione urbana per la valorizzazione integrata del sistema piacentiniano della città bassa di Bergamo

### Strategia complessiva

Il concorso rappresenta una concreta opportunità per prefigurare diversi scenari possibili di riconfigurazione morfologica e funzionale del centro piacentiniano, e si presenta come laboratorio di sperimentazione nel quale si potrebbe operare senza definire aprioristicamente alcun limite funzionale.

Per questa motivazione, un valore aggiunto dello studio svolto sulle geografie dell'offerta e sulle premialità urbanistiche finalizzate al consolidamento e al rilancio attrattivo delle quattro polarità distrettuali, è quello di contribuire a creare, dal punto di vista regolativo, le condizioni di contesto per l'effettiva realizzazione di alcuni dei progetti che verranno proposti. Orientate al lavoro sullo spazio pubblico e all'incremento della qualità urbana dell'area, le proposte potrebbero permettere la costruzione di una nuova relazione fra le future funzioni insediate in alcuni dei contenitori presenti e le aree in cui sono inseriti, ma anche quella di alcuni focus sul funzionamento del Distretto Urbano del Commercio "DUC Centro" nel suo complesso e sul possibile ruolo giocato dentro di esso dal sistema piacentiniano, tenendo in considerazione anche il contributo attivo che la cabina di regia del DUC di Bergamo ha deciso di voler assumere all'interno delle future decisioni sulla città.

Il concorso di progettazione urbana per la valorizzazione integrata del Sistema piacentiniano della città bassa di Bergamo si colloca nel contesto metodologico dei recenti studi promossi dall'Amministrazione comunale in occasione della Variante al Piano di Governo del Territorio sulla regolazione dei quattro ambiti distrettuali urbani di Bergamo orientati – in coerenza con i *motivi imperativi di interesse generale*<sup>48</sup> introdotti dalla Direttiva Servizi 2006/123/CE – alla definizione di premialità urbanistiche per il rilancio delle attività economiche urbane attraverso la definizione della *Zona da sottoporre a tutela*<sup>49</sup> individuabile all'interno del Distretto Urbano del Commercio "Centro" riconosciuto nel 2008 da Regione Lombardia.

---

<sup>48</sup> Come definiti dal D.Lgs. 59/2010, art. 8, comma 1, lett. h) e dalla L.R. Lombardia n. 6/2010, art. 4, comma 1.

<sup>49</sup> Come definita dal D.Lgs. 59/2010, art. 64, comma 1 e dalla L.R. Lombardia n. 6/2010, art. 4bis.

## SINTESI DEI CONTENUTI QUALITATIVI

<b>CONTESTO (ELEMENTI DI INNOVAZIONE)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sistema Piacentiniano come "Zona da sottoporre a tutela"</b> (ai sensi della <i>Direttiva Servizi e del D.Lgs. 59/2010</i>): ambito di regolazione urbanistica che, in riferimento all'insediamento di nuove attività economiche urbane e ai <i>motivi imperativi di interesse generale</i>, è finalizzato al miglioramento della funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali e al contrasto al degrado urbano, tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico</li></ul>
---	--

<b>PERIMETRO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• "Grandi contenitori" (<i>Ambito di regolazione del sistema commerciale urbano, Variante al Piano delle Regole, mappa allegata</i>)</li></ul>
------------------	--

<b>TEMI PROGETTUALI</b>	<p>Viene richiesta la restituzione di un <i>Concept Plan</i> caratterizzato da una forte complementarietà tra scale differenti di intervento e da una concreta integrazione dei seguenti quattro temi progettuali:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b><u>Distrettualità</u></b>: definizione del ruolo dei distretti urbani quali strumenti di governance e di regolazione urbanistica, intesi come campi attivi di sperimentazione di politiche plurisettoriali di valorizzazione integrata del tessuto urbano.</li><li>• <b><u>Riuso</u></b>: capacità di mobilitare il patrimonio edilizio ed urbanistico esistente in processi di riuso, sia in termini di gestione unitaria e coordinata, sia in una prospettiva di rafforzamento competitivo dell'ambito storico centrale del Sentierone;</li><li>• <b><u>Centralità urbana</u></b>: progettualità orientata alla rigenerazione di urbanità e di tempo collettivo attraverso <u>ibridazione e complementarietà</u> tra servizi di prossimità, attività legate a cultura, formazione, produzione creativa, l'accessibilità pubblica e la mobilità ciclo-pedonale;</li><li>• <b><u>Qualità degli spazi collettivi e integrazione con il contesto urbano</u></b>: caratterizzazione e capacità attrattiva dello spazio pubblico nel suo grado di flessibilità e dinamicità urbana intese come elementi di raccordo e di continuità con la città esistente.</li></ul>
-------------------------	---

## OBIETTIVI

- **Sperimentazione di forme di rigenerazione urbana** basate sulla relazione tra il contesto storico urbano di prossimità e le future funzioni insediabili in alcuni dei grandi contenitori dismessi del Sistema piacentiniano (es. nuovi formati “ibridi” di offerta, medie e grandi strutture di vendita, ricettività alberghiera, esercizi di somministrazione, servizi pubblici e privati di prossimità)
- **Riqualificazione degli spazi urbani aperti e delle “piazze e aree pubbliche pavimentate” del Sistema piacentiniano** in un’ottica di progettualità integrata (*placemaking*), in stretta sinergia con il ridisegno degli spazi di fruizione pedonale e di connessione con gli ambiti di accessibilità pubblica e privata
- **Qualificazione e incremento dell’attrattività e competitività dell’ambito urbanistico “Grandi Contenitori”** attraverso un intervento innovativo di recupero e di riutilizzo degli spazi sfitti e immobili dismessi o in via di dismissione.

## CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE

La valutazione del livello di competenza dei gruppi interdisciplinari di lavoro proponenti e dell’adeguatezza delle proposte progettuali presentate sarà basata su criteri qualitativi e orientati alla selezione dell’ipotesi più solida dal punto di vista sia spaziale (architettura/urbanistica) che economico-gestionale. Per questo, nella procedura si terrà conto di:

### A) Valutazione del gruppo di lavoro:

- Presenza di figure esperte nei temi della rigenerazione urbana e dello sviluppo locale come condizione necessaria alla partecipazione al concorso - Livello di interdisciplinarietà del gruppo di lavoro redattore della proposta; al suo interno i componenti dovranno avvalersi di competenze legate a più settori disciplinari, fra cui quelli dell’architettura e dell’urbanistica, dell’economia e gestione urbana.

### B) Valutazione della proposta presentata:

#### ASPETTI STRATEGICI

- Rispondenza agli obiettivi di rigenerazione del Sistema Piacentiniano e di promozione di iniziative tese all’innovazione nell’uso degli spazi aperti e nel ri-utilizzo dei grandi contenitori esistenti. Le proposte progettuali dovranno essere integrate ad azioni di contrasto all’indebolimento e alla desertificazione degli ambiti urbani esistenti attraverso la definizione di un mix di funzioni e di attività economiche urbane capaci di favorire la coesione sociale e il rafforzamento dell’offerta esistente. Per questo i progetti dovranno considerare le attività economiche urbane come leva di riqualificazione e di attrattività per l’ambito. Inoltre si terrà conto della capacità delle proposte di attivare sinergie fra nuovi investitori, attori locali e le proprietà immobiliari;

- Capacità di intercettare i temi e le suggestioni proposte e di declinarle all'interno della zona da sottoporre a tutela dei "Grandi contenitori" attraverso strategie progettuali di riuso di spazi sfitti e dismessi presenti, da realizzarsi incentivando l'insediamento al loro interno di attività economiche (commerciali, del turismo e dell'artigianato di servizio) ripensando, in chiave integrata, anche gli spazi pubblici con interventi volti a migliorarne la funzionalità, la fruibilità e l'impatto visivo.

- Coinvolgimento di attori locali (come ad esempio proprietari e operatori immobiliari dell'area, amministratori condominiali, soggetti pubblici e privati fortemente attivi, grandi imprese, Fondazioni, banche) all'interno del progetto e capacità di attivazione di investimenti privati anche in considerazione dei risultati ottenuti attraverso la partecipazione del Comune di Bergamo al bando *STO@ 2020 - Successful Shops in Town-centers through Traders, Owners & Arts Alliance* della Regione Lombardia.

#### ASPETTI TECNICI

- Presenza nella proposta di una visione multisetoriale, attraverso cui fornire al Comune di Bergamo una serie di elementi per ripensare l'identità del Sistema Piacentiniano e il suo ruolo di elemento di attrattore per abitanti ed investitori, di spazio adatto ad ospitare funzioni economiche che prestano servizio all'intera città ed ai suoi abitanti e di ambito caratterizzante la Città Bassa e, più in generale, la Città di Bergamo.

- Predisposizione di approfondimenti specifici per ogni intervento progettuale da allegare alla proposta, attraverso i quali specificare le modalità di ri-attivazione degli spazi, le tempistiche previste e le fasi di attuazione, la fattibilità tecnico-economica degli interventi e la loro sostenibilità nel medio-lungo termine, anche in riferimento alla strumentazione urbanistica, normativa e finanziaria vigente per l'ambito di regolazione dei "Grandi contenitori" ed alle opportunità fornite dal bando *STO@* della Regione Lombardia. Le proposte così formulate dovrebbero esplicitare un quadro chiaro delle ricadute territoriali (occupazionali, economiche e sociali) delle azioni previste.

- Inclusione di un adeguato apparato cartografico degli interventi previsti all'interno della proposta, che consideri gli spazi sottoutilizzati e/o legati a funzioni dismesse (sia pubblici che privati) dell'ambito dei "Grandi contenitori" attraverso cui si documenta il riconoscimento del potenziale degli spazi esistenti, a partire dagli sfondi conoscitivi ed interpretativi forniti con il bando (v. Allegati). Gli elaborati prodotti dovrebbero descrivere la realtà esistente delle funzioni (attività economiche, spazi pubblici e edifici esistenti) coinvolte nel progetto e tutti gli elementi (reti, sistemi, ecc.) interessati dalle azioni previste.

- Possibile inclusione all'interno delle proposte di interventi integrati di animazione e marketing urbano e territoriale che prevedano azioni finalizzate alla promozione dell'offerta turistica, commerciale e dei servizi, ad allestimenti culturali ed eventi finalizzati allo sviluppo di reti di servizi e dell'attrattività urbana.

## SFONDI CONOSCITIVI E INTERPRETATIVI

- *Studio e ricerca relativi alla struttura commerciale nell'ambito urbano del sistema piacentiniano della città bassa di Bergamo*, URB&COM Lab Politecnico di Milano, marzo 2016
- *Studio dell'accessibilità al DUC Centro Bergamo, Valutazione della sosta e dell'accessibilità*, ATB Mobilità Spa - Steer Davies Gleave, maggio 2016
- *Distretto Urbano del Commercio di Bergamo: vissuto e comportamento d'acquisto*, Tradelab, febbraio 2016.
- *Variante al PGT vigente, Piano delle Regole, Comune di Bergamo, in corso di formazione.*

## GLOSSARIO

**Distretto urbano del commercio (polarità distrettuale):** le aree di rilevanza comunale dove i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali<sup>50</sup>. All'interno del Piano delle Regole del Comune di Bergamo, il Distretto Urbano del Commercio è considerato un ambito di regolazione urbanistica ed è articolato in quattro polarità distrettuali: Centro, Borgo Palazzo, Santa Caterina-Pignolo, Città alta.

**Motivi imperativi di interesse generale:** le ragioni di pubblico interesse, quali la tutela dei consumatori e dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, dell'ordine pubblico, della sicurezza pubblica, dell'incolumità pubblica, della sanità pubblica, della sicurezza stradale, dei lavoratori compresa la protezione sociale dei lavoratori, dei destinatari di servizi, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela della salute degli animali, della proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale<sup>51</sup>.

**Zone da sottoporre a tutela:** ambiti di regolazione urbanistica che, in riferimento all'insediamento di nuove attività commerciali e ai motivi imperativi di interesse generale, sono finalizzati al miglioramento della funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali e al contrasto al degrado urbano, tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico<sup>52</sup>.

<sup>50</sup> L.R. 6/2010, art. 5.

<sup>51</sup> D.Lgs. 59/2010, art. 8, comma 1, lett. h); L.R. 6/2010, art. 4, comma 1.

<sup>52</sup> D.Lgs. 59/2010, art.64, comma 1 e dalla L.R. 6/2010, art. 4bis.

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Biallo G. (2015), *Dati Geografici Aperti – Istruzioni per il Ri-uso*, Associazione OpenGeoData Italia, Roma.
- Borzi M., Vuistiner N. (2014), *L'occupazione di suolo pubblico nelle somministrazioni di alimenti e bevande*, Roma, Susil Edizioni.
- Brunetta G., Morandi C. (2009), *Polarità commerciali e trasformazioni territoriali. Un approccio interregionale*, Alinea Editrice, Firenze
- Bruzzese A., Tamini L. (2014), *Servizi commerciali e produzioni creative*, Milano, Bruno Mondadori.
- Carpentieri P. (2014), "Il decoro urbano. Il problema degli usi e della conservazione dei centri storici. I beni culturali e la normativa urbanistica", *Atti convegno Il territorio tra tutela e trasformazione*, Consiglio di Stato, Ufficio Studi, Roma, 24-25 novembre 2014.
- Cavoto G. (2014), *Demalling. Una risposta alla dismissione commerciale. A Response to the demise of retail buildings*, Rimini, Maggioli.
- Comune di Bergamo (2015), *Aggiornamento del contributo di costruzione ai sensi della LR 12/2005*, novembre.
- Comune di Bergamo (2014), *Piano dei chioschi e delle edicole – Relazione di Piano* (agg. 2015)
- Comune di Bergamo (2014), *Piano delle fiere e delle sagre – Relazione di Piano*
- Comune di Bergamo (2012), *Piano dei posteggi isolati – Relazione di Piano* (agg. 2014)
- Comune di Bergamo (2011), *Piano delle aree mercatali – Relazione di Piano*
- Comune di Bergamo (2010a), *Piano di Governo del Territorio, Documento di Piano – Relazione* (agg. 2014)
- Comune di Bergamo (2010b), *Piano di Governo del Territorio, Documento di Piano –Indirizzi e criteri* (agg. 2014)
- Comune di Bergamo (2010c), *Piano di Governo del Territorio, Documento di Piano – Allegato 1* (agg. 2013)
- Comune di Bergamo (2010d), *Piano di Governo del Territorio, Piano delle Regole – Norme* (agg. 2014)
- Comune di Bergamo (2006), *Piano territoriale degli orari della città di Bergamo – Scheda Centro*
- Distretto Urbano del Commercio di Bergamo (2008), *Programma di Intervento*, Bergamo.
- Gabrielli B. (2010) "Una strategia per Bergamo" in Comune di Bergamo (2010), *Piano di Governo del Territorio, Documento di Piano – Relazione*, pag. XI
- Grossi V. (2010) "Bergamo città europea" in Comune di Bergamo (2010), *Piano di Governo del Territorio, Documento di Piano – Relazione*, pag. VII-X
- Limonta G. (2012), "Representation and analysis of retail phenomena to support urban planning policies. Some applications of the Kernel Density Estimation method in the Milan area", in Campagna M., De Montis, A., Isola F., Lai S., Pira C., Zoppi C., a cura di, *Planning Support Tools: Policy Analysis, Implementation and Evaluation. Proceedings of the Seventh International Conference on Informatics and Urban and Regional Planning INPUT2012*, Franco Angeli, Milano.
- F.I.M.A.A. (2015), *Listino dei prezzi degli immobili di Bergamo e provincia, 21° Edizione - 2015/2016*, Bergamo, La Rassegna s.r.l.
- OECD (2009), *Regulatory Impact Analysis: A Tool for Policy Coherence*, Paris.
- Pellegrini L., Zanderighi L. (2013), *Il sistema distributivo italiano. Dalla regolazione al mercato*, Bologna, il Mulino.
- Tamini L. (2015), *La regolazione dell'occupazione di spazi ed aree pubbliche nell'ambito delle attività economiche: una comparazione tra Grandi Comuni*, Rapporto di ricerca, Camera di Commercio di Milano.
- Tamini L. (2011), *Il progetto di centralità. La regolazione urbanistica degli aggregati commerciali*, Rimini, Maggioli.
- Tradelab (2016), *Distretto Urbano del Commercio di Bergamo: vissuto e comportamento di acquisto*, febbraio.

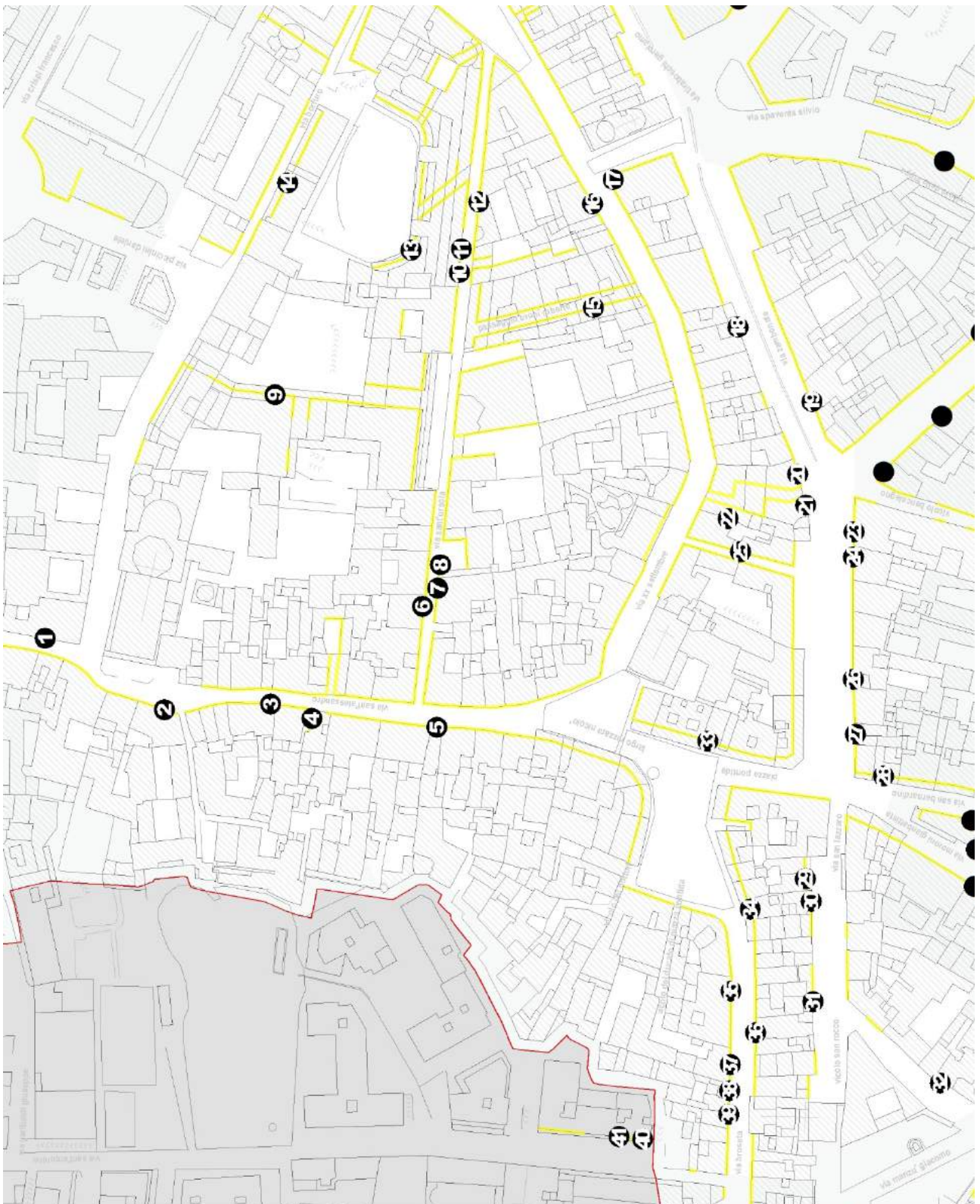
## ALLEGATO 1: ATLANTE DEGLI SPAZI COMMERCIALI SFITTI (FEBBRAIO 2016)

Il presente allegato descrive e mappa puntualmente gli spazi commerciali sfitti al febbraio 2016 suddividendoli per ambiti territoriali individuati a partire dai sistemi commerciali urbani riconosciuti e descritti nei precedenti paragrafi.

Alla mappatura dei locali sfitti è associata una tabella descrittiva riportante per ogni punto:






- Il numero identificativo progressivo ordinato per sistema commerciale urbano ("ID");
- L'indirizzo del locale sfitto ("Indirizzo" e "Civico");
- Il numero di vetrine presenti ("Numero di vetrine sfitte");
- Un'immagine fotografica ("Rilievo fotografico").

ZTL Centro – Via Borfuro



- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambiente commerciale descritto



<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
1	Via Sant'Alessandro	39	2	
2	Via Sant'Alessandro	44	1	
3	Via Sant'Alessandro	26/A	1	
4	Via Sant'Alessandro	22	4	
5	Via Sant'Alessandro	8	1	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
-----------	------------------	---------------	---------------------------------	----------------------------

6 Via Sant'Orsola 31/B 1



7 Via Sant'Orsola 18 1



8 Via Sant'Orsola 18 1













9 Via Borfuro 12/E 3













10 Via Sant'Orsola 11/B 1



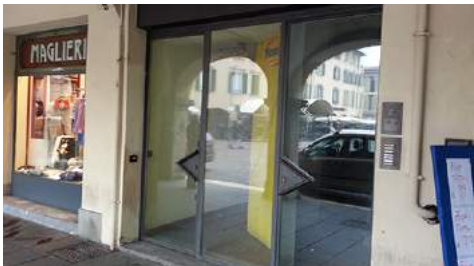









ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
11	Via Sant'Orsola	11/A	2	
12	Via Sant'Orsola	6/B	1	
13	Via Sant'Orsola	7/C	1	
14	Via Borfuro	4/F	1	
15	Passaggio Roberto	Bruni 3	3	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
16	Via XX Settembre	46	1	
17	Via XX Settembre	N.R.	2	
18	Via Zambonate	18	1	
19	Via Zambonate	49	1	
20	Via Zambonate	28	3	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
21	Via Zambonate	30	3	
22	Via XX Settembre	115	3	
23	Via Zambonate	67	2	
24	Via Zambonate	69	2	
25	Vicolo Macellerie	10	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
26	Via Zambonate	89	2	
27	Via Zambonate	99	1	
28	Via San Bernardino	2/B	1	
29	Via San Lazzaro	1/C	3	
30	Via San Lazzaro	1/D	4	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
31	Via San Lazzaro	1/Q	3	
32	Via San Lazzaro	14/A	2	
33	Piazza Pontida	9	1	
34	Piazza Pontida	21	2	
35	Via Broseta	1/B	3	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
36	Via Broseta	16	1	
37	Via Broseta	5/A	2	
38	Via Broseta	7/A	1	
39	Via Broseta	11/A	1	
40	Via Sant'Antonino	3/B	2	

41

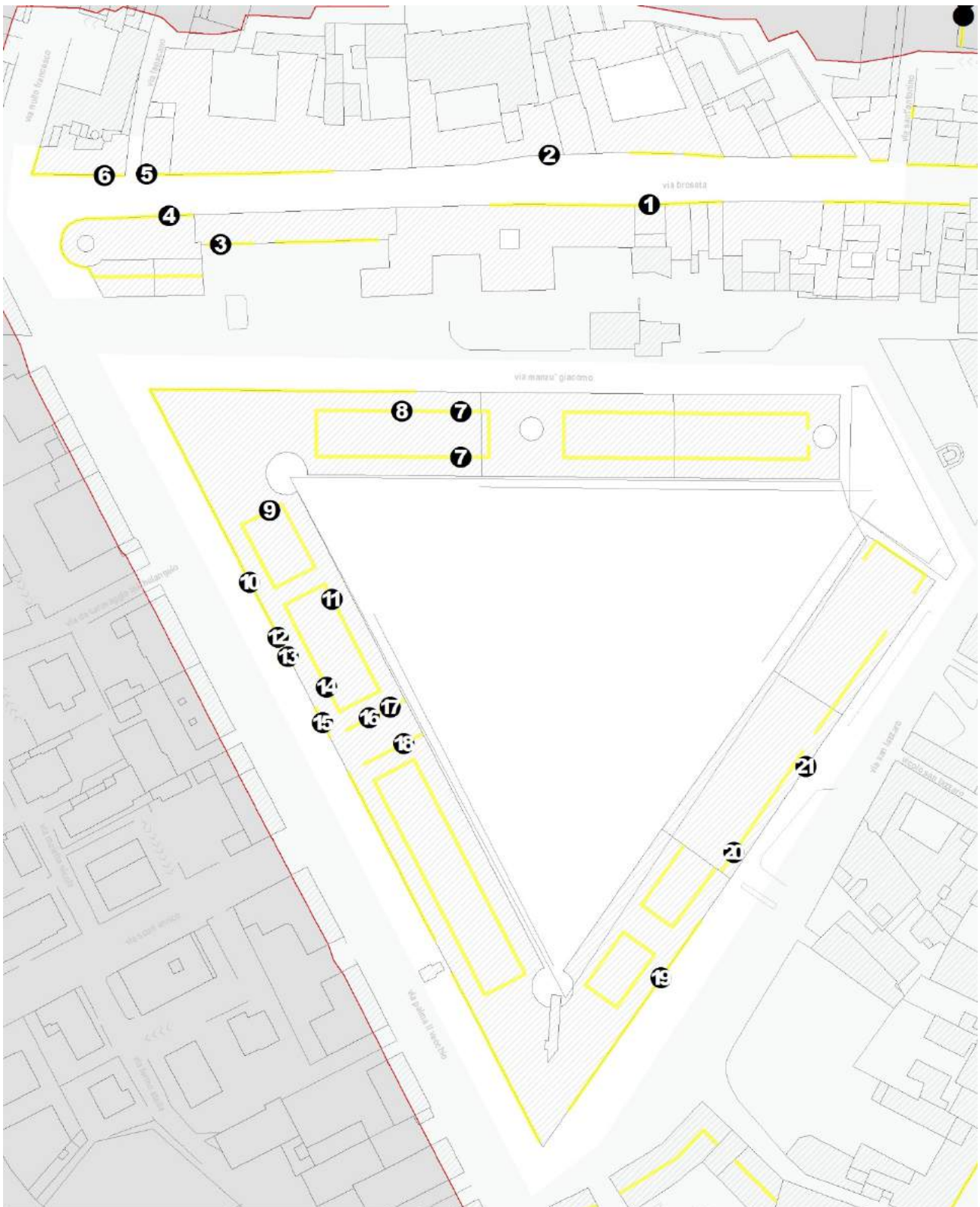
Via Sant'Antonino

3/C

2








Triangolo - Via Broseta esterna ZTL












- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambito commerciale descritto






0 10 20 30 40 50 m



<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
1	Via Broseta	50	3	
2	Via Broseta	33	1	
3	Via Broseta	56/D	7	
4	Via Broseta	56/C	2	
5	Via Broseta	47/A	1	

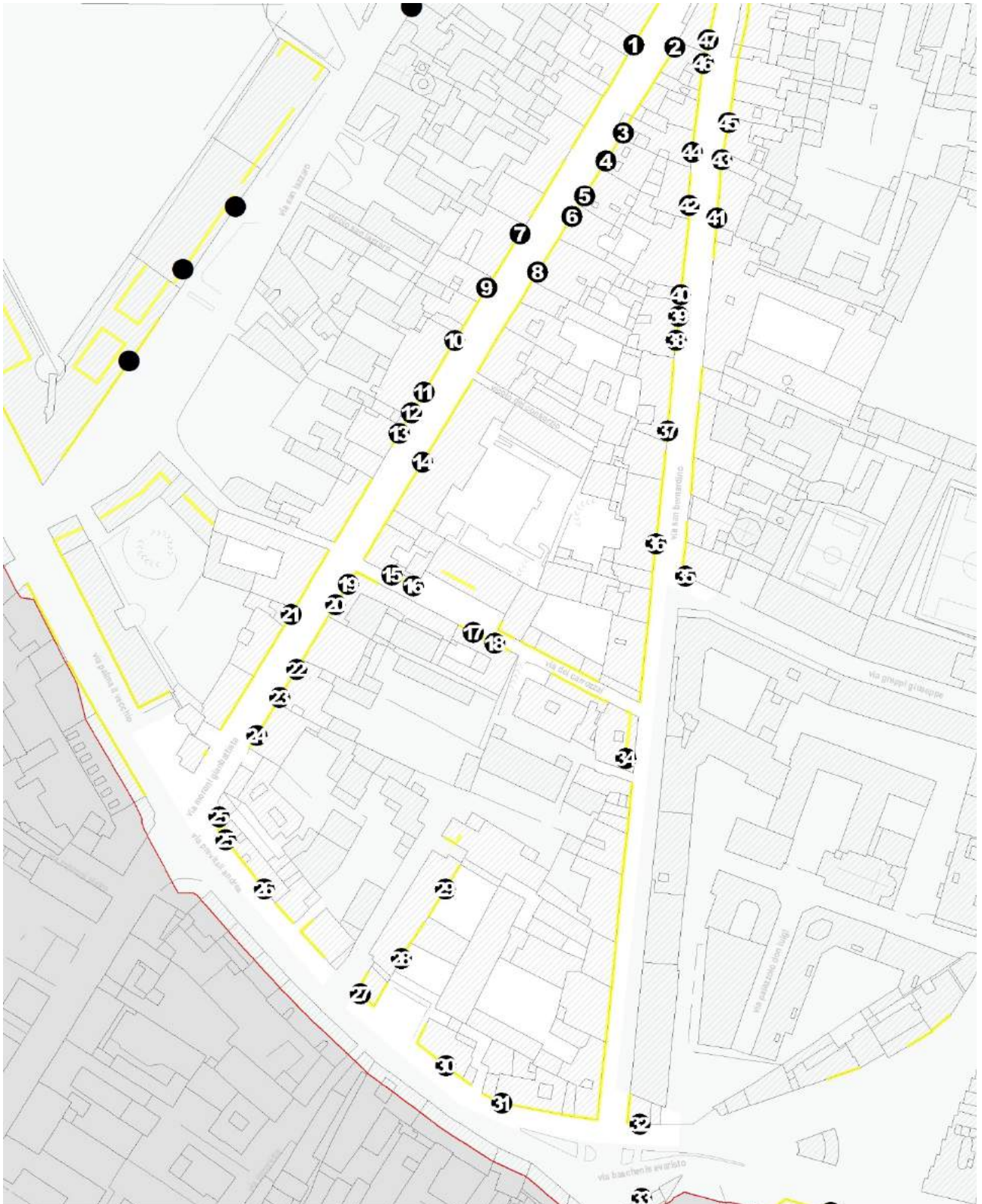
<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
6	Via Broseta	47/C	2	
7	Via Manzù Giacomo	123	4	
8	Via Manzù Giacomo	121	2	
9	Via Palma il Vecchio	83	4	
10	Via Palma il Vecchio	101	1	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
11	Via Palma il Vecchio	77	5	
12	Via Palma il Vecchio	95	1	
13	Via Palma il Vecchio	93	1	
14	Via Palma il Vecchio	71	N.R.	
15	Via Palma il Vecchio	85	1	

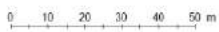
<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
16	Via Palma il Vecchio	85	3	
17	Via Palma il Vecchio	85	4	
18	Via Palma il Vecchio	49	4	
19	Via San Lazzaro	49	1	
20	Via San Lazzaro	23	2	






<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
21	Via San Lazzaro	13	2	






Via Moroni Via San Bernardino













- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambito commerciale descritto





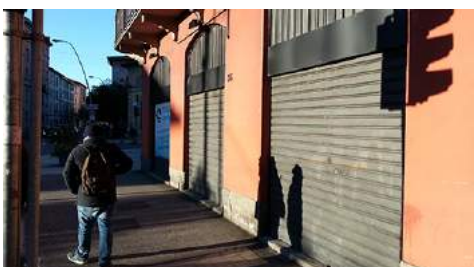







<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
1	Via Moroni Gianbattista	22	2	
2	Via Moroni Gianbattista	5	1	
3	Via Moroni Gianbattista	29	N.R.	
4	Via Moroni Gianbattista	35	N.R.	
5	Via Moroni Gianbattista	45	N.R.	





ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
6	Via Moroni Gianbattista	47	N.R.	
7	Via Moroni Gianbattista	78	N.R.	
8	Via Moroni Gianbattista	59	N.R.	
9	Via Moroni Gianbattista	90	N.R.	
10	Via Moroni Gianbattista	118	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
11	Via Moroni Gianbattista	134	1	
12	Via Moroni Gianbattista	140	1	
13	Via Moroni Gianbattista	144	1	
14	Via Moroni Gianbattista	105	2	
15	Via dei Carrozzai	2/A	1	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
16	Via dei Carrozzai	2	1	
17	Via dei Carrozzai	1	1	
18	Via dei Carrozzai	3	1	
19	Via Moroni Gianbattista	121	2	
20	Via Moroni Gianbattista	123	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
21	Via Moroni Gianbattista	168	1	
22	Via Moroni Gianbattista	135	2	
23	Via Moroni Gianbattista	141	1	
24	Via Moroni Gianbattista	143	2	
25	Via Previtali Andrea	36	4	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
26	Via Previtali Andrea	32/A	3	
27	Via Previtali Andrea	22	2	
28	Via Previtali Andrea	20	3	
29	Via Previtali Andrea	20	2	
30	Via Previtali Andrea	1/A	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
31	Via Previtali Andrea	12	1	
32	Via Palazzolo Don Luigi	100	4	
33	Via Palazzolo Don Luigi	89	4	
34	Via San Bernardino	35/B	2	
35	Via San Bernardino	48/D	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
----	-----------	--------	--------------------------	---------------------

36	Via San Bernardino	27	1	
----	--------------------	----	---	--



37	Via San Bernardino	19/C	N.R.	
----	--------------------	------	------	--



38	Via San Bernardino	15/D	1	
----	--------------------	------	---	--



39	Via San Bernardino	15/C	1	
----	--------------------	------	---	--



40	Via San Bernardino	15	1	
----	--------------------	----	---	--



ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
----	-----------	--------	--------------------------	---------------------

41	Via San Bernardino	28/A	5	
----	--------------------	------	---	--



42	Via San Bernardino	11/D	1	
----	--------------------	------	---	--



43	Via San Bernardino	24/B	1	
----	--------------------	------	---	--



44	Via San Bernardino	7/B	1	
----	--------------------	-----	---	--



45	Via San Bernardino	24	1	
----	--------------------	----	---	--



<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
-----------	------------------	---------------	---------------------------------	----------------------------

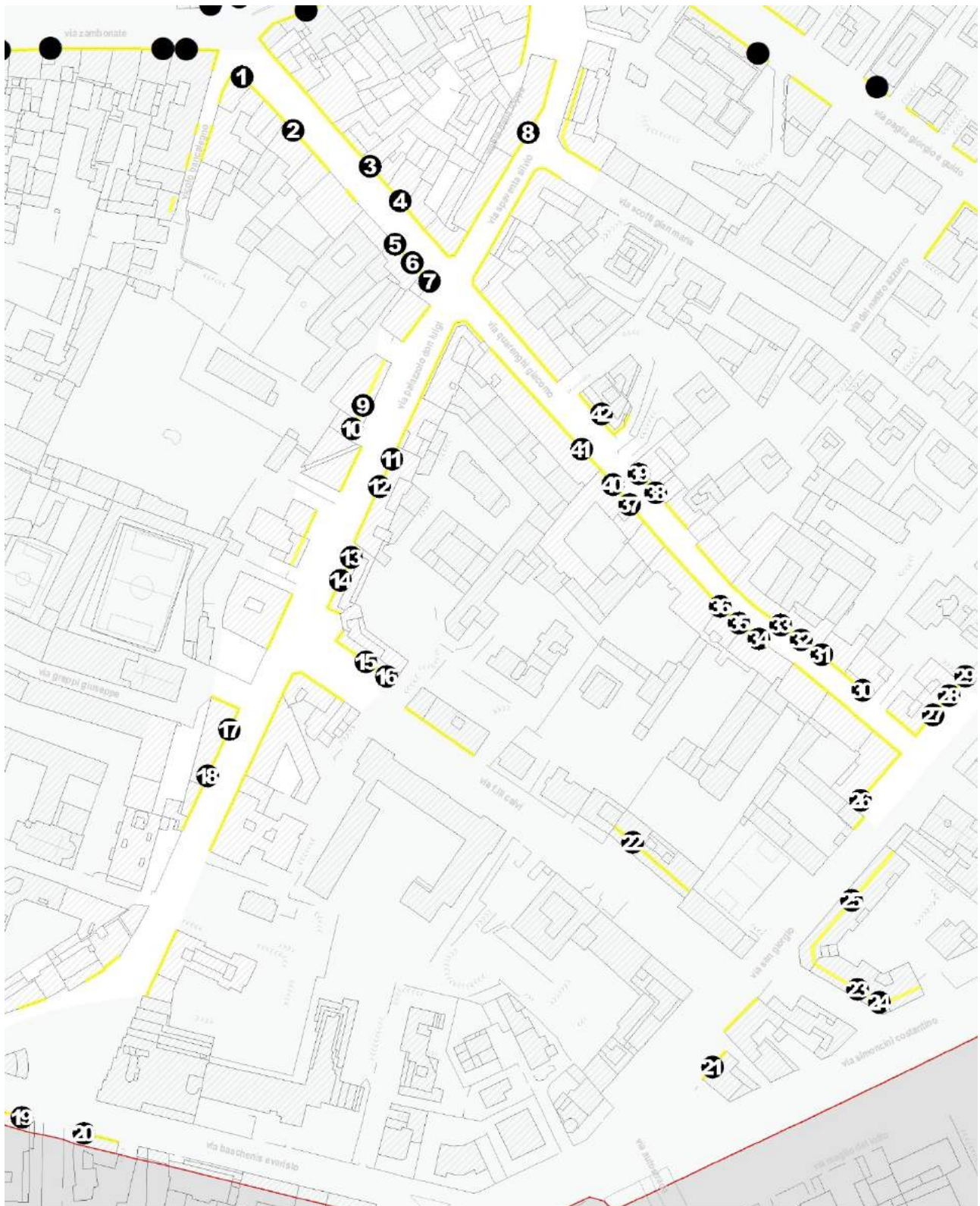
46	Via San Bernardino	1/B	1	
----	--------------------	-----	---	--



47	Via San Bernardino	1/A	3	
----	--------------------	-----	---	--








Via Palazzolo - Via Spaventa Silvio - Via Quarenghi



- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambito commerciale descritto

0 10 20 30 40 50 m



ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
1	Via Quarenghi Giacomo	1/A	6	
2	Via Quarenghi Giacomo	3/B	2	
3	Via Quarenghi Giacomo	18/A	1	
4	Via Quarenghi Giacomo	22/A	1	
5	Via Quarenghi Giacomo	15	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
----	-----------	--------	--------------------------	---------------------

6 Via Quarenghi Giacomo 17/A 1



7 Via Quarenghi Giacomo 17/C 1



8 Via Spaventa Silvio 56 1













9 Via Palazzolo Don Luigi 16/C 3













10 Via Palazzolo Don Luigi 16/D 3



ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
11	Via Palazzolo Don Luigi	23/B	1	
12	Via Palazzolo Don Luigi	23/E	1	
13	Via Palazzolo Don Luigi	25	2	
14	Via Palazzolo Don Luigi	25/B	2	
15	Via F.lli Calvi	2/F	2	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
16	Via F.lli Calvi	2/G	2	
17	Via Palazzolo Don Luigi	50	1	
18	Via Palazzolo Don Luigi	54	2	
19	Via Baschenis Evaristo	3/C	3	
20	Via Baschenis Evaristo	7	4	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
21	Via San Giorgio	14	3	
22	Via F.lli Calvi	10/D	2	
23	Via Simoncini Costantino	18	2	
24	Via Simoncini Costantino	16	2	
25	Via San Giorgio	6/E	4	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
26	Via San Giorgio	1/B	2	
27	Via Paleocapa Pietro	19	1	
28	Via Paleocapa Pietro	17	1	
29	Via Paleocapa Pietro	15	1	
30	Via Quarenghi Giacomo	50/E	2	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
----	-----------	--------	--------------------------	---------------------

31 Via Quarenghi Giacomo 50/A 1



32 Via Quarenghi Giacomo 48/D 1



33 Via Quarenghi Giacomo 48/C 1








34 Via Quarenghi Giacomo 33/D 1



35 Via Quarenghi Giacomo 33/C 1



ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
36	Via Quarenghi Giacomo	31/E	1	
37	Via Quarenghi Giacomo	25/B	1	
38	Via Quarenghi Giacomo	42	1	
39	Via Quarenghi Giacomo	42	3	
40	Via Quarenghi Giacomo	23/E	2	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
-----------	------------------	---------------	---------------------------------	----------------------------

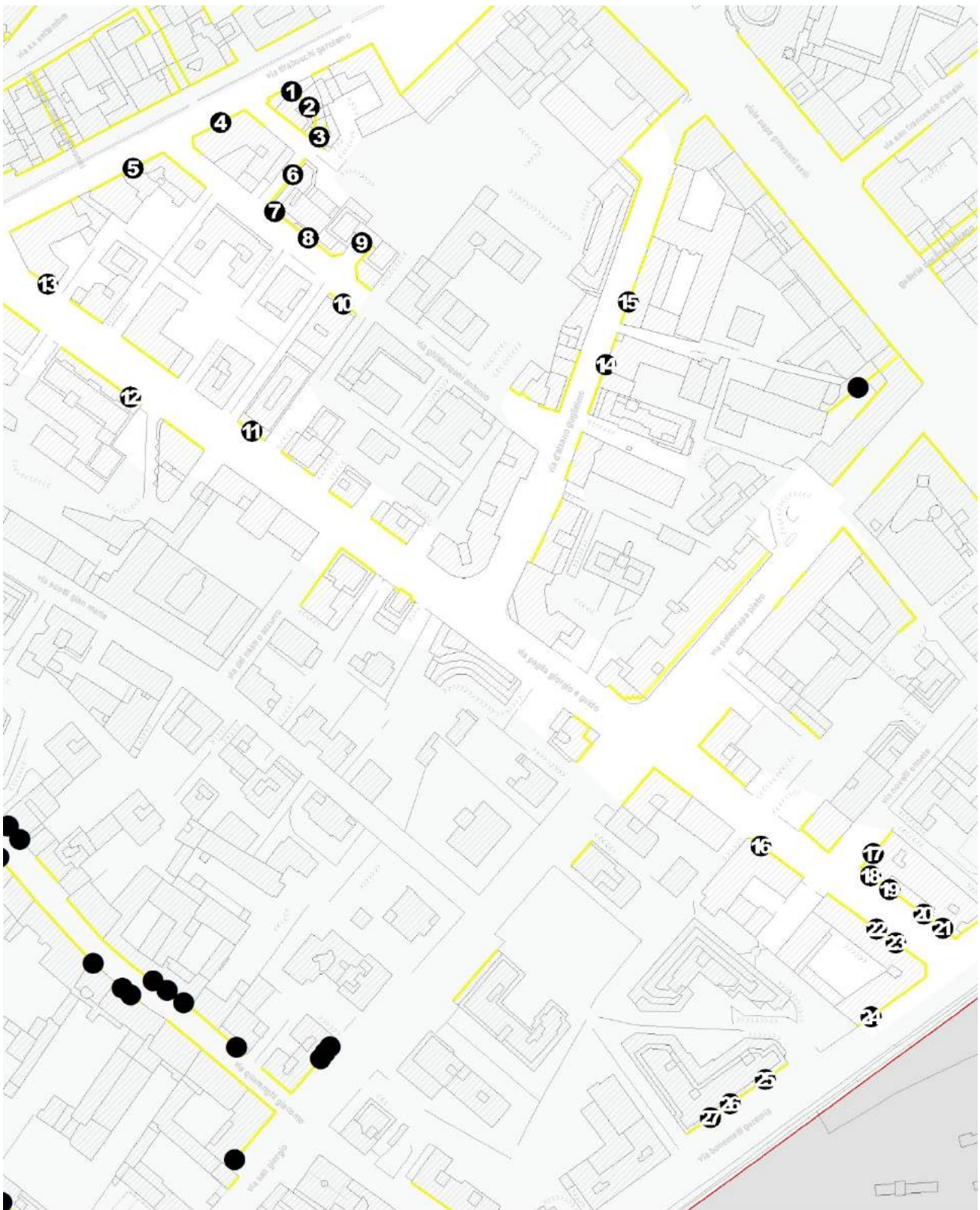
41	Via Quarenghi Giacomo	23/A	1	
----	-----------------------	------	---	--



42	Via Quarenghi Giacomo	36	3	
----	-----------------------	----	---	--








Via Tiraboschi - Via Paglia - Via D'alzano













- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambito commerciale descritto






0 10 20 30 40 50 m








ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
1	Passaggio Cividini Pierantonio	N.R.	1	
2	Passaggio Cividini Pierantonio	N.R.	1	
3	Passaggio Cividini Pierantonio	5	2	
4	Via Gerolamo Tiraboschi	63	1	
5	Via Gerolamo Tiraboschi	73	2	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
6	Passaggio Cividini Pierantonio	N.R.	2	
7	Via Ghislanzoni Antonio	9	7	
8	Via Ghislanzoni Antonio	17	2	
9	Via Ghislanzoni Antonio	25	3	
10	Via Ghislanzoni Antonio	24	2	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
11	Via Paglia Giorgio e Guido	8/A	2	
12	Via Paglia Giorgio e Guido	3/A	2	
13	Via Paglia Giorgio e Guido	2/D	3	
14	Via D'Alzano Guglielmo	6	1	
15	Via D'Alzano Guglielmo	4/E	1	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
16	Via Paglia Giorgio e Guido	23/A	1	
17	Via Novelli Ermete	18	1	
18	Via Paglia Giorgio e Guido	34/B	1	
19	Via Paglia Giorgio e Guido	34/C	1	
20	Via Paglia Giorgio e Guido	40	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
21	Via Paglia Giorgio e Guido	42	1	
22	Via Paglia Giorgio e Guido	31/C	1	
23	Via Paglia Giorgio e Guido	31/D	1	
24	Via Bonomelli Geremia	9	2	
25	Via Bonomelli Geremia	13/B	2	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
-----------	------------------	---------------	---------------------------------	----------------------------

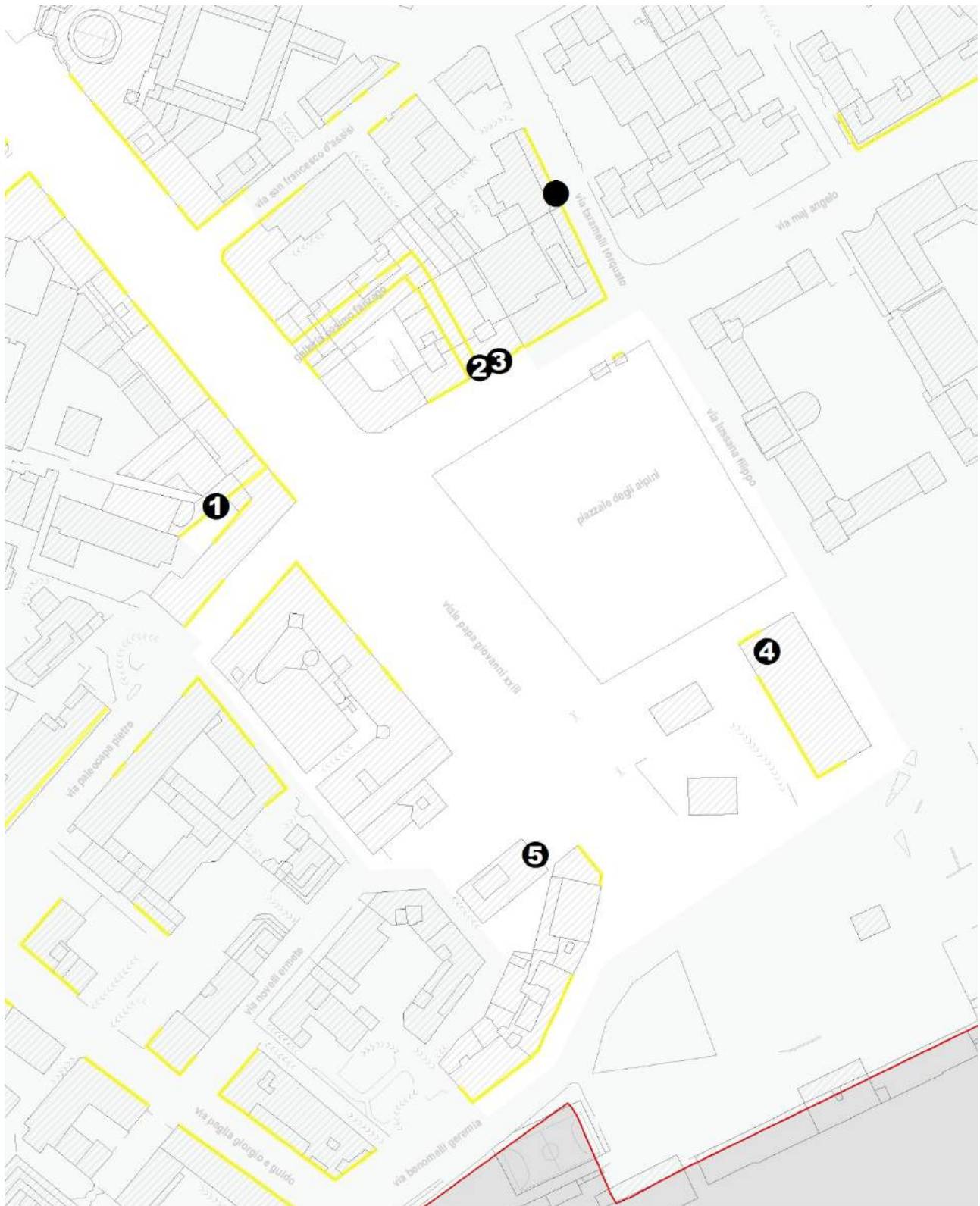
26	Via Bonomelli Geremia	13/C	2	
----	-----------------------	------	---	--



27	Via Bonomelli Geremia	13/D	6	
----	-----------------------	------	---	--






Viale Papa Giovanni XXIII



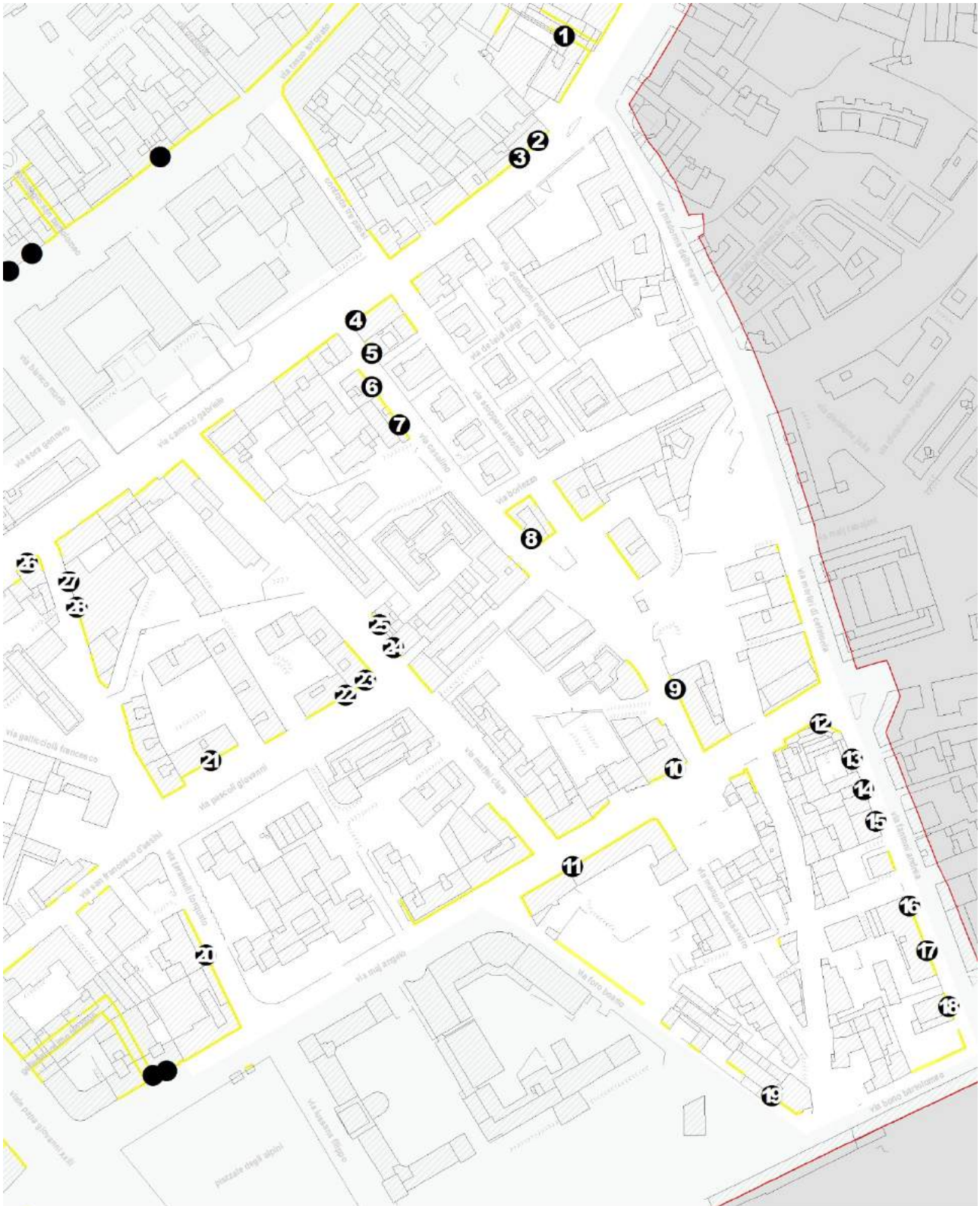
- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambito commerciale descritto

0 10 20 30 40 50 m



ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
1	Viale Papa Giovanni XXIII	94/C	1	
2	Via Maj Angelo	2/E	4	
3	Via Maj Angelo	2/F	1	
4	N.R.	N.R.	1	
5	Viale Papa Giovanni XXIII	128	3	






Via Camozzi - Quadrante sud-est













- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambito commerciale descritto





0 10 20 30 40 50 60 m





<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
1	Passaggio dei Canonici Lateranensi	3	2	
2	Via Camozzi Gabriele	91	3	
3	Via Camozzi Gabriele	85	1	
4	Via Camozzi Gabriele	104	2	
5	Via Casalino	2/B	3	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
6	Via Casalino	3/B	2	
7	Via Casalino	5/D	3	
8	Via Casalino	8/B	4	
9	Via Casalino	14	3	
10	Via Maj Angelo	14/I	3	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
11	Via Maj Angelo	1/L	2	
12	Via Maj Angelo	11/C	5	
13	Via Fantoni Andrea	1/B	1	
14	Via Fantoni Andrea	1/D	3	
15	Via Fantoni Andrea	1/H	3	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
16	Via Fantoni Andrea	5/A	4	
17	Via Fantoni Andrea	5/C	5	
18	Via Fantoni Andrea	7/A	2	
19	Via Foro Boario	15	1	
20	Via Taramelli Torquato	40	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
21	Via Pascoli Giovanni	1/B	4	
22	Via Pascoli Giovanni	9/D	2	
23	Via Pascoli Giovanni	9/E	9	
24	Via Maffei Clara	6	1	
25	Via Maffei Clara	6	3	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
-----------	------------------	---------------	---------------------------------	----------------------------

26	Via Camozzi Gabriele	38	5
----	----------------------	----	---



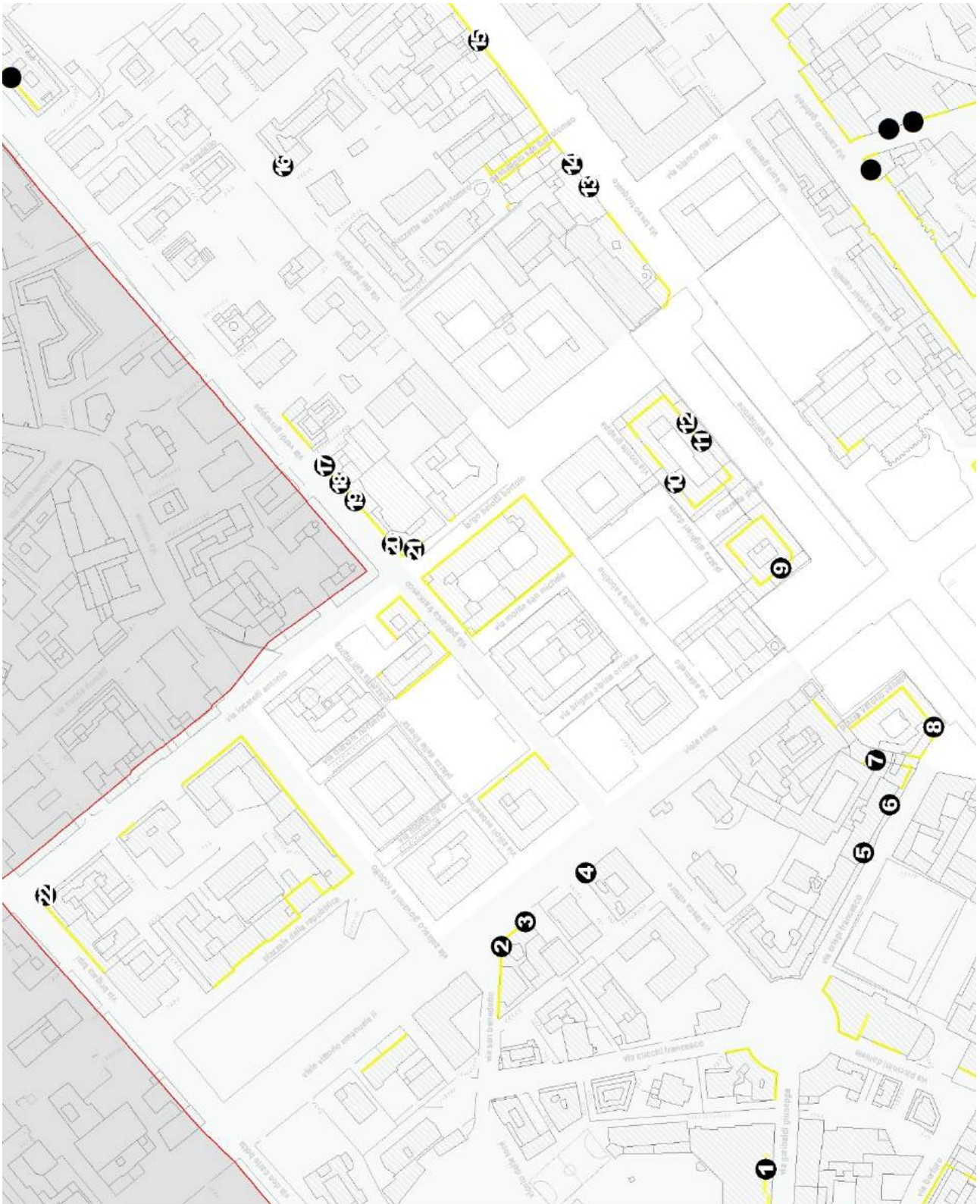
27	Via Taramelli Torquato	5	1
----	------------------------	---	---



28	Via Taramelli Torquato	9	1
----	------------------------	---	---












# Grandi contenitori













- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali siti
- Fronti commerciali
- Ambiente commerciale descritto



<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
1	Via Garibaldi Giuseppe	3/B	2	
2	Via San Benedetto	2	3	
3	Viale Vittorio Emanuele II	10/A	2	
4	Viale Vittorio Emanuele II	4	2	
5	Via Crispi Francesco	2/D	3	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
6	Via Crispi Francesco	2/C	3	
7	Galleria Santa Marta	3	3	
8	Piazza Matteotti Giacomo	30	5	
9	Piazza Vittorio Veneto	15	1	
10	Via Monte Grappa	3/A	3	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
11	Piazza Matteotti Giacomo	45	2	
12	Piazza Matteotti Giacomo	46	2	
13	Via Tasso Torquato	23	1	
14	Via Tasso Torquato	29	1	
15	Via Tasso Torquato	61	2	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
16	Via dei Partigiani	11/C	2	
17	Via Verdi Giuseppe	1/I	2	
18	Via Verdi Giuseppe	1/H	2	
19	Via Verdi Giuseppe	1/G	2	
20	Via Petrarca Francesco	1/B	5	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
-----------	------------------	---------------	---------------------------------	----------------------------

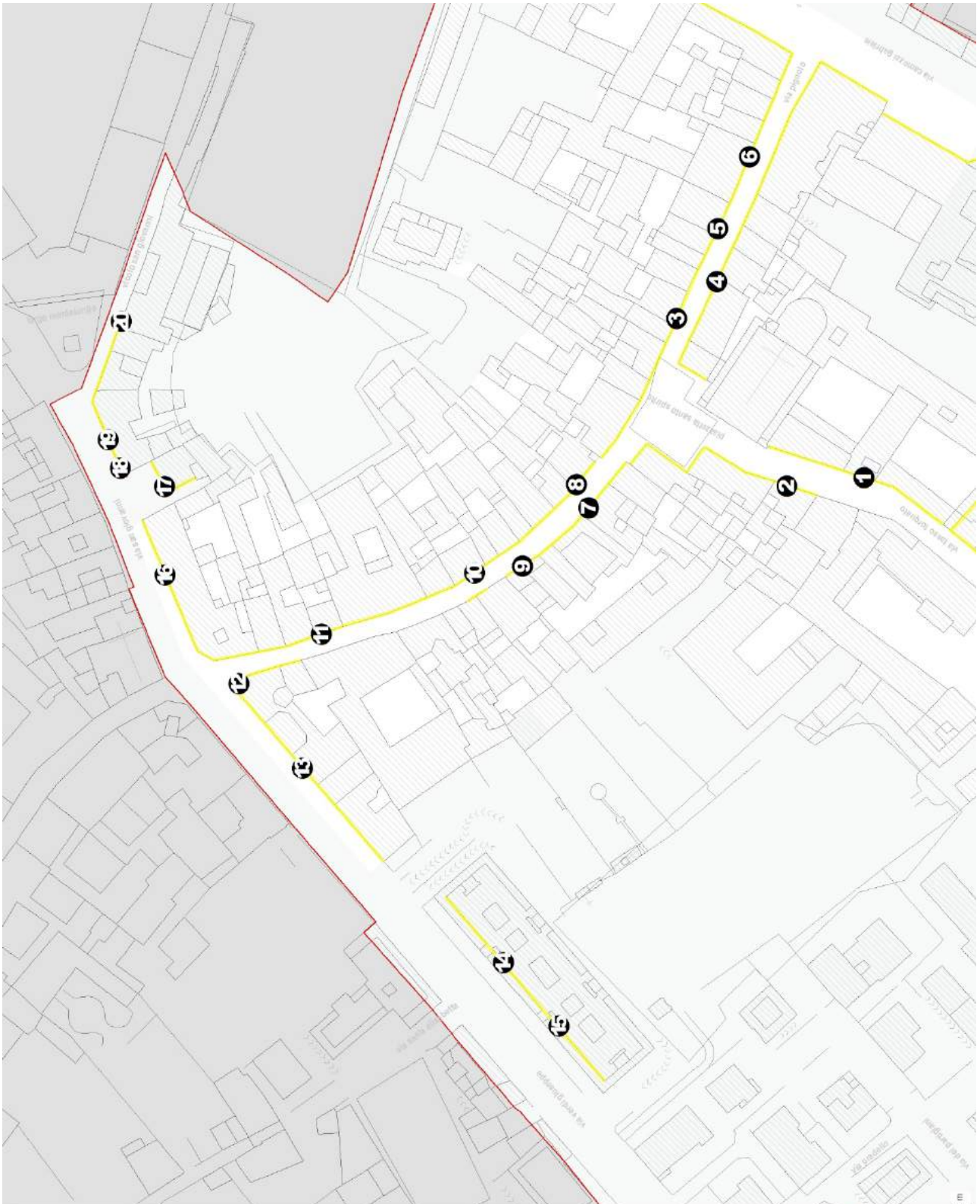
21	Largo Belotti Bortolo	27	6
----	-----------------------	----	---



22	Via Locatelli Antonio	24/F	5
----	-----------------------	------	---








ZTL Tasso/Pignolo



- Perimetro del DUC "Centro"
- Spazi commerciali sfitti
- Fronti commerciali
- Ambiente commerciale descritto



ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
1	Via Tasso Torquato	88	1	
2	Via Tasso Torquato	139	2	
3	Via Pignolo	19/B	1	
4	Via Pignolo	14	1	
5	Via Pignolo	9/C	1	

ID	Indirizzo	Civico	Numero di vetrine sfitte	Rilievo fotografico
----	-----------	--------	--------------------------	---------------------

6	Via Pignolo	9	2	
---	-------------	---	---	--



7	Via Pignolo	38/C	1	
---	-------------	------	---	--













8	Via Pignolo	29/A	3	
---	-------------	------	---	--

9	Via Pignolo	42	2	
---	-------------	----	---	--



10	Via Pignolo	41	1	
----	-------------	----	---	--

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
11	Via Pignolo	47	2	
12	Via Verdi Giuseppe	33/C	7	
13	Via Verdi Giuseppe	31/I	3	
14	Via Verdi Giuseppe	27/B	1	
15	Via Verdi Giuseppe	23/F	1	

<i>ID</i>	<i>Indirizzo</i>	<i>Civico</i>	<i>Numero di vetrine sfitte</i>	<i>Rilievo fotografico</i>
16	Via San Giovanni	1/C	N.R.	
17	Via San Giovanni	1/H	3	
18	Via San Giovanni	3/A	2	
19	Via San Giovanni	3/B	2	
20	Vicolo San Giovanni	12	2	

**ALLEGATO 2: Procedure e premialità urbanistiche per il rilancio del commercio urbano  
(22 settembre 2016)**

## A) Correlazione e contestualità tra procedimento di natura urbanistica e quello autorizzatorio commerciale

### *Riferimenti normativi*

#### **“Decreto Bersani” D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114**

*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59 (G.U. n. 95 del 24 aprile 1998)*

Titolo III - Esercizio dell'attività di vendita al dettaglio sulle aree private in sede fissa

#### **Art. 6 Programmazione della rete distributiva**

(...) 2. Le regioni, entro il termine di cui al comma 1, fissano i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici comunali individuino:

(...) d) la correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di immobili e dell'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita, eventualmente prevedendone la contestualità.

#### **Art. 8. Medie strutture di vendita**

(...) 4. Il comune adotta le norme sul procedimento concernente le domande relative alle medie strutture di vendita; stabilisce il termine, comunque non superiore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modifiche.

## **REGIONE LOMBARDIA**

**D.g.r. 5 dicembre 2007, n. VIII/6024 - Allegato A** *Medie strutture di vendita: Disposizioni attuative del Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-08*

### **2.9 Disciplina del procedimento autorizzatorio**

1. I Comuni, ai sensi dell'articolo 8, comma 4 del d.lgs. 31 marzo 1998 n. 114:

- adottano le norme sull'ammissibilità e sul procedimento concernenti le domande relative a richieste di autorizzazione alla vendita al dettaglio in sede fissa per medie strutture di vendita;
- stabiliscono il termine, comunque non superiore a 90 giorni dalla data di ricevimento dell'istanza, entro il quale le domande devono ritenersi accolte in assenza di comunicazione da parte del Comune del provvedimento di diniego;
- adottano i criteri per l'esame delle proposte in coerenza con l'articolazione in ambiti territoriali ed i relativi gli indirizzi di cui al paragrafo 4.2 del Programma Triennale e con le disposizioni di cui al presente atto.

## ESEMPI DI RECEPIMENTO COMUNALE

### COMUNE DI MILANO

"Adozione di criteri transitori e schemi procedurali per l'esame e la valutazione delle richieste di autorizzazioni commerciali relative a medie strutture di vendita", *Determina Dirigenziale tipo A n. 16/2004 a far tempo dal 27/07/2004.*

Per le medie strutture di vendita il procedimento di autorizzazione commerciale è contestuale a quello abilitativo di carattere urbanistico edilizio. Qualora per il procedimento abilitativo di carattere urbanistico edilizio ci si avvalga della facoltà di presentare DIA edilizia, ai sensi dell'articolo 22 del D.P.R. n. 380/2001, alla richiesta di autorizzazione commerciale occorre allegare la relazione tecnica asseverata.

Qualora non ci si avvalga della facoltà di presentare DIA edilizia, contestualmente alla richiesta di autorizzazione commerciale, occorre presentare istanza per il rilascio del titolo edilizio, allegando il progetto e la documentazione tecnica necessaria, ai sensi dell'articolo 10 ss. del D.P.R. n. 380/2001.

- ELENCO DOCUMENTI da allegare alle richieste di autorizzazioni commerciali relative a medie strutture con superficie di vendita superiore a 250 mq. fino ai 2.500 mq., a pena di inammissibilità:

(...) 2. una relazione illustrativa concernente la conformità e la compatibilità dell'insediamento con le previsioni degli strumenti urbanistici comunali e con i criteri regionali di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, con specificati gli estremi del provvedimento edilizio se già rilasciato

15. copia delle D.I.A. e/o del permesso di costruire eventualmente presentati

16. Autocertificazione comprovante la disponibilità dei locali o fotocopia contratto di affitto.

### Comune di FIRENZE

PIANO DI SETTORE DEL COMMERCIO SU AREA PRIVATA IN SEDE FISSA E REGOLAMENTO COMUNALE  
(*Deliberazione del Consiglio comunale n. 56 del 7/11/2011, modificato con deliberazione C.C. n. 52 del 21/10/2013*)

Art. 5 –PROCEDIMENTO PER MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

(...) 4. Contestualmente alla domanda deve essere avviato il necessario procedimento edilizio quando dovuto, i cui eventuali titoli abilitativi vengono rilasciati unitamente all'autorizzazione commerciale.

PGT COMO, **Disposizioni attuative** (D.C.C. n. 32 del 13/06/2013, modificate a seguito di DCC n. 85 del 08.09.2014 – 84.495 abitanti all'1/01/2016 Istat)

Titolo IX – Disciplina delle attività commerciali

#### Art. 86 Correlazione dei procedimenti

Il procedimento di autorizzazione all'apertura e alla modificazione di medie strutture di vendita con realizzazione di opere edilizie deve essere contestuale al procedimento edilizio di cui agli artt. 38 e 42 della L.R. 12/2005 e s.m.i.

PGT CINISELLO BALSAMO (MI), PIANO DELLE REGOLE, Disposizioni di attuazione (PdR - Elab.02 Rev. 6 Settembre 2010 – 75.078 abitanti all'1/01/2016 Istat)

**Art. 23 - Contestualità tra le procedure urbanistiche/edilizie e amministrative/commerciali**

23.1 - Nei casi in cui l'intervento edilizio necessiti di preventiva approvazione di Piano Attuativo, l'avvio del procedimento pianificatorio deve essere contestuale al procedimento di rilascio dell'autorizzazione commerciale relativa a medie e grandi strutture di vendita e Centri Commerciali; la verifica di ammissibilità urbanistica ai fini del rilascio Piano delle Regole - Disposizioni di Attuazione 12 dell'autorizzazione amministrativa commerciale è limitata ai profili di compatibilità localizzativa e dimensionale della struttura commerciale; i termini per l'inizio dell'attività di vendita fissati all'art. 22, comma 4, D.Lgs. 114/98 inizieranno dalla data di approvazione del piano attuativo medesimo, essi potranno essere prorogati, previa motivata richiesta, in relazione alla tempistiche dei relativi permessi di costruire o DIA.

23.2 - Il permesso di costruire per la realizzazione di opere dirette all'apertura di medie strutture di vendita non ricomprese in piani attuativi deve essere rilasciato contestualmente all'autorizzazione amministrativa commerciale. In ogni caso il permesso di costruire deve essere rilasciato nei termini di tempo previsti dall'Amministrazione Comunale ai sensi dell'art. 8 D.Lgs. 114/98 per il rilascio dell'autorizzazione commerciale, con applicazione degli art. 33 e successivi della L.R.n. 12/2005, per quel che attiene all'avviso di permesso di costruire ed alla determinazione del relativo contributo concessorio.

COMUNE DI GALLARATE (VA), Criteri Autorizzazioni Medie Strutture di Vendita, 2011 (53.343 abitanti all'1/01/2016 - Istat)

**Art.15 Contestualità tra pratica edilizia e commerciale**

Il procedimento di autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è contestuale all'eventuale procedimento autorizzatorio di carattere edilizio. Qualora l'interessato, per la realizzazione delle opere edilizie necessarie all'apertura della media struttura, si avvalga del procedimento di permesso di costruire di cui all'art. 35 della L.R. 12/2005, l'istanza per il rilascio del titolo abilitativo edilizio dovrà essere inoltrata contestualmente all'istanza per il rilascio dell'autorizzazione commerciale, a pena di inammissibilità. Il permesso di costruire è rilasciato negli stessi termini previsti per il rilascio dell'autorizzazione commerciale. In ogni caso, la conclusione del procedimento edilizio non potrà mai precedere la determinazione sull'istanza di autorizzazione commerciale.

Nell'ipotesi in cui l'interessato, per la realizzazione delle opere edilizie necessarie all'apertura della media struttura, si avvalga del procedimento di D.I.A. di cui all'art. 42 della L.R. 12/2005, la stessa dovrà essere presentata contestualmente all'istanza di autorizzazione commerciale, a pena di inammissibilità. L'efficacia della D.I.A. rimarrà sospesa fino alla determinazione sull'istanza dell'autorizzazione commerciale.

Qualora l'intervento edilizio per l'apertura di una media struttura di vendita necessiti di preventivo piano attuativo, la procedura è differenziata a seconda dei seguenti casi:

- *Piano attuativo conforme al PGT*

Il SUAP, preliminarmente all'adozione del Piano dovrà esprimere parere di conformità alla normativa commerciale. L'autorizzazione commerciale potrà essere richiesta in fase di esame del Piano o anche contestualmente al titolo abilitativo edilizio, il quale comunque non potrà essere emesso prima dell'ottenimento dell'autorizzazione commerciale.

- Piano attuativo non conforme al PGT

Nell'ipotesi in cui lo strumento attuativo sia in variante alla vigente pianificazione urbanistica comunale, il rilascio dell'autorizzazione commerciale dovrà precedere la definitiva approvazione dello strumento attuativo.

**COMUNE DI TREZZANO SUL NAVIGLIO (MI)**, Criteri e Procedure per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita- Dlgs 114/98, art. 8 c3 e c4, legge regionale Lombardia 2/2/2010 n° 6 e successive modifiche e integrazioni, programma pluriennale per il commercio 2006-08 (Dcr VIII/215 del 2/10/2006) e relative modalità applicative (20.861 abitanti al 30/04/2016 Istat)

#### **Art.18 Contestualità tra pratica edilizia e commerciale**

1. Il procedimento di autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è contestuale all'eventuale procedimento autorizzatorio di carattere edilizio.

2. Qualora l'interessato, per la realizzazione delle opere edilizie necessarie all'apertura della media struttura, si avvalga del procedimento di permesso di costruire di cui all'art. 35 della L.R. 12/2005, l'istanza per il rilascio del titolo abilitativo edilizio dovrà essere inoltrata contestualmente all'istanza per il rilascio dell'autorizzazione commerciale, a pena di inammissibilità di quest'ultima. Il permesso di costruire è rilasciato negli stessi termini previsti per il rilascio dell'autorizzazione commerciale. In ogni caso, la conclusione del procedimento edilizio non potrà mai precedere la determinazione sull'istanza di autorizzazione commerciale.

3. Nell'ipotesi in cui l'interessato, per la realizzazione delle opere edilizie necessarie all'apertura della media struttura, si avvalga del procedimento di D.I.A./SCIA di cui all'art. 42 della L.R. 12/2005, la stessa dovrà essere presentata contestualmente all'istanza di autorizzazione commerciale, a pena di inammissibilità di quest'ultima. L'efficacia della D.I.A./SCIA rimarrà sospesa fino alla determinazione sull'istanza dell'autorizzazione commerciale.

4. Qualora l'intervento edilizio per l'apertura di una media struttura di vendita necessiti di preventivo piano attuativo, una volta che la relativa procedura si sia conclusa, trovano applicazione le disposizioni dei commi precedenti.

**COMUNE DI ROZZANO (MI)**, Regolamento per le Medie Strutture di Vendita commerciale: determinazione dei criteri per il rilascio delle Autorizzazioni, 2014 (42.475 abitanti all'1/01/2016 - Istat)

#### **Art. 8 Correlazione tra procedimenti ai fini dell'autorizzazione**

In relazione alla necessità di correlazione tra il procedimento di natura urbanistica e quello autorizzatorio commerciale, il riferimento normativo esplicito per le grandi strutture ed analogamente per le medie è dato dall'art. 6 comma 11 della legge regionale n°6/2010 come modificata dalla legge regionale 21 febbraio 2011 n° 3. Nel caso di medie strutture di vendita assentibili a seguito di presentazione di permesso di costruire, DIA o SCIA, l'autorizzazione commerciale dovrà precedere il perfezionamento della procedura relativa al titolo abilitativi edilizio.

Qualora non ci si avvalga della facoltà di SCIA ex art. 22 comma 3 o SCIA ex art. 22 comma 4 del DPR n° 380/2001, contestualmente alla richiesta di autorizzazione ai sensi dell'articolo 8 del D.lgs n° 114/98, va presentata istanza per il rilascio del permesso di costruire richiesto per la realizzazione delle opere edilizie necessarie, allegando il progetto e l'ulteriore necessaria documentazione.

In tal caso :

1) Nel rispetto delle procedure indicate dall'articolo 38 della Legge Regionale 12/2005, il permesso di costruire è rilasciato negli stessi termini di tempo previsti per l'autorizzazione commerciale. E' fatta salva in ogni caso la facoltà di intervento sostitutivo di cui all'articolo 39 della Legge Regionale 12/2005.

2) L'autorizzazione commerciale ed il permesso di costruire sono contenuti in un unico atto; tale atto è firmato congiuntamente dal Responsabile del Settore Tecnico del Comune e dal Responsabile del Settore Commercio.

3) L'autorizzazione commerciale, nel caso in cui produca effetti anche di permesso di costruire, va sottoscritta dal responsabile della struttura tecnica cui compete firmare il permesso di costruire: nel caso in cui la struttura comunale che si occupa di commercio e quella che si occupa di edilizia siano distinte, l'atto va sottoscritto congiuntamente dai responsabili delle due strutture, anche a seguito di conferenza dei servizi interna all'ente o tra le competenti strutture comunali.

Nei casi in cui l'intervento edilizio necessiti di un preventivo Piano Attuativo, l'avvio del procedimento pianificatorio può essere contestuale o successivo al procedimento di rilascio dell'autorizzazione commerciale. Eventuali ulteriori casi di deroga al criterio della contestualità dei procedimenti potranno essere oggetto di espressa individuazione nello strumento urbanistico o nel regolamento edilizio; in tali casi la verifica di ammissibilità urbanistica ai fini del rilascio dell'autorizzazione commerciale, è limitata ai profili di compatibilità localizzativa e dimensionale della struttura commerciale e non pregiudicano, al di fuori di tali profili, le verifiche da effettuarsi nell'ambito del procedimento di natura urbanistico edilizia.

La conclusione del procedimento di natura urbanistico-edilizia non può in nessun caso precedere le determinazioni sulle domande di autorizzazione commerciale di cui all'articolo 8 del D.lgs n° 114/98. La modifica del settore merceologico di un esercizio, laddove consentita in base all'art. 5 del presente provvedimento, richiede il rilascio di un'autorizzazione per il nuovo settore merceologico che potrà essere rilasciata previa presentazione da parte del richiedente di idonea valutazione di impatto complessivo. La modifica del settore merceologico potrà effettuarsi solo se il settore merceologico richiesto risulti ammissibile nella zona urbanistica oggetto della richiesta, così come indicato nella tabella dell'art. 4 del presente regolamento.

**COMUNE DI PARABIAGO (MI), CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI DI MEDIE STRUTTURE DI VENDITA, 2011 (27.692 abitanti all'1/01/2016 -Istat)**

#### **Art. 8 PROCEDIMENTO AMMINISTRATIVO IN PRESENZA DI INTERVENTI EDILIZI**

Qualora ai fini dell'apertura, ampliamento, trasferimento di sede o variazione di settori merceologici siano necessari interventi edilizi e/o di cambio di destinazione d'uso che comportino l'ottenimento del titolo abilitativo edilizio di cui alla L.R. 12/2005, contestualmente l'interessato deve inoltrare anche la relativa istanza edilizia.

Il titolo abilitativo edilizio non può in nessun caso precedere la determinazione finale sulla domanda di autorizzazione commerciale e, ove possibile, deve essere contestuale.

Autorizzazione commerciale e Permesso di Costruire possono essere contenuti in un unico atto.

Qualora l'intervento edilizio necessiti di approvazione di specifico strumento di pianificazione attuativa, l'avvio del procedimento pianificatorio può essere contestuale o successivo al procedimento di rilascio dell'autorizzazione

commerciale, precisandosi, però, che la conclusione del procedimento di natura edilizia non può in nessun caso precedere le determinazioni sulle istanze di rilascio di autorizzazioni commerciali di media struttura.

**PGT COMUNE DI ERBUSCO (BS), Piano Urbano del Commercio. Norme relative alle attività di commercio, dicembre 2010**

CAPO 2 – REQUISITI URBANISTICI

**Articolo 6 - Contestualità dei procedimenti**

Il procedimento di autorizzazione all'apertura di medie e grandi strutture di vendita è contestuale a quello abilitativo di carattere urbanistico-edilizio. Il titolo autorizzativo necessario per la realizzazione edilizia delle opere dirette all'apertura di medie e grandi strutture di vendita deve essere rilasciato contestualmente all'autorizzazione commerciale, a tal fine alle domande di autorizzazione di esercizio commerciale va allegata la documentazione necessaria ad ottenere l'abilitazione urbanistica ed edilizia. Per la realizzazione di nuove medie o grandi strutture di vendita, il rilascio dell'autorizzazione commerciale sarà subordinata alla verifica di compatibilità localizzativa, della struttura commerciale e alla verifica di dotazione sufficiente di aree per attrezzature e servizi di cui ai successivi articoli 7, 8 e 9. L'autorizzazione commerciale e la concessione edilizia sono contenute in unico atto sottoscritto congiuntamente dal Responsabile dell'Ufficio Commercio (se presente nel Comune) e da quello dell'Ufficio Tecnico.

**B) Disciplina delle Medie strutture di vendita e dotazione aree parcheggio in aree ZTL: determinazione delle aree per servizi pubblici e di uso pubblico e loro eventuale deroga e monetizzazione<sup>53</sup>**

**COMUNE DI MILANO**

**PIANO DELLE REGOLE**, approvazione con Delibera n. 16 Seduta Consiliare del 22-05-2012, Testo modificato in ottemperanza della sentenza n.00574/2014 del TAR Lombardia - Milano Sez. Prima

**TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI**

**CAPO IV – CRITERI DI ACCESSIBILITA' E DOTAZIONE DI AREE A PARCHEGGI**

**Art. 29 Parcheggi relativi alle superfici commerciali**

(...) 3. Non è richiesta alcuna dotazione di parcheggi per i servizi commerciali insediati in aree pedonali e ZTL senza limitazioni temporali.

**COMUNE DI PARMA, CRITERI QUALITATIVI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**, settembre 2016

**METODOLOGIA DEL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE CON VALUTAZIONE A PUNTEGGIO CON PREMIALITÀ A NUOVE MEDIE STRUTTURE LOCALIZZATE IN ZTL, ACCESSIBILI CON TPL E MOBILITÀ DOLCE**

Art. 15 Indicatori per la determinazione del valore di impatto delle nuove domande di autorizzazione

7. Indicatore g) Indice di disponibilità/modalità di fruizione degli spazi per la sosta.

Si esprime una valutazione in merito alla disponibilità/modalità di fruizione degli spazi per la sosta per l'asse stradale di riferimento del nuovo punto vendita in relazione a quanto disposto dal Piano Sosta comunale, integrato dalla localizzazione dei parcheggi a rotazione:

- Punti 0. Domande di autorizzazione per localizzazioni relative ad assi stradali interessati dall'istituzione di una ZTL o di un'isola ambientale;
- Punti 3. Domande di autorizzazione per localizzazioni relative ad assi stradali compresi all'interno dell'isocrona pedonale di 5 minuti dai parcheggi a rotazione, per semplicità da tradursi in un raggio di 300 m lineari di distanza dai medesimi;
- Punti 5. Domande di autorizzazione per localizzazioni relative ad assi stradali non interessati dall'istituzione di una ZTL o di un'isola ambientale ed esterni all'isocrona pedonale di 5 minuti dai parcheggi a rotazione.

8. Indicatore h) Livello di accessibilità della rete del trasporto pubblico.

Si esprime una valutazione in merito al livello di accessibilità dalla rete del trasporto pubblico locale:

- Punti 0. Domande di autorizzazione relative a localizzazioni in ambiti urbani di influenza (isocrona pedonale di 5 minuti da tradursi in un raggio di 300 m lineari) caratterizzati dalla presenza di almeno due differenti fermate di altrettante linee urbane del TPL;
- Punti 3. Domande di autorizzazione relative a localizzazioni in ambiti urbani di influenza (isocrona pedonale di 5 minuti da tradursi in un raggio di 300 m lineari) caratterizzati dalla presenza di almeno una fermata di una linea urbana del TPL;

<sup>53</sup> Ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs. 114/98, la disciplina delle Medie strutture di Vendita è di competenza esclusiva delle amministrazioni comunali.

- Punti 5. Domande di autorizzazione relative a localizzazioni in ambiti urbani di influenza (isocrona pedonale di 5 minuti da tradursi in un raggio di 300 m lineari) con assenza di fermate delle linee urbane del TPL.

9. Indicatore i) Caratteristiche di accesso dalla rete della mobilità dolce.

Si esprime una valutazione in merito alle caratteristiche di accesso alla location dalla rete della mobilità dolce (rete delle piste ciclabili e fermate del bike sharing):

- Punti 0. Domande di autorizzazione relative a localizzazioni direttamente<sup>54</sup> raggiungibili tramite percorsi pedonali e ciclabili in sede propria;

- Punti 3. Domande di autorizzazione relative a localizzazioni direttamente raggiungibili tramite percorsi pedonali e ciclabili in sede promiscua o esclusivamente tramite percorso pedonale;

- Punti 5. Domande di autorizzazione relative a contesti non direttamente raggiungibili tramite la rete della mobilità dolce.

**Comune di FIRENZE: azzeramento dotazioni parcheggi pubblici ("sosta di relazione") per MSV e GSV in ZTL e azzeramento dotazioni parcheggi pertinenziali per interventi di restauro, risanamento conservativo e ristrutturazione edilizia per MSV e centri commerciali urbani**

PIANO DI SETTORE DEL COMMERCIO SU AREA PRIVATA IN SEDE FISSA E REGOLAMENTO COMUNALE  
(*Deliberazione del Consiglio comunale n. 56 del 7/11/2011, modificato con deliberazione C.C. n.52 del 21/10/2013*)

**Art. 15- CASI DI ANNULLAMENTO DELLE SUPERFICI DESTINATE A SOSTA DI RELAZIONE PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

1. In attuazione dell'art. 29 comma 4 del D.P.G.R. n. 15/R/2009 sono definite le seguenti casistiche di annullamento per le quali non è richiesto il reperimento delle superfici destinate a sosta di relazione:

a. ubicazione dell'esercizio in zone a traffico limitato o escluso;

b. edifici esistenti già sede di media struttura di vendita;

c. gallerie d'arte.

**Art. 16 - CASI DI ANNULLAMENTO DELLE SUPERFICI DESTINATE A SOSTA DI RELAZIONE PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

1. In attuazione dell'art. 30 comma 3 del D.P.G.R. n. 15/R/2009 sono definite le seguenti casistiche di annullamento per le quali non è richiesto il reperimento delle superfici destinate a sosta di relazione:

a. ubicazione dell'esercizio in zone a traffico limitato o escluso.

**Regolamento Urbanistico, Norme tecniche di attuazione, marzo 2014**

art.31 - dotazione di parcheggi privati correlata agli usi

<sup>54</sup> Per "direttamente raggiungibili" si intende la facoltà di accedere all'attività commerciale senza la necessità di percorrere tratti di viabilità non esclusivamente dedicati al transito di flussi pedonali o ciclabili.

**COMMERCIALE - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

Tipi di intervento	Parcheggi pertinenti
Restauro e risanamento conservativo	
Ristrutturazione edilizia	
Ristrutturazione edilizia con demolizione e ricostruzione	0,33mq/1 mq di SUL
Ristrutturazione urbanistica	0,33mq/1 mq di SUL
Nuova edificazione	0,33mq/1 mq di SUL

**COMMERCIALE****MEDIE STRUTTURE DI VENDITA IN FORMA AGGREGATA/CENTRI COMMERCIALI**

Tipi di intervento	Parcheggi pertinenti	Sosta di relazione
Restauro e risanamento conservativo		2mq/1 mq di SV
Ristrutturazione edilizia		2mq/1 mq di SV
Ristrutturazione edilizia con demolizione e ricostruzione	0,33mq/1 mq di SUL	2mq/1 mq di SV
Ristrutturazione urbanistica	0,33mq/1 mq di SUL	2mq/1 mq di SV
Nuova edificazione	0,33mq/1 mq di SUL	2mq/1 mq di SV

**Comune di GENOVA**

Piano Urbanistico Comunale, NORME DI ATTUAZIONE (testo coordinato), febbraio 2014

art. 37bis) Locali di pubblico spettacolo

4. L'eventuale prescrizione di reperire i parcheggi di pertinenza, in relazione a interventi su edifici esistenti, non si applica in caso di incompatibilità ambientale con particolare riguardo alle zone A, nonché su specifica indicazione del Piano Urbano del Traffico (zona pedonale o ZTL).

**PGT COMUNE DI VARESE: dotazione minima parcheggio con stipula di convenzione per l'uso di parcheggi pubblici e privati**

*PIANO DELLE REGOLE, Studio sul commercio, 2013*

10. INDICAZIONI PER LA DISCIPLINA URBANISTICA DELLE ATTIVITÀ DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

10.6 Nuove aperture, ampliamenti e trasferimenti di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande

(...) La dotazione minima di parcheggio potrà essere risolta anche mediante la stipula di idonea "convenzione" per l'uso di parcheggi e autorimesse esistenti, sia privati che pubblici o di uso pubblico, posti nelle vicinanze.

Sono da considerarsi "nelle vicinanze" i posti auto ubicati in aree posizionate entro un raggio di 100 mt dall'attività di somministrazione o dal perimetro della zona pedonale o ZTL in cui insiste l'attività.

**Comune di GIUSSANO (MB): assenza di dotazione parcheggi in aree pedonali e ZTL**

*PIANO DELLE REGOLE, approvazione con Deliberazione n. 63 del 25 novembre 2011 (25.571 abitanti all'01/01/2016 - Istat)*

TITOLO IV - Norme per il commercio

(...) **Art. 38 Parcheggi relativi alle superfici commerciali**

(...) 5. Non è richiesta alcuna dotazione di parcheggi per attività commerciali insediate in aree pedonali e nelle zone a traffico limitato senza limitazioni temporali.