



SIAD 2025  **COMUNE DI SAN MARZANO SUL SARNO (SA)**

Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD)

Legge Regionale n. 7/2020 "Testo Unico del Commercio"

RELAZIONE GENERALE

2025 - V3

REL.

1

Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD)
Legge Regionale Campania n.7/2020

Relazione Generale



AMBITUR S.A.S.
ditta Angela Berardi
l'Amministrazione
[Signature]



COMUNE DI SAN MARZANO SUL SARNO
Piazza Umberto, 1 – San Marzano sul Sarno (SA)
Tel. (+39) 081 5188111

Il Sindaco

Avv. Andrea ANNUNZIATA

Il Vicesindaco

Delega Sviluppo Economico

PTC Vincenzo MARRAZZO

Il Responsabile

Settore Gestione del Territorio

Ing. Giovanni PELLEGRINO

Il RUP

Settore Gestione del Territorio

Ing. Antonella IAQUINANDI

Progettazione



Arch. Antonio OLIVIERO



Sommario

PREMESSA.....	4
1. NORMATIVA DI RIFERIMENTO	5
2. IL CONTESTO TERRITORIALE DI RIFERIMENTO	7
3. LA RETE COMMERCIALE COMUNALE	9
4. GLI OBIETTIVI DEL SIAD DI SAN MARZANO SUL SARNO	10
5. SCELTE PROGETTUALI	11
5.1. <i>L'AMMISSIBILITÀ DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI NEL TERRITORIO COMUNALE</i>	<i>11</i>
5.2. <i>LA RETE MERCATALE DI PROGETTO.....</i>	<i>13</i>
6. IL PROGETTO DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO SANMARZANESE.....	14



PREMESSA

Lo Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD) costituisce il provvedimento comunale di disciplina delle attività commerciali, in attuazione di quanto previsto dalla Legge Regionale della Campania del 21 aprile 2020, nr. 7 (Testo Unico sul commercio ai sensi dell'art.3, comma 1 della Legge Regionale n.11 del 14 ottobre 2015).

Il presente SIAD si configura come aggiornamento al precedente Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo del Comune di San Marzano, redatto ai sensi dell'art. 10 della L.R. 1/2014, approvato con Deliberazione di Consiglio Comunale n.32 del 25.07.20219 e corredato di "visto di conformità" di cui al Decreto Dirigenziale n. 219 del 09.12.2019 della DG 2 U.O.D. 2 "Attività artigianali, commerciali e distributive. Tutela dei consumatori" della Regione Campania.

Il SIAD in aggiornamento, definito dalla L.R. 7/2020 come *"lo strumento integrato della pianificazione urbanistica con funzione esaustiva del potere di programmazione e pianificazione del territorio ai fini commerciali"*, rappresenta uno strumento di programmazione attuativa ed integrativa del PUC vigente (approvato con DCC n. 25/2016) ad "orientamento settoriale" con la duplice valenza di strumento di pianificazione urbanistica, cioè di adeguamento del PUC alle direttive regionali in materia di strutture di vendita, nonché di programmazione commerciale del territorio comunale.

La redazione dello SIAD impegna l'Amministrazione Comunale di San Marzano sul Sarno nello sviluppo della programmazione e pianificazione del territorio ai fini urbanistico – commerciali al fine di attrarre nuovi investimenti e produrre uno sviluppo economico su un territorio in cerca di nuove vocazioni idonee a dare soluzione al degrado urbano ed ambientale ed ai problemi occupazionali; le finalità dello SIAD sono:

- a) realizzare interventi integrati di programmazione dell'apparato distributivo anche per singole aree del territorio, nell'ambito di progetti di valorizzazione e in rapporto alle esigenze dei consumatori e agli aspetti di viabilità, mobilità, arredo urbano, nonché agli specifici interventi di pedonalizzazione;
- b) salvaguardare i valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali, soprattutto dei centri storici, senza inibire lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza fra varie tipologie commerciali;
- c) favorire la nascita di nuove iniziative attraverso la riconversione delle strutture distributive meno produttive già esistenti sul territorio;
- d) promuovere forme di integrazione funzionale delle strutture di commercio al dettaglio in sede fissa con le attività di commercio ambulante e di artigianato aventi ad oggetto prodotti tipici della realtà produttiva locale;
- e) promuovere la valorizzazione delle aree periferiche attraverso lo sviluppo delle attività commerciali;
- f) predisporre un efficiente sistema di monitoraggio della distribuzione commerciale locale.

La L.R. 7/2020 conferisce allo SIAD il compito di preservare, rilanciare e potenziare la funzione tipica del commercio nei centri storici ed il suo ruolo di polo primario e di aggregazione della vita sociale, attraverso la crescita e la diversificazione delle attività commerciali, anche mediante l'adozione di uno specifico protocollo di arredo urbano (da definirsi con le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative sul territorio regionale), per tutelare il patrimonio edilizio di interesse storico e culturale.



1. NORMATIVA DI RIFERIMENTO

La necessità di una pianificazione delle attività commerciali si delinea in Italia a partire dall'inizio degli anni '70.

Nel giugno 1971 viene approvata la Legge n. 426, "Disciplina del commercio" e, da quella data, si avvicinano una serie cospicua di ulteriori leggi e decreti di modifica.

Ad un ventennio di distanza, la L. n. 287/1991, "Aggiornamento della normativa sull'insediamento e sulla attività dei pubblici esercizi" e la L. n. 112/1991, "Norme in materia di commercio su aree pubbliche" hanno introdotto ulteriori elementi di articolazione della materia, senza però contribuire ad una sua semplificazione. Una significativa inversione di tendenza si è avuta con il Decreto Legislativo n. 114 del 31 marzo 1998, "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59", il quale, mediante una riforma complessiva del commercio, ha ricondotto la disciplina delle attività commerciali nell'ambito che le è proprio, ristabilendo così le necessarie connessioni con la pianificazione urbanistica e territoriale e rivalutando, quindi, sia la tutela del consumatore, sia la promozione delle capacità imprenditoriali impegnate nel settore. In particolare, il Decreto si fonda sulla liberalizzazione del sistema autorizzatorio per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita degli esercizi di vicinato ed il nuovo meccanismo procedurale per l'apertura delle medie strutture di vendita. Inoltre, la nuova disciplina non cerca più di ottenere un difficile coordinamento tra i due livelli di pianificazione – quello urbanistico e quello commerciale – ma aspira piuttosto ad un rapporto di completa integrazione tra i due livelli, sebbene tale impostazione si scontri con le notevoli complessità che caratterizzano oggi la disciplina della pianificazione urbana e territoriale ed i relativi strumenti.

Lo Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD) costituisce il provvedimento comunale di disciplina delle attività commerciali, in attuazione di quanto previsto dal Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e dalla Legge Regionale della Campania n. 7 del 21 aprile 2020 (che abroga la precedente L.R. 1/2014). Tale Strumento di disciplina della funzione commerciale costituisce strumento integrato del PUC, in quanto affronta problematiche non contemplate nella pianificazione urbanistica, quali ad esempio la localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita. La sua istituzione colma un gap normativo e strutturale fra le dinamiche configurazioni commerciali affermatesi negli ultimi decenni e le liberalizzazioni delle attività del settore da un lato (vedi Dir. n. 123/2006/CEE, meglio nota come direttiva "Bolkestein"), e la disciplina urbanistica tradizionale dall'altro, improntata alla rigida localizzazione delle funzioni urbane e per questo non al passo con l'evoluzione dei costumi, delle abitudini e delle nuove esigenze dei cittadini.

La valenza giuridica del SIAD è ormai acclarata: è lo specifico strumento di programmazione delle attività commerciali sulla base delle destinazioni d'uso delle aree e degli immobili stabilite dallo stesso SIAD, costituendo il SIAD lo strumento integrato del P.U.C.

La L.R. 7/2020 classifica gli esercizi commerciali nel seguente modo:

- a) Esercizi di vicinato (EV), sono le attività commerciali in sede privata per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari con la superficie di vendita massima di 150 mq nei comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti e con la superficie di vendita massima di 250 mq nei comuni con popolazione residente maggiore di 10.000 abitanti (caso di San Marzano Sul Sarno). Gli esercizi di vicinato possono essere organizzati come esercizi autonomi, oppure come esercizi inseriti in un centro commerciale.
- b) Esercizi di merci ingombranti (EMI), sono una categoria particolare di esercizi commerciali che trattano esclusivamente merci non alimentari delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata, come ad esempio automobili, mobili, elettrodomestici, legnami e materiali per l'edilizia (tali



sono le voci merceologiche citate nella legge, ed in assenza di integrazioni, solo per esse potrà applicarsi la disciplina speciale). Il Comune stabilisce con lo SIAD limitazioni della superficie di vendita di tali esercizi.

- c) Medie strutture di vendita, sono gli esercizi commerciali in sede privata aventi superficie superiore ai limiti di cui alla lettera b) e fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente non superiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti (caso di San Marzano Sul Sarno); la legislazione regionale conformandosi alla corrente disciplina dell'Unione Europea e statale in materia di concorrenza, di libertà di stabilimento e di prestazione di servizi, ha chiarito e riportato come principio generale dell'ordinamento l'apertura di nuovi esercizi commerciali nel territorio regionale senza contingenti, limiti territoriali o vincoli di qualsiasi altra natura. Le medie strutture sono suddivise in due macro-categorie così classificate:
- 1) Medie strutture di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari (MA/M);
 - 2) Medie strutture di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari (ME);
- d) Grandi strutture di vendita, sono gli esercizi commerciali in sede privata aventi superficie superiore a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente non superiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti (caso di San Marzano Sul Sarno). Le medie strutture sono suddivise in due macro-categorie così classificate:
- 1) Ipermercati (G1A/M) per la vendita di prodotti alimentari e non alimentari, aventi superficie di vendita fino a 5.000 mq;
 - 2) Grandi strutture di vendita (G1E) per la vendita di soli prodotti non alimentari, aventi superficie di vendita fino a 15.000 mq;
 - 3) Centri commerciali di quartiere o interquartiere (G2CQ), grande struttura di vendita costituita da almeno sei esercizi commerciali in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita fino a 5.000 mq;
 - 4) Centri commerciali inferiori (G2CI), grande struttura di vendita costituita da almeno 8 esercizi in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita tra 5.001 mq fino a 15.000 mq;
 - 5) Centri commerciali superiori (G2CS), grande struttura di vendita costituita da almeno 12 esercizi in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita maggiore di 15.000 mq;
 - 6) Centri commerciali costituiti da aggregazioni commerciali polifunzionali (GACP), costituiti da aggregazioni commerciali polifunzionali, cioè grande struttura di vendita formata in maniera prevalente da aziende commerciali, artigianali e di servizi aventi sede nel territorio regionale, per promuovere la modernizzazione delle piccole e medie imprese regionali, nonché per salvaguardare i livelli occupazionali;
- e) Mercato su area privata (MAP), attività commerciali costituite da aggregazioni di posteggi in numero di almeno venti, aventi ciascuno una superficie che non superi 70 mq e di superficie complessiva di vendita non superiore a 10.000 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti e non superiore a 3.000 mq nei comuni con popolazione non superiore a 10.000 abitanti.

2. IL CONTESTO TERRITORIALE DI RIFERIMENTO

San Marzano sul Sarno è un Comune della provincia di Salerno che sorge all'estremità meridionale della pianura Campana, tra il Vesuvio, i Monti Lattari, in prossimità della confluenza tra il fiume Sarno con i torrenti Imperatore, Cavaiola, San Mauro.

Il territorio ha un'estensione pari a 5,2 kmq (con un'altitudine minima di 13 m e massima di 23 m s.l.m.), e confina con i Comuni di San Valentino Torio, Pagani, Sant'Egidio Del Monte Albino, Angri e Scafati.

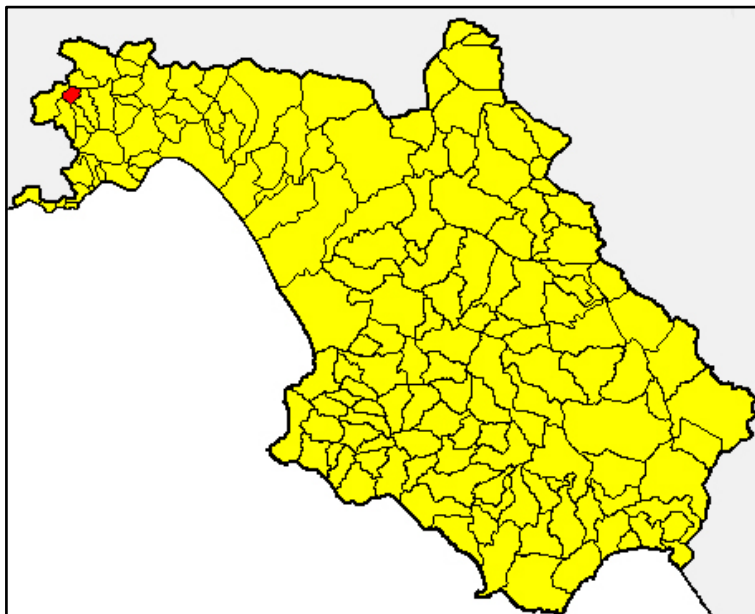


Figura 1: San Marzano sul Sarno nel contesto provinciale

Il territorio di San Marzano sul Sarno appartiene geograficamente all'Agro Nocerino Sarnese, nel settore limitrofo all'area vesuviana. L'ambito territoriale riguarda un'area di circa 161 Km², corrispondente al territorio amministrativo di 11 Comuni della Provincia di Salerno: Nocera Inferiore, Nocera Superiore, Pagani, Angri, Scafati, S. Egidio del Monte Albino, San Marzano sul Sarno, S. Valentino Torio, Sarno, Castel S. Giorgio, Roccapiemonte.

Il territorio comunale è attraversato dalle Strade Provinciali n. 367 "Nolana-Sarnese" e n. 5 "Pendino — Bivio S Marzano" che lo collegano facilmente con i Comuni limitrofi, ed è lambito da strade a scorrimento veloce, quali l'Autostrada A3 a Sud, l'autostrada A30 a Nord, e la S.S. 268 "Strada Statale del Vesuvio"; inoltre nelle immediate vicinanze si trovano le stazioni ferroviarie della linea ferroviaria e della Circumvesuviana.

Lungo gli assi viari più importanti (quali viale Roma, via Gramsci, via Matteotti, via Giovanni XXIII, via Berlinguer) si sviluppano le fasce edificate che accentuano ancor di più il tracciato di dette strade.

Il Centro storico è la parte edificata più compatta ed è formato principalmente da corti e cortili, risultato della vocazione agricola che ha sempre avuto il Comune, che si sviluppano lungo viuzze interne (tra le principali via Vittorio Veneto, via Cesare Battista, via Piave).

Nel territorio del Comune di San Marzano sul Sarno al 01/01/2025 risultano 10.192 residenti.

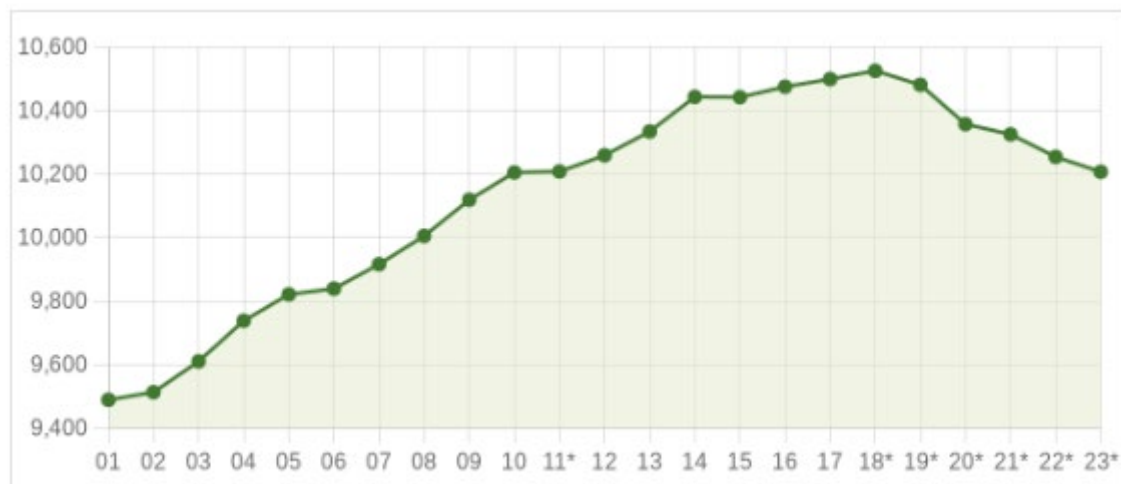


Figura 2: La popolazione residente. Elaborazioni su fonte dati ISTAT

Analizzando la dinamica naturale è bene osservare che dal 2001 al 2018 la popolazione di San Marzano sul Sarno è costantemente in crescita, registrando una lieve flessione dal 2019 al 2025 negli ultimi anni, ma sempre al di sopra dei 10.000 abitanti.

Negli ultimi anni tende a crescere sensibilmente la popolazione residente con età compresa tra i 25 e i 49 anni, a discapito soprattutto della fascia di età tra 0 e i 19 anni.

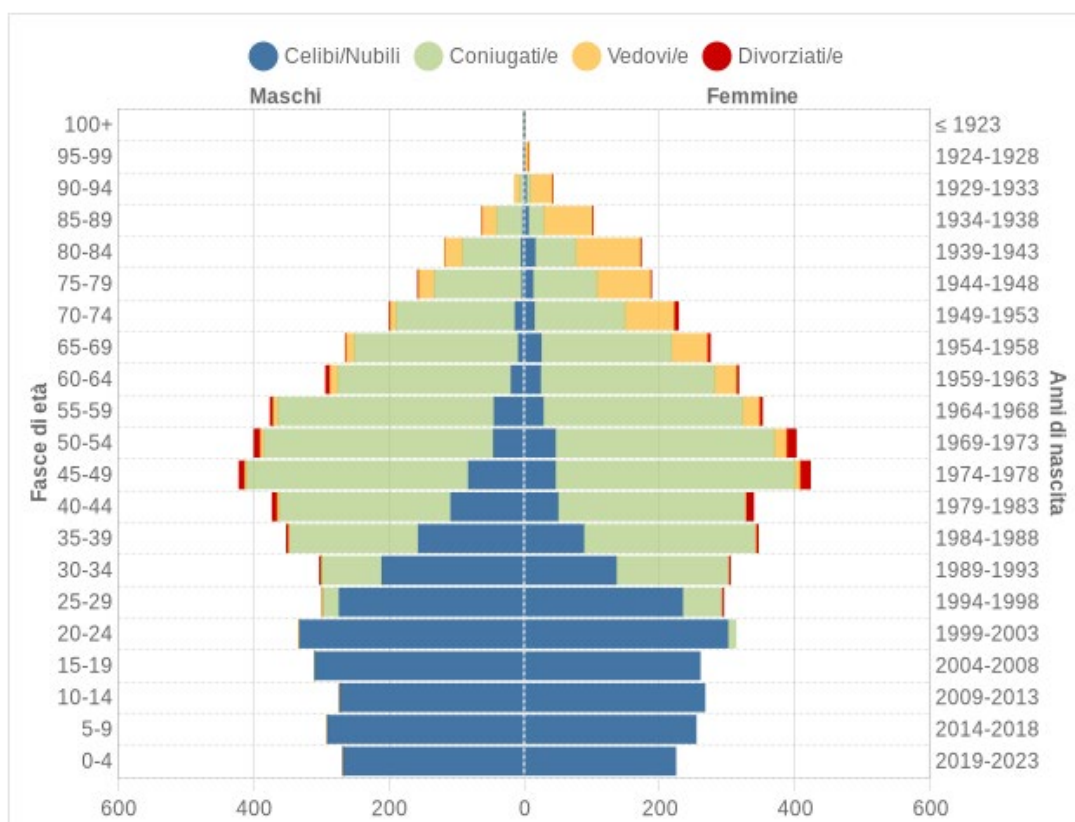


Figura 3: Struttura della popolazione. Elaborazioni su fonte dati ISTAT

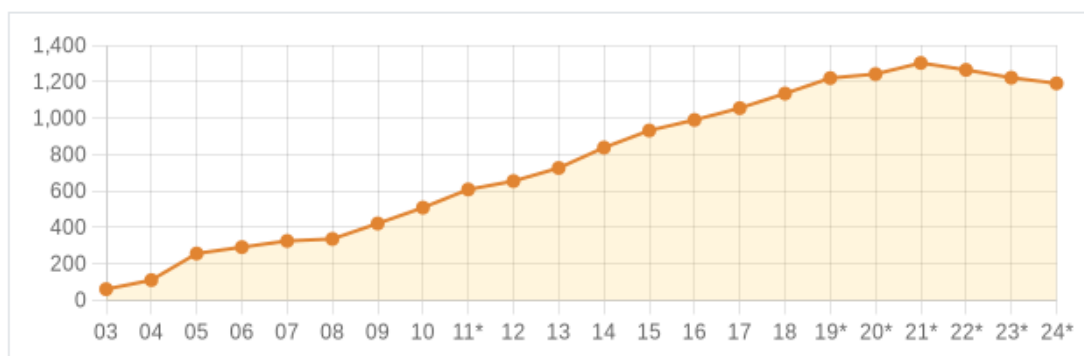
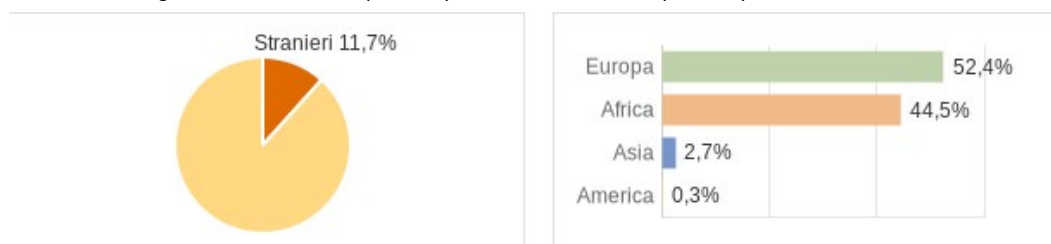


Figura 4: Popolazione straniera residente al 01.01.2024 - Elaborazioni su fonte dati ISTAT

I dati riportati tengono conto dei risultati del Censimento permanente della popolazione. Sono considerati cittadini stranieri le persone di cittadinanza non italiana aventi dimora abituale in Italia.

Gli stranieri residenti a San Marzano sul Sarno al 1° gennaio 2024 sono 1.192 e rappresentano l'11,7% della popolazione residente.

La comunità straniera più numerosa è quella proveniente dal Marocco con il 44,0% di tutti gli stranieri presenti sul territorio, seguita dall'Albania (28,2%) e dalla Romania (10,6%).



Per quel che riguarda le abitazioni presenti nel territorio al 31.12.2021 sono censite 4.585 abitazioni, di cui circa il 50% costruite nel periodo tra il 1960 ed il 1980, di cui 1076 risultano essere non occupate.

La forza lavoro è formata da 3.965 unità, con 3.117 unità occupate (in prevalenza di sesso maschile ed occupati come dipendenti prevalentemente nel settore terziario) e 848 unità in cerca di occupazione. Nell'ultimo ventennio si è ridotto sensibilmente il numero di persone in cerca di occupazione.

La non forza lavoro è formata invece da 4.466 unità, prevalentemente ritirati dal lavoro.

3. LA RETE COMMERCIALE COMUNALE ESISTENTE

Per quel che attiene la situazione del commercio su aree pubbliche, nel territorio comunale di San Marzano sul Sarno abbiamo il seguente quadro:

- Mercato su strada: Viale 8 Marzo
- Mercato ortofrutticolo all'ingrosso esistente Via Gramsci (4.346,16 mq)



4. GLI OBIETTIVI DEL SIAD DI SAN MARZANO SUL SARNO

Lo Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo di San Marzano Sul Sarno non può trascurare l'opportunità derivante dallo spirito della L.R. 7/2020 e deve quindi porsi il reale obiettivo del recupero di produttività dell'apparato distributivo e della qualificazione del servizio al consumatore in una visione di sostanziale equilibrio dell'impiego delle risorse territoriali, che punti anche alla tutela dei valori ambientali. Si tratta, infatti, di decidere su questioni di notevole ricaduta economica, territoriale e sociale, in un quadro di settore sensibilmente cambiato rispetto alla data di entrata in vigore della stessa legge.

Il nuovo SIAD del Comune di San Marzano sul Sarno è opportuno che tenga conto necessariamente dei seguenti obiettivi che lo SIAD deve perseguire per intervenire efficacemente sul settore commerciale:

- a) Individuare le Zone Territoriali Omogenee con le diverse forme di attività commerciali;
- b) Salvaguardare i valori culturali e storici del Centro storico di San Marzano Sul Sarno favorendo e potenziando lo sviluppo di attività commerciali compatibili con il contesto, la creazione del "Centro Commerciale Naturale", il protocollo di "arredo urbano";
- c) Favorire la nascita di nuove iniziative attraverso la riconversione delle strutture distributive sottoutilizzate e/o dismesse già esistenti sul territorio;
- d) La possibilità di insediamento sul territorio comunale di strutture di vendita di media e grande dimensione localizzate sulla base di criteri di accessibilità e urbanistici specifici;
- e) Promuovere forme di integrazione funzionale delle strutture di commercio al dettaglio in sede fissa con le attività di commercio ambulante e di artigianato aventi ad oggetto prodotti tipici di produzione locale;
- f) Promuovere la valorizzazione delle aree periferiche attraverso lo sviluppo delle attività commerciali;
- g) Incentivare la diffusione e vendita di prodotti tipici del territorio individuando aree pubbliche o private destinate alla istituzione di mercatini con almeno 20 operatori commerciali;
- h) Favorire, lungo gli assi viari principali, la presenza commerciale anche con il controllo della destinazione d'uso;
- i) Promuovere l'associazionismo tra produttori e operatori commerciali al fine di favorire la diffusione e la conoscenza dei prodotti campani di eccellenza.

Tali obiettivi possono essere raggiunti attraverso:

- a) Forme incentivanti per gli interventi nel centro storico, che possano salvaguardare le attività e la qualità di vita del centro storico favorendo al contempo l'insediamento di esercizi commerciali della piccola distribuzione (esercizi di vicinato, fino a mq 250) al fine di favorire il recupero dei cortili e la creazione di centri commerciali naturali.
- b) L'individuazione nel centro storico, o a ridosso di esso, di piccole aree mercatali dove poter istituire mercati di tipo "straordinario" e "specializzato" e "dell'antiquariato e del collezionismo" al fine di rivitalizzare il contesto urbano e socio-economico.
- c) La delocalizzazione dell'attuale mercato "ordinario" di viale 8 Marzo;
- d) Implementare la rete dei mercati all'ingrosso ortofrutticoli
- e) L'individuazione di un'ulteriore area per "mercato ordinario" al fine di garantire spazi più ampi per le attività mercatali "ordinarie" con maggiori garanzie in termini di servizi e sicurezza per i fruitori.
- f) La possibilità di insediamento di medie e grandi strutture di vendita affinché si possa avere l'ampliamento dell'offerta commerciale.



5. SCELTE PROGETTUALI

5.1. L'AMMISSIBILITÀ DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI NEL TERRITORIO COMUNALE

La compatibilità urbanistica è sancita dalle disposizioni del PUC approvato con D.C.C. n. 25 del 08/06/2016 in merito alle destinazioni d'uso per le zone territoriali omogenee per le quali è annoverata o meno la destinazione commerciale.

Le aree commerciali compatibili con le prescrizioni del PUC e con normativa la normativa dello SIAD sono:

- Zona COM1: comprende la zona territoriale omogenea "Aggregati edilizi in contesto agricolo". Essa è compatibile con l'insediamento esclusivo di esercizi di vicinato.
- Zona COM2: comprende le zone territoriali omogenee "Insediamento Storico" ed "Urbanizzato Recente Residenziale". Essa è compatibile con l'insediamento di esercizi di vicinato e di Mercato su Aree Private.
- Zona COM3: comprende le zone territoriali omogenee "Urbanizzato Recente Multifunzione". Essa è compatibile con l'insediamento di esercizi di vicinato, esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti (EMI) di cui il venditore non può effettuare la consegna immediata (es. automobili, mobili, elettrodomestici, legnami e materiali per l'edilizia), di medie strutture di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari (tipo MA/M) di medie strutture di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari (tipo ME) oltre i mercati su aree private.
- Zona COM4: comprende le zone territoriali omogenee "Aree Industriali" "Aree in Trasformazione Produttive" "Aree Produttive Dismesse" "Aree di Trasformazione Produttive". Essa è compatibile con l'insediamento di esercizi di vicinato, e di medie strutture di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari (tipo MA/M) di medie strutture di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari (tipo ME), di Grandi strutture di Vendita così come definiti dalla L.R. 7/2020.

Nel prospetto seguente, si riporta la destinazione urbanistica e la compatibilità commerciale, per tipologia, secondo il PUC approvato:



ZONA TERRITORIALE OMOGENEA	D.M. 1444/1968	ESERCIZI DI VICINATO	ESERCIZI PER MERCI INGOMBRANTI	MEDIE STRUTTURE DI VENDITA	GRANDI STRUTTURE DI VENDITA	MERCATO SU AREE PRIVATE	ZONIZZAZIONE COMMERCIALE
PUC							
Insediamiento Storico	A	SI	NO	NO	NO	SI	COM2
Urbanizzato Recente Residenziale	B	SI	NO	NO	NO	SI	COM2
Urbanizzato Recente Multifunzionale	B	SI	SI	SI	NO	SI	COM3
Aree in trasformazione residenziale	C	SI	NO	NO	NO	SI	COM2
Aree di trasformazione residenziale	C	SI	NO	NO	NO	SI	COM2
Aree industriali	D	SI	SI	SI	SI	NO	COM4
Aree in trasformazione produttive	D	SI	SI	SI	SI	NO	COM4
Aree produttive dismesse	D	SI	SI	SI	SI	NO	COM4
Aree di trasformazione produttive	D	SI	SI	SI	SI	NO	COM4
Aggregati edilizi in contesto agricolo	E	SI	NO	NO	NO	NO	COM1



5.2. LA RETE MERCATALE DI PROGETTO

Con il presente SIAD si prevede una rimodulazione/implementazione della rete mercatale per il commercio su aree pubbliche. In particolare, è stato previsto, compatibilmente con il PUC adottato:

- Mercato ordinario: area Parcheggio Via Turati (3.288,58 mq)
- Mercato ordinario: Via Berlinguer
- Mercato ortofrutticolo all'ingrosso di progetto
 1. ATS1 Viale Roma (10.023,57 mq)
 2. A.I Taurana (4.246,18 mq)

Il mercato ordinario di progetto previsto su via Berlinguer sostituisce il mercato ordinario attuale di viale 8 Marzo; resta confermata la previsione del mercato specializzato di Piazza Amendola.

Il presente SIAD, infine, autorizza il commercio su aree pubbliche in forma itinerante su tutto il territorio comunale ad eccezione del centro storico, nonché, nei tratti di via Martiri della Loggia, via Piave e le relative traverse per motivi viabilistici igienico-sanitari e di pubblica sicurezza.



6. IL PROGETTO DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO SANMARZANESE

La L.R. 7/2020, assegna ai Comuni, attraverso lo SIAD, la facoltà di delimitare l'area del centro storico anche oltre l'individuazione urbanistica e di suddividerla in ulteriori zone di intervento differenziando per la sua salvaguardia e valorizzazione. Nel caso del Comune di San Marzano sul Sarno l'individuazione del Centro Storico si assume coincidente con la perimetrazione individuata dal PUC adottato con la Zona Omogenea "Insediamento Storico".

Il tessuto edilizio del Centro Storico ha conservato nella sua interezza un carattere minimale, configurandosi come un organismo a corte e presentandosi come un continuo edificato con un fitto frazionamento catastale. Alla scarsa differenziazione funzionale e dimensionale fa riscontro uno schema organizzativo – distributivo molto semplice: dalla rete viaria principale si passa ai vicoli di penetrazione o da questi ai cortili interni delle abitazioni, o i vicoli stessi terminano con uno slargo che costituisce il cortile. All'interno del Centro Storico sanmarzanese, come si evince dalle analisi sul sistema commerciale esistente, troviamo la presenza di esercizi di vicinato, che allo stato attuale non formano un sistema unitario capace di auto-valorizzarsi e di valorizzare l'intero ambiente urbano.

Un'efficace strategia di valorizzazione delle risorse ambientali che attivi un processo di rinnovamento dell'apparato produttivo e dei servizi, dovrà considerare un ruolo centrale per la parte storica della città, come luogo in cui la domanda di beni commerciali, servizi e spazi trovi risposta adeguata, restituendo vivibilità e qualità urbana al luogo della memoria storica cittadina.

L'ipotesi principale di riqualificazione formulata prevede una strategia di riuso, di cui la funzione commerciale è parte fondamentale; occorre inserire la considerazione che il commercio può ricoprire il triplice ruolo di:

- Motore economico;
- Servizio collettivo;
- Elemento strutturante del centro urbano.

Con lo SIAD si propone un progetto di minima di riqualificazione della rete di vendita del centro storico da attuarsi attraverso le seguenti iniziative:

- Vietare l'insediamento di attività che implicino, per il loro svolgimento, creazione di eccessivo rumore e/o emanazione di fumi e odori sgradevoli, a meno che non si doti l'esercizio di opportuni sistemi di isolamento acustico e smaltimento dei fumi;
- Autorizzare, per gli imperativi interesse generale di incrementare i livelli occupazionali e nel rilancio economico del centro storico, l'insediamento di nuovi esercizi di vicinato, con superficie di vendita massima di 250 mq
- Favorire la concentrazione degli esercizi di vicinato e di attività artigianali, di produzione e di servizio, riflettenti le tradizioni e la cultura locale;
- Permettere di mantenere aperti gli esercizi sino alle ore 24:00 nel periodo intercorrente tra il 15 giugno e il 15 settembre, a condizione che l'orario globale giornaliero di apertura non sia comunque superiore a tredici ore;
- Concedere di diritto:
 - a) Il cambiamento di destinazione d'uso di immobili esistenti, al fine di rendere possibile l'apertura o l'ampliamento di esercizi commerciali, purché non si alteri la sagoma e le volumetrie originarie;



- b) Il recupero dei locali situati sotto il piano stradale, laddove compatibile con le norme tecniche di attuazione del vigente strumento urbanistico comunale, destinandoli ad area deposito delle attigue attività commerciali;
- c) I locali ubicati al piano terra, con accesso diretto dalla strada, in edifici ubicati nelle strade delle zone commerciali che includono il Centro Storico, con esclusione degli androni e dei vani scala di accesso alle residenze, sono sempre destinabili ad attività commerciali, fermo restando i requisiti igienico sanitari e di sicurezza;
- d) La deroga, per i fabbricati esistenti, dalle norme relative alle altezze interne dei locali da destinare al commercio al dettaglio, purché dette altezze siano, comunque, pari ad almeno 2,70 metri;
- Creare un'isola pedonale nelle giornate domenicali e festive, con cadenza quindicinale e/o mensile, per l'effettuazione di mostre di prodotti locali, antiquariato, libri, stampe, ecc.;
- La riduzione degli oneri di urbanizzazione e della quota del contributo del costo di costruzione del 20% rispetto alla misura vigente per gli interventi di recupero edilizio, finalizzati al miglioramento e all'inserimento di attività commerciali nelle aree del centro storico.

Con le suddette iniziative, ed il recupero urbanistico ed edilizio delle aree e degli edifici abbandonati/degradati si punta ad una densificazione commerciale iniziative che possa dare uno slancio alla politica commerciale del centro storico e configurarlo come un centro commerciale naturale (§ 5.3).

Al fine della buona riuscita degli interventi di valorizzazione del Centro Storico san marzanese sarà indispensabile la costituzione di associazioni di strada che potranno collaborare con il Comune in iniziative di arredo urbano, nella definizione dei dispositivi di traffico e a cui il Comune potrà affidare anche spazi e strutture pubbliche, per la gestione di ulteriori servizi alla clientela, quali centri di dimostrazione, parcheggi, spazi di transito delle merci per consegne a domicilio, e per la creazione e regolamentazione del centro commerciale naturale.

Il Centro Commerciale Naturale, in Italia, costituisce la polarizzazione più importante nelle città, in grado di porsi come valida alternativa allo sviluppo della grande distribuzione. Difatti le abitudini di acquisto dei consumatori stanno cambiando rapidamente, mostrando una netta preferenza per nuove forme di vendita ed anche per nuovi luoghi commerciali, dove si verificano condizioni più favorevoli di accessibilità, assortimento, sicurezza. Sono questi i termini fondamentali sui quali fondare un "piano di marketing urbano" che possa riposizionare l'offerta delle aree centrali delle città, in grado di garantire quelle condizioni di concorrenza, con lo sviluppo delle nuove forme di vendita, necessarie per migliorare il livello servizio al consumatore e l'evoluzione in senso moderno dell'intero apparato distributivo.

I centri commerciali naturali sono definiti come i luoghi e gli spazi aperti o coperti (vie, piazze, porticati, gallerie, aree mercatali) ubicati all'interno di un centro urbano, specificamente caratterizzati dall'offerta commerciale ivi insediata, e resi funzionali da un programma unitario di promozione commerciale e di gestione dei servizi. Un centro commerciale naturale così definito, presenta lo stesso livello gerarchico, nella scala di servizio distributivo, di un centro commerciale di nuova edificazione, con il vantaggio costituito essenzialmente dalla ricca qualità urbana e da scarsi problemi di impatto; di contro gli svantaggi sono costituiti dalla mancanza di strutture specializzate "trainanti" (es. ipermercato) e, nella generalità dei casi, l'assenza di parcheggi di supporto. Nonostante ciò, i centri commerciali naturali si stanno affermando sempre più come l'unica alternativa alle strutture della grande distribuzione. Basta osservare l'enorme diffusione dei negozi in franchising nelle vie dei centri storici; ormai le maggiori reti commerciali programmano lo sviluppo dei loro



punti vendita tenendo presente solo due mappe una per i centri commerciali al dettaglio di nuova edificazione ed una per le strade commerciali dei centri urbani.

Il ruolo delle imprese all'interno di un centro commerciale naturale può essere riassunto in tre direttrici di sviluppo:

- a) Arricchire la propria offerta distributiva puntando sempre più sui contenuti di servizio da offrire al consumatore, investendo maggiormente in risorse umane, innovazione tecnologica ed accoglienza degli spazi;
- b) Integrare la propria offerta distributiva con quella delle altre imprese del centro commerciale naturale, non solo nei settori merceologici, ma soprattutto in termini di assortimento, assecondando le tendenze dei consumatori;
- c) L'associarsi, anche economica, fra tutte le imprese del centro commerciale naturale, allo scopo di gestire un programma di servizi ed iniziative comuni, come se si facesse parte di una galleria inserita in una struttura della grande distribuzione, e concordare con il comune gli aspetti organizzativi del programma.

Il ruolo del Comune, rispetto al centro commerciale naturale, raccogliendo le migliori esperienze ed in considerazione dei nuovi contenuti della riforma del commercio e dell'apertura dei fondi nazionali e comunitari alle imprese commerciali, può essere così sintetizzato:

- a) Favorire lo sviluppo dell'associazionismo economico fra gli imprenditori anche attraverso incentivi e contributi verso iniziative di tali forme associative concordate con il comune;
- b) Disciplinare e pianificare lo sviluppo delle attività commerciali sul territorio secondo gli obiettivi della nuova legge di riforma e le scelte di valorizzazione che il Comune stesso vorrà operare;
- c) Ricoprire un ruolo di primo piano nei programmi di promozione del centro commerciale naturale, in considerazione della natura di patrimonio pubblico dei luoghi e degli spazi utilizzati nell'interesse collettivo dei cittadini e dei benefici generali che una maggiore qualificazione delle attività apporta a tutta la popolazione del Comune.

Con l'approvazione della disciplina generale delle attività commerciali, contenuta nel presente SIAD, il Comune di San Marzano sul Sarno pone le basi necessarie, per la costituzione di un Centro Commerciale Naturale all'interno del Centro Storico. Tale elemento innovativo sarà di fondamentale importanza anche per lo sviluppo di specifici progetti e la canalizzazione di fondi pubblici nazionali e comunitari a ciò dedicati. È infatti sui Centri commerciali naturali, e sulle forme associative tra imprenditori commerciali che in esso operano, che si stanno concentrando le attenzioni dei legislatori nazionali, regionali e della Comunità europea, i quali hanno identificato in questa tipologia il soggetto più adeguato al ricevimento di provvidenze pubbliche ed al conseguimento, in collaborazione con le istituzioni locali, di risultati ottimali non solo per le aziende commerciali, ma anche per l'intero sistema territoriale in cui esso agisce, e quindi anche all'ambiente ed alla collettività, estensivamente intesa.