

Si indica infine la possibilità che, per gli esercizi con superficie di vendita di maggiore estensione, i Comuni prevedano modalità di verifica delle domande per la valutazione degli effetti determinati dai nuovi insediamenti sul contesto locale, nelle diverse componenti commerciali, infrastrutturali ed ambientali. Ai Comuni competerà altresì la definizione di misure e di programmi per promuovere l'integrazione degli insediamenti di media distribuzione con quelli di vicinato, al fine di qualificare e consolidare poli commerciali urbani competitivi e rispondenti alle esigenze dei cittadini.

## **5. CRITERI GENERALI PER L'AUTORIZZAZIONE DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

La dotazione di grandi strutture di vendita in Lombardia ha ormai raggiunto gli standard dei Paesi europei più avanzati e quindi, per il triennio 2006-2008, più che una ulteriore espansione quantitativa delle strutture di vendita di maggiori dimensioni, l'obiettivo da perseguire è quello di una crescita della competitività del settore nel suo complesso aumentando la qualità e la convenienza dei servizi da rendere al consumatore e la funzionalità complessiva della rete commerciale, in rapporto alla sue diverse componenti (piccola, media, grande distribuzione) e alla loro diffusione sul territorio.

Una maggiore competitività del sistema distributivo favorisce la competitività del sistema economico lombardo nel suo complesso.

L'apertura di nuovi centri della grande distribuzione e l'ammodernamento di quelli esistenti costituiscono elementi che incidono in modo significativo sul territorio oltre che sull'organizzazione e sulla funzionalità della rete distributiva. La trasformazione del contesto locale e sovra locale che ne deriva deve essere attentamente considerata per valorizzarne al massimo le potenzialità e controllarne gli effetti negativi da parte dei diversi soggetti istituzionali che detengono competenze in materia, Regione, Provincia e Comuni.

Su tale punto le Conferenze di servizi previste all'art. 9 del d.lgs. 114/98 e dalla successiva normativa regionale in materia di commercio, sono chiamate ad un esame contestuale dei vari aspetti di rilievo ai fini del rilascio delle autorizzazioni per l'apertura delle grandi strutture di vendita secondo gli obiettivi generali del presente Programma Triennale nonché dei seguenti indirizzi specifici:

- agevolazione di processi di razionalizzazione e di ammodernamento delle grandi strutture finalizzati all'ottimizzazione del sistema distributivo esistente da conseguirsi tendenzialmente mediante interventi che non richiedano utilizzo di nuova superficie di vendita, quindi attraverso forme di razionalizzazione della superficie di vendita nell'ambito delle superfici di vendita già autorizzate;
- forte disincentivo all'apertura di nuovi insediamenti di grande distribuzione e all'eccessivo ampliamento di quelli già esistenti che, in caso contrario, dovranno essere valutati sulla base di condizioni più qualificanti di compatibilità e dovranno altresì garantire ulteriori condizioni di sostenibilità con riferimento alla mitigazione degli impatti socio-economici, territoriali ed ambientali;
- preventiva verifica che nell'area oggetto di richiesta di autorizzazione i valori di concentrazione per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee non superino i valori di concentrazione limite accettabili, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;
- prioritaria allocazione delle grandi strutture di vendita, compresi gli interventi sull'esistente, in aree che non creino significativi impatti territoriali ed ambientali e non determinino ulteriore consumo di suolo conseguendo nel contempo obiettivi di riqualificazione urbana o di sviluppo generale, in rapporto ai differenti ambiti territoriali e alle relative condizioni socio-economiche ed insediative;
- graduazione degli aspetti regolativi prevedendo procedure diversificate e semplificate in relazione alla dimensione, alla allocazione e alla tipologia degli interventi (nuove aperture, ampliamenti, concentrazioni, rimodulazioni settori merceologici, trasferimenti e rilocalizzazioni etc.);
- conferma del sistema di valutazione integrata dell'insieme delle diverse componenti di impatto generato dal nuovo insediamento commerciale sul contesto economico, sociale e territoriale considerando altresì quale quarta componente di valutazione la sussistenza delle condizioni di sostenibilità dell'intervento, così come definita al paragrafo 5.4;
- valorizzazione della concertazione fra i diversi soggetti ed Enti pubblici interessati nel procedimento di valutazione delle domande di apertura delle grandi strutture di vendita quale metodo di definizione delle condizioni di sostenibilità degli interventi per gli aspetti di impatto di rilievo sovra locale;
- congruenza con gli indirizzi di programmazione urbanistica del settore commerciale.

### **5.1 Obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita**

Il Programma triennale non fornisce alcun obiettivo di sviluppo della grande distribuzione, esprimendo l'esigenza di una crescita ad impatto zero, in termini di superfici e di esternalità negative, delle grandi strutture di vendita nel triennio 2006-2008, tenuto conto anche del forte incremento registrato dalla stessa negli anni più recenti in relazione ai livelli di presenza ormai prossimi a quelli europei.

Tale indirizzo si coniuga con la priorità attribuita, nel triennio, alla razionalizzazione e alla riqualificazione delle strutture già esistenti, ferma restando, sempre ed in ogni caso, l'esclusione di qualsiasi automatismo autorizzatorio e/o atto dovuto.

In relazione agli indirizzi specifici di cui al precedente paragrafo, alla consistenza della grande distribuzione a livello regionale e provinciale, nonché all'andamento riscontrato nell'ultimo triennio, in applicazione del Programma Triennale 2003-2005, vengono individuati anche i seguenti obiettivi per orientare lo sviluppo di questa tipologia di vendita:

- priorità e agevolazione di interventi che non richiedono nuova superficie di vendita e sono finalizzati alla razionalizzazione della rete distributiva esistente;
- attenzione alla sostenibilità socio-economica, ambientale e territoriale degli insediamenti della grande distribuzione;
- attenzione agli effetti differenziati delle diverse tipologie distributive, in particolare le medie strutture di vendita e gli insediamenti che per la loro allocazione configurano strutture unitarie di vendita.