



COMUNE DI CHIAVARI

# PIANO COMMERCIALE COMUNALE

per gli esercizi in sede fissa

**Approvato con Delibera di C.C. n. 111 del 19/12/2016**



Paragrafo	INDICE	Pagina
1	Premessa: inquadramento normativo	3
1.1	L'evoluzione legislativa nazionale in materia: rapporti tra Stato e Regioni	5
1.2	La disciplina regionale in materia di commercio: la Regione Liguria.	6
1.3	L'attuale disciplina comunale in materia di commercio	7
2	Obiettivi del Piano Commerciale Comunale (PCC): principali linee guida.	8
2.1	La consistenza attuale della rete commerciale in sede fissa nel comune di Chiavari	10
2.2	Le zone commerciali previste dal PCC e i suoi collegamenti con il PUC	14
2.3	Il Centro Storico Commerciale (CSC): perimetrazione, caratteristiche, funzioni, disciplina speciale.	15
2.4	Il CIV e il Patto d'Area: scopi e funzioni	16
2.5	Gli esercizi commerciali di vicinato (EV)	17
2.6	Le Medie Superfici di Vendita (MSV)	18
2.7	Le Grandi Strutture di Vendita (GSV)	19
2.8	Apertura, ampliamento, trasferimento degli esercizi commerciali in sede fissa	20
2.9	Aggregazione di singoli esercizi	21
2.10	Parchi commerciali e centri commerciali	21
2.11	Esercizio congiunto dell'attività di commercio all'ingrosso e al dettaglio	21
2.12	Temporary Shop	22
2.13	Outlet	22
2.14	Subingressi	22
2.15	Requisiti igienici	22
2.16	Orari degli esercizi commerciali	23
2.17	Sanzioni	23
3	Regolamento di attuazione	24
	Allegati	34
A	Consistenza della rete distributiva in sede fissa	35
B	Dati demografici e alcune informazioni sulle dinamiche dei consumi	43
TAV.1	Cartografia delle zone commerciali 1:5000	



## 1. Premessa: inquadramento normativo della pianificazione commerciale e sua evoluzione normativa

Il commercio interno [quale fattispecie di attività economica] è disciplinato *in via principale* dalle Regioni<sup>1</sup> attraverso norme (Leggi regionali, Decreti del Consiglio Regionale, ecc.) che trovano principale ispirazione nell'art. 41 della Costituzione della Repubblica italiana e legittimità<sup>2</sup> nell'art.117 della stessa.

L'art. 41 prevede infatti che: *“L’iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l’attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali.”*

L'art. 117 prevede invece che la potestà legislativa e regolamentare in materia di commercio interno sia esercitata in via principale dalle singole Regioni (in quanto delegata dallo Stato<sup>3</sup>) *“... nel rispetto della Costituzione nonché dei vincoli derivanti dall’ordinamento comunitario e dagli obblighi internazionali...”*.

Dai primi anni '70 e fino alla fine degli anni '90 la disciplina del commercio in sede fissa è stata orientata e regolamentata dai Comuni sulla base di specifiche disposizioni normative nazionali, incardinate nella **Legge 11.06.1971 n. 426 per la disciplina del commercio in sede fissa**, che affidavano ai Comuni l'adozione di specifici Piani Commerciali Comunali *in ottica programmatica e regolatoria*.

Tale legge statale prevedeva *“ (...) una sostanziale disciplina interventista di livello legislativo che sosteneva una funzione amministrativa di natura pianificatoria ed autorizzatoria, riservando al Piano comunale del commercio, non solo l'individuazione dei requisiti per l'accesso al mercato, ma anche la fissazione dei limiti dell'offerta in relazione alla capacità della domanda, introducendo in tal modo una vera e propria pianificazione strutturale del mercato della distribuzione commerciale [a livello territoriale comunale - NDR]”*<sup>4</sup>.

Con l'introduzione nel 1998 del **D. Lgs. n.114/1998**, il settore del commercio, *“(...) viene rivisitato in direzione di una maggiore liberalizzazione attraverso il riconoscimento del primato della libera concorrenza, rispetto al precedente modello di pianificazione pubblica, nonché di valorizzazione del principio di decentramento funzionale attraverso un rinnovato ruolo delle Regioni. Il decreto delegato del '98, pertanto, tracciando le linee programmatiche delle attività di commercio al dettaglio, ha demandato, in via principale, alle Regioni il compito di adottare le norme ed i provvedimenti integrativi”*<sup>5</sup>.

Gli interventi legislativi adottati fino a quel momento erano avvenuti ad opera esclusiva dello Stato, *“(..) poiché il precedente articolo 117 della Costituzione non prevedeva, fra le materie di competenza legislativa concorrente delle regioni a statuto ordinario, la materia del commercio, la quale era riservata alla potestà legislativa statale.”*<sup>6</sup>

In seguito all'entrata in vigore della  **riforma del titolo V della Costituzione**, *“la materia del commercio è stata pacificamente ricondotta alla competenza legislativa residuale delle Regioni ex art. 117, comma 4, Costituzione, mentre la precedente disciplina statale ha assunto natura di normativa residuale applicabile*

<sup>1</sup> Per il Comune di Chiavari dalla Regione Liguria.

<sup>2</sup> nell'attribuzione di questa “potestà legislativa”.

<sup>3</sup> vedi la Legge 15 marzo 1997, n.59 recante delega al Governo anche in materia di commercio ecc. [in particolare l'articolo 4, comma 4, lettera c)], la quale prevede che sia anche riordinata la disciplina delle attività economiche ed industriali, in particolare per quanto riguarda il sostegno e lo sviluppo delle imprese operanti nell'industria, nel commercio, nell'artigianato, nel comparto agroindustriale e nei servizi alla produzione, al fine di promuovere la competitività delle imprese nel mercato globale e la razionalizzazione della rete commerciale, anche in relazione all'obiettivo del contenimento dei prezzi e dell'efficienza della distribuzione.

<sup>4</sup> Fonte: “Commercio tra competenza legislativa regionale, tutela della concorrenza ed iniziativa economica privata – Dossier – ultimo aggiornamento 15/12/2014”: <http://www.consiglioregionale.calabria.it/upload/istruttoria/DOSSIERG%5CDOS-G79NRG1.pdf>

<sup>5</sup> Vedi sopra, fonte citata alla nota 4.

<sup>6</sup> Ibidem.



solo alle Regioni prive di una propria disciplina in materia. In seguito alla nuova struttura costituzionale di riparto delle competenze, le Regioni hanno adeguato i propri ordinamenti, emanando specifiche legislazioni in materia di distribuzione commerciale”<sup>7</sup>.

“Nonostante detto riconoscimento costituzionale, la materia del commercio, in ragione delle sue numerose correlazioni con altre materie, è stata sottoposta a diverse sollecitazioni derivanti sia da una legislazione statale, che ha continuato a disciplinare alcuni aspetti della materia, sia da un orientamento giurisprudenziale costituzionale che ha sottratto porzioni della competenza legislativa esclusiva delle Regioni a favore del legislatore statale. Tutto questo attraverso il riconoscimento del carattere trasversale di alcune materie di competenza statale esclusiva ex art. 117, comma 2, Cost, competenza caratterizzata dall’attitudine ad intervenire in settori eterogenei dell’ordinamento e a perseguire fini di ordine generale, la cui realizzazione deve essere necessariamente assegnata al legislatore statale<sup>8</sup>”.

---

<sup>7</sup> Vedi paragrafo 1.2 alle pagg. seguenti.

<sup>8</sup> Fonte citata: Commercio tra competenza legislativa regionale, tutela della concorrenza ed iniziativa economica privata – Dossier.



## 1.1 L'evoluzione legislativa nazionale in materia di commercio: rapporti fra Stato e Regioni.

Come abbiamo visto nel paragrafo precedente nel 1998 lo Stato Italiano ha varato una *radicale riforma della legislazione sul commercio* attraverso l'approvazione del **D.Lgs. 114/1998** - meglio noto come **decreto Bersani** - che ha sostituito il precedente impalcato normativo fondato sulla già citata legge 426/1971.

Si è così passati da un'impostazione prevalentemente basata sul *contingentamento delle superfici di vendita secondo piani commerciali articolati per settori merceologici*, cioè barriere amministrative tese a limitare l'accesso all'attività commerciale, ad una nuova impostazione che ha come primo obiettivo "... la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci.." <sup>9</sup>.

Va ricordato che la libertà di iniziativa economica privata, la tutela della concorrenza e dei diritti dei consumatori, trovano comunque copertura giuridica in norme di rango costituzionale<sup>10</sup> e sono riservate alla *competenza esclusiva* dello Stato, in quanto tali non tangibili, né "aggirabili", da legislazioni in materie delegate, di qualsiasi grado esse siano.

Dopo la riforma introdotta nell'anno 1998 la materia in questione è stata investita da una serie di ulteriori significativi interventi legislativi statali, succedutisi nel tempo, più precisamente:

- **Decreto legge 4 giugno 2006, n. 223**, convertito con modificazioni dalla legge 4 agosto 2006, n.248 (c.d. decreto Bersani), contenente una serie di misure volte a garantire un regime di libera concorrenza, oltre che ad assicurare il corretto ed uniforme funzionamento del mercato.
- **Decreto legge [di modifica del precedente] 6 luglio 2011, n.98**, convertito con modificazioni dalla **legge 15 luglio 2011, n. 111**.
- **Decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201**, convertito con modificazioni dalla **legge 22 dicembre 2011, n. 214**.
- **Decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1**, convertito con modificazioni dalla **legge 24 marzo 2012, n. 27**.

Alla luce delle pronunce della Corte Costituzionale in materia di commercio e di concorrenza va notato che "la normativa statale continua ad avere una qualche incidenza su una materia ormai pienamente regionale"<sup>11</sup>.

In particolare la Corte ha riconosciuto il carattere della "trasversalità" anche alla materia "tutela della concorrenza" prevista dall'art. 117, comma 2 lettera e), Cost., "con la conseguenza che in tale ambito la disciplina statale, operando come limite per il legislatore regionale, incide anche sulla materia del commercio che, pur essendo rimessa in via principale alla legislazione regionale, è altresì sottoposta al concorso della legge."<sup>12</sup>

<sup>9</sup> art. 1 D.Lgs. 114/1998 cd."Decreto Bersani".

<sup>10</sup> art. 41 della Costituzione della Repubblica italiana.

<sup>11</sup> Fonte citata : Commercio tra competenza legislativa regionale, tutela della concorrenza ed iniziativa economica privata – Dossier.

<sup>12</sup> Ibidem.



## 1.2 La disciplina regionale in materia di commercio: la Regione Liguria.

In tale **contesto di liberalizzazione** si colloca il **Testo Unico regionale** (T.U.C.) della **regione Liguria** (R.L.) che fa propri i principi introdotti nell'ordinamento nazionale dal decreto Bersani (peraltro costantemente sollecitati dal diritto comunitario), estendendoli alla generalità delle transazioni commerciali, con le uniche eccezioni delle attività elencate all'articolo 10 del T.U.C. richiamato.

La *liberalizzazione* non va però in alcun modo intesa come *assoluta mancanza di regole*, considerati anche gli *obiettivi di tutela, di garanzia e di valorizzazione* che la Legge si prefigge; superati i vecchi criteri, le scelte politiche e il controllo amministrativo sullo sviluppo del settore sono ora affidate ai Comuni attraverso **documenti di programmazione urbanistica** (prima PRG ora PUC) e **commerciale** (PCC), sotto l'attento controllo e la supervisione dei competenti uffici regionali.

Con **Legge Regionale (L.R.) n. 1/2007 e s.m.i.** la R.L. ha approvato il "**Testo Unico in materia di commercio**" (T.U.C.), orientato a disciplinare, oltre al commercio in sede fissa e sulle aree pubbliche, anche la vendita della stampa, la somministrazione di alimenti e bevande, la distribuzione dei carburanti, le forme speciali di commercio al dettaglio, i centri di telefonia in sede fissa.

Il sistema di fonti normative introdotto dal T.U.C. demanda ai comuni la predisposizione di **piani commerciali** da approvare sulla base di **criteri generali di programmazione urbanistico - commerciale** da adottare dalla stessa Regione per l'insediamento delle seguenti attività:

- Commercio al dettaglio e all'ingrosso in sede fissa;
- Vendita della stampa quotidiana e periodica;
- Somministrazione di alimenti e bevande;
- Distribuzione di carburanti.

Il T.U.C. fa proprie le competenze attribuite alle Regioni dalla normativa nazionale in materia di commercio e, in attuazione di quanto in essa stabilito, il Consiglio regionale ha emanato i relativi atti di programmazione.

La R.L. ha da ultimo modificato la propria L.R. n.1/2007 con la L.R. n. 23 del 22 dicembre 2015: " Modifiche alla L.R. 2 gennaio 2007, n. 1 pubblicata sul Burl n. 22 del 23 dicembre 2015, parte I.

Con la deliberazione del Consiglio regionale (D.C.R.) n.31 del 17 dicembre 2012, è stata, inoltre, approvata la nuova programmazione commerciale e urbanistica in materia di commercio al dettaglio in sede fissa, pubblicata nel Bollettino Ufficiale n. 52 del 27 dicembre 2012, parte II, come modificata con D.C.R. n. 31 del 18 novembre 2014: " Modifiche e integrazioni della D.C.R. n.31/2012 – L.R. n.1/2007", pubblicata sul Burl n. 48 del 26 novembre 2014, parte II, Supplemento ordinario.

Con la D.C.R. n. 32 del 18 novembre 2014, sono stati approvati gli indirizzi e i criteri per la somministrazione di alimenti e bevande, in attuazione del Testo unico in materia di commercio - L.R. n.1/2007 e successive modifiche e integrazioni, pubblicata sul Burl n. 48 del 26 novembre 2014, parte II, Supplemento ordinario.

La **legge regionale 29 luglio 2016 n.18**, pubblicata sul Burl n.15 del 30 luglio 2016, ha apportato alcune significative modifiche al T.U.C. (L.R. n.1/2007), recepite in questo documento nei paragrafi che trattano le materie oggetto di modifica.

Il presente nuovo Piano Commerciale Comunale si ispira agli indirizzi generali e ai vigenti criteri di programmazione urbanistico-commerciale emanati dalla Regione Liguria, calandoli nello specifico della Città di Chiavari.

Per maggiori dettagli sulla disciplina del commercio in Liguria si rimanda al sito della R.L. stessa <http://www.regione.liguria.it/argomenti/settori-economici/commercio/testo-unico-sul-commercio.html> mentre il testo coordinato della L.R. n.1/2007 sulla disciplina del commercio è consultabile al sito [https://lrv.regione.liguria.it/liguriass\\_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2007-01-02;1](https://lrv.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2007-01-02;1) .



### 1.3 L'attuale disciplina comunale in materia di commercio: il Piano commerciale comunale (PCC).

Le attività commerciali esercitate in sede fissa nell'ambito territoriale del Comune di Chiavari sono al momento disciplinate dal **Piano Commerciale Comunale (PCC)** in vigore essendo stato adottato nel marzo del 2008 sulla base del T.U.C. regionale del 2007, recependo i criteri e gli indirizzi contenuti nel D.C.R. 18/2007, superati dalla successiva D.C.R.<sup>13</sup> in attuazione della L.R. 1/2007.

Il PCC vigente ha introdotto elementi di programmazione finalizzati al perseguimento delle finalità che la Legge Regionale si è posta, ovviamente nel rispetto delle competenze spettanti al Comune. Il PCC vigente, tenendo conto di quanto contenuto nello strumento urbanistico comunale (PRG) ha fatto proprio anche quanto disposto all'articolo 26 del T.U.C.<sup>14</sup>, inserendo una previsione derogatoria alla libertà di iniziativa commerciale a tutela del patrimonio artistico, storico ed architettonico dei centri storici.

Anche il Governo in questi anni è intervenuto direttamente e indirettamente in materia di *distribuzione commerciale* attraverso strumenti legislativi in materia economica, apportando importanti innovazioni normative in ottica di liberalizzazione e a sostegno delle iniziative economiche<sup>15</sup>.

**L'attuale Piano Commerciale vigente**, per testo e contenuti molto sintetico, è costituito da un dispositivo normativo articolato in soli 6 articoli che disciplinano:

- Art. 1: CENTRO STORICO COMMERCIALE
- Art. 2: ESERCIZI DI VICINATO – (EV)
- Art. 3: MEDIE STRUTTURE DI VENDITA – (MSV)
- Art. 4: GRANDI STRUTTURE DI VENDITA – (GSV)
- Art. 5: AGGREGAZIONE DI ESERCIZI SINGOLI CENTRI COMMERCIALI – PARCHI COMMERCIALI
- Art. 6: ORARI ESERCIZI COMMERCIALI

prevedendo limiti e prescrizioni, soprattutto per quanto riguarda la zona del **Centro Storico Commerciale**.

Il tessuto commerciale della **città di Chiavari** ha però subito in questi ultimi anni sensibili modifiche, con un elevato turn-over nella gestione degli esercizi al dettaglio, in conseguenza sia delle sfavorevoli dinamiche economiche nazionali, regionali e locali, sia dell'evoluzione della legislazione europea, nazionale e regionale in materia di concorrenza e quindi anche di distribuzione commerciale.

Inoltre la **Regione Liguria**, in data successiva all'adozione del Piano Commerciale vigente, <sup>16</sup>ha emanato ulteriori norme relativamente ai nuovi indirizzi e ai criteri di programmazione commerciale ed urbanistica del commercio al dettaglio in sede fissa (D.C.R. n°31 del 17/12/2012) in particolare con riferimento allo strumento dei **Patti d'Area**, indirizzi e criteri in gran parte recepiti dall'Amministrazione comunale di Chiavari con la sottoscrizione nel dicembre 2013 del **Patto d'Area fra Comune e CIV "CIVediamo in centro a Chiavari"**.

Quanto sopra nella convinzione dell'importanza della conservazione e valorizzazione del tessuto commerciale comunale, anche ai fini della vivibilità del **Centro Storico** - a presidio della sicurezza e del pubblico decoro - del mantenimento dei livelli occupazionali degli addetti al comparto commerciale-distributivo e al mantenimento/miglioramento del livello di servizio alla popolazione. Per tutte queste ragioni, dopo essersi confrontata con le Associazioni di categoria maggiormente rappresentative, l'Amministrazione comunale ha deciso di rivedere la normativa in materia di commercio in sede fissa che propone nelle pagine seguenti.

<sup>13</sup> D.C.R. n.31 del 17/12/2012

<sup>14</sup> L.R. 2 gennaio 2007 n.1

<sup>15</sup> Vedi il D.L. 21 giugno 2013, n.69 convertito in Legge 9 agosto 2013, n.98.

<sup>16</sup> In data 17 dicembre 2012



## 2. Obiettivi del Piano Commerciale Comunale (PCC): principali linee guida.

Il nuovo **Piano Commerciale Comunale** (PCC) è lo “*strumento settoriale di programmazione territoriale*” previsto dalla normativa regionale<sup>17</sup>, secondo gli indirizzi e i criteri di programmazione commerciale e urbanistica<sup>18</sup> deliberati dalla Regione Liguria (R.L.).

**Obiettivi primari** del PCC, così come previsti dalla normativa regionale, sono quelli di:

- preservare,
- sviluppare e
- potenziare la funzione del commercio,

con particolare riferimento al contributo che può fornire alle varie forme di aggregazione sociale e alla conservazione e valorizzazione dell’assetto urbano.

La R.L. ha deliberato gli indirizzi e i criteri di programmazione commerciale ed urbanistica prevedendo la possibilità per i singoli Comuni di adottare il **Piano Commerciale Comunale** che potrà contenere:

- criteri e indirizzi per l’esercizio dei maggiori poteri ex art. 26, comma 2, lett. b) del Testo Unico per il Commercio (TUC): per centri storici, aree o edifici aventi valore storico, artistico e ambientale;
- possibilità di determinare criteri relativamente alla localizzazione e all’apertura di esercizi di vendita, al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in ordine alla viabilità, alla mobilità dei consumatori e all’arredo urbano, utilizzando anche specifiche misure di agevolazione tributaria e di sostegno finanziario;
- individuazione dei centri storici commerciali (CSC);
- criteri per gli insediamenti commerciali nelle aree del territorio comunale;
- ripartizione territoriale delle quote di incremento della Superficie di vendita (SV) previsti nella fascia comunale oppure nell’area territoriale di appartenenza;
- eventuale articolazione degli orari degli esercizi commerciali, qualora non siano regolamentati con atto autonomo e separato.

Il PCC affianca e integra gli strumenti urbanistici comunali in vigore, con proprie norme volte alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, al rafforzamento dell’immagine e dell’identità urbana. In ogni caso il PCC fa proprie tutte le indicazioni e disposizioni dello strumento urbanistico comunale di recente adottato<sup>19</sup>.

L’Amministrazione comunale di Chiavari, nel rispetto del proprio Programma elettorale, ha inteso esercitare pienamente tale potestà programmatica, adottando il nuovo **Piano Commerciale Comunale**, recependo in esso le azioni più opportune a tutela dei superiori interessi di trasparenza e qualità del mercato, libera concorrenza e libertà d’impresa, tutela dei consumatori, salvaguardia dei lavoratori del settore, valorizzazione delle peculiari caratteristiche urbanistiche ed architettoniche della città di Chiavari.

Tali peculiarità – urbanistico/architettoniche – della città di Chiavari hanno suggerito in particolare alcune specifiche deroghe ai principi di liberalizzazione introdotti nel nostro ordinamento.

<sup>17</sup> art. 5 della legge regionale n. 1/2007 “Testo Unico in materia di commercio” (TUC) che disciplina le attività di commercio al dettaglio in sede fissa.

<sup>18</sup> di cui alla deliberazione del Consiglio della Regione Liguria n.31 del 17 dicembre 2012.

<sup>19</sup> Il PRG è ancora in vigore in attesa dell’approvazione del PUC già adottato.



Ai fini dell'applicazione delle disposizioni del presente piano commerciale si intendono:

- **commercio al dettaglio:** l'attività di chi professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa, direttamente al consumatore finale
- **superficie netta di vendita (s.n.v.):** l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili, aree di esposizione se aperte al pubblico. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi e spazi collocati oltre le casse
- **merci speciali:** quelle che, per loro caratteristiche intrinseche e dimensione, necessitano di aree distributive ampie, senza determinare un maggiore carico antropico della zona di insediamento
- **pastigliaggi:** i prodotti da banco preconfezionati alla produzione da vendere nella stessa confezione originaria, costituiti generalmente da caramelle, gomme, cioccolatini, patatine, snack e similari

Gli esercizi di vendita sono classificati, secondo l'art. 15 della L.R. n. 1/2007 e s.m.i., in:

Tipologia	Sigla	Con superficie di vendita
<b>Esercizi di vicinato</b>	<b>EV</b>	inferiore ai 250 m <sup>2</sup>
<b>Medie strutture di vendita</b>	<b>MSV</b>	da 250 m <sup>2</sup> a 1500 m <sup>2</sup>
<b>Grandi strutture di vendita</b>	<b>GSV</b>	superiore ai 1500 m <sup>2</sup>

La classificazione tipologica distingue inoltre:

- ✓ gli esercizi di vendita non alimentari speciali (EVS),
- ✓ le aggregazioni di esercizi singoli (AGS),
- ✓ i distretti commerciali tematici (DCT),
- ✓ i centri commerciali (CC) e
- ✓ i parchi commerciali (PC).

I settori merceologici sono:

- **Alimentare e**
- **Non alimentare.**

Ai fini del presente piano gli **esercizi non alimentari "Speciali"** sono quegli esercizi che commercializzano merci speciali tassativamente limitate a: mobili con complementi di arredamento, prodotti per l'industria e l'agricoltura, mezzi di trasporto, macchinari. Tale tipologia di merci non costituisce un nuovo settore merceologico, ma è stata individuata ai soli fini urbanistici, non essendo richiesti standard di parcheggio in quanto non vi è commisurazione tra la superficie di vendita e il peso dell'utenza potenziale. Non sono fissati contingenti di superficie.

Tutta la s.n.v. di vendita di un esercizio classificato "alimentare" è considerata come superficie alimentare e tutta la s.n.v. di vendita di un esercizio classificato "non alimentare" è considerata come superficie non alimentare, ai soli fini della sua classificazione commerciale.

Resta ferma l'assoluta libertà e facoltà dell'operatore di attivare, sulla base delle proprie valutazioni imprenditoriali, una struttura di vendita in uno o entrambi i settori merceologici (alimentare e non alimentare), fermo restando, il rispetto dei criteri commerciali ed urbanistici comunali.



## 2.1 La consistenza attuale della rete commerciale in sede fissa nel comune di Chiavari

### Premessa statistico-demografica

Secondo il censimento ISTAT del 2011 la popolazione censita nel comune di Chiavari era di 27.295 unità.

Alla data del 1/1/2015 la popolazione residente nel comune di Chiavari<sup>20</sup> ammontava a 27.567 persone<sup>21</sup>: si registra pertanto una **sostanziale stabilità demografica**.

La superficie comunale essendo estesa per 12,23 km<sup>2</sup>, la densità di abitanti per km<sup>2</sup> è di 2.253,83 ab./km<sup>2</sup>.

Di particolare rilevanza, in quanto collegata alla **capacità di acquisto**, è poi la suddivisione della popolazione per **classi di età**, che è di:

- ❖ 2.447 unità **tra i 20 e 29 anni** pari all'8,9% del totale,
- ❖ 12.809 unità **tra i 30 e 64 anni** pari al 55,3% del totale.

### Principali dati statistici commerciali<sup>22</sup>

Il **numero di esercizi** commerciali in sede fissa è in pari data di **723** unità, pertanto la densità commerciale di “consumatori residenti teorici” per esercizio commerciale in sede fissa è di 38,128 ab. /esercizi totali.

Se si analizzano i dati più in dettaglio va notato che:

- Gli EV mediamente servono una “popolazione potenziale teorica” di 39,43 ab. /EV
- Le MSV mediamente servono una “popolazione potenziale teorica” di 1.148,62 ab./MSV.

Infatti sul totale di 723 esercizi commerciali in sede fissa e in attività:

- 699 sono EV
- 24 sono MSV.

Dei 699 EV:

- 146 sono a tipologia alimentare
- 509 sono a tipologia non alimentare e solo
- 68 sono misti.

La **superficie totale di vendita** degli esercizi commerciali presenti sul territorio comunale ammonta a 50.802,56 mq. suddivisa in:

- 40.163,56 mq. a tipologia EV (79,6%) e
- 10.639,00 mq. a tipologia MSV (20,94%).

<sup>20</sup> al 1° gennaio 2015

<sup>21</sup> Fonte ISTAT.

<sup>22</sup> Fonte Ufficio Commercio del Comune di Chiavari



### Analisi di dettaglio della rete commerciale in sede fissa

Sulla base dei dati forniti dall'Ufficio Commercio del Comune di Chiavari<sup>23</sup> l'analisi della rete commerciale evidenzia alcune *caratteristiche peculiari del territorio comunale*, abbastanza allineate rispetto ad altri centri della costa ligure:

- L'**elevata concentrazione di esercizi commerciali in sede fissa nel Centro Storico** cittadino con crescente sviluppo in alcune vie adiacenti, di più recente urbanizzazione (ottocentesca e novecentesca) ma egualmente di pregio, soprattutto lungo gli assi latitudinali di sviluppo urbanistico in direzione dell'Entella e longitudinali in direzione della stazione ferroviaria e del mare<sup>24</sup>.
- L'**addensamento degli esercizi commerciali in alcune vie cittadine**<sup>25</sup>, in particolare via Martiri della Liberazione (oltre il 15% del totale), corso Dante, via Entella, via Piacenza, via Parma, via Vittorio Veneto, corso Garibaldi, via Rivarola, corso Valparaíso, che rappresentano oltre il 51% del totale dei punti di vendita (375 su 723).
- L'**assoluta prevalenza del numero di esercizi commerciali di vicinato (EV)** rispetto alle medie superfici di vendita (MSV), nella seguente misura: 96,7% di EV contro 3,3% di MSV.
- La **prevalenza degli esercizi a tipologia non alimentare** (70,4%) su quelli alimentari (20,2%) e su quelli misti (9,4%).
- L'**assoluta prevalenza di esercizi EV a tipologia non alimentare** (7 esercizi su 10) rispetto a quelli a tipologia alimentare (3 esercizi su 10).
- Le **MSV** presenti sul territorio comunale sono equamente suddivise a tipologia non alimentare (45,8%) e mista (45,8%) e solo l'8% a tipologia alimentare.
- Gli **EV prevalgono sulle MSV** non solo numericamente ma anche come **superficie di vendita**: EV (79,6%) rispetto a MSV (20,94).
- La **superficie media di vendita** per esercizio commerciale in sede fissa è di 70,26 m<sup>2</sup>. (a prescindere dalla sua tipologia).
- La **superficie media di vendita per tipologia commerciale** degli esercizi commerciali in sede fissa sul territorio comunale è la seguente:
  - 57,45 m<sup>2</sup>. se EV
  - 443,29 m<sup>2</sup>. se MSV.

<sup>23</sup> Dati aggiornati al 30 giugno 2015 ed elaborati nei successivi mesi di agosto e settembre.

<sup>24</sup> Il 40% degli esercizi commerciali in sede fissa è concentrata nel centro storico.

<sup>25</sup> 9 vie su 91 in totale (circa il 10%)



In particolare:

- 39,33 m<sup>2</sup>. se solo alimentare
  - 70,06 m<sup>2</sup>. se non alimentare
  - 138,19 m<sup>2</sup>. se misto.
- Se si analizzano in particolare le **caratteristiche solo degli EV** possiamo notare che la loro superficie media di vendita è:
- 33,98 m<sup>2</sup>. se a tipologia alimentare
  - 63,73 m<sup>2</sup>. se a tipologia non alimentare
  - 61,95 m<sup>2</sup>. se a tipologia mista.

A questo punto richiamando il lavoro effettuato dall'**istituto Tagliacarne**<sup>26</sup> che ha elaborato nel 2005 lo studio "La programmazione commerciale in Liguria – Profili conoscitivi", si rileva anzitutto che, rispetto alla situazione prospettata, non vi sono stati sul territorio del Comune di Chiavari movimenti significativi della popolazione residente da un lato e del flusso turistico dall'altro.

Per contro, si rileva una sostanziale linea di continuità con l'ultimo decennio, sì che le variazioni intercorse non sono state tali da modificare le logiche insediative della popolazione e i flussi turistici.

Dall'esame complessivo dei dati relativi alla rete commerciale emergono i seguenti dati:

- una sostanziale equipollenza con la situazione pregressa;
- l'offerta commerciale risulta prevalentemente concentrata lungo gli assi viabilistici del centro cittadino e nelle nuove zone di espansione commerciale ad esso contigue;
- il cuore della rete commerciale di Chiavari si concentra in nove principali vie nella quali è presente oltre il 50% della superficie globale di vendita degli esercizi;
- le stesse vie presentano un'elevata specializzazione nel settore non alimentare;
- la dimensione media degli esercizi non alimentari è maggiore di quella degli alimentari;
- gli esercizi commerciali prevalenti si concentrano generalmente nelle classi dimensionali più basse (meno di 100 m<sup>2</sup>).

Dalla lettura congiunta dei dati sia sulla consistenza della rete commerciale sia della demografia comunale, nonché dalla dinamica dei consumi<sup>27</sup>, si evidenzia una soddisfacente offerta commerciale su tutto il territorio comunale, sia in relazione al mix di tipologie merceologiche che in riferimento al numero e al dimensionamento delle attività.

---

<sup>26</sup> <http://www.tagliacarne.it/>. L'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione dell'Unione Italiana delle Camere di commercio, promuove la cultura economica nel nostro Paese impegnandosi in attività di ricerca e analisi economico-statistica.

<sup>27</sup> che mostra, in generale e da tempo, segnali di forte rallentamento, anche in relazione alla generalizzata situazione di crisi dell'economia.



La situazione attuale della rete distributiva comunale risulta ben strutturata e dimensionata tanto in rapporto alle specifiche zone del territorio comunale che quale rapporto globale fra abitanti residenti più consumatori affluenti e offerta globale di prodotti.

Per altro verso, si rileva una forte concentrazione dell'offerta alimentare nella zona centrale (centro storico commerciale - CIV).

**2.2 Le zone commerciali previste dal Piano Commerciale Comunale e i suoi collegamenti con il PUC**

Il nuovo Piano Commerciale Comunale individua tre zone commerciali più una “**zona di salvaguardia**”<sup>28</sup>:

Zona commerciale	Codifica		
	PCC	PRG	PUC
1. Centro Storico Commerciale	CSC	A1	ACCS
2. Ampliamento del CSC	ACS	A2bis	ACCU
3. Fuori CSC	FCS		

Rispetto al precedente Piano Commerciale (che prevedeva solo due zone: Centro Storico e Fuori Centro Storico) viene introdotta la **sub zona di Ampliamento del Centro Storico Commerciale (ACS)**, recependo il contenuto della Deliberazione del Consiglio Comunale (C.C.) n.36 del 15 aprile 2015 con la quale è stato variato il P.R.G. – Piano Regolatore Generale, introducendo una nuova sottozona denominata **A2 Bis**.

Il PRG del Comune di Chiavari approvato nel maggio del 2002 individuava infatti nell’ambito della **zona territoriale omogenea A**, tre tipi di sottozone:

- A1 - relativa al Centro Storico di impianto medioevale
- A2 - riguardante l’impianto urbano di matrice tardo ottocentesca e di primo novecento
- A3 - che concerne i centri storici delle frazioni.

La nuova suddivisione in zone commerciali recepita nel Piano Commerciale Comunale rispecchia sia l’impianto del PRG così come modificato, sia gli indirizzi del PUC di recente adottato dal Consiglio Comunale, recependo l’evoluzione in senso commerciale delle zone un tempo solo residenziali contigue al CSC. Riassumendo:

- Il Centro Storico Commerciale coincide con l’impianto urbanistico medioevale.
- L’ Ampliamento del Centro Storico Commerciale è gran parte della sottozona di PRG e oggi di PUC A2 Bis.
- La zona Fuori dal CSC comprende tutte le restanti aree comunali.

La definizione della perimetrazione delle zone commerciali<sup>29</sup>, così come elaborata dall’Ufficio Urbanistica del Comune, è dettagliata nella cartografia Allegata (TAV 1).

**1. Centro Storico Commerciale – CSC (A1 - ACCS):**

E’ il territorio coincidente con l’impianto urbanistico medioevale.

**2. Ampliamento del Centro Storico Commerciale – ACS (A2 Bis - ACCU)**

Sono le zone contigue all’impianto urbanistico medioevale, di sviluppo ottocentesco e dei primi del XX secolo.

**3. FCS - Fuori Centro Storico Commerciale - FCS**

Sono tutte le restanti parti del territorio comunale, non comprese nelle precedenti due zone.

<sup>28</sup> Come previsto dalla nuova **Legge regionale 29 luglio 2016 n.18**, pubblicata sul Burl n.15 del 30 luglio 2016 [vedi la relativa disciplina al paragrafo 2.6 (Le Medie Superfici di Vendita - MSV)].

<sup>29</sup> In Allegato (**TAV 1**) la cartina che visualizza i confini delle 3 zone commerciali.



### 2.3 Il Centro Storico Commerciale (CSC): perimetrazione, caratteristiche, funzioni, disciplina speciale

Il Centro Storico Commerciale (CSC) corrisponde alla planimetria allegata.

Nel **CSC (A1)** sono insediati **n. 289** esercizi commerciali in sede fissa su un totale complessivo di **n.723** sull'intero territorio comunale.

La percentuale di esercizi commerciali in sede fissa sul totale è del **39,97%**.

La **superficie totale di vendita** (offerta commerciale specifica del CSC) a disposizione dei consumatori residenti nel territorio comunale e affluenti dalle località vicine o per turismo è di **13.299,02 m<sup>2</sup>**, pari al **26,18%**.

La **superficie media di vendita** per esercizio commerciale in sede fissa nel CSC è di **46,01 m<sup>2</sup>**, molto al di sotto di quella degli esercizi presenti fuori del CSC: **86,41 m<sup>2</sup>**.

All'interno del CSC **non può essere esercitato** il commercio al dettaglio da parte di esercizi di nuova apertura dei seguenti generi merceologici, (ad esclusione degli esercizi già in attività alla data di entrata in vigore del presente piano):

1. Articoli idro-termo-sanitari;
2. Combustibili;
3. Ricambi ed accessori per autoveicoli;
4. Auto - motocicli e relativi ricambi ed accessori (ad esclusione delle biciclette);
5. Prodotti per l'agricoltura e la zootecnia;
6. Nautica e motonautica;
7. Pneumatici;
8. Materiali da costruzione – legnami;
9. Articoli funerari;
10. Macchine, attrezzature, articoli tecnici per l'agricoltura;
11. Macchine, attrezzature, articoli tecnici per l'industria e l'artigianato;
12. Macchine, attrezzature, articoli tecnici per il commercio;
13. Materiali antinfortunistici;
14. Porno-shop;<sup>30</sup>
15. Negozi con vendita esclusiva tramite distributori automatici di cibi e bevande.

2) non sono inoltre ammesse/i:

- nuove grandi strutture di vendita (GSV) alimentari e non alimentari;
- centri commerciali (CC) e/o parchi commerciali (PC)
- concentrazioni ed accorpamenti.

Lo stesso divieto è esteso anche alla zona commerciale **ACS (A2Bis)**.

A conferma di quanto sopra si richiama la legge regionale **29 luglio 2016 n.18**, pubblicata sul Burl n.15 del 30 luglio 2016.

---

<sup>30</sup> Vedere la variante al PRG che ha introdotto limitazioni a tale attività



## 2.4 Il CIV e il Patto d'Area: scopi e funzioni

La Regione Liguria ha istituito<sup>31</sup> il **Patto d'Area** con obiettivo prioritario il miglioramento della qualità della vita nei centri storici/storico commerciali e nelle aree urbane, con particolare attenzione alle piccole imprese commerciali.

La nuova programmazione regionale commerciale ed urbanistica in materia di commercio al dettaglio in sede fissa prevede che "i Patti d'Area perseguano la **valorizzazione dei Centri Storici e Commerciali** attraverso (...) l'esclusione di alcune tipologie merceologiche o il sostegno di altre, (...) la facilitazione nell'apertura di soli esercizi di vicinato, il coinvolgimento dei CIV".

Fin dal 2008, una delle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore commercio presenti nel Comune di Chiavari, l'ASCOM-CONFCOMMERCIO di Chiavari, ha istituito il **CIV - Centro Integrato di Via** denominato "CIVediamo in Centro a Chiavari ... dal 2008".

Il Centro Integrato di Via di Chiavari è cresciuto nel tempo: alla data di redazione del Piano commerciale "sono oltre 220 le realtà iscritte che lavorano quotidianamente per vivificare il tessuto urbano ed economico della città".<sup>32</sup>

Esso comprende le seguenti vie e piazze: *"...Via Vittorio Veneto, Piazza Matteotti, Via Martiri della Liberazione, Via Rivarola, Via Costaguta, Via dei Gandolfi, Piazza Fenice, Via Raggio, Via Bancalari, Via Della Cittadella, Via San Giovanni, Piazza San Giovanni, Via delle Vecchie Mura, Via Dall'orso, Via Filippini, Via Mongiardini, Piazza Cademartori, Piazza Paolo Costa, Via Bighetti, Via Grimaldi, Piazza Mazzini, Via S. Antonio, Via Remolari, Via Ravaschieri, C.so Dante, C.so Garibaldi, Galleria di C.so Garibaldi, Piazza Cavour, Piazza Roma."*

Le attività iscritte al Consorzio, pur diverse fra loro per vocazione e genere, sono accomunate da un tratto fondamentale: sono e vogliono continuare a svolgere la funzione di **motore creativo** per rendere la città un naturale polo d'attrazione, sia per i turisti che per i residenti del Tigullio.<sup>33</sup>

La Giunta Municipale di Chiavari, primo comune della Liguria in questa iniziativa, con sua Delibera n.346 del 18/12/2013 ha deliberato l'approvazione della stipula del "PATTO D'AREA" tra la Regione Liguria, il Comune di Chiavari, la Camera di Commercio Industria e Artigianato di Genova, l'ASCOM Confcommercio di Chiavari ed il C.I.V. "CIVediamo in Centro a Chiavari ... dal 2008" di Chiavari.

Vengono richiamate le delibere comunali in materia e gli accordi stipulati.

In particolare si richiama l'art. 8 della **Legge regionale 29 luglio 2016 n.18**, pubblicata sul Burl n.15 del 30 luglio 2016, che introduce l'art. 3 quater alla L.R. n.1/2007 che stabilisce: *"Laddove esista un Centro Integrato di Via (CIV) di cui all'articolo 122, all'interno dell'area perimetrata dal Comune, è vietato l'insediamento di Grandi Strutture di Vendita, Centri Commerciali nella forma di Grandi Strutture di Vendita, parchi commerciali, distretti commerciali tematici, polo enogastronomico, in quanto aree soggette a particolare tutela ambientale."*

<sup>31</sup> con L.R. n° 1 del 2.1.2007 e D.C.R. n° 31 del 17/12/2012

<sup>32</sup> Fonte [www.civchiavari.com](http://www.civchiavari.com)

<sup>33</sup> ibidem

**2.5 Gli esercizi commerciali di vicinato (EV)<sup>34</sup>**

Nel Comune di Chiavari (che ha una popolazione superiore ai 10.000 abitanti) sono considerati *esercizi di vicinato* gli esercizi commerciali che hanno la seguente *superficie netta di vendita (s.n.v.)*:

Zona commerciale	Sigla			Tipologia	Superficie netta di vendita
	PCC	PRG	PUC		Fino a m <sup>2</sup>
Centro Storico Commerciale e Ampliamento CSC	CSC	A1		Alimentare	100
	ACS	A2Bis		Non alimentare	150
Fuori dal Centro Storico Commerciale	FCS			Alimentare	250
				Non alimentare	250

La riduzione della superficie di vendita a 150 e 100 m<sup>2</sup> è applicata anche nella **sub zona di Ampliamento del Centro Storico Commerciale (ACS)**, definita nel PRG come zona A2Bis, per affinità di tipologia urbanistico-commerciale.

Per *superficie netta di vendita (s.n.v.)* di un esercizio commerciale, si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili, aree di esposizione se aperte al pubblico. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi e spazi collocati oltre le casse.

La Giunta Comunale, ha stabilito che "in un'unica unità immobiliare a destinazione commerciale con unico accesso sulla via pubblica è ammessa l'apertura di un unico esercizio di vicinato (o di artigianato o di servizi, ecc.). Tale indirizzo vale anche in caso di trasferimento e/o subingresso" (Vedi Delibera n.325 del 17/11/2014).

<sup>34</sup> Art. 15 L.R. 2 gennaio 2007, n. 1. Testo Unico in materia di commercio e s.m.i.

**2.6 Le Medie Superfici di Vendita (MSV)<sup>35</sup>**

Nel Comune di Chiavari (che ha una popolazione superiore ai 10.000 abitanti) sono considerate *Medie Superfici di Vendita* gli esercizi commerciali che hanno una *superficie netta di vendita* superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 m<sup>2</sup>. con alcune limitazioni per tipologia (alimentare e non alimentare) e per zona di Piano Commerciale.

In relazione alle caratteristiche urbanistiche e della rete commerciale esistente nel Comune di Chiavari le **superfici nette di vendita** previste dal Piano Commerciale per le **MSV** sono le seguenti:

Zona commerciale	Sigla			Tipologia	Superficie netta di vendita in m <sup>2</sup>
	PCC	PRG	PUC		Da – A
Centro Storico Commerciale e Ampliamento CSC	CSC	A1		Alimentare	101 - 250
	ACS	A2Bis		Non alimentare	151 - 300
Fuori dal Centro Storico Commerciale	FCS			Alimentare	251 - 600
				Non alimentare	251 - 1.500

In considerazione delle problematiche legate all'incremento del traffico veicolare in particolare nel Centro Storico Commerciale (CSC) e nelle zone ad esso limitrofe, anche alla luce degli studi sviluppati dal PUT in itinere, facendo seguito a quanto contenuto nella Delibera di C.C. n. 36 del 15/04/2015 che ha istituito la zona di PRG A2Bis [zona di Ampliamento del Centro Storico (ACS)], sono state ridotte le superfici massime per le MSV quando insistenti nel CSC e nell'ACS.

Il PCC recepisce il disposto dell'art. 8 della L.R. 29 luglio 2016 n. 18, pubblicata sul Burl n.15 del 30 luglio 2016, che modifica l'art. 26 della L.R. n.1/2007 (T.U.C.) e che inserisce il comma 3 bis: *"Attorno ai centri storici urbani ricompresi nei vigenti piani urbanistici comunali nella zona omogenea di tipo A di cui al decreto del Ministero dei Lavori Pubblici 2 aprile 1968, n. 1444 (Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra gli spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi, da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'articolo 17 della legge n. 765 del 1967 ), e nei quali è presente ed attiva una rete commerciale prevalentemente costituita da esercizi di vicinato, il Comune, sulla base delle specifiche caratteristiche e condizioni del contesto di riferimento, può individuare una fascia della profondità fino ad un massimo di 1.000 metri lineari dal relativo perimetro<sup>36</sup>, nella quale possono essere insediati esclusivamente esercizi di vicinato e Medie Strutture di Vendita, di cui all'articolo 15, aventi una superficie netta di vendita non superiore a 1.000 metri quadrati"*.

Tuttavia, relativamente al settore non alimentare, i limiti di cui sopra per le zone CSC e ACS possono essere aumentati fino a 1000 mq. nel caso in cui il CIV, insistente con il suo perimetro nelle zone sopraindicate, faccia apposita richiesta di insediamento di struttura da sottoporre alla verifica degli organi preposti. (D.C.R. 31/2012) nel rispetto delle procedure previste dalla L.R. 29 luglio 2016 n.18.

<sup>35</sup> Art. 15 L.R. 2 gennaio 2007, n. 1. Testo Unico in materia di commercio e s.m.i.: lettera così sostituita dall'art. 1 della L.R. 18 dicembre 2012, n. 47.

<sup>36</sup> Perimetro della zona CSC + ACS come da cartografia allegata (TAV.3).



## 2.7 Le Grandi Strutture di Vendita (GSV)

Secondo l'art. 15 (Classificazione dimensionale delle strutture di vendita al dettaglio) della L.R. 2 gennaio 2007 n.1 (Testo Unico in materia di Commercio) "si intendono (...) per *Grandi Strutture di Vendita* gli esercizi aventi superficie netta di vendita superiore ai limiti delle medie strutture di vendita".

Premesso che l'Amministrazione Comunale di Chiavari, già nel Piano Commerciale Comunale precedente ed attualmente in vigore ha stabilito che "**non è consentita l'apertura di nuove grandi strutture di vendita all'interno del proprio territorio**", si ribadisce tale volontà anche in questo strumento di programmazione urbanistico commerciale. **Non è pertanto consentita l'apertura di nuove grandi strutture di vendita (GSV), non è altresì consentito il trasferimento da altro Comune nell'ambito dell'Area Territoriale "Tigullio"**<sup>37</sup>.

Si ribadiscono inoltre i limiti dimensionali già previsti per le GSV:

Zona commerciale	Sigla			Tipologia	Superficie netta di vendita in m <sup>2</sup> da – a
	PCC	PRG	PUC		
Centro Storico Commerciale	CSC	A1		Alimentare	151 -250
Ampliamento CSC	ACS	A2Bis		Non alimentare	601 -1.000
Fuori dal Centro Storico Commerciale	FCS			Alimentare	601 -1.500
				Non alimentare	1.501 -2.000

Il PCC prende atto del contenuto della **L.R. 29 luglio 2016 n. 18**, pubblicata sul Burl n.15 del 30 luglio 2016 con particolare riferimento alle **GSV**. A tal proposito nella normativa di Piano Commerciale viene introdotta la "**fascia di salvaguardia**" (prevista dall'**art. 8 della legge citata**) della **profondità di 1.000 metri lineari dal perimetro della Zona CSC + ACS**, così come individuato dalla cartografia allegata (Tav.1).

<sup>37</sup> Si intende per "Area Territoriale del Tigullio" quella ricomprensente i seguenti Comuni: Rapallo, Borzonasca, Carasco, Casarza Ligure, Castiglione Chiavarese, Chiavari, Cicagna, Cogorno, Coreglia Ligure, Favale di Malvaro, Lavagna, Leivi, Lorsica, Lumarzo, Mezzanego, Moconesi, Moneglia, Ne, Neirone, Orero, Portofino, Rezzoaglio, Santa Margherita Ligure, San Colombano, Santo Stefano d'Aveto, Sestri Levante, Tribogna, Zoagli.



## 2.8 Apertura, ampliamento, trasferimento degli esercizi commerciali in sede fissa

### Disposizioni sul trasferimento di esercizi commerciali

Pur nel rispetto della *trasparenza del mercato, della concorrenza, della libertà d'impresa e della libera circolazione delle merci*,<sup>38</sup> nel Regolamento di attuazione del Piano vengono introdotte una serie di disposizioni tendenti a regolamentare con chiarezza le modalità di trasferimento degli esercizi commerciali.

Tale specifica disciplina prende in considerazione il trasferimento in particolare verso le zone **CSC** e **ACS**;

- degli **EV**, con dimensioni differenti se a tipologia alimentare o non alimentare;
- delle **MSV**, sia a tipologia alimentare sia non alimentare.

Tutto questo nel rispetto dei criteri di urbanistica commerciale (comunale e regionale) quanto a parcheggi ed accessi ai consumatori.

### Disposizioni sull'ampliamento degli esercizi commerciali esistenti

A tale scopo nel Piano si prevede la possibilità di ampliamento in particolare degli **esercizi di vicinato (EV)** se in conformità alle disposizioni urbanistico – edilizie e sino al raggiungimento della soglia massima di **Superficie di vendita (SV)** prevista per la zona entro cui si trovano.

Gli ampliamenti sono soggetti al rispetto di tutti i requisiti qualitativi di prestazione di cui al Paragrafo 5 del D.C.R. della Liguria n. 31/2012 e s.m.i., nonché al rispetto dei requisiti urbanistici stabiliti dalla programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici comunali.

### Ampliamento della superficie di vendita del 20% e del 10%

In tutte le zone del territorio comunale il Piano prevede di consentire l'ampliamento in loco di tutti gli esercizi di vendita già esistenti *da almeno un anno prima dell'entrata in vigore della programmazione regionale*, per una sola volta nell'ambito di vigenza della presente programmazione:

- A)** entro il limite del 20% della superficie autorizzata per gli esercizi collocati all'interno del Centro Storico Commerciale e zone omogenee A di cui al D.M. 2/4/1968, n. 1444;
- B)** entro il limite del 10% della superficie autorizzata e comunque fino a un limite massimo di ampliamento di 1000 mq di superficie netta di vendita per gli esercizi collocati nel restante ambito territoriale del Comune

L'esercizio che si amplia non dovrà comunque superare il limite dimensionale corrispondente alla sua tipologia. Entro tali limiti non sarà richiesto il rispetto dei requisiti qualitativi di prestazione di cui ai Paragrafi 4 e 5 della D.C.R. della Liguria n. 31/2012 e s.m.i., né il rispetto dei requisiti urbanistici stabiliti dalla programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici comunali. Tale modalità di ampliamento sarà alternativo alle procedure di ampliamento di cui al punto precedente.

<sup>38</sup> Come ribadito dall'art. 1 D.Lgs. 114/1998 cd. "Decreto Bersani".



## 2.9 Aggregazione di singoli esercizi

### Definizione

Per **aggregazioni di esercizi singoli (AGS)** si intende un insieme di nuovi esercizi che, per opportunità di natura edilizia, sono organizzati in spazi dotati di infrastrutture o servizi comuni, pur mantenendo, ai fini amministrativi, il carattere di esercizi singoli. Sono, pertanto, escluse le ipotesi di accorpamento, concentrazione o trasferimento che possono dare vita ad una aggregazione funzionale.

### Previsioni di Piano

Il presente Piano prevede che tali aggregazioni:

- siano ammesse in tutte le zone del territorio comunale,
- debbano essere costituite esclusivamente da esercizi di vicinato singoli (EV)
- non presentino comunque una superficie totale superiore:
  - a) ai 1500 mq. se ubicati nella zona FCS
  - b) ai 1000 mq. se ubicati nella zona CSC o nella zona ACS
- rispettino i vincoli urbanistico - commerciali stabiliti dagli strumenti urbanistici comunali, dalla programmazione regionale, nonché dal presente Piano Commerciale Comunale.

Le singole D.I.A di cui all'articolo 18 del TUC, relative agli esercizi di vicinato singoli componenti l'aggregazione, non possono essere unificate in un'unica autorizzazione.

Non sono consentiti trasferimenti esterni dei singoli esercizi facenti parte dell'aggregazione di esercizi singoli e, parimenti, non sono consentiti trasferimenti, accorpamenti o concentrazioni di esercizi già esistenti all'interno dell'aggregazione di esercizi singoli.

## 2.10 Parchi commerciali e centri commerciali

In considerazione della sostanziale staticità demografica, dell'attuale struttura - consistenza e tipologia della rete distributiva in sede fissa, dell'offerta commerciale complessiva nel comprensorio del Tigullio, delle peculiari caratteristiche storico-urbanistiche della città di Chiavari, il Piano non prevede l'apertura di centri commerciali e di parchi commerciali nel territorio comunale.

## 2.11 Esercizio congiunto dell'attività di commercio all'ingrosso e al dettaglio

Il Piano prevede la possibilità dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio di un esercizio congiunto. Nel caso di esercizio promiscuo nello stesso locale delle due attività, l'intera superficie di vendita verrà presa in considerazione ai fini dell'applicazione di entrambe le discipline vigenti per le due attività in questione. Ne consegue che nello specifico si applicheranno all'intera superficie le disposizioni previste per l'esercizio del commercio al dettaglio, essendo quelle relative al commercio all'ingrosso liberalizzate anche nel caso di grandi superfici di vendita.

Nel Regolamento di attuazione verranno recepite le disposizioni di cui alla deliberazione del Consiglio Regione Liguria n. 31/2012 e s.m.i.



## 2.12 Temporary Shop

### Definizione<sup>39</sup>

Per negozi temporanei o temporary shop si intendono le attività commerciali che offrono prodotti specifici, aperte per un periodo di tempo limitato (non inferiore a 1 mese né superiore a 4 mesi) e/o in occasione di fiere, manifestazioni, mercati, convegni e/o dove si svolgono temporanei eventi di promozione o esposizione al pubblico di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare e non alimentare, per la durata dell'evento medesimo.

Il Piano prevede l'apertura di Temporary Shop su tutto il territorio comunale e il Regolamento di attuazione prevederà all'art. 13 le modalità operative, le prescrizioni e i divieti di tale nuova modalità di vendita.

## 2.13 Outlet

### Definizione

Per Outlet si intende:

- la vendita diretta di beni di produzione propria da parte di imprese industriali in locali adiacenti a quelli di produzione
- la vendita al dettaglio, da parte di produttori titolari del marchio o di imprese commerciali, di prodotti non alimentari, che siano stati prodotti almeno dodici mesi prima dell'inizio della vendita, dimostrabile da idonea documentazione relativa alla merce, di fine serie, in eccedenza di magazzino, prototipi o presentino lievi difetti non occulti di produzione, effettuata in esercizi commerciali a ciò appositamente individuati.

Il Piano prevede la possibilità dell'apertura di Outlet su tutto il territorio comunale e il Regolamento di attuazione prevederà all'art. 14 le modalità operative, le prescrizioni e i divieti di tale nuova modalità di vendita.

## 2.14 Subingressi

### Definizione

Il trasferimento della gestione o della proprietà dell'azienda o di un ramo di azienda, per atto tra vivi o per causa di morte, comporta il trasferimento al subentrante della titolarità del titolo abilitativo all'esercizio dell'attività commerciale.

Le modalità di pratica applicazione di tale possibilità di trasferimento della gestione o della proprietà dell'azienda o di un ramo di azienda commerciale è precisata all'art. 15 del Regolamento di attuazione del Piano.

## 2.15 Requisiti igienici degli esercizi commerciali

I requisiti igienici dei locali destinati a svolgimento delle attività commerciali sono quelli previsti dal vigente Regolamento Edilizio e dalle normative vigenti in materia. Si rimanda al Regolamento di attuazione, art. 16.

<sup>39</sup> Richiamata la deliberazione di C.R. n. 31/2012 e s.m.i.



## **2.16 Orari degli esercizi commerciali**

Nel rispetto delle linee guida e delle disposizioni previste dalla L.R. n.1/2007 (T.U.C.) e s.m.i. la disciplina di tale materia è prevista all'art. 16 del Regolamento di attuazione del Piano.

## **2.17 Sanzioni**

Tale materia è trattata all'art. 17 del Piano.



## 3. Regolamento di attuazione

### Art.1 - Premessa

Qualsiasi modifica<sup>40</sup> alla struttura e alla consistenza degli esercizi di commercio al dettaglio in sede fissa nel territorio comunale di Chiavari dovrà rispettare i vincoli previsti dalle prescrizioni normative in vigore, sia dalla programmazione regionale sia dal presente piano<sup>41</sup>, nel rispetto dei vincoli urbanistico - commerciali previsti dagli strumenti comunali adottati e in vigore.

### Art. 2 – Distinzione fra esercizi alimentari e non alimentari

Per **esercizi alimentari**, che comprendono anche gli articoli per l'igiene personale e la pulizia della casa, si intendono:

- gli esercizi alimentari specializzati;
- gli esercizi con una s.n.v. destinata alla commercializzazione di prodotti alimentari superiore del 66% della s.n.v. totale dell'esercizio, questo sia nel caso di MSV sia nel caso di GSV.

Per **esercizi non alimentari** si intendono:

- gli esercizi non alimentari specializzati;
- gli esercizi con una s.n.v. destinata alla commercializzazione di prodotti alimentari inferiore ai limiti di cui ai punti sopraindicati.

### Art.3 – Le zone commerciali e la “zona di salvaguardia”

Il Piano Commerciale Comunale prevede per il Comune di Chiavari le seguenti **3 (tre) zone commerciali**:

1. **CSC** – Centro Storico Commerciale (zona A1 del PRG)
2. **ACS** – Ampliamento del CSC (zona A2 Bis del PRG)
3. **FCS** - Fuori Centro Storico Commerciale (le restanti zone di PRG)

Ai sensi dell'art.8 della **L.R. 29 luglio 2016 n.18**, è istituita una “**zona di salvaguardia**” della profondità di **metri lineari 1.000 (mille/00)** dal perimetro del CSC + ACS.

Ai fini dell'esatta individuazione delle zone commerciali, della “**zona di salvaguardia**” e dei relativi confini, fa fede **la cartina** allegata alla delibera di approvazione del Piano Commerciale (TAV.1).

#### Centro Storico Commerciale – CSC (A1):

Come da cartografia allegata.

#### Ampliamento del Centro Storico Commerciale – ACS (A2 Bis)

Come da cartografia allegata.

#### FCS - Fuori Centro Storico Commerciale - FCS

Tutte le vie e le piazze non comprese nelle due zone precedenti.

<sup>40</sup> tutte le operazioni di apertura, trasferimento, ampliamento, accorpamento, concentrazione, ecc.

<sup>41</sup> PCC – Piano Commerciale Comunale del Comune di Chiavari



#### **Art. 4 – Esercizi di vicinato (EV): superfici massime per zone commerciali**

La s.n.v. di un **esercizio commerciale di vicinato (EV)** non deve superare:

**A) Nel Centro Storico Commerciale (A1) e nella sotto zona di Ampliamento del CS – ACS (A2 Bis):**

- se alimentare mq. 100
- se non alimentare mq. 150

**B) Fuori dal Centro Storico:**

- se alimentare mq. 250
- se non alimentare mq. 250

#### **Art. 4.1 – Esercizi di vicinato (EV): procedure per apertura, ampliamento, trasferimento, ecc.**

L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento, la riduzione di superficie, la concentrazione o l'accorpamento della superficie di vendita di un Esercizio di vicinato e la modifica, quantitativa o qualitativa di settore merceologico, sono soggetti a previa segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) al Comune, che ha effetto immediato.

Nella SCIA il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui agli articoli 12 e 13 della L.R. n. 1/2007 e s.m.i.;
- b) di avere acquisito, se del caso, i pertinenti titoli edilizi e di rispettare i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, le normative igienico-sanitarie, di sicurezza alimentare, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso e di inquinamento acustico;
- c) la tipologia e la merceologia, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;

Il Comune, in caso di accertata carenza delle condizioni, modalità e fatti legittimanti, *nel termine di trenta giorni dal ricevimento della SCIA*, adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione dei suoi effetti salvo che, ove ciò sia possibile, l'interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti *entro un termine* fissato dall'amministrazione, in ogni caso *non inferiore a trenta giorni*. È fatto comunque salvo il potere dell'amministrazione competente di assumere determinazioni in via di autotutela.

Nei casi in cui la legge prevede l'acquisizione di pareri di organi o enti appositi, il termine per l'adozione dei provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione dei suoi effetti sono sospesi, fino all'acquisizione dei pareri, *fino a un massimo di trenta giorni*, scaduti i quali l'amministrazione può adottare i propri provvedimenti indipendentemente dall'acquisizione del parere. Della sospensione è data comunicazione all'interessato.

L'attività di vendita è esercitata nel rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, delle normative igienico-sanitarie, di sicurezza alimentare, dei regolamenti edilizi, delle norme urbanistiche e di sicurezza nonché di quelle relative alle destinazioni d'uso e di inquinamento acustico.

Negli Esercizi di vicinato abilitati alla vendita dei prodotti alimentari è consentito il consumo immediato dei medesimi prodotti, a condizione che siano esclusi il servizio di somministrazione e le attrezzature ad esso



direttamente finalizzate. E' consentita la dotazione di soli piani di appoggio e la fornitura di stoviglie e posate a perdere.

Il trasferimento di **EV** da altre zone commerciali del territorio comunale verso le zone **CSC (A1)** e **ACS (A2Bis)** è ammesso esclusivamente nel rispetto dei seguenti limiti:

<b>Se a tipologia alimentare</b>	con superficie di vendita non superiore <b>a 100 mq.</b>
<b>Se a tipologia non alimentare</b>	con superficie di vendita non superiore <b>a 150 mq.</b>

Entro tali limiti non è richiesto il rispetto dei requisiti qualitativi di prestazione di cui ai Paragrafi 4 e 5 della D.C.R. della Liguria n. 31/2012 e s.m.i., né il rispetto dei requisiti urbanistici stabiliti dalla programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici comunali.

Gli Esercizi di vicinato (**EV**) possono ampliarsi, in conformità alle disposizioni urbanistico - edilizie, sino al raggiungimento della soglia massima di SV prevista per la zona entro cui si trovano. Gli ampliamenti sono soggetti comunque al rispetto di tutti i requisiti qualitativi di prestazione di cui al Paragrafo 5 della D.C.R. della Liguria n. 31/2012 e s.m.i., nonché al rispetto dei requisiti urbanistici stabiliti dalla programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici comunali.

#### **Art.5 - Medie superfici di vendita (MSV): superfici massime per zone commerciali**

La s.n.v. di una **Media Superficie di Vendita (MSV)** non deve superare:

**A) Nel Centro Storico Commerciale (A1) e nella sotto zona di Ampliamento del CS (A2 Bis):**

- se alimentare da mq. 101 a mq. 250
- se non alimentare da mq. 151 a mq. 300

**B) Fuori dal Centro Storico:**

- se alimentare da mq. 251 a mq. 600
- se non alimentare da mq. 251 a mq. 1500

#### **Art.5.1 - Medie superfici di vendita (MSV): procedure per apertura, ampliamento, trasferimento, ecc.**

Il trasferimento di sede, l'ampliamento, la riduzione di superficie, la concentrazione o l'accorpamento della superficie di vendita e la modifica, quantitativa o qualitativa di settore merceologico di una **Media Struttura di Vendita (MSV)** sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune nel rispetto delle procedure previste dalla L.R. n. 1/2007 e s.m.i. Nella domanda finalizzata al rilascio dell'autorizzazione da presentarsi allo **Sportello unico per le attività produttive (SUAP)** il soggetto interessato dichiara:

- di essere in possesso dei requisiti di cui agli articoli 12 e 13 della R.L. 1/2007 e s.m.i.;
- di avere acquisito, se del caso, i pertinenti titoli edilizi e di rispettare i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, le normative igienico-sanitarie, di sicurezza alimentare, di inquinamento acustico, i regolamenti edilizi e la disciplina ambientale, di sicurezza e urbanistica vigente ed adottata, salvo i casi di cui all'ultimo capoverso;
- la tipologia e la merceologia, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.



La domanda deve essere corredata anche da autocertificazione, sottoscritta da professionista abilitato alla sottoscrizione del progetto unitamente all'interessato, attestante la conformità dell'attività alla programmazione commerciale e urbanistica emanata dalla Regione Liguria, quali ad esempio gli standard di parcheggi. Decorso il *termine di centoventi giorni* dalla data di ricevimento della domanda avente ad oggetto il conseguimento soltanto dell'autorizzazione commerciale, senza che lo Sportello unico abbia comunicato il provvedimento di diniego, essa si intende accolta.

L'attività di vendita è esercitata nel rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, delle normative igienico-sanitarie, di sicurezza alimentare, di inquinamento acustico, dei regolamenti edilizi, delle norme urbanistiche e di sicurezza nonché di quelle relative alle destinazioni d'uso.

Ove per l'insediamento di una Media Struttura di Vendita (MSV) sia necessario anche il rilascio del titolo abilitativo edilizio e di altri titoli autorizzativi, concessori o assenti di varia natura nonché la preventiva approvazione di varianti agli strumenti di pianificazione territoriale ed urbanistica vigenti o in corso di formazione, si applicano le procedure ed i termini previsti dalla normativa per il procedimento di SUAP.

Il trasferimento di **MSV** all'interno della stessa zona è sempre ammesso mantenendo la superficie di vendita già autorizzata. Il trasferimento di **MSV** (sia alimentare sia non alimentare) dall'esterno delle 2 zone di **CSC** e **ACS** è ammessa a condizione del rispetto dei limiti di superficie previsti all'articolo 5 e dei criteri di urbanistica commerciale quanto a standard di parcheggi, accessibilità, ecc.

Entro tali limiti non è richiesto il rispetto dei requisiti qualitativi di prestazione di cui ai Paragrafi 4 e 5 della Deliberazione di Consiglio Regionale Liguria n. 31/2012 e s.m.i., né il rispetto dei requisiti urbanistici stabiliti dalla programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici comunali.

#### **Art.6 . Grandi Strutture di vendita (GSV): superfici massime per zone commerciali**

Non è consentita l'apertura di nuove **grandi strutture di vendita (GSV)** all'interno del territorio del Comune di Chiavari. Non è altresì consentito il trasferimento anche se da altro Comune nell'ambito dell'Area Territoriale "Tigullio"<sup>42</sup>.

Non è inoltre consentito l'insediamento di **GSV** nel zona **CSC**, nella zona **ACS** e nella "**zona di salvaguardia**" prevista dall'art.3 della presente normativa, in forza dell'art.8 della **L.R. 29 luglio 2016 n.18**, che modifica la L.R. n.1/2007 (T.U.C.).

#### **Art.7 . Ampliamento della superficie di vendita del 20% e del 10%**

In tutte le zone del territorio comunale è consentito l'ampliamento in loco di tutti gli esercizi di vendita già esistenti da almeno un anno prima dell'entrata in vigore della programmazione regionale, per una sola volta nell'ambito di vigenza della presente programmazione:

- a) entro il limite del **20% della superficie autorizzata** per gli esercizi collocati all'interno del **Centro**

<sup>42</sup> Si intende per "Area Territoriale del Tigullio" quella ricomprensente i seguenti Comuni: Rapallo, Borzonasca, Carasco, Casarza Ligure, Castiglione Chiavarese, Chiavari, Cicagna, Cogorno, Coreglia Ligure, Favale di Malvaro, Lavagna, Leivi, Lorsica, Lumarzo, Mezzanego, Moconesi, Moneglia, Ne, Neirone, Orero, Portofino, Rezzoaglio, Santa Margherita Ligure, San Colombano, Santo Stefano d'Aveto, Sestri Levante, Tribogna, Zoagli.



**Storico Commerciale e zone omogenee A** di cui al D.M. 2/4/1968, n. 1444;

**b)** entro il limite del **10% della superficie autorizzata** e comunque fino a un limite massimo di ampliamento di 1000 mq di superficie netta di vendita per gli esercizi collocati nel restante ambito territoriale del Comune.

L'esercizio che si amplia non deve comunque superare il limite dimensionale corrispondente alla sua tipologia.

Entro tali limiti non è richiesto il rispetto dei requisiti qualitativi di prestazione di cui ai Paragrafi 4 e 5 della D.C.R. della Liguria n. 31/2012 e s.m.i., né il rispetto dei requisiti urbanistici stabiliti dalla programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici comunali.

Tale modalità di ampliamento è alternativo alle procedure di ampliamento previste agli artt. 4.1 e 5.1 del presente Regolamento di attuazione.

#### **Art.8 . Limitazioni nel Centro Storico Commerciale**

All'interno del **Centro Storico Commerciale (CSC)** **non può essere esercitato** il commercio al dettaglio da parte di esercizi di *nuova apertura* dei seguenti generi merceologici, (ad esclusione degli esercizi già in attività alla data di entrata in vigore del presente piano):

1. Articoli idro-termo-sanitari;
2. Combustibili;
3. Ricambi ed accessori per autoveicoli;
4. Auto - motocicli e relativi ricambi ed accessori (ad esclusione delle biciclette);
5. Prodotti per l'agricoltura e la zootecnia;
6. Nautica e motonautica;
7. Pneumatici;
8. Materiali da costruzione – legnami;
9. Articoli funerari;
10. Macchine, attrezzature, articoli tecnici per l'agricoltura;
11. Macchine, attrezzature, articoli tecnici per l'industria e l'artigianato;
12. Macchine, attrezzature, articoli tecnici per il commercio;
13. Materiali antinfortunistici;
14. Porno-shop.<sup>43</sup>
15. Negozi con vendita esclusiva tramite distributori automatici di cibi e bevande.

Non sono inoltre ammesse/i:

- nuove grandi strutture di vendita (GSV) alimentari e non alimentari;
- centri commerciali (CC) e/o parchi commerciali (PC)
- concentrazioni ed accorpamenti.

Lo stesso divieto è esteso per analogia anche alla zona commerciale **ACS (A2Bis)**.

<sup>43</sup> Si veda la variante al PRG che ha introdotto limitazioni a tale attività e a quella del gioco elettronico.



#### **Art.9. Limitazioni di ampliamento della s.n.v. degli esercizi commerciali in sede fissa ubicati nella sub-zona A2bis (ACS) di ampliamento del CSC e nel CSC**

Nella sub zona **A2 Bis - Ampliamento del Centro Storico Commerciale<sup>44</sup> – ACS** e nel **CSC** è consentito l'ampliamento delle attività commerciali in sede fissa, solo alle seguenti condizioni:

- per esercizi del **settore alimentare** fino al limite massimo di 250 mq. di s.n.v.
- per esercizi nel settore **non alimentare** fino al limite massimo di 300 mq. di s.n.v.

Nel caso di **EV**, qualora l'ampliamento di superficie faccia superare i limiti massimi di s.n.v. previsti per gli **EV**, l'esercizio commerciale verrà considerato una **MSV**, con il conseguente obbligo di richiesta di nuova autorizzazione amministrativa con le relative prescrizioni.

Le limitazione di cui al presente articolo sono estese anche alle unità immobiliari sotto la **Piastra del Porto turistico di Chiavari o comunque ubicate nell'area portuale**.

La stessa limitazione è estesa per analogia anche alla zona commerciale **CSC**.

#### **Art.9 bis. Ulteriori limitazioni all'interno della sub-zona A2bis (ACS) di ampliamento del CSC e nel CSC**

Nella **sub zona A2 Bis - Ampliamento del Centro Storico Commerciale – ACS** in caso di apertura e/o trasferimento e/o ampliamento di attività commerciale in sede fissa dovranno essere rispettati gli *standard di dotazione di parcheggi* previsti dagli strumenti urbanistici comunali in vigore e, in assenza di questi, dalla normativa regionale in materia, per la parte eccedente i 150 mq. e fino ai limiti previsti all'art. 9, comunque con un **minimo di 1 (uno/00) posto auto**.

Per dotazione si intende la disponibilità effettiva di aree di parcheggio a servizio della clientela.

La stessa limitazione è estesa per analogia anche alla zona commerciale **CSC**.

#### **Art. 10. Aggregazione di singoli esercizi**

##### **Definizione**

Per **aggregazioni di esercizi singoli (AGS)** si intende un insieme di nuovi esercizi che, per opportunità di natura edilizia, sono organizzati in spazi dotati di infrastrutture o servizi comuni, pur mantenendo, ai fini amministrativi, il carattere di esercizi singoli.

##### **Modalità e prescrizioni**

Le aggregazioni :

- sono ammesse in tutte le zone del territorio comunale;
- devono essere costituite esclusivamente da esercizi di vicinato singoli (**EV**);

<sup>44</sup> Istituita ai sensi della D.C.C. n. 36 del 15/04/2015.



- devono rispettare i vincoli urbanistico - commerciali stabiliti dagli strumenti urbanistici comunali, dalla programmazione regionale, nonché dal presente Piano Commerciale Comunale.

#### **Divieti e limiti**

- Sono escluse le ipotesi di accorpamento, concentrazione o trasferimento che possono dare vita ad un' aggregazione funzionale;
- non devono presentare comunque una superficie totale superiore ai **1500 mq.** che nella **zona CSC** viene ridotta a **600 mq.**;
- le singole D.I.A di cui all'articolo 18 del T.U.C., relative agli esercizi di vicinato (EV) singoli componenti l'aggregazione, non possono essere unificate in un'unica autorizzazione;
- non sono consentiti trasferimenti esterni dei singoli esercizi facenti parte dell'aggregazione di esercizi singoli e, parimenti, non sono consentiti trasferimenti, accorpamenti o concentrazioni di esercizi già esistenti all'interno dell'aggregazione di esercizi singoli.

L'aggregazione di esercizi singoli è quindi consentita solo nei limiti e alle condizioni previste dal D.C.R. della Liguria n.31/2012 e s.m.i.

#### **Art. 11. Parchi commerciali e centri commerciali**

In considerazione della sostanziale staticità demografica, dell'attuale struttura - consistenza e tipologia della rete distributiva in sede fissa, dell'offerta commerciale complessiva nel comprensorio del Tigullio, delle peculiari caratteristiche storico-urbanistiche della città di Chiavari, il Piano non prevede l'apertura di centri commerciali e di parchi commerciali nel territorio comunale.

#### **Art. 12. Esercizio congiunto dell'attività di commercio all'ingrosso e al dettaglio**

E' ammesso l'esercizio congiunto dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.

Nel caso di esercizio promiscuo nello stesso locale delle due attività, l'intera superficie di vendita è presa in considerazione ai fini dell'applicazione di entrambe le discipline vigenti per le due attività in questione. Ne consegue che nel caso in questione si applicano all'intera superficie le disposizioni previste per l'esercizio del commercio al dettaglio, essendo quelle relative al commercio all'ingrosso liberalizzate anche nel caso di grandi superfici di vendita.

Si applicano le disposizioni di cui alla deliberazione di Consiglio Regione Liguria n. 31/2012 e s.m.i.

#### **Art.13. Temporary Shop**

##### **Definizione<sup>45</sup>**

Per negozi temporanei o temporary shop si intendono le attività commerciali che offrono prodotti specifici, aperte per un periodo di tempo limitato (non inferiore a 1 mese né superiore a 4 mesi) e/o in occasione di fiere, manifestazioni, mercati, convegni e/o dove si svolgono temporanei eventi di promozione o esposizione al pubblico di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare e non alimentare, per la durata dell'evento medesimo.

##### **Modalità e prescrizioni**

L'attività può essere svolta in qualsiasi zona del territorio comunale, purché in locali a destinazione d'uso commerciale.

<sup>45</sup> Richiamata la deliberazione di C.R. n. 31/2012 e s.m.i.



### **Divieti e limiti**

L'attività non può essere svolta nei locali in cui era già stata esercitata un'attività commerciale sospesa. E' vietato l'esercizio dell'attività in locali a destinazione non commerciale. L'attività non può essere svolta dalla stessa impresa per più di una volta nell'arco dell'anno. Non può essere superata la superficie di un esercizio di vicinato. Non sono ammessi i temporary corner, ovvero l'inserimento di un temporary shop in altra attività commerciale già operante.

L'apertura di un negozio temporaneo è comunque subordinata alle norme procedurali di cui all'art. 4.1 del Regolamento di attuazione.

## **Art.14. Outlet**

### **Definizione<sup>46</sup>**

Per Outlet si intende:

- la vendita diretta di beni di produzione propria da parte di imprese industriali in locali adiacenti a quelli di produzione
- la vendita al dettaglio, da parte di produttori titolari del marchio o di imprese commerciali, di prodotti non alimentari, che siano stati prodotti almeno dodici mesi prima dell'inizio della vendita, dimostrabile da idonea documentazione relativa alla merce, di fine serie, in eccedenza di magazzino, prototipi o presentino lievi difetti non occulti di produzione, effettuata in esercizi commerciali a ciò appositamente individuati.

### **Modalità e prescrizioni**

La denominazione di outlet può essere impiegata nelle insegne, nelle ditte e nei marchi propri degli esercizi che svolgono la vendita in outlet e nella relativa pubblicità.

Il prezzo di vendita al pubblico dei prodotti in outlet deve essere inferiore di almeno il 20% rispetto al normale prezzo medio di vendita.

### **Divieti e limiti**

Nei casi di vendita in outlet è vietata la vendita di merci diverse da quelle ivi indicate e i saldi stagionali.

Alla vendita in outlet si applicano le norme inerenti la disciplina dei prezzi e le vendite straordinarie e promozionali, di cui alla l.r. 1/2007 e s.m.i., che sono applicate alla generalità degli esercizi commerciali.

## **Art.15. Subingressi**

### **Definizione**

Il trasferimento della gestione o della proprietà dell'azienda o di un ramo di azienda, per atto tra vivi o per causa di morte, comporta il trasferimento al subentrante della titolarità del titolo abilitativo all'esercizio dell'attività commerciale.

### **Modalità e Prescrizioni**

Il subingresso è soggetto a SCIA effettuata dal subentrante al Comune.

L'attività può essere iniziata da parte del subentrante solo successivamente alla presentazione della comunicazione. Il subentrante deve dichiarare il trasferimento dell'attività, essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 12 della L.R. n. 1/2007 e, ove richiesti, di quelli di cui all'articolo 13 della L.R. n. 1/2007 e s.m.i.

La comunicazione di subingresso è effettuata, secondo modalità stabilite dal Comune:

<sup>46</sup> Richiamata la deliberazione di C.R. n. 31/2012 e s.m.i.



- a) entro sessanta giorni dalla data dell'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio;
- b) entro un anno dalla data di decesso del titolare.

In caso di subingresso per decesso del titolare, la comunicazione è effettuata dall'erede o dagli eredi che abbiano nominato, ai sensi di quanto previsto dall'articolo 1105 del Codice Civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società.

Fermo restando il possesso dei requisiti di cui all'articolo 12 della L.R. n. 41/2007 e s.m.i., il subentrante ha facoltà di continuare a titolo provvisorio l'attività.

Qualora, entro un anno dalla data di decesso del titolare il subentrante non dimostri il possesso dei requisiti di cui all'articolo 13 della L.R. n. 1/2007 e s.m.i., ove richiesti, salvo proroga in comprovati casi di forza maggiore, il titolo abilitativo decade.

#### **Art.16. Requisiti igienici degli esercizi commerciali**

I requisiti igienici dei locali destinati a svolgimento delle attività commerciali sono quelli previsti dal vigente Regolamento Edilizio.

Su conforme parere del competente servizio della A.S.L. è ammesso, in caso di pregressa localizzazione dell'esercizio entro edifici esistenti ed in presenza di condizionamenti non eliminabili derivanti dai caratteri costruttivi e paesistici dell'edificio stesso, derogare dai requisiti relativi alla altezza interna minima ed alla dimensione dei locali di servizio, alla condizione che vengano adottati apprestamenti tecnici atti a conseguire, a giudizio dell'ASL, sufficienti condizioni per la funzionalità dell'esercizio rispetto agli usi previsti.

#### **Art.17. Orari**

Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono determinati liberamente dagli esercenti, nel rispetto delle disposizioni seguenti:

- Gli esercizi commerciali per la vendita al dettaglio possono restare aperti, anche in maniera continuativa, tutti i giorni della settimana, domenica e festivi compresi.
- Gli esercizi commerciali per la vendita al dettaglio hanno facoltà di derogare alla chiusura festiva, alla chiusura infrasettimanale e al turno di chiusura settimanale.
- Gli esercizi commerciali per la vendita al dettaglio hanno facoltà di derogare alla chiusura festiva anche nei giorni 1<sup>a</sup> maggio, 25 e 26 dicembre e 1<sup>a</sup> gennaio.

**E' obbligatoria l'esposizione del cartello indicante l'orario prescelto.**

#### **Art.18. Sanzioni**

Salvo il caso che il fatto costituisca reato, o che venga punito più severamente da altri testi normativi, le violazioni al presente regolamento saranno punite con la sanzione amministrativa da euro 100,00 (cento/00) a euro 5.000,00 (cinquemila/00).

La violazione di norme poste a tutela dei Centri Storici sarà punita applicando la sanzione di cui al precedente periodo in misura raddoppiata.



Oltre al pagamento della sanzione, l'Autorità Comunale può disporre la rimessa in pristino stato dei luoghi, ovvero l'esecuzione d'ufficio a spese dei soggetti sanzionati.

Ai titolari di autorizzazioni e/o concessioni comunali, in caso di recidiva nell'inosservanza delle disposizioni del presente Regolamento, ovvero di mancata esecuzione delle disposizioni impartite dall'Autorità Comunale in conseguenza del fatto infrazionale, si applicherà la sospensione del titolo sino ad un massimo di giorni quindici, decorso tale termine senza che il titolare abbia adempiuto agli obblighi prescritti il titolo si intenderà decaduto.

Ai fini dell'applicazione del presente articolo la recidiva si sostanzia con l'accertamento di tre infrazioni della stessa natura nell'arco temporale di un anno.

#### **Art.19. Norma di rinvio**

Per tutti gli aspetti non espressamente disciplinati dal presente regolamento trovano applicazione le disposizioni della L.R. n. 1/2007 e s.m.i., con i relativi criteri attuativi e, in subordine, il decreto legislativo n. 114/1998.

Le disposizioni contenute in questo documento saranno disapplicate in presenza di sopravvenute norme sovraordinate con esse non compatibili.



# ALLEGATI



## A) Consistenza della rete distributiva in sede fissa

Fonte: Ufficio Commercio – agg. 6/2015

### Indice delle Tabelle

- Tab. 1 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – per tipologia (EV – MSV)
- Tab. 2 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – per specializzazione (Alimentare – Non Alimentare)
- Tab. 3 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – per zona urbanistica (CSC – FCS)
- Tab. 4 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia EV
- Tab. 5 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia MSV
- Tab. 6 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – per tipologia (EV – MSV)
- Tab. 7 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – per specializzazione (Alimentare – Non Alimentare)
- Tab. 8 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – per zona urbanistica (CSC – FCS)
- Tab. 9 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia EV
- Tab. 10 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia MSV
- Tab. 11 Addensamento degli esercizi in sede fissa per asse viario urbano
- Tab. 12 Superficie media di vendita per esercizio commerciale sul territorio comunale: valori medi generali e per tipologia di esercizio (EV e MSV).
- Tab. 13 Superficie media di vendita per esercizio commerciale sul territorio comunale: valori medi generali e per specializzazione (Alimentare e Non Alimentare)
- Tab. 14 Superficie media di vendita degli esercizi commerciali per zona urbanistica (CSC - FCS)
- Tab. 15 Superficie media di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa solo a tipologia EV
- Tab. 16 Superficie media di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa solo a tipologia MSV
- Tab. 16 bis Evoluzione consistenza esercizi al dettaglio in sede fissa: anni 2015 su 2010

**Legenda:**

**EV** = Esercizi di vicinato

**MSV** = Medie superfici di vendita

**ALIM** = Alimentari

**NALIM** = Non alimentari

**CSC** = centro storico commerciale

**ACS** = ampliamento centro storico



FCS = Fuori centro storico commerciale

**Tab. 1 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – per tipologia (EV – MSV)**

Tipologia	Valore assoluto: N.	Valore %
EV	699	96,68
MSV	24	3,32
<b>Totale</b>	<b>723</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 2 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – per specializzazione (ALIM – NALIM)**

Tipologia	Valore assoluto: N.	Valore %
Alimentari	146	20,20
Non alimentari	509	70,40
Misti	68	9,40
<b>Totale</b>	<b>723</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 3 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – per zona urbanistica (CSC – FCS)**

Tipologia	Valore assoluto: N.	Valore %
CSC	289	39,97
FCS	434	60,03
<b>Totale</b>	<b>723</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 4 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia EV**

Tipologia	Valore assoluto: N.	Valore %
Alimentari	144	20,60
Non alimentari	498	71,24
Misti	57	8,16
<b>Totale</b>	<b>699</b>	<b>100,00</b>

B)

**Tab. 5 Numero di esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia MSV**

Tipologia	Valore assoluto: N.	Valore %
Alimentari	2	8,34
Non alimentari	11	45,83
Misti	11	45,83
<b>Totale</b>	<b>24</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 6 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – per tipologia (EV – MSV)**

Tipologia	Valore assoluto: mq.	Valore %
EV	40.163,56	79,06
MSV	10.639,00	20,94
<b>Totale</b>	<b>50.802,56</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 7 Superficie tot. di vendita esercizi commerciali in sede fissa – per specializzazione (ALIM – NALIM)**

Tipologia	Valore assoluto: mq.	Valore %
Alimentari	5.742,84	11,30
Non alimentari	35.662,21	70,20
Misti	9.397,51	18,50
<b>Totale</b>	<b>50.802,56</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 8 Superficie tot. di vendita esercizi commerciali in sede fissa – per zona urbanistica (CS – FCS)**

Tipologia	Valore assoluto: mq.	Valore %
CSC	13.299,02	26,18
FCS	37.503,54	73,82
<b>Totale</b>	<b>50.802,56</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 9 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia EV**

Tipologia	Valore assoluto: mq.	Valore %
Alimentari	4.893,84	12,18
Non alimentari	31.738,21	79,02
Misti	3.531,51	8,80
<b>Totale</b>	<b>40.163,56</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 10 Superficie totale di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa – a tipologia MSV**

Tipologia	Valore assoluto: mq.	Valore %
Alimentari	849	7,98
Non alimentari	3.924	36,88
Misti	5.866	55,14
<b>Totale</b>	<b>10.639</b>	<b>100,00</b>

**Tab. 11 Addensamento degli esercizi in sede fissa per asse viario – valore assoluto e percentuale**

Grad.	Via/Corso	N. esercizi	%
1	Via Martiri della Liberazione	110	15,21%
2	Corso Dante	44	6,09%
3	Via Entella	42	5,81%
4	Via Piacenza	41	5,67%



5	Via Parma	36	4,98%
6	Via Vittorio Veneto	35	4,84%
7	Corso Giuseppe Garibaldi	34	4,70%
8	Via Rivarola	17	2,35%
9	Corso Valparaíso	16	2,21%
10	Corso Vincenzo De Michiel	16	2,21%
11	Viale Enrico Millo	14	1,94%
12	Località portuale – porto turistico	13	1,80%
13	Via Trieste	11	1,52%
14	Piazza Giuseppe Mazzini	11	1,52%
15	Piazza N.S. dell’Orto	11	1,52%
16	Via Giuseppe Bontà	10	1,38%
17	Corso Buenos Aires	9	1,24%
18	Galleria Corso Garibaldi	9	1,24%
19	Via Magenta	9	1,24%
20	Via San Rufino	8	1,11%
21	Piazza Roma	8	1,11%
22	Corso G.B. Assarotti	7	0,97%
23	Corso Montevideo	7	0,97%
24	Piazza Cavour	7	0,97%
25	Via Col. E. Franceschi	7	0,97%
26	Via Giuseppe Raggio	7	0,97%
27	Via San Pier di canne	7	0,97%
28	Corso Angelo Gianelli	6	0,83%
29	Corso Cristoforo Colombo	6	0,83%
30	Corso Genova	6	0,83%
31	Corso Lavagna	6	0,83%



32	Via Cap. Renato Orsi	6	0,83%
33	Via Fiume	6	0,83%
34	Via Gio A. Mongiardini	6	0,83%
35	Piazza generale Negri di Sanfront	5	0,69%
36	Via G.B. Prandina	5	0,69%
37	Via Jacopo Rocca	5	0,69%
38	via Tripoli	5	0,69%
39	Via Nino Bixio	5	0,69%
40	Viale A.E. Devoto	5	0,69%
41	Piazza della torre	4	0,55%
42	Piazza Giacomo Matteotti	4	0,55%
43	Via Aldo Gastaldi	4	0,55%
44	Via Bighetti	4	0,55%
45	Via Costaguta	4	0,55%
46	Via delle vecchie mura	4	0,55%
47	Via Francesco Bancalari	4	0,55%
48	Via Gerolamo Filippini	4	0,55%
49	Via Ravaschieri	4	0,55%
50	Corso Italia	3	0,41%
51	Piazza della Fenice	3	0,41%
52	Piazza Milano	3	0,41%
53	Via Cesare Battisti	3	0,41%
54	Via Doria	3	0,41%
55	Via Fortunato Vinelli	3	0,41%
56	Via Stefano Castagnola	3	0,41%
57	Viale Sergio Kasman	3	0,41%
58	Piazza Pietro Torriglia	2	0,28%



59	Piazzale della Franca	2	0,28%
60	Via Dei Revello	2	0,28%
61	Via della Cittadella	2	0,28%
62	Via Fabio Filzi	2	0,28%
63	Via Giorgio Canale	2	0,28%
64	Via Grimaldi	2	0,28%
65	Via Nazario Sauro	2	0,28%
66	Via Rupinaro	2	0,28%
67	Via Santa Chiara	2	0,28%
68	Viale San Pio X	2	0,28%
69	Corso Luigi Brizzolara	1	0,14%
70	Largo Giuseppe Casini	1	0,14%
71	Lago Pessagno/Piscina	1	0,14%
72	Passo delle Clarisse	1	0,14%
73	Piazza Gio Cademartori	1	0,14%
74	Piazza S. Giacomo	1	0,14%
75	Piazza S. Pier di Canne	1	0,14%
76	Via Amedeo Ugolini	1	0,14%
77	Via Bernardino Turio	1	0,14%
78	Via Damiano Chiesa	1	0,14%
79	Via Davide Gagliardo	1	0,14%
80	Via Emanuele Rambaldi	1	0,14%
81	Via Federico Delpino	1	0,14%
82	Via Gaetano Descalzi	1	0,14%
83	Via Giannotto Bado	1	0,14%
84	Via G.B. Raggio	1	0,14%
85	Via Marsala	1	0,14%



86	Via Remolari	1	0,14%
87	Via San Francesco	1	0,14%
88	Via San Giovanni	1	0,14%
89	Via Sant'Antonio	1	0,14%
90	Viale Tito Groppo	1	0,14%
91	Vico dei Cogorno	1	0,14%
<b>Totale generale</b>		<b>723</b>	<b>100</b>

**Tab. 12 Superficie media di vendita per esercizio commerciale sul territorio comunale: valori medi generali e per tipologia di esercizio (EV e MSV).**

Per tipologia	Superficie media di vendita espressa in mq.
EV	57,458
MSV	443,291
<b>Valore medio generale</b>	<b>70,266</b>

**Tab. 13 Superficie media di vendita per esercizio commerciale sul territorio comunale: valori medi generali e per specializzazione (Alimentare e Non Alimentare)**

Per tipologia	Superficie media di vendita espressa in mq.
Alimentari	39,334
Non alimentari	70,063
Misti	138,198
<b>Valore medio generale</b>	<b>70,266</b>

**Tab. 14 Superficie media di vendita degli esercizi commerciali per zona urbanistica (CS - FCS)**

Per tipologia	Superficie media di vendita espressa in mq.
CSC	46,017
FCS	86,413
<b>Valore medio generale</b>	<b>70,266</b>

**Tab. 15 Superficie media di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa solo a tipologia EV**

Per tipologia	Superficie media di vendita espressa in mq.
Alimentari	33,985
Non alimentari	63,731
Misti	61,956
<b>Valore medio generale</b>	<b>57,458</b>

**Tab. 16 Superficie media di vendita degli esercizi commerciali in sede fissa solo a tipologia MSV**

Per tipologia	Superficie media di vendita espressa in mq.
Alimentari	424,5
Non alimentari	356,727
Misti	533,272
<b>Valore medio generale</b>	<b>443,291</b>

**Tab. 16 bis Evoluzione della consistenza degli esercizi al dettaglio in sede fissa: 2015 su 2010**

Fonte: Ufficio Commercio per i dati relativi al 2015 e CCIAA di Genova per i dati relativi al 2010

Alimentari			
Anno	N° esercizi di vicinato	N° medie strutture di vendita	Totale
2015	144	2	146
2010	194	12	206
<b>Differenza<sup>47</sup></b>			

Non Alimentari			
Anno	N° esercizi di vicinato	N° medie strutture di vendita	Totale

<sup>47</sup> Il calcolo della differenza non viene operato in quanto i dati del 2010 non consideravano gli esercizi "misti" falsando il confronto matematico fra i due valori che va analizzato solo a livello di Totale.



2015	498	11	509
2010	506	9	515
<b>Differenza</b>			

<b>Misti (dato non rilevato nel 2010)</b>			
Anno	N° esercizi di vicinato	N° medie strutture di vendita	Totale
2015	57	11	68
2010	N.C.	N.C.	N.C.
<b>Differenza</b>			

<b>Totale (alimentari + non alimentari)</b>			
Anno	N° esercizi di vicinato	N° medie strutture di vendita	Totale
2015	699	24	723
2010	700	21	721
<b>Differenza</b>	-1	+3	+2

## B) Comune di Chiavari: Dati demografici e alcune informazioni sulle dinamiche dei consumi

**Tab. 17 - Andamento demografico della popolazione residente nel comune di Chiavari dal 2001 al 2014.**  
Grafici e statistiche su dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno.



Andamento della popolazione residente

COMUNE DI CHIAVARI (GE) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT

(\*) post-censimento

**Tab. 18 Dettaglio della variazione della popolazione residente al 31 dicembre di ogni anno.**

Fonte elaborazione TUTTITALIA.IT su dati ISTAT

Anno	Data rilevamento	Popolazione residente	Variazione assoluta	Variazione percentuale	Numero Famiglie	Media componenti per famiglia
2001	31 dicembre	27.484	-	-	-	-
2002	31 dicembre	27.536	+52	+0,19%	-	-
2003	31 dicembre	27.770	+234	+0,85%	13.294	2,07
2004	31 dicembre	27.813	+43	+0,15%	13.385	2,05
2005	31 dicembre	27.844	+31	+0,11%	13.496	2,04
2006	31 dicembre	27.865	+21	+0,08%	13.574	2,03
2007	31 dicembre	27.754	-111	-0,40%	13.579	2,02
2008	31 dicembre	27.620	-134	-0,48%	13.524	2,02
2009	31 dicembre	27.569	-51	-0,18%	13.561	2,01
2010	31 dicembre	27.815	+246	+0,89%	13.733	2,00
2011	31 dicembre	27.295	-520	-1,87%	13.746	1,96
2012	31 dicembre	27.259	-36	-0,13%	13.812	1,95
2013	31 dicembre	27.577	+318	+1,17%	13.862	1,97
2014	31 dicembre	27.567	-10	-0,04%	13.603	2,01

**Tab. 19 Distribuzione della popolazione 2015 - Chiavari**

Età	Celibi /Nubili	Coniugati /e	Vedovi /e	Divorziati /e	Maschi		Femmine		Totale	
						%		%		%
0-4	986	0	0	0	522	52,9%	464	47,1%	986	3,6%
5-9	1.102	0	0	0	552	50,1%	550	49,9%	1.102	4,0%
10-14	1.087	0	0	0	581	53,4%	506	46,6%	1.087	3,9%
15-19	1.121	2	0	0	572	50,9%	551	49,1%	1.123	4,1%
20-24	1.212	45	0	1	641	51,0%	617	49,0%	1.258	4,6%
25-29	1.023	164	1	1	571	48,0%	618	52,0%	1.189	4,3%
30-34	763	481	0	3	612	49,1%	635	50,9%	1.247	4,5%
35-39	644	766	5	25	689	47,8%	751	52,2%	1.440	5,2%
40-44	710	1.201	12	71	942	47,2%	1.052	52,8%	1.994	7,2%



<b>45-49</b>	625	1.381	22	145	1.066	49,1%	1.107	50,9%	<b>2.173</b>	7,9%
<b>50-54</b>	485	1.498	31	184	1.008	45,9%	1.190	54,1%	<b>2.198</b>	8,0%
<b>55-59</b>	332	1.377	59	144	903	47,2%	1.009	52,8%	<b>1.912</b>	6,9%
<b>60-64</b>	280	1.335	121	109	868	47,0%	977	53,0%	<b>1.845</b>	6,7%
<b>65-69</b>	200	1.322	185	99	804	44,5%	1.002	55,5%	<b>1.806</b>	6,6%
<b>70-74</b>	165	1.104	325	82	710	42,4%	966	57,6%	<b>1.676</b>	6,1%
<b>75-79</b>	149	978	479	59	653	39,2%	1.012	60,8%	<b>1.665</b>	6,0%
<b>80-84</b>	141	606	638	29	497	35,1%	917	64,9%	<b>1.414</b>	5,1%
<b>85-89</b>	85	283	481	23	287	32,9%	585	67,1%	<b>872</b>	3,2%
<b>90-94</b>	64	83	307	3	118	25,8%	339	74,2%	<b>457</b>	1,7%
<b>95-99</b>	19	14	62	2	24	24,7%	73	75,3%	<b>97</b>	0,4%
<b>100+</b>	6	0	19	1	2	7,7%	24	92,3%	<b>26</b>	0,1%
<b>Totale</b>	<b>11.199</b>	<b>12.640</b>	<b>2.747</b>	<b>981</b>	<b>12.622</b>	45,8%	<b>14.945</b>	54,2%	<b>27.567</b>	

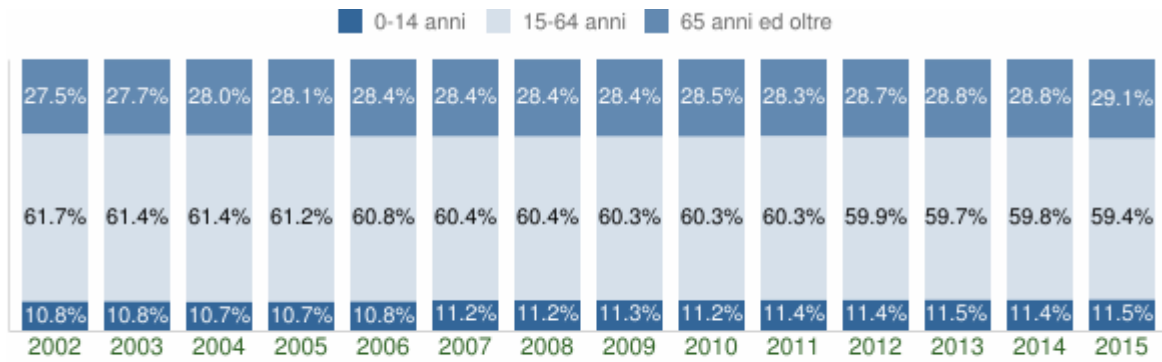
Fonte elaborazione TUTTITALIA.IT su dati ISTAT.

<b>Popolazione</b>	27.567 abitanti
<b>Superficie</b>	12,23 km <sup>2</sup>
<b>Densità</b>	2.253,83 ab./km <sup>2</sup>

Fonte: ISTAT – 1/1/2015

#### Tab. 20 - Struttura della popolazione dal 2002 al 2015

L'analisi della struttura per età di una popolazione considera tre fasce di età: **giovani** 0-14 anni, **adulti** 15-64 anni e **anziani** 65 anni ed oltre. In base alle diverse proporzioni fra tali fasce di età, la struttura di una popolazione viene definita di tipo *progressiva*, *stazionaria* o *regressiva* a seconda che la popolazione giovane sia maggiore, equivalente o minore di quella anziana. Lo studio di tali rapporti è importante per valutare alcuni impatti sul sistema sociale ed economico, ad esempio sul sistema lavorativo o su quello sanitario.



Struttura per età della popolazione

COMUNE DI CHIAVARI (GE) - Dati ISTAT al 1° gennaio di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT

Anno 1° gennaio	0-14 anni	15-64 anni	65+ anni	Totale residenti	Età media
2002	2.976	16.958	7.550	27.484	47,2
2003	2.988	16.908	7.640	27.536	47,4
2004	2.961	17.046	7.763	27.770	47,5
2005	2.974	17.015	7.824	27.813	47,6
2006	3.009	16.914	7.921	27.844	47,7
2007	3.108	16.840	7.917	27.865	47,6
2008	3.098	16.764	7.892	27.754	47,8
2009	3.117	16.654	7.849	27.620	47,8
2010	3.086	16.628	7.855	27.569	48,0
2011	3.157	16.785	7.873	27.815	48,0
2012	3.103	16.351	7.841	27.295	48,2
2013	3.123	16.278	7.858	27.259	48,3
2014	3.148	16.492	7.937	27.577	48,2
2015	3.175	16.379	8.013	27.567	48,4

**Tab. 21 - Indicatori demografici**

Principali indici demografici calcolati sulla popolazione residente a Chiavari.

<b>Anno</b>	<i>Indice di vecchiaia</i>	<i>Indice di dipendenza strutturale</i>	<i>Indice di ricambio della popolazione attiva</i>	<i>Indice di struttura della popolazione attiva</i>	<i>Indice di carico di figli per donna feconda</i>	<i>Indice di natalità (x 1.000 ab.)</i>	<i>Indice di mortalità (x 1.000 ab.)</i>
	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1 gen-31 dic	1 gen-31 dic
<b>2002</b>	253,7	62,1	188,6	119,6	18,0	6,7	14,0
<b>2003</b>	255,7	62,9	191,7	122,1	17,5	6,4	14,6
<b>2004</b>	262,2	62,9	174,2	124,4	18,3	7,1	13,3
<b>2005</b>	263,1	63,5	165,0	128,0	18,7	7,5	13,9
<b>2006</b>	263,2	64,6	155,4	132,2	18,6	7,7	15,4
<b>2007</b>	254,7	65,5	149,1	136,0	19,6	6,6	14,1
<b>2008</b>	254,7	65,6	154,4	140,8	19,8	7,2	14,4
<b>2009</b>	251,8	65,8	159,2	145,0	19,9	7,2	13,5
<b>2010</b>	254,5	65,8	158,6	147,4	20,8	8,0	13,4
<b>2011</b>	249,4	65,7	165,0	151,2	20,9	6,6	14,1
<b>2012</b>	252,7	66,9	166,9	155,6	21,0	7,0	14,6
<b>2013</b>	251,6	67,5	163,8	156,9	21,1	6,5	15,2
<b>2014</b>	252,1	67,2	158,7	156,6	21,6	6,9	13,1
<b>2015</b>	252,4	68,3	164,3	161,8	21,1	-	

**Glossario****Indice di vecchiaia**

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultra sessanta cinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2015 l'indice di vecchiaia per il comune di Chiavari dice che ci sono 252,4 anziani ogni 100 giovani.*

**Indice di dipendenza strutturale**

Rappresenta il carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14 anni e 65 anni ed oltre) su quella attiva (15-64 anni). *Ad esempio, teoricamente, a Chiavari nel 2015 ci sono 68,3 individui a carico, ogni 100 che lavorano.*

**Indice di ricambio della popolazione attiva**

Rappresenta il rapporto percentuale tra la fascia di popolazione che sta per andare in pensione (55-64 anni) e quella che sta per entrare nel mondo del lavoro (15-24 anni). La popolazione attiva è tanto più giovane quanto più l'indicatore è minore di 100. *Ad esempio, a Chiavari nel 2015 l'indice di ricambio è 164,3 e significa che la popolazione in età lavorativa è molto anziana.*



**Indice di struttura della popolazione attiva**

Rappresenta il grado di invecchiamento della popolazione in età lavorativa. È il rapporto percentuale tra la parte di popolazione in età lavorativa più anziana (40-64 anni) e quella più giovane (15-39 anni).

**Carico di figli per donna feconda**

È il rapporto percentuale tra il numero dei bambini fino a 4 anni ed il numero di donne in età feconda (15-49 anni). Stima il carico dei figli in età prescolare per le mamme lavoratrici.

**Indice di natalità**

Rappresenta il numero medio di nascite in un anno ogni mille abitanti.

**Indice di mortalità**

Rappresenta il numero medio di decessi in un anno ogni mille abitanti.

**Età media**

È la media delle età di una popolazione, calcolata come il rapporto tra la somma delle età di tutti gli individui e il numero della popolazione residente. Da non confondere con l'aspettativa di vita di una popolazione.