

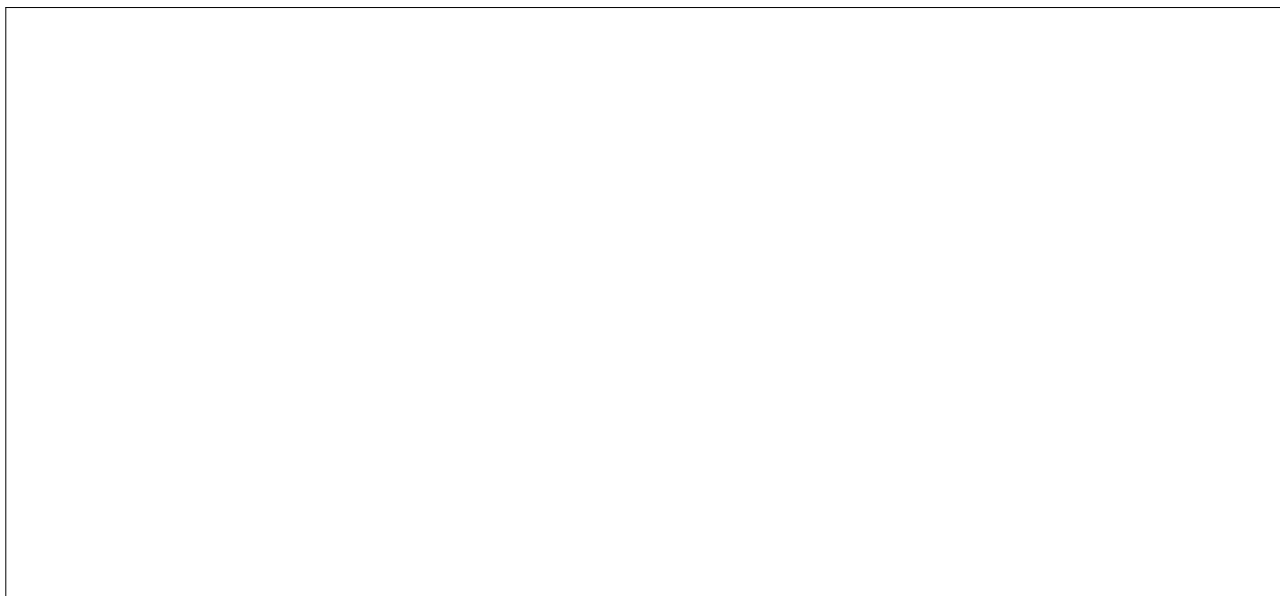
COMUNE DI PADULI

(Prov. di Benevento)

STRUMENTO DI INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO (SIAD)

(Art. 13 - L.R. 07/01/2000 n° 1)

ANNO 2000



SCALA	ELABORATO:	FASCICOLI	SERIE	SIGLA
	RELAZIONE ILLUSTRATIVA		F	01

COLLABORATORI: Arch. Valentina Grimaldi - Dott. Pierfrancesco Rossi

PROGETTO : PIO CASTIELLO (architetto)

SOMMARIO

SOMMARIO	1
PREMESSA	2
METODOLOGIA DI LAVORO	3
SINTESI DEL QUADRO SOCIO-ECONOMICO DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO	4
TENDENZE EVOLUTIVE DELLA RETE AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO	8
PADULI	12
INQUADRAMENTO URBANISTICO	13
ANALISI SOCIO- ECONOMICA	14
RILEVAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA	17
ORIENTAMENTI PROGETTUALI	19
Riequilibrio e ammodernamento della rete distributiva	19
Valorizzazione delle aree periferiche	19
Valorizzazione e tutela delle specificità locali	22
Commercio su aree pubbliche.....	23
CORRELAZIONE CON IL P.R.G. VIGENTE.....	24
ALLEGATI	25

PREMESSA

Con Atto di Convenzione del 21.09.2000, conseguente alla delibera di Giunta Comunale n. 141 del 16.05.2000 è stato affidato incarico al sottoscritto architetto Pio Castiello di redigere per il Comune di Paduli lo Strumento di Intervento per l'Apparato Distributivo relativo al commercio al dettaglio in sede fissa e per il commercio su aree pubbliche, obbligatorio per i Comuni della Regione Campania ai sensi del D.Lgs n. 114 del 31/03/1998 e della successiva L.R. n. 1 del 07/01/2000.

Sulla scorta di quanto individuato dal P.R.G. vigente sono stati definiti i criteri di impostazione progettuale e conseguentemente si è dato luogo alle ipotesi di progetto urbanistico dello Strumento di Intervento per l'Apparato Distributivo.

Preliminarmente è stata condotta, con l'ausilio di personale d'aiuto, un'accurata rilevazione dei punti vendita esistenti, del commercio su aree pubbliche e delle aree periferiche disponibili.

Conseguentemente alla fase di analisi territoriale si è dato luogo alla progettazione dello Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo.

Sul territorio comunale sono state individuate diverse zone di territorio omogenee in base alla attuale antropizzazione e concentrazione di attività commerciali, di seguito denominate "ambiti":

- Centro Urbano;
- Centro Storico;
- Loc. Carpinelli;
- Via Ignazia;
- Loc. Torre;
- Loc. Messano;
- Piana Ferrara;
- Loc. Saglieta.

In base alle valutazioni socio-economiche espone in dettaglio più avanti, i vari ambiti e le zone circostanti sono stati sottoposti a norme differenziate per l'insediamento delle attività commerciali, denominate come di seguito:

- Centro Storico;
- Aree sottoposte a vincoli di natura ambientale;
- Aree di compatibilità per esercizi di vicinato;
- Aree di compatibilità per medie strutture di vendita;
- Aree pubbliche compatibili con mercati all'aperto.

METODOLOGIA DI LAVORO

La formazione del SIAD è stata articolata in tre fasi di lavoro:

- indagine di impostazione progettuale;
- impostazione della progettazione di concerto con l'Amministrazione e le associazioni di categoria;
- stesura degli allegati normativi.

Il lavoro di prima fase ha impegnato l'équipe di rilevamento in una attenta indagine della rete vendita esistente, condotta per ogni singolo esercizio commerciale.

In particolare si è proceduti alla individuazione dei singoli punti vendita, rilevandone l'ubicazione, la superficie di vendita ed il settore merceologico.

Si è provveduto inoltre ad individuare l'ubicazione del mercato – alimentare ed extra alimentare – attualmente istituito sul territorio comunale.

Il passo successivo ha interessato il rilevamento delle aree marginali e periferiche compatibili con una eventuale destinazione d'uso per la media e grande distribuzione, dopodiché è seguito un lavoro di elaborazione dei dati raccolti, di restituzione grafica dei rilevamenti e di confronto con gli strumenti urbanistici.

La seconda fase del lavoro, ovvero l'impostazione progettuale, ha richiesto una lunga ed attenta riflessione, informata dal dialogo con l'Amministrazione e con le associazioni di categoria.

Tenuto conto delle informazioni così ottenute state individuate le zone, di cui sopra, di intervento differenziato e sottoposte a norme particolari.

La terza fase del lavoro è stata interamente dedicata alla predisposizione degli elaborati progettuali definitivi ed alla formazione delle norme di attuazione, con particolare attenzione al rapporto delle scelte progettuali con le previsioni dello strumento urbanistico generale vigente, al fine di stabilire quali di esse comportino la necessità di una variante urbanistica e quali determinino, invece, un mero adeguamento del P.R.G. .

A differenza di quanto avvenuto in altre province della Campania o in altre aree del Paese, ma ben riflettendo quell'elemento di scarsa industrializzazione che ne caratterizza l'economia, il processo di terziarizzazione della provincia di Benevento è avvenuto principalmente attraverso una consistente espansione del comparto della Pubblica Amministrazione, il cui peso è ulteriormente cresciuto nel corso degli anni '90 sia in termini di occupati che di valore aggiunto.

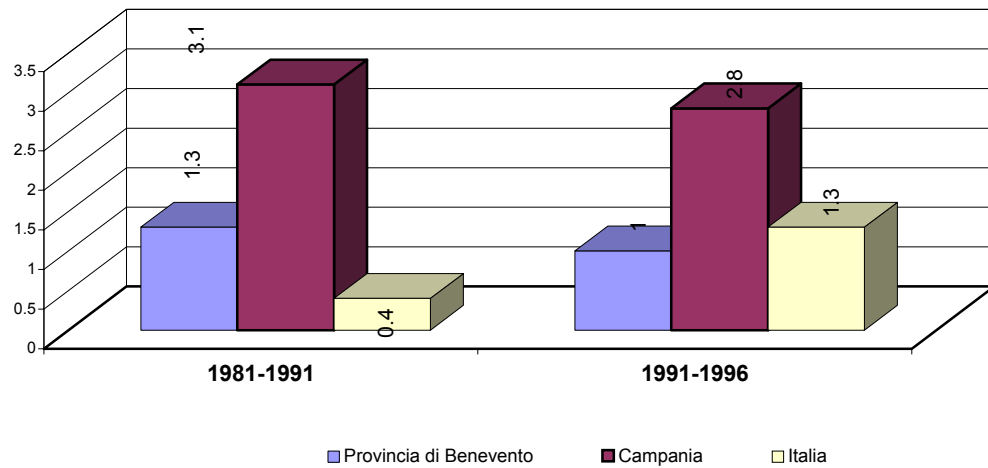
All'interno del settore terziario, un ruolo rilevante è giocato dal comparto del commercio e dei pubblici esercizi: quasi il 27 % del valore aggiunto dell'intero settore riguarda infatti tale comparto, un peso che si è lievemente ridotto negli ultimi anni. Complessivamente, il comparto del commercio e dei pubblici esercizi contribuisce per il 17,3% del valore aggiunto complessivo prodotto dall'intera provincia di Benevento. In particolare, il commercio in senso stretto – vale a dire il commercio al dettaglio, il commercio all'ingrosso e gli intermediari commerciali – partecipa alla produzione di valore aggiunto a livello locale per circa il 15,5%, mentre il comparto degli alberghi e pubblici esercizi per il rimanente 1,8%.

L'analisi dell'evoluzione demografica rappresenta un'operazione fondamentale per inquadrare all'interno delle dinamiche sociali di lungo periodo i diversi fenomeni che si manifestano a livello più strettamente economico. Ciò risulta particolarmente vero con riguardo al commercio al dettaglio, laddove un esame dell'adeguatezza dell'offerta dei servizi commerciali non può prescindere da una valutazione delle principali tendenze demografiche.

Nell'intervallo intercensuario 1981-91 la popolazione residente nella provincia di Benevento ha registrato una crescita complessiva pari all'1,3%, passando dal quasi 289 mila abitanti del 1981 ai 293 mila del 1991 (cfr. figura 2). Tale crescita risulta però decisamente inferiore a quella fatta registrare a livello regionale (3,1%) ed a livello dell'intera ripartizione geografica del Sud Italia (2,4%), come conseguenza sia di un minor saldo naturale positivo della popolazione, sia della presenza di un ancora consistente processo migratorio.

Nel corso degli anni '90 si assiste ad un rallentamento del tasso di crescita della popolazione della provincia di Benevento, che passa dall'1,3% (1981-91) all'1% (1991-96), un rallentamento che risulta essere sostanzialmente in linea con la più generale tendenza regionale e del Sud Italia.

FIGURA 2 – Variazione % della popolazione residente nei periodi 1981-1991 e 1991-1996



Un secondo importante aspetto che emerge dall'esame dei dati censuari è che, parallelamente ad un aumento del numero di abitanti, si è assistito ad una moltiplicazione dei nuclei familiari sia a livello provinciale che del bacino commerciale di Benevento. In particolare, a livello di bacino nel 1991 i nuclei familiari erano 86.807 con una crescita rispetto a dieci anni prima del 7,6%; tale crescita, tuttavia, ha riguardato solo in parte il comune di Benevento, che al contrario ha visto aumentare il numero complessivo dei nuclei familiari solo della metà (3,6%), evidenziando come tale tendenza abbia riguardato principalmente gli altri comuni dell'area.

In linea con un fenomeno di carattere nazionale, non solo si è ridotta la dimensione media della famiglia, ma si è accresciuto il numero di famiglie monocomponente. Nel comune di Benevento tali famiglie rappresentavano nel 1991 il 14,2% del totale rispetto al 13,7% del 1981. Assai più consistente risulta invece sia la quota che la crescita di famiglie monocomponente nel resto dell'area (22,1% nel 1991 contro 18,9% nel 1981).

Il combinarsi di un progressivo rallentamento della dinamica demografica da un lato e l'aumento dei nuclei familiari (in particolar modo nei comuni che fanno parte del bacino commerciale di Benevento), dall'altro, trovano spiegazione soprattutto nel graduale invecchiamento della popolazione e nel conseguente moltiplicarsi di famiglie composte solo da coppie senza figli o da singoli anziani.

Tale indice, in forte crescita sia a livello nazionale che regionale, mostra una dinamica particolarmente sostenuta nel comune di Benevento. Negli altri comuni del bacino la dinamica è, invece, risultata più limitata, anche perché i valori di partenza

erano doppi di quelli medi regionali (72 contro 36) e addirittura superiori a quelli medi del Paese nel 1981 (52). Dal punto di vista del reddito e dei consumi la provincia di Benevento si situa in una posizione intermedia rispetto alle altre province della Campania. Dall'esame dei dati relativi al reddito disponibile pro capite per provincia forniti dalla Camera di Commercio di Benevento, emerge come nel 1995 la provincia di Benevento abbia fatto registrare un reddito disponibile pro capite di 16,3 milioni, un reddito superiore sia a quello medio regionale che a quello delle province di Napoli e Caserta. Per quanto riguarda, invece i consumi, i valori pro capite della provincia di Benevento sono in linea con quelli medi regionali (12,5 milioni), e lievemente più alti di quelli di Napoli e di Avellino.

Un ulteriore aspetto da sottolineare è l'elevata propensione al risparmio che caratterizza la provincia di Benevento, come il più elevato differenziale tra reddito e consumi rispetto al dato medio regionale. A tale proposito, occorre evidenziare l'importanza che assume il risparmio postale in questa provincia rispetto ad altre forme di investimento (ad es. il tradizionale deposito bancario): il valore pro capite di tale modalità di risparmio risulta infatti quasi doppia rispetto al dato regionale (10,8 contro 6,2 milioni di lire) e di gran lunga più elevata rispetto alle altre province campane, con la sola eccezione di Avellino.

Altri fattori possono aiutare a definire il quadro socio economico di questa area prima di analizzarne il sistema distributivo al dettaglio fisso.

Il *primo* riguarda l'elevato numero di autovetture per abitante esistente nella provincia (356 autovetture ogni 1.000 abitanti contro 314 a livello regionale) che non solo testimonia la buona potenziale mobilità delle famiglie, ma che conferma anche – seppur in modo indiretto – la presenza di un tenore di vita della popolazione locale superiore a quello medio regionale.

Il *secondo* riguarda, invece, il livello di scolarità della popolazione, che presenta valori all'interno del bacino commerciale di Benevento complessivamente in linea sia con i valori nazionali che con quelli regionali e del Sud Italia. Livelli ancor più elevati si registrano nel comune di Benevento, dove nel 1991 quasi un abitante su tre risultava diplomato o laureato.

Il *terzo indicatore*, infine, riguarda la grave situazione occupazionale che caratterizza l'intera provincia di Benevento, una situazione che si è aggravata ulteriormente nella prima parte degli anni '90 a seguito della crisi industriale che ha colpito in modo particolare la produzione di tabacco e di vino e il comparto dell'edilizia. Tale crisi si

è inserita infatti in un contesto economico che già presentava forti problemi occupazionali. Sulla base dei dati del censimento, nel 1991 il tasso di disoccupazione della provincia era complessivamente pari al 26,1%, di cui il 19,2% erano giovani in cerca di prima occupazione ed il 7,2% disoccupati: valori simili riguardano sia il comune di Benevento, sia gli altri comuni del bacino. Se il confronto di tali valori con quelli medi nazionali (rispettivamente pari a 17,8%, 10,9% e 6,9%) dimensiona la gravità del problema occupazionale in questa area soprattutto tra i giovani in cerca di prima occupazione, il confronto con i dati del sud – e soprattutto con quelli della regione Campania – evidenzia tuttavia come tale problema risulti meno “esasperato” nella provincia di Benevento rispetto ad altre situazioni regionali e/o meridionali.

TENDENZE EVOLUTIVE DELLA RETE AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO

Nella provincia di Benevento al 31.12.1996 operavano 3.622 punti vendita al dettaglio in sede fissa, distinti in 1.405 punti vendita alimentari e 2.217 non alimentari.

Dal punto di vista dell’evoluzione e delle caratteristiche della rete distributiva la provincia di Benevento si discosta in modo rilevante sia dalla regione Campania, sia dalla macro-area Sud-Isole, avvicinandosi, invece, a caratteristiche e trend medi nazionali.

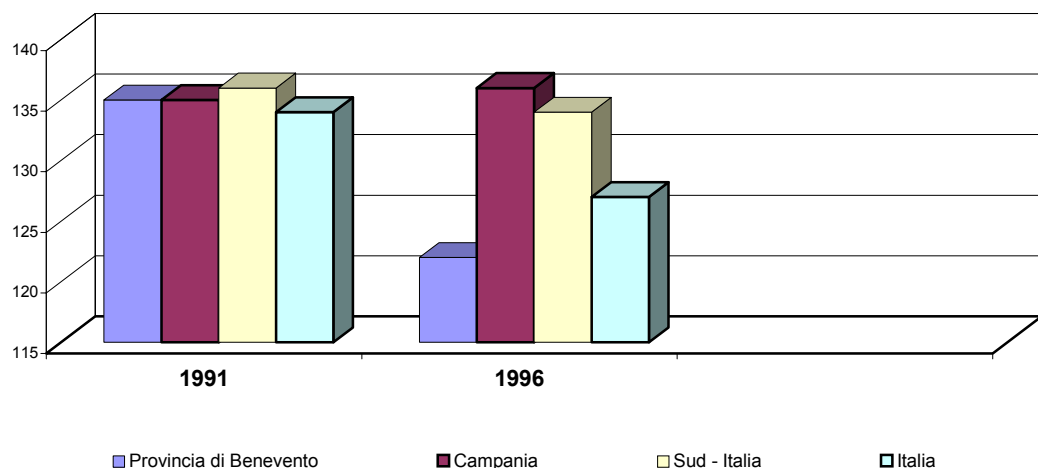
Rispetto al 1991 la rete distributiva in sede fissa della provincia di Benevento si è ridotta dell’8,7%, passando da 3.965 a 3.622 punti vendita. Si consideri che nello stesso periodo il numero complessivo di punti vendita in Italia è diminuito del 4,3%, nel Sud-Isole dello 0,9%, mentre in Campania è addirittura aumentato del 2,7%: nella provincia è, quindi, in atto un intenso processo di razionalizzazione della rete commerciale.

Tale processo ha riguardato in particolare il comparto alimentare, che tra il 1991 e il 1996 è passato da 1.665 a 1.405 punti vendita (-15,6%), mentre è stato meno intenso per quanto concerne il settore non alimentare (-3,6%), analogamente a quanto avvenuto a livello nazionale.

Utile indicazioni possono essere tratte dall'analisi del parametro di densità commerciale, espresso in termini di punti vendita per 10.000 abitanti, che permette un immediato confronto tra la domanda e l'offerta di servizi commerciali nelle diverse aree (cfr. figura 1).

Nel 1991 la densità commerciale della provincia di Benevento risultava sostanzialmente in linea con la media nazionale: 135 punti vendita per 10.000 abitanti a fronte di 134 per l'Italia. In particolare, tale valore era il risultato di una elevata densità di punti vendita alimentari (57 punti vendita per 10.000 abitanti, contro i 48 della media nazionale) e di una minore densità nel non alimentare (79 contro 86 punti vendita per 10.000 abitanti), in conformità con l'intera area Sud-Isole. Il successivo processo di razionalizzazione della rete nella provincia di Benevento ha comportato una significativa riduzione della densità commerciale, passata nel 1996 a 122 punti vendita per 10.000 abitanti. Tale valore risulta inferiore non solo a quello della Campania e dell'area Sud-Isole (rispettivamente 136 e 134 punti vendita per 10.000 abitanti), ma anche al dato medio nazionale (127 punti vendita per 10.000 abitanti). Rispetto all'Italia la provincia di Benevento si caratterizza per una più elevata densità nel comparto alimentare ed una minore densità nel settore non alimentare.

FIGURA 1 – Densità commerciale della rete al dettaglio al 1991 e al 1996 (numero di pdv per 10.000 abitanti)



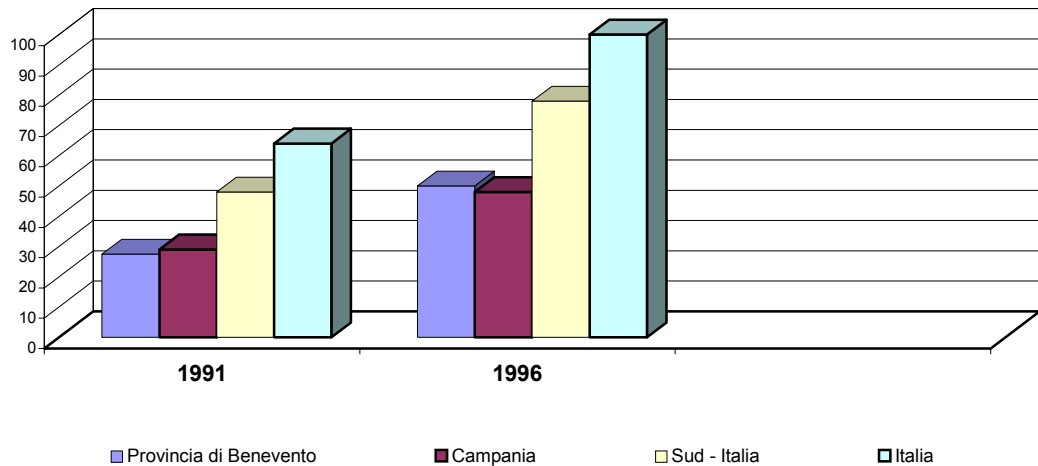
Per quanto concerne le formule distributive di medio-grandi dimensioni, nella provincia di Benevento al 31.12.1996 operano 20 supermercati per una superficie di vendita complessiva di 14.785 mq, mentre non sono presenti ipermercati. Rispetto al 1991 si è assistito ad un notevole sviluppo dei supermercati, che sono quasi raddoppiati sia in termini di numero che di superficie di vendita.

Il processo di modernizzazione della rete commerciale nella provincia è veicolato principalmente da punti vendita di dimensioni medio-piccole: da un lato, infatti, non sono presenti ipermercati, dall'altro la superficie media dei supermercati, pur essendo aumentata tra il 1991 e il 1996, rimane inferiore alla media nazionale (739 mq contro 759 mq).

Il livello di modernizzazione della rete distributiva può essere analizzato utilizzando il parametro di dotazione commerciale di punti vendita di medio-grandi dimensioni, espresso in termini di superficie di vendita per 1.000 abitanti (cfr. figura 2). Nel 1991 la dotazione commerciale nella provincia di Benevento era pari a 27,5 mq di superficie per 1.000 abitanti, valore di poco inferiore a quello della Campania, ma notevolmente più basso sia del valore del Sud-Isole (48 mq per 1.000 abitanti), sia di quello medio nazionale (64 mq per 1.000 abitanti). A seguito dell'apertura di nuovi supermercati, la dotazione della provincia di Benevento a fine '96 è passata a 50 mq per 1.000 abitanti, superando, se pur di poco, la dotazione della Campania e riducendo il divario rispetto al Sud-Isole e all'Italia. Notevoli rimangono, comunque, gli spazi di sviluppo nella provincia di Benevento per le formule del commercio di medio-grandi dimensioni.

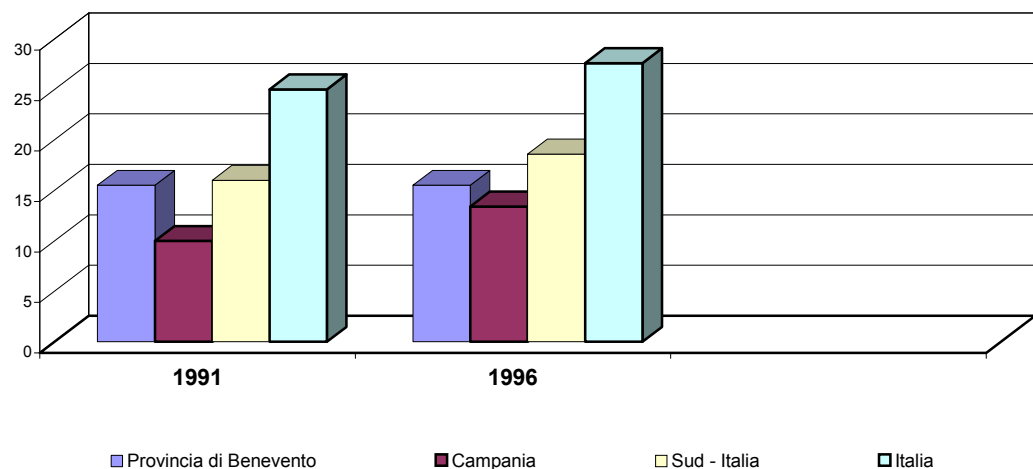
Con riferimento, invece, al settore non alimentare, nella provincia di Benevento operano cinque magazzini popolari, con una superficie di vendita complessiva di 4.594 mq, mentre non risultano operanti grandi magazzini.

Rispetto al 1991 non vi è stata alcuna variazione in termini di numero e di superficie dei punti vendita, a differenza di quanto si è verificato nelle altre aree geografiche di riferimento, dove si è assistito ad un costante anche se lento aumento del numero e della superficie di grandi magazzini popolari.

FIGURA 2 – Dotazione di supermercati e ipermercati al 1991 e al 1996 (mq per 1.000 abitanti)

Analogamente al comparto alimentare, le dimensioni medie dei punti vendita sono inferiori a quelle di altre aree di confronto: 919 mq a fronte di 1.752 mq per l'Italia, 1.351 mq per l'area Sud-Isole e 1.574 mq per la Campania.

A livello di dotazione commerciale (cfr. figura 3), nella provincia di Benevento sono presenti 15,5 mq di superficie per 1.000 abitanti. Si tratta di un valore leggermente più elevato rispetto alla Campania (13,4 mq per 1.000 abitanti), ma inferiore sia a quello del Sud-Isole (18,6 mq per 1.000 abitanti) sia soprattutto a quello medio nazionale (27,6 mq per 1.000 abitanti).

FIGURA 3 – Dotazione di grandi magazzini e magazzini popolari al 1991 e al 1996 (mq per 1.000 abitanti)

PADULI

Ai sensi del D.Lgs 31/3/1998 n. 114 e della L.R. 07/01/2000 n. 1, i Comuni devono dotarsi di Strumento di Intervento per l'Apparato Distributivo concernente la distribuzione sul territorio degli esercizi di vicinato, la disciplina dell'insediamento di medie e grandi strutture di vendita, nonché la regolamentazione del commercio su aree pubbliche.

Tale strumento costituisce piano di strumento integrato del P.R.G.

La L.R. n. 1 del 07/01/2000 suddivide il territorio della Regione Campania in 14 Aree funzionali sovracomunali omogenee configurabili come un unico bacino d'utenza, con l'indicazione dei Comuni appartenenti suddivisi a loro volta in 5 classi dimensionali-economiche.

Nello specifico il Comune di Paduli ricade nell'*Area 7 – Area Beneventana* ed è un Comune di *Classe 4- Popolazione compresa tra 3.001 e 10.000 abitanti*, per il quale è possibile prevedere, in base alla classificazione fatta dall'art. 2 della L.R. n.1/2000, tutte le tipologie di medie strutture di vendita (con superficie di vendita compresa tra mq. 150 e 900 per le M1 e tra mq. 900 e 1500 per le M2), mentre tra le tipologie per la grande distribuzione le norme regionali ammettono solo l'insediamento di strutture di tipo G1 A/M , G2 CQ e G ACP.

Le direttive regionali intendono perseguire la realizzazione di una rete commerciale che, tutelando la concorrenza e l'equilibrato sviluppo della rete commerciale nelle diverse tipologie distributive, riqualifichi il tessuto urbano, salvaguardi e dia nuova dignità ai centri storici.

Gli obiettivi che si intendono allora perseguire con il presente strumento, che di seguito denomineremo sinteticamente SIAD, sono i seguenti:

- programmazione generale dell'apparato distributivo nell'ambito di un intento generale di valorizzazione del territorio e in rapporto alla dotazione infrastrutturali ed alle esigenze dei consumatori;
- incentivazione di forme di riconversione e/o aggregazione dei settori del commercio meno produttivi;
- valorizzazione e salvaguardia dei valori artistici, storici, culturali ed ambientali, con particolare riferimento al Centro Storico, mediante apposita disciplina delle attività distributive nelle zone maggiormente sensibili;

- valorizzazione delle aree periferiche mediante l'insediamento di attività di media distribuzione, in relazione alle preesistenti attività produttive artigianali ed agro-alimentari;
- determinazione dei criteri di compatibilità territoriale delle attività di commercio su aree pubbliche.

INQUADRAMENTO URBANISTICO

Il territorio comunale di Paduli è situato in provincia di Benevento e si estende su una superficie di 44,70 Km², di cui 10,05 Km² vincolati, con un'altitudine media di 349 m. s.l.m.

Confina con i comuni di Benevento, Pietrelcina, Pago Veiano, S.Giorgio la Molara, Buonalbergo, S. Arcangelo Trimonte, Apice, S.Giorgio del Sannio e S.Nicola Manfredi.

Costruito sulle falde di un colle, Paduli guarda le valli del Calore e del Tammaro e dista 14 chilometri dal capoluogo, per la qual cosa avverte la sua forza di attrazione, ma nel contempo è riuscita a svilupparsi autonomamente, tanto da accogliere una sede distaccata dell'Università del Sannio e una zona industriale sede di un importante complesso dolciario.

Il territorio comunale è attraversato nella fascia sud-sud/est dalla S.S. 90 bis, una importante arteria di collegamento il capoluogo beneventano e la provincia di Foggia, lungo la quale si addensano numerose attività commerciali e produttive e verso la quale si è avuta la più recente espansione dell'abitato di Paduli.

Il Centro Storico, abbandonato a seguito del terremoto del 1962, è tuttora interessato da un Piano di Recupero che tenta di restituirgli una identità e, soprattutto, una opportuna funzionalità. Il presente Strumento comunale predispone una serie di norme per le attività commerciali che vi si insedieranno, favorendo una valorizzazione degli spazi mediante presenze armoniche con il contorno, ovvero integrate visivamente e rispetto al peso che l'attività comporta in termini di impatto ambientale, come meglio spiegato in seguito.

Come già anticipato, col passare degli anni il paese si è esteso al di fuori dell'antico nucleo abitato e al tradizionale groviglio di vicoli si sono aggiunti l'ampio viale della

Libertà e abitazioni più recenti, costruite anche grazie ai contributi statali concessi in seguito ai sismi del 1962 e del 1980.

Oggi proprio il Viale e i suoi prolungamenti costituiti da Via S.Giovanni e dal primo tratto della Strada Provinciale per Buonalbergo rappresentano l'asse principale del commercio al dettaglio, mentre buone potenzialità per la distribuzione media o grande sussistono lungo le fasce a ridosso della S.S. 90 bis.

Invece, la Via Ignazia, ovvero l'antica arteria consolare (*via Egnatia*), costituisce oggi solo un collegamento interno tra il centro e gli agglomerati agricoli sul versante che affaccia sul fiume Tammaro.

ANALISI SOCIO- ECONOMICA

La popolazione residente ammonta a 4404 abitanti a tutto il mese di settembre del 2000 e questo dato presenta un andamento sostanzialmente decrescente negli ultimi 10 anni (vedi tabella).

ANDAMENTO DEMOGRAFICO (1991-2000) - QUADRO SINOTTICO

(dati Comune di Paduli)

Anno	RESIDENTI	VARIAZIONE	Nati vivi	Morti	Saldo naturale	Saldo sociale
1991	4820	-	48	51	-3	-
1992	4771	-49	45	54	-9	-40
1993	4725	-46	48	59	-11	-35
1994	4602	-123	47	46	+1	-124
1995	4605	+3	38	54	-16	+19
1996	4564	-41	44	46	-2	-39
1997	4501	-63	44	44	-	-63
1998	4473	-28	37	45	-8	-20
1999	4410	-63	25	59	-34	-29
Sett.2000	4404	-6	28	40	-12	+6

Dai dati riportati in tabella si nota che il calo della popolazione residente è dovuto prevalentemente al saldo sociale negativo, indice di un esodo di popolazione

pressoché costante dovuto presumibilmente più alla attrazione del capoluogo che alla scarsa vivacità economica locale.

Infatti, dal punto di vista economico Paduli è una cittadina prevalentemente agricola, con una discreta presenza di attività di commercio e piccola industria.

Già rinomato per la qualità dell'olio d'oliva e dei vini, nel secondo dopoguerra si è avuto un consistente sviluppo della coltivazione del grano duro e del tabacco con varietà piuttosto pregiate. Importanti sono anche l'ortofrutticoltura e l'allevamento dei bovini, i cui prodotti sono in larga parte assorbiti dal mercato locale e in minima parte esportati

Le attività industriali hanno base sostanzialmente artigianale e riguardano settori a bassa tecnologizzazione, come la lavorazione del legno e del ferro e la trasformazione alimentare, oltre al settore edile e alle officine meccaniche.

Un importante ricaduta sull'occupazione locale ha avuto l'insediamento lungo la statale 90 bis, presso Ponte Valentino, dell' importante complesso industriale dolciario.

La superficie agricola utilizzata è di 3270,60 ha, mentre le aziende attive iscritte al registro delle imprese al 31/12/1999 sono 761, così suddivise (dati C.C.I.A.A. Bn, aprile '99):

Agricoltura	Industria	Costruzioni	Commercio	Servizi ed altre
530	25	46	88	72

Bisogna, tuttavia, considerare che la realtà economica di Paduli è suscettibile di un potenziale rafforzamento, in quanto la recente integrazione delle infrastrutture urbane, l'insediamento del complesso industriale e della struttura universitaria costituiscono delle possibilità di sviluppo da non trascurare.

Lo scopo del SIAD sarà quello di regolamentare e riorganizzare il settore del commercio, in particolare creando le condizioni strutturali per la sua integrazione con le attività produttive locali (artigianali, agro-alimentari e di trasformazione), allo scopo di realizzare una sorta di polo economico che costituirebbe contemporaneamente una fonte di attrazione (di utenti e investitori) e una forma di caratterizzazione dell'economia locale.

Nel contempo, si persegue l'obiettivo di caratterizzare e rivitalizzare il centro storico mediante il commercio soprattutto di prodotti locali, nel tentativo di inserire con maggiore forza Paduli negli itinerari turistico-culturali che interessano già molti centri del beneventano.

Inoltre, considerato che il reddito pro-capite degli abitanti del Comune di Paduli speso in consumi al 1996 (£.10.900.000 – dati ISTAT / Comune di Paduli) non è, in assoluto, tra i più bassi, sembra evidente che la potenzialità di acquisto di beni, soprattutto quelli connessi alle più moderne esigenze, sia poco soddisfatta dalla scarsa offerta attuale, a maggior ragione se si considera lo spostamento che la struttura dei consumi sta oggi giorno avendo verso le nuove tecnologie e la cultura/ricreazione, oltre che verso il settore dei trasporti e delle comunicazioni.

Anche per tale motivo la creazione delle condizioni per l'introduzione di una offerta commerciale allargata a tali beni potrebbe eliminare i disagi su esposti e, indirettamente, fornire un terreno più fertile per lo sviluppo del settore dei servizi che sono collegati ai beni di cui sopra o che li utilizzano.

Si ritiene che tale meccanismo abbia la capacità di influire indirettamente sulla tendenza alla diminuzione della popolazione residente, rallentandola, se non addirittura invertendola.

RILEVAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA

Attualmente, la rete distributiva al dettaglio del comune di Paduli al 21/09/2000, si compone di **76** punti vendita, di cui **27** alimentari, **49** extra-alimentari, oltre a 17 pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande e 16 attività artigianali o servizi. Di questi solo **4** sono classificabili come Medie Strutture di Vendita, e precisamente M1 secondo la definizione data dal DLgs. 114/98, avendo una superficie di vendita compresa tra 150 e 900 mq. . I restanti **72** esercizi commerciali sono “esercizi di vicinato”, con superficie di vendita inferiore a 150 mq. . Non è stata rilevata alcuna Grande Struttura di Vendita.

Esercizi commerciali alimentari	27	di cui :	ESERC. VICINATO	MEDIE STRUTTURE
Esercizi commerciali non-alim.	49	di cui :	26	1
TOTALE	76	di cui :	46	3
Pubblici esercizi	17	di cui :	TOT: 72	TOT: 4
Artigianato e servizi	16			
TOTALE LOCALI RILEVATI	109			

In Appendice si allegano le schede con tutti i dati dei punti di distribuzione commerciale rilevati sul posto e riportati negli elaborati della serie AU .

Gli esercizi sono distribuiti in maniera piuttosto uniforme nel centro abitato, con una concentrazione maggiore, come era prevedibile che fosse, lungo l’arteria cittadina principale (Viale della Libertà e sue estensioni) e lungo la S.S. 90 bis .

I piccoli aggregati formatisi spontaneamente lungo le principali vie di comunicazione, anche interne, hanno altresì attratto la piccola distribuzione, ma in maniera insufficiente e non sistematica.

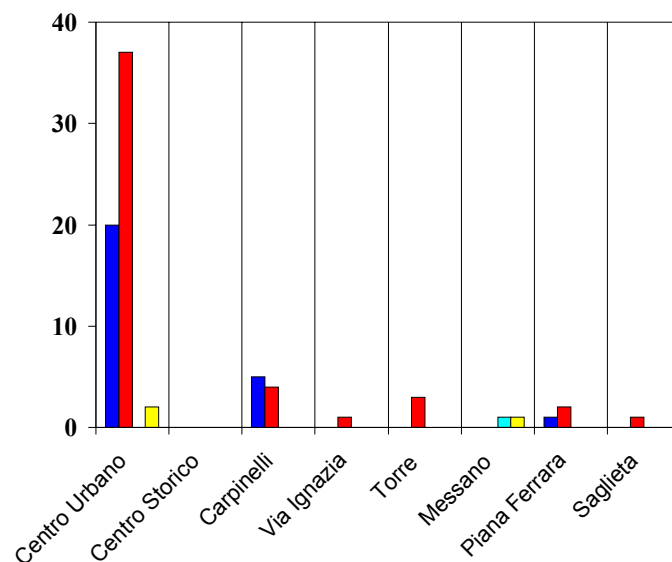
Le Medie Strutture rilevate sono servite da collegamenti viari sufficienti, mentre la dotazione di aree di parcheggio appare in alcuni casi insufficiente, come risulta dagli allegati grafici. A questo proposito è stata fissata una norma che prevede incentivi all’adeguamento delle Medie Strutture di vendita già esistenti alle prescrizioni del SIAD, anche mediante trasferimento di sede nelle aree compatibili con esse.

Si riporta di seguito la individuazione degli esercizi commerciali al dettaglio e dei pubblici esercizi rispetto ai diversi ambiti territoriali. Si omettono, ancorché rilevate, le attività di tipo artigianale, in quanto esse esulano dal campo di intervento del SIAD.

Dai grafici si nota quanto detto in precedenza, ovvero la presenza massiccia nel Centro Urbano e l'abbandono del Centro Storico (anche perché disabitato), nonché la relativa vivacità commerciale dell'ambito di Contrada Carpinelli.

DISTRIBUZIONE DEGLI ESERCIZI PER AMBITO TERRITORIALE (tra parentesi la percentuale sul totale)	Esercizi di vicinato		Medie strutture		Pubblici esercizi	TOTALE Strutt.distr. (incl. Pubbl.Eserc.)
	Alim.	Non Alim.	Alim.	Non Alim.		
Centro Urbano	20 (77%)	35 (76%)	-	2 (67%)	11 (65%)	68 (73%)
Centro Storico	-	-	-	-	-	-
Carpinelli	5 (19%)	4 (9%)	-	-	2 (11,5%)	11 (12%)
Via Ignazia	-	1 (2%)	-	-	-	1 (1%)
Torre	-	3 (7%)	-	-	-	3 (3,2%)
Messano	-	-	1 (100%)	1 (33%)	1 (6%)	3 (3,2%)
Piana Ferrara	1 (4%)	2 (4%)	-	-	2 (11,5%)	5 (5,4%)
Saglieta	-	1 (2%)	-	-	1 (6%)	2 (2,2%)
TOTALE	26 (100)	46 (100)	1 (100)	3 (100)	17 (100)	93 (100%)

- Eserc. Vicin. Alim.
- Eserc. Vicin. Non-Alim.
- Medie strutt. Alim.
- Medie Strutt. Non-Alim.



ORIENTAMENTI PROGETTUALI

Riequilibrio e ammodernamento della rete distributiva

Valorizzazione delle aree periferiche

Dalla rilevazione della rete commerciale esistente emerge la netta preponderanza di numero degli esercizi commerciali di piccole dimensioni (esercizi di vicinato) a fronte della presenza di soli quattro esercizi di medie dimensioni, mentre mancano del tutto le grandi strutture di distribuzione. La compatibilità per gli esercizi di vicinato è prevista in tutte le parti di territorio ricadenti nella perimetrazione del Centro Abitato, di cui gli ambiti di compatibilità definiti in sede progettuale costituiscono una estensione omogenea, mentre nelle aree agricole è consentita l'apertura di tali esercizi solo per le specifiche categorie merceologiche connesse e compatibili con la zona, ivi compresi i prodotti di trasformazione e i prodotti necessari alle coltivazioni.

La caratteristica propria degli esercizi di vicinato è quella di rispondere alla domanda immediatamente circostante con una offerta di categorie merceologiche varia ma limitata, la qual cosa consente all'utenza l'approvvigionamento dei beni essenziali, ma non soddisfa le esigenze specialistiche, determinando disagio all'utenza per l'allungamento dei tempi di approvvigionamento e per la necessità di maggiori spostamenti; inoltre, la superficie di vendita in genere ridotta comporta limitazioni alla possibilità di immagazzinaggio ed esposizione della merce.

Tuttavia, gli esercizi di vicinato sembrano l'unica forma di commercio idonea alla collocazione nelle zone centrali del centro abitato per il loro impatto esiguo sul contesto urbanistico, per la loro diffusione capillare e per la capacità di integrare il servizio commerciale con le altre forme di caratterizzazione (patrimonio storico-artistico, folklore, cultura) che insieme contribuiscono a fornire al centro abitato la capacità attrattiva dall'esterno e, in generale, la qualità di vita degli stessi residenti.

D'altra parte, la concentrazione dei punti vendita in strutture comuni è ormai prassi consolidata nelle realtà commerciali più evolute e fa dei luoghi adibiti a tale funzione dei veri e propri poli di aggregazione (sia del commercio che dell'utenza) con raggio di influenza spesso molto esteso.

Le stesse medie strutture attive sul territorio di Paduli non hanno modo di esplicitare tale potenzialità a causa del numero esiguo e della limitata varietà di prodotti offerti (solo alimentari o extra-alimentari specialistici).

Un potenziamento della media distribuzione in zone circoscritte del territorio localizzate ai margini o all'esterno delle parti di territorio maggiormente urbanizzate e consolidate può determinare la formazioni di veri e propri poli, senza l'inconveniente di penalizzare la piccola distribuzione, la quale conserverebbe la propria utenza "di vicinato" e riceverebbe comunque beneficio dalla auspicata vivacità economica.

Si ritiene opportuno individuare le aree di compatibilità con la media distribuzione a valle del centro abitato di Paduli e a ridosso della S.S. 90 bis, in particolare nel tratto che da Paduli conduce a Benevento e nella zona di C.da Piana Ferrara, verso Buonalbergo in direzione Foggia, sia per evitare la creazione di punti di congestione del traffico veicolare nel centro, sia per consentire la realizzazione delle opportune aree di parcheggio, commisurate alla superficie di vendita in base ai parametri fissati dalla L.R. n. 1/2000.

Le medie strutture già esistenti sono in buona parte ubicate in zone del territorio da ritenere sufficientemente compatibili con la destinazione attuale per localizzazione e dotazione infrastrutturali, fatte salve le considerazioni di cui al paragrafo precedente. Le aree di compatibilità individuate negli elaborati P.1a, P.1b e P.1c sono destinate anche alla eventuale rilocalizzazione di tali strutture in caso di adeguamento alle nuove prescrizioni qualitative e quantitative o di ampliamento della superficie di vendita a seguito di accorpamento. A tal fine la normativa dà facoltà agli organi comunali competenti di stabilire all'uopo forme di incentivazione e agevolazione, in aggiunta a quelle concesse dallo Stato ai sensi del Testo Unico sulle agevolazioni per le attività produttive emanato col Decreto Min. Industria Comm. e Artig. 3 luglio 2000.

In considerazione della vicinanza al capoluogo del Comune di Paduli, peraltro situato lungo la S.S. 90 bis, importante arteria di collegamento con diversi paesi del Fortore e con il foggiano, si ritiene più che opportuno un ammodernamento della rete commerciale che contribuisca a rafforzare tale ruolo, favorendo la riorganizzazione

delle attività di vendita nelle nuove forme della distribuzione che, come rilevato nell'analisi economica iniziale, sono già molto diffuse in buona parte d'Italia.

Nell'ambito delle zone di compatibilità così definite, i soggetti interessati all'avvio di una media struttura distributiva individueranno le aree effettivamente coinvolte dai loro progetti, documentando la proposta come prescritto dal Regolamento incluso nelle Norme di Attuazione secondo le indicazioni della L.R. n.1/2000.

Va sottolineato che, ai sensi del Decreto del Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato 2 marzo 2000 (G.U. n.93, 20 aprile 2000, Serie Generale) integrato nel Testo Unico emanato col D.M. 3 luglio 2000, la realizzazione di strutture distributive di medie dimensioni, anche in forma di centri commerciali, nonché l'ampliamento e il trasferimento di strutture esistenti, beneficiano degli incentivi e delle agevolazioni di cui alla Legge n. 488/1992, che sono invece preclusi agli esercizi di vicinato non inseriti in centri commerciali o non aderenti a strutture operative dell'associazionismo economico operanti con propria insegna commerciale.

Tale particolarità, unita alla considerazione che le localizzazioni di medie strutture dichiarate compatibili dal SIAD non entrano in diretto conflitto, per i motivi su esposti, con gli esercizi commerciali di piccole dimensioni, costituisce una chiara possibilità di sviluppo economico locale e di ampliamento dell'offerta occupazionale, fattore, quest'ultimo, che ha estremo interesse e che può manifestare i suoi benefici su tutta la struttura socio-economica (aumento del reddito medio, aumento della qualità della vita, stimolo alla crescita demografica).

E' da considerare, infine, che la modernizzazione auspicata si accompagnerebbe al risultato di impegnare in maniera più produttiva delle aree periferiche inutilizzate di estensione ragguardevole, determinando la valorizzazione e la funzionalizzazione di zone periferiche che allo stato lasciano del tutto inesprese delle potenzialità da estrinsecare e restituire sotto forma di produttività e benefici per tutta la popolazione, come del resto è auspicato dalla stessa L.R. n.1/2000 all'articolo 13.

Valorizzazione e tutela delle specificità locali

Discorso a parte merita la questione della disciplina particolare per il commercio nelle zone di valore artistico, storico, culturale ed ambientale, con particolare riferimento al Centro Storico, e per questo maggiormente sensibili.

In tali contesti diventa prioritaria l'esigenza della tutela che nella fattispecie del commercio si estrinseca nella valorizzazione degli spazi mediante presenze armoniche con il contorno, dal punto di vista sia dell'integrazione visiva, sia del peso che l'attività comporta in termini di impatto ambientale, sottoponendo, in contesti con particolari valori da salvaguardare, l'apertura degli esercizi di vicinato ad una specifica valutazione d'impatto.

Sono state previste norme che limitano la dimensione degli esercizi a valori compatibili con le preesistenze e con la capacità infrastrutturale, lasciando margini di fattibilità ad eventuali progetti di pedonalizzazione che l'Amministrazione vorrà in seguito predisporre, nonché si è cercato di stimolare e favorire il recupero di edifici abbandonati o dimessi, del tutto o in parte, consentendo il cambio di destinazione d'uso, qualora diversa, in destinazione commerciale, anche in deroga agli strumenti urbanistici vigenti, purché non si alterino la sagoma e le volumetrie originarie.

Tutto ciò perché, in attesa che il Piano di Recupero restituisca al Centro Storico funzionalità e decoro, il SIAD intende preparare un contesto normativo idoneo alle attività commerciali che si insedieranno al suo interno.

Una attenzione particolare è dedicata nelle norme al tema degli esercizi commerciali "storici", ovvero gli esercizi che operano o operavano da lunghissimo tempo sul mercato e che si distinguono per i caratteri tipici delle insegne, dell'arredo o semplicemente per essere divenuti punti di riferimento della città. Tali esercizi potranno essere individuati dalla Amministrazione e tutelati in base alla norme specifiche che il SIAD prevede.

La tutela delle aree sottoposte a vincoli di qualsivoglia natura, in accordo con le vigenti norme in materia, orienta anche la disciplina del commercio su aree pubbliche, come si dirà più avanti.

Commercio su aree pubbliche

Come per il commercio al dettaglio in sede fissa, anche il commercio su aree pubbliche necessita di una regolamentazione che tenda a salvaguardare da un lato la funzione stessa, da un altro il territorio e l'utenza.

Il mercato attualmente istituito con apposita delibera comunale appare idoneamente collocato, in quanto non crea particolari disagi alla circolazione e risponde idoneamente alle esigenze dell'utenza, come conferma il costante afflusso di consumatori, provenienti anche dalle zone limitrofe, nel giorno in cui detta attività si svolge, ovvero la domenica.

L'area interessata attualmente dal mercato si presenta generalmente compatibile con le infrastrutture che le servono e con il contesto ambientale. Sarà opportuno, tuttavia, l'adeguamento dei servizi e delle strutture di supporto secondo le indicazioni delle recenti norme regionali e, in particolare, dell'Ordinanza del Ministero della Sanità del 2 marzo 2000, in particolare per quanto riguarda i mercati di generi alimentari.

Una regolamentazione particolare è stata stabilita per il commercio itinerante fuori dagli spazi di mercato, soprattutto lungo il viale principale (Viale della Libertà) e nelle aree sottoposte a vincoli di natura ambientale.

In tali zone il commercio itinerante è di norma vietato, salvo deroghe che l'Amministrazione vorrà stabilire in occasione di manifestazioni di particolare interesse sociale, religioso, artistico e culturale e limitatamente alla durata delle stesse, individuando i posteggi in modo tale da non intralciare il transito veicolare e pedonale e nel rispetto delle norme vigenti in materia di sicurezza, igiene ed eliminazione delle barriere architettoniche.

Infine, si è ritenuto opportuno creare una ulteriore possibilità di sviluppo e riorganizzazione del settore prevedendo la possibilità per l'Amministrazione di istituire i mercati su aree private di cui abbia ricevuto, mediante apposita convenzione stipulata con gli aventi diritto, la disponibilità per un periodo pari ad almeno dieci anni, o multiplo di dieci anni, a partire dalla data di istituzione dei suddetti mercati, in considerazione della durata decennale della concessione di posteggio per commercio ambulante. Naturalmente per dette aree andrà verificata, in sede di stipula della convenzione, la sussistenza degli stessi requisiti di sicurezza e di compatibilità fissati per il commercio su aree pubbliche dalle vigenti norme statali e regionali, in particolare dalla L.R. n.1/2000.

CORRELAZIONE CON IL P.R.G. VIGENTE

Gli allegati siglati P.2a, P2b e P2c rappresentano le previsioni commerciali del SIAD in maniera sinottica con il P.R.G. vigente, indicando quali di esse sono conformi alle disposizioni dello strumento urbanistico generale, quali di esse comportano la necessità di un mero adeguamento e quali, invece, determinano la necessità di attivare il procedimento ordinario di variante urbanistica, conformemente a quanto disposto dalle *“Direttive afferenti problematiche d’urbanistica commerciale ed adempimenti comunali per le grandi strutture di vendita”*, emanate dal competente Assessorato Regionale.

Le previsioni progettuali individuate come “conformi al P.R.G. vigente” sono quelle che prevedono l’utilizzazione per il commercio di aree e/o edifici aventi già destinazione d’uso commerciale, mantenendo gli stessi indici edificatori dello strumento generale.

La necessità di adeguamento si determina in quelle zone, destinate dal SIAD al commercio, già destinate dal P.R.G. ad attività produttive, stante una sostanziale eguaglianza o assimilazione tra funzione produttiva e commerciale.

Deve attivarsi, invece, il procedimento di variante urbanistica per quelle zone investite da scelte del SIAD che comportano un cambio di destinazione d’uso o la realizzazione di nuovi volumi laddove non consentito dal P.R.G. vigente.

Come indicato nelle già citate Direttive Regionali, lo Strumento d’Intervento per l’Apparato Distributivo otterrà il visto di conformità limitatamente ai contenuti e per le sole localizzazioni coerenti con lo strumento urbanistico vigente, ovvero quelle conformi e quelle costituenti “adeguamento”, mentre la parte in variante seguirà il normale iter approvativo previsto per le varianti urbanistiche.

ALLEGATI

- Riepilogo degli esercizi rilevati
- Distribuzione degli esercizi commerciali e dei pubblici esercizi per ambiti territoriali
- Elenco delle attività rilevate
- Elenco Esercizi settore Alimentare e Misto
- Elenco Esercizi settore Non-Alimentare
- Elenco Pubblici Esercizi di somministrazione alimenti e bevande

RIEPILOGO DEGLI ESERCIZI RILEVATI

Esercizi commerciali alimentari	27	di cui :	ESERC. VICINATO	MEDIE STRUTTURE
Esercizi commerciali non-alim.	49	di cui :	26	1
TOTALE	76	di cui :	46	3
Pubblici esercizi	17	di cui :	TOT: 72	TOT: 4
Artigianato e servizi	16			
TOTALE LOCALI RILEVATI	109			

DISTRIBUZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI E DEI PUBBLICI ESERCIZI PER AMBITI TERRITORIALI

