

DISTRIBUZIONE COMMERCIALE

SCHEDA DI VALUTAZIONE SULL'AVANZAMENTO DELLE AZIONI PREVISTE DAL PIANO DI AZIONE REGIONALE

OBIETTIVO

AZIONI REALIZZATE

1. Garantire una rete distributiva articolata e facilmente accessibile.

- 1.1 Il mantenimento delle attività commerciali nelle aree a rischio di desertificazione commerciale a partire dai centri storici ma anche dalle zone meno densamente popolate, ovvero quelle rurali e montane attraverso i Progetti di valorizzazione commerciale (L.R. 41/97 e L.R.14 /99)
- La Regione ha finanziato a partire dal 1999 fino al 2004 (i dati relativi al 2005 non sono ancora stati resi disponibili dalle Province) n. 1200 progetti di valorizzazione commerciale presentati attraverso processi di concertazione pubblico-privati. Dal 2006 lo strumento per perseguire le finalità indicate è divenuto il Programma di intervento locale per la promozione e la qualificazione dei centri commerciali naturali.
 - Al fine di garantire il permanere del servizio di distribuzione di carburanti in zone svantaggiate, con positivi risvolti economici e di sicurezza per gli utenti, i punti 2 e 3 della DCR 355/02 prevedono forme alternative di distribuzione e facilitazioni normative.
- 1.2 Adottare politiche attive per il mantenimento degli esercizi commerciali nelle aree montane e periferiche e la facilità d'accesso anche nei periodi estivi. Vanno sviluppate le iniziative
- La L.R. 14/1999 ha previsto che i Comuni favoriscano l'attivazione di esercizi commerciali polifunzionali nelle zone montane, rurali e nei Comuni, frazioni e aree con meno di 3000 abitanti.

già previste dalla normativa regionale per attivare e sostenere **gli esercizi polifunzionali**, ovvero esercizi nei quali l'attività commerciale può essere abbinata ad altri servizi di interesse collettivo, anche in convenzione con soggetti pubblici o privati (ad esempio servizi postali, servizi di prenotazione sanitaria, ecc.). In particolare, con il bando 2004, un impulso alla realizzazione di esercizi polifunzionali verrà dato attraverso la previsione di contributi erogati ex art. 10 della L.R. 41/97, che prevede come destinatari degli stessi anche gruppi di operatori commerciali e dei servizi.

1.3 Mantenimento dei mercati su aree pubbliche e qualificazione delle stesse aree.

Le iniziative riguardanti le attivazioni di esercizi polifunzionali sono finanziate con i diversi strumenti che la legislazione regionale ha predisposto:

- L.R. 41/1997 - art. 11;
- L.R. 41/1997 - art. 10;
- L.R. 41/1997 - art. 10 bis.

I Comuni hanno la possibilità, ai sensi dell'art. 7 della L.R. 12/99, di istituire nuovi mercati e posteggi isolati. Nel definire le aree per l'insediamento di nuovi mercati, i comuni devono privilegiare le aree che permettono un facile accesso ai consumatori. Possono inoltre disciplinare forme alternative di commercio itinerante al fine di permettere la sosta in zone altrimenti non fornite di idonei servizi ai consumatori, con relativa possibilità di esenzione dal pagamento della tassa di occupazione del suolo pubblico. Al fine di favorire la vendita diretta della produzione agricola, l'art. 2 della L.R. 12/99 prevede la possibilità di rilasciare autorizzazioni temporanee legate alla stagionalità della produzione.

L'art. 7, comma 1, della L.R. 12/99 favorisce, per l'ubicazione

dei mercati su aree pubbliche, fra le altre, le zone turistiche e montane e le frazioni con meno di 3000 abitanti.

1.4 Definizione a livello regionale di obiettivi volti ad assicurare, nell'ambito delle programmazione territoriale dei Comuni e Province, uno sviluppo equilibrato della rete distributiva in termini di offerta tra la piccola e grande distribuzione, valutando attentamente le conseguenze sociali negative di scelte non equilibrate soprattutto sulle fasce di popolazione con ridotta capacità di movimento, al fine di consentire un'offerta diversificata in grado di soddisfare le diverse esigenze dei cittadini-consumatori.

Sotto tale aspetto risulta importante la salvaguardia delle attività commerciali di minori dimensioni in quanto esse svolgono funzioni di coesione sociale oltre che di valorizzazione del territorio urbano. A tali adempimenti si è dato attuazione attraverso il processo di programmazione della rete commerciale definito ai sensi degli indirizzi generali stabiliti dall'art. 2 della L.R. 14/1999 con gli atti:

- Delibera di Consiglio regionale 1253/1999 e s.m.i.;
- Delibera di Consiglio regionale 1410/2000.

1.5 Garantire l'accessibilità a esercizi commerciali di prossimità anche durante il periodo estivo. I Comuni, nell'ambito delle loro potestà, possono svolgere un'importante azione tramite il coordinamento degli orari, a salvaguardia dell'apertura degli esercizi commerciali (soprattutto di generi alimentari) nel periodo estivo, tenendo conto di distanze accessibili.

- L'art. 16 della L.R. 14/99 consente ai comuni di rendere flessibili gli orari e le giornate di apertura degli esercizi commerciali, per renderli il più possibile confacenti alle esigenze dei consumatori. Per le medesime finalità la DGR 1368/99 consente lo svolgimento di mercati e fiere domenicali e prevede per i mercati la possibilità di orari prolungati fino a venti ore al giorno.
- Con la L.R. 14/2003 in materia di pubblici esercizi si è data ai Comuni piena competenza in tema di orari (determinazione del

monte orario minimo giornaliero, fissazione delle eventuali fasce orarie di apertura e chiusura obbligatorie).

2. Accompagnare lo sviluppo del commercio elettronico con politiche attive atte a garantire da un lato la possibilità di utilizzo anche da parte delle fasce di popolazione meno abituate all'uso del computer e dall'altro a ridurre il rischio di abusi.

- 2.1 Sviluppare in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori, campagne informative ed interventi formativi finalizzati:
- alla acquisizione delle conoscenze di base per fruire del commercio elettronico, dei diritti dei consumatori e degli strumenti per tutelarli;
 - alla tutela ed alla prevenzione degli abusi.
- Ai sensi dell'art. 9 della L.R. 45/92 la Regione ha erogato finanziamenti alle associazioni dei consumatori per la realizzazione di progetti per un importo complessivo pari a € 1.100.000,00 negli ultimi quattro anni. Per le finalità di informazione al consumatore la Regione ha inoltre realizzato il sito "consumer" che, oltre a fornire informazioni ai cittadini, ne agevola la presa di contatto con le associazioni di tutela dei consumatori.

3. Assicurare nell'ambito delle attività dell'Osservatorio regionale del commercio un costante monitoraggio dell'evoluzione della domanda, anche in riferimento alle necessità della popolazione anziana.

Questo monitoraggio viene realizzato da un lato con l'analisi della struttura di tutta l'offerta e della sua evoluzione nel tempo e dall'altro con la realizzazione di indagini puntuali finalizzate allo studio di situazioni specifiche che si presentano particolarmente interessanti per valutare un fenomeno che l'analisi statistica generale non consente di cogliere appieno.

1. L'analisi della struttura dell'offerta e della sua evoluzione prende in esame:

- la rete di distribuzione alimentare e non alimentare espressa in metri quadrati di superficie per classe dimensionale degli esercizi;
- la densità e la capillarità per comuni capoluogo e non capoluogo;
- gli effetti di attrazione dei comuni capoluogo rispetto ai comuni della cintura;
- la distribuzione regionale per tipologia di vendita;
- gli ambiti di gravitazione;
- i gruppi strategici per insegna;
- il commercio su aree pubbliche;
- i pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

2. Le indagini puntuali in programma per il 2006 riguardano:

- Gli orari di apertura degli esercizi commerciali;
- Lo stato di attuazione della pianificazione territoriale e programmazione degli interventi per medie e grandi strutture di vendita e loro aggregazioni;
- Lo stato di attuazione della programmazione comunale

relativa al rilascio delle autorizzazioni per i pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande;

- L'evoluzione in termini qualitativi e quantitativi delle attività di vicinato che vengono avviate nelle diverse parti del territorio regionale.

4. Promuovere e valorizzare, nell'ambito dei piani di intervento previsti dalla legislazione regionale, in collaborazione con gli operatori commerciali, attività di servizio agli utenti che garantiscono un importante sostegno sociale della domiciliarità:

- sviluppo di acquisti via telefono e consegne a domicilio;
- sviluppo di collaborazioni anche con associazioni di volontariato per la consegna a domicilio per le persone sole o con ridotta autonomia, diffondendo le positive esperienze già presenti in alcuni comuni;
- produzione a livello locale di strumenti di informazione (brochure, etc.) per conoscere per settore merceologico la disponibilità degli esercizi disponibili alla consegna a domicilio.

La L.R. 41/1997 consente di finanziare interventi di assistenza tecnica per le imprese del commercio e dei servizi al fine di introdurre innovazioni riguardanti servizio a domicilio, azioni di marketing, ecc..

5. Realizzare, nell'ambito delle attività dell'Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe, politiche ed azioni volte a contrastare il rischio di impoverimento cui alcune fasce di popolazione sono esposte, tra cui gli anziani.

L'obiettivo viene perseguito, in particolare, attraverso due iniziative:

1. Promozione della diffusione sul territorio regionale dei “mercati dell'ultimo minuto” (Last Minute Market), avvalendosi dell'esperienza positiva già maturata in tal senso dall'Università di Bologna, Dipartimento di Politica ed Economia Agrarie.

Questa iniziativa consiste nel recupero dei prodotti alimentari ritenuti non più commerciabili solo perché prossimi alla scadenza o perché con piccoli difetti di confezionamento, ma ancora perfettamente salubri, da distribuire ai più bisognosi.

2. Ricognizione degli accordi di autoregolamentazione già avviati a livello locale al fine di promuoverne la diffusione sull'intero territorio regionale.

Si tratta di un'ulteriore attività volta a individuare ed analizzare le diverse iniziative che sono state avviate, sin dal 2003, sul territorio regionale, anche di concerto con i diversi enti locali, in tema di osservazione e contenimento dei prezzi, per valutarne la natura ed i risultati. Lo scopo è quello di individuare le pratiche migliori da cui trarre le linee direttrici per la formazione e la negoziazione di nuovi accordi per il contenimento dei prezzi sul territorio regionale tra le istituzioni locali e le diverse associazioni di categoria e di sviluppare la capacità tecnica e informativa per valutare al meglio quanto si sta offrendo ai consumatori.