

ALLEGATO b)

PIANO COMUNALE DEL COMMERCIO SU AREA PUBBLICA

Comune di SAN GIMIGNANO



Approvato con delibera CC n.45 del 27/09/2017 e successivamente modificato con delibere CC n. 26 del 05/06/2018, n. 40 del 31/07/2018 e n. 6 del 29/03/2024

Sommario

Sezione I – Quadro normativo e contesto territoriale.....	4
1. Quadro normativo di riferimento.....	4
1.1 - La legislazione regionale.....	4
2. Il contesto socio economico del territorio.....	6
2.1 - La struttura demografica.....	6
2.2 - OTD – Osservatorio Turistico di Destinazione del Comune di San Gimignano.....	8
2.3 - La struttura economica e i flussi turistici.....	8
Sezione II – Il commercio su aree pubbliche.....	12
1. Diffusione del commercio su aree pubbliche: i mercati e le fiere.....	12
1.1 - Analisi generale.....	12
1.2 - I mercati regionali.....	16
1.3 - Le fiere regionali.....	17
Sezione III – Il commercio su aree pubbliche - Comune di SAN GIMIGNANO.....	18
1. I mercati, le fiere e gli itineranti – STATO ATTUALE.....	18
1.1 - I Mercati.....	18
1.2 - Le Fiere.....	19
1.3 - Il Mercatale della Valdelsa.....	19
1.4 - Posteggi fuori mercato.....	21
1.5 - Il Commercio itinerante.....	21
2. I mercati, le fiere e gli itineranti – NUOVA PIANIFICAZIONE.....	21
2.1 - Indicazioni generali.....	21
2.2 - Mercati del capoluogo.....	24
2.3 - Fiere annuali.....	27
2.4 - Mercatale della Valdelsa.....	28
2.5 - Mercato di Ugnano.....	28
2.6 - Posteggi fuori mercato.....	29
2.7 - Chioschi.....	30
2.8 - Commercio itinerante.....	31
3. Il mercato del Giovedì e le fiere – NUOVA PIANIFICAZIONE a seguito di variazioni approvate con della Deliberazione di C.C. n. XX del XX/XX/XXXX.....	31
3.1 - Indicazioni generali.....	31

3.2 – Il Mercato del Giovedì.....	31
3.3 – Fiere annuali.....	32

Sezione I – Quadro normativo e contesto territoriale

1. Quadro normativo di riferimento

1.1 - La legislazione regionale

Il commercio su aree pubbliche è regolato in Toscana dalla Legge regionale 7 febbraio 2005 n. 28 e succ. mod. (**Codice del Commercio. Testo Unico in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, somministrazione di alimenti e bevande, vendita di stampa quotidiana e periodica e distribuzione di carburanti**).

La sezione del Codice dedicato al commercio su aree pubbliche (Capo V) definisce anzitutto il settore come tutte[...] *le attività di vendita al dettaglio e di somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o su aree private delle quali il comune abbia la disponibilità*. Il mercato viene definito come un'area, pubblica o privata, della quale il Comune ha la disponibilità e composta da posteggi, attrezzata o meno, destinata all'esercizio dell'attività commerciale, nei giorni stabiliti, per l'offerta di merci al dettaglio e per la somministrazione di alimenti e bevande.

La Legge regionale 5 aprile 2013 n. 13 ha dato seguito, limitatamente al commercio su AAPP, alla ***Intesa della conferenza unificata del 5 luglio 2012. Intesa ai sensi dell'articolo 8, comma 6, della legge 5 giugno 2003, n. 131, sui criteri da applicare nelle procedure di selezione per l'assegnazione di posteggi su aree pubbliche, in attuazione dell'articolo 70, comma 5, del decreto legislativo 26 marzo 2010, n.59, di recepimento della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno***.

La LR 13/2013 applica quindi l'***Intesa*** del 5 luglio 2012, e per la sua uniforme applicazione sul territorio regionale l'11 ottobre 2013 è stato sottoscritto un Protocollo d'intesa tra Regione Toscana, Anci Toscana, Anva Confesercenti e Fiva Confcommercio, con il quale i firmatari si impegnano a porre in essere, nell'ambito delle rispettive competenze, quelle azioni utili all'applicazione uniforme della nuova disciplina del commercio su aree pubbliche, esplicitata dal ***Documento Unitario*** del 24 gennaio 2013 per l'attuazione dell'***Intesa***.

Di seguito le principali novità introdotte nella L.R. 28/2005 a seguito delle modifiche ex LR 13/2013.

- **Art. 32.** l'autorizzazione all'esercizio dell'attività e la concessione di posteggio sono rilasciate contestualmente dal SUAP competente per il territorio in cui ha sede il posteggio (comma 1). La durata della concessione di posteggio è fissata dal comune e non può essere inferiore ai nove anni né superiore ai dodici anni (comma 2). La concessione abilita anche a) all'esercizio, nell'ambito del territorio regionale, dell'attività in forma itinerante e nei posteggi occasionalmente liberi nei mercati e fuori mercato; b) alla partecipazione alle fiere (comma 4).
- **Art. 34, c. 3.** L'autorizzazione e la contestuale concessione nel mercato, nella fiera o fuori mercato, sono rilasciate secondo i seguenti criteri di priorità: a) maggiore professionalità acquisita, anche in modo discontinuo, nell'esercizio del commercio sulle aree pubbliche; la professionalità valutabile è riferita all'anzianità di esercizio dell'impresa, ivi compresa quella acquisita nel posteggio al quale si riferisce la selezione, che in sede di prima applicazione può avere specifica valutazione nel limite del 40 per cento del punteggio complessivo. L'anzianità di impresa è comprovata

dall'iscrizione quale impresa attiva nel registro delle imprese, riferita nel suo complesso al soggetto titolare dell'impresa al momento della partecipazione alla selezione, cumulata con quella del titolare al quale eventualmente è subentrato nella titolarità del posteggio medesimo; b) nel caso di posteggi dislocati nei centri storici o in aree aventi valore storico, archeologico, artistico e ambientale, o presso edifici aventi tale valore, oltre ai criteri di cui alla lettera a), da considerare comunque prioritari, anche l'assunzione dell'impegno, da parte del soggetto candidato a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale, e pertanto, a rispettare le eventuali condizioni particolari, ivi comprese quelle correlate alla tipologia dei prodotti offerti in vendita ed alle caratteristiche della struttura utilizzata, stabilite dall'autorità competente ai fini della salvaguardia delle predette aree.

- **Art.111 bis, c. 3 bis.** Le concessioni di posteggio nei mercati, nelle fiere e fuori mercato, tacitamente rinnovate prima dell'entrata in vigore del d. lgs. 59/2010, mantengono la loro efficacia fino alla naturale scadenza prevista al momento del rinnovo.
- **Art.111 bis, c. 3 ter.** Le concessioni scadute dopo l'entrata in vigore del d. lgs. 59/2010 e già prorogate per effetto dell'art. 70, comma 5, del suddetto d. lgs. Fino alla data di approvazione dell'intesa sancita il 5 luglio in sede di Conferenza unificata, sono ulteriormente prorogate fino al compimento di sette anni decorrenti dalla data di entrata in vigore del d. lgs. 59/2010.

Si richiamano inoltre:

- la Direttiva Ministero Beni Attività Culturali del 10/10/2012 e l'art. 52 del d.lgs. n. 42/2004, in particolare il comma 1-ter primo periodo: *Al fine di assicurare il decoro dei complessi monumentali e degli altri immobili del demanio culturale interessati da flussi turistici particolarmente rilevanti, nonché delle aree a essi contermini, d'intesa con la regione e i Comuni, adottano apposite determinazioni volte a vietare gli usi da ritenere non compatibili con le specifiche esigenze di tutela e di valorizzazione, comprese le forme di uso pubblico non soggette a concessione di uso individuale, quali le attività ambulanti senza posteggio, nonché, ove se ne riscontri la necessità, l'uso individuale delle aree pubbliche di pregio a seguito del rilascio di concessioni di posteggio o di occupazione di suolo pubblico;*
- la Circolare VVF n. 3794 del 12.03.2014;
- l'Ordinanza Min. Salute del 03 aprile 2002 – requisiti Igienico – sanitari per il commercio dei prodotti alimentari sulle aree pubbliche (nella parte compatibile con il Reg. CE n. 852/2004);
- l'Accordo della Conferenza Unifica del 16/07/2015 sui criteri da applicare alle procedure di selezione per l'assegnazione di aree pubbliche ai fini dell'esercizio di attività artigianali, di somministrazione di alimenti e bevande e rivendita di quotidiani;

- i Documenti Unitari delle Regioni e delle Province Autonome concernenti le linee applicative dell'Intesa della Conferenza Unificata del 05/07/2012 e dell'Accordo della Conferenza Unifica del 16/07/2015, in materia di procedure di selezione per l'assegnazione delle concessioni su aree pubbliche, rispettivamente, del 03/08/2016 e del 24/03/2016;
- la deliberazione della GRT n. 856 del 06/09/2016 con la quale si recepisce il documento approvato dalla conferenza delle regioni succitato;
- il decreto-legge n. 244/2017 così come convertito dalla legge la 27 febbraio 2017, n. 19 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 30 dicembre 2016, n. 244, recante proroga e definizione di termini, il quale dispone, all'art. 6: *"Al fine di allineare le scadenze delle concessioni di commercio su aree pubbliche garantendo omogeneità di gestione delle procedure di assegnazione, il termine delle concessioni in essere alla data di entrata in vigore della presente disposizione e con scadenza anteriore al 31 dicembre 2018 è prorogato fino a tale data. Le amministrazioni interessate, che non vi abbiano già provveduto, devono avviare le procedure di selezione pubblica, nel rispetto della vigente normativa dello Stato e delle regioni, al fine del rilascio delle nuove concessioni entro la suddetta data. Nelle more degli adempimenti da parte dei comuni sono comunque salvaguardati i diritti degli operatori uscenti"*.

Vista infine la L. 27 dicembre 2017, n. 205 "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020" che:

- proroga al 31 dicembre 2020 il termine delle concessioni per commercio su aree pubbliche con scadenza anteriore alla predetta data e in essere alla data di entrata in vigore della legge de quo;
- dispone che le PP.AA. interessate prevedano specifiche modalità di assegnazione per coloro che, nel biennio precedente all'entrata in vigore della norma, abbiano direttamente utilizzato le concessioni quale unica o prevalente fonte di reddito per sé e per il proprio nucleo familiare, anche in deroga a quanto previsto dalla disciplina delle autorizzazioni al commercio su aree pubbliche e delle connesse concessioni di posteggio di cui all'articolo 16 del decreto legislativo n. 59 del 2010;
- demanda alla Conferenza Unificata di provvedere all'integrazione dei criteri previsti dall'Intesa di cui all'articolo 70 del decreto legislativo n. 59 del 2010, stabilendo il numero massimo di posteggi complessivamente assegnabili ad un medesimo soggetto, tanto nella medesima area quanto in diverse aree, mercatali e non;

2. Il contesto socio economico del territorio

2.1 - La struttura demografica

San Gimignano è un luogo di antica accoglienza, adagiato a 332 metri sopra il livello del mare, su un colle che domina la Valdelsa.

A livello demografico la popolazione residente al 31 dicembre 2015 ammonta a 7.844 unità, con un aumento costante rispetto ai 6.956 residenti censiti nel 1991 ed ai 7105 residenti censiti nel 2001.

Le famiglie presenti a livello comunale sono 3299 con una media di 2,32 componenti per famiglia, di cui la maggioranza (50,3%) è di genere femminile, per una densità abitativa di 56,52 abitanti per chilometro quadrato.

Tabella 1 – Popolazione residente, dati derivanti dalle indagini effettuate presso gli Uffici di Anagrafe. Residenti e var.%. Anni 2006, 2010, 2016

	2006	2010	2015
San Gimignano	7581	7788	7.844
Provincia di Siena	262.990	272.638	269.388
Toscana	3.638.211	3.749.813	3.744.398

Fonte: elaborazione su dati Istat

Sempre a livello demografico, a San Gimignano il saldo naturale del 2015 è negativo, in quanto differenza tra l'indice di natalità (8,0), comunque al di sopra della media provinciale e regionale, e l'indice di mortalità (10,5), che, tuttavia, è positivamente basso rispetto agli stessi *benchmark* (cfr. tabella 3).

Gli stranieri residenti a San Gimignano al 1° gennaio 2015 sono **732** e rappresentano il 9,3% della popolazione residente. I residenti provenienti dall'estero sono stati 27 nell'anno 2015, con un saldo migratorio comunque negativo

La comunità straniera più numerosa è quella proveniente dalla **Romania** con il 25,5% di tutti gli stranieri presenti sul territorio, seguita dall'**Albania** (23,6%) e dall'**Ucraina** (5,9%).

Tabella 2 – Indici demografici. Valori %. Dati al 31 Dicembre 2015

	Indice di natalità (x 1000 ab.)	Indice di mortalità (x 1000 ab.)	Indice di vecchiaia (%)
San Gimignano	8,0	10,5	192,8
Provincia di Siena	7,6	13,00	201,0
Toscana	7,8	11,1	192,9

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Analizzando la suddivisione per fasce d'età della popolazione totale residente, notiamo come a San Gimignano la popolazione sia maggiormente distribuita tra le fasce comprese tra i 44/49 anni (8,6%) ed i 40/44 anni (8,1). I minori di 15 anni sono il 12,3 % , gli over 65 (19,9%) e gli over 85 (3,7%).

2.2 - OTD – Osservatorio Turistico di Destinazione del Comune di San Gimignano

La Regione Toscana, che da tempo condivide l'obiettivo di avviare e sostenere un'Agenda Europea per un Turismo Sostenibile e Competitivo, ha promosso la creazione di una Rete europea di regioni per coordinare le esperienze e le azioni in questa direzione. Nel Giugno 2009 è stata istituita la Rete Necs Tour e di seguito il progetto Toscana Turistica Sostenibile e Competitiva.

San Gimignano è inserito tra i primi comuni toscani che hanno iniziato la sperimentazione OTD, munendosi di un Osservatorio Turistico di destinazione.

Come richiesto dal progetto, preme evidenziare che le esperienze di partecipazione e di dialogo sociale con gli operatori, si sono realizzate tramite il tavolo del turismo.

Fra gli aspetti più significativi messi in luce dallo studio OTD, ai fini delle connessioni con il commercio su area pubblica, si può citare, da una parte, la consapevolezza del grande patrimonio storico culturale e artistico e, dall'altra, la relativa fragilità di un centro storico poco esteso e assai battuto dai flussi turistici. Ne consegue sia la consapevolezza di un commercio in sede fissa declinato, soprattutto, verso l'utenza turistica, sia la consapevolezza della necessità di mantenere un mercato destinato anche ai residenti che nel contempo abbia una struttura rispettosa della sicurezza e della tutela dei beni culturali e monumentali.

2.3 - La struttura economica e i flussi turistici

ECONOMIA INSEDIATA

Città iscritta nella lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO e quasi completamente intatta nell'aspetto Due-Trecentesco, è uno dei migliori esempi in Europa di organizzazione urbana dell'Età Comunale.

San Gimignano vanta un glorioso passato che risale al Medio Evo, dovuto alla sua eccellente collocazione lungo la Via Francigena: da essa infatti derivò lo sviluppo economico che ci ha regalato il ricco patrimonio artistico che attrae milioni di visitatori ogni anno.

Su questo notevole afflusso turistico si è sviluppata l'economia del territorio, basata soprattutto sulla rete commerciale e turistico-ricettiva. La maggior parte delle attività produttive locali è collegata in modo diretto o indiretto con l'accoglienza ed i servizi al turista. Ciò si riflette nella quantità di addetti del settore ricettivo e della ristorazione che rappresentano il 6,2% del totale degli addetti della Provincia. A dicembre 2015 le attività di somministrazione coprivano il 30% del totale delle attività commerciali, ed il 23% circa delle attività del commercio in sede fissa del centro storico erano del settore alimentare, confermando l'importanza delle produzioni locali nell'economia del territorio. Anche osservando la composizione delle imprese e degli imprenditori l'importanza del settore turistico, anche nella sua eccezione più semplice, occupa un posto rilevante.

La presenza degli stranieri si conferma quindi un elemento fondamentale per il settore turistico di San Gimignano, ma va tenuto conto che i dati a disposizione sottostimano grandemente i flussi dei visitatori poiché non contano gli escursionisti, che rappresentano la stragrande maggioranza dei flussi turistici. Tanto che sono stati stimati in oltre 2.700.000 i visitatori che ogni anno percorrono le vie della Città fruendo di un prodotto turistico definito "arte urbana" o "culturale urbano" che caratterizza la provincia di Siena; Considerando i dati

statistici gennaio – settembre 2015 San Gimignano assorbe oltre il 10% delle presenze turistiche della provincia senese ed oltre il 58% dell'area valdelsana.

Ed il turismo è quindi uno dei comparti più rilevanti dal punto di vista economico e sociale, rivestendo un ruolo strategico per lo sviluppo del territorio e costituendo uno dei settori chiave per l'attuazione di una politica "dello sviluppo sostenibile".

A tale proposito, poiché è una combinazione di beni e servizi a muovere la filiera del turismo, l'obiettivo è stato ed è quello di raggiungere un equilibrio tra attività umana, sviluppo economico e protezione dell'ambiente, fattori strategici per il turismo medesimo.

A questo proposito San Gimignano ha intrapreso già da tempo una strada di dialogo e interazione tra le differenti parti che compongono la città, dagli operatori dei vari settori dell'economia, agli amministratori locali, ai semplici cittadini. Questo percorso si è concretizzato nel "Laboratorio di Eccellenza", che è stato un primo tentativo di approfondimento e riappropriazione dell'identità locale da parte della comunità, ed in seguito nell'OTD, il Progetto Speciale di Interesse Regionale "Toscana Turistica Sostenibile e Competitiva", ed ha avviato la sperimentazione degli Osservatori Turistici di Destinazione, secondo il modello proposto dalla rete delle Regioni Europee per un Turismo Sostenibile e Competitivo (NECSTouR) in attuazione dell'Agenda Europea per un turismo sostenibile e competitivo COM (2007) 621.

Quindi il dialogo è stato scelto come lo strumento più importante per creare e rafforzare le relazioni che connettono i vari tipi di risorse presenti sul territorio, comprese quelle di tipo sociale. E coerentemente, per la programmazione è stato scelto lo strumento della concertazione, considerata presupposto di una politica economica che garantisca sia la partecipazione, sia l'individuazione di scopi comuni alla popolazione ed alle parti sociali.

Tornando ad esaminare la rete dei servizi, le strutture ricettive sono numerose e di buon livello, con una forte presenza dell'extralberghiero. A dicembre 2015 le strutture erano 316, per un totale di 4611 posti letto, di cui solo 21 alberghi (con 1354 posti letto), concentrati soprattutto nella fascia delle tre stelle. Nell'extralberghiero si registrava una prevalenza di affittacamere (n.140) seguita dagli agriturismi (n.103), e dalle camere in appartamento (n.52). Alle strutture suddette devono aggiungersi una foresteria, un'area di sosta ed un campeggio.

Accanto alla società mercantile si è andata comunque sviluppando sul territorio una comunità agricola che ha determinato, nel tempo, l'evoluzione del settore e che ha rappresentato e continua a rappresentare una forza trainante per tutta l'economia della zona costituendone parte integrante della storia, della cultura e dell'arte. L'economia agricola si basa sulla coltura intensiva di prodotti tipici di qualità, in parte valorizzati all'interno della gastronomia nella ristorazione. Si pensi alla Vernaccia, agli ottimi vini rossi, all'olio, al miele, per finire allo zafferano purissimo, la cui coltura è stata felicemente reintrodotta sul territorio.

Dagli ultimi dati disponibili (riferimento 5° Censimento Generale Agricoltura) risultano attive n. 521 aziende agricole, per una superficie agricola di ha 10.587,01, con una superficie agricola utilizzata di ha.5.607,56, ed una media aziendale di ha 20,32. Di queste n.382 sono aziende con vite per una superficie vitata di 1.946,92 ha : di queste, n.228 aziende producono vino DOC e DOCG, e n. 413 aziende con olivo, per una superficie ad olivo di ha 761,00. L'agriturismo svolge un ruolo importantissimo nell'economia agricola. Il pregio dell'agriturismo è quello di valorizzare al meglio la pluralità delle offerte, dal soggiorno alle attività ricreative, alla scoperta della cultura e delle arti minori presenti sul territorio rurale.

In ultimo, per quanto riguarda le imprese, dagli ultimi dati trasmessi dalla CCIAA di Siena, si contavano n.1099 imprese, di cui 306 imprese agricole.

Quanto all'artigianato, questo ha raggiunto buoni livelli, ritagliandosi nicchie di mercato in un apprezzabile intreccio con il sistema economico e produttivo.

Riferendosi specificamente alle attività commerciali è opportuno considerare che le politiche di liberalizzazione, dapprima timidamente proposte, poi sempre più incisivamente perseguite dai Ministeri competenti, poggiano su una nuova filosofia, secondo la quale il libero mercato ha in sé elementi necessari e sufficienti alla propria autoregolamentazione ottimale. A San Gimignano tale assunto è stato mitigato da una politica locale che ha cercato di evitare che l'iniziativa spontanea trasformasse la rete commerciale in funzione del solo fenomeno turistico, con disservizio per la popolazione residente. E si è attivata per ricercare sinergie ed inserirsi più attivamente in una rete di destinazioni di primo livello internazionale che nella Provincia come nella Regione ha punti di eccellenza ed unicità universalmente riconosciuti.

Passando all'analisi del livello di benessere economico locale, lo studio sulla ripartizione del reddito complessivo per fasce Irpef mostra che nel 2014 la maggior parte dei nuclei familiari di San Gimignano ha dichiarato un reddito complessivo tra i 15-26.000 euro, seguita dalle fasce: 0-10.000 euro e 26-50.000 euro.

Analizzando i dati elaborati dal Ministero delle Finanze, relativi alle imposte IRPEF versate dai contribuenti italiani, emerge che nel 2014, in provincia di Siena, sono 202.432 i contribuenti con un reddito imponibile complessivo di 3,9 miliardi di euro ed un reddito pro capite di 19.535 euro, ben al di sopra dei 19.450 euro percepiti dagli altri toscani e dei 19.096 euro percepiti dagli altri italiani. In termini di reddito imponibile, i comuni con maggior peso sono quello del comune di Siena (1.028 milioni di euro) e il comune di Poggibonsi (401 milioni di euro), che incidono il primo per il 26% e il secondo per il 10%. (Fonte: CCIAA Siena Rapporto economico Siena 2016).

Tabella 3 – Ripartizione reddito complessivo dei nuclei familiari per fasce Irpef. Frequenza quota %. Anno 2014

Fasce Irpef		San Gimignano	Toscana
<0 euro	Frequenza	33	14.568
	Quota %		0,5
0-10.000 euro	Frequenza	1505	719.417
	Quota %		26,9
10-15.000 euro	Frequenza	982	392.361
	Quota %		14,7
15-26000 euro	Frequenza	2049	894.922
	Quota %		33,4

26-55.000 euro	Frequenza	1178	541.538
	Quota %		20
55-75.000 euro	Frequenza	117	56.692
	Quota %		2,1
75-120.000 euro	Frequenza	63	39.774
	Quota %		1,5
>120.000 euro	Frequenza	29	16.947
	Quota %		0,6

Elaborazione su dati del Ministero delle Finanze

I FLUSSI TURISTICI IN PROVINCIA DI SIENA STAGIONE 2015

Secondo le statistiche ufficiali sui movimenti turistici registrati nelle strutture ricettive della provincia di Siena, la stagione 2015 ha chiuso con **1,719 milioni di arrivi** e **5,179 milioni di presenze**, con un incremento rispettivamente del **6,3%** e del **4,7%**. In termini assoluti, il saldo positivo rispetto al 2014 è stato di 101 mila arrivi e 234 mila pernottamenti. Il turismo provinciale è cresciuto, dunque, per il secondo anno di fila, toccando livelli record sia per arrivi turistici sia per giornate di presenza sul territorio.

A parte il mese di aprile, caratterizzato da una Pasqua più bassa e da minori opportunità di sfruttare i ponti primaverili per organizzare soggiorni più lunghi (nel 2014 il mercato fu trainato dalla concomitanza delle festività pasquali con i ponti di fine mese), le presenze risultano sempre in crescita. In particolare, i periodi più favorevoli sono stati maggio (+42 mila presenze), il bimestre luglio e agosto (+72 mila presenze) e settembre (+59 mila presenze). Positivi anche i mesi di bassa stagione, coincidenti col primo e ultimo trimestre dell'anno.

La permanenza media è stata di **3,0 notti**, una durata leggermente più bassa di quella registrata nel 2014 (3,1 notti). Dai dati emerge una sostanziale stabilità per i soggiorni trascorsi dalla clientela italiana (2,7 notti), mentre per gli ospiti stranieri si rileva una tendenza a soffermarsi per periodi lievemente più brevi (3,3 notti contro le 3,4 notti del 2014).

La stagione 2015 ha portato una crescita sia del movimento alberghiero sia di quello complementare. I turisti di alberghi e RTA sono stati 1,116 milioni trascorrendovi 2,783 milioni di pernottamenti (53,7% del totale); rispetto allo scorso anno, il comparto è cresciuto rispettivamente del 6,5% e del 5,8% (+153 mila presenze). Le strutture complementari hanno chiuso con 603 mila arrivi e 2,395 presenze (53,7% del totale), con un balzo rispettivamente del 5,8% e del 3,5% (+82 mila presenze).

La spinta alla crescita è arrivata soprattutto dalla domanda internazionale. Nel corso del 2015, i turisti stranieri giunti in provincia di Siena sono stati 929 mila e hanno trascorso 3,079 milioni di pernottamenti (59,5%), con un balzo rispettivamente dell'8,5% e del 7,2% (+206

mila presenze). Positivo anche il mercato interno, con un movimento complessivo di 790 mila arrivi e 2,099 milioni di pernottamenti (40,5%); rispetto all'anno precedente la crescita è stata rispettivamente del 3,8% e dell'1,4% (+28 mila presenze).

Nel 2015 i principali mercati esteri sono stati Germania e Stati Uniti d'America, a seguire Regno Unito, Francia e Paesi bassi: oltre la metà delle presenze straniere hanno origine da questi cinque paesi. Rispetto alla passata stagione sono cresciuti quasi tutti i principali mercati esteri, con performance particolarmente positive per tedeschi, statunitensi, austriaci e spagnoli; leggero calo invece per i turisti olandesi.

Le stime per le diverse aree provinciali indicano una crescita diffusa dei flussi con l'unica eccezione dell'area urbana senese, dove si è registrato un rallentamento dei soli pernottamenti (-77 mila presenze). In termini assoluti, gli incrementi maggiori si sono avuti nella Val di Chiana (+92 mila presenze) e nell'Amiata – Val d'Orcia (+75 mila); rilevanti anche i risultati per i comuni dell'Alta Val d'Elsa, del Chianti (per entrambe le aree +49 mila presenze) e delle Crete senesi (+40 mila presenze), mentre risulta più contenuta la variazione per l'area della Val di Merse (+5 mila presenze).

Nello specifico, San Gimignano ha registrato un + 15,61 di arrivi (in particolare nel mese di ottobre + 38,06) ed un + 16,96% delle presenze (in particolare nel mese di febbraio + 83,26), molto più alto rispetto al dato provinciale, con una permanenza media che si allunga leggermente passando dal 2,35 del 2014 al 2.38 del 2015, più bassa rispetto alla permanenza media provinciale.

(fonte dati: amministrazione provinciale di Siena – ufficio turismo)

Sezione II – Il commercio su aree pubbliche

1. Diffusione del commercio su aree pubbliche: i mercati e le fiere

1.1 - Analisi generale

I mercati e le fiere sono le forme di commercio certamente più antiche tra quelle oggi presenti, tipologie distributive sopravvissute alle innovazioni introdotte nei canali commerciali attraverso, soprattutto, la media e grande distribuzione organizzata (GDO). Ciò che indubbiamente ha contribuito a caratterizzare questa capacità di “resistenza” da parte delle forme di commercio su aree pubbliche è stata la spiccata propensione al rinnovamento, per un settore che è molto legato alla tradizione e alle tipicità dei territori (dimensione locale) che al contempo è riuscito ad intercettare una domanda sempre più variegata ed attenta all'offerta globale. Allo stesso tempo però le diverse forme di commercio su aree pubbliche hanno mantenuto le proprie caratteristiche distintive di commercio di prossimità: i mercati su aree pubbliche hanno come scopo principale quello di portare il servizio nei luoghi dove manca (si pensi soprattutto alle aree montane). Un mercato – per usare categorie più “moderne” – viene progettato in modo tale da diventare quasi un centro commerciale all'aperto, prevedendo un'articolazione settoriale più ampia e completa possibile: alimentare, abbigliamento, articoli vari, ecc.

In una fase congiunturale tuttora difficile, contrassegnata da una crisi dei consumi delle famiglie e, conseguentemente, dalla crisi del commercio tradizionale, i dati del Ministero dello Sviluppo Economico mostrano invece un andamento anti ciclico tenuto dagli operatori

del commercio su aree pubbliche che, nel 2015, hanno visto aumentare il numero di sedi di esercizi di oltre 5 mila unità rispetto all'anno precedente, il quale, a sua volta, aveva avuto un saldo positivo. È evidente come l'attuale ciclo economico stia orientando maggiormente i consumi delle famiglie verso gli operatori su aree pubbliche, i cui minori costi di esercizio consentono loro di applicare politiche di prezzo maggiormente concorrenziali. L'aumento del numero di operatori si inserisce inoltre all'interno di un'onda lunga iniziata dall'anno 2000, a partire dal quale le consistenze del settore hanno conosciuto ritmi di crescita media annui di circa il 3% (dati Fiva Confcommercio).

Le performance in ulteriore miglioramento del 2016 (al 30 Giugno, cfr. tabella 10) confermano che in Italia sono soprattutto le regioni meridionali (esclusa la Basilicata) a detenere la quota maggiore – rispetto alla popolazione residente – di operatori di commercio su aree pubbliche, rispondendo presumibilmente ad una rete commerciale di vicinato meno sviluppata e grazie ai minori costi di esercizio presenti per tale tipologia di attività le quali, in particolare nella fase di start up, abbisognano di minori investimenti materiali. Tuttavia, troviamo consistenze ampiamente superiori alla media nazionale (32,2 sedi ogni 10.000 abitanti) anche in alcune regioni del Nord e del Centro come: Trentino (48,1), Liguria (69,5) e Toscana (37,8).

Tabella 4 – Consistenze commercio ambulante. Sedi (su posteggi e in forma itinerante) più unità locali. Anno 2016 (al 30 Giugno)

	N. sedi + U/L	Sedi + U/L ogni 10.000 abitanti
Piemonte	12.269	27,9
Valle d'Aosta	143	11,2
Lombardia	23.179	23,2
Trentino Alto Adige	5.093	48,1
Veneto	1.259	2,6
Friuli-Venezia Giulia	1.670	13,7
Liguria	10.913	69,5
Emilia-Romagna	9.558	21,5
Toscana	14.152	37,8
Umbria	2.370	26,6
Marche	4.858	31,5
Lazio	17.053	29
Abruzzo	4.686	35,3
Molise	787	25,2
Campania	29.730	50,8
Puglia	16.430	40,3
Basilicata	1.130	19,7
Calabria	10.760	54,6
Sicilia	21.780	42,9
Sardegna	7.407	44,7

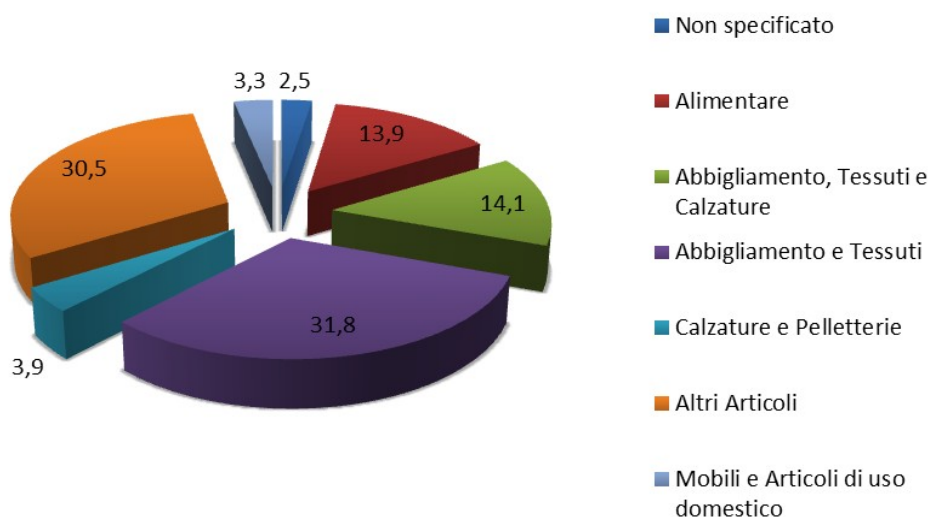
ITALIA	195.227	32,2
--------	---------	------

Fonte: Elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico

In Toscana le consistenze medie del commercio su aree pubbliche sono, come visto, più elevate rispetto al dato nazionale e, scomponendo il dato toscano a livello provinciale, si osserva una maggiore densità nelle province della costa. Massa Carrara, prima in Toscana per questo dato, ha circa 68 esercizi (sedi più unità locali) ogni 10.000 abitanti. La seguono a ruota Livorno (57,9) e Pisa (54,4). Un dato superiore alla media regionale si riscontra altresì nella provincia di Pistoia (39,4), mentre Lucca (34,2), Prato (33,3), Firenze (32,5) e Grosseto (31,1) si trovano immediatamente sotto il benchmark regionale (37,8). Arezzo (con 24,3 esercizi ogni 10 mila abitanti) e – soprattutto – Siena (14,1) sono invece i casi più disallineati rispetto alla tendenza positiva degli altri territori della regione.

Guardando più nello specifico della composizione settoriale che caratterizza il commercio su aree pubbliche della Toscana per l'anno 2016 (cfr. Grafico 3), il principale comparto è quello dell'Abbigliamento e Tessuti, che rappresenta il 31,8% degli esercizi presenti a livello regionale, cui si aggiunge un ulteriore 14,1% di Tessuti e Calzature, e il 3,9% della Pelletteria. Dopo l'Abbigliamento (che in totale detiene circa il 50% delle specializzazioni merceologiche), l'altro settore importante (quota del 30,5%) è quello denominato "Altri articoli" (il quale raggruppa una varietà di attività economiche che va dagli articoli da giardinaggio ai cosmetici e oreficeria). Segue l'Alimentare con il 13,9% del commercio ambulante e, infine, la vendita di mobili a articoli di uso domestico, la quale costituisce il 3,3% del totale.

Grafico 1 – Ripartizione % dei settori merceologici commercio su AA.PP. in Toscana. Anno 2016 (al 30 Giugno)



Fonte: Elaborazione su dati Ministero dello Sviluppo Economico

A livello provinciale esistono specifiche differenziazioni rispetto alle diverse composizioni settoriali del commercio su aree pubbliche, riconducibili essenzialmente anche a quelle che sono le diverse vocazioni produttive dei territori. Nella maggior parte delle province,

tuttavia, il primo settore merceologico resta quello legato all'Abbigliamento. Per quanto riguarda l'Alimentare, città come Siena, Arezzo e Grosseto si segnalano per avere valori percentuali più alti della media toscana. In provincia di Siena (cfr. tabella 11) il principale settore merceologico è comunque quello dell'Abbigliamento. Tuttavia, le 150 unità presenti al 30 Giugno 2016 rappresentano il 39,5% del totale delle specializzazioni commerciali, un dato che è inferiore alla media toscana (49,8%). La stessa considerazione è destinata al settore degli altri articoli (24,2%). Al contrario spicca la quota attribuita all'Alimentare (27,4%, contro il 13,9% osservabile in Toscana), che sembra dunque essere la più caratteristica specializzazione del commercio ambulante di Siena. Superiore al benchmark – in questo caso solo lievemente – anche il settore mobili e articoli di uso domestico (3,7%).

*Tabella 5 – Consistenze del commercio ambulante per settore e Provincia.
Dati al 30/06/2016*

Specializzazione comm.le	AR	FI	GR	LI	LU	MS	PI	PO	PT	SI	Toscana
Non specificato	29	88	12	22	43	26	58	17	43	20	358
Alimentare	157	508	127	206	193	123	206	91	250	104	1965
Abbigliamento, Tessuti e Calzature	63	219	132	300	312	266	430	123	110	39	1994
Abbigliamento e Tessuti	283	1092	212	603	369	541	623	329	351	93	4496
Calzature e Pelletterie	25	273	15	50	61	19	43	10	43	18	557
Altri Articoli	262	1035	176	648	319	365	845	258	322	92	4322
Mobili e Articoli di uso domestico	21	83	21	128	42	20	84	16	31	14	460
Totale	840	3298	695	1957	1339	1360	2289	844	1150	380	14152

Specializzazione comm.le (%)	AR	FI	GR	LI	LU	MS	PI	PO	PT	SI	Toscana
Non specificato	3,5	2,7	1,7	1,1	3,2	1,9	2,5	2	3,7	5,3	2,5
Alimentare	18,7	15,4	18,3	10,5	14,4	9	9	10,8	21,7	27,4	13,9
Abbigliamento, Tessuti e Calzature	7,5	6,6	19	15,3	23,3	19,6	18,8	14,6	9,6	10,3	14,1
Abbigliamento e Tessuti	33,7	33,1	30,5	30,8	27,6	39,8	27,2	39	30,5	24,5	31,8
Calzature e Pelletterie	3	8,3	2,2	2,6	4,6	1,4	1,9	1,2	3,7	4,7	3,9
Altri Articoli	31,2	31,4	25,3	33,1	23,8	26,8	36,9	30,6	28	24,2	30,5
Mobili e Articoli di	2,5	2,5	3	6,5	3,1	1,5	3,7	1,9	2,7	3,7	3,3

uso domestico											
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico

1.2 - I mercati regionali

Per mercato si intende l'esercizio periodico dell'attività commerciale su un'area pubblica, composta da più posteggi. I mercati, a seconda della cadenza di svolgimento, si suddividono in:

- giornalieri o simili, ovvero che si tengono quotidianamente o almeno tre giorni alla settimana;
- settimanali o simili, ovvero quelli che si tengono una o due volte alla settimana, e quelli che si tengono ogni due settimane;
- i mercati mensili o simili, che si tengono una volta al mese, anche se stagionalmente.

Quella settimanale resta la forma di mercato più diffusa: in Toscana si svolgono 699 mercati, di questi 537, pari al 76,8%, sono settimanali¹. Tale prevalenza si riflette anche nel numero di posteggi, 19.347, pari al 78,6% del totale posteggi dei mercati. I mercati mensili – pari al 13,9% con 3.410 posteggi – con quasi 47 posteggi a mercato si caratterizzano per essere le forme mercatali mediamente più ampie. Minore invece il peso dei mercati giornalieri, di dimensioni mediamente più piccole, che dispongono di 1.859 posteggi, pari al 7,6% del totale.

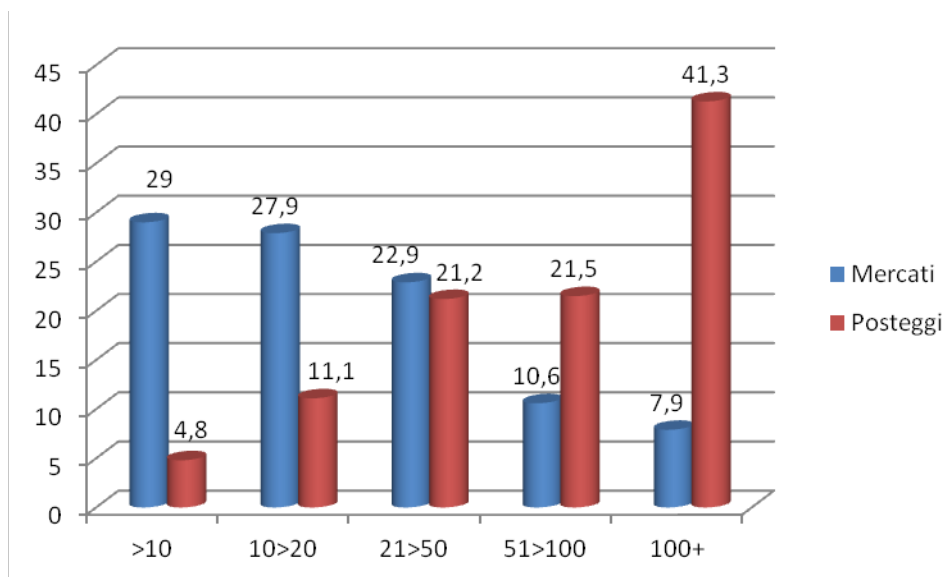
Sono soltanto 36 su 287 (12,5%) i comuni privi di mercati, di cui la maggior parte è costituita da piccoli comuni con meno di 3.000 abitanti; solo 7 (il 6,5%) sono comuni medio piccoli (tra i 3.000 e i 10.000 abitanti). La tipologia del mercato settimanale è la più numerosa ed è diffusa in tutte le classi dimensionali dei comuni, così come i mercati mensili, che però hanno solitamente natura diversa – per caratteristiche e merceologie – a seconda della classe dimensionale del comune: nei piccoli comuni sono mercati che ricalcano quelli settimanali, ma con cadenza più rara; nei comuni grandi e medi sono in genere mercati antiquari con funzione turistica.

I mercati giornalieri e quelli che si svolgono più giorni alla settimana si concentrano nei comuni più grandi e nelle località turistiche, soprattutto di mare (quelli stagionali); i mercati quindicinali sono presenti soprattutto nei comuni medio-piccoli e piccoli, in particolare delle zone montane e collinari interne.

Grafico 2 - Distribuzione dei mercati e dei posteggi per fascia di grandezza dei mercati

¹

² I dati regionali su mercati e fiere sono ripresi da Regione Toscana Giunta Regionale (a cura di), *Mercati e fiere in Toscana. Ieri, oggi e domani*, Firenze, 2006



Fonte: Elaborazioni su dati Regione Toscana

Con riferimento alla classe dimensionale dei mercati, da un punto di vista quantitativo prevalgono i piccolissimi mercati, con meno di 10 banchi (29% del totale). Tale tipologia ricomprende sia i mercati di quartiere nelle città che i mercati di piccoli comuni. Vi sono poi i mercati piccoli (da 10 a 20 posteggi), che sono 195, pari al 27,9%: si tratta sia di mercati di quartiere (anche giornalieri), che mercati di piccoli e medio-piccoli comuni. Anche la dimensione tra 21 e 50 posteggi è molto diffusa (il 22,9%): sono per lo più mercati settimanali, anche se vi sono alcuni mercati giornalieri di grandi città e qualche piccolo mercato mensile. Nella dimensione tra 51 e 100 posteggi i mercati sono 74 (il 10,6%), soprattutto settimanali e pochi mensili. Nella classe dimensionale superiore (maggiore di 100 banchi) vi sono 55 mercati (il 7,9%) la maggioranza settimanali, alcuni mensili, pochissimi giornalieri.

Il rapporto numerico diventa inverso se si considera invece il numero di posteggi, grazie al quale i mercati più grandi (sopra i 50 banchi) costituiscono ben il 62,8% del totale dei posteggi; la quota di posteggi detenuta dalla classe dimensionale media (21>50 banchi) si presenta sostanzialmente simile a quella rilevata rispetto al numero di mercati, mentre i piccoli mercati (<20 banchi) rappresentano appena il 15% del totale dei posteggi presenti a livello regionale.

1.3 - Le fiere regionali

In Toscana si tengono ogni anno circa 1.050 fiere, nelle quali sono ricomprese manifestazioni con carattere, dimensione e durata molto diverse. Circa 1/4 di tali eventi si caratterizza per essere di durata limitata e senza un preciso dimensionamento: eventi collegati a sagre e feste. Le fiere di dimensione ridotta, con meno di 10 posteggi e con meno di 5 banchi (20% del totale), sono eventi di scarsa valenza economica, mentre sotto l'aspetto sociale possono avere un ruolo significativo essendo a volte legate a feste e manifestazioni religiose o comunque di tradizione.

Sono 798 le fiere e manifestazioni simili con una struttura formalizzata ripartite nelle seguenti tipologie:

- tradizionali fiere annuali, sono quasi 300 e hanno un peso molto significativo in termini di posteggi pari al 65,8%;
- sagre e manifestazioni estive;
- fiere promozionali e turistiche sono manifestazioni recenti, legate a produzioni locali (vino, olio, produzioni agricole e artigianali) o ad iniziative turistiche o ricreative, che hanno una prevalente funzione di attrazione turistica;
- feste patronali e religiose sono eventi quasi sempre accompagnati da manifestazioni commerciali, che spesso coincidono con le fiere annuali tradizionali e allora hanno dimensioni consistenti, ma a volte sono ridotte a pochi banchi, in genere alimentari, collegati a iniziative religiose o ricreative.

Tabella 6 – Fiere per Provincia

	Numero fiere	% su Regione	Numero posteggi	% su Regione	Media posteggi
Arezzo	130	12,3	3.981	12	31
Firenze	196	18,5	6.125	18,4	31
Grosseto	76	7,2	1.436	4,3	19
Livorno	36	3,4	1.026	3,1	29
Lucca	117	11,1	5.017	15,1	43
Massa Carrara	91	8,6	4.767	14,4	52
Pisa	170	16,1	4.266	12,8	25
Pistoia	88	8,3	1.323	4	15
Prato	19	1,8	216	0,7	11
Siena	134	12,7	5.054	15,2	38
Toscana	1.057	100	33.211	100	31

Fonte: Elaborazioni su dati Regione Toscana

La provincia di Siena, con 134 fiere, detiene una quota pari al 12,7% delle fiere toscane e i relativi 5.054 posteggi costituiscono il 15,2% del totale regionale. In quanto a presenze fieristiche Siena è seconda in Toscana solo a Firenze e Pisa (cfr. tabella 12), mentre i 38 posteggi per fiera rappresentano un dato superiore alla media regionale (31).

Sezione III – Il commercio su aree pubbliche - Comune di SAN GIMIGNANO

1. I mercati, le fiere e gli itineranti – STATO ATTUALE

1.1 - I Mercati

Nel Comune di San Gimignano si svolgono attualmente due mercati settimanali: il mercato del giovedì in Piazza Duomo, Piazza della Cisterna e Piazza delle Erbe ed il mercato alimentare del sabato, in Piazza delle Erbe. Altri due di modeste dimensioni si tengono nelle

frazioni di Castel San Gimignano e Ugnano. Tutti e quattro i mercati assegnano comunque almeno un posto ai portatori di handicap.

Tabella 7 – Quadro sintetico dei mercati del Comune di San Gimignano

Mercato	Posteggi				
	Alimentare	Non Alimentare	Imprenditori Agricoli	Portatori di handicap	Totale
Capoluogo giovedì	11	38	2	1 Non Ali	52
Capoluogo sabato	3	-	1	1 Ali	5
Ugnano	2	4	-	1 Non Ali	7
Castel S.Gimignano	2	4	-	1 Non Ali	7
Totale	18	46	3	4	71

1.2 - Le Fiere

Per quanto riguarda le fiere, nel Comune di San Gimignano ne vengono organizzate 4: la fiera di San Gimignano il 31 gennaio, la Fiera di Santa Fina il 12 marzo, la fiera di Santa Fina il lunedì dopo la prima domenica di agosto e la fiera di Sant'Agostino, il 29 agosto. Tutte nelle piazze centrali del centro Storico (Piazza Duomo, Piazza della Cisterna, Piazza delle Erbe). Due posteggi per articoli da fiera sono ubicati in Via San Matteo e P.ta Don Grassini.

Tabella 8– Quadro sintetico delle fiere del Comune di San Gimignano

Fiere	Posteggi				
	Alimentare	Non Alimentare	Imprenditori Agricoli	Portatori di handicap	Totale
	9	39	2	1	51
	9	39	2	1	51
	9	39	2	1	51
	9	39	2	1	51
Totale	36	156	8	4	204

1.3 - Il Mercatale della Valdelsa

Progetto d'area approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 15 del 17/03/2010 alla quale erano allegati il testo della Carta, del Progetto e del Disciplinare de "Il Mercatale della Valdelsa" – "Regolamento comunale per la disciplina delle manifestazioni di filiera corta e del mercato dei produttori agricoli".

Nella suddetta deliberazione il Consiglio Comunale demandava alla Giunta Comunale la localizzazione, la calendarizzazione e la determinazione degli spazi in ogni singolo comune aderente, previa approvazione di una "Scheda del mercatale" a valenza comunale.

Il Mercatale della Valdelsa, progetto condiviso a livello di area con i Comuni di Colle di Val d'Elsa, Poggibonsi, Casole D'Elsa, Radicondoli e Monteriggioni, ha come scopi prioritari i seguenti:

- favorire la conoscenza e il mantenimento delle produzioni locali di qualità;
- creare opportunità per le piccole produzioni e per i piccoli produttori in sinergia e non in contrapposizione con il commercio di vicinato;
- contribuire allo sviluppo della filiera corta nella Val d'Elsa (produttori-ristoratori-trasformatori-piccoli commercianti – consumatori);
- promuovere forme collaborazione con gli operatori del commercio in sede fissa utilizzando i centri commerciali naturali come strumenti (vedi la rete dei centri commerciali della Valdelsa già instaurata) per veicolare sul mercato locale e anche nei piccoli centri abitati il prodotto del territorio;
- aumentare il flusso di turismo "alimentare" verso le zone rurali e i loro mercati e punti vendita incentivando indirettamente tutte le attività degli altri settori produttivi presenti;
- promuovere l'incontro tra il mondo della produzione e il mondo del consumo;
- favorire il consumo in zona delle produzioni locali, anche con lo scopo di ridurre l'impatto ambientale dei trasporti e migliorare il consumo stagionale dei prodotti;
- promuovere coinvolgimento e partenariato tra l'Ente pubblico e gli operatori privati singoli e associati;
- sperimentare forme innovative di gestione del progetto, attraverso la condivisione e l'autorganizzazione da parte degli "espositori";
- promuovere la conoscenza dei prodotti equi e solidali e forme alternative di produzione;
- promuovere la socialità, l'animazione e la rigenerazione del territorio comunale)

Si svolge la seconda domenica del mese ed è organizzato in base ad una scheda approvata dalle singole Amministrazioni, sulla base delle specifiche esigenze.

Attualmente è organizzato su n. 12 posteggi assegnati con appositi bandi e ripartiti tra imprenditori agricoli locali sulla base di categorie prestabilite, in modo da garantire un paniere di prodotti differenziati

Ulteriori 5 posteggi, così ripartiti:

- n. 2 posteggi destinati agli artigiani panificatori, per pane e prodotti da forno, e/o dolci ai fini di completare il paniere con prodotti primari per l'alimentazione;
- n. 3 posteggio destinati:
 - a) ad imprenditori agricoli ospiti, oppure destinati ad operatori locali della trasformazione, del commercio, della ristorazione, del turismo, ad associazioni di promozione del territorio, alle ONLUS, ai GAS e agli Enti Pubblici, purché per prodotti ed attività riconducibili al territorio su cui agisce il Mercatale;
 - b) a piccoli artigiani locali, che operano nel rispetto dell'ambiente e utilizzano materiali naturali.

La dimensione di ogni posteggio è di 2,50 x 2,50 mt., fatte salve esigenze legate ad iniziative specifiche, finalizzate alla promozione del territorio o ad altre esigenze determinate dall'organizzazione

1.4 - Posteggi fuori mercato

All'interno del territorio comunale sono individuati i sottoelencati posteggi fuori mercato così individuati:

- 2 posteggi per generi alimentari presso Pista Margherita, utilizzabili nei giorni di venerdì sabato e domenica e, nei soli mesi di aprile, maggio e giugno, per tutto l'arco della settimana;
- 2 posteggi per generi alimentari presso Porta San Matteo, utilizzabili nelle domeniche di carnevale;
- un posteggio alimentare utilizzabile il mercoledì in località Ulgiano per la vendita di prodotti alimentari;
- un posteggio alimentare in Piazza della Cisterna ed uno in Piazzetta Don Grassini, utilizzabili il primo con orario 8.00-10.30 ed il secondo con orario 10.30-13.00 il giorno di martedì per la vendita di prodotti ittici. I due posteggi sono assegnati ad un unico operatore;
- è individuato, infine, un chiosco per la vendita di soli fiori, ceri, lumini ed altri piccoli arredi funebri, presso il cimitero della Misericordia, utilizzabile nel solo orario di apertura del cimitero.

1.5 - Il Commercio itinerante

E' fatto divieto di esercitare il commercio itinerante per motivi di viabilità e traffico nonché igienico – sanitari e di salvaguardia dei valori storico ambientali, in tutto il centro storico di San Gimignano, inteso come l'area interna alle mura e zone contermini.

2. I mercati, le fiere e gli itineranti – NUOVA PIANIFICAZIONE

2.1 - Indicazioni generali

Nel comune di San Gimignano il settore dei mercati necessita di un importante riassetto, soprattutto in riferimento al mercato del giovedì (nel capoluogo), al fine di contemperare le esigenze commerciali, già molto sviluppate in sede fissa, con il notevole flusso di visitatori del centro storico, nonché con le esigenze di tutela monumentale e paesaggistica e, non in ultimo, con le esigenze di sicurezza sia per gli operatori sia per l'utenza.

Tale riassetto potrà subire ulteriori modifiche nel caso si verifichino importanti variazioni alla viabilità cittadina rendendo disponibili altre aree per il commercio su aree pubbliche, come, ad esempio, il completamento della circonvallazione attualmente in costruzione.

La dislocazione allegata al presente Piano, di cui alle planimetrie approvate dalla Soprintendenza, è il frutto della sperimentazione attuata, nonché del continuo confronto con gli operatori del settore e le associazioni di categoria, volte ad individuare le possibili migliorie da apportare all'assetto del mercato. Pertanto eventuali migliorie non comportano una nuova approvazione tramite Consiglio Comunale ma tramite deliberazione della Giunta Comunale

L'Amministrazione comunale si riserva, in caso di cessazione attività da parte di un operatore, di non rimettere a bando il posteggio resosi vacante qualora risulti funzionale al miglioramento dell'assetto e alla sicurezza del mercato fatti salvi gli eventuali spostamenti dei concessionari per miglìoria

- a) Il Mercato del Giovedì viene riorganizzato per motivi legati alla sicurezza delle persone ed alla tutela del patrimonio storico, culturale ed artistico, patrimonio particolarmente concentrato nelle piazze centrali. L'attuale assetto intralcia la viabilità nelle piazze (da e verso l'Ufficio Postale e la Rocca di Montestaffoli), impedisce un facile accesso alla Collegiata, ai Musei ed agli uffici pubblici e non agevola l'accesso ai mezzi di soccorso, rendendo più complessa la gestione di eventuali situazioni di emergenza. La nuova organizzazione contempla l'uniformazione della dimensione dei banchi (salvo alcune eccezioni indispensabili per contemperare le esigenze di sicurezza) mantenendo la loro redistribuzione nelle tre piazze centrali e concedendo i posteggi di P.za di S. Agostino a discrezione della Amministrazione Comunale per casi di necessità o eventuali manifestazioni straordinarie. A tale scopo nella piazza San Agostino si prevedono n. 11 posteggi indifferenziati da destinarsi secondo obiettive esigenze contingenti e temporanee. Tale assetto è il frutto della sperimentazione e del confronto intercorso con la piena collaborazione degli operatori e delle associazioni di categoria, ai quali deve riconoscersi la disponibilità e lo sforzo collaborativo. L'operazione è finalizzata:
- al miglioramento del livello di sicurezza degli operatori del mercato, dei frequentatori e delle migliaia di turisti che affollano giornalmente le piazze interessate. Sul punto si veda la relazione tecnica del 16/01/2017 a firma del tecnico incaricato – agli atti comunali;
 - alla tutela di un centro storico dichiarato Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO.

La recuperata disponibilità di P.za S. Agostino consente di limitare l'impatto del mercato settimanale sul centro storico, recuperando la piazza suddetta alla fruizione della collettività, garantendo nel contempo i concessionari del mercato settimanale.

Frutto della sperimentazione è il nuovo assetto del mercato che, al fine di garantirne una buona articolazione e la massima fruibilità per gli avventori equilibrando al meglio le esigenze della domanda e dell'offerta negli spazi disponibili delle piazze centrali raggruppa, secondo le specifiche disposizioni del Regolamento comunale, le concessioni appartenenti al settore alimentare nella piazza delle Erbe. Nella medesima Piazza si individuano le concessioni per l'imprenditore agricolo ed il diversamente abile, oltre ad alcuni posteggi per non alimentaristi; si redistribuiscono le restanti concessioni nella p.za del Duomo, e nella p.za della Cisterna.

La modalità di assegnazione dei posteggi è demandata al Regolamento del commercio su area pubblica approvato contestualmente al presente Piano.

La scelta di mantenere il settore alimentare in p.za delle Erbe è connessa con le seguenti considerazioni:

- adeguata qualità della pavimentazione dell'area (plateatico con fondo uniforme di recente ristrutturazione) in funzione di una migliore azione di pulizia/disinfezione e

mantenimento, quindi di una migliore garanzia di igienicità connessa con gli alimenti durante le vendite e con il successivo uso pubblico al termine del mercato;

- diponibilità di una fonte pubblica di acqua potabile, di libera fruizione sia da parte degli avventori che da parte dei commercianti;

- disponibilità di punti di accesso alla rete elettrica a disposizione degli operatori che necessitano di energia per la conservazione di alimenti deperibili anche al fine di disincentivare l'utilizzo di gruppi elettrogeni fonte di inquinamento acustico e ambientale.

b) Il mercato del sabato, limitato al settore alimentare e finalizzato ad una clientela prevalentemente di residenti, mantiene l'attuale assetto, articolato su 5 posteggi complessivi che vengono posizionati in piazza delle Erbe;

c) Vengono confermate le fiere di San Gimignano (31 gennaio) e la Fiera di Santa Fina (12 marzo) con una riorganizzazione generale testata nel periodo di sperimentazione e riportata nella planimetria allegata. Tale riassetto contempera le esigenze di sicurezza sia con i diritti dei concessionari sia con il diritto alla fruibilità degli spazi da parte della collettività

d) Vengono soppresse le fiere di Santa Fina dei primi di agosto e la Fiera di Sant'Agostino del 29 agosto per le seguenti motivazioni:

nel corso degli anni ed in seguito al forte sviluppo turistico, nelle aree centrali e soprattutto nelle piazze, si è concentrata una forte spinta che ne ha ridotto la fruibilità, anche in presenza di un indubbio apporto di ricchezza legato allo sviluppo delle attività orientate ai servizi turistici.

Questa situazione può considerarsi ormai giunta ai limiti di sostenibilità sotto il profilo della vivibilità, dell'adeguatezza infrastrutturale e della capacità di sostenere un flusso così intenso di persone, con problemi anche sul fronte della mobilità. Tra l'altro la stessa visibilità dei palazzi storici, che hanno contribuito alla dichiarazione di patrimonio dell'umanità di San Gimignano, risulta limitata dai fattori negativi evidenziati e, in ogni caso, la trasformazione di queste piazze in luoghi di predominante rilievo commerciale urta con la sobrietà di linee architettoniche ed una certa composta austerità che il comune intende mantenere.

Da queste considerazioni è nato un programma dell'Amministrazione Comunale volto a decongestionare le piazze, e la prima scelta è stata adottata in materia di somministrazione. Tale scelta, adottata per i motivi imperativi di interesse generale della tutela del consumatore e del diritto del cittadino alla vivibilità del territorio ed alla sua normale e piena fruizione, legati alla sostenibilità infrastrutturale, così come previsto dalla Direttiva Servizi e dal relativo d.lgs. 59/2010, è consistita nella tutela delle piazze principali, costituite da Piazza della Cisterna, Piazza Duomo, Piazza delle Erbe e Piazza Pecori, attraverso la limitazione di ulteriori attività di somministrazione che, indubbiamente, avrebbero accentuato i problemi sopra evidenziati, specie con ulteriore occupazione di suolo pubblico.

Nel mese di agosto l'affluenza turistica raggiunge l'apice e i problemi si acuiscono; tra l'altro sono pervenute anche molte rimozioni dai turisti che non possono godere appieno della città in occasione delle varie manifestazioni commerciali.

Al fine di contemperare quanto appena riportato con le esigenze legate al legittimo affidamento degli operatori già concessionari che partecipano alle fiere, viene previsto:

- per le due fiere di agosto è prevista una razionalizzazione degli spazi mantenendo le concessioni in essere ed eliminando i posteggi vacanti senza procedere alla spunta;
- per le fiere di gennaio e di marzo si procederà all'assegnazione dei posteggi secondo il nuovo assetto come da relative planimetrie concernenti lo stato modificato, approvate con il Piano;
- di eliminare definitivamente le fiere di agosto (Fiera di Santa Fina e Fiera di S. Agostino) a partire dalle edizioni successive ai termini delle concessioni ex lege non rimettendo a bando le concessioni scadute ai sensi della legge n. 205/2017, art. 1, comma 1180.

Nel Regolamento approvato contestualmente al presente Piano è disciplinato il regime transitorio attuativo del nuovo assetto così come appena descritto.

Inoltre:

il Mercato di Ulgiano viene confermato aggiungendo il posteggio per l'imprenditore agricolo. Vengono confermati i posteggi nelle frazioni aggiungendo alcuni posteggi nel quartiere di Belvedere al fine di soddisfare le richieste pervenute dagli abitanti della zona e più volte reiterate, che hanno manifestato in più occasioni, l'esigenza specifica in riferimento al pesce fresco, alla gastronomia e all'ortofrutta. Tali posteggi, legati ad una specifica specializzazione merceologica, saranno assegnati con le modalità espressamente previste dal regolamento e secondo le tempistiche adottate dalla Giunta comunale alla quale è demandata l'approvazione delle procedure di bando;

- il Mercatello della Valdelsa, proseguendo il progetto d'area che, dopo un periodo di difficoltà e relativa disaffezione, è stato rilanciato dalle Amministrazioni ed ha trovato un rinnovato entusiasmo tra gli operatori ed i consumatori;

- il Mercato di Castel San Gimignano non viene confermato come mercato in senso stretto. Al posto del mercato sono istituiti 4 posteggi fuori mercato.

- i Posteggi fuori mercato vengono sostanzialmente confermati fatte salve le precisazioni disposte nel relativo paragrafo;

Infine, per quanto riguarda il commercio in forma itinerante, per motivi di viabilità e traffico nonché igienico – sanitari e di salvaguardia dei valori storico ambientali, viene confermato il divieto di esercizio in tutto il centro storico di San Gimignano, inteso come l'area interna alle mura e zone contermini (la strada provinciale n. 1 nel tratto del centro abitato, la zona di Baccanella, Via Roma e P.le Martiri di Montemaggio, Via di Bagnaia), inoltre viene istituito un termine massimo di sosta nelle rimanenti aree e l'obbligo di spostarsi di un numero minimo di metri dall'area precedente, al fine di evitare la creazione di improprie aree mercatali. Si veda planimetria in allegato.

2.2 - Mercati del capoluogo

Il mercato del giovedì

Il mercato del giovedì viene ridisegnato su 40 posteggi, di cui 08 riservati al settore alimentare, 1 posteggio riservato agli imprenditori agricoli e 1 ai soggetti portatori di handicap.

L'orario di vendita è fissato **dalle ore 08,00 alle ore 13,00**. L'accesso alle aree mercatali è consentito a partire da un'ora prima dell'inizio dell'orario di vendita ed entro 1 ora dal termine dell'orario di vendita (salvo casi di forza maggiore) le aree devono essere lasciate sgombrare da tutto.

La spunta avviene **alle ore 8,15 presso** l'area del mercato.

Tabella 9 – Mercato del Giovedì

Caratteristiche				
Ubicazione	Piazza Duomo, Piazza della Cisterna. Piazza delle Erbe			
Tipologia mercato	Annuale			
Cadenza	Settimanale			
Giorno	Giovedì			
Posteggi				
	Numero	Superficie (mq)	Sup. totale (mq)	Superficie media (mq)
Alimentari	06	35,00	210,00	30,00
Alimentari	01	30,00	30,00	
Alimentari	01	24,00	24,00	
Non Alimentari	27	30,00	810,00	
Non Alimentari senza mezzo, sotto la Loggia Vecchia	01	30,00	30,00	
Non Alimentari senza mezzo sotto la Loggia Nuova	02	60,00	60,00	
Imprenditori agricoli	01	20,00	20,00	
Portatori handicap	01	16,00	16,00	
Totale	40		1200,00	

Per gli altri aspetti si rimanda alla planimetria in allegato al Piano come parte integrante e sostanziale.

Le concessioni sono vincolate al rispetto, pena decadenza, del settore merceologico previsto nel Piano: settore alimentare ubicato in p.za delle Erbe e settore non alimentare ubicato in p.za delle Erbe, p.za Duomo e p.za della Cisterna. Sono fatti salvi i posteggi riservati all'imprenditore agricolo ed al diversamente abile data la possibilità dell'alternanza fra settore alimentare e non.

In funzione di quanto indicato si rimanda alla disciplina sulla decadenza delle concessioni prevista nel Regolamento approvato contestualmente al Piano

Il mercato del sabato

L'orario di vendita è fissato **dalle ore 09,00 alle ore 13,00**. L'accesso alle aree mercatali è consentito a partire da un'ora prima dell'inizio dell'orario di vendita ed entro 1 ora dal termine dell'orario di vendita (salvo casi di forza maggiore) le aree dovranno essere lasciate sgombre da tutto.

La spunta avviene **alle ore 9,00 presso** l'area del mercato.

Per gli altri aspetti si rimanda alla planimetria in allegato al Piano come parte integrante e sostanziale.

Data la limitata dimensione del mercato e l'assenza di rilevanzze igienico sanitarie, le operazioni di spunta non hanno vincoli relativamente alla qualificazione dei posteggi, i posteggi vacanti vengono assegnati all'operatore spuntista in posizione utile in graduatoria a prescindere dalla natura della merce posta in vendita o dalla qualifica personale dello stesso.

Tabella 10 – Mercato del sabato

Caratteristiche			
Ubicazione	Piazza delle Erbe		
Tipologia mercato	Annuale		
Cadenza	Settimanale		
Giorno	Sabato		
Posteggi			
	Numero	Superficie (mq)	Superficie media (mq)
Alimentari	3	30	29
Non alimentari	0	0	
Imprenditori agricoli	1	25	
Portatori handicap	1	30	
Totale	5	145	

Tabella 11 – P.za S.Agostino

Caratteristiche			
Ubicazione	Piazza San Agostino		
Per casi di necessità o manifestazioni promozionali			
Posteggi			
	Numero	Superficie (mq)	Superficie media (mq)
Posteggi	09	30	30

Imprenditori agricoli	1	30	
Portatori handicap	1	30	
Totale	11	330	

2.3 - Fiere annuali

Sono mantenute la Fiera di San Gimignano (31 gennaio) e Fiera di Santa Fina (12 marzo). Sono eliminate definitivamente le fiere di agosto (Fiera di Santa Fina e Fiera di S. Agostino) a partire dalle edizioni successive ai termini delle concessioni ex lege non rimettendo a bando le concessioni scadute ai sensi della legge n. 205/2017, art. 1, comma 1180.

Fino al termine succitato, limitatamente alle fiere di agosto, sono mantenute le concessioni in essere e non assegnati alla spunta i posteggi vacanti. A questo fine viene ridisegnato l'assetto accorpando le concessioni in essere. L'assegnazione dei posteggi in funzione dell'accorpamento viene espletata ai sensi del Regolamento comunale del commercio su AAPP. In allegato al presente Piano come parti integranti e sostanziali, le planimetrie degli assetti descritti.

L'orario di vendita va **dalle ore 08,00 fino alle ore 19,00**. L'accesso alle aree mercatali è consentito a partire da un'ora prima dell'inizio dell'orario di vendita ed entro 1 ora dal termine dell'orario di vendita (salvo casi di forza maggiore) le aree dovranno essere lasciate sgombre da tutto.

La spunta avviene alle ore 8,00 presso l'area della fiera.

Tabella 12 – Fiere Annuali

Caratteristiche			
Ubicazione	Piazze centrali (P.za Duomo, P.za Erbe, P.za della Cisterna) Via San Matteo		
Tipologia mercato	Fiera		
Cadenza	Annuale		
Giorno	31 gennaio – 12 marzo – lunedì dopo la prima domenica di agosto – 29 agosto		
Posteggi			
	Numero	Sup. (mq)	Sup. media (mq)
Alimentari	10	30	29,17
Brigidino Via San Matteo (incluso lo spazio del mezzo, da parcheggiare in prossimità del banco di vendita)	1	18	

Brigidino Piazzetta Don Grassini (incluso lo spazio del mezzo, da parcheggiare in prossimità del banco di vendita)	1	18	
Non alimentari	19	30	
Non Alimentari senza mezzo, sotto la Loggia Vecchia	1	30	
Non Alimentari sotto la Loggia Nuova	1	30	
Imprenditori agricoli	1	30	
Portatori handicap	1	25	
Totale	35	1021	

2.4 - Mercatale della Valdelsa

Le Amministrazioni aderenti al progetto hanno promosso una serie di azioni per rilanciare e valorizzare il progetto, come descritto al punto 1.3 al quale si rimanda.

La scheda del Mercatale di San Gimignano è periodicamente aggiornata con delibera di Giunta, nel rispetto delle procedure previste dal regolamento del Mercatale.

2.5 - Mercato di Ugnano

Il Mercato di Ugnano ha cadenza settimanale e si svolge la domenica mattina.

L'orario di vendita è fissato **dalle ore 09,00 alle ore 13,00**. L'accesso alle aree mercatali è consentito a partire da un'ora prima dell'inizio dell'orario di vendita ed entro 1 ora dal termine dell'orario di vendita (salvo casi di forza maggiore) le aree dovranno essere lasciate sgombre da tutto.

La spunta avviene alle ore 9,00 presso l'area del mercato.

Tabella 13 – Mercato di Ugnano

Caratteristiche			
Ubicazione	Loc. Ulgiano		
Tipologia mercato	Annuale		
Cadenza	Settimanale		
Giorno	Domenica		
Posteggi			
	Numero	Superficie (mq)	Superficie media (mq)
Alimentari	2	36	36
Non alimentari	3	36	

Imprenditori agricoli	1	36	
Portatori handicap	1	36	
Totale	7	252	

Per gli altri aspetti si rimanda alla planimetria in allegato al Piano come parte integrante e sostanziale.

Il posteggio riservato all'imprenditore agricolo viene assegnato secondo le tempistiche previste dalla Giunta comunale alla quale è demandata l'approvazione della relativa procedura pubblica ai sensi del Regolamento comunale del commercio su aree pubbliche.

2.6 - Posteggi fuori mercato

All'interno del territorio comunale sono individuati i posteggi fuori mercato specificati nella tabella allegata. Non viene rinnovato il posteggio fuori mercato di Ugnano per alimentari, in quanto di fatto inutilizzato.

L'orario di vendita va **dalle ore 09,00 alle ore 13,00 per i posteggi di Castel San Gimignano e Belvedere, dalle ore 09:00 alle ore 19:00 per i posteggi di Pista Margherita e Fuori Porta San Matteo.**

L'accesso alle aree mercatali è consentito a partire da un'ora prima dell'inizio dell'orario di vendita ed entro 1 ora dal termine dell'orario di vendita (salvo casi di forza maggiore) le aree dovranno essere lasciate sgombre da tutto. La spunta non viene effettuata, fatta salva l'eventuale procedura, qualora messa in atto, ai sensi dell'art. 30 del Regolamento del commercio su area pubblica. Inoltre in Piazza Duomo, sotto la Loggia Nuova del Palazzo Comunale, sono individuati n. 3 posteggi di mq 2 x 2, da assegnare alle associazioni che organizzino manifestazioni finalizzate all'autofinanziamento. I posteggi saranno assegnati dalle ore 10:00 alle ore 20:00 Resta fatta salva la facoltà della Amministrazione Comunale di riservare gli spazi suddetti per altre manifestazioni.

Tabella 14 Posteggi Fuori Mercato

Caratteristiche					
	Posteggi fuori mercato				
Ubicazione	Tipologia	Cadenza	Giorno	Numero	Superficie per posteggio (mq)
Castel San Gimignano	ALIMENTARE	SETTIMANALE	LUNEDI'	1	36
	NON ALIMENTARE	SETTIMANALE	LUNEDI'	3	36
Belvedere	ALIMENTARE	SETTIMANALE	SABATO	3	36

	(pesce fresco, rosticceria, ortofrutta)				
Fuori Porta San Giovanni (Pista Margherita)	ALIMENTARI	VENERDI' SABATO E DOMENICA		2	36
Fuori Porta San Matteo	ALIMENTARI	DOMENICHE DI CARNEVALE		1	30
Fuori Porta San Matteo	ALIMENTARI	DOMENICHE DI CARNEVALE		1	25
P.za Duomo	RISERVATO ASSOCIAZIONI	01-01//10/01 01-11//31-12		3	4
Totale				14	391

Per gli altri aspetti si rimanda alla planimetria in allegato al Piano come parte integrante e sostanziale.

I posteggi di nuova istituzione sono assegnati secondo le tempistiche previste dalla Giunta comunale alla quale è demandata l'approvazione della relativa procedura pubblica ai sensi del Regolamento comunale del commercio su aree pubbliche.

2.7 - Chioschi

Si conferma un chiosco per la vendita giornaliera di soli fiori, ceri, lumini ed altri piccoli arredi funebri, presso il cimitero della Misericordia ed utilizzabile nel solo orario di apertura del cimitero.

Lo strumento urbanistico vigente prevede, nelle zone destinate a verde pubblico sportivo e nelle fasce di rispetto cimiteriale, l'installazione di strutture leggere di servizio all'utenza.

La loro realizzazione è sottoposta ad approvazione di specifici progetti che ne identifichino le caratteristiche architettoniche, costruttive e tipologiche.

La situazione attuale è la seguente:

Tabella 15 – Chioschi

Caratteristiche		
	Chioschi	
Ubicazione	Tipologia	Superficie (mq)
Via del Prunello, presso l'ingresso del Cimitero della Misericordia	Fiori, ceri, lumini ed altri piccoli arredi funebri,	15,00

2.8 - Commercio itinerante

Per motivi di viabilità e traffico nonché igienico-sanitari e di salvaguardia dei valori storico ambientali in relazione alla già elevata pressione antropica nella zona del centro storico, si dispone il divieto di esercitare il commercio itinerante in tutto il centro storico di San Gimignano, inteso come l'area interna alle mura e zone contermini.

Per completezza di informazione si rimanda alla planimetria in allegato al Piano come parte integrante e sostanziale.

3. Il mercato del giovedì e le fiere – NUOVA PIANIFICAZIONE a seguito di variazioni approvate con della Deliberazione di C.C. n. 6 del 29/03/2024

3.1 - Indicazioni generali

Si ritiene necessario, a seguito di accurate valutazioni e nel rispetto di quanto stabilito dall'art. 19 del Regolamento Comunale del commercio su area pubblica, apportare alcune modifiche allo stato attuale della struttura del Mercato settimanale del Giovedì e delle Fiere del Comune di San Gimignano.

Tali variazioni sono realizzate nell'interesse di migliorare le condizioni di sicurezza, viabilità e ordine pubblico in occasione dello svolgimento degli stessi.

3.2 – Mercato del Giovedì

Al Mercato del Giovedì del Comune di San Gimignano sono apportate le seguenti modifiche:

- eliminazione del posteggio n. 32 in pianta, di dimensioni ridotte, e pertanto non appetibile agli operatori migliorando nel contempo le condizioni di viabilità della Piazza in occasione dello svolgimento del mercato;
- attribuzione del posteggio n. 36 in pianta, di dimensioni più adeguate, ai portatori di handicap;
- aggiornamento della numerazione dei posteggi che passano da un totale di n. 40 posteggi a un totale di n. 39 posteggi;

Tabella 16 – Mercato del Giovedì a seguito di variazioni approvate con della Deliberazione di C.C. n. 6 del 29/03/2024

Caratteristiche				
Ubicazione	Piazza Duomo, Piazza della Cisterna. Piazza delle Erbe			
Tipologia mercato	Annuale			
Cadenza	Settimanale			
Giorno	Giovedì			
Posteggi				
	Numero	Superficie (mq)	Sup. totale (mq)	Superficie media (mq)
Alimentari	06	35,00	210,00	30,35
Alimentari	01	30,00	30,00	

Alimentari	01	24,00	24,00	
Non Alimentari	26	30,00	780,00	
Non Alimentari senza mezzo, sotto la Loggia Vecchia	01	30,00	30,00	
Non Alimentari senza mezzo sotto la Loggia Nuova	02	60,00	60,00	
Imprenditori agricoli	01	20,00	20,00	
Portatori handicap	01	30,00	30,00	
Totale	39		1184,00	

3.3 – Fiere annuali

Alle Fiere annuali del Comune di San Gimignano sono apportate le seguenti modifiche:

- eliminazione definitiva dei posteggi in pianta n. 13-14-15 al fine di migliorare la viabilità e la sicurezza della Piazza in occasione delle fiere;
- aggiornamento della numerazione dei posteggi che passano da un totale di n. 33 posteggi a un totale di n. 30 posteggi;

Tabella 17 – Fiere Annuali a seguito di variazioni approvate con della Deliberazione di C.C. n. 6 del 29/03/2024

Caratteristiche			
Ubicazione	Piazze centrali (P.za Duomo, P.za Erbe, P.za della Cisterna) Via San Matteo		
Tipologia mercato	Fiera		
Cadenza	Annuale		
Giorno	31 gennaio – 12 marzo – lunedì dopo la prima domenica di agosto – 29 agosto		
Posteggi			
	Numero	Sup. (mq)	Sup. media (mq)
Alimentari	10	30	29,83
Non alimentari	18	30	
Imprenditori agricoli	1	30	
Portatori handicap	1	25	
Totale	30	895	

In allegato come parti integranti e sostanziali le seguenti piante con l'indicazione di posteggi:

- mercato settimanale e fiere, a seguito di variazioni approvate con della Deliberazione di C.C. n. n. 6 del 29/03/2024;
- mercatale della valdelsa;
- mercato del sabato;
- spazio associazioni;
- altri banchi – centro storico (capoluogo);
- frazione ulignano;
- frazione castel san gimignano;
- zona interclusa al commercio itinerante.