



COMUNE DI ALCAMO

Provincia di Trapani

QUARTA COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE DI STUDIO E CONSULTAZIONE
ATTIVITÀ PRODUTTIVE – AMBIENTE – SICUREZZA – MOBILITÀ URBANA – POLITICHE
AGRICOLE – POLITICHE ENERGETICHE

Verbale N° 172 del 28/12/2015

Da inviare a: <input type="checkbox"/> Commissario Straordinario <input type="checkbox"/> Presidente del Consiglio <input type="checkbox"/> Segretario Generale	Ordine del Giorno:
	1) Comunicazioni del Presidente; 2) Approvazione verbale della Seduta precedente; 3) Studio del fenomeno della Movida; 4) Studio della normativa per la redazione del “Regolamento per la convivenza tra le funzioni residenziali e le attività di esercizio pubblico e svago nelle aree private, pubbliche e demaniali”; 5) Studio e consultazione per la redazione del “Regolamento per la convivenza tra le funzioni residenziali e le attività di esercizio pubblico e svago nelle aree private, pubbliche e demaniali”; 6) Vari od eventuali interventi non programmati dai Componenti la Commissione.
	Note

		Presente	Assente	Entrata	Uscita	Entrata	Uscita
Presidente	Pipitone Antonio	SI		17,00	18,40		
V. Presidente	Castrogiovanni Leonardo	SI		17,00	18,40		
Componente	Campisi Giuseppe		SI				
Componente	Coppola Gaspare	SI		17,00	18,40		
Componente	Fundarò Antonio	SI		17,00	18,40		
Componente	Lombardo Vito		SI				
Componente	Sciacca Francesco	SI		17,00	18,40		

L'anno Duemilaquindici (2015), il giorno 28 del mese di Dicembre, alle ore 17,00, presso la propria sala delle adunanze, ubicata nei locali di Via XI Febbraio n° 14 (1° Piano), si riunisce la Quarta Commissione Consiliare.

Alla predetta ora sono presenti il Presidente Pipitone Antonio e i Componenti Castrogiovanni Leonardo, Coppola Gaspare, Fundarò Antonio e Sciacca Francesco.

Il Presidente Pipitone, coadiuvato dal Segretario Lipari Giuseppe, accertata la sussistenza del numero legale, dichiara aperta la seduta.

Il Presidente Pipitone dà lettura del **primo** punto all'O.d.G.: "**Comunicazioni del Presidente**".

Il Presidente Pipitone fa presente che non ci sono comunicazioni da fare.

Il Presidente Pipitone dà lettura del **secondo** punto all'O.d.G.: "**Approvazione verbale della seduta precedente**".

Il Presidente Pipitone dà lettura del verbale della precedente seduta. Si pone a votazione. Viene approvato, per alzata di mano, con voto unanime da parte dei Componenti presenti.

Il Presidente Pipitone dà lettura del **terzo** punto all'O.d.G.: "**Studio del fenomeno della Movida**".

Il Presidente della Commissione Antonio Pipitone in riferimento al punto di cui ordine del giorno, fa presente, in generale, che "Sono oltre 29 milioni gli italiani che ogni tanto escono la sera, più di 22 milioni quelli che frequentano i centri storici del proprio comune o dei comuni limitrofi, quasi 19 milioni gli italiani che si recano, quelle volte in cui escono, nei luoghi della Movida. Ogni settimana poi almeno una volta 15,6 milioni di persone escono la sera o la notte, 8,4 milioni frequentano i centri storici del proprio comune o di comuni limitrofi, 4,3 milioni si recano nei luoghi della Movida e 6,1 milioni trascorrono le ore serali e/o notturne anche in pubblici esercizi. Sono numeri da fenomeni di massa, ampi, capillari, coinvolgenti che animano i centri e i luoghi storici delle città italiane".

Il Presidente della Commissione Antonio Pipitone invita il Consigliere Comunale Antonio Fundarò a fare il punto sul fenomeno sociologico che rischia di scardinare il sistema relazionale e della convivenza nelle grandi ma anche nelle piccole città.

La Movida, precisa il Consigliere Comunale Antonio Fundarò, come fruizione collettiva di luoghi ed esercizi pubblici nelle ore serali e più ancora notturne, ne è componente significativa, una delle modalità in cui si esprime questa diffusa, radicata e trasversale vitalità dello stare insieme, della convivialità, della voglia di vivere le proprie relazioni e il tempo libero fruendo delle opportunità offerte da spazi ed esercizi pubblici in determinate porzioni del territorio urbano.

A partire dalla vibrante Madrid post franchista, per lungo tempo, il termine Movida ha evocato l'idea di veri e propri distretti urbani della creatività e del buon vivere, luoghi della città (spesso i centri storici) in cui esercizi e spazi pubblici operano come crocevia di relazioni, incontri, scambi che incentivano una esplosione di creatività e concreti progetti d'impresa dal

cinema alle arti figurative alla moda alle nuove tecnologie, migliorando la qualità della vita e il brand globale della città.

La Movida quindi viene percepita come una grande risorsa per rendere la città vibrante, vissuta, profondamente umana, in grado di generare valore sociale, oltre che economico, e di operare come magnete di turisti e talenti.

In Italia, continua il Consigliere Fundarò, il termine Movida ha però subito uno slittamento semantico verso una connotazione negativa e nei media è ormai il invitato di pietra in occasione di episodi di cronaca nera, peraltro non sempre ad essa riconducibili; la Movida infatti evoca nella rappresentazione mediatica gli eccessi nel consumo di alcol e stupefacenti, le tante pratiche antisociali (dall'inquinamento acustico a forme di vandalismo e di illegalità), in sintesi la pressione antropica incontrollata su porzioni del territorio urbano (di solito, luoghi e centri storici) che rende prigionieri i residenti e di fatto vandalizza il contesto.

La Movida riassume quasi paradigmaticamente patologie sociali dell'eccesso e della sregolatezza che fanno paura e che in molti dei luoghi della Movida sembrano beneficiare di una terra franca dove regna una sorta di sospensione della legalità e dei controlli.

L'enfasi negativa dei media è certo distorsiva rispetto a fenomeni che, come si è rilevato, sono positivi, di massa e coinvolgono milioni di cittadini, tuttavia è indubbio che i media sono un prisma che deforma solo in parte, perché una torsione del fenomeno reale in Italia si è indubbiamente consumata.

Oggi i luoghi della Movida sono infatti il teatro di una sua degenerazione patologica che è una sorta di tumore della Movida, che va tenuto distinto da essa anche se vi è profondamente interconnesso: è la MalaMovida, forse il nemico più viscerale e distruttivo della Movida come opportunità virtuosa, perché fa da microclima ad episodi di cronaca nera spesso eclatanti che provocano una richiesta emotiva di misure drastiche, spettacolari, il cui solo effetto è quello di blindare, spegnere e quindi uccidere le nostre città.

Cos'è, dunque, continua il Consigliere Comunale Antonio Fundarò, la MalaMovida e come si è arrivati alla situazione attuale in cui essa rischia di scacciare e uccidere la Movida? Al cuore della MalaMovida c'è il connubio nefasto tra una domanda infinitamente elastica verso l'alto di alcolici, soprattutto di giovani e adolescenti, e un'offerta incontrollata di vendita degli alcolici da parte di operatori spregiudicati che si concentrano in via esclusiva su questa attività, con format semplificati all'osso, quasi sempre veri e propri take away.

E' così che, continua il Consigliere Antonio Fundarò, la vendita di alcolici si pone come il perno di alcune unità di vendita ibride che giocano tra le maglie delle regole con una vera e propria induzione al consumo di alcolici, attraverso un aggressivo dumping nei prezzi di vendita e senza alcuna verifica su età o eventuale sobrietà degli acquirenti.

Certo non sono solo i take away ad alimentare il consumo incontrollato di alcolici, e non sono infrequenti casi di gestori e proprietari di esercizi pubblici che per tenere il colpo della concorrenza sleale si adeguano alla degenerazione del mercato dedicando poca attenzione all'impatto sociale di vendite eccessive e inconsulte (ad esempio, ad adolescenti o persone

già alterate), ma il format dei take away, di fatto unità di vendita intensa di ogni tipo di alcolici, così come le pratiche degli ambulanti abusivi riassumono paradigmaticamente un'offerta che insegue, quasi bracca la domanda di alcolici (ad esempio, con prezzi molto bassi) incentivandola a crescere senza limiti.

Il connubio nefasto che agevola il consumo incontrollato di alcolici è il pilastro primo della MalaMovida, che poi è fatta anche di conseguenti eccessi e comportamenti antisociali; la concentrazione delle persone e, in alcuni contesti, anche di esercizi pubblici, attività commerciali e di imprese artigiane alimentari (pizzerie d'asporto, kebab, ecc.) fa il resto, e l'esito è l'occupazione coatta di porzioni del territorio urbano che invece di generare valore socioeconomico e sicurezza, finisce per produrre entropia, paura e voglia di farla finita con ogni modalità di fruizione degli spazi pubblici.

E' la MalaMovida il cuore del problema, ed essa sempre più scaccia la buona Movida che, invece, aldilà del martellamento mediatico su eccessi, trasgressioni incontrollate e illegalità, nella percezione maggioritaria degli italiani è una straordinaria opportunità per le comunità e le città perché essenziale nel creare contesti in cui può trovare risposta la domanda di relazioni che è il vero vettore della buona qualità della vita delle città, oltre che il volano per un brand attrattivo, forte, coinvolgente.

Bisogna partire però da un assunto decisivo in questa fase: vivere le città, solcare le loro strade, averle piene di persone che fruiscono giorno e notte di spazi ed esercizi pubblici è un obiettivo desiderabile per una buona qualità della vita e per la crescita economica; le città relazionali sono quelle in cui si vive meglio, le più sicure, le più attrattive.

Le città blindate, spente, custodialiste, prive o con pochissimi contesti pubblici in cui coltivare la relazionalità sono regressive, insicure, più facilmente prede di subculture di strada votate all'illegalità.

L'alternativa non può essere tra il caos incontrollato della MalaMovida e l'asetticità blindata di città spente, piegate alla sola logica produttivista che confina le relazioni tra persone dentro le reti familiari e gli spazi privati.

La relazionalità è il cuore del buonvivere, tanto più oggi che i contesti urbani, per ragioni sociodemografiche e culturali presentano baratri di solitudine e anche per questo esprimono una domanda potenziale di relazionalità molto alta.

E la pratica della relazionalità non può essere relegata a un problema esclusivamente privato, individuale, che ognuno deve risolvere da sé; richiede contesti, luoghi, spazi adeguati, gradevoli, coinvolgenti, prorelazionali in cui potersi esprimere; il valore della Movida è in primo luogo legato a questa dimensione sociale e relazionale fondamentale, a cui si aggiungono poi i suoi positivi impatti economici e di attrattività.

In città ad alta diversity sociodemografica, economica, culturale, con traiettorie biografiche e quotidiane che tendono a diversificarsi senza mai incontrarsi e dove è forte la tendenza al rinserramento individualistico o di microcomunità, creare i luoghi dell'incontro, dello scambio e

dell'interazione è un obiettivo primario, per la qualità della vita, per il dinamismo economico e per l'attrattività del brand.

Sta qui l'ineludibilità della Movida, la necessità di spazi opportunamente organizzati con esercizi pubblici e altri segmenti di offerta che consentano di vivere la città anche fuori dagli orari attivi, di lavoro o studio. C'è una funzione sociale di spazi ed esercizi pubblici che appartiene alla storia delle città non solo italiane, ed è quella di microclima prorelazionale, crocevia di incontri, scambi, interazioni che poi sono il motore vero di innovazione socioeconomica.

Movida sì, MalaMovida no: questo in estrema sintesi l'obiettivo da perseguire per le nostre città che trova piena condivisione in una maggioranza di italiani per i quali la Movida è una risorsa per le città, una cosa positiva anche per se stessi che amano avere luoghi ove poter vivere in modo conviviale, stare insieme anche fuori dai contesti familiari e produttivi.

E poi ci sono i giovani, protagonisti primi ma non esclusivi delle notti, che mostrano di volere coltivare la prossimità relazionale, rifuggendo dalle lusinghe della fruizione individualistica e privata del tempo libero pericolosamente monopolizzata dai nuovi, intriganti device tecnologici che inducono fruizione solipsistica del tempo.

Abbatte la MalaMovida quindi è il primo obiettivo essenziale e richiede come premessa ineludibile il riportare sotto controllo le sue dinamiche evolutive a partire da dispositivi regolatori che già oggi consentono di governare alcuni dei fattori decisivi che la generano, imponendo il rispetto della tutela della salute (si pensi al recente D.L. Balduzzi sull'alcol) e di alcuni luoghi di pregio minacciati dalla pressione dell'eccesso di locali, persone, e soprattutto da un consumo incontrollato di alcol.

Occorre un salto di qualità nella governance mediante alcune semplici pratiche:

- rimettendo sotto controllo nelle aree critiche delle città il ritmo di crescita di tutte le imprese che svolgono la medesima attività a prescindere dai sistemi normativi che le regolano, in particolare se trattano bevande alcoliche, mediante criteri autorizzatori che introiettino le esigenze di tutela. La proliferazione dei format di vendita, il libero scorazzare (economicamente remunerativo) senza mai fronteggiare sanzioni adeguate di gestori spregiudicati che giocano al limite della legge cinicamente indifferenti all'impatto sociale della loro azione, è tra le cause primarie della MalaMovida e dei suoi effetti nefasti;
- imponendo un sistema di regole, vincoli, sanzioni uguale per chi di fatto svolge attività uguali nel settore della vendita e somministrazione di alcolici, moltiplicando controlli e sanzioni così da evitare che la loro vendita incontrollata diventi fonte di reddito crescente per alcuni operatori spregiudicati e fonte di alti costi sociali e sanitari per i residenti in primis e per la collettività più ampia poi, a causa dei tanti comportamenti antisociali che essa genera, fino alle forme di devianza e microcriminalità;
- promuovendo forme stabili di coinvolgimento attivo degli stakeholder, dai residenti ai gestori e proprietari alle istituzioni locali alle forze dell'ordine alle associazioni locali, perché nessuno si senta escluso e ognuno abbia i contesti in cui far presente punti di vista e argomentazioni,

smontando quindi la pericolosa logica della radicalizzazione della conflittualità e del senso di frustrazione da impotenza ed esclusione;

- rendendo i luoghi della Movida epicentro d'iniziative, molte delle quali già sperimentate spontaneamente e dal basso dal tessuto associativo e anche da singoli esercenti, che mirano a far maturare la domanda e l'offerta che si esprime nella Movida, secondo logiche di maggiore qualità, responsabilità, stile nei consumi. Un processo già sperimentato in altri ambiti con, ad esempio, l'affermarsi di un'evoluita cultura enogastronomica o del consumo maturo e critico che, ovviamente, qui deve fare i conti con la pericolosa egemonia delle culture dell'eccesso e dello sballo che richiedono un lavoro di lunga lena di educazione;

- stimolando e incentivando nuovi e originali format di offerta in grado di fornire alternative attrattive alla scarnificata attività dei take away che svolgono la più trasversale delle attività, la vendita incontrollata di alcolici. E' importante che si affermino nuovi format di esercizi pubblici in grado di offrire prodotti/servizi, a prezzi sostenibili, che conquistino cuori, menti e portafoglio soprattutto dei più giovani. E' una sfida di mercato che non può essere lasciata ai soli esercenti, ma richiede coinvolgimento pubblico laddove si reputi che contribuiscano a obiettivi sociali come la riduzione della vendita di alcolici. Per questo ha senso pensare a fattori incentivanti di contesto, da agevolazioni fiscali specifiche ad investimenti infrastrutturali che li favoriscano;

- rendendo obiettivo sociale di comunità la riduzione del consumo di alcolici, soprattutto del consumo in eccesso concentrato di giovani e anche adolescenti. I numeri sono da brivido e le conseguenze drammatiche, nessuno può chiamarsi fuori da un'iniziativa incessante di contrasto di tutti i fattori che promuovono o facilitano il consumo in eccesso degli alcolici. L'intervento preventivo (dal controllo a monte dei soggetti di offerta alle attività di educazione diffusa) e quello repressivo (sanzioni dure per chi trasgredisce a regole sulla vendita di alcolici alla no tolerance verso l'ambulante abusivo) vanno intensificati, oppure sarà molto difficile estirpare il tumore della MalaMovida, e soprattutto spingere in basso l'eccesso di consumo di alcolici.

Il presente testo contiene gli esiti di una pluralità di attività quali quantitative di ricerca, con una interpretazione complessiva della fenomenologia e, poi, una presentazione narrativa dei casi di studio di Milano, Roma e Catania che sono stati il cuore della ricerca.

Movida, termine entrato da lungo tempo nel linguaggio comune e nel circuito mediatico, ha vissuto un vero e proprio slittamento semantico che riflette in parte la sua proiezione mediatica e in parte anche la progressiva degenerazione concreta del fenomeno reale che richiama.

Infatti Movida è un termine spagnolo che riecheggia una fase precisa della vita sociale e culturale della Spagna e della sua capitale, Madrid. Uscita dal lungo sonno franchista, la capitale spagnola divenne in alcune sue aree epicentro di un fenomeno virtuoso, esaltante, vibrante di fermento creativo nelle arti figurative, nella moda, nella cultura ampiamente intesa,

fenomeno che implicava la realizzazione di eventi, incontri, esperienze e i cui protagonisti avevano eletto a propri luoghi di riferimento una serie di locali diurni e soprattutto notturni.

Nacque un vero e proprio distretto urbano della creatività, della moda, della cultura, del buon vivere, dello stare insieme da cui sono decollate eccellenze nella moda come nel cinema, e che ha finito per rappresentare paradigmaticamente l'intreccio virtuoso che valorizza un territorio come scenario di un'esperienza collettiva di esplosione di creatività che crea valore economico, sociale e buona qualità della vita.

L'uso comune del termine Movida ha poi finito per renderlo rappresentativo di ogni contesto urbano in cui si registra una concentrazione di locali diurni e/o notturni in cui le persone si incontrano per lavoro, per scambiarsi opinioni, esperienze, o semplicemente per bere e intrecciare relazioni e conoscenze.

Socialmente i protagonisti primi della Movida, come inevitabile, sono i giovani, dagli studenti a coloro che sono entrati, stanno per entrare o vorrebbero entrare nel mondo del lavoro; però la sua capacità di coinvolgimento è trasversale alle classi di età, ai livelli di scolarità e ai gruppi sociali.

In seguito, pian piano dal termine Movida è stata espunta la dimensione creativa e culturale, quella tipica di un distretto inteso come luogo di moltiplicazione della relazionalità e di scambio di competenze, esperienze, con relativa generazione di progetti imprenditoriali.

Già nella fase declinante dell'esperienza spagnola la Movida ha perso la dimensione del "giorno dopo", quando dalle relazioni e dalle progettualità narrate della sera o notte precedente si passa alla fase operativa di concrete iniziative.

Nella fase eroica della Movida spagnola la dimensione del giorno dopo era rilevante, se è vero che è esistita una progettualità nel settore delle arti e delle culture creative molto ampia, che ha toccato punte di eccellenza mondiale espresse da nomi ormai universalmente conosciuti, da Almodovar nel cinema ad Agatha Ruiz de la Prada nella moda; nel complesso il movimento magmatico che viene incapsulato nella Movida ha giocato un ruolo decisivo nel mutare la lugubre percezione di Madrid e della Spagna, figlia dell'inverno della dittatura franchista, dandogli un marchio vibrante, positivo, ad altissima attrattività.

Dopo l'esperienza spagnola la Movida diventa sinonimo di vita notturna, di popolo della notte che non è più solo quello delle discoteche, ma si compone dell'universo variegato dei tanti e diversi popoli che frequentano i locali che offrono opportunità per stare insieme.

Avere una Movida e renderla visibile a livello globale diventa una componente significativa delle politiche di valorizzazione delle città; da quelle globali, come Londra, Berlino e New York, alle città minori che entrano nella competizione globale, Movida è sinonimo di contesti dove trascorrere ore liete, star bene, beneficiare di una qualità della vita legata alla socialità, alla relazionalità, all'incontro, allo stare insieme.

Il caso italiano determina una torsione ulteriore del significato del termine Movida, e soprattutto segna l'inversione in negativo del suo senso comune; essa infatti finisce per coincidere con la vera e propria pressione antropica che viene generata su porzioni del

territorio urbano, in particolare nei centri storici, dalla presenza massiccia, altamente concentrata, di locali che hanno nella somministrazione e vendita di alcolici il loro baricentro; pressione antropica come effetto della concentrazione di domanda e offerta di somministrazione e vendita di alcol in aree, a volte anche molto ristrette, delle città.

Ecco il punto centrale: il nucleo essenziale della Movida nella rappresentazione oggi prevalente e nel concreto svolgersi della vita nelle città italiane consiste nella concentrazione di locali dove viene praticato l'asporto di bevande alcoliche o dove, sempre meno di frequente, si procede al consumo delle stesse all'interno del locale.

E ciò rinvia probabilmente anche ad una sorta di cortocircuito che si è generato tra l'evoluzione delle abitudini di consumo che ha visto crescere anche la tendenza a consumare in movimento o in luoghi pubblici, e un adattamento dei format di offerta che hanno provato ad intercettare questa nuova dinamica di domanda.

Pian piano questa dimensione di puro consumo, in particolare di alcol, ha finito per prendere il sopravvento, per diventare praticamente esclusiva, e oggi nel nostro Paese di fatto è questo il significato corrente del termine Movida.

Lo slittamento semantico del termine Movida, il suo lento transitare cambiando di segno da fenomeno positivo, esplosione liberatoria di energie creative di una società, quella spagnola, che faceva saltare la cappa della dittatura e del conformismo a fenomeno negativo, patologico, di espressione di una soggettività sregolata, che archivia la cultura del limite e fa dell'eccesso la sua cifra non è pura finzione, ma riflette un'involuzione reale del fenomeno nel caso italiano.

Certo lo slittamento semantico è anche il riflesso della distorsione mediatica che nasce dall'attenzione ossessiva, di cronaca, da fait divers verso episodi violenti che non sempre nascono nei luoghi della Movida e che però sono ad essa sempre ascritti dall'interpretazione mediatica.

La Movida, continua il Consigliere Antonio Fundarò, diventa un enorme contenitore di facile utilizzo per i media in cui fatti di cronaca, anche quelli più negativamente eclatanti, trovano una facile collocazione; è indubbia la presenza di un effetto distorcente del circuito mediatico rispetto alla Movida, ma è altrettanto vero che la torsione negativa del termine rinvia anche a dati di realtà, all'insorgere nel cuore della Movida stessa di una fenomenologia che diventa stabile, strutturale e che definisce una deriva patologica della Movida, che diventa un tumore della Movida stessa e che possiamo definire come MalaMovida.

La sintetica ricostruzione storica della Movida come fenomeno e come rappresentazione sociale prevalente consente di arrivare subito al cuore della problematica attuale, perché la Movida di cui oggi più si parla è di fatto la degenerazione patologica del fenomeno originario, di cui però va detto che nel contesto italiano continuano a vivere anche gli aspetti virtuosi.

Come rilevato, oggi in Italia si dice Movida per indicare una pressione antropica con picchi spesso incontrollabili che ha al suo centro la vendita di alcol con format commerciali sempre più dediti solo a tale attività; a ciò è poi associata una moltiplicazione di episodi dettati da

comportamenti devianti, antisociali e di vera e propria microcriminalità; in pratica, la MalaMovida incorpora una molteplicità di problematiche legata all'eccesso di consumo di alcol e stupefacenti.

Nel termine Movida quindi sono accomunati in modo semplicistico fenomeni molto diversi tra loro, e ciò ha esiti molto negativi sulle relazioni sociali e sulle possibili soluzioni per promuovere gli aspetti virtuosi, positivi della Movida. Per questo è necessario affrontare direttamente le confusioni, gli equivoci che sono radicati nelle rappresentazioni attuali del fenomeno, per poi arrivare a delimitare in modo netto, trasparente, impressivo la MalaMovida rispetto alla Movida da cui nella realtà dei fatti origina e si distingue, senza però fisicamente scorporarsi.

Ci vuole in sostanza una grande opera di chiarificazione concettuale e interpretativa dei fenomeni per poterli poi affrontare efficacemente.

Una prima grande confusione riguarda il fatto che ci sono molti casi di rilevante pressione antropica su segmenti di territorio urbano situati in luoghi storici, che fronteggiano le note problematiche di sicurezza e ordine pubblico sebbene al loro interno non esista una altrettanto eccessiva concentrazione di pubblici esercizi.

Infatti, ci sono spazi in cui si registra un notevole afflusso notturno di persone che stanno insieme, bevono e dove poi la situazione diventa molto difficile da gestire e in cui di pubblici esercizi o anche di altre tipologie ce ne sono pochi o per niente; tali situazioni vanno considerate parte integrante del tema Movida e, soprattutto, MalaMovida.

In questi casi prevale sia il rifornimento tramite ambulanti abusivi, sia le tante forme di autoapprovvigionamento dei protagonisti della Movida che acquistano altrove gli alcolici (spesso presso attività commerciali, supermercati dove li pagano meno) e poi li portano nei luoghi in cui sono consumati.

Una seconda grande confusione almeno a livello di opinione pubblica è nel termine esercizi pubblici in cui sono fatti confluire format molto diversi tra loro con l'effetto netto di trasferire su tutti gli esercenti i vizi e difetti di alcuni. E' noto che ci sono esercizi pubblici propriamente detti che ricadono su dettati normativi e regolatori stringenti e altri format, da attività commerciali a imprese artigianali alimentari, che pur vendendo alcolici hanno vincoli molto meno stringenti e riferimenti normativi opachi.

Queste due grandi confusioni fissano già la complessità della problematica, ma è utile procedere ad ulteriori indicazioni chiarificatorie.

Infatti, si è rilevato come la percezione sociale o piuttosto la rappresentazione mediatica prevalente della Movida sia condizionata dalla sua degenerazione patologica che è marcata da un insieme di comportamenti sociali devianti che rinviano come causa scatenante ad un consumo eccessivo e incontrollato di alcol, cui si aggiunge molto spesso (almeno in alcuni contesti) il consumo di sostanze stupefacenti; tra i comportamenti antisociali vanno richiamati:

- i disturbi della quiete pubblica e l'inquinamento acustico;
- l'occupazione di suolo pubblico e anche di spazi privati;

- la mancanza di rispetto del decoro pubblico e forme di vandalismo;
- aggressioni, risse;
- furti e forme varie di microcriminalità.

Quando queste fenomenologie si dispiegano in modo sistematico allora è necessario parlare di un fenomeno preciso distinto dalla Movida anche se di fatto incapsulato in essa: la MalaMovida.

Quest'ultima si manifesta negli stessi luoghi della Movida, con eruzioni sistematiche e regolari: di solito la MalaMovida si dispiega nelle ore piccole, quando il consumo di alcol ha raggiunto livelli molto alti e/o al sopraggiungere di microgruppi (di solito molto giovani) con spiccate propensioni devianti; dispiegandosi nelle sue eruzioni patologiche essa finisce per imporsi e coprire la Movida che è invece un fatto sociale certamente complesso e da gestire, ma pieno di opportunità e tutto da valorizzare.

Per riassumere e focalizzare bene la Mala Movida, continua il Consigliere Comunale Antonio Fundarò, è importante rispondere sia alla domanda su cosa essa sia, in cosa consista, sia a quella relativa al modo in cui si è arrivati alla sua insorgenza e spesso egemonia.

Come rilevato, al suo cuore c'è il consumo in eccesso di alcolici e, molto spesso, anche di droghe e pertanto destrutturando alcune componenti strategiche di essa emerge che:

- dal lato della domanda, esiste una domanda di alcol quasi infinitamente elastica verso l'alto, soprattutto da parte di giovani e adolescenti;
- dal lato dell'offerta, si affermano operatori particolarmente spregiudicati che hanno puntato tutto, incluso il format della loro attività, sulla massimizzazione della vendita di bevande alcoliche generando così alti fatturati e ottimi margini. Tutto è orientato a forzare le vendite, con una politica di prezzi aggressiva che mette gli alcolici alla portata anche di giovanissimi con poche risorse; inoltre, tali format portano a compimento la scarnificazione della loro attività perché dalla musica alla cultura ad altri aspetti, tutto diventa ancillare per poi scomparire, lasciando format dediti in via esclusiva alla vendita di alcolici;
- dal lato sociopolitico, istituzionale, vanno sottolineate le origini politiche della MalaMovida, il ruolo incontestabile che una malgestita liberalizzazione delle attività, esplicita o come effetto di forme di lassismo nella fase autorizzatoria o più ancora dei controlli, ha giocato creando il contesto favorevole agli operatori più spregiudicati.

In estrema sintesi, la MalaMovida coincide con la vittoria di un particolare format di vendita o meglio ancora di un'attività, la vendita incontrollata di alcol, e con alcuni comportamenti altamente aggressivi che tendono a conformarsi come una sorta di induzione di fatto al consumo di alcolici. La competizione deregolata nella filiera degli alcolici finisce per premiare chi ricorre a pratiche che non fanno altro che moltiplicare i fenomeni di abuso di alcolici.

E' importante capire anche l'importanza del fattore sociopolitico, delle origini politiche della MalaMovida perché le modalità di sviluppo dell'offerta rese possibile dal frame regolatorio hanno giocato un ruolo significativo, e soprattutto sono uno dei nodi chiave per elaborare possibili soluzioni.

Mission della presente convocazione, quindi, è quello di focalizzare e rendere socialmente visibile la MalaMovida come patologia della Movida che, invece, è un fenomeno che offre opportunità e può essere gestita. In questa mission è iscritta sia la ricognizione, descrizione e interpretazione dei fenomeni, sia una lettura delle possibili uscite in avanti rispetto alla microconflittualità diffusa tra i vari interessi in gioco.

Il Presidente Pipitone dà lettura del **quarto** punto all'O.d.G: **“Studio della normativa per la redazione del “Regolamento per la convivenza tra le funzioni residenziali e le attività di esercizio pubblico e svago nelle aree private, pubbliche e demaniali”;**

La Movida, precisa il Presidente della Commissione Consiliare Antonio Pipitone, come insieme di attività che fanno incontrare le persone tramite condivisione di spazi e locali pubblici esercita una funzione sociale indubbia: persone che s'incontrano, si conoscono, scambiano esperienze, trovano codici, linguaggi comuni; persone che di fatto formano comunità temporanee, che possono proseguire in reti relazionali più stabili, o semplicemente finire subito dopo la serata o notte, per poi ricominciare in altro momento.

Quello che conta, però, è che il luogo della Movida, quell'infrastruttura di spazi ed esercizi pubblici contribuisce al rinnovarsi delle comunità, perché ne crea alcuni dei presupposti materiali che non possono mai essere sottovalutati o dati per scontati.

In fondo le comunità che si formano nelle realtà urbane sono sempre il portato di una pluralità di fattori e dimensioni diverse, e tra queste sono di sicuro essenziali uno spazio comune e certi modelli di comportamento; a partire da questi fattori poi si determinano appartenenze che rinviano, nelle loro forme più consolidate e strutturanti, a processi più complessi dei singoli fattori citati e fanno riferimento ad una ecologia che deve tenere insieme spazi, persone e meccanismi interattivi di connessione.

In città, continua il Presidente Antonio Pipitone, ad alto e crescente tasso di diversity la pura privatizzazione del tempo di loisir, dei luoghi di relazionalità è un rischio forte, perché non fa che accompagnare una sorta di naturale tendenza al rinserramento per comunità omogenee, l'esatto contrario della cultura urbana che è di incontro, mixage, quasi meticciano di fatto, di tendenziale superamento o almeno di positiva e interattiva relazione tra soggetti con notevoli differenze socioculturali e antropologiche, che lasciate a sé stesse potrebbero generare separazioni e potenziali conflitti.

La Movida è un meccanismo gioioso, coinvolgente, molto umano di generare e far vivere relazioni, di promuovere comunità, di fare anche cross-over rispetto agli steccati di vario tipo che tendono a formarsi, soprattutto laddove la diversity mette fianco a fianco identità molto distanti.

E' un errore, però, continua il Consigliere Comunale Antonio Fundarò, leggere nella Movida una sommatoria di attività futili, o puri veicoli di arricchimento di gestori astuti, piuttosto occorre capire che al centro della buona qualità della vita urbana c'è la relazione, che

sebbene essa sia una propensione naturale degli individui, non è per niente scontata, soprattutto tra persone distanti per origine, approcci socioculturali e antropologici alla vita.

Storicamente i pubblici esercizi hanno svolto nella città una funzione socialmente cruciale, magari sommersa, ma al cuore della capacità di innovare tipica delle città: i caffè e bistrot parigini, i pub inglesi, i coffee shop americani e alcuni dei format storici dei pubblici esercizi italiani, dalle osterie alle trattorie ai bar, sino ai format più moderni e frequentati dei nostri giorni; tutti nella diversità dei format hanno come requisito primario quello di fare da microclima proattivo per la relazionalità.

Questo valore relazionale dei pubblici esercizi è da mettere nel computo dei costi e benefici e trova nella Movidà una piattaforma di espressione ideale. Esiste notoriamente un'ampia letteratura sul ruolo degli esercizi pubblici citati nelle varie epoche e città; non si tratta qui di farne l'elogio quasi pubblicitario, ma di sottolineare una funzione sociale che travalica epoche, contesti, format, persino prodotti e servizi che sono erogati, per arrivare al cuore del rapporto con le città e con le esigenze che esse hanno di rompere gli effetti di una coesistenza di soggettività anonime a rischio di solitudine, e sicuramente bisognose di relazionalità.

Pertanto, continua il Consigliere Antonio Fundarò, va stressato il fatto che la Movidà ha un suo nucleo intrinsecamente positivo perché genera valore sul piano:

- sociale, perché rappresenta una materializzazione, una risposta concreta, anche nel centro storico alla nuova voglia di convivialità che non accenna a placarsi anche al tempo della crisi;
- economico, con un rilevante fatturato per le attività economiche direttamente coinvolte, creazione di occupazione e opportunità imprenditoriali importanti;
- culturale, perché esprime gli stili di vita di gruppi rilevanti di cittadini, che vogliono stare dove "le cose succedono", e vivono e intercettano i trend più innovativi del divertimento, della convivialità;
- del marketing territoriale, perché consente alle città di darsi un'immagine trendy, glamour, attrattiva, e quindi competitiva sul mercato turistico e anche rispetto all'attrazione di talenti e creativi.

Ecco perché occorre puntare ad un obiettivo inequivocabile: la Movidà ci vuole, la MalaMovidà no.

E' questa la sostanza della riflessione sulla fenomenologia analizzata e occorre quindi tradurre operativamente quest'obiettivo, indicando un percorso e strumenti funzionali a tale dinamica che, peraltro, non è scontata nella realtà di tante nostre città dove la Movidà cattiva scaccia quella buona.

L'intreccio in apparenza inestricabile tra dinamiche positive della Movidà e la MalaMovidà impone di dare corso a soluzioni complesse, mettendo da parte l'idea che esista un editto, che sia del governo locale o di quello centrale, in grado di lanciare la Movidà e stroncare la MalaMovidà.

E' questo che rende perennemente insufficienti le singole delibere, i vari atti regolatori troppo spesso estemporanei e rende sterile e destinata alla sconfitta una rincorsa verso ordinanze via via più rudi: queste pratiche non avvicineranno di un palmo la soluzione.

Si è di fronte ad un problema di place-shaping, vale a dire una problematica complessa, di tipo socioeconomico, culturale, istituzionale che chiama in causa i comportamenti sociali diffusi e che pertanto richiede il ricorso a una pluralità di policy e coinvolge una molteplicità di soggetti; solo una convergenza responsabilizzante dei tanti soggetti unita ad un intreccio virtuoso, efficace, intenzionalmente orientato dei vari spicchi di policy coinvolte consentirà di riportare la situazione sotto controllo, ed eventualmente di effettuare una positiva uscita in avanti.

Ed occorre guardare alla Città di Alcamo, continua il Consigliere Antonio Fundarò, come ad un'organismo di spazi interconnessi tra i quali sono rapidi i processi di osmosi; è quindi importante trovare soluzioni non parziali o spazialmente limitate altrimenti è alto il rischio di limitarsi a generare flussi di spostamenti da uno spazio pubblico all'altro, con un puro trasferimento delle problematiche.

Il popolo della Movida è molto mobile, fluido, intenzionalmente orientato a cercare spazi dove esprimersi e da rileggere secondo le proprie esigenze. O si scelgono spazi ad hoc per la Movida e si tenta, senza certezza di riuscirci, di incentivare le persone a frequentarli, oppure sarebbe opportuno praticare alcune regole generali comuni.

La necessità di coinvolgere tutti gli stakeholder.

C'è un primo problema che è di metodo, perché troppo spesso alcuni degli attori che vivono e subiscono la Movida di fatto sono stati esclusi dai processi decisionali, oppure la loro voce ha avuto spazio sui media in caso di eclatanti azioni di protesta, ma nella concreta dinamica decisionale non hanno contato.

Quindi, primo punto è quello del metodo, della necessità assoluta, ovunque di improntare le decisioni relative alla Movida ad una logica e a un metodo inclusivo e del dialogo. Occorre promuovere il coinvolgimento di tutti coloro che subiscono le conseguenze delle scelte che dovranno essere fatte, e il confronto deve essere effettivo con una prassi discorsiva e di confronto tra argomenti.

Il paradigma deliberativo nel nuovo contesto vuol dire aprire l'arena, cioè fare in modo che tutti coloro che sono potenzialmente investiti da scelte pubbliche siano chiamati ad esprimere il proprio punto di vista e interesse.

Questa dimensione ha una portata politica essenziale perché di fatto amplia la struttura delle opportunità per i vari soggetti e, quindi, rende meno essenziali il ricorso alla protesta nella varie forme; inoltre, creando interazione riduce la radicalizzazione potenziale dei conflitti, apre alla ricerca di soluzioni più attente all'interesse collettivo, all'equilibrio di interessi diversi.

Andrebbe definito un percorso deliberativo chiaro, fatto di grande trasparenza e apertura ai vari interessi. Il lobbying come pratica di accompagnamento alle decisioni della politica locale

rischia in questo caso di generare una radicalizzazione del conflitto, ambiguità, sospetti, e la perenne convinzione di essere stati penalizzati dalle decisioni, il contrario dell'idea di tenere realisticamente insieme esigenze anche molto distanti, ma che non possono non trovare un punto di compromesso visto che hanno tutte fondamento certo e legittimo.

Pertanto, il primo passo rispetto alla situazione attuale è quello di un rilancio o di un lancio di una pratica deliberativa locale, che è rivolta alla specifico del territorio coinvolto, anche se subcittadino.

Questo approccio di metodo è una specie di premessa che peraltro vale anche per altre problematiche della vita urbana, o anche per contesti in cui devono essere attivate infrastrutture o eventi che generano costi rilevanti per le comunità circostanti e i cui benefici spesso sono dispersi su comunità molto più ampie, in alcuni casi anche lontane dall'epicentro del fenomeno.

Pur nell'evidente diversità delle modalità concrete di espressione della Movida nei vari contesti, è importante rilevare che le diversità di interessi, esigenze, aspettative vanno innestate dentro pratiche deliberative strutturate in percorsi ufficiali, trasparenti, noti, percepiti come efficaci, di confronto, altrimenti alla sensazione dell'esclusione è facile reagire con un approccio vertenziale o conflittuale a prescindere, il cui esito è di solito il deperimento dei contesti.

E' vero che in molti contesti le amministrazioni comunali hanno avviato o praticato percorsi di ascolto, dialogo e scambio tra gli attori, ma al di là della buona volontà di chi se ne è occupato, semplicemente tali esperienze non hanno inciso sulle realtà concrete, non sono riuscite a farsi sentire proprie dai vari attori, tanto che essi, ciascuno per la propria parte, sono di fatto convinti che il soggetto pubblico gli gioca contro oppure che è semplicemente assente. Sulla degenerazione di tanti luoghi della Movida si gioca anche la partita della delegittimazione delle istituzioni politiche locali, che se sono intervenute non hanno ottenuto risultati significativi e se non sono intervenute oggi si trovano a fronteggiare situazioni incancrenite, incattivite, e certo non facili da portare a soluzione.

Per questo è importante promuovere sedi credibili per tutti dove far avviare il confronto tra argomenti, senza subito arrivare alla conta o alla pesa dei voti e degli interessi; come rilevato, occorre dare spazio a tutte le voci, al netto dei rapporti di forza o delle preferenze delle maggioranze politiche. E' indispensabile che nei contesti urbani al centro di pratiche conflittuali per il loro utilizzo sia tenuta in attenta considerazione la mappa delle voci e dei discorsi.

Il rischio di pratiche di governance non coinvolgenti e riconosciute è quello che alla rappresentanza degli interessi in gioco si sostituisca una loro persistente rappresentazione dove a contare è la capacità di piccoli gruppi di avere visibilità mediatica, di occupare l'immaginario, magari con l'aiuto di un uso intenso e creativo del web, piuttosto che quella di cercare risposte agli interessi che rappresentano.

Una governance all'altezza vive di pratiche inclusive che non ritengono che le risposte siano tutte dall'alto, da imporre, per poi constatare che questa è la scorciatoia per non fare nulla, lasciando che a prevalere siano i più forti, e molto spesso coloro che meno rispettano le regole, con un danno generale per le città, oltre che per i territori coinvolti direttamente.

Il metodo è quindi il punto di partenza, una sorta di condizione necessaria anche se non sufficiente; poi occorre individuare nello specifico di ogni contesto le risorse per un'uscita in avanti.

La fenomenologia e le cause della MalaMovida unite alla riflessione sui dispositivi che la normativa mette a disposizione, consente di dire che, al di là della necessità di superare subito le tante microfurbizie che hanno portato a intasare i territori di format di vendita di bevande con definizioni fantasiose e percorsi agevolati di attivazione, c'è una pratica più attiva, di attacco che va perseguita: ricostruire a livello locale pratiche regolatorie in grado di evitare a monte le criticità legate all'eccesso di numeri e conseguenti pericoli per la salute pubblica, la sicurezza e gli altri aspetti che pure la normativa richiama.

Per questo non può essere esercizio puramente speculativo quello di definire, rispetto alle indicazioni normative, parametri di densità praticabile da garantire; e al contempo attivare pratiche di disintasamento, che significano anche politiche di installazione e reinstallazione di attività in contesti diversi resi appetibili a livello infrastrutturale o di fiscalità locale, così da potere offrire le legittime garanzie agli operatori che hanno effettuato o sono chiamati ad effettuare investimenti di tasca propria.

E' noto infatti che per fare reddito è indispensabile per gli operatori che ci sia massa critica di domanda potenziale, un bacino di utenza adeguato dal quale enucleare la propria clientela; e ovviamente questo rende la densità un valore essenziale da tutelare; si tratta di definire opportunamente dove finisce la densità e dove, anche in seguito alle indicazioni normative, inizia l'intasamento con tutto il suo seguito di comportamenti e pratiche antisociali.

Strumenti di governo che incidano sulle modalità di avvio delle attività sono a questo punto inderogabili, in primo luogo nel centro storico (in cui teoricamente è già così, ma la pratica di questi anni mostra che il dispositivo è pieno di buchi); tutti i format, a meno che non si ristabilisca una differenziazione netta tra le varie attività con anche una precisa definizione per ciascuna di esse dei limiti di orario e di servizio, devono passare per la strettoia di un sistema autorizzatorio che prenda in considerazione lo stato dell'arte del luogo in cui deve essere avviata.

Senza un ritorno dei Comuni e delle istituzioni subcomunali ad una pratica di conoscenza e gestione del ritmo di incremento e della composizione dell'offerta commerciale e più ancora di tutte le unità di offerta abilitate alla vendita di bevande alcoliche, sarà molto difficile frenare le dinamiche spontanee di intasamento estremo, perché troppo forte il vantaggio per gli operatori di avere una massa critica potenziale di clientela laddove si punta su format scarnificati di pura vendita di alcolici.

Si può dire che alla domanda retorica se si debba lasciare sempre, comunque e ovunque l'evoluzione dell'offerta di attività che vendono o somministrano alcolici al solo libero gioco del mercato, la risposta è no senza se e senza ma. Se per alcune attività commerciali ed artigianali non si vuole intervenire in termini di regolazione dell'accesso allora occorre ristabilire cosa possono o non possono fare, quando possono o non possono svolgere l'attività di vendita, in particolare di bevande alcoliche.

E, tutto sommato, una maggiore attenzione al ritmo di crescita di attività commerciali, pubblici esercizi e imprese artigianali alimentari potrebbe essere molto utile per il futuro.

Il problema non è rilanciare uno stantio dibattito astratto tra neopianificatori e liberalizzatori, piuttosto di guardare al concreto contesto delle città focalizzando la pericolosa deriva spontanea che nasce dall'intreccio tra la voglia di fare reddito ad ogni costo di taluni operatori, la domanda infinita di alcol e l'assenza di qualsivoglia regola (o controllo o sanzione) che di fatto spiana la strada alla legge dell'economicamente più forte.

E d'altro canto, poiché il surplus di valore economico che alimenta i redditi di alcuni operatori e dei proprietari degli immobili in cui tali attività sono installate è pagato dal disvalore sociale dell'eccesso di consumo di alcol da parte dei giovani e dalla distruzione della quiete pubblica per i residenti, diventa indispensabile mettere un termine a questa situazione, rilanciando pratiche che consentano di ripristinare l'interesse della comunità.

E' stato abbondantemente dimostrato nella presente ricerca che esiste nella nostra società una domanda tendenzialmente infinita di alcol, soprattutto tra i giovani, e si tratta di fissare che è un problema sociale che richiede iniziative specifiche.

La causa di questa problematica non è la Movidia, e non ne sono responsabili in primis i gestori, persino i più spregiudicati. E' però indubbio che la deresponsabilizzazione sociale di tanti gestori di format che moltiplicano il fatturato incentivando la domanda di alcol anche tra gli adolescenti è un aspetto patologico che aggrava la problematica sociale.

E laddove si ritenga che i tassi di alcolismo si vanno avvicinando pericolosamente alla loro torsione patologica per quote crescenti di giovani allora è indispensabile intervenire con strumenti efficaci.

Anche in questo campo non esiste l'editto risolutore, così come non esiste un neoproibizionismo capace di cambiare le dinamiche sociali, tuttavia non si può non considerare che ci sono comportamenti da parte degli esercenti che sono un'incentivazione all'eccesso di consumo.

Per questo la responsabilità sociale degli operatori commerciali, di tutti coloro che vendono alcolici al di là del format che gestiscono, è oggi un'esigenza diffusa, importante, uno strumento da non sottovalutare, perché significa attivare presidi sociali nel cuore della fenomenologia.

Occorre attivare percorsi di formazione adeguati per gli operatori finalizzati alla responsabilizzazione sociale, e un'attenta osservazione nonché misure draconiane per quegli

esercizi che di fatto sono veri e propri erogatori di quantità incontrollate di alcol, che diventano per questo punto di approdo dei più propensi all'alcolismo.

Ci sono comportamenti sentinella da sanzionare nel mercato chiaramente indicati dalle normative anche recenti, come la vendita di alcolici ai minori.

Occorrono codici di condotta concreti, capaci di stanare i comportamenti che di fatto approfittano di una fragilità sociale e la trasformano in una occasione di guadagno che trasferisce nelle tasche di operatori privati il vantaggio legato all'insorgere di un costo sociale pubblico; l'eccesso di consumo di alcol produce costi sanitari e sociali, anche a seguito dei comportamenti che recano danno in molti modi alla collettività.

La tutela della salute, continua il Consigliere Antonio Fundarò, è un'esigenza superiore richiamata dal legislatore e dall'interesse collettivo, non solo dei residenti; essa richiede un'azione costante, incisiva, d'intervento diretto preventivo e sanzionatorio e di educazione diffusa, che non può non imporsi su altre esigenze laddove entrano in conflitto.

Non c'è libertà economica o impulso liberalizzatorio che giustifichi allentati controlli su aspetti, dall'alcol all'inquinamento acustico prolungato, che impattano direttamente sulla salute di tanti cittadini.

L'armamentario normativo e regolatorio a questo stadio appare sufficiente per un'azione definitiva di ripristino di adeguati standard di tutela della salute ovunque siano minacciati.

E sull'alcol anche dagli organismi sovranazionali, dall'Ue all'Oms sono sempre venute indicazioni per una gestione rigorosa, attenta a contenere il consumo, soprattutto tra i minori, anche mediante forme di regolamentazione di chi vende alcol.

Di seguito, su richiesta del Presidente Antonio Pipitone, la normativa di settore per tipologie.

Interviene il Consigliere Comunale Antonio Fundarò.

NORMATIVE RELATIVE ALL'ALCOL

Il recente decreto Balduzzi (D.L. n. 158/2012 conv. in L. n. 189/2012), con l'articolo 7 comma 3 bis, ha introdotto il divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di 18 anni, mentre, con il successivo comma 3 ter, ha inserito un nuovo comma all'articolo 689 del Codice Penale, che già disciplina il divieto di somministrazione di bevande alcoliche ai minori di 16 anni e agli infermi di mente, introducendo così il divieto di somministrare alcolici attraverso i distributori automatici che non consentano la rilevazione dei dati anagrafici dell'utilizzatore mediante sistemi di lettura ottica dei documenti o che non siano presenziati da personale incaricato di effettuare il controllo dei dati anagrafici.

Il quadro normativo risulta così composto:

- divieto di somministrazione di bevande alcoliche ai minori di anni 16 (art. 689, comma 1, c.p.);
- divieto di somministrazione di bevande alcoliche ai minori di anni 16 per mezzo di distributori automatici (art. 689, comma 2, c.p.);

- divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di anni 18 per mezzo di distributori automatici (art. 14 ter L. 125/2001);
- divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di 18 anni (art. 14 ter L. 125/2001).

In pratica, è possibile somministrare al tavolo o al banco una birra in bottiglia se il cliente ha più di 16 anni, ed è possibile vendere la medesima bottiglia per asporto se il cliente ha più di 18 anni.

Va detto che vendita e somministrazione configurano due fattispecie distinte e separate sia sotto il profilo giuridico sia sotto i profili fiscali, essendo la prima una cessione di beni e la seconda una prestazione di servizi, e pertanto devono applicarsi le rispettive norme, non potendo estendere la disciplina di una all'altra e viceversa.

LIMITI DI ORARIO ALLA VENDITA E ALLA SOMMINISTRAZIONE DEGLI ALCOLICI E DEI SUPERALCOLICI

La distinzione tra somministrazione e vendita è stata più volte presa in considerazione dal legislatore in relazione alla vendita e somministrazione di alcolici nelle ore notturne.

Infatti, sono previsti limiti di orari diversi a seconda della fattispecie presa in considerazione:

- Pubblici esercizi: divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 3 alle 6 (art. 54 riforma Codice Strada 2010 - allegato 5).
- Circoli privati: divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 3 alle 6 (art. 54 riforma Codice Strada 2010).
- Distributori automatici sia in PE sia in altri luoghi: divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 24 alle 7 (art. 14 bis L. 125/2001).
- Spazi e aree pubblici: divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 3 alle 6 (art. 54 riforma Codice Strada 2010).
- Esercizi di vicinato: divieto vendita alcolici e superalcolici dalle 24 alle 6.
- Aree di servizio sulle autostrade e strade di tipo A (superstrade): divieto somministrazione superalcolici, divieto vendita per asporto superalcolici dalle 22 alle 6, divieto di somministrazione alcolici dalle 2 alle 6 (Art. 14 L. 125/2001 - allegato 6).

In questo caso rileva anche la distinzione tra alcolici e superalcolici, contenuta nell'art. 1, comma 2, della Legge n. 125/2001: "Per bevanda alcolica s'intende ogni prodotto contenente alcol alimentare con gradazione superiore a 1,2 gradi di alcol e per bevanda superalcolica ogni prodotto con gradazione superiore al 21 per cento di alcol in volume".

GLI ORARI DEI NEGOZI DI VENDITA E DEGLI ARTIGIANI

Fino al 1998 i protagonisti assoluti della sera degli italiani sono rimasti i pubblici esercizi.

Infatti i negozi di vendita dovevano chiudere alle ore venti, elevabili alle 21 nel periodo estivo, al medesimo orario erano vincolati anche cooperative ed artigiani con vendita al pubblico.

Successivamente, con l'introduzione del Decreto Legislativo 114 del 1998, l'orario di apertura dei negozi fu portato dalle ore 7 alle ore 22. Ma tale orario non si applicava più agli artigiani

che per la vendita al minuto da allora possono rimanere aperti 24 ore al giorno. La medesima libertà di orario viene ad interessare il commercio al dettaglio nei comuni ad economia prevalentemente turistica e nelle città d'arte.

Dal 2012 la liberalizzazione degli orari è stata universale.

Da quanto sopra emerge come già dal 1999 nelle città d'arte ed in quelle turistiche la sera non è più riservata ai tradizionali pubblici esercizi ma è aperta a tutti gli operatori commerciali ivi compresi quelli che esercitano su aree pubbliche.

Il Presidente Pipitone dà lettura del **quinto** punto all'O.d.G: **“Studio e consultazione per la redazione del “Regolamento per la convivenza tra le funzioni residenziali e le attività di esercizio pubblico e svago nelle aree private, pubbliche e demaniali”**”.

Il Presidente della Commissione Consiliare Antonio Pipitone invita i Componenti della Commissione Consiliare a stilare il Regolamento di cui all'ordine del giorno. Intervengono, al dibattito i Consiglieri Fundarò, Sciacca, Castrogiovanni, Coppola, Pipitone.

PRINCIPI GENERALI

Art. 1. Oggetto e finalità

1. Il presente Regolamento è diretto ad assicurare la convivenza tra le funzioni residenziali e le attività di esercizio pubblico e di svago nelle aree private, pubbliche e demaniali, nel territorio del Comune di Alcamo, mediante la regolamentazione dei comportamenti e degli impatti diretti e indiretti, sull'ambiente urbano, derivanti dalle manifestazioni pubbliche o private nonché dagli esercizi commerciali, artigianali alimentari e di somministrazione di alimenti e bevande.

Il Presidente Pipitone, alle ore 18,40, considerata la necessità di ulteriore approfondimento, scioglie la seduta e la rinvia a successiva già convocata con analogo ordine del giorno.

IL SEGRETARIO
LIPARI GIUSEPPE

IL PRESIDENTE
PIPITONE ANTONIO