



I centri commerciali, i parchi, gli outlets che, solo per semplicità di riferimento potremmo indicare come "comparto dei centri commerciali", sono spesso accomunati fra loro come sinonimi per rappresentare l'espressione per eccellenza, della vendita al dettaglio, del retailing .

Il comparto, fin dalla sua apparizione, ha posto in evidenza elementi di rilevante complessità, sia sotto l'aspetto urbanistico, sia sociale e commerciale sia sotto quello giuridico.

Il riferimento ai centri commerciali nella normativa amministrativa non è certamente cosa nuova.

Già la legge 11 giugno 1971 n. 426, prevedeva che *"Nei piani regolatori particolareggiati e nelle lottizzazioni convenzionate sono determinati gli spazi eventualmente riservati ai centri commerciali all'ingrosso e al dettaglio, ivi compresi i mercati rionali, ed ai grandi esercizi di vendita, con superficie superiore ai millecinquecento metri quadrati, esclusi magazzini e depositi"* (cfr art.13) e che *"L'autorizzazione all'apertura di centri commerciali al dettaglio e di punti di vendita che per dimensioni e collocazione geografica sono destinati a servire vaste aree di attrazione eccedenti il territorio comunale, è subordinata al nullaosta della Giunta regionale, sentito il parere della commissione di cui all'art. 17, quando la superficie di vendita è superiore ai millecinquecento metri quadrati, esclusi magazzini e depositi. Il nullaosta della Giunta regionale di cui al precedente ed al presente articolo può essere concesso anche in deroga a quanto disposto dal secondo comma dell'art. 12"* (cfr art.27).

Il Decreto ministeriale del 17 giugno 1988, n. 248, in attuazione di quanto previsto dall'art. 3 del decreto-legge 26 gennaio 1987, n. 9, convertito dalla legge 27 marzo 1987 n. 121, che prevedeva l'emanazione da parte del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato di un provvedimento teso ad individuare le caratteristiche dei centri commerciali, all'ingrosso e al dettaglio, disponeva che il "centro commerciale all'ingrosso" dovesse essere costituito da un numero di esercizi di vendita all'ingrosso non inferiore a 5, inseriti in una struttura a destinazione specifica provvista di spazi di servizio comuni gestiti unitariamente e che, il "centro commerciale al dettaglio", dovesse essere costituito da un numero di esercizi di vendita al dettaglio, di qualunque dimensione, non inferiore a 8, che avessero una superficie di vendita complessiva di almeno 3500 metri quadrati, fossero integrati da esercizi per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande e fossero inseriti in una struttura a destinazione specifica provvista di spazi di servizio comuni gestiti unitariamente.

La riforma del commercio, sancita dal D.Lgs 114 del 31 marzo 1998 (cd. decreto Bersani), all'art.4 lettera g) ha definito il centro commerciale come *"una media o*

grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente”.

Le Regioni hanno successivamente provveduto ad emanare le norme di attuazione previste dal predetto D.Lgs 114/98 e tutte hanno previsto una specifica disciplina per il comparto dei centri commerciali.

A parte la inevitabile perfezionabilità delle leggi ed alcuni “vuoti normativi”, come ad esempio in materia di outlet, sotto il profilo amministrativo, il comparto ha certamente un proprio inquadramento sistematico.

La gestione nella pratica

Diverso discorso è invece quello delle norme privatistiche che disciplinano i centri commerciali nei rapporti interni fra gli stakeholders ed in cui si è trattato, e tutt’ora in buona misura si tratta, di “adattare” norme coniate per realtà, quale quelle dei negozi di vicinato, assolutamente diverse da quelle dei centri e parchi commerciali, tanto sotto il profilo della loro regolamentazione quanto, e prima ancora, sotto il profilo dei loro stessi principi ispiratori e relative logiche commerciali.

Gli istituti giuridici che tipicamente e maggiormente sono coinvolti nel comparto, sono quelli della vendita, della locazione, dell’affitto di azienda o, sotto il profilo strettamente gestionale, quelli dell’appalto, del contratto d’opera ecc.

Una delle attività tipiche dei centri commerciali è quella di promozione e realizzazione di eventi capaci di dare loro visibilità, attrarre clientela e incrementare la propensione alla spesa al loro interno come concorsi, talent show, lotterie, reality ed altro.

Per la contrattualizzazione di tutte queste manifestazioni, occorre attingere ad una rilevante quantità di norme ed istituti giuridici di riferimento, tale da impegnare intensamente i soggetti preposti alla gestione del centro commerciale ed i loro consulenti.

Un’altra delle attività tipiche del comparto è quella della gestione degli spazi comuni.

Concedere a terzi porzioni di mall oppure spazi in aree esterne per posizionarvi degli stands, più o meno temporanei, è una delle attività tipiche dei soggetti preposti alla gestione dei centri commerciali.

L’utilizzo degli spazi comuni, riempie il centro di attività ulteriori e sempre diverse, aumenta la varietà dell’offerta o almeno dell’esposizione, adduce profitto per la normale onerosità delle concessioni e per l’aumento delle presenze all’interno del centro; il tutto in una relazione tale da determinare un rapporto diretto, da un lato fra il livello di affermazione ed avviamento del centro commerciale e, dall’altro, il livello di richieste di occupazione di spazi comuni ed il loro costo.

Siamo tutti abituati a vedere nelle gallerie dei centri commerciali, per periodi più o meno lunghi, esposizioni di automobili piuttosto che chioschi con prodotti locali o ancora attrezzature e giochi per bambini.

A parte i problemi amministrativi legati all’eventuale attività di vendita che potrebbe essere effettuata nei vari stands ed alla possibilità di ottenere autorizzazioni temporanee, il problema privatistico che spesso si pone è quello legato alla natura

giuridica del rapporto ed all'applicabilità della disciplina delle locazioni, quale potrebbe apparirebbe in molti casi applicabile, ma che certamente nulla ha a che vedere con la natura del rapporto e le relative condizioni, con le sue finalità, il bilanciamento degli interessi meritevoli di tutela e le intenzioni dei contraenti.

I centri commerciali, sono generalmente di proprietà di singoli soggetti giuridici, titolari delle relative autorizzazioni amministrative mentre, la gestione dei vari punti vendita presenti, è affidata a terzi mediante strumenti giuridici di varia natura come quelli della locazione e dell'affitto di azienda.

Uno dei dibattiti che spesso ha impegnato le aule dei tribunali in vicende legate ai centri commerciali, è proprio quello della contrapposizione degli istituti della locazione e dell'affitto di azienda, nel tentativo dei contendenti di far prevalere l'uno o l'altro istituto in vicende che, di contro, potrebbero rappresentare un *tertium genus*.

I centri commerciali a proprietà diffusa

I centri commerciali a proprietà diffusa, in cui cioè i vari locali che lo compongono sono di proprietà dei relativi operatori o comunque la proprietà dell'intero centro non è concentrata in un unico soggetto, sono certamente una sparuta minoranza.

Molte sono le ragioni della loro scarsissima diffusione, vuoi per le maggiori difficoltà realizzative, decisionali e gestionali, vuoi per l'astratto venir meno, in detta ipotesi, dell'ideale unitarietà aziendale dell'intero centro.

Certo è che, in siffatte ipotesi, il centro commerciale si configura, in tutto e per tutto, come un condominio; con le conseguenti e ben note difficoltà di gestione attraverso le vigenti norme giuridiche di riferimento che, in edifici nati con esclusiva vocazione commerciale e che dovrebbero poter essere gestiti con criteri aziendali, manifestano invece ed in modo esasperato, tutta la loro inadeguatezza.

La bozza di riforma del diritto in materia condominiale, già approvata al Senato lo scorso 26 gennaio 2011 e passata ora all'esame della Commissione Giustizia della Camera, introduce numerose e rilevanti modifiche rispetto alla vigente normativa; alcune delle quali hanno la capacità di apportare importanti riflessi nell'ambito del comparto dei centri commerciali, soprattutto in ordine alla gestione degli stessi.

La riforma, pur non avendo previsto ipotesi di destinazione unitaria dell'intero edificio diversa da quella abitativa, ha comunque introdotto, fra le altre, una disciplina specifica per le parti comuni, che prevede la necessaria individuazione della loro destinazione, la possibile modifica e alienazione al fine di realizzare un interesse diverso della cosa comune; il tutto senza il vincolo della necessaria unanimità dei consensi richiesto dalla vigente normativa.

La mediazione civile nei centri commerciali

Recentemente, il 21 marzo scorso, è entrata in vigore la norma che prevede il ricorso alla mediazione in alcune materie e, in alcune di queste, in modo obbligatorio quale condizione di procedibilità dell'eventuale domanda giudiziale.

Fra queste ultime materie, sono comprese quelle del condominio, della locazione e dell'affitto di azienda.

Il comparto dei centri commerciali è dunque intensamente coinvolto dalla nuova normativa che, pur tuttavia, non è destinata a una migliore regolamentazione dei rapporti di diritto sostanziale fra gli stakeholders ma solo a regolamentare la loro eventuale fase patologica.

Fra le ragioni ispiratrici della norma, oltre che il necessario recepimento della normativa europea, viene esaltato l'intento deflattivo del sistema giudiziario: intento che appare certamente lodevole ed ampiamente meritevole di apprezzamento, ma che finisce per rendere ancor più evidente il collasso del ricorso alla giustizia ordinaria che pure dovrebbe rappresentare un diritto del cittadino.

E' opinione di chi scrive che l'obbligatorietà della mediazione in relazione alle materie individuate dal legislatore, così come la mancata previsione anche di una distinzione in ragione del valore delle controversie, possano essere di ostacolo ad una piena estrinsecazione delle potenzialità del ricorso alla mediazione e che, anzi, siano capaci di pregiudicarla gravemente.

A parte questioni squisitamente processuali e legate all'eventuale fase giudiziale del contenzioso, non appare chiaro il senso, ad esempio, dell'esclusione di un semplice contratto di appalto di pochi euro dal novero delle materie per le quali il ricorso alla mediazione è obbligatorio e l'inclusione, invece e sempre a titolo di esempio, di una compravendita immobiliare di milioni di euro.

Allo stato, la questione si è ulteriormente complicata a seguito dell'ordinanza n. 3202 del 12 aprile scorso con la quale il T.A.R. del Lazio ha dichiarato rilevante e non manifestamente infondata in relazione agli artt. 24 e 27 della Costituzione, la questione di legittimità costituzionale dell'art. 5 del D.Lgs. n. 28 del 2010 nella parte in cui introduce a carico di chi intende esercitare in giudizio un'azione relativa alle controversie nelle materie espressamente elencate, l'obbligo del previo esperimento del procedimento di mediazione, nella parte che prevede quale condizione di procedibilità della domanda giudiziale l'esperimento della mediazione, nella parte in cui dispone che l'improcedibilità debba essere eccepita dal convenuto o rilevata d'ufficio dal giudice ed infine, in relazione all'art.16 del predetto decreto legislativo, nella parte in cui dispone che abilitati a costituire organismi deputati a gestire il procedimento di mediazione siano gli enti pubblici e privati che diano garanzie di serietà ed efficienza.

I contratti di locazione commerciale

Il settore del commercio, sia quello "su strada" che quello del comparto dei centri commerciali, è certamente fra quelli che risentono maggiormente dell'attuale congiuntura economica.

Il commercio è afflitto da una crisi che nasce dal diminuito potere di spesa del consumatore ma che ha altrettanto certamente maturato la propria evoluzione incidendo sulla stessa valutazione dei propri bisogni da parte del consumatore stesso. E' dunque una crisi strutturale con la quale il settore si sta confrontando, cercando di individuare elementi di rilancio, sinergie d'ogni genere e finanche interventi normativi capaci di contribuire allo scopo.

In questo contesto, si inserisce la recente proposta presentata al Parlamento lo scorso 6 aprile, per la riforma della Legge 392/78 in tema di locazioni commerciali.

La proposta, in estrema sintesi, prevede un prolungamento dagli attuali sei anni – quale durata minima locativa in tema di immobili adibiti ad attività commerciali - a nove anni, così come già in vigore per gli immobili a destinazione alberghiera.

L'elemento più significativo della proposta di riforma, è probabilmente quello relativo all'indennità di avviamento commerciale. L'indennità, anche in questo caso, verrebbe uniformata a quella prevista per il settore alberghiero e dunque elevata dalle attuali 18 mensilità dell'ultimo canone di locazione, a 21 mensilità ma a cui dovrà essere aggiunta una ulteriore indennità pari alla media del reddito dell'attività, individuato nelle dichiarazioni degli ultimi nove esercizi, moltiplicato il coefficiente 1 (uno).

L'ipotesi, fra l'altro, prevede anche modifiche alle norme in tema di disdetta del contratto per i periodi successivi alla prima scadenza, all'esercizio del diritto di prelazione da parte del conduttore nonché la possibilità di sanatoria delle morosità in udienza ovvero nel termine eventualmente concesso dal giudice che, di contro, è allo stato possibile solo in materia di locazioni ad uso abitativo.

Si tratta, evidentemente, di un impianto normativo volto a rafforzare il peso contrattuale del conduttore, che presenta rilevantissime criticità e di cui certamente si parlerà molto ma che, probabilmente, trova la propria fonte ispiratrice nella ricerca, anche attraverso interventi legislativi, di quegli elementi di rilancio del settore di cui sopra abbiamo fatto cenno.

Al 31.12.2010, il comparto conta n.863 centri commerciali e outlet aperti, 14.250.000 m² di GLA e n. 30.300 negozi: appare dunque evidente come la diffusione del comparto, l'importanza che lo stesso ha indiscutibilmente assunto in tema di investimenti, di livello di scambi commerciali, di occupazione oltre che di presenza sul territorio e di incidenza sui servizi e le infrastrutture, renda necessario un intervento legislativo che conferisca alla materia, oltre che una dignità propria, soprattutto una regolamentazione specifica sotto il profilo civilistico, in grado di rispondere ed adattarsi alle sue proprie peculiarità, senza più dover mutuare, spesso impropriamente, istituti giuridici con vocazione solo apparentemente simile o che mal si adattano alla diversa fattispecie.