



COMUNE DI SUSA

Dossier per l'accreditamento tra i promotori dei Piani di Qualificazione Urbana

Ai sensi della D.G.R. n. 17 – 3285 del 3 luglio 2006 e della
D.G.R. n. 44 -3565 del 2 agosto 2006

Misura 1. “Valorizzazione del commercio urbano”

Linea di intervento a.

“Accreditamento dei promotori di Piani di Qualificazione Urbana”

Dicembre 2006

Consulenza Tecnica



Via Massena 20 – 10128 TORINO
Tel. 011/5516216 – Fax n. 011/5516289
www.catcom.it – e-mail: cat@ascomtorino.it



AREA snc - via Varallo 28/A - 10153 TORINO
Tel. 011/888600 - fax 011/8396327
email area@areatorino.it

Hanno collaborato per il Comune di Susa:

Dott. Livio Sigot
Geom. Valerio Menone
Geom. Diego Favro
Dott.ssa Emanuela Pesando

Nota Introduttiva

La Regione Piemonte, nell'ambito delle competenze assegnate alle Regioni dal Dlgs 114/98 e dalla riforma del Titolo V della Costituzione, ha, a partire dalla legge regionale n. 28/99, posto in essere una serie di provvedimenti finalizzati ad indirizzare e programmare lo sviluppo della rete distributiva in Piemonte alla luce dei principi e degli obiettivi strategici individuati a livello nazionale.

Tra gli aspetti affrontati dall'insieme delle norme prodotte, sia a livello nazionale che regionale, una attenzione particolare, soprattutto dalla legge regionale, è stata posta al tema della valorizzazione e alla salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane.

Gli strumenti individuati dalla Regione per realizzare gli obiettivi di valorizzazione e salvaguardia del ruolo del commercio che è localizzato in ambito urbano, soprattutto nelle zone dove esso è significativamente addensato, sono i ***Programmi di Qualificazione Urbana (P.Q.U.)***.

Essi sono un 'insieme di azioni coordinate dai comuni ed integrate dalla partecipazione attiva degli operatori privati, per la valorizzazione degli addensamenti commerciali urbani e per il recupero delle piccole e medie imprese, disciplinati dall'art. 18 dell'Allegato A della DCR 563 del 29.10.1999 s.m. e i..

I programmi di qualificazione urbana possono dunque essere promossi su porzioni di tutto il territorio comunale interessate dalla presenza di insediamenti commerciali, denominate «luoghi del commercio» o, se ne hanno i requisiti, «centri commerciali naturali», con esclusione degli addensamenti A.5. e delle localizzazioni L.2., e devono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche le aree mercatali per l'attività di commercio su area pubblica, i pubblici esercizi, le attività turistico - ricettive e di intrattenimento e svago, e di artigianato di servizio.

I P.Q.U. prevedono, per i Comuni, la possibilità di realizzare interventi di carattere strutturale, quali:

- creazione di parcheggi pubblici o privati pluripiano o interrati;
- rifacimento di illuminazione pubblica;
- ripavimentazione di vie e piazze;
- pedonalizzazione e moderazione del traffico, lungo vie e piazze, contestualmente ad altre adeguate ristrutturazioni del sistema del traffico urbano;
- ristrutturazione delle reti dei trasporti pubblici urbani ed extraurbani;

- realizzazione di piantumazioni, alberate, aree da destinare a verde pubblico di livello locale;
- realizzazioni di arredi urbani, tali da ottenere un miglioramento della visibilità, dell'identità e delle forme di richiamo nell'ambito dell'insediamento commerciale;
- recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
- recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- l) recupero di piazze e spazi pubblici da destinare ad aree mercatali per l'attività di commercio su area pubblica, alle attività commerciali, o a luoghi di esposizioni, di mostre e di attività culturali a carattere non permanente;
- m) creazione di spazi per l'insediamento delle attività commerciali;
- n) creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago;
- o) ogni altro intervento ritenuto idoneo alla riqualificazione economica ed urbana.

I comuni, per realizzare gli interventi di carattere strutturale di sopra descritti, utilizzano gli strumenti di pianificazione del territorio e di concertazione previsti dalla normativa nazionale e regionale vigente; in tal caso il programma di qualificazione urbana ne può costituire parte integrante e sostanziale.

Con l'adozione dei programmi di qualificazione urbana, allo scopo di rivitalizzare e tutelare lo sviluppo locale della rete distributiva, i comuni possono inoltre definire una serie di iniziative ed azioni "immateriali", quali:

- esonerare l'attivazione delle medie strutture di vendita, entro il limite consentito dalla tabella delle compatibilità di cui all'articolo 17, dalla verifica degli standard a parcheggio previsti all'articolo 25, sempre che siano garantiti nell'ambito territoriale, oggetto del programma di qualificazione urbana adeguati parcheggi pubblici e privati esistenti o in progetto;
- esonerare del tutto, o in ambiti delimitati, dall'obbligo di chiusura domenicale e festiva;
- esonerare del tutto, o in ambiti delimitati, dall'obbligo di chiusura infrasettimanale;
- disciplinare l'apertura notturna degli esercizi con maggiore ampiezza rispetto agli altri addensamenti urbani;
- prevedere lo sviluppo di idonee merceologie, attraverso appositi studi di mercato, per innalzare la qualità degli addensamenti commerciali;

- prevedere l'organizzazione di idonee aree pubbliche da destinarsi alla realizzazione di forme di mercato su area pubblica integrative, complementari e/o sostitutive del commercio al dettaglio in sede fissa;
- disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora questo costituisca un grave ed evidente contrasto con la tutela dei valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali, sempre che ciò non inibisca lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza fra varie tipologie commerciali;
- stabilire priorità o obblighi di contestualità di realizzazione delle iniziative programmate;
- sottoporre le comunicazioni di apertura degli esercizi di vicinato alle procedure di valutazione di impatto;
- escludere gli esercizi commerciali esistenti dalle possibilità previste per quanto concerne il trasferimento e l'accorpamento in altre zone di insediamento commerciale.

Le indicazioni sopra riportate sono adottate dai comuni con apposita normativa di attuazione limitata all'ambito del programma di qualificazione urbana,

I Programmi di Qualificazione Urbana possono inoltre usufruire di finanziamenti a valere su fondi pubblici all'uopo destinati.

La realizzazione degli interventi previsti può essere attuata con l'impiego di risorse finanziarie pubbliche e private, anche attraverso società a capitale misto da costituire a tale scopo.

Nel processo logico, così come definito dalla normativa vigente, di valorizzazione delle reti distributive locali i Programmi di Qualificazione rappresentano il secondo dei tre fasi in cui si articola il processo:

- 1) adeguamento del PRG alle disposizioni contenute nella DCR citata. Questo è un atto obbligatorio a cui i comuni non possono sottrarsi in base all'art. 6 del decreto legislativo 114/1998 (il decreto Bersani);
- 2) Piani di Qualificazione Urbana (di seguito PQU) cioè un' insieme coerente ed integrato di interventi (strutturali ed immateriali) finalizzati a migliorare l'attrattività delle zone commerciali dei comuni;
- 3) Organismi associati d'impresa per la gestione dei "centri commerciali naturali".

Ovviamente solo il primo passaggio rappresenta una norma cogente per i comuni.

Gli altri due punti sono una possibilità che viene offerta loro di progettare un percorso di sviluppo e di ottenere dei finanziamenti (più che altro, per le opere pubbliche, si tratta di premi, in quanto queste ultime devono avvalersi di una copertura finanziaria reperita autonomamente dal Comune) per le azioni e gli interventi inseriti nel programma del PQU e delle attività degli Organismi associati tra imprese.

Lo scorso luglio la Regione ha adottato una delibera “quadro”¹ che definisce le nuove misure e forme di incentivazione per la valorizzazione del commercio in ambito urbano e per il sostegno delle aree a rischio di desertificazione commerciale, proseguendo una linea di sostegno già avviata nel quinquennio 2000 - 2005.

La misura 1 “Valorizzazione del commercio urbano” di tale delibera programmatica disciplina, infatti, i Piani di qualificazione urbana individuando 5 linee d'intervento:

- a. accreditamento dei promotori di P.Q.U. destinatari della misura;
- b. formazione e informazione degli attori coinvolti;
- c. sostegno degli organismi associati d'impresa costituiti nell'ambito dei PQU finanziati dalla Regione Piemonte negli anni 2000-2005;
- d. sostegno del programma d'intervento del PQU (opere pubbliche + interventi dei privati sulla parte esterna delle loro attività);
- e. sostegno degli interventi promossi dalle imprese e dagli organismi associati di impresa esercenti nell'ambito di P.Q.U.

Il processo parte da una procedura di *accreditamento*, propedeutica per l'accesso a tutte le altre linee d'intervento, ad eccezione della linea c.

In altri termini se si vuole accedere ai fondi regionali sulle linee b., d. ed e. bisogna elaborare un piano strategico supportato da un'analisi territoriale (offerta commerciale, bacino di utenza potenziale, principali competitori ecc.) e da un manuale sinottico di autoverifica, fornito dalla Regione, il cui scopo è permettere a chi si accredita di controllare che tutti gli aspetti che la Regione sottoporrà a valutazione siano stati considerati nella elaborazione dell'analisi territoriale e nella stesura del piano di azione.

¹ Deliberazione giunta regionale n. 17 – 3285 del 3 luglio 2006 “ Misure e linee d'intervento per la valorizzazione del commercio urbano e per il sostegno delle aree a rischio di desertificazione commerciale e/o commercialmente deboli, in attuazione della Legge regionale 28/99 e della delibera CIPE 100/98. Triennio 06-08: assegnazione di risorse regionali alla Direz. Commercio e Artigianato di 28500000,00 con accantonamento di 4000000,00/2006, definizione di risorse statali di 3474819,86.

Con la successiva Deliberazione della Giunta Regionale n. 44 – 3565 del 2 agosto 2006, è stato approvato il bando che definisce in modo più dettagliato i criteri e le modalità per l'accreditamento dei soggetti(i Comuni) che intendono promuovere un P.Q.U., i contenuti e l'articolazione dei “*dossier di candidatura*” e dell'allegato “*Manuale sinottico di autoverifica del percorso e del contenuto progettuale*”.

E' nel Dossier di Candidatura che il soggetto promotore :

- definisce la porzione di territorio comunale oggetto del programma;
- descrive la situazione della infrastrutturazione esistente, dell'adeguamento normativo comunale, della domanda e dell'offerta commerciale esistente;
- evidenzia punti di forza/debolezza del sistema distributivo locale;
- identifica gli attori del processo di valorizzazione e, programmandoli anche su più anni, pianifica gli obiettivi, le strategie e le azioni necessarie ed opportune;
- individua e motiva le linee e gli assi strategici su cui fondare gli interventi strutturali pubblici e gli interventi strutturali dei singoli (privati);
- identifica e programma eventuali più approfondite analisi della domanda e l'insieme degli interventi immateriali concertati tra gli attori;
- stabilisce, gli ambiti, la tempistica e le modalità di valutazione degli interventi programmati;

Il Dossier di candidatura è quindi un documento, adottato nel suo insieme dal Comune con una delibera di programmazione e indirizzo, composto da tre parti;

1) una dedicata all'*analisi*, in cui vengono esaminati e valutati tutti gli elementi ed i fattori utili ad individuare le criticità ed i punti di forza della struttura e dell'articolazione del sistema distributivo del Comune in cui si propone la realizzazione di un PQU; tali elementi sono posti in relazione all'offerta distributiva locale presente negli altri territori con i quali esso si pone in competizione;

2) un *piano strategico di valorizzazione del commercio urbano*, parte in cui, sulla base delle informazioni raccolte e degli elementi valutati, vengono definiti gli obiettivi strategici del PQU, le misure e gli interventi che si ritiene siano prioritari, le strategie che si intendono perseguire, i soggetti che, oltre all'Amministrazione Comunale, verranno coinvolti nel piano di

valorizzazione, le linee di azione, gli interventi strutturali ed immateriali, accompagnati dall'indicazione delle risorse necessarie e dei tempi di realizzazione preventivabili.

3) il *manual sinottico di autoverifica del percorso e del contenuto progettuale*, articolato in criteri, parametri ed evidenze. Il manuale, risponde, da un lato, all'esigenza di raccogliere in forma sintetica tutte le informazioni e notizie ritenute necessarie ai fini della valutazione del "dossier di candidatura" e, nel contempo, costituisce una lista di controllo rispetto ai contenuti dell'analisi e del piano strategico. Il manuale sinottico è uno strumento di lavoro per i promotori di P.Q.U. e accompagna la stesura delle prime due parti (analisi e piano strategico).

A titolo indicativo la stesura di un Dossier di Candidatura deve quindi:

- fornire una sintetica descrizione del territorio comunale e delle sue caratteristiche salienti;
- definire la porzione di territorio comunale oggetto del PQU e motivare le ragioni della scelta;
- descrivere la situazione della infrastrutturazione esistente, dell'adeguamento normativo, della domanda e dell'offerta commerciale e di servizi esistente in rapporto ai competitori;
- descrivere l'evoluzione dell'offerta commerciale locale e la situazione della domanda potenziale e valutarne il rapporto in relazione ai competitori;
- evidenziare punti di forza/debolezza del sistema distributivo locale rispetto ai competitori;
- identificare gli attori del processo di valorizzazione e, programmandoli anche su più anni, pianificarne gli obiettivi, le priorità, le strategie, le azioni le risorse e le tempistiche necessarie ed opportune;
- individuare e motivare le linee e gli assi strategici su cui fondare gli interventi strutturali pubblici e gli interventi strutturali dei singoli;
- identificare e programmare eventuali più approfondite analisi della domanda , nonché l'insieme degli interventi immateriali concertati tra gli attori;
- stabilire, gli ambiti, la tempistica e le modalità di controllo e monitoraggio degli interventi programmati;

Sussistenza dei requisiti di ammissibilità

Al sensi di quanto previsto dalla D.G.R. 2 agosto 2006, n. 44 – 3565

Misura 1. Linea di intervento a. “Accreditamento dei Promotori di Piano di Qualificazione Urbana destinatari della Misura”. – Allegato A – Beneficiari, si evidenzia che:

- il comune di Susa è classificato come comune subpolo della rete primaria nell'Allegato 2 della DCR n. 563-13414 del 29.10.99 “INDIRIZZI GENERALI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER L'INSEDIAMENTO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA IN ATTUAZIONE DEL D. LGS 31.3.1998 114/98”, come modificata ed integrata dalla DCR n. 347-42514 del 23.12.2003 e dalla DCR n. 59-10831 del 24.3.2006.
- l'area su cui verrà sviluppato l'intervento di valorizzazione attraverso il P.Q.U. è l'Addensamento Storico Centrale A.1, così come individuato e racchiuso nel perimetro evidenziato dall'allegata tavola cartografica n. 1 'Vista di insieme'.
- che con Delibera del Consiglio Comunale n.° 37 del 26/9/2006 si è provveduto all'adeguamento degli strumenti comunali di sviluppo del commercio a seguito delle modificazioni introdotte dalla D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003 e della D.C.R. n. 59-10831 del 24.03.2006” adottato con deliberazione di CC n. 37 del 26/9/2006”, all'adeguamento degli strumenti comunali di sviluppo del commercio a seguito delle modificazioni introdotte dalla D.C.R. N. 59-10831 DEL 24 MARZO 2006.

Pertanto sussistono i requisiti di base richiesti per la partecipazione al bando regolamentato dalla D.G.R. 2 agosto 2006, n. 44 – 3565 - Misura 1. Linea di intervento a. “Accreditamento dei Promotori di Piano di Qualificazione Urbana destinatari della Misura”.

TAVOLA ADDENSAMENTI A1 E A3

Definizione dell'ambito competitivo considerato

Per poter ottemperare a quanto previsto dal bando ed avviare l'illustrazione e l'analisi dei più significativi aspetti relativi all'offerta commerciale del territorio comunale e, successivamente, anche di taluni aspetti riferiti alla domanda potenziale, occorre in primo luogo delimitare l'ambito entro cui verranno confrontati i diversi elementi che prenderemo in considerazione.

Seguendo le indicazioni del bando, i comuni di cui metteremo i dati a confronto con quelli di Susa sono elencati nella sottostante tabella 1.

In particolare per quanto riguarda i confronti richiesti al CRITERIO 4: "Offerta commerciale del Comune rispetto al proprio contesto competitivo", poiché il comune di Susa non appartiene a nessuna delle Aree di programmazione commerciale individuate dalla Regione Piemonte negli allegati alla DCR n. 563-13414 del 29.10.99 e s.m. e i., si è seguita l'indicazione contenuta nel "Manuale sinottico di autoverifica del percorso e del contenuto progettuale" individuando una conurbazione².

Rispetto ai confronti richiesti al CRITERIO 5: "Stima del bacino di utenza potenziale dell'offerta commerciale del Comune rispetto ai Comuni che si trovano entro un isocrona massima di 15 minuti", applicando la metodologia richiesta, sono stati individuati i comuni evidenziati nella parte di tabella 1 che identifica il "Bacino di Prossimità" e la conurbazione.

Tabella 1

Conurbazione di Susa e suo Bacino di Prossimità- CONURBAZIONE -				
Comune	Livello gerarchico	Popolazione	Distanza in km	Minuti percorrenza
Susa	subpolo	6.633	0	0
Bussoleno	subpolo	6.519	8,7	10'
Mompanero	minore	679	1	2'
Gravere	minore	733	2,4	2'
Giaglione	minore	688	3,4	4'
Meana di Susa	minore	942	3,6	5'
Mattie	minore	707	7,2	9'
Chiomonte	minore	977	6,3	7'
Novalesa	minore	560	7,6	8'
Totale popolazione della conurbazione		18.438		
Altri Comuni entro un'isocrona di 15'				
San Giorio di Susa	minore	991	14,7	11'
Venaus	minore	979	13,2	11'
Bruzolo	minore	1.349	16,1	14'
Chianocco	minore	1.722	11,9	15'
Totale popolazione dei comuni entro 15'		5.041		
Totale complessivo della popolazione		23.479		
Fonte: elaborazione CATCOM su dati Osservatorio Regionale del Commercio 2005				

² ".....con il termine conurbazione, si intende che il confronto di dati e di informazioni, di volta in volta richiesto, va fatto:

- 1) se un comune non è compreso in un'area di programmazione - con il/i comune/i attrattore/i più vicino e con i comuni confinanti direttamente con quello in cui si fa il PQU;
- 2) per i comuni, diversi da Torino, compresi nell'area di programmazione del capoluogo, con il/i quartiere/i di Torino confinante o più vicino e con i comuni confinanti direttamente con quello in cui si fa il PQU."

Bacino di utenza

PARTE 1 – ANALISI DEL TERRITORIO E DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO LOCALE

Capitolo 1

Quadro di sintesi delle principali caratteristiche storiche e territoriali della città

Una sintetica descrizione della storia della città e della sua collocazione e conformazione territoriale, eventuali indicazioni di sviluppo del Piano Territoriale di Coordinamento provinciale.

La città di Susa, 6.633 abitanti, situata alla confluenza del torrente Cenischia con la Dora Riparia, è un comune le cui origini risalgono all'epoca romana (*Segusium* è il suo nome latino, da cui deriva la denominazione di *segusini* per i suoi abitanti) e che ebbe un ulteriore sviluppo in epoca medievale.

E' situata a 54 km da Torino in posizione strategica sulla via da e per la Francia a cui è collegata attraverso il valico del Moncenisio o il Traforo del Frejus attraverso cui si arriva alla regione della Rhône – Alpes, la cui prima città, Modane è raggiungibile in circa 40 minuti oppure, attraverso la SP 216 del Monginevro, alla regione dell'Haute Alpes la cui principale città, Briançon è raggiungibile in poco più di 1 ora d'auto.

Una tale prossimità con la Francia genera una particolarità che ha dei riflessi sul sistema distributivo del comune; è infatti una tradizione storicamente consolidata il fatto che molti cittadini francesi provenienti dalle regioni di confine si rechino a fare acquisti presso gli esercizi commerciali cittadini. Tale fenomeno è percepibile in modo particolare nella giornata di svolgimento del mercato settimanale ed è comprovata dalla normale abitudine dei commercianti segusini di tenere esposti cartelli informativi bilingui.

Allo stato e considerate le modalità e gli strumenti di analisi previsti in questa fase di accreditamento non è però possibile esporre considerazioni fondate e puntuali sulla importanza quantitativa ed economica di questo fenomeno, pertanto, qualora il presente progetto ottenga l'accreditamento e quindi la possibilità di accedere alle successive misure di sostegno, occorrerà prevedere la realizzazione di una specifica indagine sul campo finalizzata a comprendere più in profondità come si compongono e segmentano le differenti tipologie di clienti del sistema distributivo locale e quali e quanti flussi di consumo generano.

Tornando al tema dell'accessibilità viabilistica, da Torino a Susa si arriva percorrendo le strade statali 24, 25 del Moncenisio e del Monginevro oppure l'autostrada A32 Torino – Bardonecchia – Traforo del Frejus.

Occorrerà inoltre seguire con attenzione i futuri sviluppi riferiti ai collegamenti ferroviari con la Francia, in particolare rispetto allo spinoso tema dell'Alta capacità (Tav).

I comuni limitrofi sono Bussoleno, Graverè, Mattie, Meana di Susa, Mompantero, Giaglione, Venaus.

Il territorio di Susa è articolato in un nucleo centrale e quattro frazioni Castelpietra, Coldimosso, San Giuliano, Traduerivi.

Nel Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia di Torino il centro storico di Susa viene inserito tra quelli di notevole rilevanza, al pari dei centri storici di Carignano, Carmagnola, Chieri, Chivasso, Ciriè, Pinerolo, Rivoli e Torre Pellice, inferiore per importanza solo a quelli di Torino e di Ivrea.

Sempre nel PTC il comune di Susa è inserito tra i centri di IV livello superiore definiti come “poli” dell’armatura urbana; comuni cioè che dispongono di una diversificata offerta di servizi interurbani da potenziare, a maggior raggio di influenza.

Capitolo 2

La popolazione, il sistema economico locale, le principali infrastrutture e collegamenti

Numero, composizione della popolazione per fasce d'età, indici di vecchiaia e di dipendenza, composizione e struttura del sistema economico e produttivo, dotazione infrastrutturali, principali collegamenti viari.

Tabella 2

Comune	Livello gerarchico	Popolazione				Popolazione %			
		0-14 anni	15-64 anni	oltre 64 anni	Totale	0-14 anni	15-64 anni	oltre 64 anni	Totale
Susa	2	849	4.238	1.551	6.638	12,8 %	63,8 %	23,4 %	100,0 %
Bussoleno	2	819	4.163	1.578	6.560	12,5%	63,5%	24,1%	100,0%
Mompantero	4	92	426	163	681	13,5%	62,6%	23,9%	100,0%
Gravere	4	74	507	155	736	10,1%	68,9%	21,1%	100,0%
Giaglione	4	91	420	170	681	13,4%	61,7%	25,0%	100,0%
Meana di Susa	4	107	612	231	950	11,3%	64,4%	24,3%	100,0%
Mattie	4	84	438	188	710	11,8%	61,7%	26,5%	100,0%
Chiomonte	4	98	583	311	992	9,9%	58,8%	31,4%	100,0%
Novalesa	4	78	339	143	560	13,9%	60,5%	25,5%	100,0%
San Giorio di Susa	4	121	650	244	1.015	11,9%	64,0%	24,0%	100,0%
Venaus	4	122	620	224	966	12,63%	64,18%	23,19%	100,00%
Bruzolo	4	189	892	316	1.397	13,5%	63,9%	22,6%	100,0%
Chianocco	4	232	1.144	329	1.705	13,6%	67,1%	19,3%	100,0%
Provincia di Torino	Totale complessivo	280.999	1.480.801	475.141	2.236.941	12,6 %	66,2 %	21,2 %	100,0 %

fonte: BDDE Regione Piemonte 2005

Tabella 3

Comune	Indice di vecchiaia	Indice di dipendenza	Indice di vecchiaia: $IV = [pop(>=65)/pop(0-14)] * 100$ è un indicatore sintetico del grado di invecchiamento della popolazione, rappresenta la capacità che hanno le generazioni fino a 14 anni nell'equilibrare quelle ultra sessantacinquenni; valori superiori a 100 indicano uno squilibrio di soggetti anziani rispetto ai più giovani. Indice di dipendenza: $ID = [pop(0-14) + pop(>=65)] / [pop(15-64)] * 100$ è un indicatore demografico di importanza economica e sociale, misura la dipendenza della popolazione che si presume non autonoma per ragioni demografiche (giovani con età sotto i quindici anni e anziani con età sopra i 64 anni) rispetto alla popolazione che si presume debba sostenerli con la loro attività (individui di età che va dai 15 anni ai 64 anni).
Susa	182,69	56,63	
Bussoleno	192,67	57,58	
Mompantero	177,17	59,86	
Gravere	209,46	45,17	
Giaglione	186,81	62,14	
Meana di Susa	215,89	55,23	
Mattie	223,81	62,10	
Chiomonte	317,35	70,15	
Novalesa	183,33	65,19	
San Giorio di Susa	201,65	56,15	
Venaus	183,61	55,81	
Provincia di Torino	169,09	51,06	

fonte:BDDE Regione Piemonte 2005

In riferimento alla composizione della popolazione suddivisa per fasce d'età, il comune di Susa mostra una composizione demografica sostanzialmente in linea con i dati medi della Provincia di Torino nella fascia di età fino ai 14 anni , mentre è inferiore di 2,4 punti la percentuale di popolazione attiva (tra 15 e 64 anni) e quella di popolazione con più di 64 anni è di 2,2 punti più alta della media della provincia.

Rispetto al principale comune con cui l'abbiamo messo a confronto (Bussoleno), i dati sono sostanzialmente simili.

Le differenze si evidenziano meglio nella tabella 2 dove l'indice di vecchiaia di Susa risulta più alto di 13,6 punti rispetto alla media provinciale, anche se è inferiore di circa 10 punti rispetto a quello che si registra nel comune di pari livello gerarchico localizzato nell'area (Bussoleno).

Questo è rappresentativo della esistenza di una significativa fascia di popolazione relativamente anziana che, quasi certamente usufruisce principalmente di servizi commerciali di prossimità in quanto, se non necessariamente in termini di reddito, dipende da altri per i propri spostamenti, come evidenziato dall'indice di dipendenza che è più alto di 5,57 punti rispetto al dato provinciale.

Tabella 4

Dati Attività Economiche								
Comune	Popolazione Residente	Unità locali (1) totali, di cui:	Attività manifatturiere	Costruzioni	Commercio	Turismo	Servizi alle imprese	Servizi alle persone
Susa	6.633	767	70	136	246	68	70	37
Bussoleno	6.519	556	64	113	150	35	66	28
Mompantero	679	35	2	9	8	7	2	0
Gravere	733	61	6	16	11	10	6	0
Giaglione	688	29	3	9	2	5	1	0
Meana di Susa	942	61	6	22	10	1	4	2
Mattie	707	49	4	8	12	6	4	3
Chiomonte	977	87	5	17	22	14	3	9
Novalesa	560	43	4	6	6	3	0	2
San Giorio di Susa	991	54	8	15	11	5	2	1
Venaus	979	45	4	14	6	6	1	2
Bruzolo	1.349	104	19	30	17	4	10	3
Chianocco	1.722	117	15	28	26	15	6	3
fonte : Infocamere 2005								
(1) Unità locale : il luogo variamente denominato (stabilimento, laboratorio, negozio, officina, ristorante, albergo, bar, ufficio, agenzia, magazzino, studio professionale, abitazione, scuola, ospedale, dogana, Intendenza, ecc.) in cui si realizza la produzione di beni o nel quale si svolge o si organizza la prestazione di servizi destinabili o non destinabili alla vendita.								

In riferimento ai dati della tabella 4, Susa conferma, anche rispetto a Bussoleno, il proprio ruolo di primo polo produttivo all'interno dell'area presa in considerazione.

Come già precedentemente accennato, Susa, grazie alla sua vicinanza territoriale, rappresenta un 'ponte' tra la Francia e le regioni dell'Italia occidentale.

Dal punto di vista della dotazione infrastrutturale, infatti, questa area geografica risulta ben servita con un sistema di collegamento molto articolato e sviluppato attraverso varie tipologie di trasporto.

Nella tavola n. 3 ' Infrastrutture e collegamenti', sul territorio di Susa vengono individuati i percorsi dei principali collegamenti, relazionandoli con i due addensamenti commerciali (A1 e A3) riconosciuti ai sensi della D.C.R. 59-10831:

- la ferrovia Susa-Bussoleno;
- la statale n. 24;
- la statale n. 25;
- l'autostrada A-32

tavola Infrastrutture e collegamenti

Capitolo 3

Il sistema distributivo della città

Composizione ed articolazione numerica, per tipologia, dell'offerta di commercio e di servizi artigianali e del terziario della città, sua distribuzione e localizzazione sul territorio, individuazione degli addensamenti e delle localizzazioni e breve descrizione delle relative caratteristiche, sintetica descrizione della strumentazione normativa vigente a livello comunale che abbia attinenza con la realizzazione di un PQU.

a. composizione ed articolazione tipologica

Susa è classificata come comune subpolo della rete primaria nell'Allegato 2 della DCR n. 563-13414 del 29.10.99 "INDIRIZZI GENERALI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER L'INSEDIAMENTO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA IN ATTUAZIONE DEL D. LGS 31.3.1998 114/98", come modificata ed integrata dalla DCR n. 347-42514 del 23.12.2003 e dalla DCR n. 59-10831 del 24.3.2006.

Sono classificati come appartenenti alla rete primaria i comuni (poli e subpoli) nei quali si rilevano, contemporaneamente, una notevole completezza merceologica dell'offerta e le potenzialità per completare la gamma delle tipologie di strutture distributive, in funzione dell'adeguamento dell'offerta alle preferenze dei consumatori

In tale ambito i comuni subpoli sono quelli che, pur rientrando nelle aree di gravitazione naturale dei poli della rete primaria, sono in grado di erogare servizi commerciali competitivi con quelli del polo della rete primaria, anche se per un numero limitato di funzioni.

Il Commercio in sede fissa

La rete distributiva del comune di Susa è composta da 127 esercizi di vicinato, articolati come riportato nella tabella 5, 22 medie strutture di cui 6 miste e 16 non alimentari e una grande struttura mista.

Tabella 5

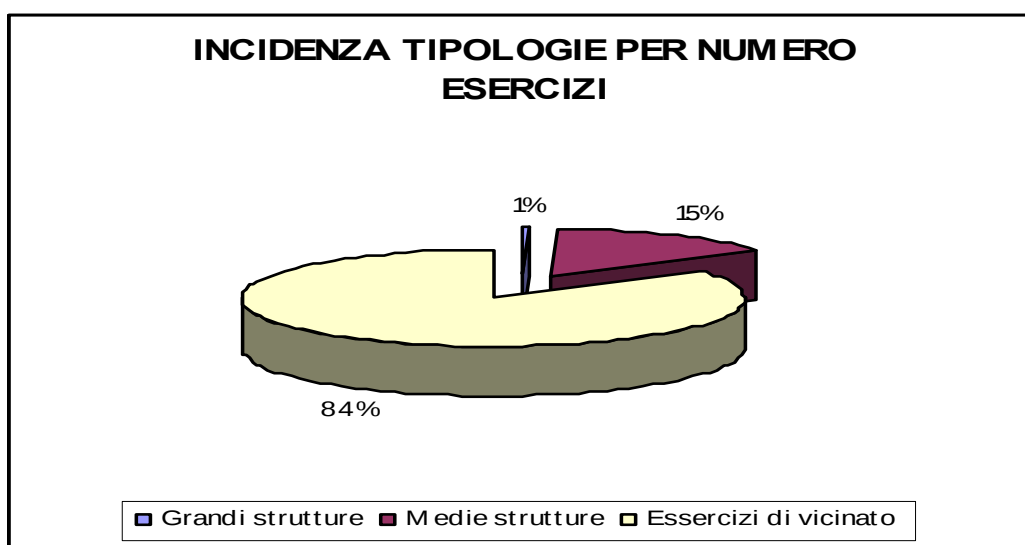
TIPOLOGIA	Comparto	Numero attività	Superficie attività (mq)
Grandi strutture	MISTO	1	1.800
Medie strutture	MISTO	6	3.600
	NON ALIMENTARE	16	4.845
Vicinato	ALIMENTARE	18	717
	MISTO	8	699
	NON ALIMENTARE	101	6.278,4

Fonte: dati comunali 2006

Se si valuta il solo numero di negozi sembra che il territorio del comune sia caratterizzato dalla forte presenza di esercizi di vicinato, tuttavia non appena si passa all'esame delle superfici di vendita, espresse in mq. , ci si accorge che la distribuzione moderna (medie + grandi strutture) occupa complessivamente 10.245 mq., pari al 57% della superficie di vendita complessiva del sistema distributivo comunale a fronte di 7.694,4 mq. Occupati complessivamente dai negozi di vicinato.

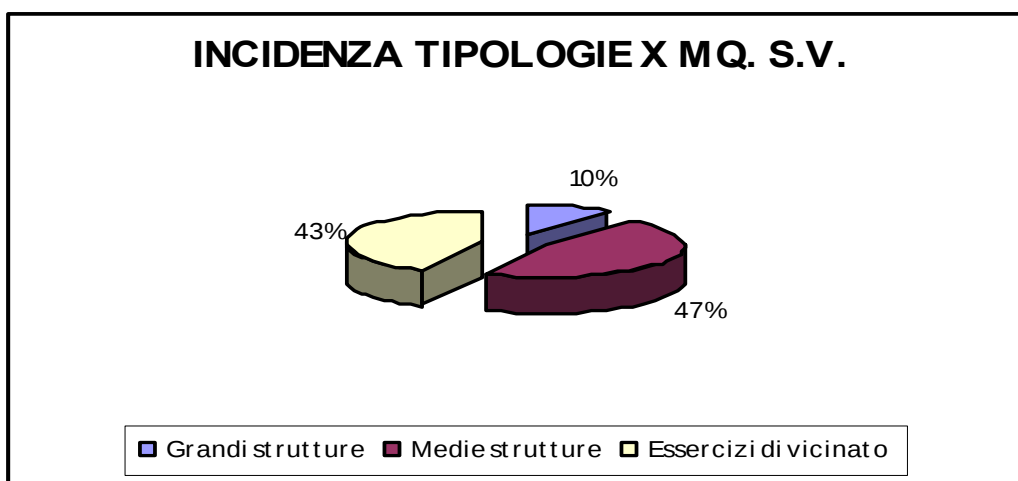
In sintesi, si rileva una situazione abbastanza equilibrata tra distribuzione moderna e tradizionale.

Grafico 1



Fonte: dati comunali 2006

Grafico 2



Fonte: dati comunali 2006

L'offerta complementare al commercio in sede fissa.

Per completare il quadro dell'offerta di servizi nel comune di Susa va considerata la dotazione di pubblici esercizi (50 esercizi articolati in bar, bar-ristoranti, ristoranti, locali, agriturismo – cfr. tabella 6), e le seguenti forme speciali di vendita:

6 distributori di carburante;

3 farmacie;

8 rivendite di generi di monopolio;

5 edicole di cui 1 esclusiva e 4 non esclusive.

Tabella 6

Pubblici esercizi	Numero attività
Bar	17
Bar Ristoranti	19
Ristoranti	4
Locali con attività di intrattenimento	9
Agriturismo	1
Totale pubblici esercizi	50

Fonte: dati comunali 2005

Il commercio su area pubblica

Il mercato del martedì è indubbiamente un punto di forza del sistema distributivo comunale, che come emerge dalla tabella 7, risulta competitivo, in termini di dimensioni e di articolazione dell'offerta, rispetto ai mercati che si tengono nel comune di Bussoleno e nei comuni intermedi più prossimi a Susa.

Tabella 7

Comune	Livello gerarchico del comune	Giorni	Banchi Alim. e Misti	Banchi Non-Alim.	Produttori Agricoli	Posteggi liberi	Totale posteggi
SUSA	subpolo	MA	25	96	18	11*	150
<i>BUSSOLENO</i>	<i>subpolo</i>	<i>LU</i>	36	101	10	1	148
CONDOVE	intermedio	ME	24	68	8	6	106
BARDONECCHIA	intermedio	GI	7	24	13	1	45
		SA	11	28	16	2	57
SANT'AMBROGIO DI TORINO	intermedio	SA	21	35	6	11	73

Fonte: Elaborazioni CAT. COM su dati Osservatorio Regionale del Commercio e dati del comune di Susa - anno 2006

*per otto posteggi liberi l'assegnazione è temporaneamente sospesa

b. organizzazione ed articolazione sul territorio, addensamenti e localizzazioni

Si è recentemente provveduto attraverso la Deliberazione a titolo: *“Revisione deliberazione comunale n. 61 del 12.11.2004 riguardante l'adeguamento degli strumenti comunali di sviluppo del commercio a seguito delle modificazioni introdotte dalla D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003 e della D.C.R. n. 59-10831 del 24.03.2006”* adottato con deliberazione di CC n.

37 del 26/9/2006", all'adeguamento degli strumenti comunali di sviluppo del commercio a seguito delle modificazioni introdotte dalla D.C.R. N. 59-10831 DEL 24 MARZO 2006.

Addensamenti Commerciali:

Addensamento A1

Sulla base di quanto previsto negli indirizzi e criteri urbanistico commerciali dalla Regione Piemonte è stato individuato quale *Addensamento Storico Rilevante A1*, l'ambito urbano di antica formazione corrispondente al Centro Storico ed alle sue immediate adiacenze (significativamente denominate dal P.R.G.C. "vecchio nucleo"), che percorre sostanzialmente la passeggiata turistico - commerciale della Città, a partire da p.zza della Repubblica sino al Centro Storico ed alla p.zza Savoia, passando per via Roma e le vie commerciali del Centro Storico.

L'Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1 risulta identificato sotto la dicitura "Addensamento A1" nell'ambito dell'allegata planimetria n. 4 e su di essa insistono le attività economiche (Cap.4).

Le politiche attive che l'Amministrazione intende perseguire per tale ambito territoriale tendono a favorire l'insediamento ed il consolidamento di funzioni commerciali a servizio delle residenze nonché di quelle di medio piccola dimensione ma ad elevata specializzazione, in armonia con le caratteristiche dell'area, a forte capacità di attrazione, per l'offerta di generi non ricorrenti, non soltanto sul territorio comunale ma anche su quelli delle altre realtà minori della zona di riferimento.

Addensamento Commerciale Urbano Forte A.3

In fase di adeguamento si è valutato non esistessero le condizioni per un possibile riconoscimento di Addensamenti Commerciali Storici Secondari A2, mentre si è proceduto all'individuazione di n. 1 *Addensamento Commerciale urbano forte A3*, lungo la direttrice di entrata principale alla Città sulla S.S. 25, in direzione est – ovest in corso Stati Uniti e nella zona limitrofa ad esso collegata. di corso Dalla Chiesa, via Donatori di Sangue e via Olivero Pistoletto.

L'ambito territoriale sopra definito comprende attualmente n. 24 punti vendita commerciali per complessivi mq. 7.645, che comprendono anche una grande struttura di vendita mista di mq. 1.800 di s.v., n. 9 medie strutture di vendita ad offerta mista di complessivi mq. 4.792 e 14 esercizi di vicinato per complessivi 1.053 mq di superficie di vendita.

A queste vanno aggiunte 4 forme speciali di vendita (3 distributori di carburante e un tabaccaio) e una significativa presenza di attività di somministrazione, di artigianato e di servizi , che si estendono lungo l'asse della arteria stradale e nella zona.

Da segnalare inoltre la presenza, nella limitrofa piazza della Repubblica del mercato del martedì con i suoi circa 150 posteggi che, sebbene localizzato all'interno dell'Addensamento A1, concorre comunque significativamente ad esercitare una funzione attrattiva anche per questo ambito commerciale.

Localizzazioni Commerciali:

Localizzazioni Commerciali urbane non addensate L1

L'Amministrazione Comunale sulla base degli indirizzi regionali ritiene di non procedere alla puntuale identificazione di Localizzazioni L1 stabilendo per contro criteri per un loro possibile puntuale riconoscimento in sede di richiesta di rilascio di autorizzazione.

Nel rispetto delle destinazioni d'uso previste dal P.R.G.C. sarà pertanto possibile procedere al puntuale riconoscimento di Localizzazioni Commerciali Urbane non Addensate L1 qualora l'area interessata risponda alla definizione riportata nella norma regionale e rispetti integralmente tutti i previsti parametri:

Localizzazioni Commerciali Urbano periferiche non addensate L2

Alla luce degli indirizzi regionali ed in virtù di quanto previsto negli strumenti di pianificazione territoriale locale e delle strategie che l'Amministrazione intende perseguire sul versante commerciale, non sussistono, al momento, le condizioni per l'individuazione di Localizzazioni commerciali semi periferiche non addensate L2 sul territorio comunale.

CRITERIO 1 – Quadro Normativo Comunale

c. il quadro normativo comunale

Provvedimenti comunali richiesti dal Dossier

Oggetto del Provvedimento	Data di adozione
Revisione deliberazione comunale n. 61 del 12.11.2004 riguardante l'adeguamento degli strumenti comunali di sviluppo del commercio a seguito delle modificazioni introdotte dalla D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003 e della D.C.R. n. 59-10831 del 24.03.2006	deliberazione di CC n. 37 del 26/9/2006;
Regolamento di Polizia Urbana	deliberazione di CC n. 47 del 28/11/2001
Regolamento comunale per la disciplina della occupazione del suolo pubblico con allestimento di dehors stagionali e continuativi	deliberazione di CC n. 23 del 09/06/2005
Piano del colore. Esame ed approvazione elaborati e norme tecniche di attuazione	deliberazione di CC n. 23 del 23/04/2004
Indirizzi del CC per la disciplina degli orari di apertura e chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio	deliberazione di CC n. 16 del 28/02/2000
Restituzione del mercato settimanale e criteri per l'eventuale spostamento temporaneo in piazza della Repubblica in occasione dei lavori di riqualificazione della piazza Savoia	deliberazione di CC n. 19 del 23/04/2004
Pianificazione delle chiusure per ferie degli esercizi alimentari e dei pubblici esercizi	non adottato
Piano delle edicole	non adottato
Piano e regolamento per l'arredo urbano"	non adottato
Regolamento insegne	non adottato
Regolamento pubblicità	non adottato
Regolamento aree mercatali e fiere	non adottato

Capitolo 4

L'area oggetto del PQU: perimetrazione, motivazione della scelta di fare un p.q.u., caratteristiche commerciali, strutturali, servizi rispetto al resto della città

Descrizione più puntuale ed approfondita della zona in cui si è deciso di intervenire: articolazione e distribuzione dell'offerta di commercio, artigianato e servizi all'interno dell'area, puntuale descrizione degli aspetti strutturali riferiti a parcheggi, viabilità, trasporti, pedonalizzazione, attrattori non commerciali, eventi e manifestazioni che si tengono nella zona, arredo urbano, interventi strutturali (pubblici) realizzati e/o appaltati.

Seguendo il percorso proposto e suggerito dalla delibera regionale e dallo schema di redazione del manuale di autoverifica proseguiremo ora nell'analisi degli elementi riferiti alla strutturazione dell'Addensamento e alle caratteristiche dell'offerta commerciale di Susa, che verranno successivamente valutati dalla Regione, e procederemo inoltre ad illustrarne le caratteristiche e, dove richiesto, a metterne a confronto i diversi aspetti con quanto proposto dall'offerta commerciale espressa dai comuni localizzati entro le zone (Conurbazione e Bacino di Prossimità) che abbiamo precedentemente indicato.

Entro il perimetro dell'Addensamento A.1 sono localizzati 98 esercizi di vicinato, 13 alimentari, 6 misti e 79 non alimentari sui 127 complessivamente censiti dall'Osservatorio Regionale del Commercio, nonché la maggior parte dei pubblici esercizi, 8 tra tabaccherie, edicole e farmacie e 6 medie strutture oltre al mercato settimanale.; la maggior parte degli attrattori non commerciali e una soddisfacente dotazione di parcheggi.

Entro il perimetro dell'Addensamento sono inoltre stati realizzati numerosi e significativi interventi di recupero, restauro e ripristino oltre che di valorizzazione e di razionalizzazione del patrimonio urbanistico, dell'assetto viabilistico, ambientale e dell'arredo urbano.

Un primo elemento che, come prevedono i Criteri indicati dalla Regione viene qui evidenziato è il rapporto esistente tra la densità degli esercizi di vicinato localizzati nell'addensamento e il resto del comune.

Oltre al resto questo dato, come evidenziato dalla sottostante tabella, dimostra quanto sia fondata in termini di concentrazione dell'offerta, la scelta di individuare l'area dell'Addensamento Centrale A.1 quale zona oggetto del piano di valorizzazione del commercio urbano.

Addensamento A. 1 “La densità commerciale”

CRITERIO 3 – Parametro 3.1

Applicazione della formula di calcolo indicata:

DIFFERENZA TRA DENSITA' ES. VICINATO ADDENSAMENTO E RESTO DEL COMUNE - PAR. 3.1 - EVIDENZA a)		161
Residenti nel comune	6.633	
Es. Vicinato Addens. PQU	98	
Es. Vicinato resto Comune	29	

CRITERIO 2: Parametro 2.1 - Accessibilità

PARCHEGGI NELL'ADDENSAMENTO COMMERCIALE OGGETTO DEL PQU
E/O IN UN RAGGIO DI 150 METRI

N° parcheggi in zona blu: 200

N° parcheggi liberi in centro: 80

N° parcheggi liberi in Piazza della Repubblica: 333 + 7 per autobus

N° parcheggi liberi nel piazzale della Ferrovia: 200

N° parcheggi liberi in Corso Unione Sovietica: 57

Totale parcheggi (liberi + a rotazione) = 877

Applicazione della formula di calcolo indicata:

ABITANTI / POSTI AUTO		7,56
n° abitanti del comune	6.633	
totale posti auto entro 150m	877	

Tavola accessibilità 150 metri

All'interno del perimetro dell'addensamento A1 Centro storico si evidenzia una pedonalizzazione parziale delle vie dell'area: con la trasformazione di via Roma in zona a traffico limitato è stato imposto il divieto di transito a tutti i veicoli nell'arco delle ventiquattro ore ad esclusione dei veicoli autorizzati a servizio di persone invalide, di polizia, ambulanze, vigili del fuoco e dei veicoli per lo scarico merci.

Nel Centro storico del comune di Susa sono presenti alcune misure di mitigazione del rischio dei pedoni: quella dei portici è la più significativa ed è dovuta all'impianto urbano-architettonico della città, la costante presenza dei porticati nelle vie centrali del paese ha consentito la presenza di marciapiedi di ampiezza superiore a m 1,50.

Si registrano, inoltre, dissuasori di velocità e limiti di velocità inferiori alla norma; anche se il tipo di pavimentazione delle vie (acciottolato e pietra) e la struttura medievale del centro (vie strette) rappresentano delle naturali forme di mitigazione del rischio dei pedoni.

La redazione del Piano Urbano del Traffico (PUT) è obbligatoria per i comuni con più di 30.000 abitanti (art. 36 nuovo Codice della Strada), motivo per cui il comune di Susa non ha adottato tale strumento.

ACCESSIBILITA' tavola 6

CRITERIO 2: Parametro 2.2 – Arredo urbano

Come si evince dalla tavola n. 7, la distribuzione dell'arredo urbano risulta in alcune porzioni dell'area e precisamente:

- piazza della Repubblica: fioriere, cestini porta rifiuti, pensiline mezzi pubblici;
- piazza IV Novembre: panchine, fioriere, cestini porta rifiuti, lampioni stradali, totem informativi;
- corso Trieste: panchine, cestini porta rifiuti, lampioni stradali;
- corso Unione Sovietica: panchine, lampioni stradali;
- piazza Savoia: panchine, fioriere, cestini porta rifiuti, lampioni stradali.

La scelta tipologica di tali elementi di arredo urbano è quella proposta da molti comuni piemontesi aventi un Centro storico 'importante': cioè la riproduzione di panchine, fioriere, pali dell'illuminazione ecc. in stile retrò.

Essi sono in prevalenza in lamiera di acciaio zincato verniciati a forno, con alcune parti ornamentali metalliche stile ferro battuto, il colore proposto per tutti gli arredi presenti nel Centro storico di Susa è il grigio opaco metallizzato.

ARREDO URBANO

CRITERIO 2: Parametro 2.2 – Ambiente

Per volontà dell'Amministrazione comunale l'area oggetto del PQU è stata, in questi anni, soggetta ad un particolare interesse volto alla valorizzazione del patrimonio storico del Centro storico. Tale volontà si è tradotta nella realizzazione di opere pubbliche prevalentemente di arredo urbano (centro città) e aree destinate a parcheggio (limiti esterni del centro).

Il prospetto seguente riporta l'elenco delle opere pubbliche concluse, in fase di realizzazione o appaltate nell'area oggetto del PQU:

N.	Descrizione	Tipo di opera	Data di conclusione	Costo complessivo	Note
5	Sistemazione marciapiedi - Corso Unione Sovietica	Arredo Urbano	31/12/2003	€ 45.000	
6	Realizzazione parcheggi in Corso Unione Sovietica	Aree di parcheggio	31/12/2003	€ 134.000	Opere in parte eseguite a scomputo in un Piano di lottizzazione
10	Sistemazione area verde pubblico in Cascina Berenfels	Verde pubblico	31/12/2003	€ 120.000	
4	Progetto FORUM: sistemazione e recupero funzionale di Piazza della Repubblica	Aree di parcheggio e arredo urbano	31/12/2004	€ 1.303.000	Lavori di cui fu in parte stazione appaltante la Comunità Montana Bassa Valle Susa
11	Lavori di riqualificazione del Parco d'Augusto	Verde pubblico	31/12/2004	€ 120.000	
1	Progetto di riqualificazione urbana: sistemazione di Piazza IV Novembre (in due lotti in tempi successivi)	Arredo Urbano	30/12/2005	€ 220.000	
2	Progetto di riqualificazione urbana: sistemazione marciapiedi Corso Inghilterra e Corso Stati Uniti	Arredo Urbano	30/12/2005	€ 100.000	
3	Progetto di riqualificazione urbana: nuovi parcheggi Stazione ferroviaria	Aree di parcheggio	20/03/2006	€ 600.000	
8	Realizzazione fognatura bianca Scuole Medie	Miglioramento di servizi nel centro storico	in corso	€ 100.000	
9	Progetto strategico "Paesaggio 2006" – Riqualificazione della Piazza Savoia	Arredo Urbano e valorizzazione turistico-culturale	in corso	€ 1.300.000	Stazione appaltante la Provincia di Torino
7	Lavori di ricollocazione scuola materna - Via Mazzini	Ricollocazione di servizi pubblici nel centro storico	Opere in fase di ultimazione	€ 1.300.000	

AMBIENTE

Nel Centro storico di Susa sono presenti molti attrattori di tipo non distributivo, nella tavola n. 6 si osserva la loro distribuzione sul territorio. Gli attrattori di particolare pregio sono gli edifici religiosi storici, come: la cattedrale e il seminario vescovile di San Giusto, la chiesa di San Carlo in via Palazzo di Città (vicino al palazzo del Municipio e al tribunale) e la chiesa del Ponte sita sul ponte che attraversa il fiume Dora Riparia e che rappresenta la teorica linea di unione tra Centro storico 'vecchio' e 'nuovo'.

Di notevole capacità attrattiva, inoltre, è il cinema Cenisio sito in corso Trieste che è stato, come in precedenza detto, oggetto di riqualificazione dell'arredo urbano.

Si registra, inoltre, una forte presenza di istituti di credito nella parte nuova nel Centro storico, nelle vicinanze di corso Inghilterra.

ELENCO ATTRATTORI DI TIPO NON DISTRIBUTIVO - ZONA A1		
N.	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO
1	AEM	via Montenero, 17
2	CINEMA TEATRO CENISIO	corso Trieste, 11
3	SEDE DISTACCATA CCIAA TORINO	corso Trieste, 15
4	SCUOLA ELEMENTARE STATALE	corso Trieste, 17
5	SEMINARIO VESCOVILE SUORE FRANCESCANE	piazza Savoia, 6
6	SCUOLA LICEO GINNASIO N. ROSA	piazza Savoia, 19
7	SCUOLA DIOCESANA PARIFICATA S. GIUSEPPE	piazza Savoia, 23
8	SCUOLA MEDIA STATALE B. GIULIANO	piazza Savoia, 21
9	SEMINARIO VESCOVILE	piazza San Giusto, 16
10	CATTEDRALE DI SAN GIUSTO	piazza San Giusto
11	SEDE GIORNALE "LA VALSUSA"	piazza San Giusto, 6/8
12	CENTRO PER L'IMPIEGO (COLLOCAMENTO)	via Martiri della Libertà, 6
13	SEDE DISTACCATA TRIBUNALE TORINO	via Palazzo di Città, 36
14	CHIESA SAN CARLO	via Palazzo di Città
15	MUNICIPIO - SEDE DISTACCATA	via Palazzo di Città, 8
16	MUNICIPIO - SEDE CENTRALE	via Palazzo di Città, 39
17	SEDE LOCALE AVIS	via Palazzo di Città, 8
18	SEDE ASSOCIAZIONI VARIE	corso Unione Sovietica, 8
19	CHIESA DEL PONTE	via Mazzini
20	MUSEO STORICO ARTE SACRA	via Mazzini
21	CENTRO ARTISTICO CULTURALE DEL PONTE	via Mazzini, 4
22	CHIESA VALDESE	via Mazzini, 21
23	ASILO UMBERTO I	via Mazzini, 27
24	UFFICIO POSTALE	via Mazzini, 40
25	SAN PAOLO IMI	corso Inghilterra, 2
26	SAN PAOLO INVEST BANCA	via Rocchetta, 3
27	UNICREDIT BANCA	via Roma, 41
28	BANCA FIDEURAM	via Roma, 71
29	BANCA POPOLARE DI NOVARA	piazza Europa, 2
30	BANCA SELLA	corso Inghilterra, 46
31	GUARDIA DI FINANZA	piazza della Repubblica, 1
32	UFFICIO IAT - MONTAGNE D'OC	corso Inghilterra, 39
33	Tutti i reperti archeologici sono confinanti con la zona interessata e anche il Presidio Ospedaliero sito in corso Inghilterra, 66	

CRITERIO 2: Parametro 2.2 – Animazione

Elencazione delle Manifestazioni

Comune di:	Susa (To)
Data:	Dal 07-07-06 al 09-07-06
Qualifica:	Locale
Denominazione:	4° "Arte & artigiani della Valle di Susa"
Tipologia:	Mostra mercato
Ente organizzatore:	Confartigianato - Piazza Reggimento Alpini 5 - 10059 Susa (To) Tel: 0122/622.458 - Fax: 0122/332.58 - E-mail: infocna@cna-to.it Sito internet: -
Sede:	Centro storico
Comune di:	Susa (To)
Data:	Dal 28-04-06 al 28-04-06
Denominazione:	Fiera di Aprile
Ente organizzatore:	Comune Tel: 0122.648324 - Fax: 0122.648327 - E-mail: commercio@comune.susa.to.it
Luogo:	Piazza della Repubblica
Settori:	Merci Varie
Posti:	73
Comune di:	Susa (To)
Data:	Dal 26-05-06 al 26-05-06
Denominazione:	Fiera di Maggio
Ente organizzatore:	Comune Tel: 0122.648324 - Fax: 0122.648327 - E-mail: commercio@comune.susa.to.it
Luogo:	Piazza della Repubblica
Settori:	Merci Varie
Posti:	73
Comune di:	Susa (To)
Data:	Dal 20-06-06 al 20-06-06
Denominazione:	Fiera di Giugno
Ente organizzatore:	Comune Tel: 0122.648324 - Fax: 0122.648327 - E-mail: commercio@comune.susa.to.it
Luogo:	Piazza della Repubblica
Settori:	Merci Varie
Posti:	73
Comune di:	Susa (To)
Data:	Dal 29-09-06 al 29-09-06
Denominazione:	Fiera di Settembre
Ente organizzatore:	Comune Tel: 0122.648324 - Fax: 0122.648327 - E-mail: commercio@comune.susa.to.it
Luogo:	Piazza della Repubblica
Settori:	Merci Varie
Posti:	73
Comune di:	Susa (To)
Data:	Dal 17-11-06 al 17-11-06
Denominazione:	Fiera di Novembre
Ente organizzatore:	Comune Tel: 0122.648324 - Fax: 0122.648327 - E-mail: commercio@comune.susa.to.it
Luogo:	Piazza della Repubblica
Settori:	Merci Varie

Capitolo 5

Il contesto competitivo e le relazioni tra sistemi locali di offerta distributiva

Definizione dell'ambito competitivo di cui si analizzeranno i dati (Area di programmazione o Conurbazione); sintetica definizione degli aspetti rispetto ai quali verrà misurata la "performance" del comune rispetto ai propri competitori: evoluzione e variazioni del peso proporzionale dell'offerta in un arco di tempo definito; esposizione dei dati e considerazioni sugli esiti del raffronto

L'analisi prende in esame alcuni parametri basilari, esponendo i dati rilevabili dall'Osservatorio regionale del commercio al 31 dicembre 2004 (dati 2005) e confrontandone l'evoluzione rispetto ai dati rilevati al 31 dicembre: 2001 (dati 2001).

I parametri considerati sono:

- a) *l'articolazione dell'offerta commerciale*, ovvero il numero di esercizi commerciali suddivisi per tipologie e relativa superficie di vendita;
- b) *la densità degli esercizi commerciali*, espressa dal rapporto abitanti per negozio di vicinato e mq. di superficie di vendita (di medie e grandi strutture di vendita e di centri commerciali) disponibile ogni 1.000 abitanti. Per quanto riguarda gli esercizi di vicinato, minore è il numero di abitanti per esercizio maggiore è la densità e, conseguentemente la capacità attrattiva evidenziata da tale tipologia di offerta commerciale. La rilevazione di questa informazione è importante al fine di definire la maggiore o minore capacità potenziale di un luogo rispetto ad un altro di attrarre consumatori: è infatti ragionevole ipotizzare che una più numerosa ed articolata concentrazione dell'offerta possa risultare maggiormente interessante ed attrattiva, poiché consente in uno spazio minore e con un impiego di tempo inferiore di valutare una quantità di articoli maggiore Per quanto riguarda medie e grandi strutture di vendita e centri commerciali, più alta è la quantità di metri quadrati disponibile ogni 1.000 abitanti, maggiore è la capacità di attrazione esercitata da queste tipologie di offerta commerciale;
- c) *l'evoluzione dell'offerta commerciale in un determinato arco di tempo*. Analizzando i cambiamenti avvenuti nell'articolazione dell'offerta commerciale, tra il 2001 ed il 2005, nel comune di Susa e nel contesto competitivo individuato si ha la possibilità di rendere evidente come sia mutata la relazione dinamica tra l'offerta commerciale dei diversi comuni e come possa, conseguentemente, essere mutato il rispettivo posizionamento competitivo.

- d) *La variazione del “peso proporzionale” dell’offerta commerciale del comune rispetto al contesto competitivo esaminato.* Attraverso l’analisi di tale aspetto si riesce a rappresentare la variazione, intervenuta in un certo arco di tempo, in termini di rafforzamento, di indebolimento oppure di stabilità, della capacità attrattiva teorica di un territorio rispetto agli altri con cui viene messo a confronto. La capacità attrattiva viene in questo caso viene misurata applicando la formula richiesta dal Parametro 4.2 del manuale di autoverifica.

Per il calcolo degli indici richiesti si sono applicate le formule di calcolo previste nel “Manuale sinottico di autoverifica del percorso e del contenuto progettuale” fornito dalla Regione Piemonte

Definizione dell’ambito competitivo considerato

Tabella 1

Conurbazione di Susa e suo Bacino di Prossimità				
Comune	Livello gerarchico	Popolazione	Distanza in km	Minuti percorrenza
Susa	subpolo	6.633	0	0
Bussoleno	subpolo	6.519	8,7	10'
Mompantero	minore	679	1	2'
Gravere	minore	733	2,4	2'
Giaglione	minore	688	3,4	4'
Meana di Susa	minore	942	3,6	5'
Mattie	minore	707	7,2	9'
Chiomonte	minore	977	6,3	7'
Novalesa	minore	560	7,6	8'
Totale popolazione della conurbazione		18.438		
Altri Comuni entro un'isocrona di 15'				
San Giorio di Susa	minore	991	14,7	11'
Venaus	minore	979	13,2	11'
Bruzolo	minore	1.349	16,1	14'
Chianocco	minore	1.722	11,9	15'
Totale popolazione dei comuni entro 15'		5.041		
Totale complessivo della popolazione		23.479		
Fonte: elaborazione CATCOM su dati Osservatorio Regionale del Commercio 2005				

Tabella 8

ARTICOLAZIONE COMPLESSIVA DELL'OFFERTA COMMERCIALE						Superfici Totali Occupate per tipologia	Superfici Totali Occupate
COMUNE	POPOLAZIONE	Tipologia dell'offerta	Alimentari + Miste	Non alimentari	Numero Totale		
Susa	6.633	Vicinato	26	101	127	N.D. ³	10.339
		Medie Strutture	6	16	22	8.539	
		Grandi Strutture	1	0	1	1.800	
		Centri Commerciali	0	0	0	0	
Bussoleno	6.519	Vicinato	26	78	104	N.D.	1.306
		Medie Strutture	1	3	4	1.306	
		Grandi Strutture	0	0	0	0	
		Centri Commerciali	0	0	0	0	
Totale comuni minori nella Conurbazione	5.286	Vicinato	24	13	37	N.D.	161
		Medie Strutture	0	1	1	161	
		Grandi Strutture	0	0	0	0	
		Centri Commerciali	0	0	0	0	
Totale comuni minori entro un'isocrona di 15'	5.041	Vicinato	13	15	28	N.D.	4.553
		Medie Strutture	0	2	2	460	
		Grandi Strutture	0	0	0	0	
		Centri Commercial	1	0	1	4.093	
Fonte: elaborazione CATCOM su dati Osservatorio Regionale del Commercio 2005							

³ Questo valore è stato in realtà calcolato ed esposto nella Tabella 5, ma in questo contesto, mancando analoghi dati di raffronto per gli altri comuni, non si è ritenuto utile riportarlo.

Tabella 9

Tabella 5

DENSITA' DELL'OFFERTA COMMERCIALE NELL'AREA DI PROSSIMITA' DI SUSA		Abitanti / Esercizi di Vicinato			MQ. Medie strutture / 1000 Abitanti	MQ. Grandi strutture / 1000 Abitanti	MQ. Centri Comm.li / 1000 Abitanti
		Tipologia merceologica dell'offerta					
COMUNE	POPOLAZIONE	Alimentari + Miste	Non alimentari	Totale			
Susa	6.633	255	66	52 ⁴	1.287	271	0
Bussoleno	6.519	251	84	63	200	0	0
Totale comuni minori nella Conurbazione	5.286	1.450	2.993	877	288	0	0
Totale comuni minori entro isocrona 15'	5.041	1.649	1.868	722	267	0	2.377

Fonte: elaborazione CATCOM su dati Osservatorio Regionale del Commercio 2005

⁴ In riferimento al solo Addensamento A,1 il dato riferito al totale dei negozi di vicinato presenti nell'area, evidenzia una densità di 67.69 Abitanti per negozio.

Tabella 10

EVOLUZIONE COMPLESSIVA DELL'OFFERTA COMMERCIALE tra il 2001 e il 2005							Superfici Totali Occupate per tipologia	Superfici Totali Occupate
COMUNE	POPOLAZIONE	Tipologia dell'offerta	Alimentari + Miste	Non alimentari	Numero Totale			
Susa	35	Vicinato	-9	7	-2	N.D.	1.565	
		Medie Strutture	2	-1	1	1.565		
		Grandi Strutture	0	0	0	0		
		Centri Commerciali	0	0	0	0		
Bussoleno	-96	Vicinato	-2	8	6	N.D.	-729	
		Medie Strutture	-3	-1	-4	-729		
		Grandi Strutture	0	0	0	0		
		Centri Commerciali	0	0	0	0		
Totale Comuni minori della Conurbazione	143	Vicinato	2	2	4	N.D.	-457	
		Medie Strutture	0	-2	-2	-457		
		Grandi Strutture	0	0	0	0		
		Centri Commerciali	0	0	0	0		
Totale Comuni minori entro 15' minuti	142	Vicinato	-2	2	0	N.D.	0	
		Medie Strutture	0	0	0	0		
		Grandi Strutture	0	0	0	0		
		Centri Commercial	0	0	0	0		

Fonte: elaborazione CATCOM su dati Osservatorio Regionale del Commercio 2005

CRITERIO 4 – Offerta commerciale del Comune rispetto al proprio contesto competitivo

Applicazione della formula di calcolo indicata:

RAFFRONTO EVOLUZIONE ES. VICINATO TRA COMUNE PQU E SUO CONTESTO COMPETITIVO				
Criterio 4- Param. 4.1 - Evidenza a) e b)		Comune	Area Progr.	Comuni stesso liv.gerarch.
VALORE DI DENSITA'		1,08	-1,80	-4,82
VALORE DI NUMEROSITA'		-0,02	0,03	0,06
Residenti comune2004	6.633			
Es. Vicinato comune2004	127			
Residenti comune2001	6.598			
Es. Vicinato comune2001	129			
Residenti AreaProgramm2004	18.438			
Es. Vicinato Area Program2004	268			
Residenti Area Program2001	18.356			
Es. Vicinato AreaProgram2001	260			
Residenti altri comuni stesso livello gerarchico2004	6.519			
Es. Vicinato altri comuni stesso liv.gerarch.2004	104			
Residenti altri comuni stesso liv.gerarch.2001	6.615			
Es. Vicinato altri comuni stesso liv.gerarch.2001	98			

Applicazione della formula di calcolo indicata:

Applicazione della formula di calcolo indicata.

RAFFRONTO EVOLUZIONE MEDIE STRUTTURE + CENTRI COMM.LI MEDIA SUP.CE TRA COMUNE PQU E SUO CONTESTO COMPETITIVO				
Criterio 4- Param. 4.1 - Evidenza c) e d)		Comune	Area Progr.	Comuni stesso liv.gerarch.
VALORE DI DENSITA'		230,36	18,22	-107,30
VALORE DI SUPERFICIE		0,22	0,04	-0,36
Residenti comune2004	6.633			
Tot Medie Superfici Comune 2004	8.539			
Residenti comune2001	6.598			
Tot Medie Superfici Comune 2001	6.974			
Residenti AreaProgramm2004	18.438			
Tot Medie Superfici Area Progr. 2004	10.006			
Residenti Area Program2001	18.356			
Tot Medie Superfici Area Progr. 2001	9.627			
Residenti altri comuni stesso livello gerarchico2004	6.519			
Tot. Medie Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2004	1.306			
Residenti altri comuni stesso liv.gerarch.2001	6.615			
Tot. Medie Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2004	2.035			

Applicazione della formula di calcolo indicata:

Applicazione della formula di calcolo indicata.

RAFFRONTO EVOLUZIONE GRANDI STRUTTURE + CENTRI COMM.LI TRA COMUNE PQU E SUO CONTESTO COMPETITIVO				
Criterio 4- Param. 4.1 - Evidenza e) e f)		Comune	Area Progr.	Comuni stesso liv.gerarch.
VALORE DI DENSITA'		-1,44	-0,44	0,00
VALORE DI SUPERFICIE		0,00	0,00	#DIV/0!
Residenti comune2004	6.633			
Tot Grandi Superfici Comune 2004	1.800			
Residenti comune2001	6.598			
Tot Grandi Superfici Comune 2001	1.800			
Residenti AreaProgramm2004	18.438			
Tot Grandi Superfici Area Progr. 2004	1.800			
Residenti Area Program2001	18.356			
Tot Grandi Superfici Area Progr. 2001	1.800			
Residenti altri comuni stesso livello gerarchico2004	6.519			
Tot Grandi Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2004	0			
Residenti altri comuni stesso liv.gerarch.2001	6.615			
Tot Grandi Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2001	0			

Applicazione della formula di calcolo indicata:

VARIAZIONE DEL PESO PROPORZIONALE ES. VICINATO TRA COMUNE PQU E SUO CONTESTO COMPETITIVO			
Criterio 4- Param. 4.2 - Evidenza a) e d)		Comune / Area Progr.	Comune / Comuni stesso liv. Gerarch.
VARIAZIONE 2001 - 2004 in %		-2,23	-9,52
Es. Vicinato comune2004	127		
Es. Vicinato comune2001	129		
Es. Vicinato Area Program2004	268		
Es. Vicinato AreaProgram2001	260		
Es. Vicinato altri comuni stesso liv.gerarch.2004	104		
Es. Vicinato altri comuni stesso liv.gerarch.2001	98		

Applicazione della formula di calcolo indicata:

VARIAZIONE DEL PESO PROPORZIONALE MEDIE STRUTTURE + CENTRI COMM.LI TRA COMUNE PQU E SUO CONTESTO COMPETITIVO			
Criterio 4- Param. 4.2 - Evidenza b) e e)		Comune / Area Progr.	Comune / Comuni stesso liv. Gerarch.
VARIAZIONE 2001 - 2004 in %		12,90	311,13
Tot Medie Superfici Comune 2004	8.539		
Tot Medie Superfici Comune 2001	6.974		
Tot Medie Superfici Area Progr. 2004	10.006		
Tot Medie Superfici Area Progr. 2001	9.627		
Tot. Medie Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2004	1.306		
Tot. Medie Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2004	2.035		

Applicazione della formula di calcolo indicata:

VARIAZIONE DEL PESO PROPORZIONALE GRANDI STRUTTURE + CENTRI COMM.LI TRA COMUNE PQU E SUO CONTESTO COMPETITIVO			
Criterio 4- Param. 4.2 - Evidenza c) e f)		Comune / Area Progr.	Comune / Comuni stesso liv. Gerarch.
VARIAZIONE 2001 - 2004 in %		0,00	#DIV/0!
Tot Grandi Superfici Comune 2004	1.800		
Tot Grandi Superfici Comune 2001	1.800		
Tot Grandi Superfici Area Progr. 2004	1.800		
Tot Grandi Superfici Area Progr. 2001	1.800		
Tot Grandi Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2004	0		
Tot Grandi Superfici altri comuni stesso liv.gerarch.2001	0		

Capitolo 6

La stima della domanda potenziale espressa dal bacino di prossimità

Sintetica definizione delle metodologia scelta per la individuazione del bacino di prossimità e del sistema utilizzato per stimare la domanda; esposizione dei dati e considerazioni sugli esiti del raffronto.

Espletato l'esame della articolazione, della densità e della evoluzione dell'offerta commerciale espressa dal comune di Susa rispetto a quanto evidenziano i comuni con cui lo abbiamo messo a confronto, occorre ora affrontare, come richiesto dal percorso progettuale suggerito dal manuale sinottico fornito dalla Regione Piemonte, il tema relativo all'altra fondamentale componente di questo studio: la domanda potenziale.

Valutare il solo versante dell'offerta commerciale non è infatti sufficiente ad aiutarci a comprendere in quale direzione orientare un progetto finalizzato ad ottenere come risultato la valorizzazione, ovvero lo sviluppo della capacità attrattiva, di un sistema commerciale locale.

Se non ci poniamo anche il problema di valutare quale sia la domanda, ovvero la clientela potenziale che un tale disegno di valorizzazione si ripromette di intercettare e a cui si ripromette di vendere le proprie merci ed i propri servizi; se non siamo in grado di quantificare quanto numerosa sia questa clientela potenziale, da dove presumibilmente potrà provenire e da quali altri soggetti che possono esercitare una attrazione concorrenziale alla nostra essa potrà essere "distratta", corriamo il rischio di non disporre di tutti gli elementi necessari per formulare un credibile progetto di valorizzazione del commercio urbano.

Il percorso indicato dalla Regione Piemonte (individuazione di un bacino di prossimità compreso entro un'isocrona di 15 minuti e confronto delle differenti tipologie di offerta commerciale localizzate nel comune di Susa e le tipologie di offerta commerciale localizzate nei comuni individuati), evidenzia dei limiti, ma certamente ci consente di tradurre in termini quantitativi una materia che è composta anche, forse in gran parte di elementi qualitativi, difficili da misurare con lo strumento di una analisi a tavolino.

Vale a dire che un'analisi del bacino di utenza potenziale realizzata esclusivamente con questa metodologia, non è in grado di rappresentare in modo esaustivo e sufficiente le dinamiche attraverso cui si viene effettivamente articolando la domanda o le modalità in cui si articolano le scelte dei consumatori verso determinati luoghi di acquisto, ma permette comunque la formulazione di alcune ipotesi in relazione alla teorica capacità attrattiva dei diversi centri urbani che si mettono a confronto.

Resta inteso che ai fini di una puntuale analisi delle modalità e delle dinamiche in cui si articola la domanda e della delimitazione puntuale della capacità attrattiva del centro urbano oggetto dell'intervento si dovrà eventualmente, in un momento successivo, programmare una specifica indagine sul campo.

In particolare in riferimento a quanto esposto al Capitolo 1 circa la tradizionale attrazione esercitata dall'offerta commerciale del Comune di Susa nei confronti dei consumatori residenti nelle vicine regioni della Francia, *ribadiamo la necessità di effettuare in un prossimo futuro una puntuale indagine sul campo* finalizzata ad una più precisa conoscenza di questo fenomeno.

Per intanto, al fine di aderire a quanto prevede la Regione Piemonte, e di permettere l'attribuzione di un punteggio alle evidenze previste dal CRTITERIO 5, esponiamo i risultati realizzati attraverso l'applicazione della formula di calcolo richiesta.

Applicazione della formula di calcolo indicata:

Applicazione della formula di calcolo indicata.

STIMA BACINO DI UTENZA POTENZIALE: DENSITA' ES. VICINATO TRA COMUNE PQU E COMUNI ENTRO ISOCRONA DI 15'							
Criterio 5 - Param. 5.1 - Evidenza a)							
Tot Residenti entro perimetro isocrona →			23.479	Densità	Confronti 1 = < ; 0 = >	Risultati Positivi	Risultati positivi in %
Comune PQU							
SUSA		N° Negozii di Vicinato →	127	185			100,00
Totale comuni entro l'isocrona			12				
Bussoleno			104	226	1	12	
Mompantero			0		1		
Gravere			5	4.696	1		
Giaglione			4	5.870	1		
Meana di Susa			4	5.870	1		
Mattie			5	4.696	1		
Chiomonte			14	1.677	1		
Novalesa			5	4.696	1		
San Giorio di Susa			5	4.696	1		
Venaus			7	3.354	1		
Bruzolo			8	2.935	1		
Chianocco			8	2.935	1		

Applicazione della formula di calcolo indicata:

STIMA BACINO DI UTENZA POTENZIALE: DENSITA' MEDIE SUPEFICI (COMPRESI CENTRI COMM.LI) TRA COMUNE PQU E COMUNI ENTRO ISOCRONA DI 15'						
Criterio 5 - Param. 5.1 - Evidenza b)						
Tot Residenti entro perimetro isocrona		23.479	Densità	Confronti 1 = < ; 0 = >	Risultati Negativi	Risultati positivi in %
Comune PQU						
SUSA	Superf. Medie Strutt. →	8.539	364			100,00
Totale comuni entro l'isocrona		12				
Bussoleno		1.306	56	0	0	
Mompantero		0	0	0		
Gravere		0	0	0		
Giaglione		0	0	0		
Meana di Susa		0	0	0		
Mattie		0	0	0		
Chiomonte		0	0	0		
Novalesa		161	7	0		
San Giorio di Susa		0	0	0		
Venaus		0	0	0		
Bruzolo		0	0	0		
Chianocco		460	20	0		

Applicazione della formula di calcolo indicata:

STIMA BACINO DI UTENZA POTENZIALE: DENSITA' GRANDI SUPEFICI (COMPRESI CENTRI COMM.LI) TRA COMUNE PQU E COMUNI ENTRO ISOCRONA DI 15'						
Criterio 5 - Param. 5.1 - Evidenza c)						
Tot Residenti entro perimetro isocrona		23.479	Densità	Confronti 1 = < ; 0 = >	Risultati Negativi	Risultati positivi in %
Comune PQU						
SUSA	Superf. Grandi Strutt. →	1.800	77			91,67
Totale comuni entro l'isocrona		12				
Bussoleno		0	0	0	1	
Mompantero		0	0	0		
Gravere		0	0	0		
Giaglione		0	0	0		
Meana di Susa		0	0	0		
Mattie		0	0	0		
Chiomonte		0	0	0		
Novalesa		0	0	0		
San Giorio di Susa		0	0	0		
Venaus		0	0	0		
Bruzolo		0	0	0		
Chianocco		4.093	174	1		

Capitolo 7

I punti di forza ed i punti di debolezza del sistema distributivo della città rispetto ai territori concorrenti

*Considerazioni sugli elementi e sui raffronti effettuati nei capitoli precedenti;
quadro sintetico dei punti forti, dei punti deboli, delle opportunità, delle minacce.*

Conclusa la fase di esposizione dei dati e utilizzando alcuni strumenti propri della disciplina del marketing, applicandoli all'analisi territoriale, ovvero all'analisi delle relazioni dinamiche tra diversi soggetti che, in ambito geografico definito (nel nostro caso la conurbazione di Susa ed il suo Bacino di prossimità), “competono” per dare soddisfazione ai bisogni espressi da un determinato “mercato” (fatto di persone che, poste di fronte alla possibilità di scegliere tra una varietà di proposte concorrenti tra loro, esercitano il loro diritto di scelta), forniremo una serie di considerazioni rispetto agli elementi che abbiamo analizzato nelle pagine precedenti.

Il metodo adottato è quello della esposizione delle Opportunità e delle Minacce e dei Punti Forti e dei Punti deboli, che fornisce una sintesi leggibile degli aspetti di cui occorrerà tenere conto e su quelli rispetto ai quali sarà necessario formulare un orientamento nel momento in cui ci si accingerà a definire quali saranno gli obiettivi del nostro programma di valorizzazione del commercio urbano e di quali strategie intenderemo adottare per realizzarli.

Opportunità e Minacce, sono aspetti che fanno parte dello “scenario” all'interno del quale si agisce e di cui occorre essere consapevoli, poiché possono influenzare le nostre decisioni, ma rispetto ai quali la nostra possibilità di esercitare un potere decisionale è minima se non addirittura nulla.

Punti Forti e Punti Deboli, sono aspetti riferiti al tema oggetto di analisi (in questo caso lo “stato di salute” del sistema della distribuzione commerciale nel comune di Susa” nella prospettiva di un programma finalizzato alla sua valorizzazione) e rilevati nel momento in cui si effettua l'indagine rispetto ai quali i decisori, pubblici e privati, hanno, nelle rispettive sfere di competenza, il potere per migliorargli o per correggerli.

Chiariti gli aspetti metodologici, passiamo ora all' esame di quanto emerso dalla nostra analisi.

Il quadro che emerge in termini di opportunità e minacce e di punti deboli e punti forti che caratterizzano il comune di Susa può essere sintetizzato nella tabella riepilogativa che segue:

OPPORTUNITA'	MINACCE
Posizione geografica "strategica"	Presenza di forti attrattori commerciali a Chianocco, nella Bassa Valle e in prossimità di Torino, resi facilmente fruibili dalla relativa distanza e dalla comoda accessibilità garantita dalla A 32
Afflusso di potenziali consumatori dalla Francia	Numero complessivo di residenti nei comuni della conurbazione e del bacino di prossimità relativamente basso
Valore "intrinseco" e riconosciuto del Centro Storico	
Valore elevato dell'indice di dipendenza in tutto il territorio considerato, che può suggerire l'opportunità di ricercare servizi specifici per questo segmento di clientela	
Alta capacità ferroviaria, che potrebbe qualificare ulteriormente la vocazione attrattiva della città	Alta capacità ferroviaria, che potrebbe anche rappresentare una minaccia sia per le tensioni sociali che sta generando, sia perché potrebbe diventare una specie di "by – pass" nel sistema di accesso alla città
PUNTI FORTI	PUNTI DEBOLI
Completezza nell'articolazione delle tipologie di offerta commerciale	Necessità di qualificare meglio in termini di caratterizzazione e di numero le manifestazioni e le fiere che si svolgono nell'A. 1
Densità commerciale concentrata nell'Addensamento A.1	Necessità di migliorare complessivamente l'impatto visivo delle attività commerciali dell'A.1
Disponibilità di parcheggi nell' area dell'A.1 e nei 150 metri esterni	Riduzione della densità delle grandi strutture di Susa sia rispetto alla conurbazione che a Bussoleno, nel periodo di tempo analizzato
Quasi totalità degli attrattori concentrati nell'A.1 e nelle immediate vicinanze	Minor potenzialità attrattiva delle grandi strutture di Susa rispetto a quelle localizzate nel comune di Chianocco
Aumento del peso proporzionale delle medie strutture di Susa sia rispetto alla conurbazione che a Bussoleno nel periodo analizzato	
Aumento del peso proporzionale delle medie strutture di Susa sia rispetto alla conurbazione che a Bussoleno nel periodo analizzato	
Migliori potenzialità attrattive sul Bacino di prossimità considerato dei negozi di vicinato e delle medie strutture di Susa rispetto agli altri comuni con cui lo si è messo a confronto	
Buona collaborazione e condivisione di obiettivi tra amministrazione comunale e operatori commerciali	

PARTE 2 – PER UN PIANO STRATEGICO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE DELL'ADDENSAMENTO OGGETTO DEL PQU

Capitolo 8

Obiettivi e principali linee strategiche del programma di qualificazione urbana:

- a. Individuazione degli obiettivi da perseguire e delle priorità da realizzare, in relazione all'analisi dei punti di forza e di debolezza evidenziati;*

In riferimento ai fattori quantitativi evidenziati dall'analisi degli aspetti presi in esame e dal quadro di sintesi delle opportunità e delle minacce e dei punti forti/deboli che si sono evidenziati si indica, ai fini di una valorizzazione commerciale dell'addensamento centrale A.1 della città di Susa, l'opportunità di perseguire il seguente obiettivo strategico finalizzato ad ottenere, nell'arco del periodo di programmazione regionale normato dalla Deliberazione giunta regionale n. 17 – 3285 del 3 luglio 2006, un significativo miglioramento dell'impatto e dell'attrattività del sistema commerciale del centro urbano della città, costituito dall'insieme delle aziende di commercio di vicinato, pubblici esercizi, artigianato di servizio e di servizi, agendo prioritariamente:

- a. per rafforzare le caratteristiche e l'articolazione della proposta commerciale del sistema distributivo localizzato nell'Addensamento commerciale A.1 di Susa;
- b. per migliorare le caratteristiche e la tipologia dei servizi commerciali rivolti alla popolazione residente nella città di Susa, nella conurbazione e nel bacino di prossimità individuati ed ai potenziali consumatori provenienti dalle confinanti regioni francesi;
- c. per contrastare e mitigare l'effetto attrattivo esercitato dalla presenza di forti poli commerciali localizzati nel comune di Chianocco, nei comuni della bassa valle di Susa e in prossimità di Torino.

- b. linee di sviluppo ed attori del partenariato pubblico/privato in funzione degli obiettivi perseguiti;*

Per la realizzazione degli obiettivi dichiarati si ritiene opportuno agire secondo le seguenti linee strategiche di sviluppo, in termini generali, così sintetizzate:

- d. la divulgazione del progetto e degli obiettivi da perseguire per la valorizzazione dell'offerta commerciale e la sua condivisione tra l'Amministrazione comunale e tutti gli operatori commerciali dell'Addensamento A.1, attraverso l'allargamento del numero delle persone che sono state sin qui coinvolte negli incontri di preparazione e predisposizione del presente documento;
- e. il rafforzamento del ruolo di via Roma (dove sono concentrate circa il 30% di tutte le attività commerciali dell'Addensamento A.1) quale perno del sistema distributivo dell'area e arteria di collegamento tra il centro storico "vecchio" e quello "nuovo" al fine di realizzare interventi che contribuiscano al rafforzamento di entrambe le sotto zone;

b- progettualità strutturale a regia e finanziamento pubblico;

In termini operativi la pubblica amministrazione intende predisporre, entro i termini utili che verranno fissati nell'apposito bando regionale di prossima pubblicazione relativo alle misure di sostegno del programma d'intervento del PQU, uno specifico progetto strutturale nell'area di via Roma che riguarderà il rifacimento del sedime stradale e dei sottoservizi.

Il tratto di strada oggetto dell'intervento si sviluppa per una lunghezza di circa m 230 e rappresenta il vero 'nodo commerciale' del Centro storico di Susa, costituisce, inoltre, il reale legame tra la parte 'vecchia' della città e quella 'nuova'.

Attualmente propone una pavimentazione del tipo ad autobloccanti, inadatta ad una strada di notevole interesse commerciale (e non solo) quale via Roma rappresenta.

Come si osserva nella tavola n. 9, l'intervento propone il rifacimento della pavimentazione stradale con materiale lapideo, lastre e pietra di luserna; riproponendo tali materiali nei diversi interventi in progetto si può pensare di uniformare l'impianto stradale del Centro storico.

c- linee guida per gli interventi dei privati sulle esternalità, costituzione di un Organismo Associato di Imprese e azioni e priorità definite;

Nel corso del lavoro preparatorio alla redazione del presente documento si sono svolti il 13 ed il 20 novembre scorsi – vedi verbali allegati – due partecipate riunioni con alcuni operatori commerciali di Susa, rappresentativi della locale Ascom e dei loro colleghi le cui attività sono

TAVOLA 9

localizzate nell'Addensamento A.1, nel corso delle quali si è avviato il percorso di coinvolgimento attivo degli operatori nel processo di valorizzazione.

Le linee di azione individuate per dare realizzazione concreta, nel triennio 2006 – 2008, agli obiettivi del programma sono:

- giungere alla definizione in tempi brevi (entro l'estate 2007) di un organismo associato di imprese che, come previsto dalle norme regionali, possa costituire il soggetto attivo nella organizzazione di iniziative finalizzate alle azioni di marketing territoriale, di promozione, di fidelizzazione della clientela e di eventuale gestione di servizi in comune tra gli operatori e partecipare all'apposito bando regionale;
- definire tramite un accordo tra l'Amministrazione Comunale e gli operatori commerciali le priorità riferite agli interventi dei privati sulle esternalità dei negozi, attraverso una indagine da effettuarsi tra gli stessi operatori in tempo utile per consentire la partecipazione al relativo bando;
- realizzare una specifica indagine sul campo, finalizzata a comprendere più in profondità come si compongono e segmentano le differenti tipologie di clienti del sistema distributivo locale e quali e quanti flussi di consumo generano, avvalendosi anche di una eventuale contribuzione da parte della Regione Piemonte, nell'ambito delle misure di sostegno degli interventi promossi dalle imprese e dagli organismi associati di impresa esercenti nell'ambito di P.Q.U;
- stabilire delle linee guida in termini di materiali, stili, forme, ecc., che, se adottati, potranno consentire ai privati di accedere agli appositi contributi previsti dalla Regione (tavola n. 10);
- adottare e/o aggiornare i regolamenti e le normative comunali non coerenti con le linee guida a cui i privati si dovranno attenere per gli interventi sulle esternalità dei negozi e di valutare la necessità di introdurre delle innovazioni, attraverso l'adozione di apposite deliberazioni, regolamenti ed ordinanze, in riferimento alle azioni "immateriali" previste all'articolo 18 della DCR 563 del 29.10.1999 s.m. e i.;
- avviare un confronto tra gli operatori commerciali dell'Addensamento A. 1 e gli altri soggetti organizzati che, nella città di Susa, operano quali soggetti attivi nell'animazione e nella promozione della città e delle sue risorse;
- valutare l'opportunità di attivare iniziative di formazione sui temi del marketing territoriale rivolte agli operatori commerciali locali, partecipando al bando riferito alle iniziative di formazione e informazione degli attori coinvolti, quando sarà emanato dalla Regione Piemonte.

Tavola 10: esternalita'

d- crono programma d'insieme;

Rispetto alle linee di azione sopra indicate è, per ora, credibile indicare i seguenti tempi di realizzazione

Azione	Periodo previsto di realizzazione
Opera pubblica su cui chiedono il premio	Entro 2008
Eventuali altre opere in piano triennale	Entro 2009
Costituzione Organismo Associato	Entro fine giugno 2007
Sondaggio per l'individuazione degli interventi prioritari da parte dei privati	Entro la fine di marzo 2007
Indagine sul campo sulla composizione della clientela potenziale e sui flussi di consumo	Entro fine 2007

e- budget previsionale;

Azione	Costo di massima preventivabile
Opera pubblica su cui chiedono il premio	Circa 500.000 euro
Eventuali altre opere in piano triennale	Circa 7.038.000 euro
Costituzione Organismo Associato	Zero
Sondaggio per l'individuazione degli interventi prioritari da parte dei privati	Zero
Indagine sul campo sulla composizione della clientela potenziale e sui flussi di consumo	Circa 12.000 euro

Il sistema di monitoraggio del Programma

Un programma così articolato e che si sviluppa su di un arco triennale richiede un sistema di monitoraggio che segua lo stato di avanzamento del programma e che cambi con l'evolversi del programma stesso.

PERIODO	ATTIVITÀ	RESPONSABILE
Primo anno (marzo 2007 –marzo 2008)	1. Costruzione di una tabella GANTT per la verifica del rispetto dei tempi preventivati per la realizzazione delle azioni individuate 2. Rilevazione del numero di esercenti, beneficiari degli interventi sulle esteriorità dei locali commerciali, che aderiscono all'Organismo Associato d'Impresa 3. Rilevazione del numero di aderenti all'Organismo Associato d'Imprese sul totale degli esercenti localizzati nell'Addensamento A.1. 4. Numero di interventi sulle esteriorità dei locali commerciali in rapporto al numero di esercizi presenti nell'Addensamento 5. Rilevazione del numero e della tipologia di soggetti partecipanti alle attività di formazione/informazione	Per il punto 1, 4, 5 l'Amministrazione comunale Per il punto 2 e 3 il costituendo Organismo Associato d'Imprese
Secondo anno (aprile 2008- marzo 2009)	1. Verifica a inizio anno del numero degli aderenti all'Organismo Associato d'Imprese e definizione dell'obiettivo, in termini di incremento del numero di aderenti, all'OADI per l'anno successivo. 2. Definizione delle modalità di verifica del persistere della motivazione a sostenere il programma (ad es: invio GANTT, materiale informativo, questionari...) facendo particolare attenzione ai comportamenti dei sostenitori della 'prima ora' ; 3. Verifica del rispetto dei tempi di realizzazione delle opere strutturali di iniziativa dell'Amministrazione comunale ed analisi delle motivazioni degli eventuali scostamenti da quanto preventivato.	Per il punto 1 e 2 il costituendo Organismo Associato d'Imprese Per il punto 3 l'Amministrazione comunale
Terzo anno (aprile 2009- marzo 2010)	<i>Ripresa delle attività di verifica delle attività di cui ai punti 1, 2 e 3 del secondo anno</i> 4. Indagine presso i fruitori dell'area commerciale oggetto di PQU per verificare il grado di percezione/reazione positiva generato dalle iniziative intraprese dall'O.A.D.I e dall'Amministrazione Comunale 5. Valutazione complessiva del programma pluriennale realizzato, formulazione del piano strategico per il triennio successivo, pianificazione operativa.	Per il punto 1 e 2 il costituendo Organismo Associato d'Imprese Per il punto 3, 4 e 5 l'Amministrazione comunale

Conclusione

La presente relazione, con la quale si forniscono gli elementi richiesti dal bando regionale ai fini della prevista valutazione per l'accreditamento dei soggetti che si candidano quali promotori di P.q.u., ha disegnato, seguendo le linee indicate dalla Regione Piemonte, e avvalendosi di elementi di scenario e di aspetti quantitativi, un sintetico profilo di quella che oggi è la situazione dell' offerta commerciale localizzata nella città di Susa ed in particolare nel suo Addensamento commerciale principale e degli obiettivi di valorizzazione che i promotori, pubblici e privati, di questo dossier intendono realizzare anche con il supporto ed il contributo delle opportunità previste dalle norme della Regione Piemonte.

PARTE 3 – ALLEGATI

A – Manuale sinottico di autoverifica

B – Documentazione di supporto

ALLEGATO B

DOCUMENTAZIONE DI SUPPORTO