



## COMUNE DI SUSÀ

### **Relazione contenente l'adeguamento degli strumenti comunali di sviluppo del commercio**

di cui all'art. 8 comma 3 del d. lgs. 114 del 31 marzo 1998  
e dell' art. 4 della l.r. n. 28 del 12 novembre 1999  
in applicazione degli indirizzi contenuti nella D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999  
*“Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento  
del commercio al dettaglio in sede fissa in attuazione del d. lgs. 31 marzo 1998 n. 114”*  
così come modificata dalla D.C.R. n. 347-42514 del 23 dicembre 2003  
dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24/3/2006 e dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012

**Approvato con deliberazione di C.C. n. 5 del 22.02.2013**

Consulenza Tecnica:

**catcom**  
CENTRO ASSISTENZA TECNICA AL COMMERCIO

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

**Arch. Maria Ida Vaglietti**

Corso Inghilterra 25 bis - 10138 TORINO  
Tel 011 4344772 - Fax 011 4343238

Hanno collaborato  
per il Comune di Susa:

**Geom. Valerio Menone**  
**Geom. Diego Favro**  
**Dott.ssa Emanuela Pesando**

## **CAPITOLO PRIMO**

### **LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA DEL COMMERCIO**

#### **Caratteri salienti del D.Lgs. 114/98 e della L.R. n. 28 del 12.11.99**

Il D. Lgs. 114/98 di riforma del settore distributivo si basa sul principio per il quale l'attività commerciale si fonda sul concetto della libertà di concorrenza e di iniziativa economica subordinato unicamente alla salvaguardia dell'impatto sul territorio e delle caratteristiche dell'ambito in cui intende localizzarsi.

Partendo da questo presupposto, questo decreto modifica quindi significativamente i meccanismi di ingresso nel settore, eliminando molte barriere burocratiche all'entrata, fissa le norme per l'esercizio dell'attività così come i criteri generali di programmazione della rete distributiva in un'ottica di grande attenzione allo sviluppo territoriale complessivo ed alla salvaguardia di una pluralità di tipologie di offerta per il consumatore, nonché disciplina il regime degli orari di apertura e di chiusura degli esercizi e detta nuove condizioni per lo svolgimento dell'attività commerciale in sede fissa e su area pubblica, nell'ottica di favorire la concorrenza ed il servizio per i cittadini.

Le modifiche introdotte al Titolo V della Costituzione ed il d. lgs. 114/98 riformulano inoltre le competenze ed il ruolo delle Regioni e dei Comuni in materia: le prime acquistano autonomia legislativa, di indirizzo programmatico e decisionale; i secondi, invece, sono chiamati, attraverso le scelte di pianificazione territoriale locale, a favorire lo sviluppo di una articolata e competitiva rete distributiva locale e la valorizzazione delle attività commerciali del rispettivo territorio in stretta correlazione con le loro caratteristiche socioeconomiche dei diversi territori.

Regioni e i Comuni, nell'esercizio delle competenze loro attribuite, devono fare comunque riferimento agli indirizzi e gli obiettivi generali fissati dallo Stato, nell'ambito delle competenze di salvaguardia della concorrenza, rimaste di competenza nazionale.

Le Regioni, ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs 114/98, hanno provveduto a definire gli indirizzi generali per lo sviluppo locale, le forme di sostegno e di incentivazione dell'attività commerciale, i provvedimenti di salvaguardia dei livelli occupazionali ed inoltre i criteri di programmazione per l'orientamento dell'attività di intervento e di pianificazione dei Comuni in materia di urbanistica commerciale.

Con la l.r. n. 28 del 12 novembre 1999, e con una serie di successive D.C.R., la Regione Piemonte ha provveduto a dare attuazione al d. lgs. 114/98, stabilendo le norme che riguardano :

*gli indirizzi generali per l'insediamento commerciale ed i relativi criteri e disposizioni urbanistiche;* in particolare, viene stabilito che i comuni, sono tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici generali ed attuativi ed i regolamenti di polizia locale, nonché ad adottare i criteri per il rilascio delle autorizzazioni riferite alla medie strutture di vendita nel rispetto dei principi e delle fissati dallo Stato e dalla Regione.

L'adeguamento degli strumenti urbanistici generali ed attuativi individua:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali con particolare riguardo agli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali al fine della tutela dell'arredo urbano e dei beni artistici, culturali ed ambientali;
- c) i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- d) i vincoli di natura urbanistica con particolare riguardo alla disponibilità di spazi pubblici ed alle quantità minime di spazi per parcheggi;
- e) la correlazione tra gli atti autorizzatori commerciali e la concessione o autorizzazione edilizia.

Dalla legge viene quindi attribuito al Piano Regolatore Generale Comunale il ruolo di strumento principale per la programmazione e il controllo dello sviluppo del commercio in sede locale;

*gli orari di vendita*; vengono definiti gli orientamenti da seguire per collegare le indicazioni relative alla apertura e chiusura degli esercizi ai piani comunali di regolamentazione degli orari, in modo da uniformare gli orari in ambiti territoriali omogenei;

*il commercio su area pubblica*; la legge regionale stabilisce le politiche di valorizzazione dei mercati ambulanti e le regole per il rilascio di autorizzazioni;

*le vendite straordinarie (liquidazione e fine stagione)*; si fissano le regole generali relative alle modalità di svolgimento, alla pubblicità e alla durata;

*i centri di assistenza tecnica*; si definiscono natura e ruolo di tali enti con l'intento di favorire lo sviluppo di strategie gestionali e conoscenze tecniche per innescare processi di ammodernamento della rete distributiva.

## **Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa: dalla D.C.R. 563-13414 del 29/10/99 alla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012**

Con la deliberazione n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 il Consiglio Regionale del Piemonte ha definito gli indirizzi generali ed i criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, in applicazione del disposto di cui all'art. 3, comma 1, della l.r. n. 28 del 12 novembre 1999.

I contenuti del provvedimento costituiscono le norme cui devono far riferimento i comuni nell'adeguamento dei rispettivi strumenti di pianificazione locale nonché le "disposizioni sostitutive" che si applicano in caso di inerzia da parte dei comuni nell'adozione dei provvedimenti di cui all'art. 4 comma 1 della l.r. 28/99 o di adeguamento difforme dalle disposizioni contenute nella D.C.R. stessa.

La delibera del Consiglio regionale, successivamente modificata in alcune parti anche in maniera significativa dalle ulteriori deliberazioni n. 347- 42514 del 23/12/2003, n. 59-10831 del 24 marzo 2006 e n.191- 43016 del 20/11/2012, all'art. 2, ribadisce che gli obiettivi da perseguire attraverso la programmazione commerciale sono:

a) favorire la modernizzazione del sistema distributivo in modo che si realizzino le condizioni per il miglioramento della sua produttività, della qualità del servizio e dell'informazione al consumatore;

b) favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità nei centri urbani, nei piccoli comuni, nelle frazioni e nelle altre aree scarsamente servite, in modo che sia facilitato l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso la presenza di esercizi commerciali riconducibili a differenti tipologie di strutture distributive;

c) orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in zone ed aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie di strutture distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare la produttività del sistema e la qualità del servizio reso ai consumatori, nel rispetto dell'integrità dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico regionale e promuovendo la rivitalizzazione dei centri urbani;

d) favorire la formazione di un sistema di offerta, articolato sul territorio e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, tra le quali non si producano posizioni dominanti, in modo tale che i consumatori, potendo scegliere tra differenti alternative di localizzazione e di assortimento, esercitando le loro preferenze, inneschino la dinamica concorrenziale nel sistema;

e) coordinare la programmazione in materia commerciale e urbanistica dei diversi livelli di governo, nonché i procedimenti relativi al rilascio delle autorizzazioni commerciali e delle concessioni ed autorizzazioni edilizie, sia per favorire la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, nel quadro di un sistema decisionale condiviso, sia per evitare situazioni di offerta commerciale e immobiliare contrarie ai principi della libera concorrenza.

In virtù di una delle innovazioni introdotte dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006, viene chiarito, nella parte del documento che fornisce i riferimenti metodologici per le scelte di programmazione, che gli aspetti di cui tener conto nell'attività di programmazione sono:

- a) il comportamento del consumatore;
- b) la dinamica concorrenziale che si sviluppa tra sottosistemi e tra unità del sistema commerciale;
- c) l'organizzazione del territorio **definita attraverso gli strumenti di pianificazione territoriali ed urbanistici**;
- d) la concertazione e il coordinamento degli atti della programmazione tra i diversi livelli di governo della regione.

Quindi viene esplicitato da subito che nella programmazione commerciale bisogna tener conto dell'organizzazione territoriale così come è stata definita dagli strumenti di pianificazione territoriali e urbanistici. In altri termini viene chiarito che tra le condizioni fondamentali per una buona programmazione commerciale vi è la stretta coerenza e contiguità di questa con la pianificazione territoriale e urbanistica.

I Comuni pertanto, ai sensi dell'articolo 6, comma 5 del decreto legislativo n. 114/1998 e dell'articolo 4 della legge regionale sul commercio, tenuto conto dei riferimenti metodologici prima esplicitati, devono adeguare gli strumenti urbanistici generali e attuativi e i regolamenti di polizia locale agli indirizzi generali ed ai criteri di programmazione urbanistica stabiliti dalle norme nazionali e regionali

Il Comune di Susa ha provveduto a dare attuazione a queste disposizioni con la D.C.C. n. 37 del 24 settembre 2003 e successivamente con le D.C.C. n. 61 del 12 novembre 2004 e D.C.C n. 37 del 26.09.2006 a seguito dell'emanazione delle D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006 di modifica degli originari indirizzi e criteri di sviluppo commerciale.

L'attuale provvedimento di modifica alla D.C.C n. 37 del 26.09.2006 scaturisce dalla opportunità di adeguare le disposizioni di sviluppo commerciale locale alle ulteriori innovazioni regionali introdotte nella D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012 nonché la perimetrazione delle zone di sviluppo commerciale da un lato alle modificazioni intervenute sul territorio e, dall'altro, alla nuova normativa regionale sull'insediamento degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

Nell'ambito urbano del comune, infatti, nel corso dell'ultimo quinquennio si sono registrate una serie di non marginali modificazioni sia in termini di numero che di localizzazione delle attività commerciali, soprattutto della tipologia esercizi di vicinato, che inevitabilmente incidono anche sulla vecchia perimetrazione degli Addensamenti commerciali.

Un parziale e modesto allargamento di tali ambiti, nel rispetto degli indirizzi contenuti nella D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i., risponde altresì all'obiettivo di includere in tali ambiti, le aree che oggi ospitano esercizi commerciali, di somministrazione e attività di servizio funzionalmente integrate all'offerta commerciale espressa dagli addensamenti commerciali e nelle quali sono disponibili spazi idonei all'insediamento di medie strutture, senza che l'eccessiva concentrazione di esercizi in ambiti ristretti, in particolare nel Centro Storico già abbastanza congestionato, generi particolari disagi alla viabilità.

La nuova perimetrazione degli addensamenti risponde infine alla volontà di recepire anche le disposizioni della nuova normativa regionale relativa agli esercizi di somministrazione. La legge regionale 38/2006 s.m.i., infatti, stabilisce che i comuni fissino i criteri per l'insediamento degli esercizi di somministrazione in maniera coerente rispetto nella pianificazione urbanistico – commerciale comunale ed in modo da favorire lo sviluppo di sinergie tra le attività commerciali e quelle della somministrazione, a fronte della stretta correlazione tra esercizi di somministrazione ed attività commerciali, entrambi parte integrante dell'offerta di servizi di un territorio.

## CAPITOLO SECONDO

### DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE E SOCIOECONOMICO

La città di Susa, situata alla confluenza del torrente Cenischia con la Dora Riparia, è un comune che dista 54 km da Torino, in area pedemontana a cui si arriva percorrendo le strade statali 24, 25 o l'autostrada 32 Torino – Bardonecchia.

I comuni limitrofi sono Bussoleno, Gravere, 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.

La popolazione secondo i dati della BDDE regionale ammonta a 6768 unità.

L'analisi della popolazione interessa in questa sede in quanto essa rappresenta la domanda potenziale di beni e servizi da parte dei residenti e la sua composizione per fasce d'età influenza in modo significativo le potenzialità di sviluppo della rete distributiva locale.

L'indice di vecchiaia evidenzia quanti anziani di 65 anni e oltre ci sono ogni 100 bambini con meno di 15 anni. Come si evince dalla tabella 2, Susa fa registrare, nell'ambito definito dai comuni raggiungibili entro i 20 minuti dal suo centro, un valore abbastanza alto e tale indice influenza significativamente anche l'indice di dipendenza. Questo ultimo evidenzia quante sono le persone non in età lavorativa (bambini con meno di 14 anni e anziani di 65 anni e più) ogni cento residenti in età lavorativa (15 -65 anni).

L'indice di dipendenza evidenzia, per Susa, una percentuale di popolazione non attiva sul mercato del lavoro abbastanza alta, con una tendenza all'aumento, data l'elevata percentuale di popolazione con più di 40 anni, il che rende di particolare importanza la programmazione di interventi per lo sviluppo del commercio, soprattutto del commercio di prossimità.

Tabella 1: struttura della popolazione

Comune	Livello Gerarchico	Popolazione					Popolazione in %			
		Tot. 0_14	Tot 15_39	Tot 40_64	Tot oltre 64	Totale	Tot. 0_14	Tot 15_39	Tot 40_64	Tot oltre 64
<b>SUSA</b>	<b>Subpolo</b>	<b>893</b>	<b>1.807</b>	<b>2.409</b>	<b>1.659</b>	<b>6.768</b>	<b>13,19%</b>	<b>26,70%</b>	<b>35,59%</b>	<b>24,51%</b>
Borgone Susa	Minore	296	668	859	552	2.375	12,46%	28,13%	36,17%	23,24%
Bruzolo	Minore	221	444	516	350	1.531	14,44%	29,00%	33,70%	22,86%
Bussoleno	Subpolo	769	1.834	2.359	1.608	6.570	11,70%	27,91%	35,91%	24,47%
Chianocco	Minore	199	458	647	367	1.671	11,91%	27,41%	38,72%	21,96%
Chiomonte	Minore	98	234	343	295	970	10,10%	24,12%	35,36%	30,41%
Exilles	Minore	34	47	96	85	262	12,98%	17,94%	36,64%	32,44%
Giaglione	Minore	84	164	240	173	661	12,71%	24,81%	36,31%	26,17%
Gravere	Minore	77	204	293	173	747	10,31%	27,31%	39,22%	23,16%
Mattie	Minore	77	204	262	194	737	10,45%	27,68%	35,55%	26,32%
Meana di Susa	Minore	104	233	349	233	919	11,32%	25,35%	37,98%	25,35%
Mompantero	Minore	88	185	252	156	681	12,92%	27,17%	37,00%	22,91%
Novalesa	Minore	76	149	203	148	576	13,19%	25,87%	35,24%	25,69%
Oulx	Minore	383	967	1.285	559	3.194	11,99%	30,28%	40,23%	17,50%
Salbertrand	Minore	89	139	210	112	550	16,18%	25,27%	38,18%	20,36%
San Didero	Minore	92	151	233	86	562	16,37%	26,87%	41,46%	15,30%
San Giorio di Susa	Minore	139	317	377	229	1.062	13,09%	29,85%	35,50%	21,56%
Venaus	Minore	119	253	365	230	967	12,31%	26,16%	37,75%	23,78%
Provincia di Torino		0	297.598	664.607	824.711	510.682	2.297.598	12,95%	28,93%	35,89%

Fonte: Elaborazioni CAT.COM su dati BDDE Regione Piemonte, anno 2009

Tabella 2: indici di dipendenza e di vecchiaia

Comune	Indice di vecchiaia	Indice di dipendenza
<b>Susa</b>	<b>185,78</b>	<b>60,53</b>
Borgone Susa	186,49	55,53
Brufolo	158,37	59,48
Bussoleno	209,10	56,69
Chianocco	184,42	51,22
Chiomonte	301,02	68,11
Exilles	250,00	83,22
Guaglione	205,95	63,61
Gravere	224,68	50,30
Mattie	251,95	58,15
Meana di Susa	224,04	57,90
Mompantero	177,27	55,84
Novalesa	194,74	63,64
Oulx	145,95	41,83
Salbertrand	125,84	57,59
San Didero	93,48	46,35
San Giorio di Susa	164,75	53,03
Venaus	193,28	56,47
Provincia di Torino	171,60	54,27

Fonte: Elaborazioni CAT.COM. su dati BDDE Regione Piemonte, anno 2009

## Le attività produttive

Nel comune di Susa, sulla base dei dati riportati nell'ultima edizione di Piemonteincifre, vi sono 767 **unità locali** operanti nei seguenti comparti: manifatturiero, costruzioni, commercio, turismo e servizi.

Per **unità locale** si intende un'unità giuridico-economica o una sua parte, situata in una località topograficamente identificata da un indirizzo e da un numero civico. Quindi posso costituire unità locali anche i depositi, i garage, i laboratori, i magazzini purché funzionalmente al servizio di un'attività produttiva, anche se quest'ultima ha la sede legale in altro luogo.

Quindi il numero di unità locali è quasi sempre diverso dal numero di imprese presenti in un determinato territorio.

**Nei capitoli successivi, quando sarà analizzata l'offerta commerciale si farà riferimento invece al numero di esercizi commerciali, e non più alle unità locali quindi i dati relativi al commercio potranno variare anche in maniera significativa.**

Come si vede in tabella 3, rispetto ai principali comuni più vicini, il particolare al comune di Bussoleno che ha la stessa dimensione in termini di numero di abitanti, il sistema produttivo di Susa presenta quali punti di forza, in termini di unità locali, il comparto del commercio e dei servizi. Quindi è indubbiamente importante che al settore terziario, ed in particolare al commercio, venga dedicata particolare attenzione nel programmare le linee di sviluppo economico di questo comune.

L'importanza del comparto del commercio a Susa trova riscontro anche nell'impegno con cui l'Amministrazione comunale ha promosso e sostenuto la realizzazione del Piano di Qualificazione Urbana (PQU) dell'Addensamento Storico Centrale A1 che ha contribuito a rafforzare e dare nuovo slancio al commercio dell'ambito centrale del comune.

Tale Piano di Qualificazione si è incentrato nel recupero della via Roma, importante arteria commerciale di ca m 230 che rappresenta il vero 'nodo commerciale' del Centro storico di Susa, nonché costituisce il reale legame tra la parte 'vecchia' della città e quella 'nuova'.

Gli operatori commerciali, a loro volta, hanno contribuito alla realizzazione del PQU con una riqualificazione dei loro esercizi, in particolare, sulle esteriorità dei negozi, così come dando vita ad un organismo associato d'impresa per attuare iniziative finalizzate alle azioni di marketing territoriale, di promozione, di fidelizzazione della clientela e di gestione di servizi in comune tra gli operatori.

Tabella 3: le unità locali (valori %)

<b>ATTIVITA' ECONOMICHE: UNITA' LOCALI in VALORI PERCENTUALI</b>							
<b>INDICATORE</b>	<b>Unità locali totali, di cui:</b>	<b>attività manifatturiere</b>	<b>costruzioni</b>	<b>commercio</b>	<b>turismo</b>	<b>altri servizi</b>	<b>altre attività</b>
FONTE	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere
ANNO	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
UNITA' DI MISURA	n°	%	%	%	%	%	%
<b>COMUNE/DATO</b>							
Susa	801	6,2%	18,6%	32,1%	11,6%	22,5%	4,7%
Borgone Susa	227	24,2%	18,5%	25,6%	4,0%	17,2%	6,2%
Brufolo	116	19,0%	30,2%	15,5%	6,0%	15,5%	11,2%
Bussoleno	562	9,3%	21,0%	26,3%	7,3%	24,0%	7,1%
Chianocco	122	10,7%	25,4%	19,7%	15,6%	13,9%	13,9%
Chiomonte	105	3,8%	23,8%	21,9%	14,3%	18,1%	15,2%
Exilles	29	0,0%	10,3%	17,2%	27,6%	24,1%	20,7%
Guaglione	32	6,3%	21,9%	25,0%	12,5%	15,6%	18,8%
Gravere	70	4,3%	30,0%	17,1%	10,0%	18,6%	15,7%
Mattie	39	0,0%	20,5%	20,5%	20,5%	12,8%	17,9%
Meana di Susa	58	6,9%	32,8%	15,5%	3,4%	24,1%	13,8%
Mompantero	38	5,3%	23,7%	23,7%	23,7%	15,8%	7,9%
Novalesa	43	11,6%	14,0%	14,0%	7,0%	14,0%	39,5%
Oulx	504	5,0%	22,8%	24,0%	14,5%	24,6%	5,0%
Salbertrand	95	6,3%	32,6%	16,8%	11,6%	20,0%	9,5%
San Didero	45	22,2%	17,8%	28,9%	8,9%	15,6%	6,7%
San Giorio di Susa	71	12,7%	33,8%	16,9%	9,9%	11,3%	14,1%
Venaus	53	9,4%	34,0%	11,3%	9,4%	11,3%	18,9%
Provincia di Torino	284.824	10,7%	14,7%	26,5%	6,3%	30,0%	5,5%

Fonte: Elaborazioni CAT. COM su dati Piemonteincifre, anno 2011

## CAPITOLO TERZO

### Analisi della rete distributiva

#### Definizioni, classificazione ed articolazione delle tipologie distributive

Ai sensi della vigente normativa le diverse tipologie distributive sono così classificate ed articolate:

- *esercizi di vicinato*, quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- *medie strutture di vendita*, gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- *grandi strutture di vendita*, gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto precedente
- *centro commerciale*, una media o una 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 sopra definite tipologie si articolano per settore merceologico: alimentare, non alimentare e misto.

Per *superficie di vendita di un esercizio commerciale*, si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi.

Per *superficie di vendita di un centro commerciale* si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

#### Assetto e classificazione della rete distributiva in Piemonte

La vigente normativa regionale definisce l'assetto territoriale in termini di ambiti di programmazione e di classificazione delle aree a destinazione commerciale.

Il territorio, in relazione alla densità abitativa, alle caratteristiche della rete distributiva, alle peculiarità socioeconomiche e morfologiche, viene infatti così classificato:

- a) *aree di programmazione commerciale sovracomunale*, che si configurano come un sistema di offerta commerciale rivolto ad un unico bacino di utenza, formate da un comune attrattore, che determina l'importanza dell'area, e dai comuni dell'area di programmazione commerciale che ad esso fanno riferimento. Un'area di programmazione commerciale è costituita, tranne particolari eccezioni, dal comune attrattore e da quelli confinanti con esso.
- b) *comuni, per livello gerarchico*; i comuni sono classificati secondo l'importanza commerciale e socioeconomica, al fine di favorire un'organizzazione territoriale della rete distributiva idonea a garantire un adeguato servizio al consumatore e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie di strutture distributive;
- c) *zone di insediamento commerciale*; in ciascun comune sono riconoscibili ambiti territoriali nei quali si possono realizzare le politiche di trasformazione aventi lo scopo di favorire il miglioramento della produttività del sistema, e l'incremento dell'informazione e della qualità del servizio reso ai consumatori; tali politiche si concretizzano, anche con adeguati incentivi, attraverso iniziative di sviluppo, di consolidamento e di tutela della rete commerciale esistente e dell'ambiente, con particolare riguardo alla mobilità, al traffico e all'inquinamento, nonché alla riqualificazione del tessuto urbano e alla valorizzazione dei beni di interesse storico, artistico e ambientale

Le aree di programmazione commerciale al servizio di specifici bacini di utenza, vengono a loro volta classificate nel seguente modo:



a) *area di programmazione commerciale metropolitana*: è l'ambito territoriale delimitato dal centro metropolitano (comune attrattore), dai comuni con esso confinanti e da altri comuni circostanti. L'elenco dettagliato dei comuni è riportato all'allegato 1 alla D.C.R. 563/99 e s.m.i;

b) *altre aree di programmazione commerciale*: sono gli ambiti territoriali delimitati dal comune attrattore e dai comuni con esso confinanti e, in qualche caso, da altri comuni circostanti. L'elenco delle aree di programmazione commerciale e dei comuni che vi appartengono è riportato all'allegato 1 alla D.C.R. 563/99 e s.m.i;

c) *sistemi distributivi di rilevanza comunale*: sono gli ambiti territoriali che comprendono il complesso dell'offerta commerciale in ciascuno dei comuni che non appartengono alle aree di programmazione commerciale.

I comuni, in relazione alle caratteristiche della rete distributiva, della dotazione dei servizi, delle condizioni socioeconomiche e di consistenza demografica sono suddivisi secondo la seguente classificazione:

- a) *comuni della rete primaria* : sono 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;
- b) *comuni della rete secondaria*: sono i comuni che, pur non avendo il rilievo strategico attribuito a quelli della rete primaria, svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale più frequente, in prossimità di insediamenti residenziali. Appartengono a questa rete anche alcuni comuni, più lontani dai comuni polo o subpolo della rete primaria, che svolgono un'importante funzione di distribuzione dei servizi meno frequenti sul territorio circostante e di supporto alle altre attività terziarie.

*I comuni polo della rete primaria compreso il centro metropolitano*, sono, nella maggior parte dei casi, centri attrattori di aree di programmazione commerciale, nei quali si è sviluppata una maggiore concentrazione di servizi commerciali, paracommerciali, artigianali e pubblici. Su di essi si concentrano flussi di gravitazione naturale che interessano vaste zone del territorio regionale.

*I comuni subpolo della rete primaria* 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.

*I comuni della rete secondaria* sono classificati come segue:

- a) *comuni intermedi*: altri comuni con popolazione a partire da 3.000 abitanti non compresi negli elenchi precedenti; (v. allegato 2 alla D.C.R. 563/99 e s.m.i);
- b) *comuni minori (o deboli)*: altri comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti (v. allegato 2 alla D.C.R. 563/99 e s.m.i).

*I comuni intermedi* sono quelli con dimensione demografica a partire da 3.000 abitanti e non compresi tra i comuni della rete primaria. Si pongono in posizione gerarchica intermedia tra i comuni minori (o deboli) e i comuni della rete primaria; offrono servizi non quotidiani ma di minor portata rispetto a quella dei comuni in posizione gerarchica superiore.

*I centri minori (o deboli)* sono i comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti, sede di un'offerta commerciale spesso non completa nella dotazione di base.

**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, dalla DCR n. 59-10831 del 24.3.2006 e dalla DCR n. 191-43016 del 20/11/2012.

*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.

## La rete distributiva del Comune

### Il Commercio in sede fissa

La rete distributiva del comune di Susa è composta da 148 esercizi di vicinato, articolati come riportato nella tabella che segue, 21 medie strutture di cui 7 miste per 3.854 mq di superficie di vendita e 14 non alimentari per 4841 mq di superficie di vendita e una grande struttura mista da 1.800 mq di superficie di vendita.

Tabella 4: la rete distributiva di Susa

TIPOLOGIA	Comparto	Numero esercizi
Grandi strutture	MISTO	1
Medie strutture	MISTO	7
	NON ALIMENTARE	14
Vicinato	ALIMENTARE	21
	MISTO	11
	NON ALIMENTARE	116

Fonte: dati comunali 31/12/2010

Per completare il quadro dell'offerta di servizi nel comune di Susa va considerata la dotazione di 48 esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, e le seguenti forme speciali di vendita:

6 distributori di carburante;

3 farmacie;

8 rivendite di generi di monopolio;

6 edicole di cui 1 esclusiva e 5 non esclusive.

È pertanto una rete distributiva completa in cui vi è una presenza abbastanza equilibrata di tutte le tipologie di strutture distributive.

### Il commercio su area pubblica

Il mercato del martedì è indubbiamente un punto di forza del sistema distributivo comunale. Infatti, come emerge dalla tabella che segue, risulta competitivo, in termini di dimensioni e di articolazione dell'offerta, rispetto ai mercati che si tiene nel vicino comune subpolo di Bussoleno.

Tabella 5: il commercio su area pubblica

Denominazione comune	Giorni di mercato	Posteggi occupati alimentari e misti	Posteggi occupati non alimentari	Posteggi occupati produttori agricoli	Totale posteggi occupati	Totale posteggi liberi	Totale posteggi
SUSA	mar.	27	101	15	143	7	150
BUSSOLENO	Lun.	35	100	17	152	0	152

Fonte: Elaborazioni CAT. COM su dati Osservatorio Regionale del Commercio - anno 2011

## Bacino di prossimità del Comune di Susa

Poiché il comune non ricade all'interno di nessuna delle Aree di programmazione commerciale individuate dalla normativa regionale, si è ritenuto opportuno utilizzare la metodologia del rilevamento attraverso le isocrone *al fine di rappresentare una rete interurbana commerciale con la quale confrontare i dati rilevati dall'offerta distributiva espressa dal comune di Susa.*

Una rete interurbana commerciale si può infatti anche rappresentare attraverso il rilevamento delle isocrone dei tempi di percorrenza con mezzi pubblici e/o privati tra un centro urbano e gli altri.

I punti di arrivo di queste linee si possono pertanto convenzionalmente assumere come limiti spaziali dell'area di mercato, o dell'autocontenimento 'ottimale' della domanda.

Il parametro che influenza la dimensione di queste aree è quello del tempo di percorrenza per il raggiungimento del centro del paese. Si considera come tempo limite accettabile 20' minuti primi da percorrere con mezzo privato per raggiungere la destinazione.




Per la definizione delle distanze in chilometri e dei tempi si è utilizzato il calcolo fornito da un programma informatico che indica il percorso stradale più breve possibile tra due centri città.

Va precisato che il programma, ovviamente, non tiene conto della variabile rappresentata dal traffico, in ogni caso sarebbe una variabile di imprevisto eccessiva che dovrebbe dipendere dalla fascia oraria considerata, dal periodo dell'anno, ecc.

Figura1 : Bacino di prossimità del comune di Susa



Legenda:

 Comune minore     Comune intermedio     Comune subpolo


 Isocrona 20'

Tabella 6 : Comuni compresi nell'isocrona da 20 minuti, ordinati per minuti di percorrenza			
Comune	Livello gerarchico	tempo	Distanza (km)
<b>Susa</b>	<b>subpolo</b>	<b>0'</b>	<b>0</b>
<b>Mompantero</b>	<b>minore</b>	<b>3</b>	<b>0,9</b>
<b>Venaus</b>	<b>minore</b>	<b>6'</b>	<b>3,8</b>
<b>Guaglione</b>	<b>minore</b>	<b>6'</b>	<b>3,6</b>
<b>Chiomonte</b>	<b>minore</b>	<b>7'</b>	<b>6,3</b>
<b>Meana di Susa</b>	<b>minore</b>	<b>7'</b>	<b>4,2</b>
<b>Mattie</b>	<b>minore</b>	<b>9'</b>	<b>7,2</b>
<b>Bussoleno</b>	<b>subpolo</b>	<b>10'</b>	<b>8,7</b>
<b>Gravere</b>	<b>minore</b>	<b>10'</b>	<b>9,4</b>
<b>Novalesa</b>	<b>minore</b>	<b>10'</b>	<b>7,06</b>
<b>Brufolo</b>	<b>minore</b>	<b>14'</b>	<b>16,1</b>
<b>Oulx</b>	<b>minore</b>	<b>15'</b>	<b>23,4</b>
<b>Chianocco</b>	<b>minore</b>	<b>15'</b>	<b>11,9</b>
<b>Borgone Susa</b>	<b>minore</b>	<b>16'</b>	<b>18</b>
<b>San Didero</b>	<b>minore</b>	<b>18</b>	<b>17,6</b>
<b>San Giorio di Susa</b>	<b>minore</b>	<b>19'</b>	<b>17,6</b>
<b>Exilles</b>	<b>minore</b>	<b>19</b>	<b>12,5</b>
<b>Salbertrand</b>	<b>minore</b>	<b>19'</b>	<b>16,2</b>

Fonte: elaborazioni Cat.Com

Come già evidenziato nell'arco di 20 minuti dal centro di Susa si trova un altro comune subpolo, Bussoleno che per dimensione (sia in termini di popolazione che di offerta commerciale), è il concorrente più diretto del comune di Susa.

Oltre a questi, sempre nell'arco di un'isocrona di 20 minuti, si trovano tutti comuni minori, tuttavia data la particolarità orografica dell'area considerata e la presenza di un centro commerciale nel comune di Chianocco e uno nel comune di Oulx (anche se di dimensioni decisamente minori del primo) non è da sottovalutare l'attrattività commerciale di questi comuni della rete secondaria.

Un esame più dettagliato dell'offerta commerciale nel bacino di prossimità del comune di Susa è presentato nel paragrafo che segue.

## **Articolazione, densità ed evoluzione dell'offerta commerciale nel bacino di prossimità del Comune di Susa**

Nell'assetto ottimale delineato dai principi ispiratori della vigente normativa nazionale e regionale la rete distributiva dovrebbe assumere una configurazione in grado di garantire concorrenza, pluralismo ed equilibrio tra le diverse tipologie e forme di vendita, trasparenza del mercato, possibilità di approvvigionamento, assortimento, sicurezza dei prodotti e servizio di prossimità a vantaggio del cittadino consumatore.

Nel contesto operativo in cui è inserita questa relazione, che si prefigge di motivare adeguatamente le scelte che l'Amministrazione Comunale di Susa è chiamata ad assumere in relazione ai criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e, conseguentemente, agli indirizzi programmatici per lo sviluppo dell'offerta commerciale locale, occorre, per delineare idonee politiche ed azioni di intervento *analizzare le relazioni tra l'offerta commerciale del Comune di Susa ed il contesto in cui è inserita.*

Come già ricordato il Comune di Susa è classificato come comune subpolo della rete primaria, tra quelli cioè che *sono in grado di erogare servizi commerciali competitivi con quelli del polo della rete primaria, anche se per un numero limitato di funzioni.*

Detto in altri termini ciò significa che i comuni così classificati dovrebbero evidenziare un'offerta commerciale sufficientemente articolata e completa tale da soddisfare le esigenze di consumo a ricorrente frequenza d'acquisto dei residenti, ma anche proporre esercizi commerciali in grado di produrre una capacità di attrazione del consumo che, almeno per un limitato numero di funzioni, vada oltre il semplice soddisfacimento delle richieste di un consumo di prossimità e sia in grado di competere con quella espressa dagli esercizi dei comuni polo.

Per comprendere se l'offerta commerciale evidenziata da Susa può rientrare in questa definizione, in che relazione essa si pone con l'offerta degli altri Comuni individuati attraverso la metodologia dell'isocrona e rilevare se vi sono carenze da colmare anche attraverso l'esercizio della funzione di programmazione della rete commerciale che le norme assegnano all'amministrazione comunale, si sono utilizzati tre indicatori, utili a meglio definire la *collocazione gerarchica del comune nei confronti del proprio bacino di prossimità.*

L'analisi prende in esame alcuni parametri basilari:

- 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 2005 ed il 2010, nel comune di Susa e nel suo bacino di prossimità 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.

In tabella 7 è riportata l'articolazione dell'offerta degli esercizi commerciali dei comuni che rientrano nel bacino di prossimità dalla quale emerge che Susa è il comune che presenta l'offerta più completa per quanto riguarda la numerosità degli esercizi commerciali e la presenza delle diverse tipologie di strutture distributive, sicuramente migliore in particolare rispetto a Bussoleno, in particolare per la significativa presenza di medie strutture in ambito urbano che contribuiscono notevolmente a rafforzare l'offerta commerciale susina.

Va rilevata invece la capacità attrattiva del centro commerciale di 4093 mq nel comune di Chianocco, che ha sicuramente un bacino di utenza a livello sovracomunale e che quindi incide significativamente sulla capacità attrattiva del comune di Susa.

Tabella 7: Articolazione complessiva dell'offerta commerciale

COMUNE	POPOLAZIONE	NUMERO ESERCIZI DI VICINATO	NUMERO MEDIE STRUTTURE*	SUPERFICIE DI VENDITA MEDIE STRUTTURE*	NUMERO GRANDI STRUTTURE*	SUPERFICIE DI VENDITA GRANDI STRUTTURE*
SUSA	6.768	148	21	8.695	1	1.800
BUSSOLENO	6.570	90	4	1.306	0	0
BORGONE SUSA	2.375	24	0	0	0	0
BRUZOLO	1.531	9	0	0	0	0
CHIANOCCO	1.671	8	3	1.145	1	4.093
CHIOMONTE	970	10	0	0	0	0
EXILLES	262	4	0	0	0	0
GIAGLIONE	661	4	0	0	0	0
GRAVERE	747	3	0	0	0	0
MATTIE	737	3	0	0	0	0
MOMPANTERO	681	0	0	0	0	0
MEANA DI SUSA	919	4	0	0	0	0
NOVALESA	576	5	1	161	0	0
OULX	3.194	82	8	1.912	1	2.125
SALBERTRAND	550	8	0	0	0	0
SAN DIDERO	562	2	0	0	0	0
SAN GIORIO DI SUSA	1.062	5	0	0	0	0
VENAUS	967	6	0	0	0	0
<b>TOTALE BACINO DI PROSSIMITÀ</b>	<b>30.803</b>	<b>415</b>	<b>37</b>	<b>13.219</b>	<b>3</b>	<b>8.018</b>

\*valori comprensivi dei centri commerciali

Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio – Rilevazione 2011

L'analisi degli indici di densità conferma quanto evidenziato dall'analisi della numerosità, per ciascuna delle tipologie commerciali, con il comune di Susa che presenta un buon vantaggio competitivo per quanto riguarda esercizi di vicinato e medie strutture di vendita rispetto agli altri comuni ed è invece poco competitivo per quanto riguarda le grandi strutture di vendita.

Tabella 8: Densità dell'offerta commerciale nel bacino di prossimità

COMUNE	POPOLAZIONE	DENSITÀ ESERCIZI DI VICINATO	DENSITÀ MEDIE STRUTTURE*	DENSITÀ GRANDI STRUTTURE*
SUSA	6.768	46	1.285	266
BUSSOLENO	6.570	73	199	0
BORGONE SUSA	2.375	99	0	0
BRUZOLO	1.531	170	0	0
CHIANOCCO	1.671	209	685	2.449
CHIOMONTE	970	97	0	0
EXILLES	262	66	0	0
GIAGLIONE	661	165	0	0
GRAVERE	747	249	0	0
MATTIE	737	246	0	0
MOMPANTERO	681	n.d.	0	0
MEANA DI SUSA	919	230	0	0
NOVALESA	576	115	280	0
OULX	3.194	39	599	665
SALBERTRAND	550	69	0	0
SAN DIDERO	562	281	0	0
SAN GIORIO DI SUSA	1.062	212	0	0
VENAUS	967	161	0	0
TOTALE BACINO DI PROSSIMITÀ	30.803	74	429	260

\*valori comprensivi dei centri commerciali

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio – Rilevazione 2011

L'esame delle variazioni che hanno interessato la rete distributiva (tabella 9) dal 2005 al 2010 evidenzia invece che vi sono in atto dinamiche abbastanza simili in molti dei comuni rientranti nel bacino di prossimità. Infatti, mentre le grandi strutture non subiscono variazioni, le dinamiche più interessanti riguardano gli esercizi di vicinato, che nella maggior parte dei comuni minori e nel comune subpolo di Bussoleno fanno registrare una flessione. A Susa invece si registra un significativo aumento nel numero di esercizi di vicinato. In altri termini ci si trova di fronte ad una razionalizzazione ed ad una concentrazione delle strutture di dimensioni più contenute nel comune che presenta l'offerta più completa e meglio articolata, a scapito dei comuni più piccoli della rete secondaria e del vicino comune subpolo di Bussoleno.

Tabella 9: Variazioni della popolazione residente e degli esercizi commerciali dal 2005 al 2010

COMUNE	POPOLAZIONE	NUMERO ESERCIZI DI VICINATO	NUMERO MEDIE STRUTTURE*	SUPERFICIE DI VENDITA MEDIE STRUTTURE*	NUMERO GRANDI STRUTTURE*	SUPERFICIE DI VENDITA GRANDI STRUTTURE*
SUSA	135	21	-1	156	0	0
BUSSOLENO	51	-14	0	0	0	0
BORGONE SUSA	99	-1	-2	-400	0	0
BRUZOLO	182	1	0	0	0	0
CHIANOCCO	-51	0	1	685	0	0
CHIOMONTE	-7	-4	0	0	0	0
EXILLES	-24	0	0	0	0	0
GIAGLIONE	-27	0	0	0	0	0
GRAVERE	14	-2	0	0	0	0
MATTIE	30	-2	0	0	0	0
MOMPANTERO	-261	-4	0	0	0	0
MEANA DI SUSA	240	4	0	0	0	0
NOVALESA	16	0	0	0	0	0
OULX	430	7	0	0	0	0
SALBERTRAND	50	1	0	0	0	0
SAN DIDERO	80	-1	0	0	0	0
SAN GIORIO DI SUSA	71	0	0	0	0	0
VENAUS	-12	-1	0	0	0	0
TOTALE BACINO DI PROSSIMITÀ	1.016	5	-2	441	0	0

\*valori comprensivi dei centri commerciali

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio

Uno dei punti di forza della rete distributiva di Susa rispetto al suo bacino di prossimità è sicuramente il commercio su area pubblica come evidenziato nella sottostante tabella 10. Solo il mercato di Bussoleno ha una dimensione in termini di numero di banchi paragonabile a quello di Susa.



Tabella 10: I mercati ambulanti nel bacino di prossimità di Susa

COMUNE	POPOLAZIONE	NUMERO MERCATI AMBULANTI	NUMERO TOTALE BANCHI STABILMENTE OCCUPATI
SUSA	6.768	1	143
BUSSOLENO	6.570	1	152
BORGONE SUSA	2.375	1	25
BRUZOLO	1.531	1	4
CHIANOCCO	1.671	0	0
CHIOMONTE	970	1	6
EXILLES	262	0	0
GIAGLIONE	661	0	0
GRAVERE	747	0	0
MATTIE	737	0	0
MOMPANTERO	681	0	0
MEANA DI SUSA	919	0	0
NOVALESA	576	0	0
OULX	3.194	1	47
SALBERTRAND	550	0	0
SAN DIDERO	562	0	0
SAN GIORIO DI SUSA	1.062	1	3
VENAUS	967	1	6

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio – Rilevazione 2011

Particolarmente buona anche la dotazione di esercizi di somministrazione in rapporto alla popolazione residente, rispetto all'altro comune subpolo di Bussoleno. Susa fa registrare invece un indice peggiore dei comuni più piccoli ma con una più spiccata vocazione turistica.

Tabella 11: Esercizi di somministrazione e relativo indice di densità  
(ABITANTI/NUMERO ESERCIZI)

COMUNE	POPOLAZIONE	ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE	DENSITÀ' ESERCIZI SOMMINISTRAZIONE
SUSA	6.768	48	141
BUSSOLENO	6.570	23	286
BORGONE SUSA	2.375	6	396
BRUZOLO	1.531	7	219
CHIANOCCO	1.671	9	186
CHIOMONTE	970	11	88
EXILLES	262	6	44
GIAGLIONE	661	4	165
GRAVERE	747	3	249
MATTIE	737	4	184
MOMPANTERO	681	4	170
MEANA DI SUSA	919	2	460
NOVALESA	576	4	144
OULX	3.194	38	84
SALBERTRAND	550	5	110
SAN DIDERO	562	2	281
SAN GIORIO DI SUSA	1.062	6	177
VENAUS	967	4	242

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio – Rilevazione 2011

## **CAPITOLO QUARTO**

### **I RISULTATI DELL'ANALISI E STRATEGIE COMPETITIVE**

#### **Opportunità e minacce, punti di forza e punti di debolezza**

Da tutto quanto precedentemente considerato e dall'esame delle caratteristiche del comune, possono essere considerate rispetto alle prospettive della rete distributiva locale:

**come opportunità e punti di forza** i seguenti elementi:

- la relativa stabilità della popolazione residente nel comune;
- la buona completezza dell'offerta commerciale;
- un buon livello di stabilità della rete distributiva nel suo complesso;
- un buon posizionamento competitivo rispetto all'unico altro comune subpolo dell'area e rispetto agli altri comuni del bacino di prossimità;
- una discreta dotazione di medie strutture che rafforza l'attrattività commerciale di questo comune;
- un mercato altamente concorrenziale con quello degli altri comuni dell'area;
- un buon livello di accoglienza e di vivibilità di una parte considerevole dell'Addensamento A1 ottenuta sia con interventi strutturali pubblici e privati che con iniziative di promozione e di fidelizzazione intraprese dagli operatori commerciali, nell'ambito del PQU approvato e sostenuto dalla Regione Piemonte.

**come punti di criticità e di debolezza** i seguenti elementi:

- la presenza di un centro commerciale di circa 4000 mq a solo 15 minuti dal centro del comune di Susa;
- la presenza di un centro storico con un tessuto edilizio che soltanto negli ultimi anni ha iniziato ad essere adeguatamente recuperato e valorizzato come supporto fondamentale al ricco patrimonio storico di cui è dotato nonché alle numerose attività economiche ivi localizzate;
- una certa difficoltà nel connotarsi come il vero subpolo di riferimento commerciale per tutta la Valle a sostegno per le funzioni più specialistiche anche dei Centri ad alta vocazione turistica dell'Alta Valle;
- una certa staticità nei processi di consolidamento delle medie strutture che potrebbero concorrere a rafforzare ulteriormente il ruolo di centro sub polo del comune.
- la presenza di un mercato ambulante nel comune di Bussoleno che, svolgendosi il lunedì, e avendo una buona dimensione, in termini di numero di banchi e di articolazione merceologica, si pone in concorrenza diretta con il mercato del martedì che si tiene a Susa.

## **Le strategie competitive per l'offerta commerciale del comune**

In virtù delle opportunità e delle debolezze considerate nel precedente capitolo, nella individuazione dei criteri di cui all'art. 8 comma 3 del d. lgs. 114/1998, nell'adeguamento degli strumenti di pianificazione territoriale locale e nella definizione delle ulteriori politiche attive allo sviluppo delle reti distributive comunale, sulla base delle indicazioni contenute nella D.C.R. n. 563-13414/99 così come modificata dalla D.C.R. n. 347-42514/2003, dalla D.C.R. n. 59-10831/2006 e dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012, l'Amministrazione Comunale ritiene opportuno orientare le proprie scelte di sviluppo commerciale sulle seguenti linee di azione:

- a) favorire lo sviluppo e la valorizzazione della funzione commerciale e di servizio sia nel Centro Storico che lungo l'asse di accesso costituito da C.so Stati Uniti attraverso il riconoscimento di due specifici Addensamenti Commerciali, la cui perimetrazione viene ampliata rispetto a quella approvata con D.C.C n. 37 del 26.09.2006 per agevolare lo sviluppo delle opportune sinergie tra esercizi commerciali ed esercizi di somministrazione (nel caso dell'Addensamento A1), nonché per favorire l'insediamento di medie strutture di vendita, che sono un fattore importante per lo sviluppo e la prosperità del commercio di ambito urbano (nel caso dell'Addensamento A3).
- b) incentivare attraverso la definizione di specifiche politiche attive ed il ricorso agli strumenti di flessibilità nell'ambito del P.R.G.C. il recupero del patrimonio immobiliare e lo sviluppo delle attività commerciali nell'ambito del Centro Storico;
- c) favorire la possibilità di un ulteriore sviluppo degli esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita, ed in particolare di quelle ad offerta extra alimentare, nonché della tipologia centri commerciali, nell'ambito delle zone di sviluppo commerciale, attraverso adeguati interventi sulla tabella di compatibilità di cui all'art. 17 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i., nell'intento di rafforzare la rete distributiva locale ma anche di salvaguardare le caratteristiche ambientali dei relativi ambiti territoriali;
- d) consentire una adeguata flessibilità nella individuazione di Localizzazioni Commerciali urbane non addensate attraverso lo strumento della possibilità del riconoscimento in sede di domande autorizzative, nel rispetto di parametri prefissati e delle destinazioni d'uso previste dal P.R.G.C., nell'intento di contribuire al rafforzamento della rete commerciale locale.
- e) recepire gli strumenti di flessibilità a beneficio delle strutture commerciali esistenti per consentire loro di meglio adeguarsi ai mutamenti del mercato nel rigoroso rispetto delle previsioni contenute nella D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012.

## **L'individuazione ed il riconoscimento degli Addensamenti e delle Localizzazioni commerciali.**

Alla luce di quanto previsto negli artt. 12, 13 e 14 della D.C.R. n. 563-13414/1999 della regione Piemonte, così come modificata dalla D.C.R. n. 347-42514/2003, dalla D.C.R. n. 59-10831/2006 e dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012, delle strategie e linee di azione precedentemente enunciate nonché dell'attuale diffusione delle attività commerciali sul territorio e delle previsioni degli strumenti di pianificazione locali, appare opportuno assumere i seguenti indirizzi in ordine al riconoscimento degli Addensamenti e delle Localizzazioni Commerciali:

### **Addensamenti Commerciali:**

#### **Addensamento A1.**

Sulla base di quanto previsto negli indirizzi e criteri urbanistico commerciali dalla Regione Piemonte appare possibile ed opportuno il riconoscimento quale **Addensamento Storico Rilevante A1**, dell'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.

La perimetrazione dell' Addensamento storico rilevante A1 viene ampliata rispetto a quella approvata con D.C.C n. 37 del 26.09.2006 per includere aree la cui offerta commerciale e paracommerciale è coerente e funzionalmente correlata a quella del centro storico (cfr. tavola 1COM), nonché per tener conto delle indicazioni della legge regionale n.38/2006 che affida ai comuni il compito di stabilire i criteri per l'insediamento degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande in maniera coerente e congruente rispetto alla pianificazione urbanistico – commerciale.

**In quest'ambito sono presenti 116 esercizi commerciali, di cui 5 medie strutture e 111 esercizi di vicinato (dati comunali al 31.12.2011).**

L'Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1 risulta identificato sotto la dicitura "Perimetrazione Addensamento A1" e "Estensione Addensamento A1" nell'ambito dell'allegata tavola 1COM che costituisce parte integrante del presente documento e su di essa insistono le attività economiche riportate nella tavola stessa;

Tale ambito risulta avere tutte le caratteristiche previste dall'art. 13, comma 3 lettera a) per il riconoscimento degli Addensamenti Storici Rilevanti A1: *"Sono gli ambiti commerciali di antica formazione, che si sono sviluppati spontaneamente intorno al fulcro (piazza principale, piazza di mercato, chiesa, municipio e simili) del territorio comunale, caratterizzati dalla presenza di attività commerciali e di servizi non rivolte prevalentemente al vicinato e da una buona densità residenziale. Essi sono riconoscibili nell'area centrale dei centri abitati e possono non coincidere con la perimetrazione degli insediamenti urbani aventi carattere storico-artistico così come definiti dall'articolo 24 della l.r. 56/1977, e successive modifiche ed integrazioni. Data la variabilità delle caratteristiche di ciascun centro urbano, i comuni delimitano l'addensamento in base alla conoscenza del proprio territorio, motivando le scelte operate".*

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 di questo ambiente urbano e della relativa offerta, 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.**

Mentre non si ritiene sussistano le condizioni per un possibile riconoscimento di Addensamenti Commerciali Storici Secondari A2 di cui alla lettera b) del soprarichiamato comma ed articolo della D.C.R. regionale, risulta possibile ed opportuna l'individuazione sulla base del disposto dell'art. 13, comma 3, lettera c) della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i. della Regione Piemonte, 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.**

La perimetrazione dell'addensamento A3 viene ampliata rispetto a quella approvata con D.C.C n. 37 del 26.09.2006 con un protendimento oltre l'ultimo esercizio, su di un fronte dell'asse stradale, nella misura prevista dal parametro E.3 dei criteri regionali per lo sviluppo del commercio (considerata in relazione alla distanza tra gli accessi) onde consentire ulteriori opportunità di insediamenti per le medie strutture di vendita in posizione di attestamento dell'Addensamento stesso.

Il comma 3 dell'art. 13 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. alla lettera c) fornisce infatti la seguente declaratoria per il possibile riconoscimento di tale tipologia di Addensamenti Commerciali: *“Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1. e A.2.. Gli addensamenti commerciali urbani forti sono ambiti commerciali di non antica formazione, ubicati nel centro abitato del centro metropolitano, dei poli, dei sub poli, dei comuni intermedi e turistici e caratterizzati da un'apprezzabile presenza di esercizi commerciali e di servizio e da buona densità residenziale di contorno. L'offerta commerciale è tendenzialmente completa. Sono le sedi attuali e potenziali di offerta concentrata, che si contrappongono, in genere, agli addensamenti storici rilevanti e secondari. Per ciascun tipo di comune, gli addensamenti commerciali urbani forti sono riconoscibili attraverso almeno alcuni dei seguenti parametri orientativi”.*

Per i comuni subpoli quale Susa i criteri regionali ne prevedono il possibile riconoscimento attraverso almeno alcuni di questi parametri orientativi:

*1) un mercato funzionante, o da realizzare, per almeno un giorno alla settimana, collocato in una più vasta area pedonabile durante lo svolgimento del servizio, con un numero di banchi, compresi quelli destinati ai produttori, prossimo o superiore ai 60 banchi (parametro N.3);*

*2) n. 30 esercizi presenti (parametro Q.3) con 800 mq. di superficie di vendita cumulata (parametro F.3), ubicati, senza evidenti soluzioni di continuità, in un insieme omogeneo ed unitario con attività paracommerciali e assimilabili, lungo uno o due fronti di un tratto di via o piazza, la cui lunghezza si somma ed è espressa in 500 m. (parametro P.3). Nel caso di insediamenti su un unico fronte di strada e/o piazza i parametri Q.3 ed F.3 sono dimezzati;*

*3) estensione possibile oltre l'ultimo punto di vendita dell'addensamento (parametro E.3) pari a m. 200. L'ordine di grandezza dei parametri N.3, P.3, Q.3, F.3 si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. Il comune ha la facoltà di derogare al parametro N.3 e, per non più del 40 per cento, ai parametri P.3, Q.3 e F.3 qualora adotti il programma di qualificazione urbana (PQU) di cui all'articolo 18 esteso a tutto l'addensamento, i cui interventi, oltre a quelli specificatamente indicati all'articolo 18, consentano la riqualificazione e lo sviluppo del tessuto commerciale in una prospettiva di crescita e sino al raggiungimento dei parametri previsti.*

L'addensamento Commerciale urbano forte A3 risulta meglio individuato nella allegata tavola 1COM, parte integrante del presente documento sotto la dicitura “Perimetrazione Addensamento A3” ed “Estensione Addensamento A3”. La lunghezza del fronte strada è di 1600 mt.

L'ambito territoriale sopra definito annovera al 31.12.2011, n. 27 punti vendita commerciali (di cui tre annessi ad esercizi di somministrazione di alimenti e bevande) per complessivi mq. 7.886, che comprendono anche una grande struttura di vendita mista di mq. 1800 di s.v., n. 9 medie strutture di vendita, di cui 4 ad offerta mista e 5 ad offerta extralimentare per complessivi mq. 4.962, e 17 esercizi di vicinato per complessivi 1.124 mq di superficie di vendita.

Completano l'offerta 14 attività paracommerciali e 7 esercizi di somministrazione di alimenti e bevande (cfr. tavola 1COM allegata).

Da segnalare inoltre la presenza, nelle immediate adiacenze, del mercato del martedì con i suoi circa 150 posteggi che, sebbene non direttamente localizzato all'interno dell'Addensamento, concorre comunque significativamente ad esercitare una funzione attrattiva anche per questo ambito commerciale.

La dotazione dell'offerta dell'Addensamento risulta pertanto sostanzialmente conforme ai criteri indicati dalla Regione ed il Comune ritiene opportuno confermare questa tipologia di Addensamento, già prevista nei precedenti criteri di sviluppo commerciale, nell'intento di consolidare e potenziare l'offerta lungo la principale via di accesso, riservandosi nel contempo l'opportunità di predisporre per tale ambito uno specifico programma di qualificazione urbana ai sensi del disposto di cui all'art. 18 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i..

### **Localizzazioni Commerciali.**

Sulla base del disposto dell'art. 14 della D.C.R. sopra richiamata le Localizzazioni Commerciali possono essere di 2 tipi: le Localizzazioni urbane non addensate L1 e le Localizzazioni urbano periferiche non addensate L2.

#### **Localizzazioni Commerciali urbane non addensate L1.**

Il comma 4, alla lettera a) dell'art. 14 dei criteri urbanistico commerciali della regione fornisce i seguenti indirizzi per il riconoscimento di questa tipologia di localizzazioni: *“Sono riconosciute solo nelle aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4. e A.5. Le localizzazioni commerciali urbane non addensate sono le aree e/o gli edifici interclusi per almeno tre lati nell'ambito del centro abitato, così come definito all'articolo 11, comma 8 bis, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano. Esse sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana e preferibilmente sono individuate in aree prossime agli addensamenti urbani, ..... al fine di promuovere il potenziamento, l'integrazione e lo sviluppo di strutture distributive esistenti e con l'obiettivo di eliminare i “vuoti commerciali urbani”. Attuato il processo di integrazione, la localizzazione commerciale urbana non addensata è inclusa in un addensamento. Esse sono individuabili attraverso i seguenti parametri orientativi”*

Per i comuni subpoli quale Susa i criteri regionali prevedono questi parametri orientativi:

*1) essere ubicate entro 700 m. di distanza stradale (parametro J.1) da un nucleo residenziale di almeno 2500 residenti (parametro X.1);*

*2) la numerosità del nucleo residenziale (parametro X.1) deve essere verificata entro l'area compresa in un raggio di 500 m. (parametro Y.1);*

*2 bis) la dimensione massima della localizzazione non deve superare i 40.000 mq. (parametro M1), e si misura sommando tutte le aree a destinazione commerciale contigue, anche se risultano separate da spazi pubblici e/o da opere di urbanizzazione primaria e secondaria.*

*L'ordine di grandezza del parametro X.1 si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. I comuni non hanno facoltà di modificare il valore di riduzione rispetto a quello indicato. I comuni non hanno facoltà di limitare l'utilizzo del numero dei residenti ad un solo riconoscimento di localizzazione L.1.: il parametro X.1 si intende soddisfatto anche nel caso in cui altre localizzazioni si riferiscano allo stesso nucleo residenziale. I comuni, con l'adozione dei criteri di cui all'articolo 8, comma 3 del d.lgs. 114/1998, con relazione motivata, possono derogare di non più del 40 per cento i valori dei parametri Y.1 e J.1. Il parametro M.1 non è modificabile.*

*Nel caso di aree e/o di edifici cui al secondo comma dell'art. 14 dei Criteri Regionali che rispondono alla definizione del comma 4 lettera a) è possibile derogare ai parametri X.1, Y.1, J.1 ed M.1, previo accordo di cui all'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e agli articoli 11 e 15 della l. 241/1990 da stipularsi tra le parti coinvolte. Tale accordo prevede:*

- *le soluzioni derivanti dalle risultanze della concertazione con le organizzazioni di tutela dei consumatori e con le organizzazioni delle imprese più rappresentative a livello provinciale;*
- *le indicazioni progettuali estese all'intera area e/o agli edifici tenendo conto che l'utilizzazione degli spazi destinati al commercio al dettaglio non sia superiore al 50 per cento della superficie lorda di pavimento (SLP) esistente e prevista nella localizzazione individuata;*

- *le indicazioni progettuali relative alle esigenze infrastrutturali e di organizzazione funzionale dell'intera area in ordine al sistema della viabilità e degli accessi, così come previsto all'articolo 26;*
- *il posizionamento e il dimensionamento delle aree destinate al soddisfacimento del fabbisogno di posti a parcheggio di cui all'articolo 25;*
- *l'analisi di compatibilità ambientale estesa all'intera area, secondo quanto indicato all'articolo 27, dalla quale discendono le indicazioni progettuali relative alle successive fasi di attuazione, i tempi e le modalità attuative delle azioni conseguenti il riconoscimento della localizzazione.*

L'Amministrazione Comunale sulla base degli indirizzi precedentemente esposti ed avvalendosi del disposto di cui al comma 2 lettera a) punto n. 3 dell'art. 14 dei criteri regionali, ritiene di non procedere alla puntuale identificazione di L1 stabilendo bensì i criteri per il possibile puntuale riconoscimento in sede di esame di istanza autorizzatoria.

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 nel comma 4, lettera a) dell'art. 14 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. nonché rispetti tutti i seguenti parametri:

- siano ubicate ad una distanza stradale massima di m. 700 da un nucleo residenziale al cui interno si rilevi la presenza di almeno 2.000 residenti; non sussistono limiti all'utilizzo del numero degli stessi residenti per il riconoscimento di più localizzazioni L1;
- tale nucleo residenziale venga individuato entro una circonferenza teorica con raggio di ampiezza massima pari a m. 500,
- la localizzazione abbia una dimensione massima di mq. 40.000.

E' possibile derogare ai parametri sopra indicati, previo accordo di cui all'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e agli articoli 11 e 15 della l. 241/1990 da stipularsi tra le parti coinvolte, nel rispetto delle procedure previste nell'art. 13 comma 4, lett. a) della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i..

### **Localizzazioni Commerciali Urbano periferiche non addensate L2.**

Sulla base di quanto previsto all'art. 14, comma 4, lettera b) dei criteri urbanistico commerciali, la regione fornisce i seguenti indirizzi per una possibile individuazione:

*Sono riconosciute in aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4. ed L.1. e che non sono intercluse tra esse. Sono ubicate in prossimità del centro abitato, così come definito all'articolo 11, comma 8 bis, ed anche immediatamente all'esterno. Esse sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di primo livello e sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei consumatori nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Possono includere anche attività commerciali e/o di servizio preesistenti. Fermo restando quanto stabilito al comma 2 dell'art. 14 dei criteri regionali, sono individuate attraverso le seguenti contestuali valutazioni e parametri:*

*1) valutazione "ex ante" degli aspetti strutturali, territoriali e sociali dell'intero comune, nel rispetto dei principi, dei riferimenti metodologici ed operativi di cui agli articoli 2, 3 e 4, dei contenuti degli articoli della "Parte seconda. Criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale" con particolare riguardo agli articoli 26 e 27 e qualora non vi sia contrasto con il piano territoriale provinciale vigente purché conforme alla presente normativa, fatto salvo il rispetto dei parametri indicati ai successivi numeri... omissis";*

Per i comuni subpoli, come Susa, tali parametri sono così individuati:

*1) a prescindere dalla presenza di confini comunali, devono essere ubicate entro una distanza stradale massima di 1 km (parametro J.2.) da un nucleo residenziale sufficientemente numeroso pari ad almeno 2000 unità (parametro X.2.);*

*2) a prescindere dalla presenza di confini comunali, la numerosità del nucleo residenziale (parametro X.2.) deve essere verificata entro l'area compresa in un raggio di 800 m. (parametro Y.2.);*

*3) la localizzazione deve avere una dimensione minima di mq. 20.000 (parametro H.2.) con destinazione d'uso idonea alla realizzazione di insediamenti commerciali e di servizio. Essa può comprendere eventualmente anche attività commerciali e/o di servizio preesistenti, e si misura sommando tutte le aree a destinazione commerciale contigue, anche se risultano separate da spazi pubblici e/o da opere di urbanizzazione primaria e secondaria;*

*4) devono esser ubicate ad una distanza stradale minima di 1,5 km. (parametro W.2.) da un addensamento urbano di tipo A.1., A.2."*



La Regione per quanto attiene alle procedure per l'individuazione fornisce le seguenti indicazioni:

*“ b.1) previo accordo di cui all'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e agli articoli 11 e 15 della l. 241/1990, qualora la dimensione della localizzazione (parametro H.2) superi le seguenti soglie dimensionali:*

- *comune metropolitano: mq. 70.000;*
- *comuni in area di programmazione (escluso il comune metropolitano): mq. 40.000;*
- *comuni fuori area di programmazione: mq. 25.000.*

*Il suddetto accordo da stipularsi tra le parti coinvolte prevede:*

- 1.1 la verifica del rispetto dei contenuti del presente articolo ed in particolare dei precedenti numeri 1), 2), 3), 4) e 5);*
- 1.2 la valutazione della congruità delle scelte operate in funzione delle caratteristiche dell'ambiente urbano di riferimento, tenuto conto dei principi e dei contenuti degli articoli 18, 19, 20, 22 e 23, nonché degli aspetti di equità e benessere sociale, economia locale sostenibile, cultura;*
- 1.3 le soluzioni derivanti dalle risultanze della concertazione tra i comuni confinanti;*
- 1.4 nel caso di localizzazioni commerciali ubicate in comuni appartenenti alle aree di programmazione, le soluzioni derivanti dalle risultanze della concertazione tra i comuni facenti parte delle stesse;*
- 1.5 le soluzioni derivanti dalle risultanze della concertazione con le organizzazioni di tutela dei consumatori e con le organizzazioni delle imprese più rappresentative a livello provinciale;*
- 1.6 al fine di garantire e soddisfare le esigenze delle singole possibili proposte, le indicazioni progettuali relative:*
  - 1.6.1 alle esigenze infrastrutturali, di organizzazione funzionale dell'intera area in ordine al sistema della viabilità e degli accessi, così come previsto all'articolo 26;*
  - 1.6.2 al posizionamento e al dimensionamento delle aree destinate al soddisfacimento del fabbisogno di posti a parcheggio di cui all'articolo 25;*
  - 1.6.3 alla coerenza ed integrazione con il contesto edificato con particolare riguardo alle cosiddette "porte urbane" che, nel rispetto della definizione del vigente Piano territoriale regionale, sono ambiti di ingresso alle parti compatte o centrali del tessuto urbano lungo assi di penetrazione, per le quali vanno valorizzati gli spazi esistenti o formati nuovi spazi di filtro tra interno ed esterno con una progettazione unitaria che metta in luce i caratteri delle preesistenze, ed ai cosiddetti "bordi urbani", elementi o fasce che definiscono i confini dell'edificato, da consolidare attraverso un disegno del profilo urbano riconoscibile e congruente con gli aspetti geomorfologici o naturali strutturanti l'insediamento, nonché con particolare riguardo alla coerenza ed integrazione in relazione all'ambiente urbano di riferimento, all'equità e al benessere sociale, all'economia locale sostenibile, alla cultura;*
  - 1.6.4 alle risultanze dell'analisi di compatibilità ambientale dell'intera area condotta nel rispetto dei contenuti dell'articolo 27, per le successive fasi di attuazione;*
  - 1.6.5 ai tempi e alle modalità attuative delle azioni conseguenti il riconoscimento della localizzazione.*

*La provincia nell'ambito di tale accordo si esprime in relazione al proprio piano territoriale di coordinamento provinciale vigente purché conforme alla presente normativa di settore, ovvero, in assenza del piano territoriale provinciale vigente o quando lo stesso non sia conforme alla presente normativa, nel rispetto della stessa facendo riferimento agli articoli 2, 12, 14, 16, 17, 22, 24, 26 e 27 e con particolare riguardo al sistema della viabilità e nel rispetto dei principi del d.lgs. 59/2010, del d.l. 201/2011 convertito dalla l. 214/2011 e dall'articolo 1 del d.l. 1/2012 convertito dalla l. 27/2012;*

*b.2) per le localizzazioni commerciali la cui dimensione sia inferiore alle soglie di cui alla lettera b.1), previo parere obbligatorio della provincia che si esprime, nel rispetto dei tempi e dei modi previsti dalla legge 241/1990, in relazione al piano territoriale di coordinamento provinciale vigente, purché conforme alla presente normativa di settore, ovvero, in sua assenza o quando lo stesso non sia conforme alla presente normativa, con riferimento alle presenti norme ed in particolare agli articoli 2, 12, 14, 16, 17, 22, 24, 26 e 27 e con particolare riguardo al sistema della viabilità e nel rispetto dei principi del d.lgs. 59/2010, del d.l. 201/2011, convertito dalla l. 214/2011 e dell'articolo 1 del d.l. 1/2012 convertito dalla l. 27/2012, previa concertazione con i comuni confinanti e facenti parte dell'area di programmazione. Decorso inutilmente il termine, il comune richiedente il parere procede indipendentemente dall'acquisizione dello stesso.*

*Dopo l'acquisizione del parere della provincia, il comune procede all'approvazione del progetto unitario di coordinamento, che contiene, al fine di garantire e soddisfare le esigenze delle singole possibili proposte, le indicazioni progettuali relative:*

- 2.1 alle esigenze infrastrutturali, di organizzazione funzionale dell'intera area in ordine al sistema della viabilità e degli accessi, così come previsto all'articolo 26;*

- 2.2 al posizionamento e al dimensionamento delle aree destinate al soddisfacimento del fabbisogno di posti a parcheggio di cui all'articolo 25;
- 2.3 alle risultanze dell'analisi di compatibilità ambientale dell'intera area condotta nel rispetto dei contenuti dell'articolo 27, per le successive fasi di attuazione;
- 2.4 ai tempi e alle modalità attuative delle azioni conseguenti il riconoscimento della localizzazione;
- 2.5 alla coerenza ed integrazione con il contesto edificato con particolare riguardo alle cosiddette "porte urbane", nel rispetto della definizione del vigente Piano territoriale regionale ed ai cosiddetti "bordi urbani".

L'approvazione del progetto unitario di coordinamento da parte del comune è condizione pregiudiziale per il compimento degli interventi soggetti ad autorizzazione commerciale per medie e grandi strutture di vendita e per l'acquisizione dei titoli edilizi. Il progetto unitario di coordinamento approvato può essere attuato per parti con strumenti urbanistici esecutivi (SUE), purché dotati di continuità territoriale ed estensione adeguata a risolvere le esigenze infrastrutturali e di organizzazione funzionale dell'area.

Prevede inoltre le seguenti possibili deroghe a tali parametri:

L'ordine di grandezza dei parametri X.2, H.2 e W.2 si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. I comuni non hanno facoltà di limitare il valore di riduzione rispetto a quelli indicati. I comuni, nei criteri di cui all'articolo 8, comma 3 del d.lgs. 114/1998, possono derogare:

- 1) ai parametri Y.2 e J.2 per non più del 40 per cento, dandone giustificazione con motivata relazione;
- 2) al parametro W.2 dopo aver dimostrato, dandone giustificazione con motivata relazione, che non esistono altre soluzioni possibili o che, se esistono, sono peggiori.

Qualora il riconoscimento della localizzazione avvenga in ambiti che prevedono il recupero di aree ed edifici dismessi, al fine di conseguire il valore del parametro H.2 è ammesso, in deroga a quanto previsto al comma 2, l'utilizzo di immobili di pregio agricolo o ambientale e/o sottraendo aree a destinazione d'uso agricolo, all'entrata in vigore della presente normativa, o di pregio ambientale, nella misura massima del 20 per cento della superficie della localizzazione, dandone giustificazione con motivata relazione e dimostrando che non sono perseguibili altre possibili soluzioni.

Alla luce di tali indirizzi 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.**

# **INDICAZIONI OPERATIVE E NORMATIVE PER LO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO AI SENSI DEL D.LGS. 114/98 E DELLA L.R. 28/99**

## **Art. 1 Finalità del provvedimento.**

Il presente provvedimento costituisce la definizione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni riferite alle medie strutture di vendita ai sensi del disposto di cui all'art. 8 comma 3 del d. lgs. 114/1998 e dell'art. 4 comma 1 della l.r. n. 28/1999 e s.m.i. sulla base degli indirizzi contenuti nella D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 nonché nelle successive modificazioni ed integrazioni introdotte a tale atto dalle D.C.R. n. 347-42514 del 23 dicembre 2003, n. 59-10831 del 24 marzo 2006 e n.191- 43016 del 20 novembre 2012.

Costituisce altresì attuazione del disposto di cui all'art. 29, comma 3 lettera a) nell'ambito delle procedure previste dalla Regione nell'ambito della D.C.R. n. 563-13414/1999 s.m.i. per l'adeguamento degli strumenti urbanistici e degli atti presupposti e complementari ai sensi dell'articolo 4 della l.r. n. 28/1999 s.m.i. e dell'articolo 6, comma 5 del decreto legislativo n. 114/1998.

L'approvazione, sotto forma di deliberazione di Consiglio Comunale, trova il presupposto normativo nella D.G.R. n. 42-29532 del 1 marzo 2000, capitolo 1, lettera b3), punto 2, per tutte le aree a destinazione o con compatibilità commerciale sulla base delle indicazioni contenute negli strumenti di pianificazione territoriale del Comune attualmente vigenti.

Con successivi provvedimenti, sulla base degli indirizzi assunti nel presente provvedimento, il Comune provvederà all'adeguamento del P.R.G.C., secondo quanto disposto all'articolo 6, comma 5 del d.lgs. 114/1998 con apposita variante ai sensi dell'art. 17 della l.r. n. 56/1977 s.m.i., nonché del regolamento di polizia locale e annonaria, ai sensi dell'articolo 6, comma 5 del d.lgs. 114/1998 così come delle norme sul procedimento per il rilascio delle autorizzazioni ai sensi dell'articolo 8, comma 4 del d.lgs. n. 114/1998 e dell'articolo 4 della l.r. n. 28/1999 s.m.i..

## **Art. 2 Recepimento Indirizzi e Criteri urbanistico Commerciali della Regione Piemonte.**

Con il presente provvedimento si intendono integralmente recepiti gli indirizzi ed i criteri di natura urbanistico commerciale della Regione Piemonte, contenuti nella D.C.R. n.563-13414/1999 nonché nelle successive modificazioni ed integrazioni introdotte a tale atto dalle D.C.R. n. 347-42514/2003, n. 59-10831/2006 e n.191-43016 del 20 novembre 2012, per quanto non espressamente puntualizzato ed in contrasto con le scelte espresse nel presente atto.

## **Art. 3 Obiettivi del provvedimento.**

Nel rispetto di quanto prescritto dall'articolo 6 del decreto legislativo n. 114/1998 e dalla l.r. n. 28/1999 s.m.i., dal decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno), dal decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201 (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici), convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214 e dal decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1, (Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività) convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica, che il comune intende assumere, si ispirano ai seguenti principi:

- a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la tutela del consumatore, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
- c) l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;

- d) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- e) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane;
- f) la sostenibilità dell'offerta commerciale rispetto al contesto ambientale, economico, sociale e territoriale.

Tali indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica, perseguono i seguenti obiettivi:

- a) favorire la modernizzazione del sistema distributivo in modo che si realizzino le condizioni per il miglioramento della sua produttività, della qualità del servizio e dell'informazione al consumatore;
- b) favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità nel centro urbano, nelle frazioni e nelle altre aree scarsamente servite, in modo che sia facilitato l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso la presenza di esercizi commerciali riconducibili a differenti tipologie di strutture distributive;
- c) orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in zone ed aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie di strutture distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare la produttività del sistema e la qualità del servizio reso ai consumatori, nel rispetto dell'integrità dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico e promuovendo la rivitalizzazione del centro urbano;
- d) favorire la formazione di un sistema di offerta, articolato sul territorio e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, tra le quali non si producano posizioni dominanti, in modo tale che i consumatori, potendo scegliere tra differenti alternative di localizzazione e di assortimento, esercitando le loro preferenze, inneschino la dinamica concorrenziale nel sistema;
- e) coordinare la programmazione in materia commerciale e urbanistica, nonché i procedimenti relativi al rilascio delle autorizzazioni commerciali e delle concessioni ed autorizzazioni edilizie, sia per favorire la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, nel quadro di un sistema decisionale condiviso, sia per evitare situazioni di offerta commerciale e immobiliare contrarie ai principi della libera concorrenza.

#### **Art. 4 Definizione di superficie di vendita.**

Ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera c) del decreto legislativo n. 114/1998, la superficie di vendita di un esercizio commerciale al dettaglio in sede fissa è l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, casse, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata ai magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi.

La superficie di vendita si determina per ciascun esercizio commerciale calcolando solo l'area coperta, interamente delimitata dai muri e al netto degli stessi, che costituisce la superficie lorda di pavimento ai fini del rilascio della concessione o dell'autorizzazione edilizia.

Ogni esercizio commerciale corrisponde al luogo fisicamente delimitato mediante pareti continue, separato, distinto e in nessun modo direttamente collegato ad altro adibito a superficie di vendita.

Ad ogni esercizio commerciale, così come definito al comma precedente, corrispondono una sola superficie di vendita ed una sola comunicazione, ai sensi dell'articolo 7 del decreto legislativo n. 114/1998 ora segnalazione certificata di inizio attività in virtù del disposto della l. n. 122 del 30 luglio 2010, o autorizzazione commerciale, rilasciata ai sensi degli articoli 8 e 9 del decreto legislativo n. 114/1998 o ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426 (Disciplina del commercio), fatta salva la deroga di cui al successivo articolo 7.

La superficie di vendita annessa ad attività produttiva, industriale o artigianale, deve essere ricavata, in condizioni di sicurezza, nello stesso immobile nel quale avviene la produzione. Essa non deve superare quella massima prevista per gli esercizi di vicinato.

La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano esclusivamente merci ingombranti, dei quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobilitici, concessionarie auto, legnami, materiali per l'edilizia e simili) può essere limitata alla dimensione massima degli esercizi di

vicinato; la parte rimanente, ancorché comunicante con essa, deve essere separata e distinta da pareti continue e si può destinare a magazzino, deposito o superficie espositiva; ai fini del presente comma è obbligatoria la sottoscrizione e la registrazione presso l'Agenzia delle entrate di un atto di impegno d'obbligo tra comune e operatore, che costituisce integrazione alla comunicazione di cui all'articolo 7 del d.lgs. 114/1998 ora SCIA ai sensi della l. n. 122/2010 e nel quale, oltre alla delimitazione della superficie di vendita, è precisata, senza possibilità di deroghe, la composizione delle merceologie di offerta. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che espongono merci ingombranti è calcolata al netto della superficie espositiva di cui al comma successivo.

La superficie espositiva è la parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico accede, in condizioni di sicurezza, solo se accompagnato dagli addetti alla vendita e solo per prendere visione di prodotti non immediatamente asportabili; l'area di vendita è da essa separata e distinta da pareti continue.

La superficie di vendita dei centri polifunzionali di servizi, previsti dall'articolo 19 della D.C.R. N. 563-13414/99 s.m.i., non comprende la parte dell'unità immobiliare occupata da attività non commerciali e dagli spazi di passaggio comuni.

Non costituiscono superficie di vendita l'area che delimita le vetrine e le zone di passaggio ad esse antistanti, nei casi in cui si trovino sul fronte strada o siano integrate con spazi di passaggio comuni ad altri esercizi commerciali.

#### **Art. 5 Classificazione degli esercizi commerciali.**

Ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettere d), e), f) del decreto legislativo n. 114/1998, nel Comune di Susa gli esercizi commerciali per la vendita al dettaglio sono così classificati:

- a) esercizi di vicinato. Sono gli esercizi la cui superficie di vendita fino a mq. 150
- b) medie strutture di vendita. Sono gli esercizi commerciali la cui superficie di vendita è compresa mq. 151 e mq. 1.500 mq.
- c) grandi strutture di vendita. Sono gli esercizi commerciali la cui superficie di vendita è superiore a mq. 1.500.

#### **Art. 6 Definizione di Centro Commerciale.**

Un centro commerciale, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera g) del d.lgs. 114/1998, è una struttura fisico-funzionale concepita e organizzata unitariamente, a specifica destinazione d'uso commerciale, costituita da almeno due esercizi commerciali al dettaglio fatta salva la deroga di cui all'articolo 7, comma 2. Il centro commerciale può essere dotato di spazi e servizi comuni funzionali al centro stesso, che possono essere organizzati in superfici coperte o a cielo libero. Due o più insediamenti commerciali e/o tipologie di strutture distributive di cui all'articolo 8, ricavati in due o più edifici separati da spazi pubblici (vie o piazze) non costituiscono un unico centro commerciale quando congiuntamente siano rispettate le seguenti condizioni:

- a) siano separate da vie o piazze pedonali o veicolari, normate dall'articolo 51, comma 1, lettera b) della legge regionale 5 dicembre 1977, n. 56 (Tutela ed uso del suolo), e successive modifiche ed integrazioni;
- b) le vie o piazze pedonali o veicolari, di cui alla lettera a) devono essere acquisite quali urbanizzazioni primarie e secondarie ai sensi dell'articolo 51, comma 1, lettera b) della l.r. 56/1977, garantendo in tal modo la presenza di diverse destinazioni d'uso urbanistiche, diversi usi possibili e diversa potestà di regolamentazione (pubblica e privata) e quindi non sussistendo più il requisito della specifica ed unica destinazione d'uso (commerciale al dettaglio) stabilita dall'articolo 4, comma 1, lettera g) del d.lgs. 114/1998, dal comma 1 e dalla l.r. 56/1977;
- c) le vie o piazze pedonali o veicolari pubbliche, di cui alla lettera a), devono essere funzionalmente collegate alla viabilità pubblica urbana o extraurbana;
- d) la quota parte del fabbisogno totale di posti a parcheggio reperita nelle aree private, di cui all'articolo 25, comma 2) della D.C.R n. 563-13414/99 s.m.i. deve essere soddisfatta nell'area contigua afferente l'insediamento che lo ha generato.

La superficie di vendita di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali al dettaglio in esso presenti. Sono esclusi i centri commerciali di cui al comma successivo, lettere c) e d).

I centri commerciali sono così classificati:

- a) centro commerciale classico: è un insediamento commerciale classificato, ai sensi dell'articolo 4 del d.lgs. n. 114/1998, media o grande struttura di vendita, costituito da un unico edificio, comprendente uno o più spazi pedonali, dai quali si accede ad una pluralità di esercizi commerciali al dettaglio integrati, eventualmente, da attività paracommerciali e di servizio e ricavato in area a destinazione d'uso commerciale al dettaglio. L'edificio è soggetto a concessione edilizia unitaria a specifica destinazione. Le singole autorizzazioni commerciali discendono da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente anche a un soggetto promotore, sulla base delle procedure stabilite dalla Giunta regionale, e nei tempi previsti dagli articoli 7 e 8 del d.lgs. 114/1998 e dall'articolo 29 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i.;
- b) centro commerciale sequenziale: è un insediamento commerciale classificato, ai sensi dell'articolo 4 del d.lgs. n. 114/1998, media o grande struttura di vendita, costituito da uno o più edifici collegati funzionalmente da percorsi privati pedonali o veicolari ricavati in area a destinazione d'uso commerciale al dettaglio e pertanto non facenti parte di vie o piazze pubbliche, di cui al comma 1, dai quali si accede a singoli esercizi commerciali o centri commerciali. I servizi accessori possono essere comuni all'intero complesso degli edifici. Il centro commerciale sequenziale è soggetto ad un'unica autorizzazione urbanistica nei casi previsti dall'articolo 26 della l.r. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio; nei casi non previsti dal citato articolo è soggetto a concessione edilizia che è rilasciata con le procedure previste per gli immobili destinati al commercio al dettaglio nonché dall'articolo 28 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.. Le singole autorizzazioni commerciali possono discendere da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente, anche a un soggetto promotore. La realizzazione della struttura può essere scaglionata nel tempo;
- c) centro commerciale naturale: è una sequenza di esercizi commerciali e di altre attività di servizio, ubicati nelle zone di insediamento commerciale che l'art. 12 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. definisce addensamenti commerciali urbani ed extraurbani nonché localizzazioni commerciali urbane non addensate, che si affacciano, in prevalenza, su vie o piazze urbane e che possono costituirsi in forma associata e/o societaria, anche a capitale misto, per la gestione comune di servizi e di azioni di promozione e marketing. Nell'ambito delle proprie competenze, il comune può sottoscrivere un preciso programma unitario di attività promozionali. Le autorizzazioni commerciali sono separate, indipendenti e non discendono da un unico provvedimento generale. Pertanto la superficie di vendita complessiva non deve essere determinata. Le concessioni o autorizzazioni edilizie sono rilasciate separatamente ed autonomamente a ciascuna unità o complesso immobiliare;
- d) centro commerciale pubblico: è rappresentato solo da mercati su area pubblica e da unità immobiliari predisposte per l'esercizio dell'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche disciplinata dal titolo X del decreto legislativo n. 114/1998.

I centri polifunzionali realizzati su area pubblica ai sensi dell'articolo 19, commi 1 e 3 non sono considerati centro commerciale pubblico e rientrano tra gli esercizi di vicinato. Gli aggregati di insediamenti commerciali e/o di tipologie distributive separati da percorsi pedonali o veicolari, facenti parte di vie o piazze pubbliche, nelle zone di insediamento commerciale definite localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate, pur non essendo considerati centri commerciali sequenziali sono soggetti al progetto unitario di coordinamento di cui all'art. 14, comma 4, lett. b) ed art. 17 comma 4 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i..

#### **Art. 7 Definizione di Offerta Commerciale.**

L'offerta commerciale è il complesso dei prodotti e relativi servizi venduti da un singolo esercizio commerciale. Ai fini della programmazione l'offerta commerciale è articolata come segue:

- a) offerta alimentare (settore merceologico alimentare)
- b) offerta non alimentare o extralimentare (settore merceologico extralimentare)
- c) offerta mista (determinata dalla presenza nello stesso esercizio commerciale sia dal settore merceologico alimentare sia di quello extralimentare).

L'offerta alimentare o extralimentare nelle medie e grandi strutture di vendita non si considera mista, ai fini dell'applicazione dell'articolo 8, quando sia integrata con l'offerta dell'altro settore merceologico, occupando una superficie non superiore al 20 per cento e comunque entro i limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera d) del d.lgs. n. 114/1998; tale integrazione di settore merceologico è ricavata nella superficie di vendita autorizzata dell'esercizio ed è soggetta a sola segnalazione certificata di inizio attività (SCIA).

Ai fini della programmazione della rete distributiva sono escluse le forme di vendita non comprese nell'articolo 4, comma 1, lettere d), e), f) e g) del decreto legislativo n. 114/1998.

## **Art. 8 Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita.**

In virtù di quanto previsto nell'art. 8 della D.C.R. n. 563-13414/99 integrata dalla D.C.R. n. 547-42514/03, dalla D.C.R. n. 59-10831/2006 e dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20 novembre 2012, nel comune le medie e grandi strutture di vendita sono così classificate:

### **MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

#### *▫ offerta alimentare e/o mista:*

M-SAM1: superficie di vendita da mq. 151 a mq. 250,  
M-SAM2: superficie di vendita da mq. 251 a mq. 900,  
M-SAM3: superficie di vendita da mq. 901 a mq. 1.500,

#### *▫ offerta extralimentare:*

M-SE1: superficie di vendita da mq. 151 a mq. 400,  
M-SE2: superficie di vendita da mq. 401 a mq. 900,  
M-SE3: superficie di vendita da mq. 901 a mq. 1.500;

### **GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

#### *◇ offerta commerciale mista*

G-SM1: superficie di vendita da mq. 1.501 a mq. 4.500,  
G-SM2: superficie di vendita da 4.501 mq a 7.500 mq.  
G-SM3: superficie di vendita da 7.501 mq a 12.000 mq.  
G-SM4: superficie di vendita oltre 12.000 mq.

#### *◇ offerta commerciale extralimentare*

G-SE1: superficie di vendita da mq. 1.501 a mq. 3.500,  
G-SE2: superficie di vendita da 3.501 mq a 4.500 mq.,  
G-SE3: superficie di vendita da 4.501 mq a 6.000 mq.,  
G-SE4: superficie di vendita oltre 6.000 mq..

## CENTRI COMMERCIALI

◇ *medie strutture di vendita*

M-CC: superficie di vendita da mq. 151 a mq. 1.500

◇ *grandi strutture di vendita* (oltre i limiti massimi di cui sopra):

G-CC1: superficie di vendita fino a 6.000 mq.,

G-CC2: superficie di vendita da 6.001 mq a 12.000 mq.,

G-CC3: superficie di vendita da 12.001 mq a 18.000 mq.,

G-CC4: superficie di vendita oltre i 18.000 mq..

La modifica o l'aggiunta di settore merceologico ad un esercizio commerciale e il passaggio da una classe dimensionale ad un'altra sono soggetti alle norme stabilite per le nuove autorizzazioni, per il trasferimento e per le variazioni di superficie dal successivo art. 12.

### **Art. 9 Sviluppo della rete distributiva.**

In conformità con quanto disposto dall' art. 15 delle D.C.R. sopra richiamate della Regione Piemonte, nuove aperture, trasferimenti di sede, variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico, di esercizi commerciali, nel rispetto delle prescrizioni previste dagli strumenti di pianificazione territoriale locale per quanto attiene le destinazioni o compatibilità d'uso commercio al dettaglio ed ulteriori disposizioni connesse, relative agli standard di cui all'art. 21 della l.r. n. 56/1977 s.m.i. nonché alla salvaguardia del territorio e alle prescrizioni di cui agli articoli 22 e 24 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. potranno avvenire:

a) se riferite ad esercizi di vicinato: su tutto il territorio comunale,

b) se riferite a medie e grandi strutture di vendita: soltanto all'interno degli ambiti territoriali riconosciuti come zone di sviluppo commerciale quali Addensamenti o Localizzazioni Commerciali di cui all'art. 12 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i..

### **Art. 10 Riconoscimento degli Addensamenti Commerciali:**

In applicazione del disposto dell'art. 13, comma 3, dei criteri urbanistico commerciali della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i., sul territorio del comune vengono individuati e riconosciuti i seguenti Addensamenti Commerciali:

#### **1) Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1.**

Sulla base del disposto dell'art. 13, comma 3 lettera a) delle norme sopra richiamate, si individua come Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1 l'ambito territoriale urbano di antica formazione corrispondente al Centro Storico ed alle sue immediate comprensive degli ambiti individuati sotto la dicitura "Perimetrazione Addensamento A1" ed "Estensione Addensamento A1" nell'allegata tavola 1COM che costituisce parte integrante del presente documento.

Si considerano appartenenti all' Addensamento Commerciale riconosciuto gli edifici o aree il cui fronte ed accesso prospettano sul tratto di arteria stradale o piazza facente parte dell'Addensamento stesso.

#### **2) Addensamento commerciale urbano forte A3.**

Sulla base del disposto dell'art. 13, comma 3, lettera c) della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. della Regione Piemonte, si individua come Addensamento Urbano Forte A3 l'ambito 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, comprensivo degli ambiti individuati nella allegata tavola 1COM sotto la dicitura "Perimetrazione Addensamento A3" ed "Estensione Addensamento A3", quale parte integrante del presente documento.

Si considerano appartenenti all' Addensamento Commerciale riconosciuto gli edifici o aree il cui fronte ed accesso prospettano sul tratto di arteria stradale o piazza facente parte dell'Addensamento stesso.

#### **Art. 11 Norme per il riconoscimento di Localizzazioni commerciali urbane non addensate L1**

Avvalendosi del disposto di cui all'art. 14, comma 2, lettera a) n. 3 ed all'art. 22 comma 2 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. , il comune si riserva la facoltà di riconoscere, in sede di esame delle istanze di cui all'art. 15 delle medesima D.C.R. regionale, localizzazioni Commerciali urbane non addensate L1, purché le aree e/o edifici interessati, fermo restando il rispetto delle prescrizioni urbanistiche sulle destinazioni d'uso, previste nei vigenti strumenti di pianificazione locale, non abbiano le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4. e A.5., siano interclusi per almeno tre lati nell'ambito del centro abitato, così come definito all'articolo 11, comma 8 bis della D.C.R. sopracitata ,e siano, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano. Tali ambiti sono candidati ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana e preferibilmente sono individuate in aree prossime agli addensamenti urbani, al fine di promuovere il potenziamento, l'integrazione e lo sviluppo di strutture distributive esistenti e con l'obiettivo di eliminare i "vuoti commerciali urbani". Attuato il processo di integrazione, la localizzazione commerciale urbana non addensata è inclusa in un addensamento. Le localizzazioni commerciali urbane non addensate L1 qualora oltre a rispondere alla definizione sopra riportata rispettino i seguenti parametri:

- siano ubicate ad una distanza stradale massima di m. 700 da un nucleo residenziale al cui interno si rilevi la presenza di almeno 2.000 residenti; non sussistono limiti all'utilizzo del numero degli stessi residenti per il riconoscimento di più localizzazioni L1;
- tale nucleo residenziale venga individuato entro una circonferenza teorica con raggio di ampiezza massima pari a m. 500;
- la localizzazione abbia una dimensione massima di mq. 40.000.

E' possibile la deroga ai parametri di cui sopra nell'ambito di un accordo di cui all'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e agli articoli 11 e 15 della l. 241/1990 da stipularsi tra le parti coinvolte nel rispetto delle prescrizioni di cui all'art. 14 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i..

#### **Art. 12 Nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e di settore merceologico degli esercizi commerciali**

Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico soggiacciono alle prescrizioni contenute nell'art. 15 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i della Regione Piemonte qui di seguito riportate.

1. La trasformazione del sistema distributivo e l'equilibrato sviluppo delle tipologie di strutture distributive, si realizzano attraverso il continuo adattamento degli esercizi commerciali e della loro organizzazione spaziale alle mutevoli preferenze del consumatore. Tale adattamento si concretizza in nuove aperture di esercizi commerciali, trasferimenti della loro ubicazione, variazioni della superficie destinata alla vendita e modificazioni o aggiunte dei settori merceologici da realizzarsi nel rispetto dei contenuti della presente deliberazione e secondo le specifiche disposizioni di cui ai successivi commi.

2. Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite nelle zone di insediamento commerciale così come definite agli articoli 10 e 11 del presente documento, in aree e/o edifici che lo strumento urbanistico vigente e operante, generale o esecutivo (di cui all'articolo 32 della l.r. 56/1977), destini a commercio al dettaglio già al momento della presentazione delle relative istanze di autorizzazione, nel rispetto dei contenuti

dell'articolo 13 del presente documento. Le autorizzazioni per l'attivazione di esercizi commerciali possono essere rilasciate anche a soggetto diverso dal promotore o dall'originario titolare (subingresso) solo quando egli produca il contratto in base al quale ha acquisito la disponibilità dei locali, con incorporato il diritto all'autorizzazione. Trattandosi, nella fattispecie, di un evidente caso di concentrazione, che può essere soggetto a comunicazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi della l. 287/1990, il richiedente è tenuto ad inviare la comunicazione, ove occorra, alla Giunta regionale.

3. L'apertura, le variazioni di superficie di vendita e di settore merceologico, il trasferimento di sede sono soggette:

a) nel caso delle medie e delle grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali:

1) ad autorizzazione, nei casi e secondo le modalità previste dalla presente deliberazione e dai commi successivi. Negli addensamenti commerciali A.5. e nelle localizzazioni commerciali L.2., nei casi previsti, l'autorizzazione è rilasciata, solo qualora il comune abbia approvato il progetto unitario di coordinamento, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 13, comma 3, lettera e) e dall'articolo 14, comma 4, lettera b) della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i;

2) a segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), ai sensi dell'articolo 19 della l. 241/1990, nei casi e secondo le modalità previsti dalla presente deliberazione e dai commi successivi, anche in relazione alla prescrizione o meno di asseverazioni o attestazioni a corredo, a norma dello stesso articolo 19 della l. 241/1990;

b) nel caso di esercizi di vicinato:

1) a SCIA, ai sensi dell'articolo 19 della l. 241/1990, nel rispetto delle disposizioni di cui all'articolo 7 del d.lgs. 114/1998 e dell'articolo 17 della legge regionale 30 dicembre 2009, n. 38 (Disposizioni di attuazione della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa ai servizi del mercato interno);

2) a SCIA corredata da asseverazione o attestazione a norma dell'articolo 19 della l. 241/1990, di conformità agli aspetti urbanistici di cui agli articoli 23, 24, 25, 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i nel caso in cui l'esercizio di vicinato ricada in area soggetta a prescrizioni particolari ai sensi dell'articolo 20 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, o rientri nell'ambito dei progetti di qualificazione urbana e dei progetti integrati di rivitalizzazione di cui agli articoli 18 e 19 del D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i;

3) allo stesso regime previsto per il centro commerciale nel caso in cui l'esercizio di vicinato sia situato all'interno del medesimo.

4. La nuova apertura delle medie e delle grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali, è soggetta ad autorizzazione, rilasciata nel rispetto degli articoli 12, 13, 14, 16, 17, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27 e 30 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i e secondo le disposizioni procedurali ed i tempi stabiliti con deliberazione della Giunta regionale, in applicazione dell'articolo 3 della l.r. 28/1999 e del d.lgs. 114/1998.

5. L'autorizzazione per la nuova apertura di grandi strutture di vendita, oltre a quanto previsto al comma 4, qualora la superficie di vendita sia superiore a mq. 4500 è subordinata al raggiungimento dei valori di qualità ambientale ed energetica degli edifici del sistema di valutazione denominato "Protocollo ITACA - Edifici commerciali - Regione Piemonte 2010" di cui alla deliberazione della Giunta regionale 30 dicembre 2009, n. 51-12993 (Sostenibilità ambientale degli interventi di edilizia commerciale. Approvazione del sistema di valutazione "Protocollo ITACA - Edifici commerciali - Regione Piemonte 2010). La Giunta regionale con propria deliberazione stabilisce i valori minimi di qualità ambientale ed energetica, le gradualità in funzione delle superfici di vendita e le modalità del procedimento di attestazione e certificazione.

6. Gli ampliamenti delle superfici di vendita che comportano il passaggio da media a grande struttura di vendita e le riduzioni che comportano il passaggio da grande a media struttura di vendita, compresi i centri commerciali, sono soggette a nuova autorizzazione, rilasciata nel rispetto delle disposizioni di cui al comma 4.

7. Gli ampliamenti della superficie di vendita delle medie e grandi strutture di vendita, sono soggetti:

a) ad autorizzazione, con esclusivo rispetto degli articoli 25, 26, e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i entro il limite massimo del 50 per cento, anche raggiunto attraverso successivi ampliamenti, della superficie di vendita originaria autorizzata, da realizzarsi nei limiti della superficie lorda di pavimento autorizzata all'atto del rilascio della originale autorizzazione commerciale, o di quella risultante a seguito di ampliamenti della superficie di vendita autorizzati in vigore della l. 426/1971 e della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i a seguito delle modifiche apportate con l'allegato A alla deliberazione del

Consiglio regionale 24 marzo 2006, n. 59- 10831, o incrementata fino ad un massimo del 10 per cento, fatto salvo quanto prescritto al comma 6. Nel caso dei centri commerciali, tali prescrizioni si applicano a ciascuna autorizzazione originaria di media e grande struttura di vendita che li compone, comunque nel rispetto dell'ampliamento entro il limite massimo del 50 per cento della superficie originaria del centro commerciale.

Entro il suddetto limite massimo è altresì consentito il rilascio di autorizzazioni per nuovi esercizi di vicinato all'interno dei centri commerciali purché entro il limite massimo del 10 per cento della superficie di vendita originaria complessivamente autorizzata per la stessa tipologia di esercizi;

b) a SCIA, ai sensi dell'articolo 19 della l. 241/1990, entro il limite massimo di mq 400 e comunque non oltre il limite massimo del 20 per cento della superficie di vendita originaria, anche raggiunto attraverso successivi ampliamenti, fatto salvo quanto prescritto al comma 6. Nel caso di centri commerciali, tali prescrizioni si applicano a ciascuna autorizzazione originaria di media e grande struttura di vendita che li compone, comunque senza superare il limite massimo del 20 per cento della superficie originaria del centro commerciale e fermo restando l'obbligo di non modificare la tipologia di struttura distributiva di cui all'articolo 8 del presente documento;

c) ad autorizzazione, nel rispetto inderogabile della presente normativa e della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i in tutti gli altri casi.

8. Le autorizzazioni di cui al comma 7, lettera a), qualora la superficie di vendita complessiva, comprensiva dell'ampliamento, superi i mq. 4500 di vendita, è subordinata altresì al raggiungimento dei valori di qualità ambientale ed energetica degli edifici del sistema di valutazione denominato "Protocollo ITACA - Edifici commerciali - Regione Piemonte 2010" di cui alla deliberazione della Giunta regionale 30 dicembre 2009, n. 51-12993. La Giunta regionale con propria deliberazione stabilisce i valori minimi di qualità ambientale ed energetica, le gradualità in funzione delle superfici di vendita e le modalità del procedimento di attestazione e certificazione.

9. Nei centri commerciali classificati medie e grandi strutture di vendita, che si avvalgono delle norme di cui al comma 7, lettere a) e b), il rilascio di autorizzazioni per nuove medie e grandi strutture di vendita è consentito nel rispetto degli articoli 16, 17, 25, 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.

10. La ridefinizione della composizione interna dei centri commerciali, classificati medie e grandi strutture di vendita, è disciplinata come segue:

a) sono soggetti ad autorizzazione, con esclusivo rispetto degli articoli 25, 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, gli accorpamenti delle autorizzazioni originarie attive ed operanti che compongono il centro commerciale, solo qualora la superficie di vendita complessiva del centro commerciale originariamente autorizzato non risulti ampliata e la composizione merceologica del centro commerciale non risulti alterata;

b) sono soggetti ad autorizzazione, con esclusivo rispetto degli articoli 25, 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, le scomposizioni di autorizzazioni originarie che diano origine a grandi e medie strutture di vendita, solo qualora la superficie di vendita complessiva del centro commerciale originariamente autorizzato non risulti ampliata e la composizione merceologica del centro commerciale non risulti alterata;

c) sono soggetti ad autorizzazione, nel rispetto inderogabile della presente normativa, in tutti gli altri casi.

11. Le riduzioni, anche reiterate nel tempo, della superficie di vendita originaria delle medie o grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali, sono soggette a SCIA senza asseverazione, fatto salvo quanto previsto al comma 6.

Nel caso di grandi strutture di vendita non ancora attivate, compresi i centri commerciali, qualora sia richiesta contestualmente la revisione delle prescrizioni sulle mitigazioni viabilistiche e ambientali previste per l'attivazione, la riduzione della superficie di vendita originaria è soggetta ad autorizzazione che è rilasciata con esclusivo rispetto degli articoli 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, dando luogo ad una nuova superficie originaria di autorizzazione. In tutti i casi di autorizzazioni non attivate resta comunque invariata la validità temporale dell'autorizzazione originaria prevista dall'articolo 5 della l.r. 28/1999.

12. La modifica o l'aggiunta, anche reiterate nel tempo, di settore merceologico di un'autorizzazione originaria per media o grande struttura di vendita, compresi i centri commerciali, è soggetta ad autorizzazione nel rispetto degli articoli 16, 17, 25, 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.

13. Il trasferimento di sede degli esercizi commerciali attivi ed operanti è disciplinato come segue:

a) medie strutture e grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali:

soggetto a SCIA corredata da asseverazione o attestazione a norma dell'articolo 19 della l. 241/1990, in conformità degli articoli 23, 24, 25 e 26 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, qualora avvenga nell'ambito del medesimo comune e nell'ambito del medesimo addensamento commerciale, della medesima localizzazione urbana ed urbano-periferica non addensata, così come definite agli articoli 12, 13 e 14;

b) medie strutture di vendita, compresi i centri commerciali: soggetto a SCIA corredata da asseverazione o attestazione a norma dell'articolo 19 della l. 241/1990, in conformità degli articoli 23, 24, 25, 26, 27 e 30 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, qualora avvenga nell'ambito del medesimo comune da localizzazioni urbano-periferiche non addensate, di cui all'articolo 14, comma 4, lettera b), ad addensamenti commerciali urbani, di cui all'articolo 13, comma 3, lettera a), lettera b), lettera c) e lettera d) e all'articolo 30, e/o localizzazioni urbane non addensate, di cui all'articolo 14, comma 4, lettera a) e all'articolo 30 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i;

c) grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali: soggetto ad autorizzazione nel rispetto degli articoli 23, 24, 25, 26, 27 e 30 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, qualora avvenga da localizzazioni urbano-periferiche non addensate ad addensamenti commerciali urbani e/o localizzazioni urbane non addensate e/o in altre localizzazioni urbanoperiferiche non addensate, definite secondo gli articoli 12, 13, 14 e 30 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, previo accordo di cui all'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e agli articoli 11 e 15 della l.241/1990 da stipularsi tra le parti coinvolte, che disciplina, oltre i vincoli derivanti dal rispetto delle norme richiamate alla presente lettera anche gli aspetti commerciali, ambientali, urbanistici, i tempi e le modalità conseguenti alla dismissione dell'area e/o dell'edificio da cui proviene l'autorizzazione, prioritariamente privilegiando la modifica della destinazione d'uso ad attività agricola e subordinatamente a servizi di pubblico interesse con cessione al comune a titolo gratuito; nel caso di trasferimento tra comuni diversi nell'ambito della stessa area di programmazione, nello stesso accordo è altresì acquisito obbligatoriamente il consenso del comune da cui proviene l'autorizzazione;

d) in tutti gli altri casi non previsti alle lettere a), b) e c), soggetto a nuova autorizzazione nel rispetto delle norme del presente provvedimento.

14. Il trasferimento delle medie e grandi strutture di vendita attive ed operanti, compresi i centri commerciali, è soggetto a SCIA corredata da asseverazione o attestazione a norma dell'articolo 19 della l. 241/1990, in conformità degli articoli 12, 13, 14, 23, 24, 25, 26, 27 e 30 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, nel caso in cui l'esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente alle zone di insediamento commerciale, così come definite agli articoli 10 e 11 del presente documento.

15. Il trasferimento degli esercizi commerciali fuori da un centro commerciale, classificato media e grande struttura di vendita, classico o sequenziale, così come definito all'articolo 6, non è mai consentito.

16. Il trasferimento degli esercizi commerciali attivi ed operanti in un centro commerciale, classificato media e grande struttura di vendita, classico o sequenziale, è soggetto a SCIA corredata da asseverazione o attestazione a norma dell'articolo 19 della l. 241/1990, in conformità di quanto previsto dall'articolo 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, nel caso in cui l'esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente alle zone di insediamento commerciale così come definite agli articoli 10 e 11 del presente documento e quando la variazione della superficie di vendita del centro commerciale, anche a seguito di successivi trasferimenti, non superi i limiti di cui ai commi relativi all'ampliamento della superficie originaria autorizzata, o non rientri nei casi disciplinati al comma 6. In tutti gli altri casi è soggetto a nuova autorizzazione rilasciata nel rispetto delle norme del presente provvedimento.

17. L'attività di vendita esercitata in area privata, anche mediante l'utilizzo di strutture mobili sui piazzali antistanti le medie o grandi strutture di vendita o negli spazi delle gallerie dei centri commerciali destinati al transito dei consumatori, è soggetta a SCIA senza asseverazione al comune nel quale ha sede la media o la grande struttura di vendita di riferimento, nella quale l'interessato dichiara:

a) di essere in possesso dei requisiti soggettivi previsti dall'articolo 71 del d.lgs. 59/2010;

b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie destinate all'attività;

c) il titolo di occupazione dell'area necessaria allo svolgimento dell'attività;

d) che l'attività, nel caso in cui si svolga sui piazzali antistanti le medie o grandi strutture di vendita, è esercitata fuori dalle aree destinate al soddisfacimento del fabbisogno di posti a parcheggio, di cui all'articolo 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, della media o grande struttura di riferimento;

e) di aver rispettato le disposizioni igienico-sanitarie e di sicurezza, nonché quelle relative alla destinazione d'uso del territorio, che, nel caso specifico, è compatibile con l'esercizio del commercio al dettaglio.

18. La violazione delle disposizioni di cui al comma 17 è sanzionata a norma dei regolamenti locali.

19. Oltre a quanto previsto in via generale al comma 1, le vicende giuridico amministrative disciplinate nei commi che precedono si realizzano:

a) nel rispetto, in particolare, della destinazione d'uso commerciale al dettaglio prevista dallo strumento urbanistico, generale o esecutivo, di cui alla l.r. 56/1977;

b) nell'osservanza delle disposizioni di cui all'articolo 3, commi 3 bis e 3 ter della l.r. 28/1999, in merito alla corresponsione dell'onere aggiuntivo per la rivitalizzazione e qualificazione del commercio ed al rispetto dei contenuti di un sistema di valutazione di compatibilità energetica ed ambientale degli insediamenti commerciali.

20. Tutti i casi non soggetti alle norme dei commi 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, e 17 sono soggetti a nuova autorizzazione rilasciata nel rispetto inderogabile di tutte le disposizioni del presente provvedimento.

21. I comuni effettuano il controllo, in particolare, sulle dichiarazioni relative:

a) all'applicazione dell'articolo 10 del d.lgs. 114/1998;

b) al rispetto delle prescrizioni di cui all'articolo 20 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i. e di quelle previste nell'ambito dei programmi di qualificazione urbana e dei programmi di rivitalizzazione di cui agli art.18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.;

c) alla veridicità di quanto dichiarato, in particolare per ciò che riguarda il rispetto degli standard e il rispetto della destinazione d'uso commerciale al dettaglio prevista dallo strumento urbanistico vigente ed operante, generale o esecutivo, di cui all'articolo 32 della l.r. 56/1977, e degli altri aspetti urbanistici regolati agli articoli 23, 24, 25 e 26 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.;

d) alle garanzie di igiene e salubrità degli ambienti.

22. I titoli edilizi eventualmente necessari per la realizzazione o modificazione dell'edificio entro cui l'esercizio commerciale è realizzato sono rilasciati dai comuni nel rispetto della l.r. 56/1977, nonché nei tempi previsti dall'articolo 28 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.

### **Art. 13 Compatibilità territoriale dello sviluppo.**

Ferme restando le prescrizioni di carattere urbanistico previste nei vigenti strumenti di pianificazione territoriale locali e nella approvanda Variante di P.R.G.C., la compatibilità territoriale dello sviluppo di cui all'art. 17 della D.C.R. 563-13414/1999 s.m.i. della Regione Piemonte delinea il modello di rete commerciale locale, in sintonia con l'utilità sociale e le caratteristiche dell'ambiente urbano di ciascuna zona di sviluppo commerciale, è funzionale al conseguimento dell'obiettivo di promozione della concorrenza nel rispetto dell'articolo 41 della Costituzione, del d.lgs. 59/2010, del d.l. 201/2011 convertito dalla l. 214/2011 e dell'articolo 1 del d.l. 1/2012 convertito dalla l. 27/2012 e consente la realizzazione delle tipologie distributive che rispondono ai requisiti delle norme comunitarie, nazionali e della presente normativa. Essa non costituisce limitazione inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione di superficie di vendita, di trasferimento di esercizi commerciali, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio dei titoli edilizi relativi agli insediamenti commerciali nel rispetto di quanto espressamente previsto all'articolo 16, comma 1 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i..

Nella seguente tabella sono individuate le compatibilità territoriali dello sviluppo in applicazione del comma 3 del soprarichiamato art. 17, assunte dal Comune in relazione alle caratteristiche dell'ambiente urbano per ciascun Addensamento e per ciascuna Localizzazione Commerciale, con riferimento ad ognuna delle tipologie distributive previste dal precedente art. 8 della presente normativa.

Il Comune si riserva, al fine di meglio definire l'adattamento dello sviluppo e la trasformazione della rete commerciale alle caratteristiche dell'ambiente urbano di riferimento, di integrare gli attuali criteri di valutazione della congruità della tipologia di struttura distributiva nel rispetto dell'art. 9, 14, 15, e 16 del presente testo nonché di ulteriori criteri, quali la mobilità sostenibile urbana, l'energia, gli aspetti bioclimatici, l'equità e il benessere sociale, l'economia locale sostenibile, la cultura, i rifiuti e i materiali. Per i centri commerciali, il Comune si riserva di definire criteri progettuali che favoriscano l'integrazione del centro stesso nell'ambiente urbano di riferimento, la ricostituzione e il completamento del tessuto edilizio e l'innervamento e la correlazione con la rete distributiva commerciale esistente.

TIPOLOGIA DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE DI VENDITA(mq)	ADDENSAMENTI		LOCALIZZAZIONI
		A.1.	A.3.	L.1.
VICINATO	Fino a 150	SI	SI	SI
M-SAM1	151-250	SI	SI	SI
M-SAM2	251-900	SI	SI	SI
M-SAM3	901-1500	NO	SI	SI
M-SE1	151-400	SI	SI	SI
M-SE2	401-900	SI	SI	SI
M-SE3	901-1500	NO	NO	SI
M-CC	151-1500	SI	SI	SI
G-SM1	1501-4500	NO	NO	SI (4)
G-SM2	4501-7500	NO	NO	NO
G-SM3	7501-12000	NO	NO	NO
G-SM4	>12000	NO	NO	NO
G-SE1	1501-3500	NO	NO	NO
G-SE2	3501-4500	NO	NO	NO
G-SE3	4501-6000	NO	NO	NO
G-SE4	>6000	NO	NO	NO
G-CC1	Fino a 6000	NO	SI (2)	SI (2)
G-CC2	6001-12000	NO	NO	NO
G-CC3	12001-18000	NO	NO	NO
G-CC4	>18000	NO	NO	NO

A1 = Addensamenti storici rilevanti  
A3 = Addensamenti commerciali urbani forti  
L1 = Localizzazioni commerciali urbane non addensate  
NOTE:  
(2) Solo fino a mq. 3.000  
(4) Solo fino a mq. 1.800

#### **Art. 14 Interventi per la valorizzazione degli addensamenti commerciali urbani e per il recupero delle piccole e medie imprese**

Il comune al fine di preservare, sviluppare e potenziare la funzione del commercio, anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, si riserva di promuovere la realizzazione di progetti e programmi, anche di natura urbanistico-edilizia, volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine, dell'identità urbana e della riqualificazione urbana, sulla base delle indicazioni e degli indirizzi contenuti negli art. 18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/1999 s.m.i. della regione.

#### **Art. 15 Valutazione di impatto commerciale.**

Ai sensi dell'art. 10, comma 1, lettera c) del d.lgs. 114/1998 ed in applicazione del disposto di cui agli artt. 18 e 20 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i. della Regione Piemonte, l'Amministrazione Comunale si riserva di sottoporre a valutazione di impatto commerciale le comunicazioni di apertura, di trasferimento, di variazione della superficie di vendita, di modifica o aggiunta di settore merceologico degli esercizi di vicinato, inibendone eventualmente gli effetti, nell'Addensamento Storico Rilevante A1.

La valutazione di impatto commerciale verrà fatta sulla base dei criteri stabiliti con apposita separata deliberazione consiliare, in attuazione del disposto di cui al comma 2 del soprarichiamato art. 20, sulla base delle risultanze che scaturiranno dagli ulteriori studi di merchandising e di tutela dei valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali previsti nell'ambito del P.Q.U. di cui all' art. 18 della della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.

Fino all'adozione del provvedimento di cui al comma precedente, si intendono con il presente provvedimento espressamente prorogate e qui richiamate le disposizioni vigenti in sede locale adottate in applicazione della legge 6 febbraio 1986 n. 15.

#### **Art. 16 Individuazione dei beni culturali e ambientali**

Le attività commerciali sono assoggettate al rigoroso rispetto dei beni culturali e ambientali eventualmente individuati dal comune ai sensi dell'articolo 24 della legge regionale n. 56/1977 smi, e successive modifiche ed integrazioni, della legge 29 giugno 1939, n. 1497 (Protezione delle bellezze naturali) e della legge 1° giugno 1939, n. 1089 (Tutela delle cose d'interesse artistico), e soggetti a specifiche prescrizioni di conservazione.

Sono altresì sottomesse al rispetto delle prescrizioni eventualmente introdotte dal Comune nel piano regolatore generale o nel programma di qualificazione urbana o nel regolamento di polizia urbana al fine di salvaguardare parti del tessuto commerciale o singoli esercizi commerciali, pubblici esercizi e attività artigianali, aventi valore storico e artistico, al fine di evitarne lo snaturamento e l'espulsione, in sintonia con quanto prescritto dall'articolo 6, comma 3, punto c) del decreto legislativo n. 114/1998.

#### **Art. 17 Fabbisogno di parcheggi e standard relativi ad insediamenti commerciali.**

Il piano regolatore generale e le relative varianti stabiliscono, nel rispetto dell'articolo 21, primo comma, numero 3) della legge regionale n. 56/1977 smi, lo standard minimo per parcheggi pubblici riferito alla superficie lorda di pavimento delle tipologie di strutture distributive.

Ai sensi dell'articolo 21, secondo comma della l.r. 56/1977 s.m.i., fatto salvo il rispetto di quanto prescritto al primo comma, numero 3) dell'articolo 21 della l.r. 56/1977, lo standard pubblico relativo al fabbisogno totale di posti a parcheggio pubblico è determinato nella misura del 50 per cento del fabbisogno di posti a parcheggio e conseguente superficie ottenuto dall'applicazione dei parametri della tabella di cui al comma 3 e dei commi 4 e 6 dell' art. 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i; la restante quota può essere reperita in aree private. Qualora in una zona di insediamento commerciale o in un immobile che ospita anche una o più attività di vendita al dettaglio siano presenti, anche eventualmente con accessi separati e con destinazione d'uso specifica, altre attività (residenze, uffici, impianti e attrezzature per il tempo libero, artigianato al servizio delle persone e delle imprese, e simili), la loro superficie utile lorda genera lo standard specifico stabilito dall'articolo 21 della l.r. 56/1977 da reperire e da considerare separatamente dal fabbisogno e dallo standard calcolato per le superfici commerciali ed assimilate. La realizzazione in una zona di insediamento commerciale di una multisala cinematografica determina un fabbisogno aggiuntivo a quello derivante dall'applicazione del comma 3 dell' art. 25 dei della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, secondo le previsioni della specifica normativa di settore.

Il fabbisogno totale di posti a parcheggio è calcolato secondo i parametri della tabella che segue:

TABELLA DEL FABBISOGNO TOTALE DEI POSTI PARCHEGGIO		
PARAMETRI PER IL CALCOLO DEL FABBISOGNO TOTALE DI POSTI A PARCHEGGIO		
TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE DI VENDITA MQ. (S)	METODO DI CALCOLO DEL NUMERO DI POSTI PARCHEGGIO (N)
M-SAM2 (*)	400-900	$N = 35+0,05(S-400)$
M-SAM3	901-1800	$N = 60+0,10(S-900)$
M-SAM4	OLTRE 1800	$N = 140+0,15(S-1800)$
G-SM1	FINO A 4500	$N = 245+0,20(S-2500)$ (**)
G-SM2	OLTRE 4500	$N = 645+0,25(S-4500)$
G-SM3		
G-SM4		
M-SE2-3-4	401-2500	$N = 0,045xS$
G-SE 1	DA 1501 O 2501A OLTRE 6000	$N = 40+0,08(S-900)$
G-SE 2		
G-SE 3		
G-SE 4		
M-CC	151-1500 251-2500	$NCC = N+N'$ (***)
G-CC1	FINO A 12000	$NCC = N+N'$ (***)
G-CC2		
G-CC3	FINO A 18000	$NCC = (N+N')x1,5$ (***)
G-CC4	OLTRE 18000	

(\*) Gli esercizi commerciali con superficie di vendita inferiore a mq. 400 devono soddisfare la prescrizione di cui al comma 1 del presente articolo.

(\*\*) Nei Comuni con meno di 10.000 abitanti le grandi strutture con meno di mq. 2.500 di vendita sono trattate come medie strutture alimentari e/o miste da mq. 1.801 a mq. 2.500.

(\*\*\*) N è calcolato sommando il fabbisogno di ciascuna delle medie e grandi strutture di vendita presenti nel centro commerciale.

N' è uguale a  $0,12 \times S'$ , dove S' è il totale della superficie di vendita degli altri negozi presenti nel centro commerciale.

Per i centri commerciali al cui interno sono previsti pubblici esercizi o impianti destinati allo svago e al tempo libero, per una superficie utile complessiva non superiore al 20 per cento della superficie di vendita del centro, il fabbisogno di posti a parcheggio e la relativa superficie non subisce incrementi. Per superfici eccedenti il suddetto 20 per cento è stabilito un incremento di 1 posto a parcheggio ogni 20 mq.



Per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture, comprese tra queste ultime i centri commerciali di cui all'articolo 6 del presente documento, la cui dimensione sia conforme alla tabella dell'articolo 13, ubicati negli addensamenti storici rilevanti (A.1.) e negli addensamenti commerciali urbani forti (A.3.), non è richiesto il soddisfacimento di fabbisogno di posti a parcheggio previsto dal comma 3 dell' art. 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i

Per gli esercizi commerciali che si avvalgono dell'articolo 15 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, commi 13, 14 e 16 è consentita la monetizzazione del fabbisogno di posti a parcheggio di cui al comma 3 negli addensamenti storici rilevanti (A.1.), negli addensamenti commerciali urbani forti (A.3.) e nelle localizzazioni commerciali urbane non addensate (L.1.) in modo da contribuire alla costituzione di un fondo destinato al finanziamento di interventi di iniziativa pubblica al servizio delle zone di insediamento commerciale.

Per gli esercizi commerciali che si avvalgono dell'articolo 15 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, commi 7 e 9 è consentita la monetizzazione del fabbisogno di posti a parcheggio di cui al comma 3, derivante dalla superficie di vendita ampliata, in tutte le zone di insediamento commerciale in modo da contribuire alla costituzione di un fondo destinato al finanziamento di interventi di iniziativa pubblica al servizio delle zone di insediamento commerciale urbane.

Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq.) di ciascun posto a parcheggio è pari a:

- a) 26 mq., comprensivi della viabilità interna e di accesso, qualora situati al piano di campagna;
- a) 28 mq., comprensivi della viabilità interna e di accesso, qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.

Il fabbisogno totale di posti a parcheggio e di superficie, da computare in relazione alla superficie di vendita delle tipologie di strutture distributive, nel rispetto dei commi 3, 4 e 6 dell' art. 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i, è obbligatorio e non derogabile ai fini del rilascio delle autorizzazioni commerciali, normate dall'articolo 15 dei criteri regionali, e ai fini del rilascio dei permessi o autorizzazioni edilizie, anche per i casi in cui è prevista la monetizzazione di cui al comma 5, 5 bis, 5 ter dell'art. 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i. La quota di posti a parcheggio e relativa superficie, non soggetta alle norme dell'articolo 21, primo e secondo comma della legge regionale n. 56/1977 smi, e ai commi 1 e 2 del presente articolo, è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'articolo 41 sexies della legge 17 agosto 1942, n. 1150 (Legge urbanistica), così come modificato dall'articolo 2 della legge 24 marzo 1989, n.122 (Disposizioni in materia di parcheggi, programma triennale per le aree urbane maggiormente popolate nonché modificazioni di alcune norme del testo unico sulla disciplina della circolazione stradale, approvato con d.p.r. 15 giugno 1959, n. 393).

#### **Art. 18 Norme a tutela della viabilità e dell'ambiente.**

L'esercizio delle attività commerciali al dettaglio soggiace altresì alle prescrizioni poste dagli artt. 26 (aree di sosta e verifiche sulla viabilità) e 27 (verifica di impatto ambientale) della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i., della Regione Piemonte, nonché a quelle eventualmente introdotte dal Comune al medesimo fine nell'ambito degli strumenti di pianificazione territoriale, del programma di qualificazione urbana o del regolamento di polizia urbana.

#### **Art. 19 Contestualità delle autorizzazioni commerciali e delle concessioni edilizie**

I permessi e le autorizzazioni edilizie relative alle medie strutture di vendita sono rilasciate, nel rispetto di quanto è previsto dalla legge regionale n. 56/1977 smi, secondo il principio della contestualità con le autorizzazioni commerciali.

I procedimenti di rilascio dell'autorizzazione amministrativa per grandi strutture di vendita e di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerente all'immobile devono essere il più possibile correlati al fine della loro contestuale definizione.

Le condizioni per il rilascio della concessione o autorizzazione edilizia sono dettate dall'articolo 26 della l.r. 56/1977, s.m.i. L'autorizzazione prevista da tale articolo può essere richiesta contestualmente all'autorizzazione amministrativa, ma non può essere rilasciata prima della deliberazione della conferenza dei servizi prevista dall'articolo 9 del d.lgs. n. 114/1998 o del rilascio dell'autorizzazione ai sensi dell'articolo 8 dello stesso decreto.

I permessi o autorizzazioni edilizie per le medie e grandi strutture di vendita sono rilasciate, nel rispetto delle presenti norme, di quelle previste nella D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. e dell'articolo 26 della legge regionale n. 56/1977 s.m.i.

#### **Art. 20 Norme sul procedimento Amministrativo concernente le domande relative alle medie strutture di vendita.**

Le norme sul procedimento amministrativo concernenti le domande relative alle medie strutture di vendita, di cui al comma 4 dell'art. 8 del d. lgs. 114/1998, verranno definite con separato provvedimento della Giunta Comunale.

Fino all'adozione di tale deliberazione si applicheranno le disposizioni stabilite dalla Regione Piemonte nella D.G.R. 1 marzo 2000 n. 43-29533 nell'allegato B, ed intendendosi in tale fase stabilito quale termine dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato provvedimento.