



COMUNE DI MORIONDO

**Relazione socioeconomica
di cui all'allegato A della D. C. R. numero 59-10831 del
24.03.2006 e
criteri ai sensi dell'art. 8 del D. Lgs. 114/98**

**Arch. Elena FRANCO
Via Malonetto 71 – 10032 - BRANDIZZO
Tel. 011/9178209 – Fax n. 011/9178209
e-mail: arch.elenafranco@tiscali.it**

CAPITOLO PRIMO	3
<u>LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA DEL COMMERCIO</u>	<u>3</u>
CARATTERI SALIENTI DEL D.LGS. 114/98 E DELLA L.R. N. 28 DEL 12.11.99	3
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. 59/10831 DEL 24.03.06 -	5
CAPITOLO SECONDO	7
<u>DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE E SOCIOECONOMICO</u>	<u>7</u>
LA POPOLAZIONE	7
IL CONTESTO SOCIO ECONOMICO	9
IL SISTEMA PRODUTTIVO: LE UNITÀ LOCALI E GLI ADDETTI	11
CAPITOLO TERZO	12
<u>ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA</u>	<u>12</u>
DEFINIZIONI, CLASSIFICAZIONE ED ARTICOLAZIONE DELLE TIPOLOGIE DISTRIBUTIVE	12
ASSETTO E CLASSIFICAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA IN PIEMONTE	12
LA RETE DISTRIBUTIVA DEL COMUNE	14
CAPITOLO QUARTO	16
<u>I RISULTATI DELL'ANALISI E STRATEGIE COMPETITIVE</u>	<u>16</u>
OPPORTUNITÀ E MINACCE, PUNTI DI FORZA E PUNTI DI DEBOLEZZA	16
LE STRATEGIE COMPETITIVE PER L'OFFERTA COMMERCIALE DEL COMUNE	17
L'INDIVIDUAZIONE ED IL RICONOSCIMENTO DEGLI ADDENSAMENTI E DELLE LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI.	18
CAPITOLO QUINTO	20
<u>INDICAZIONI OPERATIVE E NORMATIVE PER LO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO AI SENSI DEL D.LGS. 114/98 E DELLA L.R. 28/99</u>	<u>20</u>

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 sull'assunto per il quale l'attività commerciale si fonda sul principio della libertà di concorrenza e d'iniziativa economica subordinato unicamente alla salvaguardia dell'impatto sul territorio e delle caratteristiche dell'ambito in cui intende localizzarsi.

Partendo da questo presupposto, 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; mentre i secondi sono chiamati, attraverso le scelte di pianificazione territoriale locale, a favorire lo sviluppo di una articolata e competitiva rete distributiva locale tenendo conto delle specifiche caratteristiche socioeconomiche dell'area.

Le Regioni e i Comuni, nell'esercizio delle competenze loro attribuite, devono fare comunque riferimento agli indirizzi e gli obiettivi generali fissati dallo Stato, con particolare attenzione alle norme di salvaguardia della concorrenza.

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 delle attività commerciali, 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 :

1. *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;

2. *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;
3. *il commercio su area pubblica*; la legge regionale stabilisce le politiche di valorizzazione dei mercati ambulanti e le regole per il rilascio di autorizzazioni;
4. *le vendite straordinarie (liquidazione e fine stagione)*; si fissano le regole generali relative alle modalità di svolgimento, alla pubblicità e alla durata;
5. *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. 59/10831 del 24.03.06 -

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 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006, 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 Moriondo Torinese non ha provveduto finora a dare attuazione a queste disposizioni a seguito dell'emanazione della D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 da parte della Regione Piemonte *“Indirizzi generali e criteri di programmazione di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa in attuazione del d. lgs. 31 marzo 1998 n. 114”* e, dunque, l'emanazione da parte della Regione Piemonte della D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006, che ha ulteriormente modificato i precedenti indirizzi e criteri urbanistico commerciali ed ha imposto ai comuni di procedere all'adeguamento delle precedenti disposizioni locali con la massima sollecitudine senza poter far ricorso a “norme transitorie”, ha fatto sì che l'Amministrazione Comunale abbia deciso di procedere all'adeguamento dei suoi strumenti urbanistici comunali, di cui, l'approvazione del presente documento di indirizzo, costituisce presupposto normativo.

CAPITOLO SECONDO

DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE E SOCIOECONOMICO

Il Comune di Moriondo Torinese è situato nella zona collinare che si sviluppa ad est di Torino, si trova a circa 26 km dal capoluogo piemontese ed è compreso tra i territori dei comuni di Moncucco Torinese a nord, il comune di Mombello ad ovest e i comuni di Buttigliera d'Asti e Riva presso Chieri a sud.

Sotto il profilo geografico la località si estende su un territorio di circa 6,49 Km², nella parte sud di natura pianeggiante, e nella restante parte del territorio di natura collinare, prevalentemente a destinazione agricola con presenza di piantagioni e zone boscate, ma anche di zone incolte. Alcuni modesti corsi d'acqua attraversano l'intero territorio di cui l'unico rilevante è il Rio del Gerbido sul confine con il Comune di Mombello.

Il territorio comunale è costituito dal concentrico del comune vero e proprio e da alcune frazioni: Tetti Zucca-Bausone, Lovencito e Case Sparse, e si estende quindi su un'area piuttosto ampia.

La consistenza abitativa si identifica con il vecchio nucleo residenziale insediato attigualmente al Castello e al centro storico, e lungo la strada provinciale per Chieri dove si sono collocati i nuovi insediamenti residenziali e le attività industriali. Discreta è la consistenza insediativa nelle frazioni di Lovencito e Tetti Zucca- Bausone, mentre risulta poco importante la presenza residenziale a Case Sparse.

Il comune risulta attiguo alle seguenti vie di comunicazione su gomma: strada provinciale n.119 Chieri – Castelnuovo Don Bosco che divide longitudinalmente il territorio comunale da est verso ovest e attraversa il nucleo di Lovencito, la strada provinciale 120 Buttigliera d'Asti – Riva presso Chieri che attraversa Brusone e Tetti Zucca e crea un collegamento con Moncucco Torinese.

La popolazione

La popolazione di Moriondo Torinese è costituita da 763 unità secondo i dati dell'anagrafe comunale, relativi all'anno 2005. La densità abitativa dell'intero territorio comunale è di circa 117,6 abitanti per km².

Negli ultimi vent'anni, dopo una sensibile diminuzione, si è potuto osservare un incremento del saldo demografico più o meno costante con alcuni picchi leggermente più alti dovuti anche all'attivo del tasso migratorio.

Nel 1981 la popolazione residente ammontava a 613 unità; nel 1991 ammontava a 724 e nel 2001 è arrivata a 769 unità, con un aumento medio del 29,52%.

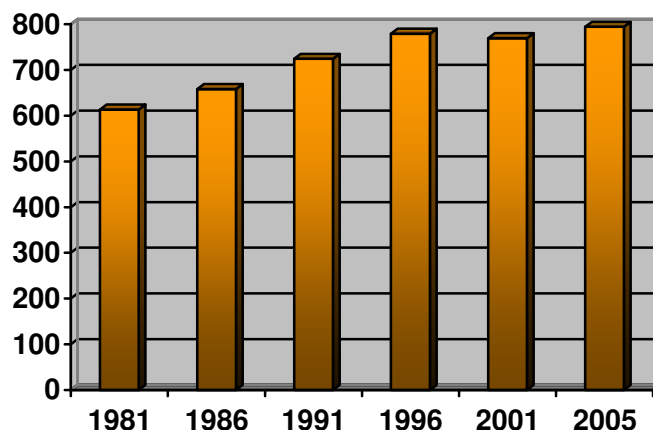


Grafico 1: popolazione residente

Fonte: Censimento Istat 2001

Negli ultimi dieci anni il saldo naturale è stato sempre negativo, ma si è registrato un saldo migratorio quasi sempre positivo che ha permesso di sostenere la dinamica demografica del comune.

Si tratta per la maggior parte di una immigrazione formata da persone che, ritirate dal lavoro, rientrano nel comune, e da persone che si spostano dai comuni limitrofi alla ricerca di zone tranquille e verdi, ma sempre comode per raggiungere il capoluogo e i servizi.

Anno	Nati	Morti	Saldo naturale	Immigrati	Emigrati	Saldo migr.
1991	4	10	-6	52	16	36
1996	4	15	-11	27	28	-1
2001	3	6	-3	19	25	-6
2004	6	10	-4	42	29	13

Tabella 1: Saldo naturale – saldo migratorio

Fonte: Anagrafe comunale

In conseguenza a questo fenomeno un terzo della popolazione residente è costituita da persone ritirate dal lavoro e come si può osservare dalla seguente tabella la fascia di età più numerosa è quella che comprende le unità oltre i 60 anni.

Età	Maschi	Femmine	Totale
fino a 14 anni	49	49	98
fino a 24 anni	29	37	66
fino a 34 anni	55	60	115
fino a 44 anni	44	40	84
fino a 54 anni	58	67	125
fino a 59 anni	27	29	56
oltre 60 anni	115	121	236
Totale	377	403	780

Tabella 2: Distribuzione della popolazione per fasce d'età

Fonte: Censimento Istat 2001

Il contesto socio economico

I nuclei familiari presenti nel comune di Moriondo Torinese, secondo i dati del Censimento Istat 2001, sono 302, con un numero medio di componenti per nucleo familiare di 2,52 unità.

	Popolazione residente	Famiglie	N.ro medio componenti per famiglia
Concentrico	445	172	
Bausone	208	87	
Lovencito	64	25	
Case Sparse	46	18	
Totale	763	302	2,52

Tabella 3: nuclei familiari e dimensione media delle famiglie

Fonte: Censimento Istat 2001

Questi dati evidenziano la forte prevalenza di nuclei familiari di piccola dimensione. Infatti la maggior parte delle famiglie ha una dimensione inferiore o uguale a tre componenti. Inoltre, come conseguenza dell'aumento della popolazione, vi è stato un aumento del numero di nuclei familiari dal 1991 al 2005, con una leggera inflessione nel 2001.

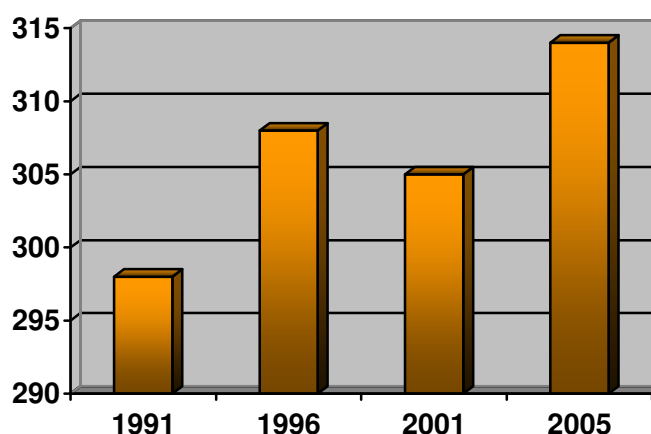


Grafico 2: numero di famiglie residenti

Fonte: Anagrafe Comunale

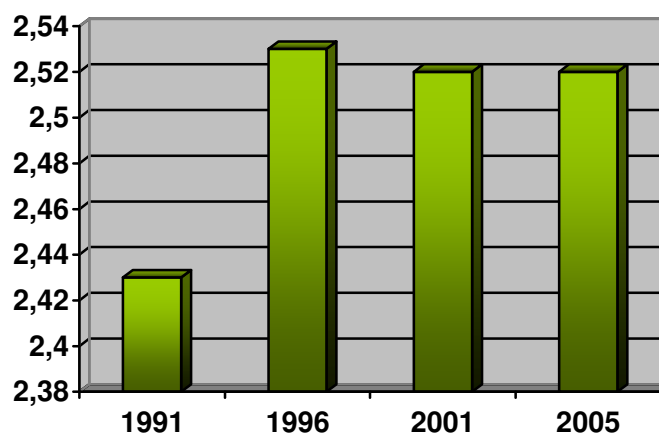


Grafico 3: dimensione media delle famiglie residenti

Fonte: Anagrafe Comunale

Questa crescita, in base a quanto emerso dalle rilevazioni empiriche, è dovuta al fenomeno migratorio, e alla tendenza ad aumentare di questa tendenza, già sopra descritto.

Il numero delle abitazioni dell'intero territorio comunale è di 357, l'ampiezza media è di circa 4 stanze cadauna ed il rapporto di occupanti/stanza 0,72; dato piuttosto basso paragonato allo standard di legge di 1 occupante/stanza. La maggior parte delle costruzioni risale agli inizi del novecento mentre l'attività edilizia degli ultimi anni è stata piuttosto modesta e si è concentrata prevalentemente sul recupero degli edifici rurali esistenti.

La maggior parte delle abitazioni occupate risulta concentrata nel concentrico e nelle frazioni di Lovencito e di Bausone.

	Numero di abitazioni
Concentrico	202
Bausone	102
Lovencito	35
Case Sparse	18
Totale	357

Tabella 4: numero di abitazioni diviso sul territorio

Fonte: Censimento Istat 2001

Il sistema produttivo: le unità locali e gli addetti

La vocazione produttiva di Moriondo Torinese è fondamentalemente agricola, ma sono presenti anche diverse attività artigianali/commerciali basate soprattutto sulla carpenteria metallica.

Tale vocazione emerge anche dai dati del censimento del 2001 che rilevano una popolazione attiva pari a 457 unità e un 50% della popolazione attiva impiegata nel settore dell'agricoltura.

Di queste 54 aziende coltivano una superficie complessiva di ha 375 a seminativo, 44 coltivano 39 ha di legnose, 18 allevano bovini e suini e 10 hanno allevamenti avicoli. Complessivamente la superficie di territorio destinata all'agricoltura è pari a 414 ha corrispondente a circa il 64% dell'intero territorio comunale.

Il settore del commercio, al contrario, impiega soltanto circa il 19% degli occupati totali, dato abbastanza in linea rispetto alla quota riferita all'intera provincia (20%), così come la percentuale di unità locali riferita all'intera provincia.

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 turistici, non compresi tra quelli della rete primaria;

b) 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);

c) 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 turistici non compresi negli elenchi dei comuni della rete primaria sono, oltre a quelli riconosciuti tali a tutti gli effetti dagli appositi elenchi regionali, anche quelli riconosciuti turistici ai soli fini della disciplina degli orari delle attività di vendita.

I comuni intermedi sono quelli non turistici 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 non turistici con popolazione inferiore a 3.000 abitanti, sede di un'offerta commerciale spesso non completa nella dotazione di base.

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

La rete distributiva del Comune

Il comune di Moriondo è dotato di una rete distributiva costituita da n. 7 **esercizi di vicinato** suddivisi in n. 3 alimentari o misti e n. 4 non alimentari **nonché da n. 2 medie strutture di vendita** non alimentari

Per una migliore rappresentazione visiva dell'articolazione della rete distributiva locale si rimanda alla seguente tabella:

	ALIM./MISTO		NON ALIM.		TOTALE	
	Num.	Mq. S.v.	Num.	Mq. S.v.	Num.	Mq. S.v.
ESERCIZI DI VICINATO	3	146	3	166	6	312
MEDIE STRUTTURE	0	0	2	1425	2	1425
GRANDI STRUTTURE	0	0	0	0	0	0
TOTALE	3	146	5	1591	8	1737

Tabella 5: articolazione dell'offerta commerciale in sede fissa del comune di Moriondo T.se

Fonte: Comune di Moriondo T.se, ottobre 2007

Netta appare la prevalenza degli esercizi di vicinato sul totale delle attività commerciali, come si può rilevare dal successivo grafico:

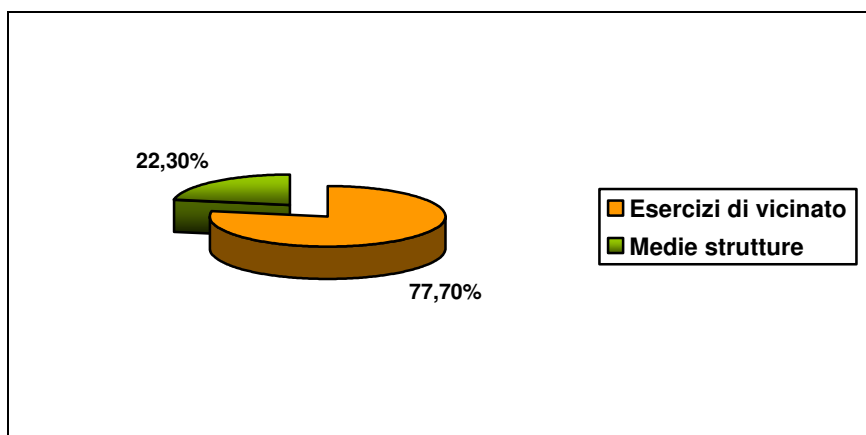


Grafico 4: incidenza tipologie distributive

Fonte: Comune di MoriondoTorinese

La situazione cambia tuttavia significativamente se si valuta l'incidenza di ciascuna tipologia distributiva in relazione alla superficie di vendita

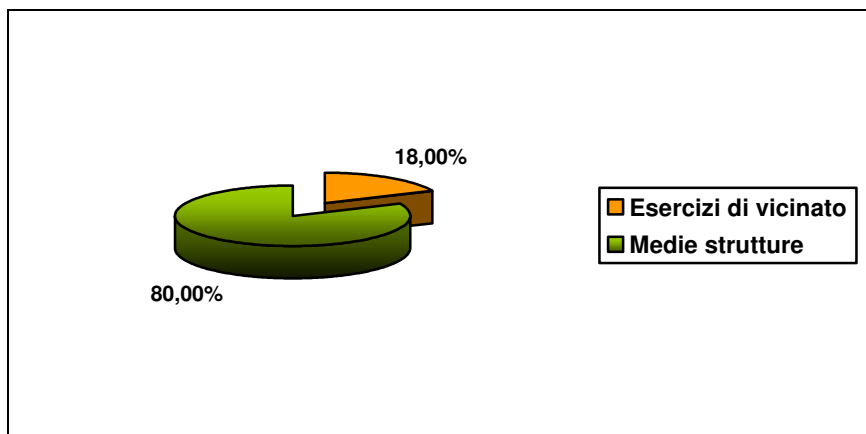


Grafico 5: incidenza di ciascuna tipologia distributiva su mq di s.v. tot.

Fonte: Comune di MoriondoTorinese

La rete distributiva del comune di Moriondo T.se si è sviluppata prevalentemente nel centro storico e nelle immediate vicinanze, lungo i seguenti assi stradali:

- Via Roma: sulla quale insistono n. 3 esercizi di vicinato per complessivi mq 187 di s.v., nonché n. 2 medie strutture di vendita per ulteriori mq 1425 di s.v.
- Via Ignazio Motta: lungo la quale è presente 1 esercizio di vicinato per complessivi 43 mq di s.v.
- Piazza Vittorio Veneto: che vede affacciarsi 1 esercizio di vicinato per mq 59 di s.v.

La rete distributiva è inoltre completata da n. 1 esercizi di vicinato collocato in zona completamente periferica e decentrata rispetto agli addensamenti centrali e precisamente:

- Via Riva: lungo la quale è insediato 1 esercizio di vicinato per mq 23

L'offerta complementare al commercio in sede fissa.

Integrano l'offerta dei negozi le seguenti attività di somministrazione e di servizi commerciali:

- a) n. 1 farmacia,
- b) n. 1 pubblico esercizio,

Anche solo da questi pochi elementi essenziali si comprende come l'offerta commerciale locale debba essere integrata dalle funzioni da un lato despecializzate e dall'altro a più elevata specializzazione garantite dai comuni limitrofi.

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:

- una popolazione che è aumentata nell'ultimo decennio;
- una tendenza all'immigrazione dalla città;
- gli aspetti legati al paesaggio, alla qualità della vita ma al tempo stesso alla relativa vicinanza con il capoluogo o quantomeno con alcuni centri importanti e ben serviti (eg. Chieri, Castelnuovo Don Bosco);

come punti di criticità e di debolezza i seguenti elementi:

- un'offerta commerciale di tipo tradizionale perlopiù di servizio;
- una debolezza delle aree periferiche del comune, specialmente delle frazioni, dove la presenza del servizio di prossimità è praticamente inesistente.

Pertanto la programmazione commerciale dovrà tener conto di due priorità:

1. rafforzare il commercio nell'area centrale per garantire il servizio ai residenti;
2. favorire lo sviluppo dei servizi di prossimità almeno per i beni più alta frequenza di acquisto.

Le strategie competitive per l'offerta commerciale del comune

In virtù delle opportunità e delle debolezze considerate nel precedente subcapitolo, 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 e D.C.R. n. 59-10831/2006, l'Amministrazione Comunale ritiene opportuno muoversi sulle seguenti linee di azione:

- a) favorire lo sviluppo e la valorizzazione delle funzione commerciale e di servizio in primo luogo nel Centro Storico ma anche nell'ambito limitrofo della Piazza del Municipio, attraverso il riconoscimento di specifico Addensamento Commerciale;
- 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) perseguire l'obiettivo di rafforzare la rete distributiva locale ma anche di salvaguardare le caratteristiche ambientali e vocazionali della zona riconosciuta quale Addensamento, attraverso adeguati interventi sulla tabella di compatibilità di cui all'art. 17 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i.,
- d) consentire, anche al di fuori di addensamenti riconosciuti, la possibilità di insediamento di esercizi di vicinato a servizio della popolazione.

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 e D.C.R. n. 59-10831/2006, 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 territoriale delimitato dalle seguenti aree: Centro Storico allargato fino a Piazza Vittorio Veneto.

L'Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1 risulta identificato sotto la dicitura "Addensamento A1" nell'ambito dell'allegata planimetria n.1 che costituisce parte integrante del presente documento e su di essa insistono le attività economiche riportate nella unita planimetria n. 2, parte integrante della presente relazione;

Tale ambito risulta avere tutte le caratteristiche previste dall'art. 13, comma 3 lettera a) per il riconoscimento degli Addensamenti Storico 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".*

All'interno dell'Addensamento Commerciale A1, così come sopra perimetrato, a conferma della densità commerciale si rileva la presenza:

- di n. 4 esercizi commerciali ed attività paracommerciali di servizio in sede fissa così suddivisi:
- n. 1 negozi alimentari e misti,
- n. 1 negozi non alimentari,
- n. 1 farmacie,
- n. 1 pubblici esercizi,

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

Altre tipologie di Addensamento.

Non sussistono sul territorio comunale le condizioni per il riconoscimento di Addensamenti Commerciali Secondari A2, Urbani Forti A3, Minori A4 o Extraurbani A5 di cui all'art. 13 della D.C.R. n. 563-13414/99 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: *“Si riconoscono solo nelle aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4., A.5. Le localizzazioni commerciali urbane non addensate sono le aree totalmente intercluse nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, 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. Sono individuabili attraverso i seguenti parametri orientativi”*

Per i comuni minori quali Moriondo T.se i criteri regionali prevedono questi parametri orientativi:

1) *essere ubicate entro 500 m. di distanza stradale (parametro J.1) da un nucleo residenziale di almeno 500 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 10.000 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 s'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, cioè 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, dandone giustificazione 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.

Avvalendosi del disposto di cui al comma 2 lettera a) punto n. 3, Al fine di garantire la massima flessibilità allo sviluppo delle piccole e medie attività commerciali in ambito urbano l'Amministrazione Comunale, intende consentire la facoltà per le zone di tale ambito che non risultino già ricomprese in Addensamenti o Localizzazioni già riconosciute, nel rispetto di idonea destinazione d'uso prevista dalle NTA del P.R.G.C., il possibile riconoscimento di L1 in sede di presentazione di istanza autorizzatoria da parte degli interessati purchè vengano integralmente rispettati i seguenti parametri:

- dimensione massima della localizzazione: mq. 10.000,
- siano ubicate ad una distanza stradale massima di m. 500 da un nucleo residenziale al cui interno si rilevi la presenza di almeno 500 abitanti,
- tale nucleo residenziale venga individuato entro una circonferenza teorica con raggio di ampiezza massima pari a m. 500.

Localizzazioni Commerciali Urbano-periferiche non addensate L2.

Sulla base delle scelte degli strumenti di pianificazione territoriale locali e degli indirizzi dell'Amministrazione non si individuano sul territorio aree che abbiano le caratteristiche per poter essere individuate Localizzazioni Commerciali urbano periferiche non addensate L2 ai sensi del disposto di cui all'art. 14, comma 4, lettera a) e b) dei criteri urbanistico commerciali della regione.

CAPITOLO QUINTO

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 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006.

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 e n. 59-10831/2006, 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., gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica, che il comune intende assumere, 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, 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 (mobilifici, 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 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 Moriondo Torinese 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 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 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, 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 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. 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, secondo quanto disposto dal primo comma, 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'articolo 14, comma 4, lettera b) della D.C.R. n. 563-13414/99 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 comunicazione.

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 e dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, 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 dall'articolo 15 della della D.C.R. n. 563-13414/99 s.mi..

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, 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 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 Centro Storico allargato fino a Piazza vittorio Emanuele.

L'Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1 risulta identificato sotto la dicitura "Addensamento A1" nell'ambito dell'allegata planimetria n.1 che costituisce parte integrante del presente documento e su di essa insistono le attività economiche riportate nella unita planimetria n. 2, parte integrante della presente relazione;

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 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, le Localizzazioni Commerciali urbane non addensate L1, purché le aree interessate, 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., A.5., nonché siano totalmente intercluse nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato e rispettino integralmente i seguenti parametri:

- siano ubicate ad una distanza stradale massima di m. 500 da un nucleo residenziale al cui interno si rilevi la presenza di almeno 500 residenti,
- 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. 10.000.

Art. 12 Riconoscimento di Localizzazioni Commerciali urbano periferiche non addensate L2

In applicazione delle disposizioni contenute nel comma 4 lettera b) dell'art. 14 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. della Regione Piemonte, sulla base delle destinazioni d'uso previste all'interno degli strumenti di pianificazione territoriale e delle scelte di sviluppo commerciale individuate, non si riconoscono Localizzazioni Commerciali urbano periferiche non Addensate L2.

Art. 13 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 s.m.i della Regione Piemonte.

Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite su tutto il territorio comunale per gli esercizi di vicinato e solo nell'ambito degli Addensamenti e delle Localizzazioni Commerciali riconosciute o riconoscibili per le medie e grandi strutture in virtù di quanto previsto nei precedenti artt. 10 – 11 e 12, 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 del successivo art. 14 e dell'articolo 17 dei criteri urbanistico commerciali della Regione. 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. Le autorizzazioni all'apertura, alle variazioni di superficie di vendita e di settore merceologico, al trasferimento di sede degli esercizi sono inoltre rilasciate nel rispetto dei vincoli di compatibilità urbanistica di cui ai successivi articoli 16, 17, 18, 19 e 20 nonché degli artt. 23, 25, 26, 27 e 28 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i., nel rispetto di quanto previsto precedentemente ed inoltre, negli Addensamenti commerciali A5 e nelle localizzazioni commerciali L.2., esse sono rilasciate solo dopo che il comune abbia approvato il progetto unitario di coordinamento, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 13, comma 3, lettera e) nonché dall'articolo 14, comma 4, lettera b) dei provvedimenti regionali sopra richiamati.

Le nuove aperture di esercizi commerciali sono consentite nel rispetto delle norme del presente provvedimento e sono soggette:

- a) ad autorizzazione, nel caso di medie o grandi strutture di vendita, che è concessa nel rispetto delle presenti norme nonché di quelle di riferimento contenute nei criteri regionali urbanistico commerciali in attuazione della l.r. n. 28/99 e delle norme procedurali stabilite con provvedimento della Giunta regionale;
- b) a comunicazione, nel caso di esercizi di vicinato, previa verifica delle conformità degli aspetti urbanistici di cui agli articoli 23, 24, 25 e 26 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. della Regione Piemonte e fatte salve le prescrizioni particolari eventualmente previste nell'ambito dei progetti di qualificazione urbana.

Il trasferimento di sede è consentito solo nell'ambito del comune, purché avvenga negli Addensamenti e nelle Localizzazioni commerciali riconosciuti o riconoscibili ai sensi dei precedenti art. 10 - 11 e 12, nel rispetto dell'articolo 16 della D.C.R. n. 563-13414 nonché delle ulteriori prescrizioni previste nei successivi artt. 14, 16, 17, 18, 19 e 20 e delle compatibilità definite agli articoli 17, 24, 25, 26, 27 del medesimo provvedimento regionale.

Il trasferimento di sede è disciplinato come segue:

- a) per gli esercizi di vicinato: nell'ambito del comune, è soggetto a comunicazione, fatte salve le eventuali prescrizioni contenute in programmi di qualificazione urbana, previa verifica della conformità degli aspetti urbanistici,
- b) per le medie e grandi strutture di vendita autorizzate ai sensi della l. n. 426/1971: nell'ambito del medesimo addensamento commerciale e della medesima localizzazione urbana, è soggetto ad autorizzazione dovuta, previa verifica della conformità degli aspetti urbanistici. In tutti gli altri casi, compresi i trasferimenti in addensamenti uguali tra loro, è soggetto ad autorizzazione che è rilasciata nel rispetto delle disposizioni valevoli per le nuove aperture.

Il trasferimento di sede di un esercizio commerciale fuori da un centro commerciale, classico o sequenziale, così come definito al precedente articolo 6, o autorizzato ai sensi della legge n. 426/1971, non è mai consentito.

Il trasferimento di sede di un esercizio commerciale in un centro commerciale classico, sequenziale o autorizzato ai sensi della l. 426/1971, è soggetto ad autorizzazione dovuta, previa verifica di conformità con quanto previsto dal successivo art. 18, nel caso in cui l'esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente agli Addensamenti o alle Localizzazioni Commerciali riconosciuti o riconoscibili nel comune e quando la variazione della superficie di vendita del centro commerciale, anche a seguito di successivi trasferimenti, non superi il 20 per cento della superficie originaria autorizzata, o non rientri nei casi disciplinati al comma successivo. In tutti gli altri casi è soggetto a nuova autorizzazione, che è rilasciata nel rispetto delle norme del presente provvedimento.

Gli ampliamenti o le riduzioni della superficie di vendita che comportano il passaggio da una all'altra delle singole tipologie di strutture distributive, così come definite all'articolo 8, sono soggette a nuova autorizzazione che è rilasciata nel rispetto delle norme del presente provvedimento.

Gli ampliamenti o le riduzioni della superficie di vendita, inferiori a mq. 250 e comunque non superiori al 20 per cento della superficie originaria autorizzata, sono considerati fisiologici purché nell'ambito della tipologia compatibile ai sensi dell'articolo 14 e sono soggette ad autorizzazione dovuta. Negli altri casi, salvo quanto previsto al comma successivo, sono soggette a nuova autorizzazione da rilasciare nel rispetto delle presenti norme. Nel caso di centri commerciali le prescrizioni del presente comma si applicano a ciascuno degli esercizi commerciali autorizzati, fermo restando l'obbligo di non modificare la tipologia di struttura

distributiva e di rispettare l'articolo 26 della l.r. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio.

Gli accorpamenti di autorizzazioni che determinano ampliamenti o riduzioni di superficie di vendita che superano il limite di cui al comma precedente sono disciplinati come segue:

- a) sono soggetti ad autorizzazione dovuta, nel caso di medie strutture di vendita, compresi i centri commerciali, gli accorpamenti di cui al presente comma e gli ampliamenti e le riduzioni non disciplinati dal comma precedente che non comportino il cambio di tipologia di struttura distributiva (nel caso dei centri commerciali occorre fare riferimento al cambio di tipologia di struttura distributiva sia del centro commerciale sia del singolo esercizio oggetto di variazione), così come definita dall'articolo 8, ottenuti mediante accorpamento di autorizzazioni riconducibili al settore alimentare o misto e rilasciate dal comune competente per territorio ai sensi della l. 426/1971. In tal caso non è richiesto il ricalcolo e l'adeguamento al fabbisogno di parcheggi di cui all'articolo 18;
- b) sono soggetti ad autorizzazione dovuta, nel caso di grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali, gli accorpamenti di cui al presente comma e gli ampliamenti e le riduzioni non disciplinati dal comma precedente fino al 20 per cento della maggiore superficie originaria che non comportino il cambio di tipologia di struttura distributiva, così come definita dall'articolo 8, ottenuti mediante accorpamento di autorizzazioni riconducibili al settore alimentare o misto e rilasciate dal comune competente per territorio ai sensi della l. 426/1971. In tal caso non è richiesto il ricalcolo e l'adeguamento al fabbisogno dei parcheggi di cui all'articolo 18;
- c) nel caso di grandi strutture di vendita (centri commerciali) gli accorpamenti di cui alla lettera b) non devono comunque superare il 20 per cento della superficie originaria del centro commerciale;
- d) tutti gli altri casi, non soggetti alle norme di cui al presente ed al penultimo precedente comma, sono soggetti a nuova autorizzazione che è rilasciata nel rispetto delle norme del presente provvedimento.

Gli accorpamenti, la scomposizione di autorizzazioni commerciali e la ridefinizione della composizione interna di centri commerciali, autorizzati in vigore della precedente normativa, prima dell'emanazione delle innovazioni introdotte dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, sono soggetti ad autorizzazione dovuta alle seguenti condizioni:

- a) la superficie di vendita complessiva dei singoli settori merceologici e dell'eventuale centro commerciale non risulti incrementata;
- b) la compatibilità e l'impatto delle singole tipologie (esclusi i centri commerciali), conseguenti alla ridefinizione della composizione interna, siano conformi a quanto è stabilito nei successivi artt. 14, 16, 17, 18, 19 e 20 nonché negli articoli 17, 24, 25, 26 e 27 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i.; sono fatte salve le dimensioni dei centri commerciali già autorizzati.

Le autorizzazioni accorpate apportano ciascuna una superficie di vendita pari a quella che compare sull'autorizzazione. Nel caso in cui la superficie dell'autorizzazione da accorpare sia inferiore ai limiti stabiliti all'articolo 4, comma 1, lettera d) del decreto legislativo n. 114/1998, essa è ampliabile fino al limite massimo stabilito per gli esercizi di vicinato dal predetto articolo del decreto legislativo.

In applicazione dell'articolo 3, comma 2, lettera d) della l.r. n. 28/99 s.m.i., il rilascio delle nuove autorizzazioni per medie e grandi strutture di vendita previste dai commi che precedono, ubicate in tutti i tipi di addensamenti commerciali e in tutti i tipi di localizzazione commerciale, è subordinato alla sottoscrizione di un atto d'obbligo registrato che formalizzi l'impegno a corrispondere un onere aggiuntivo computato in una percentuale compresa tra il 30 e 50 per cento degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria, specificatamente destinato alla rivitalizzazione e riqualificazione delle zone di insediamento commerciale urbane nel rispetto dei principi e dei contenuti degli articoli 18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i., sulla base delle indicazioni attuative che la Giunta Regionale provvederà ad emanare.

Le nuove autorizzazioni e le autorizzazioni dovute normate ai commi che precedono sono rilasciate nel rigoroso rispetto della presente normativa, e, in particolare, solo 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.

La modifica o l'aggiunta di settore merceologico, è soggetta:

- a) a nuova autorizzazione, nel caso di medie e grandi strutture di vendita, nel rispetto delle compatibilità di cui all'articolo 15, previa verifica del computo degli standard e del fabbisogno di parcheggi di cui all'articolo 18;
- b) a comunicazione, nel caso di esercizi di vicinato, fatte salve le eventuali prescrizioni particolari previste nell'ambito di programmi di qualificazione urbana

Le disposizioni relative alla variazione di superficie di vendita, alle modifiche o aggiunte di settore merceologico, si applicano anche per gli esercizi commerciali che costituiscono un centro commerciale, così come definito all'articolo 6 e all'articolo 4, comma 1, lettera g) del decreto legislativo n. 114/1998.

Le autorizzazioni per nuove aperture, trasferimenti di sede, variazioni della superficie di vendita, modifica o aggiunta di settore merceologico, sono rilasciate nel rispetto dei commi che precedono e delle norme del presente provvedimento nonché delle disposizioni previste nella D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i. della Regione Piemonte e con le procedure e nei tempi stabiliti dalla Giunta regionale in applicazione dell'articolo 3 della legge regionale sul commercio e del decreto legislativo n. 114/1998.

Il comune si riserva di effettuare il controllo sulle comunicazioni per quanto concerne:

- a) l'applicazione dell'articolo 10 del decreto legislativo n. 114/1998;
- b) il rispetto delle prescrizioni particolari di cui all'articolo 20 e di quelle previste nell'ambito dei programmi di qualificazione urbana e dei programmi di rivitalizzazione di cui agli articoli 18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i.;
- c) la 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 nei successivi artt. 16, 17, 18 e 19 nonché negli articoli 23, 24, 25 e 26 dei sopra richiamati criteri urbanistico commerciali regionali;
- d) le garanzie di igiene e salubrità degli ambienti.

Le concessioni o autorizzazioni edilizie eventualmente necessarie per la realizzazione o modificazione dell'edificio entro cui l'esercizio commerciale è realizzato sono rilasciate nel rispetto della legge regionale n. 56/1977 s.m.i. e di quanto previsto nel presente provvedimento nonché nella D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i..

Art. 14 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, è vincolo inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione di superficie di vendita, di trasferimento di sede, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio di concessione o autorizzazione edilizia, relativa ad esercizi per medie o grandi strutture di vendita, secondo la definizione contenuta nell'art. 4 comma 1, rispettivamente lettere e) ed f) del d. lgs. 114/1998.

Al fine dell'individuazione delle compatibilità territoriali dello sviluppo in applicazione del comma 3 del soprarichiamato art. 17, per ciascun Addensamento e per ciascuna

Localizzazione Commerciale, con riferimento ad ognuna delle tipologie distributive previste dal precedente art. 8 della presente normativa, si assumono le seguenti determinazioni:

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

Art. 15 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, sulla base delle indicazioni e degli indirizzi contenuti nell'art. 19 della D.C.R. n. 563-13414/1999 s.m.i. della regione.

Art. 16 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 – 19 e 20 della D.C.R. n. 563-13414/99 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.I.R. di cui all' art. 15.

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. 17 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, dal Codice dei beni culturali e del Paesaggio D. Lgs 42/2004 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 integrato di rivitalizzazione delle realtà minori 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. 18 Fabbisogno di parcheggi e standard relativi ad insediamenti commerciali.

Il piano regolatore generale e le relative varianti stabiliscono già, 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, fatto salvo il rispetto di quanto prescritto al primo comma, numero 3) dell'articolo 21 della l.r. 56/1977 smi, 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 4 e dei commi 5 e 7; 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, come modificato dalla l.r. n. 28/1999 s.m.i., 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, con una capienza superiore a 1300 posti, autorizzata ai sensi del decreto ministeriale 29 settembre 1998, n. 391 (Regolamento recante disposizioni per il rilascio di autorizzazione per l'apertura di sale cinematografiche, ai sensi dell'articolo 31 della legge 4 novembre 1965, n. 1213, e successive modificazioni), o ai sensi della legge regionale 28 dicembre 2005, n. 17 (Disciplina della diffusione dell'esercizio cinematografico del Piemonte), determina un fabbisogno aggiuntivo pari ad 1 posto auto ogni dieci mq. di superficie utile lorda di pertinenza della suddetta multisala cinematografica.

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	$N = 0,045 \times S$
G-SE 1	DA 1501 O 2501 A 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	$NCC = (N + N') \times 1,5$ (***)
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, compresi i centri commerciali di cui all'articolo 6, la cui dimensione sia conforme alle tabelle dell'articolo 14, ubicati nell'

addensamento storico rilevante (A.1.) non è richiesto il soddisfacimento di fabbisogno di posti parcheggio previsto dal comma 4; è comunque fatto salvo quanto prescritto dall'articolo 21, primo comma, numero 3) della l.r. 56/1977 smi.

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;
- b) 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, è obbligatorio e non derogabile ai fini del rilascio delle autorizzazioni commerciali, normate dall'articolo 13, e ai fini del rilascio dei permessi o autorizzazioni edilizie. 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. 19 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. 20 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, smi. 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 smi.

Art. 21 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 di diniego, i 90 giorni.