



CITTA' di AVIGLIANA

Provincia di TORINO

ESTRATTO

VERBALE DI DELIBERAZIONE

DEL CONSIGLIO COMUNALE

N. 16

OGGETTO: DEFINIZIONE DEI CRITERI COMUNALI DI SVILUPPO DEL COMMERCIO DI CUI ALL'ART. 8, C. 3, DEL D.LGS. 114/98 E ALL'ART. 4 DELLA L.R. 28/99, IN APPLICAZIONE DEGLI INDIRIZZI CONTENUTI NELLA D.C.R. 563-13414/99 E S.M.I., COME MODIFICATA DALLA D.C.R. 191-43016/12.

L'anno *duemilaquattordici*, addì **05/05/2014** alle ore **20.30** nella solita sala delle adunanze consiliari, convocato dal Presidente del Consiglio Comunale con avvisi scritti e recapitati a norma di legge, si è riunito, in sessione *Straordinario* ed in seduta pubblica di prima convocazione, il Consiglio Comunale, nelle persone dei Signori:

Presenti		
SIMONI Lucio	Presidente	SI
PATRIZIO Angelo	Sindaco	SI
MARCECA Baldassare	Consigliere_Ass	SI
MATTIOLI Carla	Consigliere_Ass	SI
TAVAN Enrico	Consigliere_Ass	AG
MORRA Rossella	Consigliere_Ass	SI
ARCHINA' Andrea	Consigliere_Ass	SI
CROSASSO Gianfranco	Consigliere	NO
REVIGLIO Arnaldo	Consigliere	SI
BUSSETTI Giulia	Consigliere	SI
PATRIZIO Rosa	Consigliere	SI
TABONE Renzo	Consigliere	SI
SADA Aristide	Consigliere	SI
SPANO' Antonio	Presidente	SI
ZURZOLO Bastiano	Consigliere	AG
BORELLO Cesare	Consigliere	SI
PICCIOTTO Mario	Consigliere	SI

Assume la presidenza il Presidente Sig. SIMONI Lucio.

Partecipa alla seduta il Segretario Generale Dott. SIGOT Livio.

Il Presidente, riconosciuta legale l'adunanza, dichiara aperta la seduta.

Il Presidente lascia la parola all'Assessore Archinà il quale propone di trattare tecnicamente il presente punto insieme al punto successivo considerata la tipologia degli argomenti. Preannuncia l'intervento del tecnico incaricato Sig. Vergnano e, quindi relaziona preliminarmente sul presente punto all'ordine del giorno.

Alle ore 22,34 la seduta viene sospesa dal Presidente Simoni, sentito il parere del Consiglio, al fine di consentire al professionista Dott. Vergnano di illustrare le linee programmatiche, in seduta "aperta" ex art. 38 del Regolamento. Il Presidente precisa che il tecnico illustrerà i due punti all'ordine del giorno che poi saranno discussi e votati singolarmente.

Il professionista, Dott. Vergnani, espone il contenuto tecnico delle due proposte di deliberazione.

Alle ore 23,28 il Presidente, ultimati gli interventi dei Consiglieri e l'illustrazione tecnica del professionista riprende la seduta di Consiglio Comunale per il prosieguo dei lavori.

Intervengono i Consiglieri Picciotto e Spanò. Risponde l'Assessore Marceca.

Il Presidente chiede di procedere alla votazione della proposta per appello nominale.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Sentita la relazione dell'Assessore Archinà,

Vista la proposta di deliberazione n. 13 del 26/03/2014 presentata congiuntamente dall'Area Amministrativa – Settore Attività Economiche e Produttive e dall'Area Urbanistica ed Edilizia Privata, allegata alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale, avente ad oggetto: "DEFINIZIONE DEI CRITERI COMUNALI DI SVILUPPO DEL COMMERCIO DI CUI ALL'ART. 8, C. 3, DEL D.LGS. 114/98 E ALL'ART. 4 DELLA L.R. 28/99, IN APPLICAZIONE DEGLI INDIRIZZI CONTENUTI NELLA D.C.R. 563-13414/99 E S.M.I., COME MODIFICATA DALLA D.C.R. 191-43016/12."

Ritenuta la proposta meritevole di accoglimento per le motivazioni tutte in essa contenute;

Acquisiti i pareri favorevoli in ordine alla regolarità tecnica e contabile ai sensi dell'art.49 e 147 bis del D. Lgs 18.8.2000 n. 267 e s.m.i., "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali", che allegati alla presente deliberazione ne fanno parte integrante e sostanziale;

Visti gli artt. 42 e 48 del Testo Unico approvato con D. Lgs. n. 267 del 18/8/2000 in ordine alla competenza degli organi comunali;

Visto l'art. 163, comma 3 del Decreto Legislativo 18.8.2000 n. 267, in merito all'esercizio provvisorio;

Con D.M. 29/04/2014 è stato ulteriormente prorogato al 31 luglio 2014 il termine per l'approvazione del bilancio 2014 e pluriennale 2015/2016;

Vista la deliberazione consiliare n. 45 del 04.07.2013, dichiarata immediatamente eseguibile, con cui è stato approvato il bilancio di previsione dell'esercizio 2013 e pluriennale 2013/2015;

Vista la deliberazione della Giunta Comunale n. 246 in data 02.12.2013, dichiarata immediatamente eseguibile e con valenza pluriennale come previsto dal comma 2 dell'art. 24 del vigente Regolamento di contabilità, con la quale sono state assegnate ai Direttori di Area le risorse necessarie all'esecuzione dei programmi e progetti di bilancio;

Richiamato il Decreto Legislativo 18.8.2000 n. 267 "Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali";

Visto lo Statuto Comunale;

Visto il vigente Regolamento di Contabilità;

Presenti e Votanti: n. 14

Voti Favorevoli n. 10 (il Sindaco Patrizio A. e i Consiglieri Simoni, Marceca, Mattioli, Morra, Archinà, Reviglio, Bussetti, Patrizio R. e Tabone)

Voti Contrari n. 4 (i Consiglieri Sada, Spanò del gruppo "Grande Avigliana" e Borello, Picciotto del gruppo "Insieme per Avigliana")

Constatato l'esito delle votazioni

DELIBERA

Di accogliere integralmente la proposta dell'Area Amministrativa – Settore Segreteria ed Affari Generali, allegata alla presente quale parte integrale e sostanziale.

SUCCESSIVAMENTE

IL CONSIGLIO COMUNALE

Su proposta del Presidente, stante l'urgenza di provvedere in merito;

Con 10 voti favorevoli (il Sindaco Patrizio A. e i Consiglieri Simoni, Marceca, Mattioli, Morra, Archinà, Reviglio, Bussetti, Patrizio R. e Tabone) e 4 voti contrari (i Consiglieri Sada, Spanò del gruppo "Grande Avigliana" e Borello, Picciotto del gruppo "Insieme per Avigliana") su 14 presenti e votanti palesemente espressi e proclamati dal Presidente;

DELIBERA

Di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile, ai sensi dell'art. 134, 4° comma, del T.U. approvato con D. Lgs 18/8/2000, n. 267.

La registrazione audio/video della seduta viene resa disponibile sul sito comunale, alla voce Consiglio Comunale on-line per il tempo previsto dalla Legge ed il testo integrale degli interventi sarà allegato a verbale successivamente dopo regolare trascrizione dai files di registrazione.

~~~~~

**Area Amministrativa  
Settore Attività Economiche e Produttive**

**Area Urbanistica ed Edilizia Privata**

**Al Consiglio Comunale  
proposta di deliberazione n. 13**

**redatta dal Settore Attività Economiche e Produttive  
e dall'Area Urbanistica ed Edilizia Privata**

**OGGETTO: DEFINIZIONE DEI CRITERI COMUNALI DI SVILUPPO DEL COMMERCIO DI CUI ALL'ART. 8, C. 3, DEL D.LGS. 114/98 E ALL'ART. 4 DELLA L.R. 28/99, IN APPLICAZIONE DEGLI INDIRIZZI CONTENUTI NELLA D.C.R. 563-13414/99 E S.M.I., COME MODIFICATA DALLA D.C.R. 191-43016/12.**

Su richiesta degli Assessori Archinà e Marceca

Premesso che:

- l'art. 8, comma 3 del D. Lgs. 114/1998 stabilisce che i comuni, sulla base delle disposizioni impartite dalle regioni nonché degli obiettivi generali del decreto legislativo stesso, adottino i criteri per il rilascio delle autorizzazioni riferite alle medie strutture di vendita;
- l'art. 4, comma 1, della L.R. n. 28 del 12 novembre 1999 "Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114" e s.m.i. attribuisce ai comuni il compito di adeguare gli strumenti urbanistici generali ed attuativi ed i regolamenti di polizia locale, nonché di adottare i criteri per il rilascio delle autorizzazioni di cui all'art. 8 comma 3 del D. Lgs. 114/1998;
- il comma 4 dell'art. 12 del testo coordinato dell'Allegato A alla D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i., prevede che il riconoscimento degli addensamenti commerciali e delle localizzazioni commerciali, avviene mediante l'approvazione dei criteri di cui all'art. 8, comma 3 del D. Lgs. 114/1998 e deve essere effettuato dai comuni nel rispetto dei criteri, dei parametri e delle norme stabilite dai criteri stessi;
- che il medesimo disposto prevede che il riconoscimento degli addensamenti e delle localizzazioni costituisce, congiuntamente alla compatibilità territoriale dello sviluppo, di cui all'art. 17, parte integrante e sostanziale dell'adeguamento degli strumenti urbanistici che i comuni devono adottare nei tempi, con le modalità e nel rispetto dei contenuti previsti dall'art. 4 della L.R. n. 28/1999 e s.m.i.;
- che il Comune di Avigliana ha provveduto a dare attuazione alle disposizioni di cui sopra con l'approvazione della D.C.C. n. 75 del 28/06/2001, e successivamente con l'approvazione della D.C.C. n. 68 del 29/03/2007, a seguito dell'emanazione della D.C.R. n. 347-42514 del 23/12/2003 e della D.C.R. n. 59-10831 del 24/03/2006, deliberazioni regionali che hanno apportato modifiche agli originari indirizzi e criteri di sviluppo commerciale;
- che la D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012 ha apportato ulteriori modifiche agli indirizzi e criteri regionali per lo sviluppo commerciale, imponendo ai Comuni di provvedere al relativo adeguamento dei criteri di cui all'art. 8, comma 3, del D. Lgs. 114/98, ed al conseguente adeguamento degli strumenti urbanistici generali ed attuativi ai sensi dell'art. 6, comma 5, del citato D. Lgs. 114/98, nonché dell'art. 4 della L.R. 28/1999 e s.m.i.;

- che è intenzione dell'Amministrazione con l'occasione procedere ad adeguare la perimetrazione delle zone di sviluppo commerciale sia alle modificazioni intervenute sul territorio, sia alla nuova normativa regionale sull'insediamento degli esercizi di somministrazione alimenti e bevande, materia strettamente correlata allo sviluppo del commercio locale in quanto parte integrante dell'offerta sul territorio;
- che l'approvazione dei nuovi criteri di sviluppo commerciale locale è propedeutica all'adeguamento degli strumenti urbanistici generali ed attuativi;
- Recepite le indicazioni formulate dagli Uffici e dalla consulenza del CAT.COM. S.c.r.l., Centro di Assistenza Tecnica per il Commercio, che hanno portato alla stesura dell'unito documento che forma parte integrante del presente provvedimento;
- Considerato che con ns. lettera raccomandata Prot. n. 0002038 del 03/02/2014 si è proceduto alle consultazioni delle organizzazioni di tutela dei consumatori, e delle organizzazioni imprenditoria del commercio, così come previsto dall'art. 8, comma 3, del D. Lgs. 114/98 (e precisamente: Ascom – Confcommercio, Confesercenti, Associazione Consumatori Utenti, Adiconsum, Adoc Piemonte, Adusbef, Associazione Consumatori Piemonte, Cittadinanzaattiva, Federconsumatori Piemonte, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino), senza che siano pervenute osservazioni entro il termine indicato;

#### **SI PROPONE CHE IL CONSIGLIO COMUNALE DELIBERI**

1. Di approvare la definizione dei criteri di cui all'art. 8, comma 3, del D.Lgs. n. 114 del 31 marzo 1998, esplicitati nell'allegato fascicolo denominato «Definizione dei criteri comunali di sviluppo del commercio criteri di cui all'art. 8 comma 3 del D.Lgs. 114 del 31 marzo 1998 e dell'art. 4 della L.R. 28 del 12 novembre 1999, in applicazione degli indirizzi contenuti nella D.C.R. n. 563-13414 del 29/10/1999 "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 2/12/2003, dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24/03/2006 e dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012»;
2. di approvare le allegate planimetrie denominate: Tavola COMM 1 e Tavola COMM 2.
3. di dichiarare, attesa l'urgenza, il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, 4° comma del T.U., approvato con D. Lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e s.m.i.

Avigliana, 26.03.2014

Il Direttore Area  
Urbanistica ed Edilizia Privata  
F.to (Geom. Luca Rosso)

Il Responsabile Settore  
Attività Economiche e Produttive  
F.to (Dott.ssa Sandra Bonavero)



**Visti**

Comune di Avigliana

**Estremi della Proposta**

Proposta Nr. 2014 / 13

Ufficio Proponente: **Attività Economiche e Produttive**

Oggetto: **DEFINIZIONE DEI CRITERI COMUNALI DI SVILUPPO DEL COMMERCIO DI CUI ALL'ART. 8, C. 3, DEL D.LGS. 114/98 E ALL'ART. 4 DELLA L.R. 28/99, IN APPLICAZIONE DEGLI INDIRIZZI CONTENUTI NELLA D.C.R. 563-13414/99 E S.M.I., COME MODIFICATA DALLA D.C.R. 191-43016/12.**

**Visto tecnico**

Ufficio Proponente (Attività Economiche e Produttive)

Per la regolarità tecnica della presente proposta, ai sensi dell'art. 49, c.1, ed in ordine alla correttezza dell'azione amm.va ai sensi dell'art. 147 bis c. 1 del D.Lgs. 267/2000, modif.to dall'art. 3, c. 1, lett. d) del D.L. 174/2012, si esprime parere **FAVOREVOLE**.

Sintesi parere: **Parere Favorevole**

Data 16/04/2014

**IL DIRETTORE  
AREA TECNICA  
EDILIZIA PRIVATA  
(Luca Cenni. ROSSO)**



Il Responsabile di Settore  
Dr. Giovanni TROMBATORE

**Visto contabile**

Contabilità e Bilancio

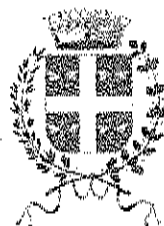
In ordine alla regolarità contabile della presente proposta, ai sensi dell'art. 49, comma 1, TUEL - D.Lgs. n. 267 del 18.08.2000, si esprime parere .....

Sintesi parere: **Non soggetta a parere contabile**

Data 28/04/2014



Responsabile del Servizio Finanziario  
Rag. Vanna ROSSATO



## COMUNE DI AVIGLIANA

DELIBERAZIONE DEL C.C. N.                      DEL

### **Definizione dei criteri 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

Consulenza Tecnica:

**catcom**  
CONSULENZA TECNICA AL COMUNE

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

**Arch. Luisella Dughera**  
Via Vanchiglia 28 10124 Torino  
Tel. 011885476

Hanno collaborato  
per il Comune di Avigliana:  
**Dott.ssa Sandra Bonavero**  
**Geom. Luca Rosso**

# CAPITOLO PRIMO: LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA DEL COMMERCIO

## Caratteri salienti del D.Lgs. 114/98 e della L.R. n. 28/1999

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 e 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 in stretta correlazione con le caratteristiche socioeconomiche del territorio.

Regioni e Comuni, nell'esercizio delle competenze loro attribuite, devono fare comunque riferimento agli indirizzi e agli 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:

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 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 riferimento 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. 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, innescino 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 ed il coordinamento degli atti della programmazione tra i diversi livelli di governo della Regione.

Viene pertanto stabilito che, in via prioritaria, 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'art. 6, comma 5, del D.Lgs. n. 114/1998, e dell'art. 4 della Legge Regionale sul commercio, tenuto conto dei riferimenti metodologici prima esplicitati, devono adeguare gli strumenti urbanistici generali e attuativi ed i regolamenti di polizia locale agli indirizzi generali ed ai criteri di programmazione urbanistica stabiliti dalle norme nazionali e regionali.

Il Comune di Avigliana ha provveduto a dare attuazione a queste disposizioni con la D.C.C. n. 75 del 28 giugno 2001, e successivamente con la D.C.C. n. 68 del 29.03.2007 a seguito dell'emanazione delle D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003 e della D.C.R. 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. 68 del 29.03.2007 scaturisce dalla necessità 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 di adeguare la perimetrazione delle zone di sviluppo commerciale sia alle modificazioni intervenute sul territorio, sia alla nuova normativa regionale sull'insediamento degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

La L.R. 38/2006 e 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, in modo da favorire lo sviluppo di sinergie tra le attività commerciali e quelle della somministrazione, entrambe parte integrante dell'offerta di servizi di un territorio.

## CAPITOLO SECONDO: DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE E SOCIOECONOMICO

La città di Avigliana, situata a circa 30 Km da Torino in direzione di Susa e del confine con la Francia è uno dei principali comuni della Bassa Valle di Susa. Si trova lungo il percorso della A32 Torino - Bardonecchia, della SS25 del Moncenisio, della SS589, della SP186, nonché della Ferrovia Torino – Susa – Modane.

La città appartiene all'Area Storico culturale della Valle di Susa, ed il suo Centro Storico è individuato dal Piano Territoriale Regionale e dal Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia di Torino fra quelli di media rilevanza a livello provinciale.

Grazie ai due laghi morenici, Lago Grande e Lago Piccolo, che insieme ai boschi circostanti ed alla Palude dei Mareschi costituiscono il comprensorio del Parco Naturale dei Laghi di Avigliana, la città è anche individuata dal PTC quale Centro Turistico di interesse provinciale.

### La popolazione

Avigliana è un Comune di 12.262 abitanti con una densità abitativa di 529,22 abitanti per chilometro quadrato.

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.

La Tabella 1 analizza la popolazione residente in un ambito raggiungibile in 20 minuti dal centro di Avigliana, utilizzando un'auto.

**Tabella 1: la popolazione per fasce d'età**

| 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 | Totale        |
| ALMESE                  | Intermedio         | 878          | 1.679        | 2.458        | 1.362         | 6.377         | 13,8%            | 26,3%        | 38,5%        | 21,4%         | 100,0%        |
| ALPIGNANO               | Intermedio         | 2.081        | 4.672        | 6.470        | 3.770         | 16.993        | 12,2%            | 27,5%        | 38,1%        | 22,2%         | 100,0%        |
| <b>AVIGLIANA</b>        | <b>Subpolo</b>     | <b>1.775</b> | <b>3.404</b> | <b>4.529</b> | <b>2.554</b>  | <b>12.262</b> | <b>14,5%</b>     | <b>27,8%</b> | <b>36,9%</b> | <b>20,8%</b>  | <b>100,0%</b> |
| BORGONE SUSA            | Minore             | 292          | 584          | 821          | 575           | 2.272         | 12,9%            | 25,7%        | 36,1%        | 25,3%         | 100,0%        |
| BRUNO                   | Intermedio         | 1.391        | 2.218        | 3.215        | 1.728         | 8.552         | 16,3%            | 25,9%        | 37,6%        | 20,2%         | 100,0%        |
| BUTTIGLIERA ALTA        | Intermedio         | 866          | 1.636        | 2.481        | 1.434         | 6.417         | 13,5%            | 25,5%        | 38,7%        | 22,3%         | 100,0%        |
| CASELETTE               | Minore             | 448          | 789          | 1.090        | 668           | 2.995         | 15,0%            | 26,3%        | 36,4%        | 22,3%         | 100,0%        |
| CHIUSA DI SAN MICHELE   | Minore             | 261          | 474          | 613          | 358           | 1.706         | 15,3%            | 27,8%        | 35,9%        | 21,0%         | 100,0%        |
| COLLEGNO                | Polo               | 6.639        | 12.840       | 18.461       | 11.306        | 49.246        | 13,5%            | 26,1%        | 37,5%        | 23,0%         | 100,0%        |
| GIAVENO                 | Subpolo            | 2.212        | 4.317        | 5.969        | 3.757         | 16.255        | 13,6%            | 26,6%        | 36,7%        | 23,1%         | 100,0%        |
| GRUGLIASCO              | Subpolo            | 4.640        | 10.288       | 13.999       | 8.877         | 37.804        | 12,3%            | 27,2%        | 37,0%        | 23,5%         | 100,0%        |
| PIANEZZA                | Intermedio         | 2.260        | 4.153        | 5.331        | 2.734         | 14.478        | 15,6%            | 28,7%        | 36,8%        | 18,9%         | 100,0%        |
| REANO                   | Minore             | 263          | 464          | 662          | 377           | 1.766         | 14,9%            | 26,3%        | 37,5%        | 21,3%         | 100,0%        |
| RIVALTA DI TORINO       | Intermedio         | 2.847        | 5.495        | 7.156        | 3.956         | 19.454        | 14,6%            | 28,2%        | 36,8%        | 20,3%         | 100,0%        |
| RIVOLI                  | Polo               | 5.730        | 12.824       | 18.258       | 11.944        | 48.756        | 11,8%            | 26,3%        | 37,4%        | 24,5%         | 100,0%        |
| ROSTA                   | Intermedio         | 756          | 1.162        | 1.738        | 1.028         | 4.684         | 16,1%            | 24,8%        | 37,1%        | 21,9%         | 100,0%        |
| RUBIANA                 | Minore             | 344          | 634          | 956          | 470           | 2.404         | 14,3%            | 26,4%        | 39,8%        | 19,6%         | 100,0%        |
| SANGANO                 | Intermedio         | 461          | 961          | 1.437        | 936           | 3.795         | 12,1%            | 25,3%        | 37,9%        | 24,7%         | 100,0%        |
| SANT'AMBROGIO DI TORINO | Intermedio         | 710          | 1.345        | 1.748        | 944           | 4.747         | 15,0%            | 28,3%        | 36,8%        | 19,9%         | 100,0%        |
| TRANA                   | Intermedio         | 565          | 1.086        | 1.442        | 784           | 3.877         | 14,6%            | 28,0%        | 37,2%        | 20,2%         | 100,0%        |
| VAIE                    | Minore             | 203          | 384          | 532          | 304           | 1.423         | 14,3%            | 27,0%        | 37,4%        | 21,4%         | 100,0%        |
| VALGIOIE                | Minore             | 132          | 241          | 392          | 180           | 945           | 14,0%            | 25,5%        | 41,5%        | 19,0%         | 100,0%        |
| VILLAR DORA             | Minore             | 409          | 735          | 1.166        | 611           | 2.921         | 14,0%            | 25,2%        | 39,9%        | 20,9%         | 100,0%        |
| Provincia di Torino     | 0                  | 212.446      | 441.049      | 590.452      | 390.196       | 1.634.143     | 13,0%            | 27,0%        | 36,1%        | 23,9%         | 100,0%        |

Fonte: elaborazioni CATCOM su dati Regione Piemonte BDE 2013

L'analisi degli indici strutturali della popolazione evidenzia un certo squilibrio, in quanto vi sono 144 anziani ogni 100 bambini con meno di 14 anni. Tuttavia tale squilibrio è di minore entità rispetto a quello di altri Comuni, in particolare rispetto a Rivoli, Collegno o Sangano. Nell'insieme, Avigliana presenta una situazione con valori decisamente più bassi di quelli espressi dalla provincia di Torino nel suo complesso.

Gli indici di dipendenza evidenziano invece che la popolazione in quest'ambito è costituita prevalentemente da nuclei familiari con figli o da persone anziane. Infatti anche nei casi in cui l'indice di vecchiaia è abbastanza equilibrato, come a Bruino o a Pianezza, l'indice di dipendenza non fa registrare valori contenuti, e sempre superiori a 50, il che testimonia una buona presenza di bambini.

Ad Avigliana ogni 100 persone in età lavorativa ve ne sono 55 che non sono attivi sul mercato del lavoro per ragioni anagrafiche.

**Tabella 2: Gli indici di vecchiaia e di dipendenza**

| Comune                  | Indice di Vecchiaia | Indice di Dipendenza |
|-------------------------|---------------------|----------------------|
| ALMESE                  | 155,13              | 54,15                |
| ALPIGNANO               | 181,16              | 52,51                |
| <b>AVIGLIANA</b>        | 143,89              | 54,57                |
| BORGONE SUSA            | 196,92              | 61,71                |
| BRUINO                  | 124,23              | 57,41                |
| BUTTIGLIERA ALTA        | 165,59              | 55,87                |
| CASELETTE               | 149,11              | 59,39                |
| CHIUSA DI SAN MICHELE   | 137,16              | 56,95                |
| COLLEGNO                | 170,30              | 57,33                |
| GIAVENO                 | 169,85              | 58,03                |
| GRUGLIASCO              | 191,31              | 55,66                |
| PIANEZZA                | 120,97              | 52,66                |
| REANO                   | 143,35              | 56,84                |
| RIVALTA DI TORINO       | 138,95              | 53,77                |
| RIVOLI                  | 208,45              | 56,86                |
| ROSTA                   | 135,98              | 61,52                |
| RUBIANA                 | 136,63              | 51,19                |
| SANGANO                 | 203,04              | 58,26                |
| SANT'AMBROGIO DI TORINO | 132,96              | 53,48                |
| TRANA                   | 138,76              | 53,36                |
| VAIE                    | 149,75              | 55,35                |
| VALGIOIE                | 136,36              | 49,29                |
| VILLAR DORA             | 149,39              | 53,66                |
| Provincia di Torino     | 183,67              | 58,42                |

Fonte: elaborazioni CATCOM su dati Regione Piemonte BDE 2013

Indice di vecchiaia:  $IV = \frac{\text{pop}(\geq 65)}{\text{pop}(0-14)} \cdot 100$  è un indicatore sintetico del grado di invecchiamento della popolazione, rappresenta la capacità che hanno le generazioni fino a 14 anni nell'equilibrare quelle ultrasessantacinquenni; valori superiori a 100 indicano uno squilibrio di soggetti anziani rispetto ai più giovani.

Indice di dipendenza:  $ID = \frac{(\text{pop}(0-14) + \text{pop}(\geq 65))}{\text{pop}(15-64)}} \cdot 100$  è un indicatore demografico di importanza economica e sociale, misura la dipendenza della popolazione che si presume non autonoma per ragioni anagrafiche (giovani con età sotto i quindici anni e anziani con età sopra i 64 anni) dalla popolazione che si presume debba sostenerli con la sua attività (individui di età che va dal 15 anni ai 64 anni).

## Le attività produttive

Nel Comune di Avigliana, sulla base dei dati riportati nell'edizione di PiemonteInCifre del 2012, vi sono 1721 unità locali.

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 possono 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 al numero di esercizi commerciali, e non alle unità locali; di conseguenza, i dati relativi al commercio potranno variare anche in maniera significativa.

Nella Tabella 3 vengono riportati i valori percentuali che evidenziano l'incidenza delle unità locali manifatturiere, delle costruzioni, del commercio del turismo e dei servizi, nonché delle altre attività economiche non classificate sul totale delle unità locali nei comuni che distano meno di 20 minuti da Avigliana. La somma delle percentuali è minore di 100 perché non vengono considerate le unità locali di enti ed attività non economiche quali scuole, uffici postali, associazioni no profit ecc.

Come si vede in Tabella 3, rispetto ai Comuni dell'ambito definito nel paragrafo precedente, Avigliana non fa registrare indici particolarmente buoni per il comparto del commercio, anche quando lo si confronti esclusivamente con i Comuni di analoga dimensione sia demografica che produttiva (analogo numero di residenti e numero di unità locali).

Le differenze emergono ancora con maggiore evidenza quando il raffronto avviene con Comuni quali Rivoli, Grugliasco o Collegno, di dimensioni maggiori e a spiccata vocazione commerciale. 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.

**Tabella 3: le unità locali– anno 2011**

| COMUNE                  | N. Unità locali totali , di cui: | % attività manifatturiere | % costruzioni | % commercio  | % turismo   | % altri servizi | %altre attività econ. |
|-------------------------|----------------------------------|---------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-----------------------|
| ALMESE                  | 692                              | 19,1%                     | 20,7%         | 21,0%        | 2,9%        | 24,9%           | 7,1%                  |
| ALPIGNANO               | 1787                             | 20,1%                     | 17,6%         | 25,4%        | 4,5%        | 25,9%           | 2,6%                  |
| <b>AVIGLIANA</b>        | <b>1721</b>                      | <b>20,6%</b>              | <b>17,1%</b>  | <b>23,9%</b> | <b>7,1%</b> | <b>24,9%</b>    | <b>2,3%</b>           |
| BORGONE SUSA            | 238                              | 24,4%                     | 18,9%         | 24,4%        | 4,2%        | 18,5%           | 5,5%                  |
| BRUINO                  | 1007                             | 27,5%                     | 18,0%         | 24,2%        | 3,1%        | 21,8%           | 1,7%                  |
| BUTTIGLIERA ALTA        | 633                              | 10,9%                     | 15,5%         | 28,8%        | 6,2%        | 31,8%           | 2,7%                  |
| CASELETTE               | 336                              | 22,6%                     | 15,5%         | 20,5%        | 5,4%        | 22,9%           | 9,8%                  |
| CHIUSA DI SAN MICHELE   | 186                              | 18,3%                     | 16,7%         | 32,3%        | 5,9%        | 17,7%           | 3,8%                  |
| COLLEGNO                | 4484                             | 11,4%                     | 15,5%         | 30,3%        | 6,3%        | 29,8%           | 1,7%                  |
| GIAVENO                 | 1690                             | 10,3%                     | 24,2%         | 25,6%        | 6,0%        | 23,5%           | 7,0%                  |
| GRUGLIASCO              | 3472                             | 14,2%                     | 13,6%         | 32,7%        | 6,6%        | 26,7%           | 1,6%                  |
| PIANEZZA                | 1499                             | 16,7%                     | 16,6%         | 26,0%        | 5,2%        | 25,6%           | 5,1%                  |
| REANO                   | 145                              | 11,0%                     | 22,8%         | 26,2%        | 5,5%        | 20,7%           | 8,3%                  |
| RIVALTA DI TORINO       | 482                              | 11,8%                     | 15,8%         | 19,9%        | 3,3%        | 15,4%           | 32,0%                 |
| RIVOLI                  | 5950                             | 12,1%                     | 12,8%         | 30,2%        | 5,6%        | 30,8%           | 2,8%                  |
| ROSTA                   | 106                              | 8,5%                      | 23,6%         | 15,1%        | 13,2%       | 21,7%           | 17,0%                 |
| RUBIANA                 | 186                              | 9,7%                      | 23,7%         | 26,9%        | 9,1%        | 19,4%           | 7,5%                  |
| SANGANO                 | 329                              | 8,8%                      | 21,0%         | 28,3%        | 4,0%        | 30,4%           | 4,3%                  |
| SANT'AMBROGIO DI TORINO | 514                              | 17,7%                     | 22,0%         | 23,9%        | 6,4%        | 20,6%           | 4,9%                  |
| TRANA                   | 392                              | 16,8%                     | 26,0%         | 23,0%        | 3,8%        | 20,7%           | 4,8%                  |
| VAIE                    | 139                              | 11,5%                     | 26,6%         | 27,3%        | 7,2%        | 15,1%           | 9,4%                  |
| VALGIOIE                | 84                               | 8,3%                      | 26,2%         | 16,7%        | 7,1%        | 33,3%           | 7,1%                  |
| VILLAR DORA             | 275                              | 13,1%                     | 18,9%         | 29,5%        | 5,8%        | 23,3%           | 6,9%                  |
| PROV. TORINO            | 285206                           | 10,6%                     | 14,7%         | 26,4%        | 6,5%        | 30,2%           | 5,4%                  |

Fonte: Elaborazione Cat su dati PiemonteIn cifre 2012

## 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*: esercizi commerciali 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*: esercizi commerciali aventi superficie di vendita superiore ai limiti di cui al punto precedente e fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti, e fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- *grandi strutture di vendita*: esercizi commerciali aventi superficie di vendita superiore ai limiti di cui alle medie strutture;
- *centro commerciale*: medie o una grandi strutture 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.*

**Avigliana è classificata come comune subpolo della rete primaria** nell'Allegato 2 della D.C.R. n. 563-13414 del 29.10.99, come modificata ed integrata dalla D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003, dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24.3.2006 e dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012.

*Sono classificati come appartenenti alla rete primaria i comuni (polo e subpolo) 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 subpolo* 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 Avigliana è composta da 160 esercizi di vicinato, articolati come riportato nella tabella che segue, e da 6 medie strutture, di cui 1 centro commerciale da 479 mq e 5 a localizzazione singola (2 ad offerta mista per 1.395 mq di superficie di vendita e 3 ad offerta non alimentare per 1.368 mq di superficie di vendita). Vi è inoltre un centro commerciale grande struttura da 2504 mq di superficie di vendita con 9 punti vendita tra cui una media struttura ad offerta mista da 1865 mq.

L'articolazione territoriale dell'offerta commerciale del Comune di Avigliana è riportata nelle tavole allegate COMM1 e COMM2.

**Tabella 4: la rete distributiva di Avigliana**

| TIPOLOGIA                                | Comparto       | Numero esercizi | Mq superficie di vendita |
|------------------------------------------|----------------|-----------------|--------------------------|
| CC Grandi strutture                      |                | 1               | 2504                     |
| CC medie strutture                       |                | 1               | 479                      |
| Medie strutture a localizzazione singola | MISTO          | 2               | 1395                     |
|                                          | NON ALIMENTARE | 3               | 1368                     |
|                                          | ALIMENTARE     | 29              | 1236                     |
| Vicinato                                 | MISTO          | 17              | 1237                     |
|                                          | NON ALIMENTARE | 114             | 7858                     |
| Totale                                   |                | 167             | 16077                    |

Fonte: dati comunali 22/10/2013

Per completare il quadro dell'offerta di servizi nel Comune di Avigliana va considerata la dotazione di 68 esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, articolati come evidenziato nella tabella che segue, dalla quale si evince che l'offerta è sufficientemente completa in quanto vi è una buona presenza di tutte le tipologie di esercizi.

**Tabella 5: gli esercizi di somministrazione di Avigliana**

| TIPOLOGIA ATTIVITA'                                                                                                 | N. ATTIVITÀ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| BAR                                                                                                                 | 20          |
| BAR RISTORANTE                                                                                                      | 26          |
| RISTORANTE                                                                                                          | 17          |
| MENSA                                                                                                               | 1           |
| SOMMINISTRAZIONE ANNESSA AD ALTRA PREVALENTE ATTIVITÀ DI INTRATTENIMENTO E SVAGO (discoteche, centri sportivi ecc.) | 4           |
| Totale complessivo                                                                                                  | 68          |

Fonte: dati comunali 22/10/2013



Completano la rete distributiva:

3 distributori di carburante;

3 farmacie;

6 rivendite di generi di monopolio;

9 edicole esclusive.

Si tratta 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 giovedì è indubbiamente un punto di forza del sistema distributivo comunale. Infatti, come emerge dalla tabella che segue, risulta essere un mercato completo dal punto di vista merceologico e con un numero di banchi adeguato a renderlo attrattivo, se non a livello sovra comunale, come emergerà nei successivi paragrafi, sicuramente a livello comunale, dove costituisce un punto di riferimento delle rete distributiva.

**Tabella 6: 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 |
|----------------------|-------------------|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------|
| AVIGLIANA            | giovedì           | 25                                   | 60                               | 4                                     | 89                       | 9                      | 98              |

Fonte: Elaborazioni CAT. COM su dati Osservatorio Regionale del Commercio - anno 2012

Si segnalano anche 4 posteggi isolati e il mercato domenicale specializzato nel settore dell'usato "Cose Bischin Biscose", a cadenza mensile.

### **Bacino di prossimità del Comune di Avigliana**

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 Avigliana.

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.

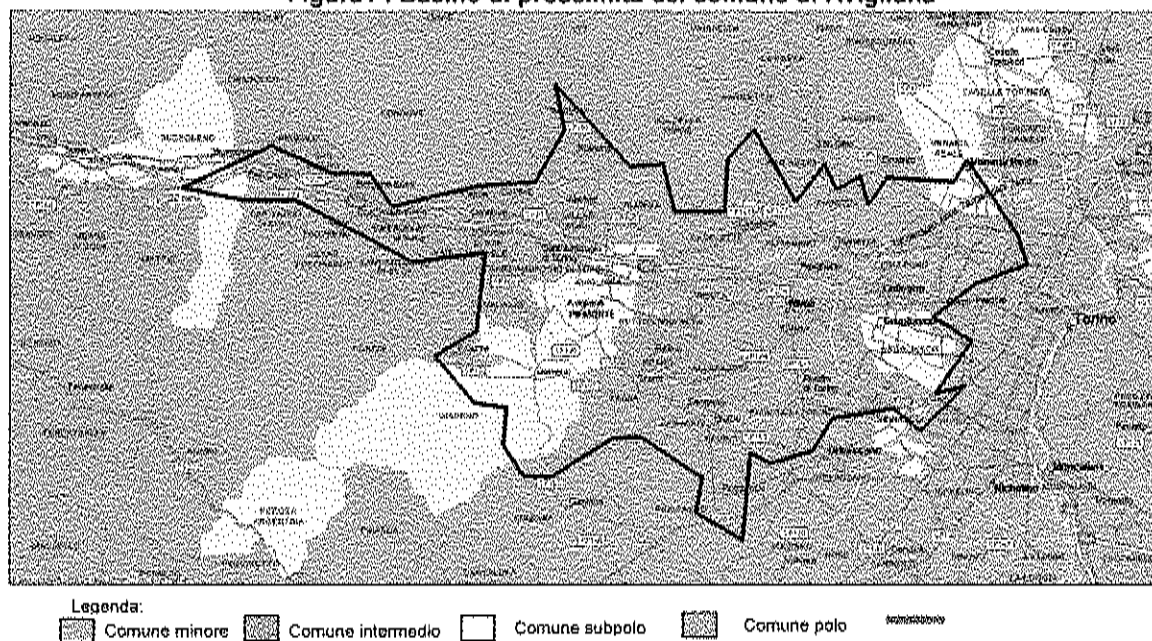
I punti di arrivo di queste linee si possono pertanto convenzionalmente assumere come limiti spaziali dell'area di mercato, o dell'auto contenimento 'ottimale' della domanda.

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 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 Avigliana**



**Tabella 7: comuni del bacino di prossimità di Avigliana**

| COMUNE                  | Livello gerarchico | Area programmazione | Distanza in Km | Minuti di percorrenza |
|-------------------------|--------------------|---------------------|----------------|-----------------------|
| RIVOLI                  | polo               | Torino              | 12,2           | 11'                   |
| COLLEGNO                | polo               | Torino              | 17,1           | 14'                   |
| AVIGLIANA               | subpolo            |                     | 0              | 0'                    |
| GIAVENO                 | subpolo            |                     | 7,3            | 10'                   |
| GRUGLIASCO              | subpolo            | Torino              | 19,2           | 14'                   |
| SANT'AMBROGIO DI TORINO | intermedio         |                     | 5,1            | 6'                    |
| TRANA                   | intermedio         |                     | 5,9            | 7'                    |
| SANGANO                 | intermedio         |                     | 8,5            | 11'                   |
| BUTTIGLIERA ALTA        | intermedio         |                     | 3,1            | 4'                    |
| RÖSTA                   | intermedio         | Torino              | 8,1            | 10'                   |
| ALMESE                  | intermedio         |                     | 7,5            | 9'                    |
| BRUINO                  | intermedio         |                     | 9,7            | 12'                   |
| RIVALTA DI TORINO       | intermedio         | Torino              | 21,8           | 16'                   |
| ALPIGNANO               | intermedio         | Torino              | 14,2           | 13'                   |
| PIANEZZA                | intermedio         | Torino              | 18,3           | 14'                   |
| BORGONE SUSA            | minore             |                     | 21,1           | 13'                   |
| CHIUSA DI SAN MICHELE   | minore             |                     | 6,8            | 7'                    |
| VAIE                    | minore             |                     | 9,7            | 11'                   |
| VALGIOIE                | minore             |                     | 11,5           | 16'                   |
| VILLAR DORA             | minore             |                     | 7,9            | 9'                    |
| RUBIANA                 | minore             |                     | 9,2            | 11'                   |
| REANO                   | minore             |                     | 7,1            | 9'                    |
| CASELETTE               | minore             | Torino              | 8,3            | 8'                    |

Fonte: elaborazioni Cat.Com

Nell'arco di 20 minuti dal centro di Avigliana ricadono i due comuni polo di Rivoli e Collegno, i due comuni subdolo di Giaveno e Grugliasco, e una buona parte del territorio del Comune di Torino.

Oltre a questi, sempre nell'arco di un'isocrona di 20 minuti, si trovano tutti comuni intermedi e minori che tuttavia per la loro offerta commerciale e per la particolare posizione geografica non sono da sottovalutare nell'analisi dell'attrattività commerciale.

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

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

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 Avigliana 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 Avigliana ed il contesto in cui è inserita*.

Come già ricordato, il Comune di Avigliana 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 Avigliana 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 2007 ed il 2012, nel Comune di Avigliana 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 8 è riportata l'articolazione dell'offerta degli esercizi commerciali dei comuni che rientrano nel bacino di prossimità dalla quale emerge che, sebbene Avigliana presenti un'offerta commerciale abbastanza completa a servizio dei residenti, subisce pesantemente la vicinanza di comuni come Rivoli, Collegno, e Rivalta, commercialmente molto forti.

**Tabella 8: Articolazione complessiva dell'offerta commerciale**

| COMUNE                     | POPOLAZIONE | NUMERO<br>ESERCIZI<br>DI VICINATO | NUMERO<br>MEDIE<br>STRUTTURE* | SUPERFICIE<br>DI VENDITA<br>MEDIE<br>STRUTTURE* | NUMERO<br>GRANDI<br>STRUTTURE* | SUPERFICIE<br>DI VENDITA<br>GRANDI<br>STRUTTURE* |
|----------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|
| ALMESE                     | 6378        | 51                                | 5                             | 1480                                            | 0                              | 0                                                |
| ALPIGNANO                  | 17097       | 150                               | 8                             | 4988                                            | 0                              | 0                                                |
| AVIGLIANA**                | 12367       | 149                               | 7                             | 3411                                            | 1                              | 2510                                             |
| BORGONE SUSA               | 2372        | 22                                | 0                             | 0                                               | 0                              | 0                                                |
| BRUINO                     | 8520        | 40                                | 1                             | 1200                                            | 0                              | 0                                                |
| BUTTIGLIERA ALTA           | 6458        | 64                                | 7                             | 2220                                            | 0                              | 0                                                |
| CASELETTE                  | 2874        | 19                                | 2                             | 570                                             | 0                              | 0                                                |
| CHIUSA DI SAN MICHELE      | 1687        | 37                                | 2                             | 1282                                            | 0                              | 0                                                |
| COLLEGNO                   | 50137       | 584                               | 13                            | 7403                                            | 4                              | 42171                                            |
| GIAVENO                    | 16730       | 281                               | 4                             | 1911                                            | 0                              | 0                                                |
| GRUGLIASCO                 | 37870       | 239                               | 13                            | 10204                                           | 3                              | 40337                                            |
| PIANEZZA                   | 14088       | 104                               | 10                            | 10664                                           | 0                              | 0                                                |
| REANO                      | 1688        | 3                                 | 0                             | 0                                               | 0                              | 0                                                |
| RIVALTA DI TORINO          | 19422       | 161                               | 9                             | 9933                                            | 4                              | 22125                                            |
| RIVOLI                     | 49591       | 676                               | 22                            | 14288                                           | 3                              | 17606                                            |
| ROSTA                      | 4623        | 31                                | 9                             | 4584                                            | 0                              | 0                                                |
| RUBIANA                    | 2399        | 17                                | 0                             | 0                                               | 0                              | 0                                                |
| SANGANO                    | 3777        | 22                                | 1                             | 386                                             | 0                              | 0                                                |
| SANT'AMBROGIO DI<br>TORINO | 4843        | 56                                | 5                             | 1379                                            | 1                              | 2768                                             |
| TRANA                      | 3874        | 21                                | 1                             | 315                                             | 1                              | 4620                                             |
| VAIE                       | 1472        | 12                                | 1                             | 1393                                            | 0                              | 0                                                |
| VALGIOIE                   | 952         | 1                                 | 0                             | 0                                               | 0                              | 0                                                |
| VILLAR DORA                | 3043        | 29                                | 4                             | 2462                                            | 0                              | 0                                                |
| PROVINCIA DI TORINO        | 2302353     | 32731                             | 1614                          | 964860                                          | 98                             | 580476                                           |

\*valori comprensivi dei centri commerciali

\*\* la presenza di 7 medie strutture (6 a localizzazione singola e 1 cc media struttura) e non 6 come da dati comunali è dovuta al fatto che la rilevazione 2012 dell'Osservatorio Regionale prende fa riferimento ai dati al 1/1/2012 e quindi non ha registrato la cessazione di media struttura avvenuta nel 2012.

Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio – rilevazione anno 2012

L'analisi degli indici di densità conferma quanto evidenziato dall'analisi della numerosità, con il Comune di Avigliana che presenta un buon vantaggio competitivo rispetto ai comuni del suo bacino di prossimità, per quanto riguarda esercizi di vicinato, anche se il valore migliore viene fatto registrare dal comune di Giaveno. Per quanto riguarda le medie strutture, l'indice di densità evidenzia una certa debolezza del sistema distributivo comunale, che si accentua ancora di più quando si confrontano gli indici relativi alle grandi strutture di vendita.

**Tabella 9: Densità dell'offerta commerciale nel bacino di prossimità**

| COMUNE                     | POPOLAZIONE | DENSITÀ<br>ESERCIZI<br>DI<br>VICINATO | DENSITÀ<br>MEDIE<br>STRUTTURE | DENSITÀ<br>GRANDI<br>STRUTTURE |
|----------------------------|-------------|---------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| ALMESE                     | 6378        | 125                                   | 232,05                        | 0,00                           |
| ALPIGNANO                  | 17097       | 114                                   | 291,75                        | 0,00                           |
| AVIGLIANA                  | 12367       | 83                                    | 275,81                        | 202,96                         |
| BORGONE SUSA               | 2372        | 108                                   | 0,00                          | 0,00                           |
| BRUINO                     | 8520        | 213                                   | 140,85                        | 0,00                           |
| BUTTIGLIERA ALTA           | 6458        | 101                                   | 343,76                        | 0,00                           |
| CASELETTE                  | 2874        | 151                                   | 198,33                        | 0,00                           |
| CHIUSA DI SAN MICHELE      | 1687        | 46                                    | 759,93                        | 0,00                           |
| COLLEGNO                   | 50137       | 86                                    | 147,66                        | 841,12                         |
| GIAVENO                    | 16730       | 60                                    | 114,23                        | 0,00                           |
| GRUGLIASCO                 | 37870       | 158                                   | 269,45                        | 1065,14                        |
| PIANEZZA                   | 14088       | 135                                   | 756,96                        | 0,00                           |
| REANO                      | 1688        | 563                                   | 0,00                          | 0,00                           |
| RIVALTA DI TORINO          | 19422       | 121                                   | 511,43                        | 1139,17                        |
| RIVOLI                     | 49591       | 73                                    | 288,12                        | 355,02                         |
| ROSTA                      | 4623        | 149                                   | 991,56                        | 0,00                           |
| RUBIANA                    | 2399        | 141                                   | 0,00                          | 0,00                           |
| SANGANO                    | 3777        | 172                                   | 102,20                        | 0,00                           |
| SANT'AMBROGIO DI<br>TORINO | 4843        | 86                                    | 284,74                        | 571,55                         |
| TRANA                      | 3874        | 184                                   | 81,31                         | 1192,57                        |
| VAIE                       | 1472        | 123                                   | 946,33                        | 0,00                           |
| VALGIOIE                   | 952         | 952                                   | 0,00                          | 0,00                           |
| VILLAR DORA                | 3043        | 105                                   | 809,07                        | 0,00                           |
| PROVINCIA DI TORINO        | 2302353     | 70                                    | 419,08                        | 252,12                         |

\*valori comprensivi dei centri commerciali

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio – Anno 2012

L'esame delle variazioni che hanno interessato la rete distributiva (Tabella 10) dal 2007 al 2012 evidenzia invece che nel bacino di prossimità si è assistito ad un progressivo rafforzamento della presenza di grandi strutture di vendita a discapito in taluni casi delle medie strutture e, più raramente, degli esercizi di vicinato. Contemporaneamente, i comuni più piccoli e commercialmente più deboli hanno fatto registrare un'ulteriore flessione nella loro offerta commerciale per l'effetto polarizzante delle grandi strutture di vendita.

Avigliana mostra rispetto al suo bacino di riferimento un dato discordante. Infatti si registra una leggera flessione nella superficie di vendita dell'unica grande struttura presente sul territorio comunale, e un aumento della superficie di vendita delle medie strutture e del numero di esercizi di vicinato, segnale di un rafforzamento del servizio di prossimità diffuso su tutto il territorio comunale.

**Tabella 10: Variazioni della popolazione residente e degli esercizi commerciali dal 2007 al 2012**

| COMUNE                     | POPOLAZIONE | NUMERO<br>ESERCIZI<br>DI<br>VICINATO | NUMERO<br>MEDIE<br>STRUTTURE | SUPERFICIE<br>DI VENDITA<br>MEDIE<br>STRUTTURE | NUMERO<br>GRANDI<br>STRUTTURE | SUPERFICIE<br>DI VENDITA<br>GRANDI<br>STRUTTURE |
|----------------------------|-------------|--------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------|
| ALMESE                     | 319         | 6                                    | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| ALPIGNANO                  | 114         | -11                                  | -3                           | -2584                                          | 0                             | 0                                               |
| AVIGLIANA                  | 459         | 9                                    | 0                            | 178                                            | 0                             | -95                                             |
| BORGONE SUSA               | 44          | -3                                   | -1                           | -200                                           | 0                             | 0                                               |
| BRUINO                     | 418         | -1                                   | -1                           | -1018                                          | 0                             | 0                                               |
| BUTTIGLIERA ALTA           | -121        | 7                                    | -1                           | 99                                             | 0                             | 0                                               |
| CASELETTE                  | 163         | -6                                   | -2                           | -650                                           | 0                             | 0                                               |
| CHIUSA DI SAN MICHELE      | 114         | 2                                    | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| COLLEGNO                   | 531         | 67                                   | -1                           | -340                                           | 2                             | 25997                                           |
| GIAVENO                    | 1304        | 30                                   | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| GRUGLIASCO                 | -180        | -24                                  | 2                            | 746                                            | 1                             | 2677                                            |
| PIANEZZA                   | 2016        | 6                                    | 3                            | 7431                                           | 0                             | 0                                               |
| REANO                      | 148         | -1                                   | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| RIVALTA DI TORINO          | 1040        | 33                                   | -2                           | 436                                            | 3                             | 15824                                           |
| RIVOLI                     | -622        | 56                                   | -4                           | -64                                            | 0                             | 254                                             |
| ROSTA                      | 753         | 4                                    | -1                           | 128                                            | 0                             | 0                                               |
| RUBIANA                    | 166         | 0                                    | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| SANGANO                    | 32          | -4                                   | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| SANT'AMBROGIO DI<br>TORINO | 268         | -9                                   | -1                           | -200                                           | 1                             | 2768                                            |
| TRANA                      | 300         | 0                                    | 1                            | 315                                            | 1                             | 4620                                            |
| VAIE                       | 72          | -2                                   | 0                            | -12                                            | 0                             | 0                                               |
| VALGIOIE                   | 99          | 0                                    | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| VILLAR DORA                | 117         | 1                                    | 0                            | 0                                              | 0                             | 0                                               |
| PROVINCIA DI TORINO        | 59578       | -881                                 | -91                          | 29349                                          | 44                            | 231628                                          |

\*valori comprensivi dei centri commerciali

Fonte: Elaborazioni CalCom su dati Osservatorio Regionale del Commercio

L'offerta commerciale di Avigliana è completata dal commercio su area pubblica. Come evidenziato nella sottostante Tabella 1, il mercato del giovedì con i suoi 89 banchi stabilmente occupati presenta una dimensione analoga ai mercati degli altri comuni simili per numero di residenti. È un mercato in grado di integrare efficacemente l'offerta commerciale delle strutture in sede fissa a beneficio dei residenti.

Tuttavia, le dimensioni di questo mercato non sono tali da dargli una capacità attrattiva rispetto al bacino di prossimità dove sono presenti altri mercati di dimensioni molto maggiori, come il mercato del venerdì a Rivoli con i suoi 234 banchi, quello di Collegno del mercoledì con i suoi 206 posteggi, quello di Grugliasco del martedì con i suoi 180 banchi, ma anche quello di Giaveno del sabato con 157 banchi.

**Tabella 11: I mercati ambulanti nel bacino di prossimità di Avigliana**

| COMUNE                  | POPOLAZIONE | NUMERO<br>MERCATI<br>AMBULANTI | NUMERO TOTALE<br>BANCHI STABILMENTE<br>OCCUPATI |
|-------------------------|-------------|--------------------------------|-------------------------------------------------|
| ALMESE                  | 6378        | 1                              | 90                                              |
| ALPIGNANO               | 17097       | 2                              | 93                                              |
| AVIGLIANA               | 12367       | 2                              | 99                                              |
| BORGONE SUSA            | 2372        | 1                              | 23                                              |
| BRUINO                  | 8520        | 1                              | 61                                              |
| BUTTIGLIERA ALTA        | 6458        | 3                              | 57                                              |
| CASELETTE               | 2874        | 1                              | 13                                              |
| CHIUSA DI SAN MICHELE   | 1687        | 0                              | 0                                               |
| COLLEGNO                | 50137       | 5                              | 480                                             |
| GIAVENO                 | 16730       | 4                              | 552                                             |
| GRUGLIASCO              | 37870       | 3                              | 265                                             |
| PIANEZZA                | 14088       | 2                              | 84                                              |
| REANO                   | 1688        | 1                              | 12                                              |
| RIVALTA DI TORINO       | 19422       | 3                              | 129                                             |
| RIVOLI                  | 49591       | 9                              | 495                                             |
| ROSTA                   | 4623        | 1                              | 4                                               |
| RUBIANA                 | 2399        | 0                              | 0                                               |
| SANGANO                 | 3777        | 1                              | 36                                              |
| SANT'AMBROGIO DI TORINO | 4843        | 1                              | 38                                              |
| TRANA                   | 3874        | 1                              | 2                                               |
| VAIE                    | 1472        | 0                              | 0                                               |
| VALGIOIE                | 952         | 0                              | 0                                               |
| VILLAR DORA             | 3043        | 1                              | 6                                               |
| Provincia di Torino     | 2302353     | 366                            | 17387                                           |

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio – Anno 2012

Avigliana presenta inoltre dati particolarmente buoni per quanto riguarda gli esercizi di somministrazione. La capacità attrattiva dei luoghi, soprattutto delle aree che circondano i laghi, fa sì che sul territorio di Avigliana si concentrino un maggior numero di esercizi di somministrazione rispetto ai comuni limitrofi di analoga dimensione (Tabella 12).

L'attrattività del Comune di Avigliana è testimoniata anche dall'indice di densità (Tabella 12), che fa registrare valori particolarmente bassi rispetto agli altri comuni del bacino di prossimità, ma anche rispetto alla provincia di Torino nel suo complesso.

Tale valore, indice di una concentrazione maggiore di esercizi sul territorio comunale in rapporto alla popolazione residente, evidenzia che oltre al servizio di prossimità queste attività svolgono anche una funzione di somministrazione destinata ad una clientela costituita da non residenti.

**Tabella 12: Esercizi di somministrazione e relativo indice di densità  
(ABITANTI/NUMERO ESERCIZI)**

| COMUNE                     | POPOLAZIONE | ESERCIZI DI<br>SOMMINISTRAZIONE | DENSITA' ESERCIZI<br>SOMMINISTRAZIONE |
|----------------------------|-------------|---------------------------------|---------------------------------------|
| ALMESE                     | 6.378       | 12                              | 531,5                                 |
| ALPIGNANO                  | 17.097      | 50                              | 341,9                                 |
| AVIGLIANA                  | 12.367      | 72                              | 171,8                                 |
| BORGONE SUSA               | 2.372       | 6                               | 395,3                                 |
| BRUINO                     | 8.520       | 12                              | 710,0                                 |
| BUTTIGLIERA ALTA           | 6.458       | 22                              | 293,5                                 |
| CASELETTE                  | 2.874       | 9                               | 319,3                                 |
| CHIUSA DI SAN<br>MICHELE   | 1.687       | 7                               | 241,0                                 |
| COLLEGNO                   | 50.137      | 150                             | 334,2                                 |
| GIAVENO                    | 16730       | 64                              | 261,4                                 |
| GRUGLIASCO                 | 37.870      | 108                             | 350,6                                 |
| PIANEZZA                   | 14.088      | 50                              | 281,8                                 |
| REANO                      | 1.688       | 4                               | 422,0                                 |
| RIVALTA DI TORINO          | 19.422      | 39                              | 498,0                                 |
| RIVOLI                     | 49.591      | 184                             | 269,5                                 |
| ROSTA                      | 4.623       | 15                              | 308,2                                 |
| RUBIANA                    | 2.399       | 10                              | 239,9                                 |
| SANGANO                    | 3.777       | 7                               | 539,6                                 |
| SANT'AMBROGIO DI<br>TORINO | 4.843       | 21                              | 230,66                                |
| TRANA                      | 3.874       | 13                              | 298,0                                 |
| VAIE                       | 1.472       | 7                               | 210,3                                 |
| VALGIOIE                   | 952         | 4                               | 238,0                                 |
| VILLAR DORA                | 3.043       | 11                              | 276,6                                 |
| Provincia di Torino        | 2.302.353   | 10014                           | 229,9                                 |

Fonte: Elaborazioni Cat-Com su dati Osservatorio Regionale del Commercio – Anno 2012



## **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 crescita, sebbene modesta della popolazione residente nel comune;
- la buona completezza dell'offerta commerciale;
- una significativa presenza di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande;
- un buon livello di stabilità della rete distributiva nel suo complesso;
- una discreta dotazione di medie strutture a rafforzamento dell'offerta commerciale del comune nella competizione con gli altri centri del bacino di prossimità;
- un mercato in grado di integrare efficacemente l'offerta in sede fissa;
- un buon livello di vivibilità sia nell'Addensamento A1 che negli Addensamenti A3 grazie agli interventi strutturali pubblici e privati realizzati, nonché alle iniziative di promozione e di fidelizzazione intraprese dagli operatori commerciali, nell'ambito dei PQU approvati e sostenuti dalla Regione Piemonte.

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

- la concorrenza commerciale del vicino Comune di Giaveno, per quanto riguarda l'offerta commerciale espressa da esercizi di vicinato e medie strutture di vendita;
- la presenza di rilevanti poli commerciali a meno di 20 minuti di percorrenza automobilistica dal centro del Comune di Avigliana;
- la presenza di un centro storico che, seppur di rilevante interesse, presenta un tessuto edilizio che soltanto negli ultimi anni ha iniziato ad essere adeguatamente recuperato e valorizzato;
- una certa difficoltà nel connotarsi come subpolo di riferimento commerciale per i comuni più piccoli, per un'offerta commerciale ancora troppo caratterizzata da strutture distributive di piccola dimensione e non sempre ad adeguato livello di specializzazione;
- una certa staticità nei processi di consolidamento delle medie strutture che potrebbero concorrere a rafforzare ulteriormente il ruolo di centro subpolo del comune.

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

In virtù delle opportunità e delle debolezze considerate nel precedente capitolo, nell'individuazione dei criteri di cui all'art. 8 comma 3 del D.Lga. 114/1998, nell'adeguamento degli strumenti di pianificazione territoriale locale e nella definizione delle ulteriori politiche attive allo sviluppo delle rete distributiva comunale, e 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, con il riconoscimento di un Addensamento Storico Rilevante A1, sia lungo gli assi di accesso costituiti da Corso Torino e Corso Laghi, attraverso il riconoscimento di due specifici Addensamenti Commerciali in luogo del precedente unico addensamento A3. Tale scelta è originata dall'interruzione viaria venutasi a ingenerare nell'intersezione delle due arterie all'altezza della ferrovia. La perimetrazione dell'addensamento A3 di corso Torino viene inoltre ampliata rispetto a quella approvata con D.C.C n. 68 del 29.03.2007 nella parte di testata ovest con l'inclusione dell'area urbanistica Di1, al fine di favorire l'insediamento di medio - grandi strutture di vendita con funzione di rafforzamento e consolidamento dell'offerta dell'addensamento stesso;
- 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, delle medie strutture di vendita (ed in particolare di quelle ad offerta extra alimentare) e della tipologia centri commerciali nell'ambito delle zone di sviluppo commerciale, nell'intento di rafforzare la rete distributiva locale e contestualmente di salvaguardare le caratteristiche ambientali dei relativi ambiti territoriali;
- d) consentire un'adeguata flessibilità nell'individuazione di Localizzazioni Commerciali Urbane Non Addensate attraverso lo strumento della possibilità del riconoscimento in sede di domande di autorizzazione, 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) perseguire in sede di variante urbanistica di recepimento dei criteri locali per lo sviluppo del commercio e per l'insediamento delle attività di somministrazione l'inserimento della destinazione d'uso "**commercio al dettaglio**" anche nelle aree urbanistiche "Di", "Dr", "Bp" e "Fip", al fine di consentire un'opportuna integrazione di funzioni, come richiamato anche negli indirizzi regionali di cui alla D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i. (art. 24, c.1, lett. a.);
- f) non procedere al riconoscimento di zone di sviluppo semiperiferiche o esterne all'ambito urbano, tenendo conto dell'ampia possibilità di scelta per i consumatori già offerta dalla rete commerciale, dell'ampia gamma di tipologie distributive, e del conseguente livello di concorrenza già presente in tutto il bacino di prossimità del comune;
- g) salvaguardare comunque la prevalente e primaria vocazione industriale e artigianale delle aree "Dr" e "Di" – ad eccezione della "Di1" in quanto inclusa nell'addensamento A3.2 in virtù delle considerazioni di cui al precedente punto a) - nonché la vocazione ed i vincoli ambientali delle aree "Fip", escludendole dall'inserimento in zone di sviluppo commerciale, e conseguentemente limitando l'insediamento degli esercizi commerciali alla tipologia "esercizi di vicinato".

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

Alla luce di quanto previsto dagli 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 A.1.**

Sulla base di quanto previsto negli indirizzi e criteri urbanistico commerciali dalla Regione Piemonte, appare possibile ed opportuno il riconoscimento quale **Addensamento Storico Rilevante A.1.** l'ambito urbano di antica formazione corrispondente all'ambito di interesse storico-architettonico - identificato con la dicitura "Aa" nel vigente PRG – facente parte del Centro Storico.

L'Addensamento Commerciale Storico Rilevante A.1. risulta identificato con la dicitura "A1" nell'allegata Tavola COMM1, che costituisce parte integrante del presente documento ed in cui sono evidenziate le attività economiche che insistono sull'addensamento stesso.

Tale ambito risulta avere tutte le caratteristiche previste dall'art. 13, comma 3, lettera a) per il riconoscimento degli Addensamenti Storici Rilevanti A.1.: *"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, in armonia con le caratteristiche di questo ambiente urbano e della relativa offerta.

### **Addensamenti Commerciali Urbani Forti A.3.**

Mentre non si ritiene sussistano le condizioni per un possibile riconoscimento di Addensamenti Commerciali Storici Secondari A.2. 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. 2 Addensamenti Commerciali Urbani Forti A.3. lungo le principali direttrici di entrata alla Città.**

Il comma 3 dell'art. 13 della D.C.R. n. 563-13414/99 e 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 i comuni subpolo quale Avigliana, 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 adottati 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.

La scelta di perimetrare due Addensamenti urbani forti distinti e non un unico addensamento come nella precedente D.C.C n. 68 del 29.03.2007, deriva dalla necessità di adeguare anche il sistema delle aree di sviluppo commerciale alle modificazioni intervenute sul territorio, in particolare alla chiusura del passaggio in corrispondenza della stazione ferroviaria, che metteva in comunicazione l'asse di Corso Laghi con l'asse di Corso Torino.

La perimetrazione degli addensamenti A.3. viene modificata rispetto a quella approvata con D.C.C n. 68 del 29.03.2007, onde consentire ulteriori opportunità di insediamenti per le medie strutture di vendita in posizione di attestamento degli Addensamenti stessi.

#### **Addensamento Commerciale Urbano Forte A.3.1 Corso Laghi**

L'addensamento Commerciale urbano forte A.3.1 Corso Laghi risulta meglio individuato nella allegata Tavola COMM1, parte integrante del presente documento sotto la dicitura "A3.1".

L'ambito territoriale sopra definito annovera attualmente n. 89 strutture di vendita commerciali per complessivi mq. 7655, che comprendono: un centro commerciale grande struttura di mq. 2504 di s.v., articolato in n. 1 media struttura di vendita ad offerta mista per mq. 1.856 e n. 8 esercizi di vicinato, e 88 esercizi di vicinato a localizzazione singola per mq. 5.151 di superficie di vendita.

Completano l'offerta un buon numero di attività paracommerciali e n. 16 esercizi di somministrazione di alimenti e bevande (cfr. Tavola COMM1 allegata).

Da segnalare inoltre la presenza in Piazza del Popolo del mercato del giovedì con i suoi circa 98 posteggi che concorre 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 per quest'ambito, già inserito in tale tipologia di addensamento nei precedenti criteri di sviluppo commerciale, il riconoscimento di un Addensamento urbano forte A.3., nell'intento di consolidare e potenziare l'offerta lungo l'asse principale della struttura viabilistica comunale.

#### **Addensamento Commerciale Urbano Forte A.3.2 Corso Torino**

L'Addensamento Commerciale Urbano Forte A.3.2 Corso Torino risulta meglio individuato nella allegata Tavola COMM1, parte integrante del presente documento, sotto la dicitura "A3.2".

L'ambito territoriale sopra definito annovera attualmente n. 46 punti vendita commerciali per complessivi mq. 6472, che comprendono: un centro-commerciale media struttura di mq. 279 di s.v., n. 5 medie strutture di vendita a localizzazione singola, di cui 2 ad offerta mista e 3 ad offerta extralimentare, per complessivi mq. 2763 e n. 41 esercizi di vicinato per complessivi mq. 3230 mq di superficie di vendita.

Completano l'offerta un buon numero di attività paracommerciali e n. 12 esercizi di somministrazione di alimenti e bevande (cfr. Tavola COMM1 allegata).

La dotazione dell'offerta dell'Addensamento risulta pertanto sostanzialmente conforme ai criteri indicati dalla Regione, ed il Comune ritiene opportuno per quest'ambito, già inserito in tale tipologia di addensamento nei precedenti criteri di sviluppo commerciale, il riconoscimento di un Addensamento urbano forte A.3., nell'intento di consolidare e potenziare l'offerta lungo una delle principali vie di accesso.

## 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 L.1. e le Localizzazioni urbano periferiche non addensate L.2.

### Localizzazioni Commerciali urbane non addensate L.1.

Il comma 4, lett. 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."*

Per i comuni subpolo quale Avigliana, i criteri regionali prevedono il possibile riconoscimento delle L.1. nel rispetto dei seguenti 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 che rispondono alla definizione della presente 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 c. 2, lett. a), punto 3, della citata D.C.R., ritiene di non procedere alla puntuale identificazione di L.1., stabilendo bensì i criteri per il possibile puntuale riconoscimento in sede di esame di istanza di autorizzazione.

Nel rispetto delle destinazioni d'uso previste dal P.R.G.C., sarà pertanto possibile procedere al puntuale riconoscimento di Localizzazioni Commerciali Urbane non Addensate L.1. qualora le aree interessate rispondano alla definizione riportata nel c. 4, lett. a) dell'art. 14 della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i., e rispettino 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 L.1.;
- 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 s.m.i., de agli articoli 11 e 15 della L. 241/1990 e s.m.i., da stipularsi tra le parti coinvolte, nel rispetto delle procedure previste nell'art. 13, c. 4, lett. a) della D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.

#### **Localizzazioni Commerciali Urbano periferiche non addensate L.2.**

Sulla base di quanto previsto all'art. 14, c. 4, lett. 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."*

Per i comuni subpolo come Avigliana, i parametri sono così individuati:

- 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;
- 2) 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.);
- 3) 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.);
- 4) 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;
- 5) 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."*

La D.C.R. 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, in virtù di quanto previsto negli strumenti di pianificazione territoriale locale, e delle strategie che l'Amministrazione intende perseguire sul versante dello sviluppo commerciale indicate nel precedente capitolo "le strategie competitive per l'offerta commerciale del comune", **non vengono al momento individuate Localizzazioni commerciali semi periferiche non addensate L.2. 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. 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.

Il presente provvedimento costituisce altresì attuazione del disposto di cui all'art. 29, comma 3 lettera a) nell'ambito delle procedure previste dalla Regione con la D.C.R. n. 563-13414/1999 e s.m.i. per l'adeguamento degli strumenti urbanistici e degli atti presupposti e complementari, ai sensi dell'articolo 4 della L.R. 28/1999 e 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. 56/1977 e 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. 114/1998 e dell'articolo 4 della L.R. 28/1999 e s.m.i..

## **Art. 2 Recepimento degli 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 e 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 Legge 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 (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 (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 e 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 Avigliana gli esercizi commerciali per la vendita al dettaglio sono così classificati:

- a) esercizi di vicinato: esercizi commerciali con superficie di vendita fino a mq. 250;
- b) medie strutture di vendita: esercizi commerciali la cui superficie di vendita è compresa mq. 251 e mq. 2.500;
- c) grandi strutture di vendita: esercizi commerciali la cui superficie di vendita è superiore a mq. 2.500.

#### **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 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 e 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 e 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 e 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. 251 a mq. 400
- M-SAM2: superficie di vendita da mq. 400 a mq. 900
- M-SAM3: superficie di vendita da mq. 901 a mq. 1.800
- M-SAM4: superficie di vendita da mq. 1.801 a mq. 2.500

###### *offerta extralimentare:*

- M-SE1: superficie di vendita da mq. 251 a mq. 400
- M-SE2: superficie di vendita da mq. 401 a mq. 900
- M-SE3: superficie di vendita da mq. 901 a mq. 1.800
- M-SE4: superficie di vendita da mq. 1.801 a mq. 2.500

##### **GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

###### *offerta commerciale mista*

- G-SM1: superficie di vendita da mq. 2.501 a mq. 4.500
- G-SM2: superficie di vendita da 4.501 mq a 7.500
- G-SM3: superficie di vendita da 7.501 mq a 12.000
- G-SM4: superficie di vendita oltre 12.000

###### *offerta commerciale extralimentare*

- G-SE1: superficie di vendita da mq. 2.501 a mq. 3.500
- G-SE2: superficie di vendita da mq. 3.501 mq a 4.500
- G-SE3: superficie di vendita da mq. 4.501 mq a 6.000
- G-SE4: superficie di vendita oltre mq. 6.000

##### **CENTRI COMMERCIALI**

###### *medie strutture di vendita*

- M-CC: superficie di vendita da mq. 251 a mq. 2.500

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

- G-CC1: superficie di vendita fino a mq. 6.000
- G-CC2: superficie di vendita da mq. 6.001 mq a 12.000
- G-CC3: superficie di vendita da mq. 12.001 mq a 18.000
- G-CC4: superficie di vendita oltre i mq. 18.000.

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, le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le 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 e s.m.i., nonché alla salvaguardia del territorio, ed alle prescrizioni di cui agli articoli 22 e 24 della D.C.R. n. 563-13414/99 e 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 e 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 e s.m.i., sul territorio del comune vengono individuati e riconosciuti i seguenti Addensamenti Commerciali:

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

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 urbano di antica formazione corrispondente all'ambito di interesse storico-architettonico, identificato con la dicitura "Aa" nel vigente PRG, facente parte del Centro Storico.

L'Addensamento Commerciale Storico Rilevante A.1. risulta identificato con la dicitura "A1" nell'allegata Tavola COMM1, che costituisce parte integrante del presente documento, ed in cui sono evidenziate le attività economiche che insistono sull'addensamento stesso.

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 A.3.1**

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, si individua come Addensamento Urbano Forte A.3. l'ambito lungo una delle direttrici di entrata in città, in direzione nord – sud in Corso Laghi, comprensivo degli ambiti individuati nella allegata Tavola COMM1 sotto la dicitura "A3.1", 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.

### **3) Addensamento commerciale urbano forte A.3.2**

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, si individua come Addensamento Urbano Forte A.3. l'ambito lungo l'altra direttrice di accesso in città, in direzione est – ovest lungo Corso Torino comprensivo degli ambiti individuati nella allegata Tavola COMM1 sotto la dicitura "A3.2", 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 L.1.**

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 e 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 L.1., 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 L.1. sono individuabili 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 L.1.;
- 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 s.m.i. ed agli articoli 11 e 15 della L. 241/1990 e s.m.i., 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 deliberazione regionale 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 dal presente documento 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 urbano-periferiche 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 e s.m.i.;
- 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 artt. 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 e 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, regionali e del presente documento. 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.

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<br>STRUTTURE<br>DISTRIBUTIVE                                                                                                                                    | SUPERFICIE DI<br>VENDITA (mq) | ADDENSAMENTI |        | LOCALIZZAZIONI |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------|--------|----------------|
|                                                                                                                                                                                 |                               | A.1.         | A.3.   | L.1.           |
| VICINATO                                                                                                                                                                        | Fino a 250                    | SI           | SI     | SI             |
| M-SAM1                                                                                                                                                                          | 251-400                       | SI           | SI     | SI             |
| M-SAM2                                                                                                                                                                          | 401-900                       | SI           | SI     | SI             |
| M-SAM3                                                                                                                                                                          | 901-1800                      | NO           | SI     | SI             |
| M-SAM4                                                                                                                                                                          | 1801-2500                     | NO           | SI     | SI             |
| M-SE1                                                                                                                                                                           | 251-400                       | SI           | SI     | SI             |
| M-SE2                                                                                                                                                                           | 401-900                       | SI           | SI     | SI             |
| M-SE3                                                                                                                                                                           | 901-1800                      | NO           | SI     | SI             |
| M-SE4                                                                                                                                                                           | 1801-2500                     | NO           | NO     | NO             |
| M-CC                                                                                                                                                                            | 251-2500                      | SI           | SI     | SI             |
| G-SM1                                                                                                                                                                           | 2501-4500                     | NO           | NO     | NO             |
| G-SM2                                                                                                                                                                           | 4501-7500                     | NO           | NO     | NO             |
| G-SM3                                                                                                                                                                           | 7501-12000                    | NO           | NO     | NO             |
| G-SM4                                                                                                                                                                           | >12000                        | NO           | NO     | NO             |
| G-SE1                                                                                                                                                                           | 2501-3500                     | NO           | SI (1) | SI             |
| 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 (1) | SI (1)         |
| G-CC2                                                                                                                                                                           | 6001-12000                    | NO           | NO     | NO             |
| G-CC3                                                                                                                                                                           | 12001-18000                   | NO           | NO     | NO             |
| G-CC4                                                                                                                                                                           | >18000                        | NO           | NO     | NO             |
| A1 = Addensamenti storici rilevanti<br>A3 = Addensamenti commerciali urbani forti<br>L1 = Localizzazioni commerciali urbane non addensate<br>NOTE:<br>(1) Solo fino a mq. 3.000 |                               |              |        |                |

#### **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 artt. 18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/1999 e 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 la possibilità 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, qualora ne sorga la necessità, 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 potrebbero scaturire 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 D.C.R. n. 563-13414/99 e s.m.i.

Fino all'eventuale 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 e s.m.i., 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 nei programmi 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 e s.m.i., 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 e 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<br>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                      | $N = 245 + 0,20(S-2500)$<br>(**)                     |
| 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<br>2501A OLTRE<br>6000 | $N = 40 + 0,08(S-900)$                               |
| G-SE 2                                                               |                                  |                                                      |
| G-SE 3                                                               |                                  |                                                      |
| G-SE 4                                                               |                                  |                                                      |
| M-CC                                                                 | 151-1500<br>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, 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 nell'addensamento storico rilevante (A.1.) e negli addensamenti commerciali urbani forti (A.3.) 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, nell'addensamento storico rilevante (A.1.) e negli addensamenti commerciali urbani forti (A.3.) 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;
- 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 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 ai commi 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 e s.m.i., 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 e 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 e s.m.i., 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 e 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 e s.m.i., e dell'articolo 26 della Legge Regionale n. 56/1977 e 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 di diniego, i 90 giorni.

Del che si è redatto il presente verbale.

IL PRESIDENTE  
F.to SIMONI Lucio

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Dott. SIGOT Livio

---

### CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

Copia conforme all'originale, un estratto del quale sarà in pubblicazione all'Albo Pretorio virtuale on line del Comune per 15 giorni consecutivi dal \_\_\_\_\_.

Avigliana, li \_\_\_\_\_

IL SEGRETARIO GENERALE  
Dott. SIGOT Livio

---

### ATTESTAZIONE DELLA PUBBLICAZIONE E DELL'ESECUTIVITA'

La presente deliberazione:

☒ viene

pubblicata all'Albo Pretorio virtuale on line del Comune per 15 giorni consecutivi a decorrere dal \_\_\_\_\_.

ai sensi dell'art. 124 - comma 1 - T.U.E.L. D.lgs. n. 267/2000.

☐ viene

ripubblicata all'Albo Pretorio virtuale on line del Comune per 15 giorni consecutivi a decorrere dal \_\_\_\_\_.

ai sensi dell'art. 83 - comma 3 dello Statuto Comunale.

☐ è divenuta esecutiva in data \_\_\_\_\_

☐ è stata dichiarata immediatamente eseguibile e quindi è diventata esecutiva a decorrere dalla data del presente verbale.

Avigliana, li \_\_\_\_\_

IL SEGRETARIO GENERALE  
Dott. SIGOT Livio