

# COMUNE DI ALPIGNANO

PROVINCIA DI TORINO

## CRITERI PER IL RICONOSCIMENTO DELLE ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE

### RELAZIONE E NORMATIVA

ai sensi del:

**D.Lgs. n. 114 del 31.03.1998,**

**L.R. n. 28 del 12.11.1999,**

**D.C.R. n. 563-13414 del 29.10.1999**

**D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003**

**D.C.R. n. 59-10831 del 24.03.2006**

*Verifica Regionale:*

*D.C.C. n. 06 del 29.03.2012 – Approvazione dei criteri ex art. 8 comma 3 del D.Lgs. 114/98 per il rilascio delle autorizzazioni commerciali – prot. n. 6978/DB1607 del 04.05.2012.*

**aggiornamento alla D.C.R. 191 - 43016 del 20 Novembre 2012**

**maggio 2014**



AREA snc - via Varallo 28/A - 10153 Torino - tel. 011 888600 - fax 011 8396327 e-mail [area@areatorino.it](mailto:area@areatorino.it)  
**prof. Franco Prizzon**  
collab.: geom. Carla Cavallero

## INDICE

<b>PRINCIPALI MODIFICHE APPORTATE DALLA DCR 191-43016/2012 ALLA DCR 59-10831/2006.</b> .....	<b>3</b>
<b>NOTA INTRODUTTIVA</b> .....	<b>6</b>
<b>CAPITOLO PRIMO</b> .....	<b>7</b>
<b>DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1. AREA DI PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2. BACINO DI UTENZA DEL COMUNE DI ALPIGNANO</b> .....	<b>11</b>
<b>CAPITOLO SECONDO</b> .....	<b>14</b>
<b>IL CONTESTO COMPETITIVO: L'OFFERTA COMMERCIALE AD ALPIGNANO, NELL'AREA DI PROGRAMMAZIONE E NEL BACINO DI UTENZA</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1. L'EVOLUZIONE DELL'OFFERTA COMMERCIALE IN TERMINI DI DENSITÀ, NUMEROSITÀ E SUPERFICI</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2. VARIAZIONE DEL PESO PROPORZIONALE DELL'OFFERTA COMMERCIALE</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3. STIMA DEL BACINO DI UTENZA POTENZIALE DELL'OFFERTA COMMERCIALE RISPETTO AI COMUNI ALL'INTERNO DELL'ISOCRONA MASSIMA</b> .....	<b>25</b>
<b>CAPITOLO TERZO</b> .....	<b>31</b>
<b>LA STRUTTURA COMMERCIALE ESISTENTE</b> .....	<b>31</b>
<b>3.1. GLI ESERCIZI COMMERCIALI SUL TERRITORIO</b> .....	<b>31</b>
<b>3.2. ANALISI DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE MOBILE: COMMERCIO SU AREA PUBBLICA</b> .....	<b>35</b>
<b>CAPITOLO QUARTO</b> .....	<b>38</b>
<b>OBIETTIVI E CRITERI PER LO SVILUPPO COMMERCIALE E INDIVIDUAZIONE DEGLI ADDENSAMENTI E DELLE LOCALIZZAZIONI AI SENSI DELLA D.C.R. 191-43016/2012.</b> .....	<b>38</b>
<b>PREMESSA</b> .....	<b>38</b>
<b>4.1. A.1. ADDENSAMENTO STORICO</b> .....	<b>40</b>
<b>4.2. A.3. ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI FORTI</b> .....	<b>44</b>
<b>4.3. A4. ADDENSAMENTI COMMERCIALI MINORI</b> .....	<b>59</b>
<b>4.4. LE LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE L1</b> .....	<b>63</b>
<b>4.5. GLI ESERCIZI FUORI DAGLI ADDENSAMENTI E LE LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI</b> .....	<b>68</b>
<b>4.6. LA TABELLA DI COMPATIBILITÀ COMMERCIALE</b> .....	<b>69</b>
<b>4.7. SVILUPPO E CONCORRENZA COMMERCIALE</b> .....	<b>70</b>
<b>NORMATIVA</b> .....	<b>71</b>

## PRINCIPALI MODIFICHE APPORTATE DALLA DCR 191-43016/2012 ALLA DCR 59-10831/2006.

Le modifiche più rilevanti apportate dalla nuova DCR 191/2012 riguardano sostanzialmente i parametri indicativi per il riconoscimento delle Localizzazioni commerciali urbane non addensate L.1. e delle Localizzazioni commerciali urbano-periferiche L.2., oltre ad un approfondimento e modifica dell'art. 15 (Regolamento dello sviluppo della rete distributiva) sulle procedure da adottare in caso di ampliamento, diminuzione, variazione delle medie e grandi strutture di vendita comprese nei centri commerciali o meno.

Di seguito vengono riportati i prospetti riepilogativi della nuova DCR 191/2012 confrontati con quelli della vecchia DCR 59/2006 per quanto riguarda le L.1. e le L.2..

Le tabelle di compatibilità non sono invece variate ad eccezione di quella relativa ai Comuni Minori.

### DCR 59 - 10831 DEL 2006

PROSPETTO 4 - LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE (L.1.) - PARAMETRI							
Localizzazione L.1.	Parametro	COMUNE METROPOLITANO	COMUNI POLO	COMUNI SUBPOLO	COMUNI INTERMEDI	COMUNI MINORI	COMUNI TURISTICI
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.1.	mt. 350	mt. 500	mt. 500	mt. 500	mt. 500	mt. 500
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.1.	X.1.	5.000 residenti	2.500 residenti	2.500 residenti	1.000 residenti	500 residenti	500 residenti
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.1.	J.1.	mt. 700	mt. 700	mt. 700	mt. 500	mt. 500	mt. 500
Dimensione massima della localizzazione	M.1.	mq 45.000	mq. 25.000	mq. 25.000	mq. 20.000	mq. 10.000	mq. 10.000

### DCR 191 - 43016 DEL 20.11.2012

PROSPETTO 4 - LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE (L.1.) - PARAMETRI						
Localizzazione L.1.	Parametro	COMUNE METROPOLITANO	COMUNI POLO	COMUNI SUBPOLO	COMUNI INTERMEDI	ALTRI COMUNI
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.1.	mt. 350	mt. 500	mt. 500	mt. 500	mt. 500
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.1.	X.1.	5.000 residenti	2.500 residenti	2.500 residenti	1.000 residenti	500 residenti
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.1.	J.1.	mt. 700	mt. 700	mt. 700	mt. 500	mt. 500
Dimensione massima della localizzazione	M.1.	mq 70.000	mq. 40.000	mq. 40.000	mq. 30.000	mq. 15.000

#### In pratica nelle L.1.:

1. Il parametro M.1. (dim. Massima della Localizzazione) è aumentato per tutti i Comuni (es. per i comuni Intermedi, come Alpignano, passa da 20.000 mq a 30.000 mq).
2. Vengono "accorpati" i Comuni Minori ed i Comuni Turistici con la dicitura ALTRI COMUNI.

**Nelle L.2. invece:**

1. Il parametro H.2. mantiene la dimensione minima della Localizzazione (invariata rispetto alla DCR 59/06 per tutti i Comuni), mentre viene stralciato il limite per quanto riguarda la dimensione massima.
2. Viene stralciato il parametro D.2. (distanza stradale minima da altra localizzazione L.2. e da altra localizzazione L.3. preesistente).

**DCR 59 - 10831 DEL 2006**

PROSPETTO 5 - LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANO-PERIFERICHE (L.2.) - PARAMETRI						
Localizzazione L.2.	Parametro	COMUNE METROPOLITANO	COMUNI POLO	COMUNI SUBPOLO	COMUNI INTERMEDI	COMUNI TURISTICI
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.2.	mt. 1.000	mt. 1.000	mt. 800	mt. 1.000	mt. 1.000
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.2.	X.2.	1.500 residenti	3.500 residenti	2.000 residenti	1.500 residenti	500 residenti
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.2.	J.2.	mt. 2.500	mt. 1.500	mt. 1.000	mt. 500	mt. 500
<b>Dimensione minima e massima della localizzazione</b>	<b>H.2.</b>	<b>MIN mq 40.000 MAX mq 170.000</b>	<b>MIN mq 20.000 MAX mq 90.000</b>	<b>MIN mq 20.000 MAX mq 75.000</b>	<b>MIN mq 15.000 MAX mq 60.000</b>	<b>MIN mq 5.000 MAX mq 30.000</b>
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1., A.2.	W.2.	mt 2.500	mt 2.000	mt 1.500	mt 1.000	NO
Distanza stradale minima da altra localizzazione L.2. e da altra localizzazione L.3. preesistente	D.2.	mt 4.000	mt 3.000	mt 3.000	mt 1.000	mt 1.000

**DCR 191 - 43016 DEL 20.11.2012**

PROSPETTO 5 - LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANO-PERIFERICHE (L.2.) - PARAMETRI						
Localizzazione L.2.	Parametro	COMUNE METROPOLITANO	COMUNI POLO	COMUNI SUBPOLO	COMUNI INTERMEDI	ALTRI COMUNI
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.2.	mt. 1.000	mt. 1.000	mt. 800	mt. 1.000	mt. 1.000
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.2.	X.2.	1.500 residenti	3.500 residenti	2.000 residenti	1.500 residenti	500 residenti
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.2.	J.2.	mt. 2.500	mt. 1.500	mt. 1.000	mt. 500	mt. 500
<b>Dimensione minima della localizzazione</b>	<b>H.2.</b>	<b>MIN mq 40.000</b>	<b>MIN mq 20.000</b>	<b>MIN mq 20.000</b>	<b>MIN mq 15.000</b>	<b>MIN mq 5.000</b>
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1., A.2.	W.2.	mt 2.500	mt 2.000	mt 1.500	mt 1.000	Nessuna limitazione

Da sottolineare:

- *E' fatto divieto di riconoscere localizzazioni commerciali **che sottraggono aree a destinazione d'uso agricolo**, così come individuate dagli strumenti urbanistici operanti, indipendentemente dal loro effettivo utilizzo agricolo, o alterando aree ed immobili di pregio ambientale.*
- *Si evidenzia come il riconoscimento delle localizzazioni commerciali (art. 14, comma 2) deve avvenire **"in via prioritaria nelle parti di territorio occupate da attività produttive dismesse, la cui dismissione sia accertata da almeno trenta mesi, o nelle parti del territorio occupate da attività non produttive, la cui dismissione sia comprovata al momento del riconoscimento delle localizzazioni stesse, situate all'interno di aree a diversa e prevalente destinazione, o nelle parti del territorio oggetto di riqualificazione urbanistica sul patrimonio edilizio esistente"** (art. 14, comma 2, DCR 191/2012).*

- *Qualora il riconoscimento della localizzazione avvenga in ambiti che prevedano il recupero di aree ed edifici dismessi, al fine di conseguire il valore del parametro H.2 (dim. Minima della Localizzazione) è ammesso, in deroga a quanto previsto al comma 2, l'utilizzo di immobili di pregio agricolo o/e ambientale, nella misura massima del 20% della superficie della localizzazione, dandone giustificazione con motivata relazione e dimostrando che non sono perseguibili altre possibili soluzioni.* " (art. 14, ultimo comma).

Le altre modifiche apportate dalla nuova DCR 191/2012 riguardano per la maggior parte, oltre che l'art. 14 *Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali*, anche l'art. 15 *Regolamento dello sviluppo della rete distributiva*, relativo a disposizioni sull'autorizzazione di medie e grandi strutture (variazioni di superficie commerciale, apertura di nuovi esercizi commerciali, ecc.).

Si ricorda inoltre che l'ANCI con lettera prot. 492 del 27/11/2012 indirizzata ai Comuni piemontesi li esortava, entro il 31/12/2012, a prendere atto della nuova normativa a livello europeo (oltre che Regionale) e **disporre la cancellazione ope legis dell'eventuale divieto di auto riconoscimento di nuove localizzazioni L1** previsto nelle attuali programmazioni e richiamava le Amministrazioni Comunali al dovere di modificare gli eventuali profili di contrasto con i principi liberalizzanti di cui all'art. 1 della legge 27/2012.

## **NOTA INTRODUTTIVA**

L'aggiornamento all'adeguamento dei "Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale" del Comune di Alpignano sarà effettuato sulla base della nuova D.C.R. 191-43016 del 20 Novembre 2012 che integra e modifica la D.C.R. 563-13414 del 29/10/1999.

Nell'Adeguamento commerciale precedente, effettuato nel 2012, secondo quanto previsto dalla D.C.R. 59-10831 del 2006 il Comune di Alpignano individuava:

- un addensamento storico rilevante A.1.,
- tre addensamenti commerciali urbani forti A.3.,
- un addensamento commerciale urbano minore A.4.
- una localizzazione commerciale urbana non addensata L.1.

Con l'aggiornamento alla nuova D.C.R. 191-43016/2012, sulla base dei sopralluoghi effettuati sul territorio e sulle indicazioni di programmazione fornite dell'Amministrazione Comunale, si è proceduto al controllo, alla verifica ed alla sostanziale riconferma degli addensamenti e della localizzazione esistenti.

Prima di passare all'analisi cognitiva e alla sintesi progettuale, nei successivi capitoli verrà rivisto ed aggiornato l'assetto territoriale ed il contesto competitivo dal punto di vista commerciale del Comune di Alpignano.

## **CAPITOLO PRIMO**

### **DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA**

#### **1.1. Area di programmazione commerciale**

Gli artt. 9 - 10 della D.C.R. n. 563-13414/1999, come perfezionato dalla D.C.R. n. 191-43016/2012, classificano il territorio regionale in relazione alla densità abitativa, alle caratteristiche socioeconomiche e morfologiche e classificano le aree di programmazione commerciale.

In particolare individuano:

- **aree di programmazione commerciale di interesse sovracomunale:** il sistema di offerta commerciale è rivolto ad un unico bacino di utenza e le aree sono costituite da un comune attrattore, che determina l'importanza dell'area, e dai comuni dell'area di programmazione commerciale che ad esso fanno riferimento. L'area di programmazione commerciale è costituita quindi dal comune attrattore e da quelli confinanti con esso;
- **comuni, per livello gerarchico:** sono classificati secondo l'importanza commerciale e socioeconomica;
- **zone di insediamento commerciale:** in ciascun comune sono riconoscibili ambiti territoriali nei quali si possono realizzare le politiche di trasformazione per favorire il miglioramento della produttività, tali politiche si concretizzano 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 d'utenza sono:

- **area di programmazione commerciale metropolitana:** il comune attrattore delimita l'ambito territoriale del centro metropolitano;
- **altre Aree di programmazione commerciale:** sono gli ambiti territoriali delimitati dal comune attrattore e dai comuni con esso confinanti;
- **sistemi distributivi di rilevanza comunale:** sono gli ambiti territoriali comprendenti il complesso dell'offerta commerciale in ciascuno dei comuni che non appartengono all'area di programmazione commerciale.

I comuni vengono inoltre classificati appartenenti alla rete primaria o secondaria in relazione alle caratteristiche della rete distributiva, della dotazione dei servizi, delle condizioni socioeconomiche e di consistenza demografica.

I **comuni appartenenti alla rete primaria** sono **poli** o **subpoli** all'interno dei quali si rilevano una notevole completezza merceologica dell'offerta e le potenzialità per completare la gamma delle tipologie di strutture distributive; quelli invece appartenenti **alla rete secondaria** svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale, più frequente in prossimità di insediamenti residenziali.

I comuni della rete primaria sono classificati in:

- centro metropolitano;
- poli della rete primaria;
- subpoli della rete primaria.

I comuni della rete secondaria sono classificati in:

- comuni intermedi, con popolazione a partire dai 3.000 abitanti (non compresi tra quelli della rete primaria);
- comuni minori (o deboli), con popolazione inferiore ai 3.000 abitanti.  
(*spariscono i Comuni turistici*)

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

Il Comune di **Alpignano** è stato classificato, nell'allegato 2 dalla D.C.R. n. 191-43016/2012, come **comune intermedio della rete secondaria** con popolazione superiore a 10.000 abitanti, **facente parte dell'Area di programmazione di Torino**.

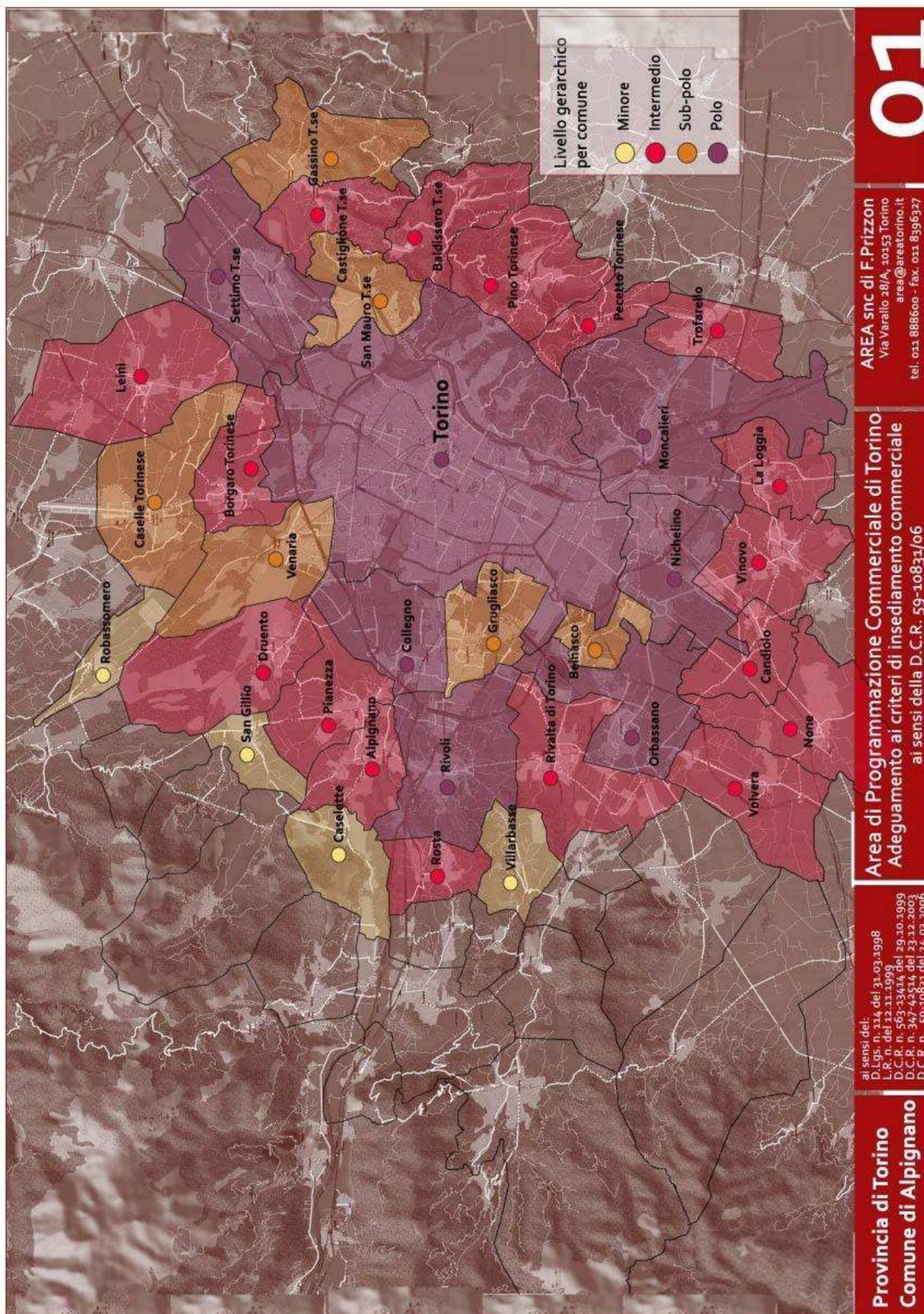
L'area di programmazione commerciale metropolitana è l'ambito territoriale delimitato dal centro metropolitano, che è il comune principale, dai comuni con esso confinanti e da altri comuni circostanti. I comuni della rete secondaria, pur non avendo il rilievo strategico attribuito a quelli della rete primaria, svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale più frequente in prossimità di insediamenti residenziali.

Il prospetto seguente propone l'elenco dei comuni appartenenti all'area di programmazione di Torino (allegato 1 della D.C.R. n. 191-43016/12):

Tabella n.1

COMUNI AREA DI TORINO	LIVELLO GERARCHICO
<b>TORINO</b>	<b>POLO</b>
Alpignano	Intermedio
Baldissero Torinese	Intermedio
<b>Beinasco</b>	<b>Subpolo</b>
Borgaro Torinese	Intermedio
Candiolo	Intermedio
Caselle	Minore
<b>Caselle Torinese</b>	<b>Subpolo</b>
Castiglione Torinese	Intermedio
<b>COLLEGNO</b>	<b>POLO</b>
Druento	Intermedio
<b>Gassino Torinese</b>	<b>Subpolo</b>
<b>Grugliasco</b>	<b>Subpolo</b>
La Loggia	Intermedio
Leini	Intermedio
<b>MONCALIERI</b>	<b>POLO</b>
<b>NICHELINO</b>	<b>POLO</b>
None	Intermedio
Orbassano	Polo
Pecetto Torinese	Intermedio
Pianezza	Intermedio
Pino Torinese	Intermedio
Rivalta di Torino	Intermedio
<b>RIVOLI</b>	<b>POLO</b>
Robassomero	Minore
Rosta	Intermedio
San Gillio	Minore
<b>San Mauro Torinese</b>	<b>Subpolo</b>
<b>SETTIMO TORINESE</b>	<b>POLO</b>
Trofarello	Intermedio
<b>Venaria</b>	<b>Subpolo</b>
Villarbasse	Minore
Vinovo	Intermedio
Volvera	Intermedio

L'area di programmazione di Torino è composta dai 34 comuni sotto evidenziati, di questi 17 sono Intermedi, 6 Subpoli, 7 Poli e 4 Minori.



## **1.2. Bacino di utenza del Comune di Alpignano**

Una rete urbana commerciale si può rappresentare attraverso il rilevamento delle isocrone dei tempi di percorrenza con mezzi pubblici e/o privati. Queste linee si possono convenzionalmente assumere come limiti spaziali dell'area di mercato, o dell'autocontenimento 'ottimale' della domanda.

In linea generale, dove emergono sovrapposizioni rilevanti fra le isocrone considerate si può ritenere che vi sia un corretto funzionamento del mercato e dunque che esistano forme di concorrenza che assicurano l'accesso ad una molteplicità di tipologie distributive, attraverso una rete efficiente e moderna. Al contrario l'imperfetta copertura dello spazio urbano è ritenuta espressione di posizioni dominanti o di aree di lacuna competitiva, sanabili attraverso indicazioni dirette a generare processi rilocalizzativi o riorganizzativi.

Il comune di Alpignano può essere considerato *epicentro* di una serie di curve con raggi di dimensione variabile. Il parametro che influenza la dimensione di queste aree circolari è quello del tempo di percorrenza per il raggiungimento del centro del paese.

Si considerano due bacini di utenza, quello più ristretto con tempo limite accettabile per raggiungere la destinazione di 15' minuti e quello allargato con tempo limite di 20' minuti.

Per la definizione delle distanze in chilometri e dei tempi, si è utilizzato un programma informatico che indica il percorso stradale più breve possibile. Va precisato che il programma, ovviamente, non tiene conto della variabile rappresentata dalla congestione del traffico: in ogni caso sarebbe una variabile di difficile quantificazione che dipende dalla fascia oraria considerata, dal periodo dell'anno, ecc.

Nella tabella che segue si riportano i comuni rientranti nelle fasce temporali considerate e la loro distanza media dal centro di Alpignano.

Tabella n°2

**Bacino di utenza**

COMUNE	POPOLAZIONE	LIVELLO GERARCHICO (DCR 191-43016)	DISTANZA DA Alpignano (TO) ( KM )	TEMPO ( MIN )	
Pianezza	14.088	intermedio	3	6	0 - 15 min
Caselette	2.874	minore	4,5	7	
Rivoli	49.591	Polo	4	7	
Collegno	50.137	Polo	5	8	
Grugliasco	37.870	Sub-Polo	5,5	9	
San Gillio	3.035	minore	9	12	
Givoletto	3.509	minore	9	14	
Druento	8.513	intermedio	8,5	15	
Val della Torre	3.850	intermedio	10	15	
Rosta	4.623	intermedio	8	16	15 - 20 min
Almese	6.378	intermedio	16	17	
Rivalta di Torino	14.088	intermedio	9	17	
Villarbasse	3.334	minore	10	17	
Buttigliera Alta	6.458	intermedio	12	18	
La Cassa	1.821	minore	12	18	
Avigliana	12.367	Sub-Polo	15	19	
Sant'Ambrogio di Torino	4.843	intermedio	18	19	
Venaria Reale	34.859	Sub-Polo	14	19	

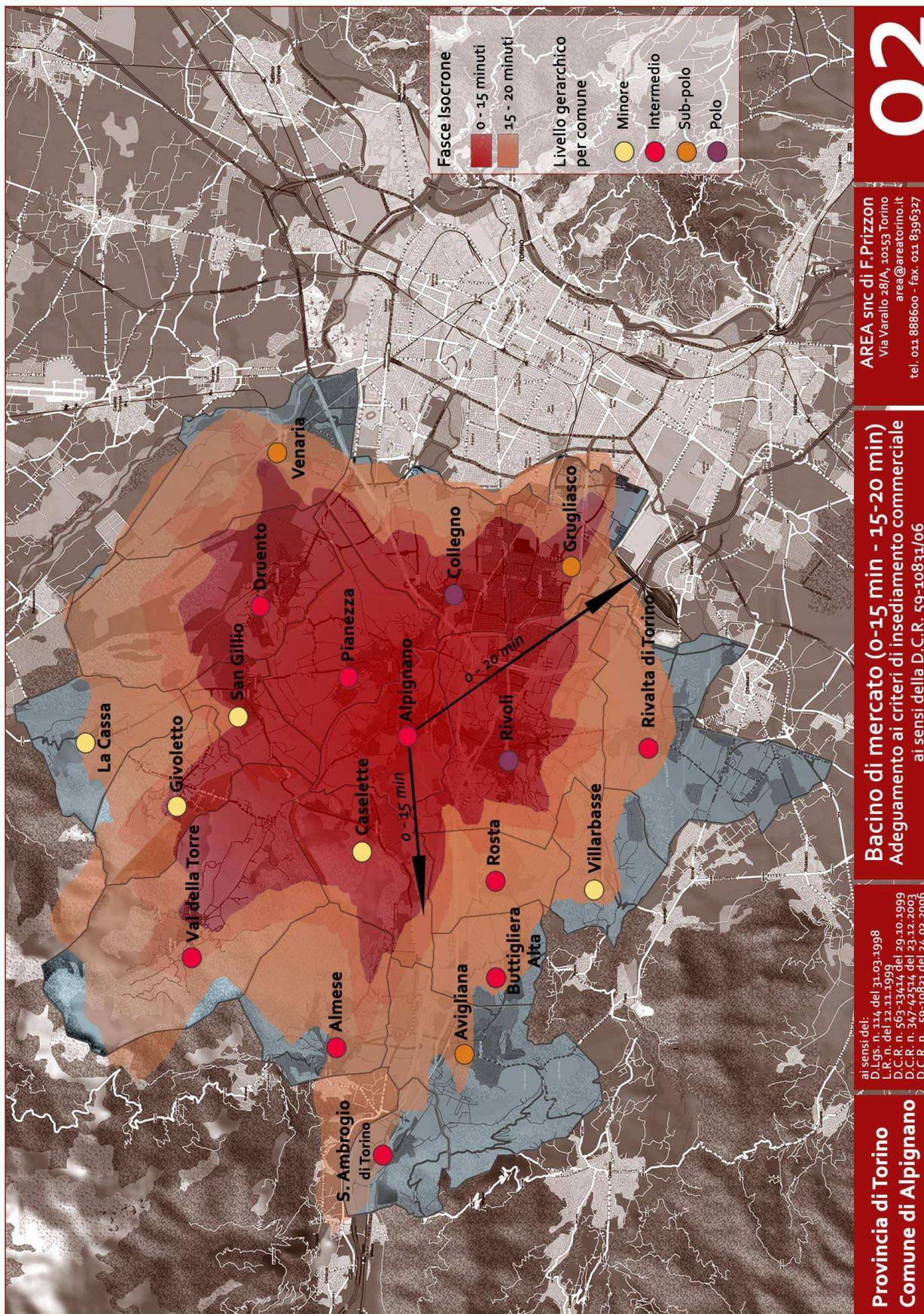
Distanza e tempi Guida Michelin Online

Nella tabella n. 2 i comuni esaminati vengono raccolti per fascia isocrona, prendendo in considerazione sia il livello gerarchico, così come esplicitato dalla D.C.R. n. 191-43016 del 2012, sia la popolazione residente.

Il Bacino ristretto (0-15 min.) include, oltre a due Comuni polo come Collegno e Rivoli, anche un comune subpolo (Grugliasco), 3 Comuni intermedi e tre Comuni minori. Allargando il bacino a 20 minuti si inseriscono due comuni sub-polo (Avigliana e Venaria Reale), 5 comuni intermedi e 2 comuni minori.

Inoltre, più della metà dei comuni delle aree gravitazionali considerate appartengono anche all'area di programmazione, mentre 7 dei 18 comuni considerati non ne fanno parte: Givoletto, Val della Torre, Almese, Buttigliera Alta, La Cassa, Avigliana e Sant'Ambrogio di Torino.

## BACINO DI UTENZA DI 15 E 20 MINUTI



## **CAPITOLO SECONDO**

### **IL CONTESTO COMPETITIVO: L'OFFERTA COMMERCIALE AD ALPIGNANO, NELL'AREA DI PROGRAMMAZIONE E NEL BACINO DI UTENZA**

#### **2.1. L'evoluzione dell'offerta commerciale in termini di densità, numerosità e superfici**

Per l'esame del contesto competitivo in cui è inserita la struttura commerciale di Alpignano, un primo livello di analisi riguarda la struttura territoriale e funzionale della rete distributiva alla scala sovracomunale o di area metropolitana. È, infatti, solo entro questa dimensione che si possono cogliere i mutamenti più evidenti avvenuti negli apparati distributivi a partire dai primi anni ottanta con l'impianto delle grandi strutture commerciali periferiche.

Il territorio regionale, in relazione alla densità abitativa, alle caratteristiche della rete distributiva, alle caratteristiche socioeconomiche e morfologiche è classificato in: aree di programmazione commerciale di interesse sovracomunale, comuni per livello gerarchico e zone di insediamento commerciale.

Il comune di Alpignano, come visto, è un comune intermedio della rete secondaria facente parte dell'Area di programmazione di Torino. Per un'analisi appropriata delle dinamiche commerciali dell'area si ritiene opportuno partire dall'osservazione dello sviluppo commerciale a diversi livelli: area di programmazione commerciale, comuni con pari livello gerarchico all'interno dell'area di programmazione e bacino di utenza analizzato (su dati Regione Piemonte: Osservatorio Regionale del Piemonte).

Lo studio condotto successivamente è volto alla conoscenza degli elementi utili a comprendere come, in un determinato arco di tempo (tra il **2001 - 2010** ed il **2010 - 2012<sup>1</sup>**), si è modificato il rapporto tra l'offerta distributiva del comune ed il suo contesto competitivo.

Il **primo confronto** di dati fornisce un quadro di raffronto tra l'evoluzione degli esercizi di vicinato (in termini di densità e numerosità), delle medie e grandi strutture di vendita (in termini di mq/1.000 abitanti e superficie) a *livello comunale* in rapporto a quanto avvenuto nell'*area di programmazione commerciale* e nei comuni di *pari livello gerarchico* (all'interno dell'area di programmazione) tra il 2001 – 2010 ed il 2010 – 2012.

---

<sup>1</sup> I dati "**anno 2012**" riportati dall'Osservatorio Regione Piemonte, settore commercio, si riferiscono alla fine dell'anno 2011 – inizio 2012). Per il confronto, di conseguenza, sono stati usati i dati fine 2011 anche per quanto riguarda il Comune di Alpignano.

Il **secondo confronto** valuta la variazione del *peso proporzionale* dell'offerta commerciale delle diverse tipologie distributive del comune di Alpignano rispetto al contesto competitivo, sempre nell'intervallo di tempo analizzato.

Dall'analisi emergerà dunque la collocazione gerarchica del comune di Alpignano nei confronti del territorio circostante: cioè se esso è autosufficiente dal punto di vista dell'offerta commerciale per una o tutte le categorie citate, se deve dipendere da qualche realtà vicina per completare la sua offerta o, infine, se costituisce un attrattore data l'offerta del proprio sistema commerciale.

L'analisi prende in considerazione alcuni parametri principali:

- il numero di esercizi commerciali suddivisi nelle categorie di *alimentari, non alimentari e misti* con il relativo valore di densità, cioè gli *abitanti/numero degli esercizi* disponibile;
- la superficie e la densità delle medie strutture di vendita (comprese quelle all'interno dei centri commerciali), cioè il parametro metri quadrati di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti;
- la superficie e la densità delle grandi strutture di vendita (comprese quelle all'interno dei centri commerciali), cioè il parametro metri quadrati di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti.

Gli indici sono espressi dal numero di abitanti per ogni esercizio commerciale, relativamente al commercio 'tradizionale' e dalla superficie di vendita cumulata ogni 1.000 abitanti per quanto riguarda gli esercizi del commercio 'moderno' inteso come medie, grandi strutture e centri commerciali.

### Comune di Alpignano – Area di programmazione commerciale di Torino

#### Esercizi di vicinato

Tabella n. 3

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE NUMEROSITA' 2001 - 2010	VARIAZIONE NUMEROSITA' 2010 - 2012
	esercizi vicinato	esercizi vicinato	esercizi vicinato		
<b>Alpignano</b>	150	158	154	5,3%	-2,5%
<b>Area di programmazione</b>	19.478	22.597	23.390	16,0%	3,5%

Dati: Elaborazione AREA snc

La **variazione di numerosità** relativa agli esercizi di vicinato è calcolata attraverso la differenza tra il numero delle attività registrate nel comune al 2001, al 2010 ed al 2012, confrontato con la differenza valutata nell'area di programmazione.

La crescita degli esercizi di vicinato, in termini di numerosità, tra il 2001 ed il 2010 era stato considerevole per l'Area di programmazione con una variazione in positivo del 16% circa. Trend che risultava positivo anche per il Comune di Alpignano con una crescita più contenuta del 5,3%.

Nel 2012 si ha però, per Alpignano, un calo degli esercizi di vicinato del -2,5% che, in pratica, tornano ad avvicinarsi ai valori del 2001 (150 unità) mentre, per i comuni dell'Area di Programmazione (valore medio), sostanzialmente vengono confermati i valori del 2010 con una contenuta crescita del 3,5% a fine 2011 (*dati 2012 Osservatorio Regione Piemonte*).

Il dato più significativo è però quello relativo alla variazione di densità, analizzata riferendo gli esercizi di vicinato alla popolazione degli ambiti considerati.

La tabella n. 4 riguarda la **variazione di densità** calcolata relazionando i residenti di Alpignano con gli esercizi di vicinato al 2010, meno i residenti di Alpignano ripartiti per gli esercizi di vicinato al 2001, stesso ragionamento per gli anni 2010 - 2012.

Tabella n. 4

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE DI DENSITA' 2001 - 2010	VARIAZIONE DI DENSITA' 2010 - 2012
	abitanti/es. vicinato	abitanti/es. vicinato	abitanti/es. vicinato		
<b>Alpignano</b>	115	109	111	-4,9%	1,7%
<b>Area di programmazione</b>	76	67	64	-12,3%	-3,2%

*Dati: Elaborazione AREA snc*

In tutti gli anni considerati il valore di densità di Alpignano è maggiore rispetto a quello dell'Area di programmazione: in pratica, gli esercizi di vicinato di Alpignano possono contare su un maggior numero di abitanti per esercizio commerciale, rispetto ai comuni compresi nell'Area di Programmazione (si tratta, ovviamente, sempre di un valore medio).

Tra il 2001 ed il 2010, in termini di densità gli esercizi di vicinato di Alpignano mostravano una dinamica negativa (-4,9%), che evidenziava una tendenza all'accorpamento degli esercizi di vicinato, analogo l'andamento dell'Area di programmazione (-12,3%). Pensando in termini di densità, quindi, tra il 2001 e il 2010, il numero degli esercizi di vicinato era aumentato mentre gli abitanti, potenziali utenti del servizio commerciale, erano in calo. Il trend si modifica se si considerano gli anni 2010 - 2012: calano sia gli esercizi commerciali sia gli abitanti (circa 200 persone in meno rispetto al 2010 per Alpignano). Nel biennio 2010 - 2012, infatti, il dato di densità del Comune sale dell'1,7%, mentre per l'Area di programmazione la situazione è ancora negativa (-3,2%).

Questa considerazione evidenzia due aspetti, in parte contraddittori, del comune di Alpignano:

- il primo è la modesta "mobilità" del commercio in sede fissa (nell'intervallo 2001 - 2010 si ha

l'apertura solo di 8 esercizi che però si dimezzano nel 2012);

- il secondo è il "consolidamento" sul mercato degli esercizi presenti (o meglio, degli spazi commerciali esistenti).

### **Medie strutture di vendita**

Il raffronto tra l'evoluzione delle medie strutture, comprensive dei Centri commerciali, condotto a livello comunale in rapporto a quanto avvenuto nell'Area di programmazione tra il 2001 ed il 2010, anch'esso eseguito in termini di superficie e di densità, evidenzia nel comune di Alpignano, una riduzione significativa delle medie strutture di vendita pari al -20% circa, mentre per i comuni appartenenti all'Area di programmazione si evidenzia una variazione positiva del 4,6% e del 3% circa. Per quanto riguarda il 2010-2012 il trend negativo per il Comune di Alpignano continua fino ad attestarsi intorno ad un -28% circa. Negli ultimi due anni, i comuni appartenenti all'Area di programmazione presentano invece una crescita media dell'11%.

Tabella n. 5

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2001 - 2010	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2010 - 2012
	superficie (mq)	superficie (mq)	superficie (mq)		
<b>Alpignano</b>	9.617	7.686	5.487	-20,1%	-28,6%
<b>Area di programmazione</b>	607.267	635.319	706.658	4,6%	11,2%

Dati: Elaborazione AREA snc

Tabella n. 6

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE DI DENSITA' 2001 - 2010	VARIAZIONE DI DENSITA' 2010 - 2012
	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti		
<b>Alpignano</b>	559	446	321	-20,2%	-28,0%
<b>Area di programmazione</b>	411	423	469	2,9%	11,0%

Dati: Elaborazione AREA snc

Dal dato riferito al 2001 della tabella n. 6 emerge come la superficie delle medie strutture a disposizione per ogni abitante del Comune di Alpignano fosse più alta (559 mq/abitante) rispetto a quella disponibile per la popolazione dell'intera Area di programmazione (411 mq/abitante).

Nell'intervallo di tempo 2001-2010, tale vantaggio si era però ristretto: nell'Area di programmazione aumentavano le medie superfici (+4,6%), mentre nel comune di Alpignano si contraevano (-20% circa). Nel 2012 il rapporto tra mq di sup. di vendita ed abitanti scende ancora a 321 mq/1.000 ab. con un calo negli ultimi due anni (2010-2012) del -28%. Trend invece positivo per l'Area di Programmazione: +11%.

Per quanto riguarda la tipologia delle medie strutture di vendita, che costituiscono attrattori per gli addensamenti urbani, emerge quindi per Alpignano un elemento di debolezza: i mq di sup. di vendita

sono praticamente dimezzati rispetto al 2001 con un calo del 43%, anche se, come visto nel precedente adeguamento alla DCR 59/2006, il calo è stato determinato, soprattutto, da una “ridefinizione” della superficie di vendita di alcuni esercizi commerciali.

### **Grandi strutture di vendita**

Per quanto riguarda le grandi strutture, è interessante notare come dal 2001 al 2012 si sia verificato un incremento nell’Area di programmazione, con una variazione relativa ai mq di superficie del 14% circa. Il comune di Alpignano è in controtendenza: nessuna grande struttura di vendita al 2001 e la situazione non subisce variazioni nel 2012.

Tabella n. 7

	Anno 2001	Anno 2012	VARIAZIONE DI SUPERFICIE
	superficie (mq)	superficie (mq)	
<b>Alpignano</b>	0	0	-
<b>Area di programmazione</b>	265.284	303.584	14,4%

Dati: Elaborazione AREA snc

L’assenza di strutture commerciali oltre i 2.500 mq di superficie di vendita, è un elemento di debolezza che può favorire l’evasione commerciale verso i comuni vicini.

Per i comuni appartenenti all’Area di Programmazione di Torino la tabella 8 evidenzia un incremento del 12,2%, negli anni tra il 2001 ed il 2012, della superficie relativa alle grandi strutture disponibile ogni 1.000 abitanti, mentre gli abitanti di Alpignano, come visto, non dispongono di grandi strutture di vendita.

Tabella n. 8

	Anno 2001	Anno 2012	VARIAZIONE DI DENSITA'
	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti	
<b>Alpignano</b>	0	0	-
<b>Area di programmazione</b>	180	201	12,2%

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Comune di Alpignano – pari livello gerarchico**

#### **(comuni appartenenti all’Area di programmazione commerciale di Torino)**

Per capire al meglio la condizione dell’offerta commerciale del comune di Alpignano rispetto al contesto competitivo, si ritiene significativo determinare il raffronto tra il comune analizzato e quelli di pari livello gerarchico appartenenti all’Area di programmazione, così come definiti nell’allegato 2 della D.C.R 191-43016.

Alpignano, come detto, è un comune intermedio della rete secondaria ed appartiene all’Area di

programmazione di Torino, quindi il confronto riportato nelle tabelle successive è stato eseguito con: Baldissero Torinese, Borgaro Torinese, Candiolo, Castiglione Torinese, La Loggia, Leinì, None, Pecetto Torinese, Pianezza, Pino Torinese, Druento, Rivalta di Torino, Rosta, Trofarello, Vinovo e Volvera.

L'art. 11 della D.C.R. 191-43016 definisce i comuni intermedi come quelli con dimensione demografica a partire da 3.000 abitanti e non compresi tra i comuni della rete primaria, afferenti servizi non quotidiani ma di minor portata rispetto a quella dei comuni in posizione gerarchica superiore.

### **Esercizi di vicinato**

Il raffronto tra il comune di Alpignano e gli altri comuni intermedi dell'Area di programmazione presenta una situazione molto simile a quella già vista per i comuni appartenenti all'Area di programmazione. In termini di numerosità, nell'intervallo di tempo 2001 - 2010, i comuni di pari livello registravano un elevato incremento di aperture (+14,1%), superiore all'incremento più moderato di Alpignano (+5,3%). Nel biennio 2010-2012 assistiamo al calo del -2,5% per quanto riguarda Alpignano, mentre se si guarda la media riferita ai comuni intermedi, si ha un incremento del 6,8%. Per Alpignano, ovviamente, diminuendo il numero di esercizi aumenta l'indice di densità (111), mentre per i comuni di pari livello aumentando la superficie degli esercizi di vicinato il dato relativo alla densità diminuisce ulteriormente (119).

Tabella n. 9

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE NUMEROSITA' 2001 - 2010	VARIAZIONE NUMEROSITA' 2010 - 2012
	esercizi vicinato	esercizi vicinato	esercizi vicinato		
<b>Alpignano</b>	150	158	154	5,3%	-2,5%
<b>Pari livello gerarchico</b>	1.185	1.352	1.444	14,1%	6,8%

Dati: Elaborazione AREA snc

Tabella n. 10

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE DI DENSITA' 2001 - 2010	VARIAZIONE DI DENSITA' 2010 - 2012
	abitanti/es. vicinato	abitanti/es. vicinato	abitanti/es. vicinato		
<b>Alpignano</b>	115	109	111	-4,9%	1,7%
<b>Pari livello gerarchico</b>	129	125	119	-3,8%	-4,6%

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Medie strutture di vendita**

Come già visto, nel raffronto tra Alpignano e tutta l'Area di programmazione, tra il 2001 e il 2010 ad Alpignano vi è stato un decremento delle medie strutture di vendita e l'andamento negativo si accentua nel biennio 2010 - 2012 con un calo del 35%.

E' interessante notare, invece, come nel decennio 2001 – 2010 nei comuni intermedi l'incremento della superficie commerciale sia stata considerevole (+14,8%), anche se confrontato con quella di tutta l'Area di programmazione (+4,6%) e come tale trend positivo permanga anche nel biennio 2010 – 2012. Questo indicatore evidenzia come l'intensificazione delle medie strutture si sia verificato soprattutto nei comuni intermedi per far fronte sia a lacune commerciali esistenti in porzioni di territorio lontane dai centri, sia come potenziali attrattori per gli esercizi di vicinato nei cuori cittadini. L'eccezione è costituita dal comune di Alpignano, che vede appunto una progressiva contrazione delle medie strutture di vendita, analizzando i dati regionali.

Tabella n. 11

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2001 - 2010	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2010 - 2012
	superficie (mq)	superficie (mq)	superficie (mq)		
<b>Alpignano</b>	9.617	7.686	5.487	-20,1%	-28,6%
<b>Pari livello gerarchico</b>	60.995	70.052	81.417	14,8%	16,2%

Dati: Elaborazione AREA snc

Tabella n. 12

	Anno 2001	Anno 2010	Anno 2012	VARIAZIONE DI DENSITA' 2001 - 2010	VARIAZIONE DI DENSITA' 2010 - 2012
	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti		
<b>Alpignano</b>	559	446	321	-20,2%	-28,0%
<b>Pari livello gerarchico</b>	398	416	443	4,7%	6,5%

Le tabelle n. 11 e 12 evidenziano come per Alpignano, sia la variazione di superficie, sia quella relativa alla densità risultino negative: – 28% circa. Si noti però che, per quanto riguarda la densità, i dati 2001 e 2010 relativi al Comune di Alpignano, superano quelli relativi ai comuni di pari livello gerarchico che, come visto, possono contare su un trend molto positivo. Nell'ultimo biennio, però, i mq di sup. di vendita a disposizione degli abitanti di Alpignano diminuiscono in modo considerevole: si passa dai 446 mq/1.000 ab. del 2010 ai 321 mq ogni 1.000 abitanti a fine 2011 (dato Osservatorio Regionale 2012).

Dai dati dell'Osservatorio regionale sembrerebbe che le medie strutture del comune si stiano progressivamente indebolendo. In realtà, come già visto nel precedente adeguamento e sottolineato dall'Ufficio Commercio del comune, il calo è in parte dovuto anche al riconteggio di alcune superfici di vendita dove, erroneamente, erano state considerate anche alcune aree dedicate a magazzino o ad esposizione.

### **Grandi strutture di vendita**

I comuni intermedi di Baldissero Torinese, Candiolo, Castiglione Torinese, Druento, Pecetto, Pianezza, Pino Torinese, Rosta, Vinovo e Volvera non possiedono sul loro territorio nessuna grande

struttura commerciale, come Alpignano. Sostanzialmente la superficie destinata alle grandi strutture di vendita presenti nei comuni intermedi tra il 2001 e il 2010 cambiano in vari comuni: aumentano a Rivalta di Torino (da 6.000 mq a 22.000 mq), a La loggia e a Leinì, che incrementano la superficie destinata ai centri commerciali, mentre Candiolo, Rosta e Vinovo perdono le grandi strutture non alimentari che avevano nel 2001.

### SITUAZIONE ANNO 2001

Dati: Grandi strutture di vendita, Osservatorio Regionale del Commercio, 2001

LIVELLI GERARCHICI		GRANDI STRUTTURE DI VENDITA					
CODICE ISTAT	COMUNE	Superficie grandi strutture alimentari	Superficie grandi strutture non alimentari	Superficie grandi strutture miste	Superficie centri commerciali grandi strutture	TOTALE MQ. GRANDI STRUTTURE	MQ./1000 ABITANTI
1008	ALPIGNANO					0	0
1018	BALDISSERO TORINESE					0	
1028	BORGARO TORINESE		5.064			5.064	
1051	CANDIOLO		2.933			2.933	
1068	CASTIGLIONE TORINESE					0	
1099	DRUENTO					0	0
1127	LA LOGGIA					0	
1130	LEINI'			3.839		3.839	
1168	NONE		3.184			3.184	
1183	PECETTO TORINESE					0	
1189	PIANEZZA					0	
1192	PINO TORINESE					0	
1214	RIVALTA DI TORINO				6.003	6.003	338
1228	ROSTA		9025			9.025	
1280	TROFARELLO			3.522		3.522	
1309	VINOVO		2.700			2.700	
1315	VOLVERA					0	
<b>PARI LIVELLO GERARCHICO</b>						<b>36.270</b>	<b>236</b>

### SITUAZIONE ANNO 2010

Dati: Grandi strutture di vendita, Osservatorio Regionale del Commercio, 2010

LIVELLI GERARCHICI		GRANDI STRUTTURE DI VENDITA					
CODICE ISTAT	COMUNE	Superficie grandi strutture alimentari	Superficie grandi strutture non alimentari	Superficie grandi strutture miste	Superficie centri commerciali grandi strutture	TOTALE MQ. GRANDI STRUTTURE	MQ./1000 ABITANTI
1008	ALPIGNANO					0	
1018	BALDISSERO TORINESE					0	
1028	BORGARO TORINESE		5.064			5.064	
1051	CANDIOLO					0	
1068	CASTIGLIONE TORINESE					0	
1099	DRUENTO					0	0
1127	LA LOGGIA				6.364	6.364	
1130	LEINI'				4.975	4.975	
1168	NONE		3.184			3.184	
1183	PECETTO TORINESE					0	
1189	PIANEZZA					0	
1192	PINO TORINESE					0	
1214	RIVALTA DI TORINO				22.125	22.125	1.164
1228	ROSTA					0	
1280	TROFARELLO			3.557		3.557	
1309	VINOVO					0	
1315	VOLVERA					0	
<b>PARI LIVELLO GERARCHICO</b>						<b>45.269</b>	<b>269</b>

Nel 2012 si confermano quasi tutte le grandi strutture già esistenti nel 2010, con un incremento di 949 mq nel Comune di Leinì, mentre a Pino Torinese apre un nuovo centro commerciale di 4.660 mq con all'interno una struttura di tipo misto di 2.360 mq.

### SITUAZIONE ANNO 2012

Dati: Grandi strutture di vendita, Osservatorio Regionale del Commercio, 2012

LIVELLI GERARCHICI		GRANDI STRUTTURE DI VENDITA					
CODICE ISTAT	COMUNE	Superficie grandi strutture alimentari	Superficie grandi strutture non alimentari	Superficie grandi strutture miste	Superficie totale grandi strutture in centro commerciale	TOTALE MQ GRANDI STRUTTURE	MQ./1000 ABITANTI
001008	ALPIGNANO					0	0
001018	BALDISSERO TORINESE					0	
001028	BORGARO TORINESE		5.064			5.064	
001051	CANDIOLO					0	
001068	CASTIGLIONE TORINESE					0	
001099	DRUENTO					0	
001127	LA LOGGIA				6.364	6.364	
001130	LEINI'				5.924	5.924	
001168	NONE		3.184			3.184	
001183	PECETTO TORINESE					0	
001189	PIANEZZA					0	
001192	PINO TORINESE				4.660	4.660	
001214	RIVALTA DI TORINO				22.125	22.125	
001228	ROSTA					0	
001280	TROFARELLO			3.557		3.557	
001309	VINOVO					0	
001315	VOLVERA					0	
<b>PARI LIVELLO GERARCHICO</b>						<b>50.878</b>	<b>297</b>

Nel biennio 2010 – 2012 si assiste, quindi, ad un incremento del +12,4% per quanto riguarda la superficie di vendita delle grandi strutture comprese o meno nei centri commerciali e del +10,3% per quanto riguarda la variazione di densità, sempre riferendoci ai comuni intermedi, nei quali è compreso anche Alpignano che, come visto, non ha grandi superfici di vendita.

Tabella n. 13

	Anno 2001	Anno 2008	Anno 2012	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2001 - 2010	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2010 - 2012
	superficie (mq)	superficie (mq)	superficie (mq)		
Alpignano	0	0	0	-	-
<b>Pari livello gerarchico</b>	36.270	45.269	50.878	24,8%	12,4%

Dati: Elaborazione AREA snc

Tabella n. 14

	Anno 2001	Anno 2008	Anno 2012	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2001 - 2010	VARIAZIONE DI SUPERFICIE 2010 - 2012
	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti	mq/1.000 abitanti		
Alpignano	0	0	0	-	-
<b>Pari livello gerarchico</b>	236	269	297	13,8%	10,3%

Dati: Elaborazione AREA snc

## 2.2. Variazione del peso proporzionale dell'offerta commerciale

Il raffronto tra la variazione del peso proporzionale di Alpignano rispetto a tutta l'area di programmazione viene condotto per le diverse tipologie distributive: esercizi di vicinato, medie e grandi strutture.

In questo **secondo confronto** si manifesta la rilevanza commerciale della città, espressa in termini di aumento di stabilità o diminuzione delle tipologie di esercizi tra gli anni 2001 e 2010 e successivamente tra il 2010 ed il 2012. Due confronti che, come abbiamo visto, ritraggono in modo significativo la situazione commerciale degli ultimi anni.

Il **peso proporzionale** è calcolato rapportando gli esercizi di vicinato del comune al 2001/2010 con quelli dell'area di programmazione, sempre al 2001/2010. La differenza tra i valori (2010 – 2001) ci consente di determinare il processo di trasformazione della rete commerciale di Alpignano, valutato come dinamico negli ultimi anni. Lo stesso ragionamento viene applicato per i valori relativi al biennio 2010 - 2012.

Una variazione ottenuta pari a  $\pm 1\%$  fornisce un valore di stabilità dell'offerta commerciale, mentre un aumento di tale valore segnala uno sviluppo commerciale del Comune rispetto agli altri centri dell'Area di programmazione. Al contrario la diminuzione del dato indica una certa "sofferenza" commerciale del comune rispetto all'area.

### Comune di Alpignano – Area di programmazione commerciale di Torino

#### Esercizi di vicinato

In termini di numerosità degli esercizi di vicinato, dal raffronto tra il comune di Alpignano e l'Area di programmazione commerciale tra il 2001 – 2010 ed il 2010 - 2012, emerge una situazione di stabilità. Infatti si evidenzia una lieve variazione proporzionale, inferiore al  $\pm 1\%$  (-0,07% e -0,04%), con un peso proporzionale al 2012 pari allo 0,66%, quindi abbastanza esiguo rispetto ai Comuni dell'Area di programmazione.

Tabella n. 15

	Anno 2001		Anno 2010		Anno 2012		VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2001 - 2010	VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2010 - 2012
	esercizi vicinato	Peso proporzionale	esercizi vicinato	Peso proporzionale	esercizi vicinato	Peso proporzionale		
Alpignano	150	0,77%	158	0,70%	154	0,66%	-0,07%	-0,04%
Area di programmazione	19.478	100%	22.597	100%	23.390	100%		

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Medie strutture di vendita**

Anche per quanto riguarda le medie strutture di vendita, il raffronto ha fornito un esito sostanzialmente in calo, la variazione del peso proporzionale è infatti negativa sia considerando il decennio, 2001-2010 che il biennio, 2010 - 2012: - 0,37% e -0,43%, con un peso proporzionale pari allo 0,8% circa.

Tabella n. 16

	Anno 2001		Anno 2010		Anno 2012		VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2001 - 2010	VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2010 - 2012
	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale		
<b>Alpignano</b>	9.617	1,58%	7.686	1,21%	5.487	0,78%	-0,37%	-0,43%
<b>Area di programmazione</b>	607.267	100%	635.319	100%	706.658	100%		

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Grandi strutture di vendita**

Come già detto, il comune di Alpignano, per quanto riguarda le grandi strutture di vendita e i grandi centri commerciali, non è un comune competitivo: la variazione del peso proporzionale, infatti, è pari a 0% non essendoci grandi strutture nel comune.

Tabella n. 17

	Anno 2001		Anno 2012		VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE
	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale	
<b>Alpignano</b>	0	0,00%	-	0,00%	0,00%
<b>Area di programmazione</b>	265.284	100%	303.584	100%	

Dati: Elaborazione AREA snc

## **Comune di Alpignano – Pari livello gerarchico**

**(comuni appartenenti all'Area di programmazione commerciale di Torino)**

### **Esercizi di vicinato**

La variazione di peso proporzionale per gli esercizi di vicinato di Alpignano si aggirava attorno all'11% nel 2010 dato che indicava un rafforzamento degli esercizi interni al comune. Purtroppo tra il 2010 ed il 2012 la variazione negativa pari a -1,02% indica una contrazione degli esercizi di vicinato. Se si considerano, invece, i comuni di pari livello gerarchico, gli esercizi di vicinato in media crescono gradualmente passando dai 1.185 del 2001 ai 1.444 del 2012.

Tabella n. 18

	Anno 2001		Anno 2010		Anno 2012		VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2001 - 2010	VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2010 - 2012
	esercizi vicinato	Peso proporzionale	esercizi vicinato	Peso proporzionale	esercizi vicinato	Peso proporzionale		
<b>Alpignano</b>	150	12,66%	158	11,69%	154	10,66%	-0,97%	-1,02%
<b>Pari livello gerarchico</b>	1.185	100%	1.352	100%	1.444	100%		

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Medie strutture di vendita**

Abbiamo già visto come nel periodo di tempo che intercorre tra il 2001 e il 2010, vi sia stata una diminuzione delle medie strutture nel comune di Alpignano. La variazione è quindi negativa – 4,80% per il 2010 e – 4,23% al 2012 ed il peso proporzionale passa dall'11% del 2010 al 6,74% del 2012, a conferma della contrazione registrata nel biennio 2010 - 2012 delle medie strutture.

Tabella n. 19

	Anno 2001		Anno 2010		Anno 2012		VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2001 - 2010	VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2010 - 2012
	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale		
<b>Alpignano</b>	9.617	15,77%	7.686	10,97%	5.487	6,74%	-4,80%	-4,23%
<b>Pari livello gerarchico</b>	60.995	100%	70.052	100%	81.417	100%		

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Grandi strutture di vendita**

Il Comune di Alpignano è privo di grandi strutture, nei comuni di pari livello gerarchico si riscontra invece un significativo incremento relativo alle grandi strutture di vendita: circa 9.000 mq tra il 2001 ed il 2010 e circa 5.000 mq nel biennio 2010 - 2012.

Tabella n. 20

	Anno 2001		Anno 2010		Anno 2012		VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2001 - 2010	VARIAZIONE PESO PROPORZIONALE 2010 - 2012
	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale	superficie (mq)	Peso proporzionale		
<b>Alpignano</b>	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Pari livello gerarchico</b>	36.270	100%	45.269	100%	50.878	100%		

Dati: Elaborazione AREA snc

## **2.3. Stima del bacino di utenza potenziale dell'offerta commerciale rispetto ai comuni all'interno dell'isocrona massima**

Al di là delle indicazioni regionali sui bacini commerciali, per definire le scelte più opportune di sviluppo del sistema distributivo di Alpignano, si sono anche esaminate le caratteristiche della zona di gravitazione e la sua capacità di competizione rispetto ai comuni limitrofi.

Per completare l'indagine sull'offerta commerciale del comune di Alpignano rispetto al contesto competitivo, è essenziale ragionare sul bacino di utenza. Si considera, infatti, come tempo limite accettabile 15-20 minuti primi da percorrere con mezzo privato per raggiungere la destinazione.

I comuni compresi all'interno della fascia 0 - 20 minuti sono riportati nella tabella n. 21, con le caratteristiche dell'offerta commerciale dei comuni considerati.

Tabella n. 21

bacino di utenza	popolazione	esercizi di vicinato (n)	medie strutture (mq)	grandi strutture (mq)
ALMESE	6.378	51	1.480	0
<b>ALPIGNANO</b>	<b>17.097</b>	<b>154</b>	<b>5.487</b>	<b>0</b>
AVIGLIANA	12.367	160	4.795	0
BUTTIGLIERA ALTA	6.458	64	2.220	0
CASELETTE	2.874	19	570	0
COLLEGNO	50.137	620	9.654	36.692
DRUENTO	8.513	64	0	0
GIVOLETTO	3.509	18	0	0
GRUGLIASCO	37.870	404	17.167	28.583
LA CASSA	1.821	11	0	0
PIANEZZA	14.088	118	10.029	0
RIVALTA DI TORINO	19.422	196	18.215	11.600
RIVOLI	49.591	712	17.888	10.950
ROSTA	4.623	32	4.487	0
SAN GILLIO	3.035	13	0	0
SANTAMBROGIO DI TORINO	4.843	56	1.379	2.768
VAL DELLA TORRE	3.850	15	529	0
VENARIA REALE	34.859	336	10.060	13.030
VILLARBASSE	3.334	21	675	0
<b>TOTALI</b>	<b>284.669</b>	<b>3.064</b>	<b>104.635</b>	<b>103.623</b>

Dati: Bacino di utenza, Osservatorio Regionale del Commercio, 2012

Il **confronto** all'interno del bacino di utenza è importante per l'individuazione degli effettivi competitori della struttura commerciale di Alpignano. Risultano importanti le medie strutture di vendita presenti nel comune che rappresentano sicuramente discreti attrattori.

Si procederà ora ad analizzare la densità degli esercizi di vicinato e delle strutture di media dimensione di Alpignano, rispetto a quella degli esercizi di vicinato e delle strutture di media e grande dimensione dei comuni facenti parte del bacino di utenza, riferiti al dato 2012.

### Comune di Alpignano – Bacino di utenza 20 minuti

#### Esercizi di vicinato

(tot. popolazione bacino /es. vicinato del comune) - (tot. popolazione bacino/es. vicinato comune di confronto).

Il dato di densità è determinato dalla totalità della popolazione residente nel perimetro, relazionata agli esercizi di vicinato del comune oggetto di studio, a cui viene sottratto il numero degli abitanti del bacino per ogni esercizio commerciale del comune oggetto di confronto. La comparazione viene ripetuta per ognuno dei comuni compresi nel perimetro individuato dall'isocrona.

La stima del bacino potenziale dell’offerta commerciale di Alpignano è valutata considerando il numero dei comuni limitrofi con valore di densità positiva, diviso il numero di tutti i comuni interni all’isocrona. Nel 2012 il dato di densità di Alpignano, riferito agli esercizi di vicinato, calcolato sulla totalità della popolazione residente nel perimetro individuato attraverso le isocrone, è migliore rispetto al 68% circa dei comuni appartenenti al bacino di utenza. Su 19 comuni soltanto i comuni di Avigliana, Collegno, Grugliasco, Rivalta, Rivoli e Venaria, sono in condizione più favorevole di Alpignano.

Tabella n. 22

comune	dato di densità
ALMESE	-3733,25
<b>ALPIGNANO</b>	<b>0,00</b>
AVIGLIANA	69,32
BUTTIGLIERA ALTA	-2599,45
CASELETTE	-13134,08
COLLEGNO	1389,36
DRUENTO	-2599,45
GIVOLETTO	-13966,44
GRUGLIASCO	1143,87
LA CASSA	-24030,50
PIANEZZA	-563,95
RIVALTA DI TORINO	396,11
RIVOLI	1448,68
ROSTA	-7047,41
SAN GILLIO	-20049,12
SANTAMBROGIO DI TORINO	-3234,88
VAL DELLA TORRE	-17129,43
VENARIA REALE	1001,27
VILLARBASSE	-11707,17

	% densità ☺	% densità ☹
<b>Densità in %</b>	<b>68,42%</b>	<b>31,58%</b>

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Medie strutture di vendita**

(superfici medie strutture del comune/tot. popolazione bacino utenza x 1.000) – (superfici medie strutture del comune confronto/tot. popolazione del bacino di utenza x 1.000).

La tabella n. 23 fornisce i dati relativi ai comuni appartenenti al bacino di utenza potenziale, calcolati relazionando la superficie complessiva di medie strutture di Alpignano e del comune oggetto del confronto, con il totale dei residenti presenti nel perimetro individuato attraverso l’isocrona.

Per le medie strutture Alpignano, nel 2012, appare in una condizione migliore rispetto al **68%** circa dei comuni del bacino considerato. Dato abbastanza positivo, anche se nel 2010, Alpignano, risultava in una situazione migliore rispetto al 78% degli altri comuni considerati.

Tabella n. 23

comune	dato di densità
ALMESE	14,08
<b>ALPIGNANO</b>	<b>0,00</b>
AVIGLIANA	2,43
BUTTIGLIERA ALTA	11,48
CASELETTE	17,27
COLLEGNO	-14,64
DRUENTO	19,28
GIVOLETTO	19,28
GRUGLIASCO	-41,03
LA CASSA	19,28
PIANEZZA	-15,96
RIVALTA DI TORINO	-44,71
RIVOLI	-43,56
ROSTA	3,51
SAN GILLIO	19,28
SANTAMBROGIO DI TORINO	14,43
VAL DELLA TORRE	17,42
VENARIA REALE	-16,06
VILLARBASSE	16,90

	% densità ☺	% densità ☹
<b>Densità in %</b>	68,42%	31,58%

Dati: Elaborazione AREA snc

### Grandi strutture di vendita

Non avendo grandi strutture di vendita, Alpignano non è ovviamente competitivo sotto questo punto di vista, come per altro non lo sono ben 13 dei 19 comuni considerati nel bacino di utenza di 20 minuti. Se si osserva la tabella sottostante si può notare come tutti i comuni contrassegnati con il dato di densità pari a zero non abbiano grandi strutture commerciali e quindi siano, da questo punto di vista, sullo stesso piano di Alpignano. Solo il 32% circa dei comuni considerati è in una posizione migliore rispetto al comune di Alpignano e possiede cioè grandi strutture commerciali.

Tabella n. 24

comune	dato di densità
ALMESE	0,00
<b>ALPIGNANO</b>	<b>0,00</b>
AVIGLIANA	0,00
BUTTIGLIERA ALTA	0,00
CASELETTE	0,00
COLLEGNO	-128,89
DRUENTO	0,00
GIVOLETTO	0,00
GRUGLIASCO	-100,41
LA CASSA	0,00
PIANEZZA	0,00
RIVALTA DI TORINO	-40,75
RIVOLI	-38,47
ROSTA	0,00
SAN GILLIO	0,00
SANTAMBROGIO DI TORINO	-9,72
VAL DELLA TORRE	0,00
VENARIA REALE	-45,77
VILLARBASSE	0,00

	% densità ☺	% densità ☹
<b>Densità in %</b>	68,42%	31,58%

Dati: Elaborazione AREA snc

### Comune di Alpignano – Bacino di utenza 15 minuti

Si considera ora il bacino “medio” di 15 minuti, che comprende i Comuni riportati nella sottostante Tabella 21a.

Tabella n. 21a

bacino di utenza	popolazione	esercizi di vicinato	medie strutture	grandi strutture
<b>ALPIGNANO</b>	<b>17.097</b>	<b>154</b>	<b>5.487</b>	<b>0</b>
CASELETTE	2.874	19	570	0
COLLEGNO	50.137	620	9.654	36.692
DRUENTO	8.513	64	1.577	0
GIVOLETTO	3.509	18	-	0
GRUGLIASCO	37.870	404	17.167	28.583
PIANEZZA	14.088	118	10.029	0
RIVOLI	49.591	712	17.888	10.950
SAN GILLIO	3.035	13	-	0
VAL DELLA TORRE	3.850	15	529	0
	<b>190.564</b>	<b>2.137</b>	<b>62.901</b>	<b>76.225</b>

Dati: Bacino di utenza, Osservatorio Regionale del Commercio, 2012

Nei prospetti successivi si analizza la densità degli esercizi di vicinato e delle strutture di media e grande dimensione di Alpignano, confrontate con la densità degli esercizi di vicinato, medie e grandi strutture dei comuni facenti parte del bacino di utenza compreso in questa fascia isocrona “ristretta” di 15 minuti, tutti riferiti al 2012.

#### Esercizi di vicinato

(tot. popolazione bacino /es. vicinato del comune) - (tot. popolazione bacino/es. vicinato comune di confronto).

Il dato di densità di Alpignano, riferito agli esercizi di vicinato al 2012, calcolato sulla totalità della popolazione residente nel perimetro individuato attraverso le isocrone di 15 minuti, è migliore rispetto al **70%** dei comuni appartenenti al bacino di utenza. Soltanto i comuni di Collegno, Grugliasco e Rivoli sono in condizione migliore di Alpignano.

Tabella n. 22a

comune	dato di densità
<b>ALPIGNANO</b>	<b>0,00</b>
CASELETTE	-8792,26
COLLEGNO	930,07
DRUENTO	-1740,13
GIVOLETTO	-9349,46
GRUGLIASCO	765,74
PIANEZZA	-377,52
RIVOLI	969,78
SAN GILLIO	-13421,34
VAL DELLA TORRE	-11466,84

	% densità ☺	% densità ☹
<b>Densità in %</b>	<b>70,00%</b>	<b>30,00%</b>

### **Medie strutture di vendita**

(superfici medie strutture del comune/tot. popolazione bacino utenza x 1.000) – (superfici medie strutture del comune confronto/tot. popolazione del bacino di utenza x 1.000).

La tabella n. 23a fornisce i dati relativi ai comuni appartenenti al bacino di utenza potenziale in un tempo massimo di 15 minuti, calcolati relazionando la superficie complessiva di medie strutture di Alpignano e del comune oggetto del confronto, con il totale dei residenti presenti nel perimetro individuato attraverso l'isocrona.

Per quanto riguarda le medie strutture sono 4 i comuni in condizione migliore di Alpignano: Collegno, Grugliasco, Pianezza e Rivoli. Quindi, il dato relativo alla densità sulle medie superfici è, per Alpignano, migliore rispetto al **60%** dei comuni del bacino considerato.

Tabella n. 23a

comune	dato di densità
<b>ALPIGNANO</b>	<b>0,00</b>
CASELETTE	25,80
COLLEGNO	-21,87
DRUENTO	20,52
GIVOLETTO	28,79
GRUGLIASCO	-61,29
PIANEZZA	-23,83
RIVOLI	-65,08
SAN GILLIO	28,79
VAL DELLA TORRE	26,02

	% densità 😊	% densità ☹️
<b>Densità in %</b>	60,00%	40,00%

Dati: Elaborazione AREA snc

### **Grandi strutture di vendita**

Se si osserva la tabella sottostante si può notare come tutti i comuni contrassegnati con il dato di densità pari a zero non abbiano grandi strutture commerciali e quindi siano, da questo punto di vista, sullo stesso piano di Alpignano. Se si considera un bacino di utenza pari a 15 minuti, solo il 30% dei comuni considerati è in una posizione migliore rispetto al comune di Alpignano, possiede cioè grandi strutture di vendita commerciali.

Tabella n. 24a

comune	dato di densità
<b>ALPIGNANO</b>	<b>0,00</b>
CASELETTE	0,00
COLLEGNO	-192,54
DRUENTO	0,00
GIVOLETTO	0,00
GRUGLIASCO	-149,99
PIANEZZA	0,00
RIVOLI	-57,46
SAN GILLIO	0,00
VAL DELLA TORRE	0,00

	% densità 😊	% densità ☹️
<b>Densità in %</b>	70,00%	30,00%

Dati: Elaborazione AREA snc

## CAPITOLO TERZO LA STRUTTURA COMMERCIALE ESISTENTE

### 3.1. Gli esercizi commerciali sul territorio

Gli esercizi commerciali attivi in Alpignano, in base ai dati forniti dagli uffici comunali (a novembre 2013), nel complesso risultano pari a **163**, di cui **108 non alimentari**, **28 alimentari** e **27 misti**, che trattano cioè indifferentemente prodotti alimentari e non alimentari.

Vi sono inoltre sul territorio 17 esercizi appartenenti alle categorie “speciali”. Sono 40 i parrucchieri/estetisti, ecc. e 44 i pubblici esercizi sparsi sul territorio di Alpignano.

**ESERCIZI COMMERCIALI A NOVEMBRE 2013**

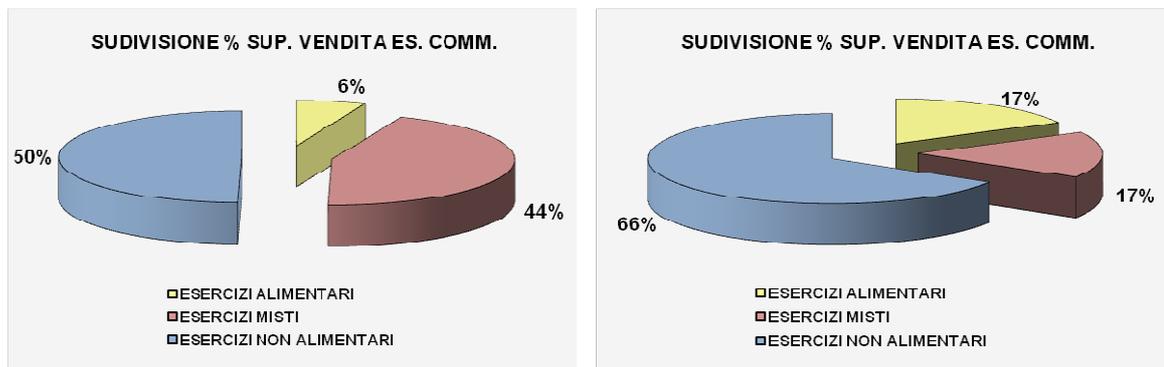
TIPO ESERCIZIO COMMERCIALE	n°	mq	% n°	% sup. mq
<b>ESERCIZI ALIMENTARI</b>	28	1.137	17%	6%
<b>ESERCIZI MISTI</b>	27	8.115	17%	44%
<b>ESERCIZI NON ALIMENTARI</b>	108	9.127	66%	50%
<b>TOTALE ESERCIZI</b>	<b>163</b>	<b>18.379</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PUBBLICI ESERCIZI</b>	<b>44</b>			
<b>PARRUCCHIERI/ESTETISTI</b>	<b>40</b>			
<b>DISTRIBUTORI</b>	<b>5</b>			
<b>BANCHE</b>	<b>6</b>			
<b>FARMACIE/PARAFARMACIE</b>	<b>5</b>			
<b>EDICOLE SU SUOLO PUBBLICO</b>	<b>7</b>			

Fonte: elaborazione AREA s.n.c. su dati Ufficio Commercio del Comune

In termini di numerosità il 66% degli esercizi commerciali è di tipo non alimentare, il 17% sono alimentari, come i misti. Se si considera, invece, la superficie di vendita il 50% degli esercizi sono extra - alimentari, il 6% sono di tipo alimentare ed il 44% sono misti.

Rispetto ai dati 2010 diminuiscono gli alimentari ed i non alimentari mentre crescono sensibilmente gli esercizi di tipo misto, soprattutto se si guarda la superficie di vendita: dal 29% del 2010 si passa al 44% del 2012 con una crescita di 11 punti percentuali.

Aumentano anche i pubblici esercizi che dai 39 del 2010 passano ai 44 del 2013, così come i parrucchieri/estetisti che da 33 unità nel 2010 passano a 40 nel 2013.



La superficie complessiva degli esercizi commerciali è pari a 18.379 mq, di cui 9.127 mq sono esercizi non alimentari, 1.137 alimentari e 8.115 mq esercizi misti.

**LA RETE COMMERCIALE AL 2013 - NUMERO E SUP. DEGLI ESERCIZI PER TIPOLOGIA**

SETTORE	TIPOLOGIA	N° TOT.	SUP. TOT.
<b>ALIMENTARI</b>	Vicinato	28	1.137
	Medie dimensioni	-	-
	Grandi dimensioni	-	-
<b>EXTRA ALIMENTARI</b>	Vicinato	105	7.532
	Medie dimensioni	3	1.595
	Grandi dimensioni	-	-
<b>MISTI</b>	Vicinato	22	4.390
	Medie dimensioni	5	3.725
	Grandi dimensioni	-	-
<b>TOTALE</b>		<b>163</b>	<b>18.379</b>

Fonte: elaborazione AREA s.n.c. su dati Ufficio Commercio del Comune

**ESERCIZI COMMERCIALI A NOVEMBRE 2013 - SUP. MEDIA**

TIPO ES. COMM.	N° TOT.	SUP. TOT.	SUP. MEDIA
ALIMENTARE	28	1.137	41
NON ALIMENTARE	108	9.127	85
MISTI	27	8.115	301
<b>TOTALE</b>	<b>163</b>	<b>18.379</b>	<b>113</b>

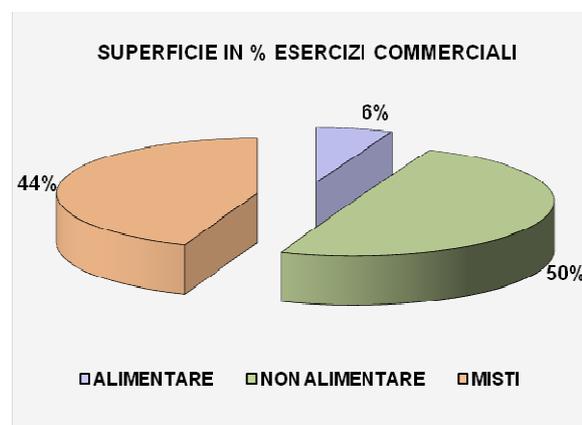
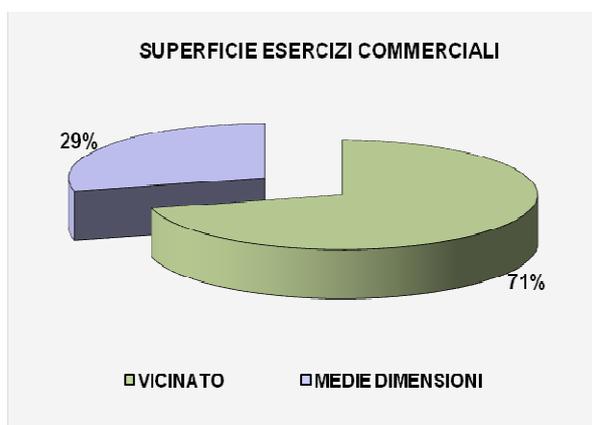
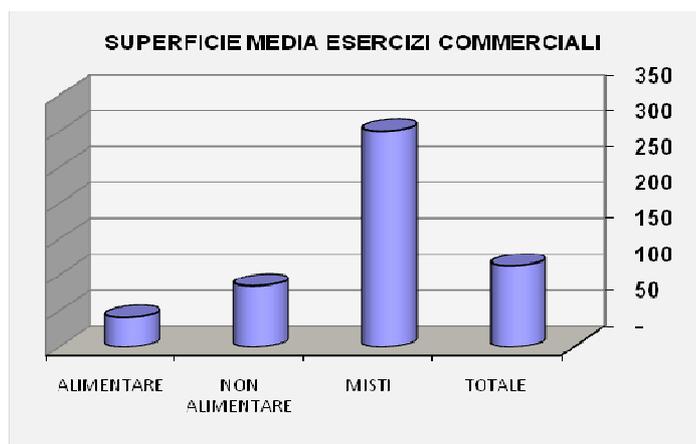
Fonte: elaborazione AREA s.n.c. su dati Ufficio Commercio del Comune

ESERCIZI COMMERCIALI A NOVEMBRE 2013 - SUP. MEDIA			
TIPOLOGIA ES. COMM.	N° TOT.	SUP. TOT.	SUP. MEDIA
VICINATO	155	13.059	84
MEDIE DIMENSIONI	8	5.320	665
GRANDI DIMENSIONI	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>163</b>	<b>18.379</b>	<b>113</b>

Fonte: elaborazione AREA s.n.c. su dati Ufficio Commercio del Comune

Complessivamente i dati forniscono il quadro di una rete di vendita ben strutturata ed orientata a fornire un servizio locale, nei confronti delle esigenze primarie della popolazione residente e, per alcune parti, anche un servizio per un più ampio bacino di utenza.

I grafici seguenti rappresentano visivamente meglio quanto detto finora.



Riassumendo i dati riportati nelle tabelle precedenti, nel comune di Alpignano risulta che:

- solo 8 esercizi commerciali su 163 (pari al 40,7% circa della sup. di vendita totale) sono di medie dimensioni, superando la soglia dimensionale dei 250 mq, con una superficie media di 665 mq;
- i negozi di vicinato sono il 59,3% della superficie di vendita esistente nell'intero comune con circa 13.000 mq;
- la superficie media degli esercizi di genere alimentare è pari a circa 41 mq, per quelli non alimentari è pari a 85 mq mentre sale a 301 mq per quelli misti.
- superiori sia come numero, sia come superficie di vendita gli esercizi non alimentari sono 108 con una superficie di vendita pari a 9.127 mq, anche se in calo rispetto al 2010 (dove avevamo 117 esercizi con una sup. commerciale di 10.600 mq circa).

Dal punto di vista del posizionamento gli esercizi commerciali di vicinato del Comune di Alpignano sono collocati prevalentemente sulle vie centrali: via Valdellatorre, viale Vittoria (a ridosso del Centro Storico dove purtroppo troviamo pochi esercizi commerciali) e su via Mazzini (molto trafficata). Le medie superfici presenti nel Comune si trovano invece quasi tutte su via Venaria e via Cavour.



*Carrefour e La Torre centri commerciali su via Cavour*

### 3.2. Analisi del commercio al dettaglio in sede mobile: commercio su area pubblica

#### I mercati di Alpignano

L'analisi commerciale di Alpignano non può considerarsi completa se non si considera il commercio su area pubblica.

Il comune presenta tre mercati distribuiti nell'arco dell'intera settimana, uno, in p.zza 8 Marzo, rappresenta un mercato di area più vasta, mentre quello in p.zza Berlinguer svolge una funzione di mercato di vicinato.

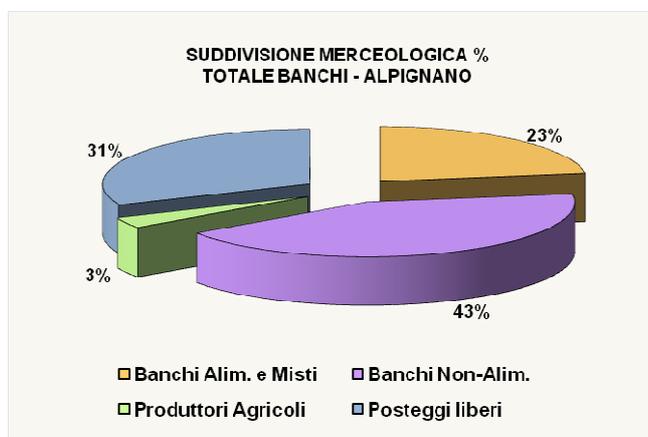
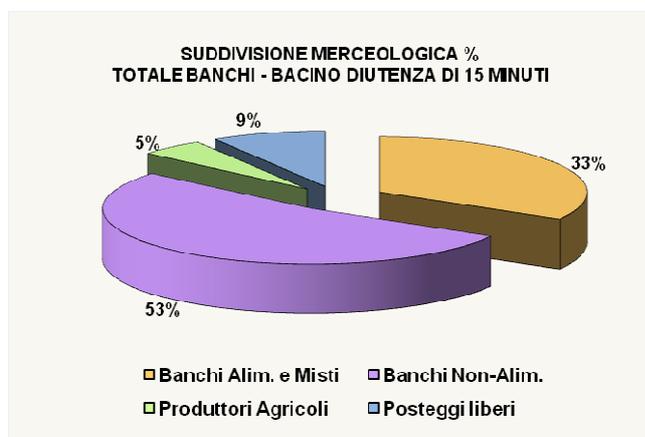
Il mercato più grande di piazza 8 Marzo, presente nella giornata di sabato, conta 96 posteggi e si trova molto vicino al Centro Storico, all'interno dell'addensamento A3 di Viale Vittoria - via Mazzini.

Di seguito si riportano le consistenze dei mercati, con il numero dei posteggi destinati alle singole merceologie.

Prov.	Comune	Località	Giorni	Periodo	Banchi Alim. e Misti	Banchi Non-Alim.	Produttori Agricoli	Posteggi liberi	Totale posteggi
TO	ALPIGNANO	PIAZZA BERLINGUER	MER	ANNUALE	7	4	0	17	28
TO	ALPIGNANO	PIAZZA 8 MARZO	SAB	ANNUALE	21	49	4	22	96
<b>TOTALE ALPIGNANO</b>					<b>28</b>	<b>53</b>	<b>4</b>	<b>39</b>	<b>124</b>

Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio, 2012

Banchi Alim. e Misti	22,58%
Banchi Non-Alim.	42,74%
Produttori Agricoli	3,23%
Posteggi liberi	31,45%
<b>Totale posteggi</b>	<b>100,00%</b>



L'articolo 8 della D.C.R. 626 - 3799 "Indirizzi regionali per la programmazione del commercio su area pubblica, in attuazione dell'articolo 28 del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114" fornisce come indicazione per il calcolo teorico dei posti – banco - settimana 80 - 100 abitanti. L'offerta del comune di Alpignano è da considerarsi in generale abbastanza equilibrata, infatti, considerando la popolazione esistente pari a circa 17.000 abitanti, se si calcolano 100 abitanti ogni posto-banco, il numero minimo di posteggi che sarebbe necessario è pari a circa 170 contro i 120 presenti.

I mercati, inoltre, devono essere completi di tutte le merceologie riferibili al livello che vogliono offrire, quelli di maggiori dimensioni devono essere ricchi di articoli nel settore extra – alimentare, forzando la crescita della presenza di articoli alternativi e devono garantire adeguata presenza di banchi del settore alimentare, nei quattro comparti più tipici: frutta e verdura, formaggi e salumi, carni consentite, altri alimentari.

Il valore minimo orientativo al quale è opportuno che i comuni si attengano, tenuto conto delle tradizioni, delle tendenze locali della domanda e dell'offerta dei beni di consumi, è il seguente:

- settore alimentare: 35% del totale;
- settore non alimentare: 65% del totale (35% merceologie tessile e abbigliamento e 30% altre merceologie non alimentari).

In realtà i valori indicativi proposti dalla D.C.R. per alimentari, misti e produttori (che come detto hanno funzione da attrattori) paiono bassi: sarebbe opportuno salire sino al 40-50% del totale banchi.

Analizzando l'insieme dei posti banco presenti settimanalmente nel comune di Alpignano, si osserva che la divisione merceologica risulta essere abbastanza corrispondente ai parametri regionali (22,58% settore misto e 42,74% settore non alimentare, mentre i produttori rappresentano il 3,23%). Per quanto riguarda i produttori agricoli si tenga conto che l'analisi precedente non considera il mercato specializzato che si svolge il giovedì pomeriggio in p.zza 8 Marzo, costituito da una ventina di banchi, elemento che alza notevolmente la percentuale dedicata ai produttori agricoli.

Le tabelle seguenti considerano la presenza dei mercati a vari livelli territoriali: provinciale, area di programmazione, pari livello gerarchico, bacino di utenza (15 minuti) e Comune di Alpignano.

TERRITORIO	POPOLAZIONE	Banchi Alim. e Misti	Banchi Non-Alim.	Produttori Agricoli	Posteggi liberi	Totale posteggi
<b>PROVINCIA DI TORINO</b>	<b>4.432.571</b>	6.369	10.051	1.702	2.344	20.466
AREA DI PROGRAMMAZIONE	<b>1.503.261</b>	3.770	4.909	641	1.037	10.357
PARI LIVELLO GERARCHICO	<b>168.338</b>	386	628	100	109	1.223
BACINO DI UTENZA	<b>189.781</b>	480	725	66	170	1.441
<b>COMUNE DI ALPIGNANO</b>	<b>17.246</b>	<b>31</b>	<b>67</b>	<b>4</b>	<b>23</b>	<b>125</b>

La tabella precedente riporta, a più scale, la situazione provinciale del commercio su area pubblica. I dati di raffronto più significativi sono indubbiamente quelli di densità, che consentono di conoscere il livello dell'offerta relazionata al totale della popolazione degli ambiti analizzati.

I valori del prospetto seguente sono dati dalla relazione abitanti/banchi alimentari e misti e abitanti/banchi non alimentari.

<b>DETERMINAZIONE DENSITA' DEL COMMERCIO SU AREA PUBBLICA</b>		
TERRITORIO	abitanti per banchi alimentari/mis	abitanti per banchi non alimentari
<b>PROVINCIA DI TORINO</b>	560	464
AREA DI PROGRAMMAZIONE	355	331
PARI LIVELLO GERARCHICO	395	299
BACINO DI UTENZA	311	226
<b>COMUNE DI ALPIGNANO</b>	<b>534</b>	<b>323</b>

TERRITORIO	POPOLAZIONE	Banchi Alim. e Misti	Banchi Non-Alim.	Produttori Agricoli	Posteggi liberi	Totale posteggi
<b>PROVINCIA DI TORINO</b>	<b>4.432.571</b>	6.194	9.545	1.718	3.388	20.787
AREA DI PROGRAMMAZIONE	<b>1.505.652</b>	3.629	4.546	616	2.106	10.897
PARI LIVELLO GERARCHICO	<b>182.580</b>	364	611	98	116	1.189
BACINO DI UTENZA	<b>189.781</b>	531	841	80	141	1.593
<b>COMUNE DI ALPIGNANO</b>	<b>17.097</b>	<b>28</b>	<b>53</b>	<b>4</b>	<b>39</b>	<b>124</b>

Dalla tabella emerge che Alpignano è in linea con gli andamenti delle altre realtà analizzate, sia per quanto riguarda i banchi extra – alimentari, sia per quanto riguarda i banchi alimentari misti dove ha una densità inferiore solo alla Provincia di Torino.

## **CAPITOLO QUARTO**

### **OBIETTIVI E CRITERI PER LO SVILUPPO COMMERCIALE E INDIVIDUAZIONE DEGLI ADDENSAMENTI E DELLE LOCALIZZAZIONI AI SENSI DELLA D.C.R. 191 - 43016/2012.**

#### **Premessa**

Nel percorso delineato gli approfondimenti analitici non costituiscono solamente uno strumento di documentazione della situazione esistente, ma anche un elemento fondamentale per suggerire ipotesi progettuali. Consentono, infatti, di delineare uno schema di sintesi dell'organizzazione del commercio a più scale territoriali che evidenzia i suoi punti di forza e di debolezza. A partire da questi punti è quindi possibile definire azioni e linee di intervento per la programmazione. Gli obiettivi e i criteri della programmazione commerciale per Alpignano, alla luce dell'analisi effettuata, possono dunque essere così sintetizzati

- **Grandi strutture di vendita:** Alpignano subisce l'attrazione delle grandi strutture presenti nell'area di Programmazione e continua a non avere grandi strutture di vendita.
- **Medie strutture di vendita:** per quanto riguarda le medie strutture la situazione è abbastanza positiva, con una discreta competitività rispetto ai comuni vicini, anche se la tendenza è un ulteriore indebolimento, soprattutto per quanto riguarda il settore non-alimentare, mentre negli ultimi due/tre anni si consolida e si rafforza il settore misto.
- **Esercizi di Vicinato:** in questo caso l'obiettivo prioritario è il consolidamento e la qualificazione dell'addensamento A.1. e, soprattutto, degli addensamenti A.3. che lo circondano. Sostanzialmente si assiste al "*consolidamento*" sul mercato degli esercizi presenti (o meglio, degli spazi commerciali esistenti), anche se i negozi di vicinato nati tra il 2010 ed il 2012 hanno risentito, anche se parzialmente, della crisi economica in atto (tra il 2010 ed il 2012 chiudono 4 esercizi commerciali).

In sintesi, con l'adeguamento alla D.C.R. 191-43016/2012, si è proceduto al controllo, alla verifica ed alla riconferma della localizzazione e degli addensamenti commerciali esistenti, che sono:

- Un **ADDENSAMENTO STORICO RILEVANTE A.1.:** nel Centro Storico, così come riconosciuto anche dal PRG.
  
- Tre **ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI FORTI A.3.**
  - **A.3. VIA VALDELLATORRE – VIA CAVOUR:** si sviluppa sulla prima parte di via Valdellatore e di via Cavour (a ridosso del Centro Storico).
  - **A.3. VIALE VITTORIA – VIA MAZZINI:** si estende sulla seconda metà di via Mazzini e sul viale più centrale di Alpignano (viale Vittoria).
  - **A.3. VIA VENARIA –** si estende tra le vie Venaria e Cavour.
  
- Un **ADDENSAMENTO COMMERCIALE MINORE A.4.**
  - **A.4. VIA VALDELLATORRE:** si sviluppa sulla seconda parte di via Valdellatorre.
  
- Una **LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANA NON ADDENSATA L.1.**
  - **L.1. VIA COSTA:** su via Costa, verso il confine con Rivoli (ex A.4. VIA COSTA).

#### 4.1. A.1. Addensamento storico

“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’art. 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. I comuni formati da più quartieri hanno un solo addensamento A1; i comuni derivanti dall’aggregazione amministrativa di più centri urbani possono avere tanti addensamenti A1 quanti sono i centri che hanno subito il processo di aggregazione”. (D.C.R. 191-43016/2012)

#### A.1. CENTRO STORICO

Per quanto riguarda la realtà commerciale del Centro Storico di Alpignano, la quasi totalità degli esercizi commerciali è localizzata sulle vie centrali: via Matteotti e via I Maggio. Purtroppo gli esercizi commerciali non sono molti come si può osservare dalle tabelle seguenti:

<b>A1 CENTRO STORICO - ESERCIZI COMMERCIALI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Matteotti	31	alimentare	es. commerc.	20,00
Via Roma	2/B	alimentare	es. commerc.	30,00
Via 1°Maggio	45	aliment./non_aliment.	es. commerc.	104,00
Via Matteotti	12-14	non_alimentare	es. commerc.	50,00
Via Matteotti	38	non_alimentare	es. commerc.	24,00
Via Matteotti	26	non_alimentare	es. commerc.	30,00
Via Matteotti	28	non_alimentare	es. commerc.	60,00
Via Matteotti	23	non_alimentare	es. commerc.	55,00
Piazza 1°Maggio	5	non_alimentare	es. commerc.	25,00
Via Revelli	5	non_alimentare	es. commerc.	23,00
<b>TOTALE A1 CENTRO STORICO</b>	<b>10</b>			<b>421,00</b>
<b>A1 CENTRO STORICO - PUBBLICI ESERCIZI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Mazzini	23	Caffetteria è...	pubblico es.	-
<b>TOTALE A1 CENTRO STORICO</b>	<b>1</b>			
<b>A1 CENTRO STORICO - PARRUCCHIERI ESTETISTI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Marietti	9	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Matteotti	77	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Matteotti	34	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Revelli	11	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Roma	29	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Roma	2	BARBIERE	parrucch./estet.	-
Via Roma	7	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
<b>TOTALE A1 CENTRO STORICO</b>	<b>7</b>			<b>-</b>
<b>A1 CENTRO STORICO - ALTRE ATTIVITA'</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Mazzini	5	banca	es. speciale	-
Via Mazzini	25	farmacia	es. speciale	-
<b>A1 CENTRO STORICO</b>	<b>2</b>			<b>-</b>

Nell’A.1. troviamo un solo esercizio di tipo misto, due di tipo alimentare, sette esercizi non alimentari. I parrucchieri ed estetisti sono sette, oltre ad un pubblico esercizio, una banca ed una farmacia.

**A1 CENTRO STORICO**

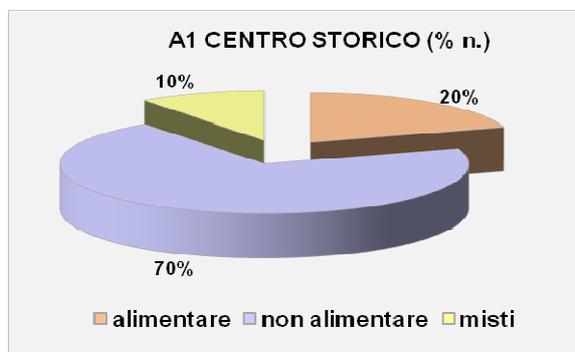
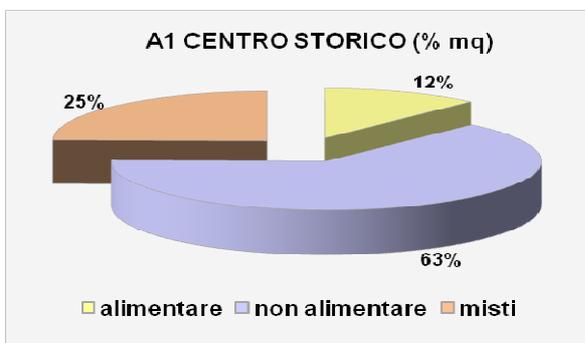
TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	2	50,00
non alimentare	7	267,00
misti	1	104,00
<b>TOTALE</b>	<b>10</b>	<b>421,00</b>

*Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013*

**A1 CENTRO STORICO**

TIPOLOGIE	NUMERO
Pubblici esercizi	1
Parrucchieri/estetisti	7
Framacie	1
Banche	1
Chioschi/Tabacchi	1

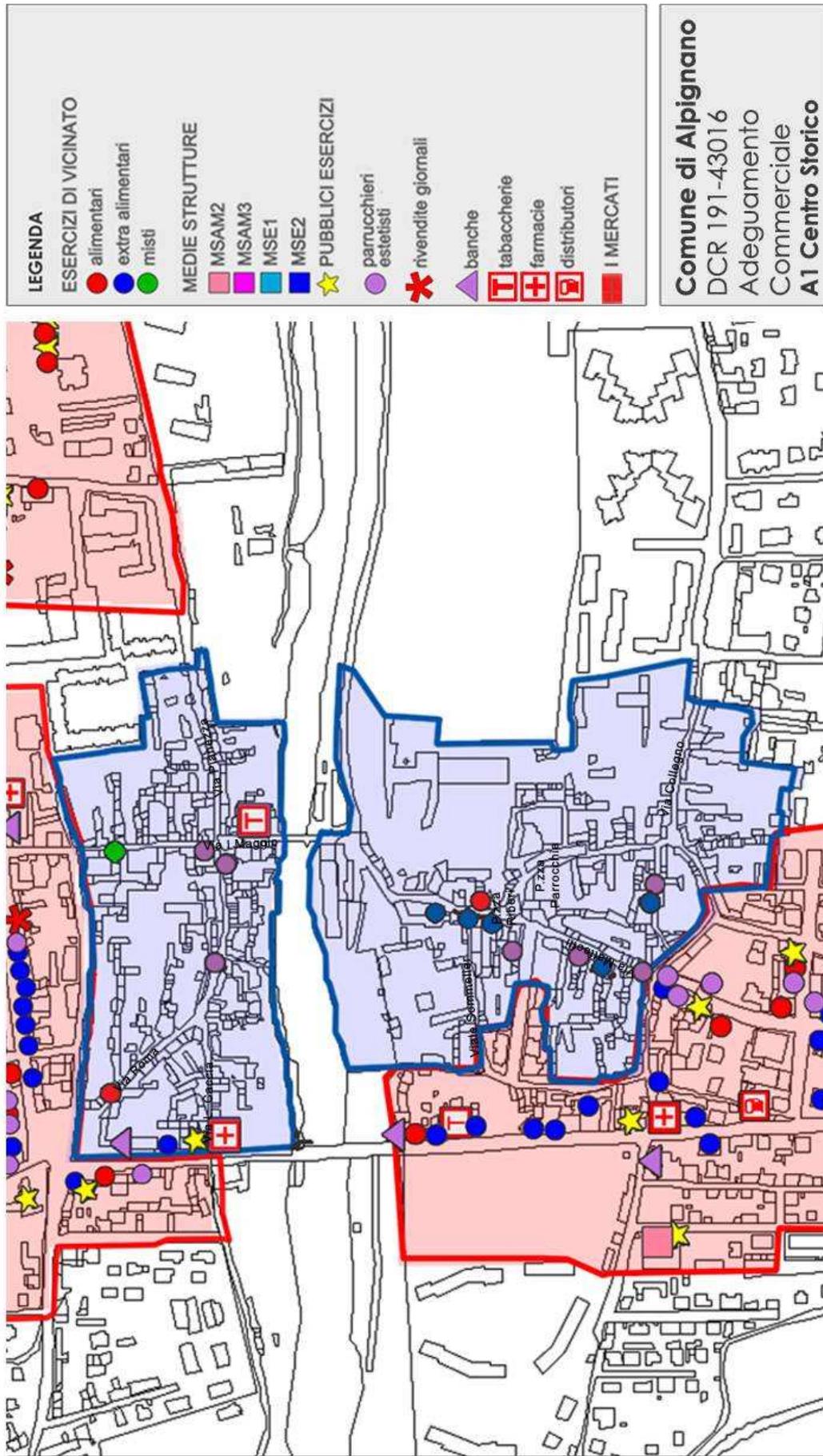
*Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013*



*Alcuni esercizi commerciali nel Centro Storico*







## 4.2 A.3. Addensamenti commerciali urbani forti

“Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A1, A2. Gli addensamenti commerciali urbani forti sono gli ambiti commerciali di non antica formazione, ubicati nel centro abitato del centro metropolitano, dei poli, dei subpoli, dei comuni intermedi e turistici e caratterizzati da un’ apprezzabile presenza di esercizi commerciali e di servizio e da buona densità residenziale di contorno. L’ offerta commerciale è tendenzialmente completa. Sono le sedi attuali e potenziali di offerta concentrata, che si contrappongono, in genere, agli addensamenti storici rilevanti e secondari. Per ciascun tipo di comune, gli addensamenti commerciali urbani forti sono riconoscibili attraverso almeno alcuni dei seguenti parametri orientativi:

- 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 al valore del parametro N.3;
- 2) numero degli esercizi presenti (parametro Q.3) e relativa quantità di superficie di vendita cumulata (parametro F.3), ubicati, senza evidenti soluzioni di continuità, in un insieme omogeneo ed unitario con attività paracommerciali ed assimilabili, lungo uno o due fronti di un tratto di via o piazza, la cui lunghezza si somma ed è espressa in metri lineari (parametri 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)”. D.C.R. 191-43016/2012

### A.3. VIA VALDELLATORRE – VIA CAVOUR

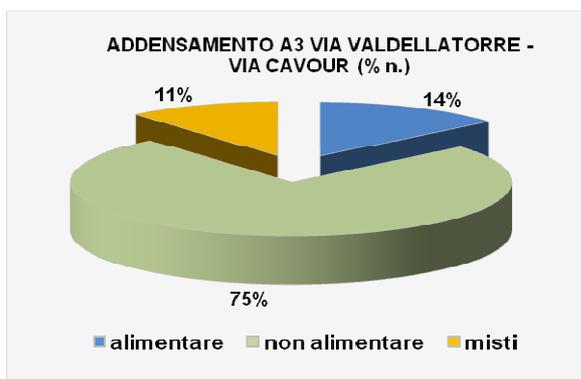
Si sviluppa a ridosso dell’omonima via Valdellatorre e prosegue a ridosso del Centro Storico su via Cavour. Dal punto di vista commerciale è il più piccolo dei tre addensamenti A.3. di Alpignano.

Con 36 esercizi commerciali per lo più collocati su via Valdellatorre, via Cavour ed il tratto iniziale di via Mazzini, l’addensamento conta 27 esercizi non alimentari (con circa 2.000 mq di sup. commerciale), 4 esercizi di tipo misto, 5 di tipo alimentare, 5 pubblici esercizi, 11 parrucchieri /estetisti, 1 farmacia, un chiosco di giornali ed una banca.

A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR

TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	5	203,00
non alimentare	27	1.981,00
misti	4	348,00
<b>TOTALE</b>	<b>36</b>	<b>2.532,00</b>

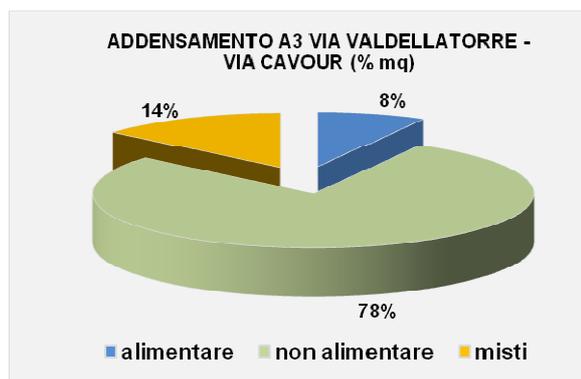
Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013



A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR

TIPOLOGIE	NUMERO
Pubblici esercizi	5
Parrucchieri/estetisti	11
Framacie	1
Banche	1
Chioschi/Tabacchi	1

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013



Più caotiche e trafficate le vie Mazzini e Cavour, meno congestionata e molto più “isolata” via Valdellatorre dove gli esercizi sono 8 di tipo misto, 2 non alimentari ed uno di tipo alimentare.

Nelle tabelle seguenti sono elencate tutte le attività commerciali presenti nell’Addensamento A.3., divisi per alimentari, extra alimentari, misti, centri commerciali, speciali, pubblici esercizi e parrucchieri/estetisti.

<b>A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR - ESERCIZI COMMERCIALI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Cavour	3	alimentare	es. commerc.	20,00
Via Cavour	1	alimentare	es. commerc.	35,00
Via Cavour	15	alimentare	es. commerc.	51,00
Via Mazzini	8	alimentare	es. commerc.	47,00
Via Valdellatorre	28/D-E	alimentare	es. commerc.	50,00
<b>TOT. ALIMENTARI</b>		<b>5</b>		<b>203,00</b>
Via Cavour	17	aliment./non_aliment.	es. commerc.	180,00
Via E. Toti	1/3	aliment./non_aliment.	es. commerc.	30,00
Via Valdellatorre	11	aliment./non_aliment.	es. commerc.	48,00
Via Valdellatorre, 32/D	32/D	aliment./non_aliment.	es. commerc.	90,00
<b>TOT. MISTI</b>		<b>4</b>		<b>348,00</b>
Piazza V. Veneto	3	non_alimentare	es. commerc.	25,00
Via Baracca	33	non_alimentare	es. commerc.	80,00
Via Cavour	10 bis	non_alimentare	es. commerc.	30,00
Via Cavour	22	non_alimentare	tabaccheria/giornali	19,00
Via Cavour	31	non_alimentare	es. commerc.	31,00
Via Cavour	10	non_alimentare	es. commerc.	60,00
Via Cavour	11	non_alimentare	es. commerc.	30,00
Via Cavour	13	non_alimentare	es. commerc.	135,00
Via Cavour	14 bis	non_alimentare	es. commerc.	79,00
Via Cavour	2 bis	non_alimentare	es. commerc.	94,00
Via Cavour	23	T.S. monopolio	es. commerc.	30,00
Via Cavour	37	non_alimentare	es. commerc.	115,00
Via Cavour	37 bis	non_alimentare	es. commerc.	249,00
Via Cavour	6	non_alimentare	es. commerc.	116,00
Via Cavour	8/A	non_alimentare	es. commerc.	20,00
Via Cavour	8/B	non_alimentare	es. commerc.	37,00
Via Cavour	9	non_alimentare	es. commerc.	70,00
Via Mazzini	2	non_alimentare	es. commerc.	115,00
Via Mazzini	28	non_alimentare	es. commerc.	27,00
Via Valdellatorre	32/B	non_alimentare	es. commerc.	57,00
Via Valdellatorre	20	non_alimentare	es. commerc.	228,00
Via Valdellatorre	25	non_alimentare	es. commerc.	70,00
Via Valdellatorre	28	non_alimentare	es. commerc.	41,00
Via Valdellatorre	28/H	non_alimentare	es. commerc.	52,00
Via Valdellatorre	32/C	non_alimentare	es. commerc.	36,00
Via Valdellatorre	47	non_alimentare	es. commerc.	35,00
Via Valdellatorre	5	non_alimentare	es. commerc.	100,00
<b>TOT. NON ALIMENTARI</b>		<b>27</b>		<b>1.981,00</b>
<b>TOTALE A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR</b>		<b>36</b>		<b>2.532,00</b>

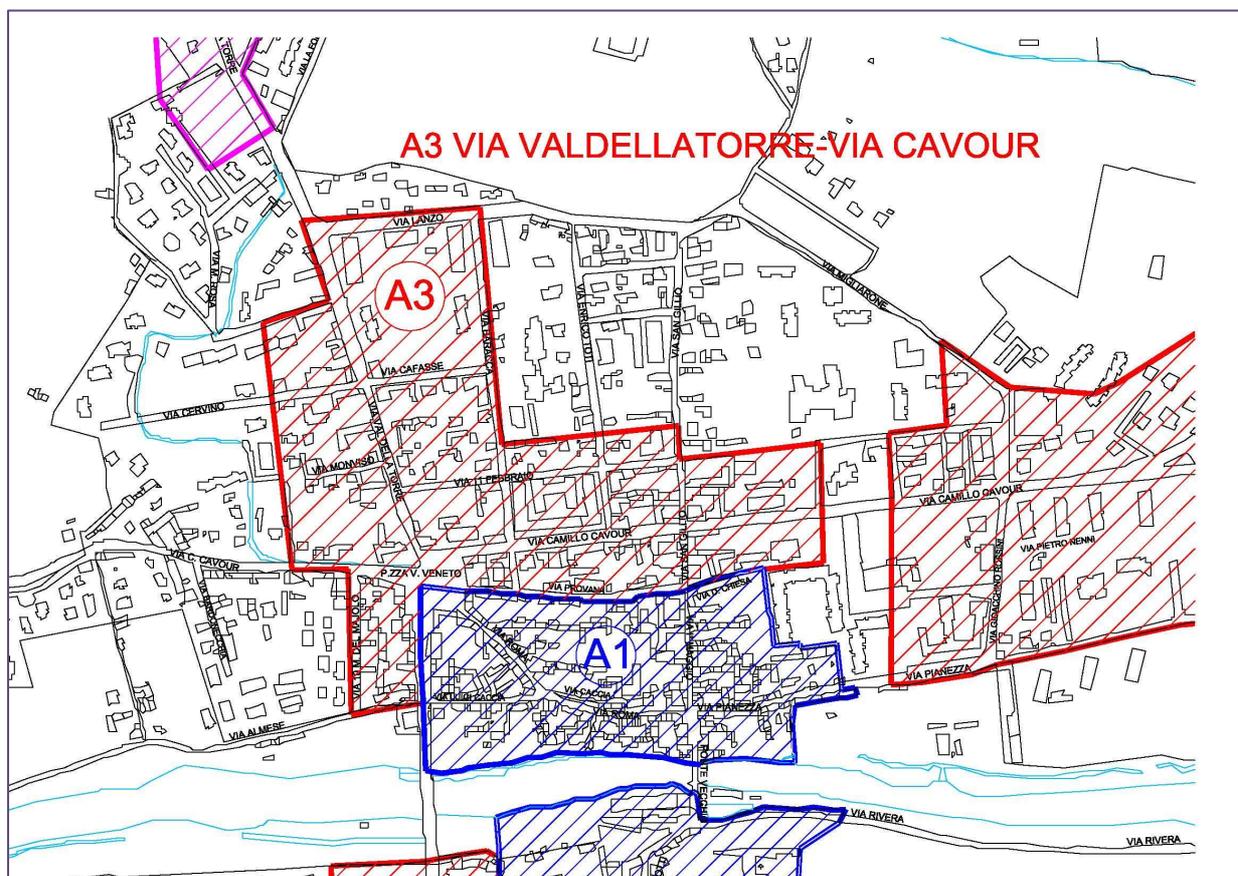
Segue l'elenco dei pubblici esercizi e dei parrucchieri estetisti che, pur non essendo esercizi commerciali al dettaglio, consentono di delineare meglio ed evidenziare la continuità commerciale.

<b>A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR - PUBBLICI ESERCIZI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Cavour	7	Millechicchi	pubblico es.	-
P.zza Vittorio Veneto	2	Ristorante Pizzeria La Fontaine	pubblico es.	-
Via Mazzini	4	Gelateria Via Mazzini	pubblico es.	-
Via E. Toti	3	Bar Gabry	pubblico es.	-
Via Val della Torre	11	Naturalia	pubblico es.	-
<b>TOTALE A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR</b>		<b>5</b>		<b>-</b>
<b>A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR - ALTRE ATTIVITA'</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Cavour	34/E-F	farmacia	T.S. farmacia	90,00
Via Cavour	34	banca	banca	-
<b>TOTALE A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR</b>		<b>2</b>		<b>90,00</b>
<b>A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR - PARRUCCHIERI ESTETISTI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Val della Torre	28	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	25	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	22/24	TATUATORE	parrucch./estet.	-
Via Mazzini	10	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Cavour	1/B	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Cavour	14	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	2	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	28/H	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Cavour	1	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	2	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	9	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
<b>TOTALE A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR</b>		<b>11</b>		<b>-</b>

Alcuni negozi di: via Cavour, p.zza Vittorio Veneto e via Valdellatorre.



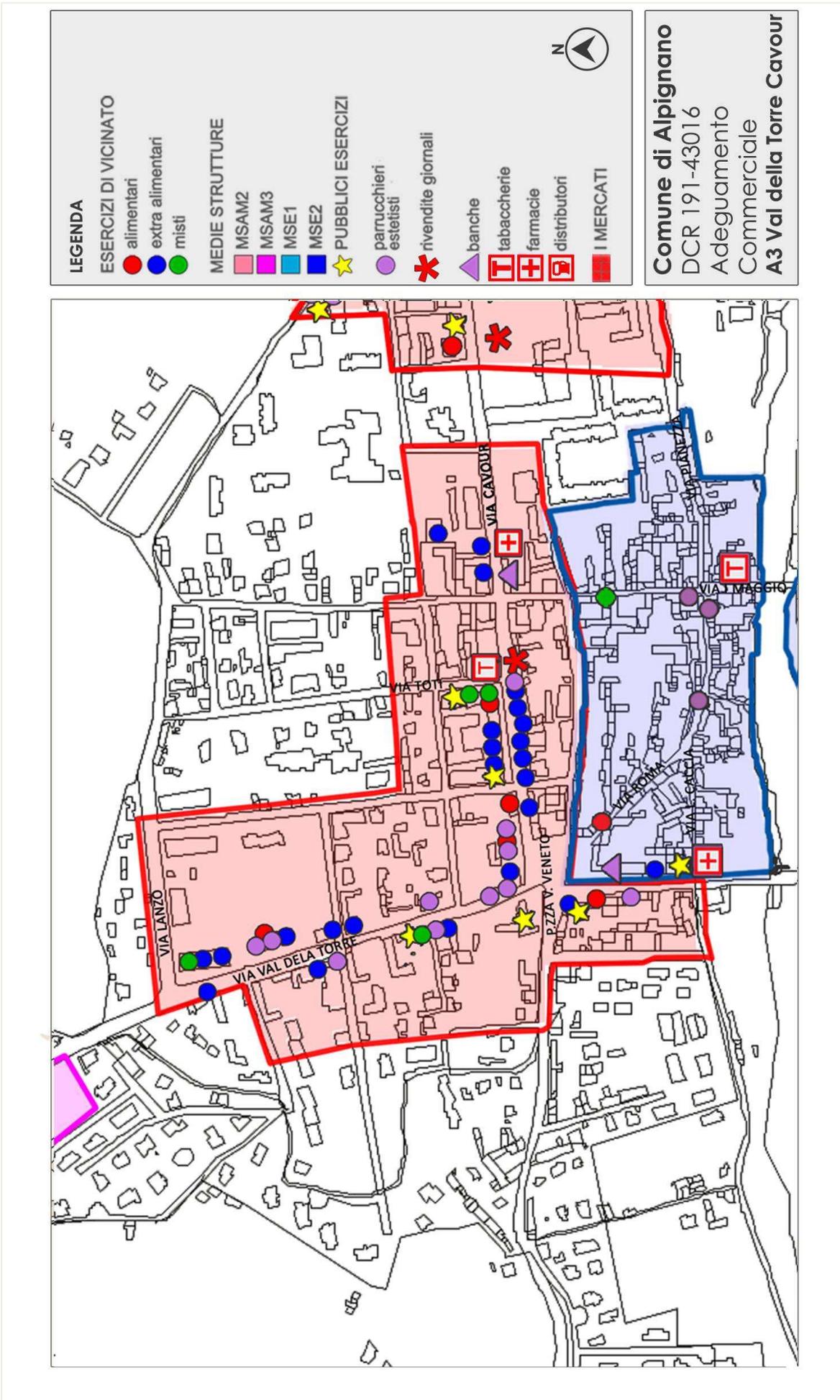
Il perimetro dell'addensamento A.3. come da DCR 59 del 2006 viene riconfermato con l'adeguamento alla DCR 191/2012.



Purtroppo nell'addensamento non è presente un mercato settimanale o mensile che potrebbe rivitalizzare il settore commerciale.

ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO			
A3 VIA VALDELLATORRE - VIA CAVOUR	Parametro	Parametro orientativo	Parametro effettivo
MERCATO IN AREA PEDONALE DURANTE LO SVOLGIMENTO DEL SERVIZIO. NUMERO MINIMO DI BANCHI	N.3	N. 60	-
Lunghezza minima del fronte strada e/o piazza	P.3	mt. 500	mt. 700
Numero minimo di esercizi presenti sul fronte strada e/o piazza	Q.3	N. 25	N. 36
Estensione massima possibile dell'addensamento oltre l'ultimo esercizio	E.3	mt. 100	mt. 100
Valore minimo dei mq. di vendita cumulata dai punti di vendita presenti	F.3	mq. 600	mq. 2.532,00

I parametri sono rispettati ad eccezione di N.3., anche se si svolge un mercato di 96 banchi nella p.zza 8 Marzo, cioè a circa 500 mt dall'addensamento, inoltre sono presenti 36 esercizi di vicinato con 2.532,00 mq. Di seguito si riporta la piantina dell'addensamento A.3. di Via Valdellatorre - Via Cavour con il rilievo delle attività esistenti.



### A.3. VIA VENARIA

Si estende quasi totalmente su via Cavour e via Venaria. Dal punto di vista commerciale è forse il più forte dei tre addensamenti A.3. presenti nel Comune: tra le due vie (Cavour e Venaria) troviamo quattro medie strutture extra - alimentari e tre medie strutture di tipo misto.

Sono presenti in totale 36 esercizi, di cui 17 di tipo non alimentare (con due medie strutture di 270,00 e 1.325,00 mq di sup. di vendita). Sono invece 13 gli esercizi misti con una superficie totale di circa 3.800 mq, mentre il settore alimentare è coperto da 6 esercizi con una superficie totale di 262 mq.

#### A3 VIA VENARIA

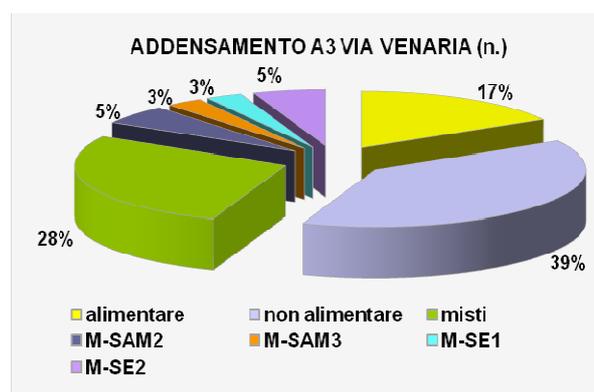
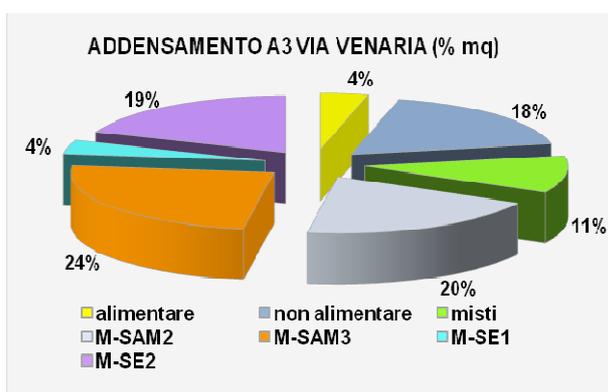
TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	6	262,00
non alimentare	14	1.263,50
misti	10	733,00
<b>M-SAM2</b>	<b>2</b>	<b>1.366,00</b>
<b>M-SAM3</b>	<b>1</b>	<b>1.700,00</b>
<b>M-SE1</b>	<b>1</b>	<b>270,00</b>
<b>M-SE2</b>	<b>2</b>	<b>1.325,00</b>
<b>TOTALE</b>	<b>36</b>	<b>6.919,50</b>

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013

#### A3 VIA VENARIA

TIPOLOGIE	NUMERO
Publici esercizi	14
Parrucchieri/estetisti	9
Framacie	0
Banche	1
Chioschi/Tabacchi	2

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013



Come si può vedere dai grafici, in termini di mq di sup. commerciale gli esercizi commerciali di tipo non alimentare coprono il 43%, in termini di numerosità commerciale sono il 47%, seguiti dal settore misto (53% e 36%). Solo il 4% degli esercizi commerciali ed il 17% della superficie commerciale è dedicata interamente al settore alimentare. Segue l'elenco delle attività commerciali in Alpignano.

<b>A3 VIA VENARIA</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S. V.</b>
Via Cavour	65/67	alimentare		42,00
Via Cavour	135	alimentare		47,00
Via P. Nenni	7	alimentare		41,00
Via P. Nenni	7	alimentare		48,00
Via P. Nenni	7	alimentare		39,00
Via Rossini	11	alimentare		45,00
<b>TOTALE</b>		<b>6</b>		<b>262,00</b>
Via Cavour	127	alimentare/non_alimentare	<b>M-SAM3</b>	<b>1.700,00</b>
Via Cavour	127	alimentare/non_alimentare		28,00
Via Cavour	123	alimentare/non_alimentare		27,00
Via Cavour	123	alimentare/non_alimentare	<b>M-SAM2</b>	<b>483,00</b>
Via Cavour	125	alimentare/non_alimentare	paraFarmacia	60,00
Via Cavour	125/C P.T.	alimentare/non_alimentare		60,00
Via Cavour	127 1° piano	alimentare/non_alimentare		30,00
Via Cavour	185	alimentare/non_alimentare		41,00
Via Migliarone	21/B	alimentare/non_alimentare		80,00
Via Pianezza	76	alimentare/non_alimentare		214,00
Via Venaria	18	alimentare/non_alimentare	<b>M-SAM2</b>	<b>883,00</b>
Via Venaria	18	alimentare/non_alimentare		168,00
Via Venaria	8	alimentare/non_alimentare		25,00
<b>TOTALE</b>		<b>13</b>		<b>3.799,00</b>
Via Cavour	107 - P.T.	non_alimentare		70,00
Via Cavour	123 - P.T.	non_alimentare	(in ambito bar)	68,00
Via Cavour	125/D	non_alimentare		63,00
Via Cavour	131 - P.T.	non_alimentare		15,00
Via Cavour	131 - P.T.	non_alimentare	<b>M-SE2</b>	<b>790,00</b>
Via Cavour	145	non_alimentare	estetista	23,50
Via Cavour	171	non_alimentare		215,00
Via Cavour	185	non_alimentare		90,00
Via Cavour	93 P.I.	non_alimentare	<b>M-SE2</b>	<b>535,00</b>
Via Migliarone	21	non_alimentare		16,00
Via Migliarone	21 bis	non_alimentare	estetista	117,00
Via Rossini	20/22	non_alimentare		86,00
Via Venaria	28/30	non_alimentare	<b>M-SE1</b>	<b>270,00</b>
Via Venaria	33/bis	non_alimentare	(vivaio)	183,00
Via Venaria	35	non_alimentare		150,00
Via Venaria	39	non_alimentare		150,00
Via Venaria	4/A	non_alimentare	tabaccheria	17,00
<b>TOTALE</b>		<b>17</b>		<b>2.858,50</b>
<b>TOTALE A3 VIA VENARIA</b>		<b>36</b>		<b>6.919,50</b>

In p.zza Berlinguer si svolge un mercato il mercoledì mattina con 28 banchi: 4 non alimentari, 7 di tipo misto .

Prov.	Comune	Località	Giorni	Periodo	Banchi Alim. e Misti	Banchi Non-Alim.	Produttori Agricoli	Posteggi liberi	Totale posteggi
TO	ALPIGNANO	PIAZZA BERLINGUER	MER	ANNUALE	7	4	0	17	28
TO	ALPIGNANO	PIAZZA 8 MARZO	SAB	ANNUALE	21	49	4	22	96
<b>TOTALE ALPIGNANO</b>					<b>28</b>	<b>53</b>	<b>4</b>	<b>39</b>	<b>124</b>

Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio, 2012

Sono 14 i pubblici esercizi presenti, tra bar, pizzerie e ristoranti, 9 i parrucchieri/estetisti presenti oltre ad un chiosco di giornali posto su via Cavour ed ad una banca. La tabella seguente fornisce un

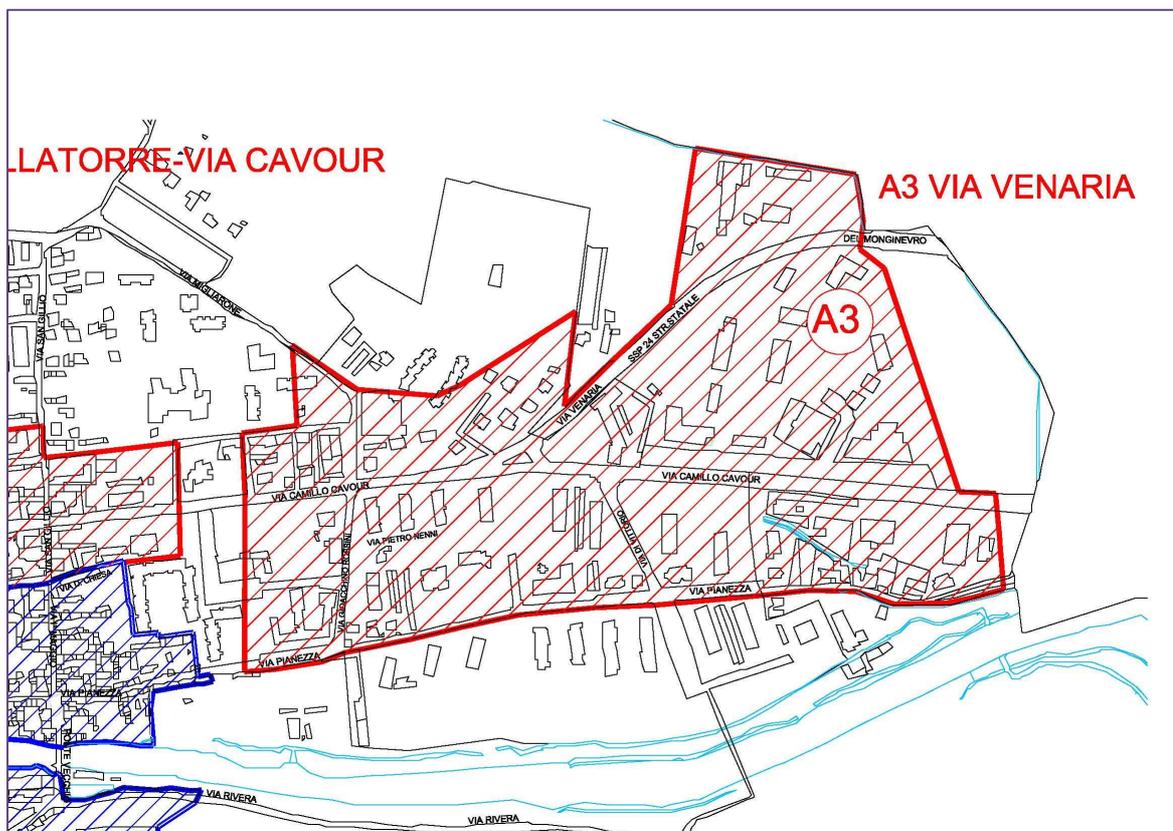
riassunto della composizione dell'addensamento per quanto riguarda gli esercizi speciali, i pubblici esercizi ed i parrucchieri /estetisti.

<b>A3 VIA VENARIA - PUBBLICI ESERCIZI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Cavour	113	Bar Musinè	pubblico es.	-
Via Cavour	123	Trattoria Primo Incontro	pubblico es.	-
Via Cavour	127/b	Gemelli Bar	pubblico es.	-
Via Cavour	131	Discoteca "Opera"	pubblico es.	-
Via Cavour	153	Pizzeria Da Eddy e Paolo	pubblico es.	-
Via Cavour	46	Gelateria Fahrenheit 451	pubblico es.	-
Via Cavour	46	Ristorante Farhenheit 451	pubblico es.	-
Via Cavour	65/67	Caffetteria Pasticceria da Gianni	pubblico es.	-
Via Migliarone	21	Soleluna	pubblico es.	-
Via Nenni	7	Play Game da Mattia	pubblico es.	-
Via Nenni	7	Play Game da Mattia	pubblico es.	-
Via Venaria	18	Mc Donald's	pubblico es.	-
Via Venaria	18	Mediterraneo Cafè	pubblico es.	-
Via Venaria	2	La Grande Pizza	pubblico es.	-
<b>TOTALE A3 VIA VENARIA</b>		<b>14</b>		<b>-</b>
<b>A3 VIA VENARIA - ALTRE ATTIVITA'</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Cavour	125	chiosco	es. speciale	-
Via Cavour	44	chiosco	es. speciale	-
Via Cavour	125	banca	es. speciale	-
Via Venaria	8	distributore	es. speciale	-
<b>TOTALE A3 VIA VENARIA</b>		<b>4</b>		<b>-</b>
<b>A3 VIA VENARIA - PARRUCCHIERI ESTETISTI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Cavour	123	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Cavour	127	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Cavour	127	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Cavour	145	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Cavour	60 P.T.	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Migliarone	21 bis	ESTETISTA e	parrucch./estet.	-
Via Migliarone	22 bis	TATUATORE	parrucch./estet.	-
Via Migliarone	21/A	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Migliarone	21/B	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
<b>TOTALE A3 VIA VENARIA</b>		<b>9</b>		<b>-</b>

Via Cavour

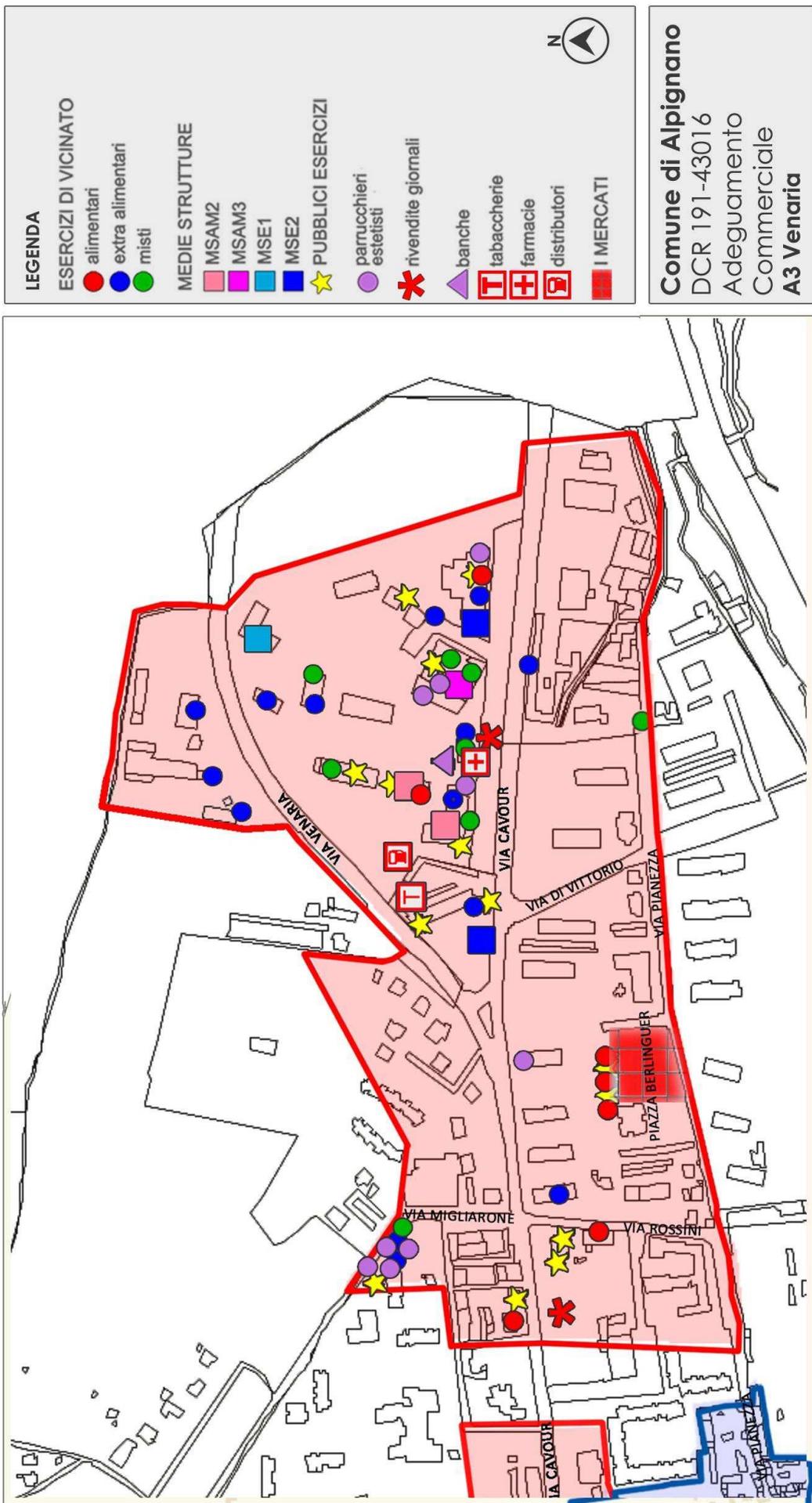


Il perimetro dell'addensamento A.3. come da DCR 59 del 2006, anche in questo caso è non stato rivisto.



Quasi tutti i parametri sono rispettati ad eccezione di N.3, infatti il mercato settimanale ha 28 banchi e non 60, ma come visto si tratta dell'addensamento con più medie strutture in Alpignano (6 in totale) e quasi 7.000 mq di superficie di vendita in totale.

ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO			
A3 VIA VENARIA	Parametro	Parametro orientativo	Parametro effettivo
MERCATO IN AREA PEDONALE DURANTE LO SVOLGIMENTO DEL SERVIZIO. NUMERO MINIMO DI BANCHI	N.3	N. 60	N. 28
Lunghezza minima del fronte strada e/o piazza	P.3	mt. 500	mt. 800
Numero minimo di esercizi presenti sul fronte strada e/o piazza	Q.3	N. 25	N. 36
Estensione massima possibile dell'addensamento oltre l'ultimo esercizio	E.3	mt. 100	mt. 100
Valore minimo dei mq. di vendita cumulata dai punti di vendita presenti	F.3	mq. 600	mq 6.919,50



### A.3. VIALE VITTORIA – VIA MAZZINI

Per quanto riguarda l'addensamento A.3. di Viale Vittoria – via Mazzini si sottolinea la continuità degli esercizi commerciali che partendo da p.zza Caduti continuano su Viale Vittoria. Nella tabella seguente l'elenco degli esercizi commerciali divisi per settore (alimentare, misto, non - alimentare).

<b>A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI - ESERCIZI COMMERCIALI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazion</b>	<b>S.V.</b>
Piazza Caduti	13	alimentare		20,00
Via Garibaldi	33	alimentare		53,00
Via Garibaldi	35	alimentare		113,00
Via Mazzini	35	alimentare		57,00
Corso Torino	13	alimentare		46,77
Viale Vittoria	3	alimentare		17,00
Viale Vittoria	18	alimentare		38,00
Viale Vittoria	20-22	alimentare		40,00
Viale Vittoria	28	alimentare		28,00
Viale Vittoria	30	alimentare		25,00
Viale Vittoria	31/A	alimentare		27,50
Viale Vittoria	8	alimentare		30,00
		<b>12</b>		<b>495,27</b>
Via Garibaldi ang. piazza Caduti		aliment./non_aliment.	<b>M-SAM1</b>	<b>251,00</b>
Viale Vittoria	3/C	aliment./non_aliment.		23,50
Via Philips	7	aliment./non_aliment.	<b>M-SAM2</b>	<b>408,24</b>
		<b>3</b>		<b>682,74</b>
Piazza Bellingeri, 9		non_alimentare		26,00
Piazza Caduti, 2		non_alimentare		42,00
Piazza Caduti, 21		non_alimentare		60,00
Piazza Caduti, 9		non_alimentare		30,00
Str. Prov.le Rivoli-Alpignano		non_alimentare		120,00
Via Cruto ang. Via Ratti		non_alimentare		40,00
Via Cruto, 25		non_alimentare	T.S. farmacia	75,00
Via Diaz, 39		non_alimentare	T.S. monopolio	76,70
Via Fontaine, 1		non_alimentare		70,00
Via Fontaine, 5		non_alimentare		47,00
Via Garibaldi, 6		non_alimentare		60,00
Via Mazzini, 43		non_alimentare		32,00
Via Mazzini, 47		non_alimentare	T.S. monopolio	35,00
Via Mazzini, 49		non_alimentare		27,00
Via Mazzini, 52		non_alimentare		70,00
Via Mazzini, 54		non_alimentare		43,00
Via Mazzini, 54		non_alimentare		42,00
Via Mazzini, 59/61		non_alimentare		56,76
Via Mazzini, 63		non_alimentare		175,00
Via Mazzini, 68		non_alimentare		104,00
Via Mazzini, 68		non_alimentare		40,00
Via Mazzini, 68		non_alimentare		71,00
Via Mazzini, 71		non_alimentare		54,44
Via Mazzini, 72 P.T.		non_alimentare		88,00
Via Mazzini, 80		non_alimentare		25,00
Via Mazzini, 83		non_alimentare		48,00
Via Mazzini, 88		non_alimentare		36,00
Via Mazzini, 92		non_alimentare	T.S. farmacia	45,00
Via Mazzini, 96		non_alimentare		61,00
Via Mazzini, 97		non_alimentare		47,30
Viale Vittoria, 32/B		non_alimentare		67,00
Viale Vittoria, 18		non_alimentare		90,00
Viale Vittoria, 20		non_alimentare		100,00
Viale Vittoria, 24 P.T.		non_alimentare		32,00
Viale Vittoria, 28/A		non_alimentare		62,00
Viale Vittoria, 29		non_alimentare		25,00
Viale Vittoria, 3/A P.T.		non_alimentare		77,00
Viale Vittoria, 30/C		non_alimentare		30,00
Viale Vittoria, 32		non_alimentare		50,00
Viale Vittoria, 32/D		non_alimentare		18,00
Viale Vittoria, 34		non_alimentare	T.S. monopolio	48,00
Viale Vittoria, 36 D		non_alimentare		34,00
		<b>42</b>		<b>2.380,20</b>
<b>TOTALE A3 V.LE VITTORIA-VIA MAZZINI</b>		<b>57</b>		<b>3.558,21</b>

Segue elenco pubblici esercizi e parrucchieri estetisti.

<b>A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI - PUBBLICI ESERCIZI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Corso Torino	13	Prendi e vai	pubblico es.	-
Piazza Bellingeri	7	Bar degli Amici	pubblico es.	-
Piazza Caduti	6	Bar Gelateria CAFFE'LATTE	pubblico es.	-
Piazza Caduti	4	Bar Anastasia	pubblico es.	-
Via Diaz	39	Bar Tabacchi Amorosi	pubblico es.	-
Via Diaz	39	Mister Lin	pubblico es.	-
Via Fontaine	1	"011" (ex Bar Italia)	pubblico es.	-
Via Garibaldi	33	Pane & Caffé	pubblico es.	-
Via Mazzini	68	Bar Flower	pubblico es.	-
Via Mazzini	79	Caffé Florio	pubblico es.	-
Via Philips	7	Il Glicine	pubblico es.	-
Viale Vittoria	18	Ristorante "L'Oasi dello Chef"	pubblico es.	-
Viale Vittoria	30	The Wine Family	pubblico es.	-
Viale Vittoria	46	Cristian Bar	pubblico es.	-
<b>MAZZINI</b>		<b>14</b>		<b>-</b>
<b>A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI - ALTRE ATTIVITA'</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Ratti	4	distributore	es. speciale	-
Via Mazzini	66/b	chiosco	es. speciale	-
Via S. Martino	14	chiosco	es. speciale	-
Viale Vittoria - Stazione FFSS		chiosco su area priv.	es. speciale	-
Via Mazzini	33	banca	es. speciale	-
Via Mazzini	38	banca	es. speciale	-
Via Mazzini	76	banca	es. speciale	-
<b>TOTALE A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI</b>		<b>7</b>		<b>-</b>
<b>A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI - PARRUCCHIERI ESTETISTI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Corso Torino	11	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Corso Torino	4	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Mazzini	97 PT	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Piazza Bellingeri	9	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Piazza Bellingeri	1	BARBIERE	parrucch./estet.	-
Piazza Caduti	1	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Piazza Caduti	9	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Bellagarda	25	ESTETISTA	parrucch./estet.	-
Via Bellagarda	6	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Mazzini	78	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
<b>MAZZINI</b>		<b>10</b>		<b>-</b>

Dal punto di vista numerico gli esercizi commerciali non alimentari sono 42 con circa 2.400 mq di sup. commerciale. Sono 12 gli esercizi alimentari (circa 500 mq), un esercizio di tipo misto e 2 medie strutture miste, per un totale di quasi 700 mq. I pubblici esercizi sono 14 ed i parrucchieri ed estetisti sono 10. Queste attività pur non essendo esercizi commerciali creano una continuità commerciale non sottovalutabile. Inoltre, la presenza di un buon numero di pubblici esercizi indicano una zona di discreto passaggio.

**A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI**

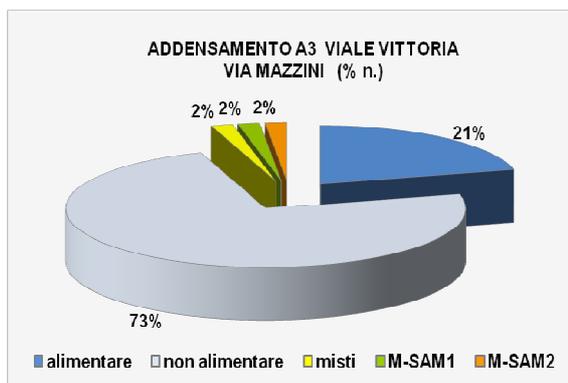
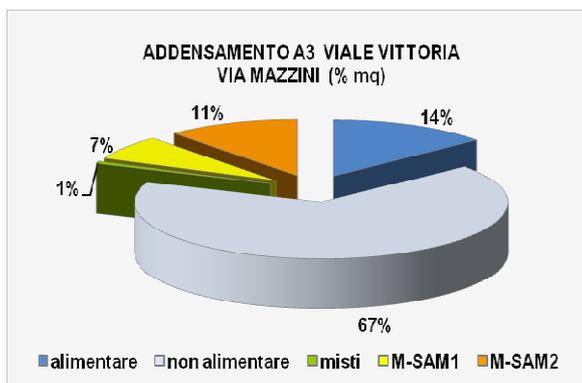
TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	12	495,27
non alimentare	42	2.380,20
misti	1	23,50
M-SAM1	1	251,00
M-SAM2	1	408,24
<b>TOTALE</b>	<b>57</b>	<b>3.558,21</b>

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013

**A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI**

TIPOLOGIE	NUMERO
Publici esercizi	14
Parrucchieri/estetisti	10
Framacie	2
Banche	4
Chioschi/Tabacchi	6

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013



via Mazzini e Viale Vittoria

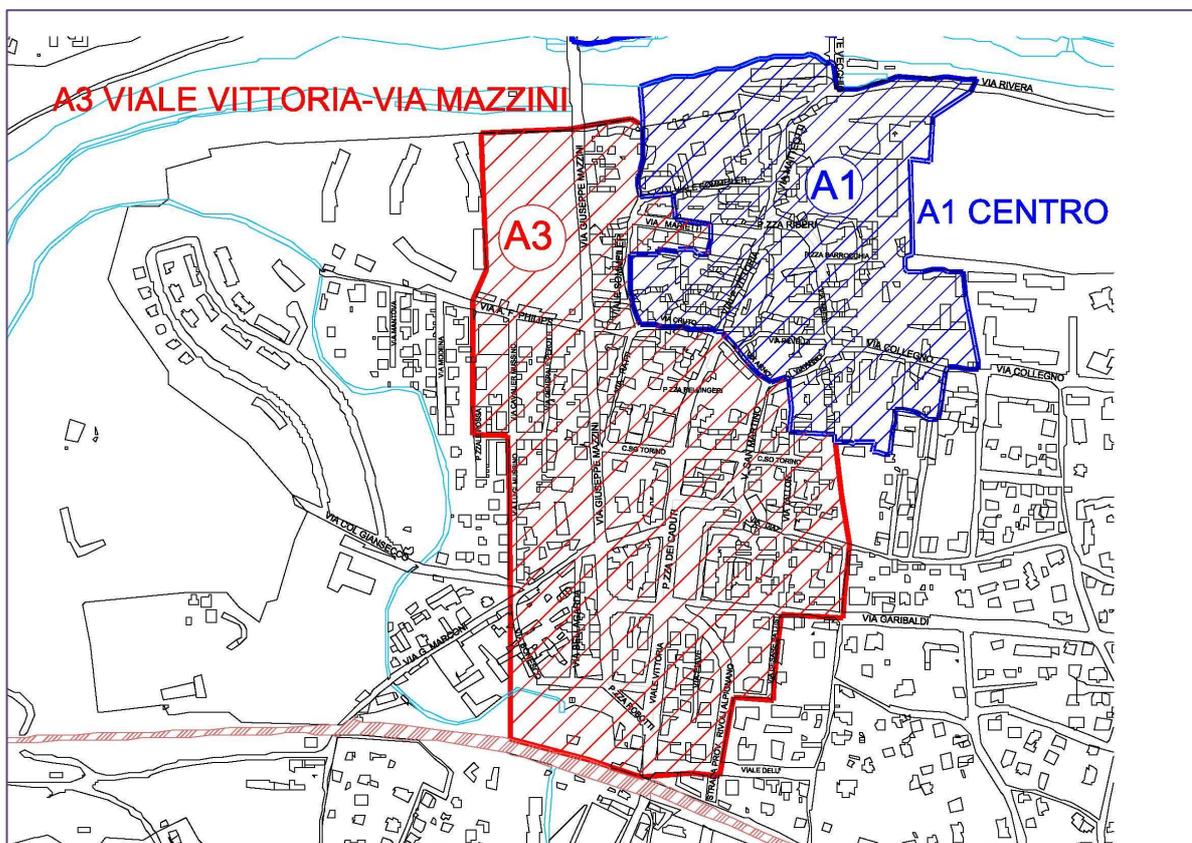


Nell'addensamento, come visto, è presente un mercato che si svolge il sabato in p.zza 8 Marzo ed è composto da 96 banchi di cui 21 sono alimentari e di tipo misto, 49 non alimentari e 4 produttori agricoli.

Prov.	Comune	Località	Giorni	Periodo	Banchi Alim. e Misti	Banchi Non-Alim.	Produttori Agricoli	Posteggi liberi	Totale posteggi
TO	ALPIGNANO	PIAZZA BERLINGUER	MER	ANNUALE	7	4	0	17	28
TO	ALPIGNANO	PIAZZA 8 MARZO	SAB	ANNUALE	21	49	4	22	96
<b>TOTALE ALPIGNANO</b>					<b>28</b>	<b>53</b>	<b>4</b>	<b>39</b>	<b>124</b>

Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio, 2012

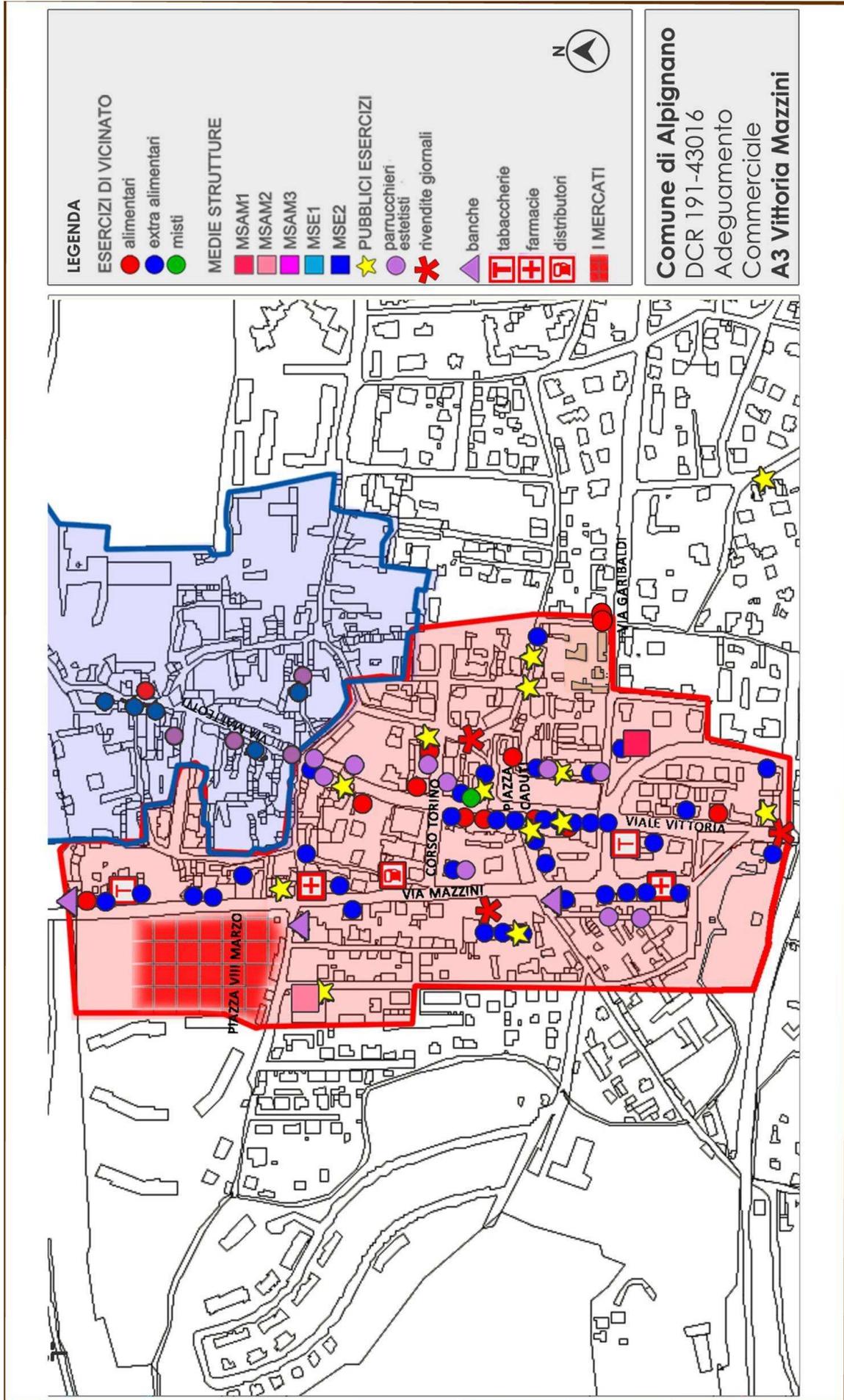
Il perimetro dell'addensamento A.3. come da DCR 59 del 2006 viene riconfermato con la nuova DCR 191 del 2012.



Tutti i parametri regionali sono ampiamente rispettati.

ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO			
A3 VIALE VITTORIA - VIA MAZZINI	Parametro	o orientativ	Parametro effettivo
MERCATO IN AREA PEDONALE DURANTE LO SVOLGIMENTO DEL SERVIZIO. NUMERO MINIMO DI BANCHI	N.3	N. 60	N. 96
Lunghezza minima del fronte strada e/o piazza	P.3	mt. 500	mt. 600
Numero minimo di esercizi presenti sul fronte strada e/o piazza	Q.3	N. 25	N. 57
Estensione massima possibile dell'addensamento oltre l'ultimo esercizio	E.3	mt. 100	mt. 100
Valore minimo dei mq. di vendita cumulata dai punti di vendita presenti	F.3	m q. 600	m q. 3.558,21

Di seguito si riporta la piantina dell'addensamento A3 di Viale Vittoria – Via Mazzini con il rilievo puntuale delle attività esistenti.



## 4.2. A4. Addensamenti commerciali minori

“Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A1, A2 e A3. Gli addensamenti commerciali urbani minori o deboli sono gli ambiti semicentrali di non antica formazione ubicati nel centro abitato e nel tessuto residenziale del centro metropolitano, dei comuni polo e subpolo della rete primaria, dei comuni intermedi, turistici e minori, lambiti o percorsi da assi viari di livello urbano locale, caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare. Sono riconosciuti negli ambiti dei centri abitati e del tessuto residenziale interclusi tra i vari tipi di addensamento. Per ciascun tipo di comune, gli addensamenti commerciali urbani minori sono riconoscibili attraverso i seguenti parametri orientativi:

1) numero degli esercizi (parametro Q.4) e relativa quantità di superficie di vendita cumulata (parametro F.4), ubicati, senza evidenti soluzioni di continuità, in un insieme omogeneo ed unitario con attività paracommerciali ed assimilabili, lungo uno o due fronti di un tratto di via o piazza, la cui lunghezza si somma ed è espressa in metri lineari (parametri P.4). Nel caso di insediamenti su un unico fronte di strada e/o piazza i parametri Q.4 ed F.4 sono dimezzati;

2) estensione possibile da computare oltre l'ultimo punto di vendita dell'addensamento (parametro E.4)”.  
 D.C.R. 191-43016/2012

### A4 VIA VALDELLATORRE

Si tratta della naturale estensione dell'addensamento A3 di via Valdellatorre. Molto meno vivace di quest'ultimo, conta 8 esercizi commerciali per una superficie commerciale di circa 470 mq.

Per la maggior parte si tratta di esercizi di tipo non alimentare: cioè 5, sono poi presenti 1 solo esercizio misto e 2 alimentari.

Quattro esercizi pubblici, 2 chioschi e due acconciatori completano l'addensamento.

#### A4 VIA VALDELLATORRE

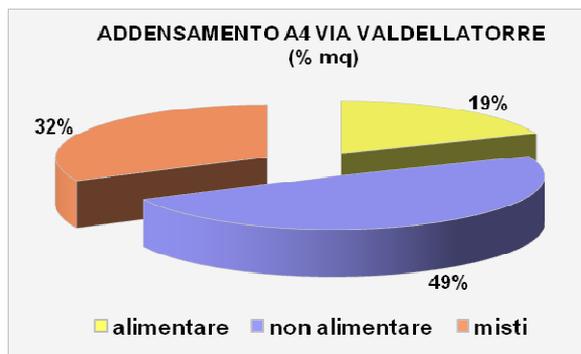
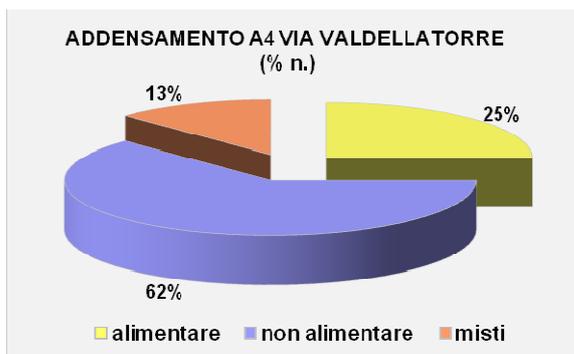
TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	2	87,67
non alimentare	5	227,94
misti	1	150,00
<b>TOTALE</b>	<b>8</b>	<b>465,61</b>

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013

#### A4 VIA VALDELLATORRE

TIPOLOGIE	NUMERO
Pubblici esercizi	4
Parrucchieri/estetisti	3
Framacie	0
Banche	1
Chioschi/Tabacchi	2

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013



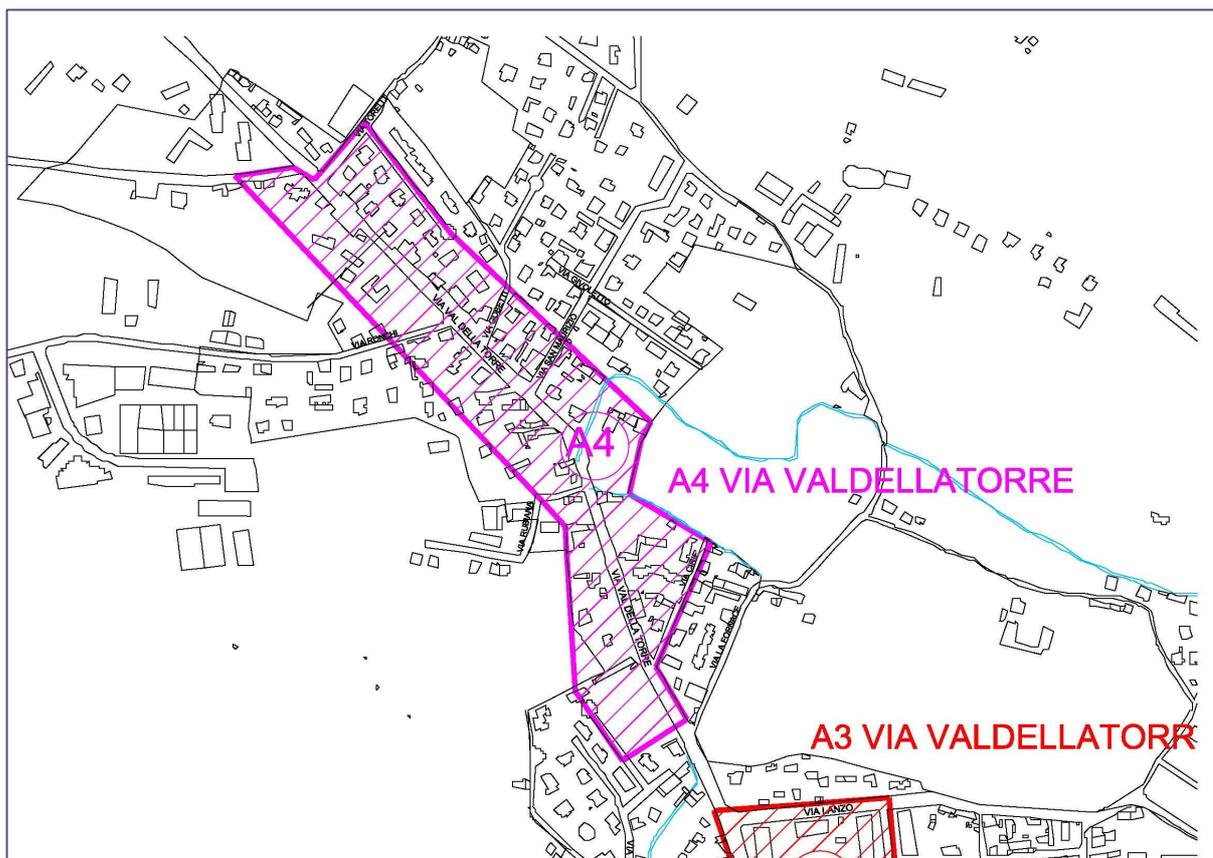
<b>A4 VIA VALDELLATORRE - ESERCIZI COMMERCIALI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Valdellatorre	72	alimentare	es. commerc.	45,00
Via Valdellatorre	84/A	alimentare	T.S. monopolio	42,67
<b>TOT. ALIMENTARE</b>		<b>2</b>		<b>87,67</b>
Via Valdellatorre	90	aliment./non_aliment.	es. commerc.	150,00
<b>TOT. MISTO</b>		<b>1</b>		<b>150,00</b>
Via Valdellatorre	82/B	non_alimentare	es. commerc.	137,00
Via Valdellatorre	70	non_alimentare	es. commerc.	36,00
Via Valdellatorre	99	non_alimentare	es. commerc.	23,94
Via Valdellatorre	79	non_alimentare	es. commerc.	10,00
Via Valdellatorre	48	non_alimentare	es. commerc.	21,00
<b>TOT. NON ALIMENTARE</b>		<b>5</b>		<b>227,94</b>
<b>A4 VIA VALDELLATORRE</b>		<b>8</b>		<b>465,61</b>

<b>A4 VIA VALDELLATORRE - PUBBLICI ESERCIZI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Val della Torre	84	Caffè Naif	pubblico es.	-
Via Val della Torre	92	Il Caminetto	pubblico es.	-
Via Val della Torre	95	Baby Bar	pubblico es.	-
Via Val della Torre	104	Roxy Bar	pubblico es.	-
<b>TOTALE A4 VIA VALDELLATORRE</b>		<b>4</b>		<b>-</b>

<b>A4 VIA VALDELLATORRE - ALTRE ATTIVITA'</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via Valdellatorre		chiosco	es. speciale	-
<b>TOTALE A4 VIA VALDELLATORRE</b>		<b>1</b>		<b>-</b>

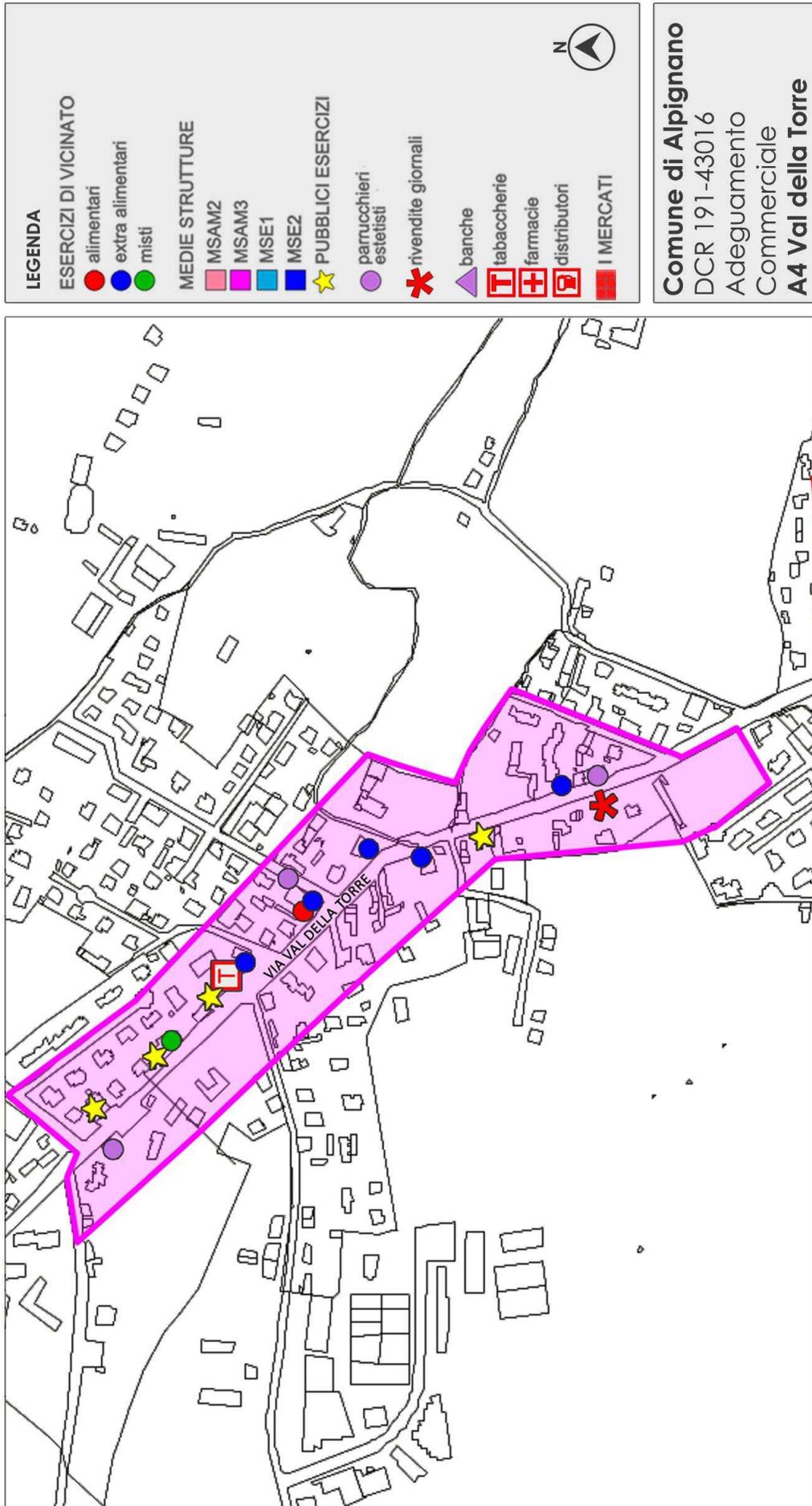
<b>A4 VIA VALDELLATORRE - PARRUCCHIERI ESTETISTI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>		<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>
Via San Maurizio	5	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	44	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
Via Val della Torre	135	ACCONCIATORE	parrucch./estet.	-
<b>TOTALE A4 VIA VALDELLATORRE</b>		<b>3</b>		<b>-</b>

Il perimetro dell'addensamento A4 come da DCR 59 del 2006, non è stato rivisto con l'aggiornamento alla DCR 191/2012.



I parametri regionali sono rispettati, visto che il parametro Q.4 può essere dimezzato nel caso di addensamenti su di un unico fronte, come in questo caso.

<b>ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO</b>			
<b>A4 VIA VALDELLATORRE</b>	<b>Parametro</b>	<b>Parametro orientativo</b>	<b>Parametro effettivo</b>
Lunghezza minima del fronte strada e/o piazza	P.4	mt. 100	mt. 400
<b>Numero minimo di esercizi presenti sul fronte strada e/o piazza</b>	<b>Q.4</b>	<b>N. 10</b>	<b>N. 8</b>
Estensione massima possibile dell'addensamento oltre l'ultimo esercizio	E.4	mt. 100	mt. 100
<b>Valore minimo dei mq. di vendita cumulata dai punti di vendita presenti</b>	<b>F.4</b>	<b>mq. 250</b>	<b>mq 465,61</b>



### 4.3. Le Localizzazioni commerciali urbane non addensate L1

Le principali caratteristiche delle localizzazioni commerciali urbane non addensate L1 sono le seguenti:

*“Sono riconosciute solo nelle aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A1, A2, A3, A4, A5. 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’art. 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, così come definiti all’articolo 13, al fine di promuovere il potenziamento, l’integrazione e lo sviluppo di strutture distributive esistenti e con l’obiettivo di eliminare i “vuoti commerciali urbani”. Attuato il processo di integrazione, la localizzazione commerciale urbana non addensata è inclusa in un addensamento. Esse sono individuabili attraverso i seguenti parametri orientativi:*

- 1. ubicazione in prossimità (parametro J.1) di un nucleo residenziale sufficientemente numeroso (parametro X.1);*
- 2. numerosità del nucleo residenziale (parametro X.1) deve essere verificata entro l’area compresa in un raggio di una determinata ampiezza (parametro Y.1);*
- 3. dimensione massima della localizzazione (parametro M.1), si misurata sommando tutte le aree a destinazione commerciale contigue, anche se risultano separate da spazi pubblici e/o da opere di urbanizzazione primaria e secondaria”. (D.C.R. 191-43016).*

Si tratta, quindi, di aree intercluse nel tessuto residenziale nell’ambito del centro abitato, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano, volte ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell’offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana.

Sono individuabili attraverso i seguenti parametri orientativi:

- essere in un nucleo residenziale sufficientemente numeroso;
- la numerosità del nucleo residenziale deve essere verificata entro l’area compresa in un raggio di una determinata ampiezza (500 mt) posta ad una distanza stradale massima di 500 mt dalla localizzazione stessa;
- la dimensione massima della localizzazione (max 20.000 mq per i comuni intermedi come Alpignano).

Come già precedentemente esposto, nell’adeguamento commerciale alla D.C.R. 59-10831 del 2006 il comune di Alpignano, proprio su parere regionale, aveva riconosciuto una nuova L1 - localizzazioni commerciali urbane non addensate, nello spazio prima occupato da un piccolo addensamento A4.

Tale L1 viene riconfermata nel presente adeguamento.

Il comune di Alpignano concede l'autoriconoscimento di nuove L1 da parte di operatori privati in linea con i principi liberalizzanti dei cui all'art. 1 della legge 27/2012 e con gli indirizzi della nuova D.C.R. 191-43016.

## L1 VIA COSTA

Si tratta di una Localizzazione che si sviluppa vicino alla strada provinciale che collega Rivoli ad Alpignano, collocata in un'area urbanizzata che è di fatto la prosecuzione della parte centrale del Comune di Alpignano.

<b>L1 VIA COSTA - ESERCIZI COMMERCIALI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via Costa	33	alimentare	es. commerc.	41,00
Via Costa	33	aliment. -non alim.	es. commerc.	209,00
<b>TOTALE L1 VIA COSTA</b>		<b>2</b>		<b>250,00</b>

<b>L1 VIA COSTA - PUBBLICI ESERCIZI</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via della Costa	33	Caffetteria Belvedere	pubblico es.	-
Via della Costa	33	Pizzeria Belvedere	pubblico es.	-
<b>TOTALE L1 VIA COSTA</b>		<b>2</b>		<b>-</b>

<b>L1 VIA COSTA - ALTRE ATTIVITA'</b>				
<b>indirizzo esercizio</b>		<b>settore</b>	<b>classificazione</b>	<b>S.V.</b>
Via della Costa	35	chiosco	es. speciale	-
<b>TOTALE L1 VIA COSTA</b>		<b>1</b>		<b>-</b>

Questa Localizzazione nasce su una proprietà comunale che l'Amministrazione nel 1991, con apposita convenzione, aveva affidato in diritto di superficie ad una società per la realizzazione alcuni esercizi commerciali ancora oggi esistenti ed in parte funzionanti, nati, principalmente, come esercizi di vicinato al servizio di un intervento di edilizia economico popolare realizzato nelle vicinanze. In origine dovevano essere realizzate **otto attività** commerciali ma, in realtà, furono aperti due esercizi alimentari di 40 e di 85 mq ed una media struttura di tipo misto di 317 mq. Purtroppo, nel corso del tempo, l'esercizio commerciale di tipo misto ed un esercizio alimentare hanno chiuso lasciando gli spazi commerciali (circa 400 mq) inutilizzati. Solo nel 2010 ha riaperto un esercizio di tipo misto di 209 mq.

La riapertura nel 2010 di questo esercizio di tipo misto (209 mq), che si affianca all'esercizio alimentare esistente di 41 mq, si auspica possa essere il primo segnale di una ripresa dell'attività commerciale in questa parte del Comune non distante dal centro e con una buona densità abitativa. Inoltre, oltre ai due esercizi commerciali sono presenti anche 2 pubblici esercizi, un chiosco di giornali ed una tintoria.

**L1 VIA COSTA**

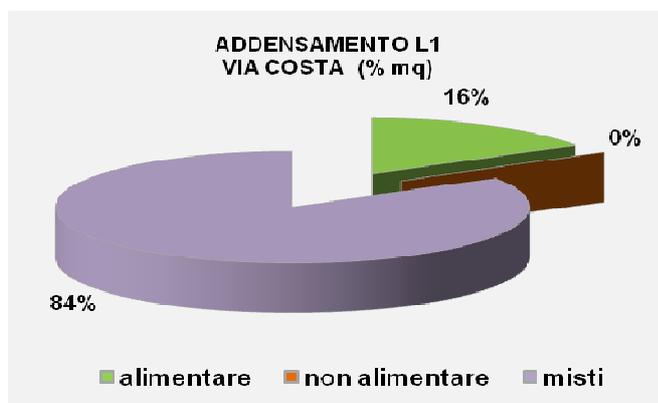
TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	1	41,00
non alimentare	0	-
misti	1	209,00
<b>TOTALE</b>	<b>2</b>	<b>250,00</b>

*Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013*

**L1 VIA COSTA**

TIPOLOGIE	NUMERO
Pubblici esercizi	2
Parrucchieri/estetisti	0
Framacie	0
Banche	0
Chioschi/Tabacchi	1

*Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013*



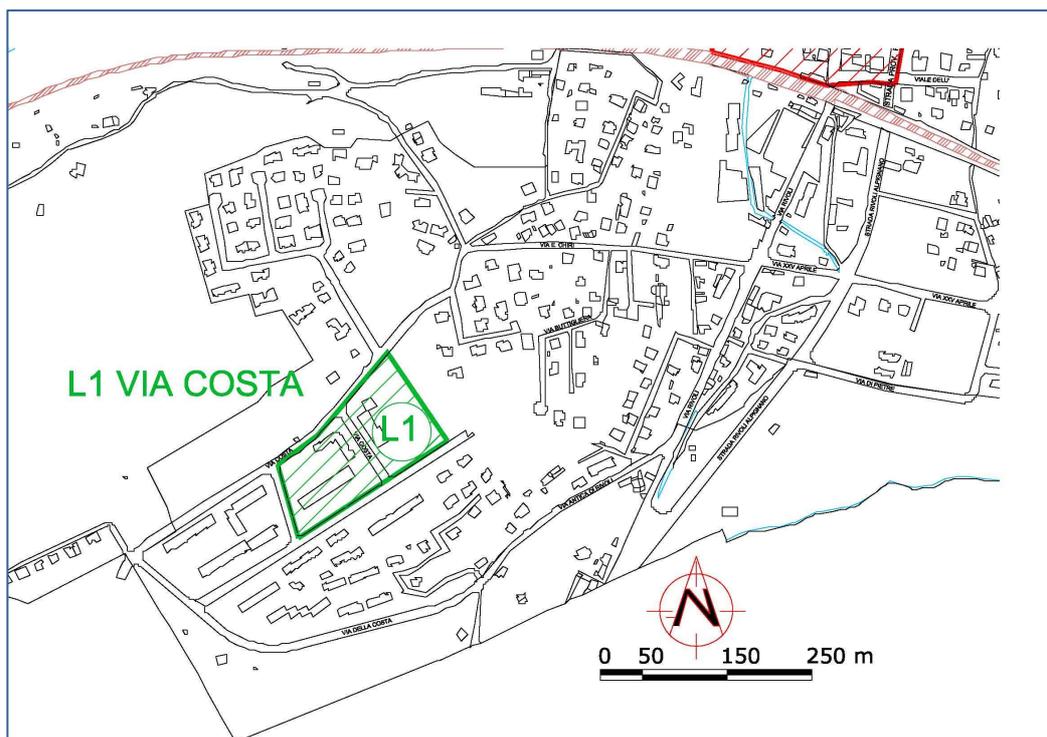
I parametri orientativi dettati dall'art. 14 della DCR 191/2012 per il riconoscimento di questa nuova L1 sono pienamente soddisfatti.

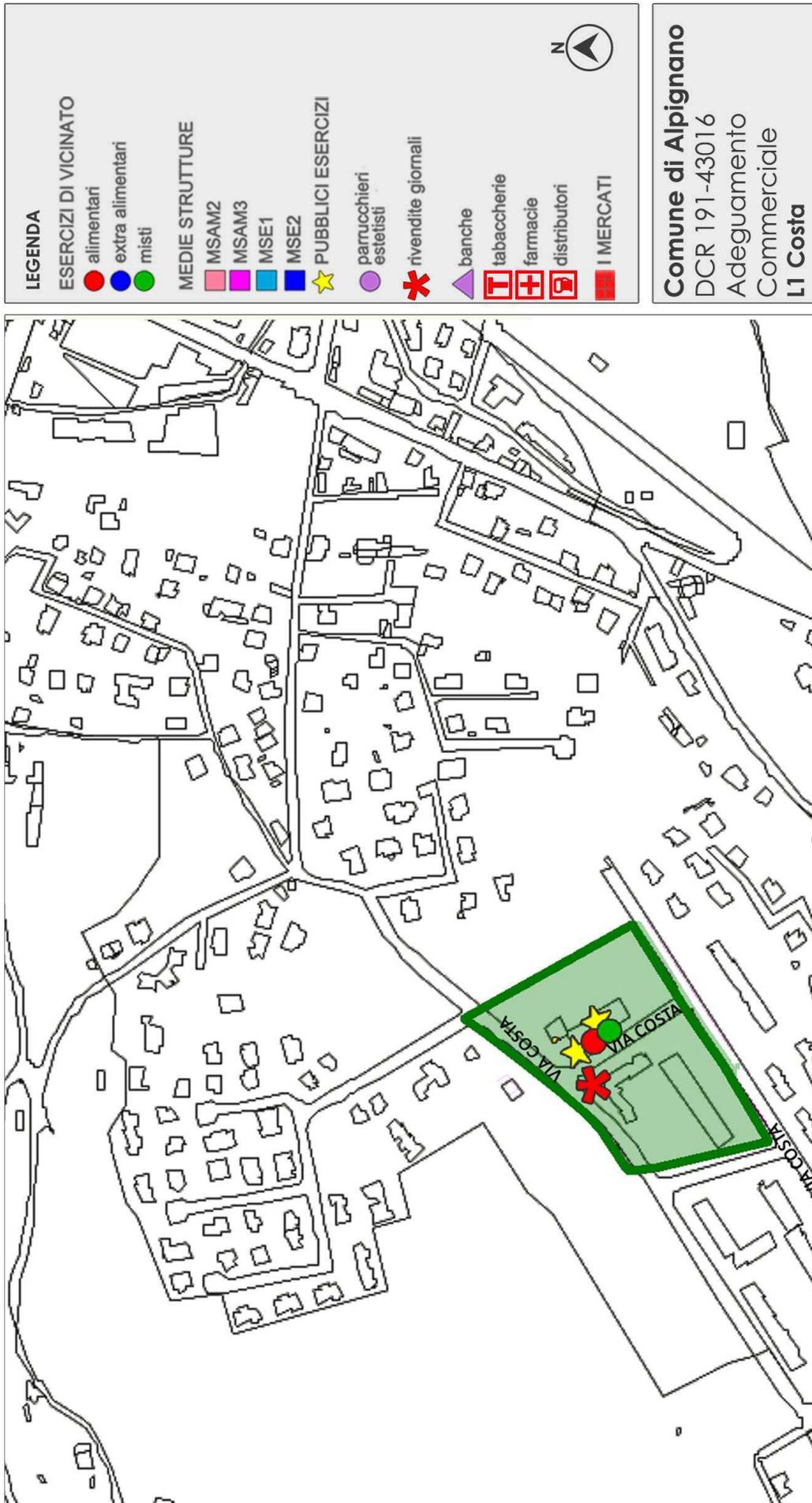
Si riporta di seguito la tabella regionale con i valori minimi che devono essere rispettati per il riconoscimento delle Localizzazioni commerciali urbane non addensate L1 ed i parametri effettivi della localizzazione L1 di via Costa.

<b>ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO</b>			
<b>Localizzazione L1 COSTA</b>	<b>Parametri</b>	<b>Parametri orientativi</b>	<b>effettivi scelti</b>
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.1.	mt. 500	<b>mt. 500</b>
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.1.	X.1.	1.000 residenti	<b>2.500 residenti</b>
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.1.	J.1.	mt. 500	<b>mt. 700</b>
Dimensione massima della localizzazione	M.1.	mq 30.000	<b>mq. 15.200</b>

Rispetto alla tabella di compatibilità regionale, relativa alla D.C.R. 191-43016/2012, l'Amministrazione ha deciso di non apportare modifiche per quanto riguarda le localizzazioni di tipo L1. Si riportano di seguito alcune foto del sito e la perimetrazione dell'L1 VIA COSTA.

*L'edificio di via Costa ed il Chiosco*





#### 4.4. Gli esercizi fuori dagli addensamenti e le localizzazioni commerciali

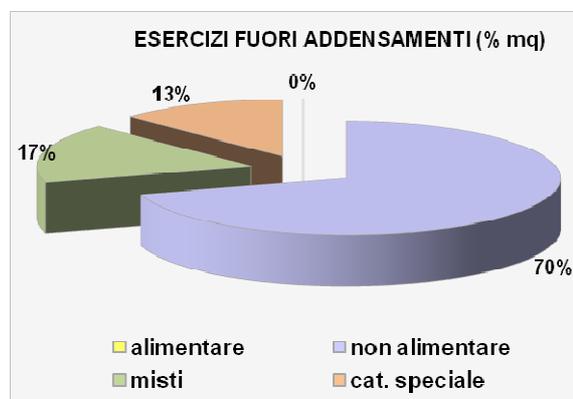
Pochi gli esercizi fuori dagli addensamenti commerciali: per la maggior parte di tipo non alimentare: 5 con 700 mq di superficie commerciale (a fine 2010 erano 7 con circa 1.200 mq), oltre ad un esercizio di tipo misto, 4 pubblici esercizi e 3 distributori.

<b>ESERCIZI COMMERCIALI E PUBBLICI ESERCIZI FUORI ADDENSAMENTI</b>				
<i>indirizzo esercizio</i>	<i>settore</i>	<i>classificazione</i>	<i>S.V.</i>	
Str. Prov.le Alpignano/Rivoli, 57	cat. speciale	T.S. carburanti	51,27	
Via Val della Torre, 210	cat. speciale	T.S. carburanti	45,00	
Via Caselette, 136	cat. speciale	T.S. carburanti	30,00	
<b>TOTALE ES. CAT. SPECIALE</b>	<b>3</b>		<b>126,27</b>	
S. P. Alpignano Rivoli 57	Bar annesso a distributore carburanti	pubblico es.		
Via Fornace 49	Ristorante Hotel Parlapà	pubblico es.		
Via Almese 99	"Il Vaccaro"	pubblico es.		
Via Val della Torre 267	Lo Scacciapensieri	pubblico es.		
<b>TOTALE PUBBLICI ESERCIZI</b>	<b>4</b>		<b>-</b>	
Via Grange Palmero, 250	non_alimentare	es. commerc.	160,00	
Via Caselette, 128	non_alimentare	es. commerc.	177,00	
Reg. Grange Palmero -V. Caselette 200	non_alimentare	es. commerc.	87,00	
Via Dei Ronchi, 45/G	non_alimentare	es. commerc.	200,00	
Via Rivoli, 21	non_alimentare	es. commerc.	80,00	
<b>TOTALE ES. NON ALIMENTARI</b>	<b>5</b>		<b>704,00</b>	
Via Rivoli, 50	alimentare/non_alimentare	es. commerc.	170,00	
<b>TOTALE ES. MISTI</b>	<b>1</b>		<b>170,00</b>	

#### ESERCIZI COMMERCIALI FUORI ADDENSAMENTI

TIPOLOGIE	NUMERO	SUP. DI VENDITA (mq)
alimentare	0	-
non alimentare	5	704,00
misti	1	170,00
cat. speciale	3	126,27
pubblico es.	4	
<b>TOTALE</b>	<b>9</b>	<b>1.000,27</b>

Dati: Comune di Alpignano, Ufficio Commercio, nov. 2013



#### 4.5. La tabella di compatibilità commerciale

La seguente tabella di compatibilità commerciale prende in considerazione gli addensamenti A.1., A.3., A.4. e le Localizzazioni L.1., riconosciuti dall'Amministrazione del Comune di Alpignano.

Si ricorda inoltre che è **consentito l'autoriconoscimento** per le localizzazioni di tipologia **L1**.

Sulla base dei nuovi indirizzi regionali, L'Amministrazione Comunale, ha ritenuto poi opportuno non **adottare modifiche rispetto alla tabella di compatibilità regionale.**

Tipi di strutture distributive	Superficie di vendita (mq)	Addensamenti			Localizzazioni L.1.
		A.1.	A.3.	A.4.	
VICINATO	Fino a 250	SI	SI	SI	SI
MSAM1	251-400	SI	SI	SI	SI
MSAM2	401-900	SI	SI	SI	SI
MSAM3	901-1.800	NO	SI	NO	SI
MSAM4	1.801-2.500	NO	SI	NO	SI
MSE1	251-400	SI	SI	SI	SI
MSE2	401-900	SI	SI	SI	SI
MSE3	901-1.800	NO	SI	NO	SI
MSE4	1.801-2.500	NO	NO	NO	NO
MCC	251-2.500	SI	SI	NO	SI
GSM1	2.501-4.500	NO	NO	NO	NO
GSM2	4.501-7.500	NO	NO	NO	NO
GSM3	7.501-12.000	NO	NO	NO	NO
GSM4	> 12.000	NO	NO	NO	NO
GSE1	2.501-3.500	NO	SI(2)	NO	SI
GSE2	3.501-4.500	NO	NO	NO	NO
GSE3	4.501-6.000	NO	NO	NO	NO
GSE4	> 6.000	NO	NO	NO	NO
GCC1	fino a 6.000	NO	SI(2)	NO	SI(2)
GCC2	6.001-12.000	NO	NO	NO	NO
GCC3	12.001-18.000	NO	NO	NO	NO
GCC4	> 18.000	NO	NO	NO	NO

NOTE:

(2) Solo fino a mq 3.000

#### **4.6. Sviluppo e concorrenza commerciale**

Si ricorda inoltre che con la nuova deliberazione regionale in materia di commercio (D.C.R. 191-43016) si stabiliscono i criteri in materia di libera concorrenza e di sviluppo nel rispetto delle direttive europee (Direttiva 2006/123/CE, detta Direttiva Bolkestein).

L'art. 16 della D.C.R. 191-43016 recita:

*“1. L’apertura, il trasferimento e la variazione della superficie di vendita degli esercizi commerciali non è soggetta ad alcuna limitazione quantitativa, per comune e per zona, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell’articolo 41 della Costituzione e nella L. 287/1990 e nel D.L. 1/2012 convertito dalla L. 27/2012. E’ considerata coerente con l’utilità sociale e funzionale al conseguimento dell’obiettivo di promozione della concorrenza, la realizzazione delle tipologie distributive che rispondono ai requisiti previsti dalla presente normativa. Negli altri casi, il contrasto con l’utilità sociale è determinato valutando, per le medie e grandi strutture di vendita, le esternalità negative e gli altri analoghi effetti indotti, quali ad esempio: il grave intralcio al sistema del traffico, l’inquinamento ambientale (anche acustico, in prossimità delle residenze), evidenti effetti negativi sulla produttività del sistema, effetti restrittivi sulla concorrenza nell’area di programmazione commerciale. I criteri di valutazione delle esternalità negative sono quelli definiti con deliberazione della Giunta regionale. I comuni con proprio atto integrano i criteri di cui all’articolo 8 del D. Lgs. 114/1998 in conformità dei contenuti definiti con tale deliberazione della Giunta regionale. [...]”*

## **NORMATIVA PER LE ZONE DI INSEDIAMENTO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA**

Questa normativa recepisce i contenuti della Deliberazione del Consiglio Regionale 29 ottobre 1999, n. 563-13414 "Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, in attuazione del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114" come risultante dopo le ultime modifiche intervenute con la Deliberazione del Consiglio Regionale 20 novembre 2012, n. 191-43016.

### **INDICE**

<b>PARTE I.....</b>	<b>72</b>
<b>INDICAZIONI GENERALI .....</b>	<b>72</b>
<b>ART. 1 - OGGETTO E FINALITÀ .....</b>	<b>72</b>
<b>ART. 2 - OBIETTIVI .....</b>	<b>72</b>
<b>ART. 3 - DEFINIZIONI. ....</b>	<b>73</b>
<b>ART. 4 - TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI AL DETTAGLIO. ....</b>	<b>74</b>
<b>ART. 5 - DEFINIZIONE DI CENTRO COMMERCIALE. ....</b>	<b>74</b>
<b>ART. 6 - DEFINIZIONE DI OFFERTA COMMERCIALE.....</b>	<b>76</b>
<b>ART. 7 - CLASSIFICAZIONE DELLE TIPOLOGIE DI STRUTTURE DISTRIBUTIVE.....</b>	<b>76</b>
<b>ART. 8 - COERENZA FUNZIONALE E URBANISTICA DELLO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO. ....</b>	<b>77</b>
<b>ART. 9 - CLASSIFICAZIONE DEGLI AMBITI D'INSEDIAMENTO COMMERCIALE.....</b>	<b>77</b>
<b>PARTE II - ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE E COMPATIBILITÀ TIPOLOGICO - FUNZIONALI .....</b>	<b>79</b>
<b>ART. 10 - CRITERI PER L'INDIVIDUAZIONE E IL RICONOSCIMENTO DEGLI ADDENSAMENTI E DELLE LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI.....</b>	<b>79</b>
<b>ART. 11 - RICONOSCIMENTO DEGLI ADDENSAMENTI COMMERCIALI.....</b>	<b>79</b>
<b>ART. 12 - LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI.....</b>	<b>79</b>
<b>ART. 13 - INSEDIAMENTO DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI.....</b>	<b>81</b>
<b>ART. 14 - COMPATIBILITÀ TIPOLOGICO - FUNZIONALE DELLO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO.....</b>	<b>81</b>
<b>ART. 15 - PROVVEDIMENTI RELATIVI A NUOVE APERTURE, TRASFERIMENTI, VARIAZIONE DELLA SUPERFICIE E DI SETTORE MERCEOLOGICO DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI. ....</b>	<b>83</b>
<b>PARTE III - COMPATIBILITÀ URBANISTICHE DELLO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO....</b>	<b>87</b>
<b>ART. 16 - ADEGUAMENTO DEL PRG E CARATTERE DELLA PRESENTE VARIANTE AL PRG.....</b>	<b>87</b>
<b>ART. 17 - STANDARD E FABBISOGNO DI PARCHEGGI E DI ALTRE AREE PER LA SOSTA..</b>	<b>87</b>
<b>ART. 18 - SALVAGUARDIA DEI BENI CULTURALI E AMBIENTALI .....</b>	<b>89</b>
<b>ART. 19 - REGOLAMENTAZIONE DELLE AREE DI SOSTA.....</b>	<b>89</b>
<b>ART. 20 - VERIFICHE DELL'IMPATTO SULLA VIABILITÀ .....</b>	<b>89</b>
<b>ART. 21 - INTERVENTI PER LA VALORIZZAZIONE E IL POTENZIAMENTO DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI. ....</b>	<b>90</b>
<b>ART. 22 - PRIORITÀ NEL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI.....</b>	<b>90</b>
<b>ART. 23 - EFFICACIA E VALIDITÀ DELLE AUTORIZZAZIONI. ....</b>	<b>90</b>
<b>ART. 24 - REVOCA DELLE AUTORIZZAZIONI.....</b>	<b>91</b>

## PARTE I INDICAZIONI GENERALI

### Art. 1 - Oggetto e finalità.

1. L'insieme delle norme che seguono, definiscono le zone di insediamento commerciale ai sensi degli articoli 3 e 4 della L.R. 28 del 12/11/1999, i criteri per il rilascio delle autorizzazioni commerciali e per la formulazione dei pareri, ai sensi degli articoli 7, 8 e 9 del D.Lgs.114/98 e le politiche di incentivo rivolte all'iniziativa privata, aventi per obiettivo la qualificazione e il potenziamento del commercio urbano, ai sensi dell'articolo 1 della L.R.28/99 e degli articoli 18 e 19 degli Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, approvati con Delibera C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012.
2. Gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica, nel rispetto degli articoli 1 e 2 del decreto legislativo n. 114/1998, dell'articolo 41 della Costituzione e della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (*Norme per la tutela della concorrenza e del mercato*), del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (*Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno*), del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201 (*Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici*), convertito, con modificazioni, della legge 22 dicembre 2011, n. 214 e del decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1 (*Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività*) convertito con modificazioni, della legge 24 marzo 2012, n. 27, si ispirano ai seguenti principi:
  - la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
  - la tutela del consumatore, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
  - il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita;
  - la valorizzazione e al salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane;
  - la sostenibilità dell'offerta commerciale rispetto al contesto ambientale, economico, sociale e territoriale.
3. La Delibera del C.R. 563/13414 del 29/10/1999 integrata e modificata dalla D.C.R. 347/42514 del 23/12/2003, dalla D.C.R. 59/10831 del 24/03/2006 e dalla D.C.R. n. 191 - 43016 del 20/11/2012 costituiscono il riferimento da assumere per la corretta applicazione della presente normativa.

### Art. 2 - Obiettivi.

1. In conformità e nel rispetto sia dell'articolo 1 del D.Lgs.114/98, sia dell'articolo 1 della L.R.28/99, del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (*Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno*), della legge 22.12.2011 n. 214 e della legge n. 27 del 24.03.2012 (*Disposizioni urgenti per la concorrenza lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività*) e degli articoli 1 e 2 degli Indirizzi e dei criteri regionali di programmazione urbanistica degli insediamenti del commercio al dettaglio, si perseguono i seguenti obiettivi generali e settoriali:
  - a) incentivare la modernizzazione del sistema distributivo del comune generando le condizioni per il miglioramento della produttività e della qualità del servizio al consumatore;
  - b) favorire il mantenimento di una presenza diffusa del servizio commerciale in modo che sia facilitato l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione;

- c) fornire gli indirizzi di interesse pubblico per l'adeguamento della pianificazione urbanistica alle esigenze del settore commerciale esposte ai punti che precedono.
2. Operativamente questi obiettivi si realizzano attraverso l'applicazione di norme coordinate di natura funzionale e di natura urbanistica, volte a determinare misure di completamento, di riqualificazione, di valorizzazione della rete distributiva presente sul territorio comunale.
3. Queste norme si suddividono in 3 parti:
- I. Indicazioni generali.
  - II. Zone di insediamento commerciale, compatibilità tipologico - funzionali e compatibilità urbanistiche dello sviluppo urbano del commercio.
  - III. Interventi urbanistici di sostegno e disposizioni finali.

### **Art. 3 - Definizioni.**

1. Per **commercio al dettaglio in sede fissa** si intende l'attività svolta da chiunque professionalmente acquisti merci in nome e per conto proprio e le rivenda direttamente al consumatore finale in esercizi ubicati su aree private, alle quali il pubblico accede liberamente, nel rispetto dei requisiti riportati all'articolo 4 del D.Lgs.114/98.
2. Per **esercizio commerciale in sede fissa** si intende il luogo fisicamente delimitato da pareti continue, separato da un altro adibito a superficie di vendita in cui si esercita attività di commercio al dettaglio.
3. Per **centro commerciale** si intende una pluralità di esercizi commerciali in sede fissa, costituita da almeno due esercizi, organizzati come meglio specificato al successivo articolo 5.
4. 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 e servizi. La superficie di vendita si determina per ciascuno 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. Non costituisce altresì 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.
5. Ad ogni esercizio commerciale in sede fissa corrisponde una sola superficie di vendita ed una sola comunicazione, ai sensi dell'articolo 7 del D.Lgs.114/98, o autorizzazione commerciale rilasciata ai sensi degli articoli 8 e 9 del D.Lgs.114/98 o ai sensi della L.426/71, unitamente alle eventuali comunicazioni o autorizzazioni per successive variazioni (D.G.R. 1° marzo 2000 n° 42 - 29532).
6. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano merci ingombranti, delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobili, concessionari auto, legnami, materiali per l'edilizia e altri 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; 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. 114/98 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 12.

7. La superficie di vendita annessa ad attività produttiva, industriale o artigianale di locali con libero accesso al pubblico (spaccio aziendale), deve essere ricavata, in condizioni di sicurezza, negli immobili in cui si svolge la produzione e riferirsi esclusivamente ai prodotti dell'azienda; essa non può superare i 250 mq, ed è assoggettata al rispetto dello standard a parcheggio di cui all'articolo 21 della L.R.56/77 e s.m.i..
8. Ai sensi dell'articolo 16 comma 3 del D.Lgs.114/98, la vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi é soggetta ad apposita comunicazione al Comune e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico (spacci interni), che non abbiano accesso dalla pubblica via. Ai sensi del comma 3 del citato articolo, nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti di cui all'articolo 5 del D.Lgs.114/98, ora art. 71 D.Lgs 59/2010, della persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle norme in materia di idoneità dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie di vendita.
9. La superficie di vendita di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali al dettaglio in esso presenti.
10. 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.

#### **Art. 4 – Tipologie di esercizi commerciali al dettaglio.**

Ai sensi dell'art. 4 D.Lgs. 114/98 le tipologie di esercizi commerciali al dettaglio per i comuni intermedi con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti, sono le seguenti:

- a) **esercizi di vicinato**: devono avere superficie di vendita non superiore a 250 mq;
- b) **medie strutture di vendita**: sono gli esercizi la cui superficie di vendita è compresa tra 251 e 2.500 mq;
- c) **grandi strutture di vendita**: sono gli esercizi la cui superficie di vendita è superiore ai 2.500 mq.

#### **Art. 5 - Definizione di Centro Commerciale.**

1. Ai sensi dell'articolo 4 comma 1, lettera g) del D.Lgs. 114/98 un centro commerciale è una struttura fisico-funzionale concepita ed organizzata unitariamente, a specifica destinazione d'uso commerciale, costituita da almeno due esercizi commerciali al dettaglio fatta salva la deroga di cui all'art. 6 comma 2 della D.C.R. 563-13414 del 29/10/1999, come modificato con l'ultima D.C.R. 191-43016 del 20.11.2012. 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'art. 8 della D.C.R. 191-43016 del 20.11.2012, 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'art. 51 comma 1 della legge regionale n.56/77 e s.m.i;
- b) le vie o piazze pedonali o veicolari devono essere acquisite quali urbanizzazioni primarie e secondarie ai sensi della legge regionale n. 56/77 e s.m.i; 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'art.4, comma 1, del D.Lgs. 114/98 e dalla L.R. n.56/77;

- c) le vie o piazze pedonali o veicolari pubbliche 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 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 2 alle lettere c) e d).

2. 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. L'edificio è soggetto a concessione edilizia unitaria. Le singole autorizzazioni commerciali discendono da un unico provvedimento generale sulla base delle procedure stabilite dalla Giunta regionale e dall'Amministrazione comunale;
- 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 e pertanto non facenti parte di vie o piazze pubbliche, 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 (L.R. 28/1999); 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. 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'articolo 12 della D.C.R. 191 - 43016 del 20.11.2012 definisce addensamenti commerciali urbani ed extraurbani **e 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 D. Lgs. N. 114/1998.
- e) **centri polifunzionali**: i centri realizzati su area pubblica ai sensi dell'art.19, comma 1 e 3 della D.C.R. 191 - 43016 del 20.11.2012 rientrano tra gli esercizi di vicinato;
- f) **gli aggregati di insediamenti commerciali e/o tipologie distributive** separati da percorsi pedonali e veicolari, facenti parte di vie o piazze pubbliche, secondo quanto disposto al

comma 1 bis, nelle zone di insediamento commerciale definite all'articolo 12 localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate, pur non essendo considerati centri commerciali sequenziali sono soggetti al progetto unitario di coordinamento laddove previsto all'articolo 14, comma 4 lettera b) e all'articolo 17 comma 4, della D.C.R. 191-43016/2012.

## **Art. 6 - Definizione di offerta commerciale.**

1. Per **offerta commerciale** si intende il complesso dei prodotti e dei relativi servizi venduti da un singolo esercizio commerciale. Ai fini della presente normativa, l'offerta commerciale è articolata come segue:
  - a) **offerta alimentare** (settore merceologico alimentare);
  - b) **offerta non alimentare o extra-alimentare** (settore merceologico non alimentare);
  - c) **offerta mista** (determinata dalla presenza nello stesso esercizio commerciale sia del settore merceologico alimentare, sia di quello non alimentare).
2. L'offerta alimentare o non alimentare nelle medie e grandi strutture di vendita non si considera mista quando sia integrata con l'offerta dell'altro settore merceologico, occupando una superficie non superiore al 20%, tale completamento è soggetto a sola comunicazione.

## **Art. 7 - Classificazione delle tipologie di strutture distributive.**

1. Le categorie di esercizi commerciali così come definite al precedente articolo 4, in base alle caratteristiche quantitative e qualitative dell'offerta, si articolano in **tipologie di strutture distributive**. Queste ultime, in base agli articoli 7, 8 e 9 del D.Lgs.114/98 e dei criteri regionali, sono classificate come segue:

### ◆ **Esercizi di vicinato**

Tutti gli esercizi commerciali aventi superficie non superiore a mq 250

### ◆ **Medie strutture di vendita**

#### ◇ **offerta alimentare e/o mista**

M-SAM1: superficie di vendita da 251 a 400 mq

M-SAM2: superficie di vendita da 401 a 900 mq

M-SAM3: superficie di vendita da 901 a 1.800 mq

M-SAM4: superficie di vendita da 1.801 a 2.500 mq

#### ◇ **offerta non alimentare**

M-SE1: superficie di vendita da 251 a 400 mq

M-SE2: superficie di vendita da 401 a 900 mq

M-SE3: superficie di vendita da 901 a 1.800 mq

M-SE4: superficie di vendita da 1.801 a 2.500 mq

### ◆ **Grandi strutture di vendita**

#### ◇ **offerta commerciale mista**

G-SM1: superficie di vendita da 2.501 a 4.500 mq

G-SM2: superficie di vendita da 4.501 a 7.500 mq

G-SM3: superficie di vendita da 7.501 a 12.000 mq

G-SM4: superficie di vendita oltre 12.000 mq

◇ **offerta commerciale non alimentare**

G-SE1: superficie di vendita da 2.501 a 3.500 mq

G-SE2: superficie di vendita da 3.501 a 4.500 mq

G-SE3: superficie di vendita da 4.501 a 6.000 mq

G-SE4: superficie di vendita oltre mq 6.000

◆ **Centri commerciali**

◇ **Medie strutture di vendita**

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

◇ **Grandi strutture di vendita** (oltre i 2.500 mq)

G-CC1: superficie di vendita fino a 6.000 mq

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

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

G-CC4: superficie di vendita oltre i 18.000 mq

2. Fatto salvo quanto previsto al precedente articolo 6, la modifica o l'aggiunta di un settore merceologico ad un esercizio commerciale e il passaggio da una classe dimensionale all'altra sono soggetti alle norme stabilite per le nuove autorizzazioni (art. 15 D.C.R. 191-43016/2012).

## **Art. 8 - Coerenza funzionale e urbanistica dello sviluppo urbano del commercio.**

1. Ai sensi del D.Lgs. 114/98, lo sviluppo urbano del commercio non è soggetto ad alcuna limitazione quantitativa, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella L. 287/90 recante le norme per la tutela della concorrenza e del mercato, con particolare riferimento alla formazione di posizioni dominanti.
2. Fatto salvo quanto sopra, per garantire il rispetto del principio della libera concorrenza e per l'efficace perseguimento degli obiettivi di cui all'articolo 6, comma 1 del D.Lgs.114/98, lo sviluppo del commercio è regolato dalle relazioni di coerenza funzionale e urbanistica che scaturiscono dai principi stabiliti all'articolo 1 del D.Lgs.114/98 richiamato al precedente articolo 2.

## **Art. 9 - Classificazione degli ambiti di insediamento commerciale.**

1. In conformità ai criteri regionali, sul territorio comunale gli ambiti attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali si distinguono in:
  - a) **Addensamenti commerciali:** costituiti da porzioni di territorio urbano, percepite come omogenee e unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, para-commerciali ed assimilabili, ubicate a scala pedonale, all'interno delle quali il consumatore trova un insieme organizzato e integrato di offerta commerciale e di servizi.
  - b) **Localizzazioni commerciali:** formate da zone urbane sedi attuali o potenziali di insediamenti commerciali ubicati all'esterno di addensamenti commerciali.
2. Gli addensamenti e le localizzazioni commerciali urbane per i comuni intermedi appartenenti all'Area di programmazione di Torino, di cui Alpignano fa parte, con più di 10.000 ab. sono classificate dall'artt. 12-13-14 della D.C.R. 191-43016/2012 come segue:

### **I. Addensamenti commerciali**

- A.1. Addensamenti storici rilevanti*
- A.2. Addensamenti storici secondari*
- A.3. Addensamenti commerciali urbani forti*
- A.4. Addensamenti commerciali urbani minori (o deboli)*
- A.5. Addensamenti commerciali extraurbani (arteriali)*

### **II. Localizzazioni commerciali**

- L.1. Localizzazioni commerciali urbane non addensate*
- L.2. Localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate.*

3. Nel Comune di Alpignano vengono individuati addensamenti di tipo A1, A3, A4 ed una Localizzazione di tipo L1. Si precisa che è consentito l'autoriconoscimento da parte degli operatori privati di localizzazioni di tipo L1 (purchè sia rispettato quanto previsto all'art. 14 comma 3 e 4 a) della D.C.R. 191-43016 del 20.11.2012).

## PARTE II - ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE E COMPATIBILITÀ TIPOLOGICO - FUNZIONALI

### Art. 10- Criteri per l'individuazione e il riconoscimento degli addensamenti e delle localizzazioni commerciali.

Per il riconoscimento degli addensamenti e delle localizzazioni commerciali e per il soddisfacimento dei parametri indicativi regionali si rimanda ai “ *Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale*” ai sensi della della D.C.R. 191-43016 del 20.11.2012.

### Art. 11- Riconoscimento degli addensamenti commerciali.

1. **A1 addensamento commerciale del centro storico principale:** è riconosciuto in base al dettato del precedente articolo 10 e delimitato come si vede nella tavola relativa. Il suo perimetro coincide con quello individuato nel Piano Regolatore come Centro Storico e comprende l'area del centro di più antica formazione.

Si individua un addensamento A1 denominato:

. **A1 CENTRO STORICO** (esistente)

2. **A3 addensamento commerciale urbano forte:** è riconosciuto in base al dettato del precedente articolo 10 e delimitato come si vede nella tavola relativa. Nel comune di Alpignano si riconoscono 3 addensamenti A3 denominati:

. **A3 Via Valdellatorre - Via Cavour** (esistente)

. **A3 Viale Vittoria - Via Mazzini** (esistente)

. **A3 Via Venaria** (esistente)

3. **A4 addensamento commerciale urbano minore (o debole):** è riconosciuto in base al dettato del precedente articolo 10 e delimitato come si vede nella tavola relativa.

Nel comune di Alpignano si è riconosciuto un addensamento A4, cioè:

• **A4 Via Valdellatorre** (esistente)

### Art. 12– Riconoscimento delle Localizzazioni commerciali

1. L'articolo 14, comma 2, della delibera del D.C.R. 563-13414/1999 come integrata e modificata dalla D.C.R. 191-43016/2012, definisce i criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali L1 e L2.
2. Con l'adeguamento alla DCR 191/2012, nel Comune di Alpignano è **stata riconfermata** dall'Amministrazione Comunale, una localizzazione commerciale urbana non addensata **di tipo L1** denominata:

**L1 – VIA COSTA** (esistente)

già riconosciuta, in base al dettato del precedente articolo 10, e delimitata come si vede nella tavola relativa contenuta nei “*Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale*” (agg. alla DCR 191-43016/2012).

3. Le localizzazioni commerciali urbane **L1** possono essere riconosciute da ciascun comune (**con delibera consigliare**), previa adeguata e motivata valutazione della viabilità esistente e dei suoi sviluppi, nel rispetto dei criteri e parametri riportati nella tabella seguente:

<b>ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO</b>		
<b>Localizzazione L1</b>	<b>Parametri</b>	<b>Parametri orientativi</b>
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.1.	mt. 500
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.1.	X.1.	1.000 residenti
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.1.	J.1.	mt. 500
Dimensione massima della localizzazione	M.1.	mq 30.000

4. **L'Amministrazione Comunale ai fini di favorire la concorrenza e secondo quanto disposto all'art. 14 comma 3 della D.C.R. 191-43016/2012 consente l'autoriconoscimento delle localizzazioni L1 per iniziativa di operatori privati.**
5. Rispetto alla tabella di compatibilità regionale, riportata al successivo art. 14, relativa alla D.C.R. 191-43016/2012, l'Amministrazione ha deciso di non apportare modifiche per quanto riguarda le localizzazioni di tipo L1.
6. **L2 Localizzazioni commerciali urbano periferiche non addensate** (possono essere riconosciute in base al dettato del precedente comma 1).
7. Nel comune di Alpignano, con l'adeguamento alla DCR 191/2012, **NON son state riconosciute Localizzazioni commerciali urbano periferiche L2.**
8. Le localizzazioni commerciali urbano - periferiche: possono essere riconosciute da ciascun comune, previa adeguata e motivata valutazione della viabilità esistente e dei suoi sviluppi, nel rispetto dei criteri e parametri riportati nella tabella seguente:

<b>ALPIGNANO: COMUNE INTERMEDIO</b>		
<b>Localizzazione L2</b>	<b>Parametri</b>	<b>Parametri orientativi</b>
Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti	Y.2.	mt. 1.000
Numerosità di residenti entro il raggio di cui al parametro Y.2.	X.2.	1.500 residenti
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui al parametro Y.2.	J.2.	mt. 500
Dimensione minima della localizzazione	H.2.	MIN mq 15.000
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1. / A.2.	W.2.	mt. 1.000

9. Il riconoscimento delle localizzazioni commerciali urbano periferiche non addensate **L2** avviene, inoltre, previa specifica valutazione 'ex ante' degli aspetti economici, strutturali, territoriali e sociali dell'intero comune. Il riconoscimento è consentito quando non vi sia contrasto con il piano territoriale provinciale vigente. Successivamente all'avvenuto riconoscimento, l'area deve essere oggetto di un progetto unitario di coordinamento approvato dal comune (P.U.C.), successivamente al parere favorevole della Provincia.
10. Ai sensi delle "*Ulteriori disposizioni*" della D.C.R. 191-43016/12 nelle localizzazioni L2 esistenti possono essere rilasciate nuove autorizzazioni commerciali per medie e grandi strutture di vendita solo **dopo che il Comune abbia approvato il Progetto Unitario di Coordinamento (PUC)** previsto dall'art. 14 della D.C.R. 191/2012. Fino a quel momento è sospesa la presentazione di istanze di autorizzazione per medie e grandi strutture di vendita.

### **Art. 13- Insediamento degli esercizi commerciali.**

1. Nel rispetto degli articoli contenuti nella Parte II della presente normativa, gli esercizi commerciali di media struttura potranno insediarsi negli *addensamenti commerciali o nelle localizzazioni commerciali*, purché l'ingresso principale delle strutture commerciali compatibili ai sensi del successivo articolo ricada esclusivamente all'interno dell'addensamento (o della localizzazione).

### **Art. 14 - Compatibilità tipologico - funzionale dello sviluppo urbano del commercio.**

1. Per ciascun addensamento commerciale urbano (A1, A3, A4) e per la localizzazione L1 in ottemperanza ai criteri regionali, si individuano le seguenti compatibilità tipologico funzionali.
2. L'Amministrazione comunale sulla base dei nuovi indirizzi regionali non ha ritenuto opportuno recare modifiche rispetto alla tabella regionale di riferimento.
3. La compatibilità funzionale di cui alla successiva tabella costituisce vincolo inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione della superficie di vendita, di trasferimento degli esercizi commerciali, di modificazione o aggiunta di settore merceologico, fatto salvo quanto previsto al precedente articolo 7, comma 2 e di rilascio di concessione o autorizzazione edilizia relativa agli insediamenti commerciali.
4. Ciascuna unità distributiva insediabile all'interno dei centri commerciali compatibili con gli addensamenti, non può unitariamente eccedere la specifica superficie massima prevista per ciascuna delle tipologie distributive riportate nella tabella successiva (Tabella 3 – D.C.R. 191/2012).
5. L'apertura, il trasferimento e la variazione della superficie di vendita degli esercizi commerciali non è soggetta ad alcuna limitazione quantitativa, per comune e per zona, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella L. 287/1990 e nel D.L. 1/2012 convertito dalla L. 27/2012. E' considerata coerente con l'utilità sociale e funzionale al conseguimento dell'obiettivo di promozione della concorrenza, la realizzazione delle tipologie distributive che rispondono ai requisiti previsti dalla presente normativa. Negli altri casi, il contrasto con l'utilità sociale è determinato valutando, per le medie e grandi strutture di vendita, le esternalità negative e gli altri analoghi effetti indotti, quali ad esempio: il grave intralcio al sistema del traffico, l'inquinamento ambientale (anche acustico, in prossimità delle residenze), evidenti effetti negativi sulla produttività del sistema, effetti restrittivi sulla concorrenza nell'area di programmazione commerciale. I criteri di valutazione delle esternalità negative sono quelli definiti con deliberazione della Giunta regionale. I comuni con proprio atto integrano i criteri di cui

all'articolo 8 del D. Lgs. 114/1998 in conformità dei contenuti definiti con tale deliberazione della Giunta regionale (art. 16 D.C.R. 191-43016/2012).

**TABELLA 3 – DCR 191/2012**

COMUNI SUBPOLO DELLA RETE PRIMARIA, COMUNI INTERMEDI CON PIÙ DI 10.000 ABITANTI

Tipi di strutture distributive	Superficie di vendita (mq)	Addensamenti			Localizzazioni
		A.1.	A.3.	A.4.	L.1.
VICINATO	Fino a 250	SI	SI	SI	SI
MSAM1	251-400	SI	SI	SI	SI
MSAM2	401-900	SI	SI	SI	SI
MSAM3	901-1.800	NO	SI	NO	SI
MSAM4	1.801-2.500	NO	SI	NO	SI
MSE1	251-400	SI	SI	SI	SI
MSE2	401-900	SI	SI	SI	SI
MSE3	901-1.800	NO	SI	NO	SI
MSE4	1.801-2.500	NO	NO	NO	NO
MCC	251-2.500	SI	SI	NO	SI
GSM1	2.501-4.500	NO	NO	NO	NO
GSM2	4.501-7.500	NO	NO	NO	NO
GSM3	7.501-12.000	NO	NO	NO	NO
GSM4	> 12.000	NO	NO	NO	NO
GSE1	2.501-3.500	NO	SI(2)	NO	SI
GSE2	3.501-4.500	NO	NO	NO	NO
GSE3	4.501-6.000	NO	NO	NO	NO
GSE4	> 6.000	NO	NO	NO	NO
GCC1	fino a 6.000	NO	SI(2)	NO	SI(2)
GCC2	6.001-12.000	NO	NO	NO	NO
GCC3	12.001-18.000	NO	NO	NO	NO
GCC4	> 18.000	NO	NO	NO	NO

NOTE:

(2) Solo fino a mq 3.000

## **Art. 15 - Provvedimenti relativi a nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e di settore merceologico degli esercizi commerciali.**

Premesso che:

1. sarà possibile esercitare l'attività commerciale limitatamente al piano terra e al piano primo degli edifici. In casi particolari sarà possibile esercitare l'attività commerciale anche nei piani seminterrati purché essi siano per almeno 1/3 fuori terra e siano assicurati tutti i requisiti minimi di aerazione e salubrità dei locali. Sono fatte salve le destinazioni d'uso, le superfici, la composizione ed il numero dei piani degli edifici ove è esistente un esercizio commerciale alla data di approvazione della presente normativa.

Si richiama l'art. 15 della DCR 563-13414/1999 come modificato dalla DCR 191-43016/2012:

**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 12, 13 e 14, 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), destinati a commercio al dettaglio già al momento della presentazione delle relative istanze di autorizzazione, nel rispetto dei contenuti dell'articolo 17 (D.C.R. 191-43016). Le autorizzazioni per l'attivazione di esercizi commerciali possono essere rilasciate anche a soggetto diverso dal promotore o dall'originario titolare (subingresso) solo quando egli produca il contratto in base al quale ha acquisito la disponibilità dei locali, con incorporato il diritto all'autorizzazione. Trattandosi, nella fattispecie, di un evidente caso di concentrazione, che può essere soggetto a comunicazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi della l. 287/1990, il richiedente è tenuto ad inviare la comunicazione, ove occorra, alla Giunta regionale.

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

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

1) ad **autorizzazione**, nei casi e secondo le modalità previste dalla presente deliberazione e dai commi successivi. Negli addensamenti commerciali A.5. e nelle localizzazioni commerciali L.2., nei casi previsti, l'autorizzazione è rilasciata, solo qualora il comune abbia approvato il progetto unitario di coordinamento, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 13, comma 3, lettera e) e dall'articolo 14, comma 4, lettera b) - (D.C.R. 191-43016);

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

**b)** nel caso di **esercizi di vicinato**:

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

2) a **SCIA corredata da asseverazione o attestazione a norma dell'articolo 19** della l. 241/1990, di conformità agli aspetti urbanistici di cui agli articoli 23, 26, 24, 25, 26 e 27 (D.C.R. 191-43016) nel caso in cui l'esercizio di vicinato ricada in area soggetta a prescrizioni particolari ai sensi dell'articolo 20, o rientri nell'ambito dei progetti di qualificazione urbana e dei progetti integrati di rivitalizzazione di cui agli articoli 18 e 19 (D.C.R. 191-43016);

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 (D.C.R. 191-43016) 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, 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 del presente provvedimento nel testo vigente 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;

c) ad **autorizzazione**, nel rispetto inderogabile della presente normativa 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 (D.C.R. 191-43016).

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, **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, **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, 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.**

**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, 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, 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;

**c) grandi strutture di vendita, compresi i centri commerciali: soggetto ad autorizzazione** nel rispetto degli articoli 23, 24, 25, 26, 27 e 30, 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, 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 (D.C.R. 191-43016), nel caso in cui l'esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente alle zone di insediamento commerciale, così come definite agli articoli 12, 13 e 14 (D.C.R. 191-43016).

**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, nel caso in cui l'esercizio che si intende trasferire sia ubicato esternamente alle zone di insediamento commerciale così come definite agli articoli 12, 13 e 14 e quando la variazione della superficie di vendita del centro commerciale, anche a seguito di successivi trasferimenti, non superi i limiti di cui ai commi relativi all'ampliamento della superficie originaria autorizzata, o non rientri nei casi disciplinati al comma 6. In tutti gli altri casi è soggetto a nuova autorizzazione rilasciata nel rispetto delle norme del presente provvedimento.**

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

- a)** di essere in possesso dei requisiti soggettivi previsti dall'articolo 71 del d.lgs. 59/2010;
- b)** il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie destinate all'attività;
- c)** il titolo di occupazione dell'area necessaria allo svolgimento dell'attività;
- d)** che l'attività, nel caso in cui si svolga sui piazzali antistanti le medie o grandi strutture di vendita, è esercitata fuori dalle aree destinate al soddisfacimento del fabbisogno di posti a parcheggio, di cui all'articolo 25, della 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 e di quelle previste nell'ambito dei programmi di qualificazione urbana e dei programmi di rivitalizzazione di cui agli articoli 18 e 19;
- 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 dal presente provvedimento agli articoli 23, 24, 25 e 26;
- 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 (D.C.R. 191-43016).**

## **PARTE III - COMPATIBILITÀ URBANISTICHE DELLO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO**

### **Art. 16 - Adeguamento del PRG e carattere della presente variante al PRG**

1. Ai sensi del D.Lgs. 114/1998 e della D.C.R. 563-13414/1999 come integrata e modificata dalla D.C.R. 191-43016/2012 la disciplina del settore commerciale è parte integrante della programmazione urbanistica.
2. **Nelle aree a destinazione produttiva industriale ed artigianale e negli edifici produttivi individuati dal PRG con la sigla Ep2 è consentita l'apertura di esercizi di vicinato fino a 250 mq, per le attività commerciali che trattano esclusivamente materiali ingombranti dei quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobilifici, concessionarie auto, legnami, materiali per l'edilizia e simili).**

### **Art. 17 - Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta**

1. Ferma restando la verifica dell'osservanza dello standard urbanistico di cui all'art. 21, comma 1, punto 3), L.R. 56/77 dovrà verificarsi, altresì, per l'insediamento di attività commerciali al dettaglio, la dotazione del fabbisogno come definito dalla legge regionale sul commercio, secondo i criteri di seguito esplicitati.
2. Il fabbisogno totale di posti a parcheggio è calcolato secondo i parametri della successiva tabella. Il fabbisogno totale di superficie da destinare a parcheggio è determinato moltiplicando il coefficiente di trasformazione in superficie di un posto parcheggio per il numero di posti parcheggio calcolati secondo i parametri della tabella. Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq) di ciascun posto a parcheggio è pari a:
  - a) mq 26 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati al piano di campagna;
  - b) mq 28 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.

Gli esercizi commerciali con superficie di vendita fino a mq. 400 devono soddisfare unicamente lo standard urbanistico di cui all'art. 21, comma 1, punto 3), L.R. 56/77.

Tipi di strutture distributive	Sup. di vendita (mq) (S)	Metodo di calcolo del numero di posti a parcheggio (N)
<b>M-SAM 2</b>	401-900	$N = 35 + 0,05(S - 400)$
<b>M-SAM 3</b>	901-1.800	$N = 60 + 0,10(S - 900)$
<b>M-SAM 4</b>	oltre 1.800	$N = 140 + 0,15(S - 1.800)$
<b>G-SM 1</b>	FINO A 4.500	$N = 245 + 0,20(S - 2500)$
<b>G-SM 2-3-4</b>	OLTRE 4.500	$N = 645 + 0,25(S - 4500)$
<b>M-SE 2-3-4</b>	401-2.500	$N = 0,045 \times S$
<b>G-SE 1-2-3-4</b>	DA 2501 A OLTRE 6.000	$N = 40 + 0,08(S - 900)$
<b>M-CC</b>	251-2.500	$NCC = N + N'$ (***)
<b>G-CC 1-2</b>	FINO A 12.000	$NCC = N + N'$ (***)
<b>G-CC3</b> <b>G-CC4</b>	FINO A 18.000 OLTRE A 18.000	$NCC = (N + N') \times 1,5$ (***)

- (\*\*\*) **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.

- 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 di cui al comma 2. La realizzazione in una zona di insediamento commerciale di una multisala cinematografica determina un fabbisogno aggiuntivo a quello derivante dall'applicazione del comma 3, secondo le previsioni della specifica normativa di settore.
- 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% della superficie di vendita del centro, il fabbisogno di posti parcheggio e la relativa superficie non subisce incrementi; per superfici eccedenti il suddetto 20% è obbligatorio un incremento del fabbisogno nella misura di un posto parcheggio ogni 20 mq.
- Per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture, compresi i centri commerciali di cui all'articolo 6 della D.C.R. 191-43016/2012, la cui dimensione sia conforme alle tabelle dell'articolo 17 della citata D.C.R. 191/12, ubicati negli addensamenti storici rilevanti (A1), negli addensamenti storici secondari (A.2.), negli addensamenti commerciali urbani forti (A3), e negli addensamenti commerciali urbani minori (o deboli) (A.4.), non è richiesto il soddisfacimento di fabbisogno di posti parcheggio previsto dal comma 3 art. 25 (della stessa D.C.R.) o dal comma 2 del presente articolo **(è in ogni caso fatto salvo quanto prescritto dall'articolo 21, primo comma, numero 3) della L.R. 56/1977, come sostituito dalla legge regionale sul commercio).**

6. Per gli esercizi commerciali che si avvalgono dell'articolo 15, commi 13, 14 e 16 è consentita la monetizzazione del fabbisogno di posti a parcheggio di cui al comma 3 art. 25 (D.C.R.191/2012) negli addensamenti storici rilevanti (A.1.), negli addensamenti commerciali urbani forti (A.3.), negli addensamenti commerciali urbani minori (o deboli) (A.4.) e nelle localizzazioni commerciali urbane non addensate (L.1.) in modo da contribuire alla costituzione di un fondo destinato al finanziamento di interventi di iniziativa pubblica al servizio delle zone di insediamento commerciale.
7. Per gli esercizi commerciali che si avvalgono dell'articolo 15, commi 7 e 9 è consentita la monetizzazione del fabbisogno di posti a parcheggio di cui al comma 3, derivante dalla superficie di vendita ampliata, in tutte le zone di insediamento commerciale urbane. Nel caso degli addensamenti A.5. è richiesto comunque l'effettivo possesso di almeno l'80% delle dotazioni prescritte dall'articolo 21, comma 1, numero 3) della L.R. 56/1977 ed il rispetto della dotazione di cui all'articolo 41 sexies della legge 17 agosto 1942,n. 1150 (Legge urbanistica) relativamente all'intera superficie di vendita comprensiva di quella risultante dall'ampliamento
8. **L'Amministrazione Comunale, negli addensamenti di tipo A3, in considerazione di specifiche situazioni di traffico e/o di esigenze puntuali di parcheggi, si riserva comunque la facoltà di richiedere anche il soddisfacimento del fabbisogno di posti parcheggio.**
9. Per le nuove aperture, gli ampliamenti e i trasferimenti di esercizi commerciali, dovrà verificarsi la dotazione del fabbisogno secondo i criteri di cui al comma 2.
10. Negli addensamenti il reperimento dello standard e del fabbisogno a parcheggi è consentito entro una distanza di 200 m dall'esercizio commerciale; i parcheggi possono essere a raso e/o interrati o reperiati attraverso apposite convenzioni con l'Amministrazione comunale per la realizzazione di parcheggi su aree pubbliche.

## **Art. 18 - Salvaguardia dei beni culturali e ambientali**

1. Le attività commerciali si svolgono nel rigoroso rispetto dei beni culturali e ambientali individuati ai sensi dell'articolo 24 della L.R. 56/77 e s.m.i. e secondo le finalità indicate all'articolo 6, D.Lgs. 114/98.

## **Art. 19 - Regolamentazione delle aree di sosta**

1. La destinazione d'uso commerciale abilita alla realizzazione di insediamenti commerciali solo nei casi in cui siano rispettate le compatibilità di cui all'articolo 15 della D.C.R. 191-43016/2012 e le condizioni di impatto non traumatico sulla viabilità, con riferimento alle aree di sosta, oltre che in relazione al traffico generato.
2. Nel centro abitato, e in specifico nell'addensamento commerciale A1, l'orario di carico e scarico delle merci deve essere concentrato nelle ore di minor traffico ed evitando lo sviluppo dell'inquinamento acustico nelle ore di riposo notturno.

## **Art. 20 - Verifiche dell'impatto sulla viabilità**

1. Ai sensi dell'art. 26 comma 3 bis della D.C.R. 191-43016/2012, l'approvazione dei progetti, il rilascio delle autorizzazioni per le nuove aperture, i trasferimenti, gli ampliamenti, la modifica o

l'aggiunta di settore merceologico per superfici di vendita superiori a mq. 900 sono subordinati alla **valutazione di impatto sulla viabilità**, quando siano insediati negli addensamenti commerciali extraurbani (A5) e nelle localizzazioni urbano-periferiche non addensate (L2), mentre negli addensamenti commerciali A1, A2, A3, A4 e nelle localizzazioni L1 la valutazione di impatto sulla viabilità deve essere effettuata per superfici di vendita superiori a mq. 1.800.

Nel comune di Alpignano non sono stati individuati addensamenti A5, nè localizzazioni di tipo L2.

2. **Si ricorda che nel caso il Comune riconoscesse, successivamente all'approvazione del presente adeguamento, delle localizzazioni L2, queste dovranno essere oggetto di un Progetto Unitario di Coordinamento (P.U.C.),** approvato dal comune, successivamente al parere della provincia, acquisito con le modalità e procedimenti indicato all'art. 14, comma 4, D.C.R. 191-43016/2012. L'approvazione del PUC da parte del comune è condizione pregiudizievole al compiersi degli interventi soggetti ad autorizzazione commerciale per medie e grandi strutture di vendita ed a permesso di costruire.

### **Art. 21 - Interventi per la valorizzazione e il potenziamento degli insediamenti commerciali.**

1. L'Amministrazione comunale al fine di preservare, sviluppare e potenziare le dinamiche competitive del commercio e gli effetti positivi che queste forniscono ai consumatori, alle forme di aggregazione sociale e all'assetto urbano, promuove la realizzazione di progetti e programmi anche di natura urbanistica ed edilizia, volti alla riqualificazione del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana locale ai sensi dell'articolo 18 dei criteri regionali anche ricorrendo ad appositi stanziamenti e facilitazioni.
2. ***Nell'ambito di queste finalità può essere prevista la tipologia di intervento dei Programmi di qualificazione urbana (PQU) promossi su porzioni di tutto il territorio comunale, con esclusione di eventuali addensamenti A5 ed eventuali localizzazioni L2.***

### **Art. 22- Priorità nel rilascio delle autorizzazioni commerciali.**

1. La nuova apertura e il trasferimento di sede delle medie strutture di vendita è disciplinato al precedente articolo 15. In caso di domande concorrenti e che si escludono a vicenda, presentate nello stesso giorno, verrà attribuita priorità a quelle domande che propongano e contribuiscano alla realizzazione degli spazi pubblici (aree di sosta e viabilità) e che comportino accorpamento o anche solo trasferimento di autorizzazioni con superficie di vendita superiore a mq 400 rilasciate ai sensi della L. 426/71, operanti nel Comune e ubicate:
  - in ambiti non riconosciuti come addensamenti e localizzazioni di tipo A1, A3, A4, L1 (o L2);
  - in aree o edifici non idonei sotto il profilo dell'accessibilità, anche posti all'interno degli addensamenti precedentemente indicati. La non idoneità è dimostrata qualora le aree e gli edifici non rispettino gli standard minimi di parcheggio così come previsto dall'articolo 17 e non sia possibile alcun intervento per l'adeguamento.

### **Art. 23- Efficacia e validità delle autorizzazioni.**

1. L'apertura al pubblico delle medie strutture di vendita, conseguente al rilascio dell'autorizzazione per attivazione, ampliamento, variazione o aggiunta di settore merceologico deve avvenire, pena la revoca del titolo, entro i termini previsti dall'articolo 22, comma 4 del D.Lgs.114/98 salvo proroga fino ad un massimo di anni due per le medie strutture di vendita per ritardi non imputabili al soggetto autorizzato.

2. I termini di cui al precedente comma, vengono sospesi in pendenza di procedimento giudiziario fino alla notifica alle parti della relativa sentenza passata in giudicato. Nello stesso periodo è ugualmente sospeso il procedimento amministrativo di attivazione dell'autorizzazione.
3. Il titolare di un'autorizzazione commerciale il cui esercizio sia organizzato in più reparti, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di servizio impiegate, può affidare tali reparti a terzi, purché in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del D.Lgs.114/98 perché li gestiscano in proprio, previa la comunicazione all'Amministrazione, per la durata contrattualmente convenuta.

## **Art. 24- Revoca delle autorizzazioni.**

1. Le autorizzazioni per le medie e per le grandi strutture di vendita sono revocate nei casi previsti all'articolo 5 della L.R. 28/99 e qualora non sia rispettato quanto previsto dall'art. 6, L.R. 28/99:
  - a) gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali ed i criteri di programmazione urbanistica di cui all'articolo 3, commi 1, 2 e 3, L.R. 28/99;
  - b) le specifiche prescrizioni stabilite nell'autorizzazione per la realizzazione dell'intervento commerciale;
  - c) l'assolvimento degli obblighi previsti dall'articolo 3, commi 3 bis e 3 ter, L.R. 28/99;
  - d) le norme della l.r. 56/1977 e degli strumenti urbanistici generali ed attuativi comunali adeguati ai sensi dell'articolo 4, L.R. 28/99;
  - e) le norme di procedimento relative alle autorizzazioni di cui all'articolo 3, comma 5, L.R. 28/99.
2. L'autorizzazione commerciale per l'esercizio dell'attività è altresì revocata in caso di mancata acquisizione dell'autorizzazione preventiva regionale prevista ai commi sesto, settimo, ottavo, nono, decimo e undicesimo dell'articolo 26 della l.r. 56/1977, come da ultimo modificato dalla L.R. 28/99.
3. La revoca dell'autorizzazione commerciale comporta la chiusura dell'esercizio o l'impossibilità di attivazione dello stesso.
4. Nel caso di attività di commercio al dettaglio soggetta a segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) è disposto il divieto di prosecuzione dell'attività qualora non siano rispettate, al momento dell'attivazione e in corso di attività dell'esercizio, le disposizioni di cui all'articolo 3 L.R. 28/99 e le norme della l.r. 56/1977 e degli strumenti urbanistici generali ed attuativi comunali adeguati ai sensi dell'articolo 4 L.R. 28/99.
4. bis. Fatto salvo quanto previsto al presente articolo, i comuni esercitano una costante attività di controllo sulla veridicità dei contenuti delle SCIA per gli esercizi di vicinato e per i casi previsti negli indirizzi e criteri di cui all'articolo 3 L.R. 28/99 e sul permanere di tutti i presupposti delle autorizzazioni.
4. ter. La Regione, attraverso il responsabile del procedimento presso la struttura competente in materia di commercio, individuato a norma dell'articolo 8 della legge regionale 4 luglio 2005, n. 7 (Nuove disposizioni in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi.), supporta gli enti locali e gli operatori commerciali, fornendo indicazioni sull'interpretazione e sull'applicazione della presente legge e di tutti gli atti conseguenti e delle altre disposizioni commerciali vigenti in materia di commercio al dettaglio in sede fissa.
4. quater. Fatta salva la competenza comunale, la Regione, attraverso il responsabile del procedimento presso la struttura competente in materia di commercio, individuato a norma dell'articolo 8 della l.r. 7/2005, oltre a quanto previsto dall'articolo 19, esercita l'attività di controllo

sulle grandi strutture di vendita di cui all'articolo 4 del d.lgs 114/98 e, nei casi di cui al comma 1, promuove, attraverso il comune, il ripristino della legittimità.

Inoltre ai sensi dell'art. 22 del D.Lgs 114/98:

5. In caso di particolare gravità o di recidiva il sindaco può inoltre disporre la sospensione della attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
6. L'autorizzazione all'apertura e' revocata qualora il titolare:
  - a) non inizia l'attività di una media struttura di vendita entro un anno dalla data del rilascio o entro due anni se trattasi di una grande struttura di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
  - b) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;
  - c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2 D.Lgs 114/98;
  - d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 5.
7. Il sindaco ordina la chiusura di un esercizio di vicinato qualora il titolare:
  - a) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;
  - b) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2 D.Lgs 114/98;
  - c) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 5.
8. In caso di svolgimento abusivo dell'attività il sindaco ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.
9. Per le violazioni di cui al presente articolo l'autorità competente è il sindaco del comune nel quale hanno avuto luogo. Alla medesima autorità pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze ingiunzioni di pagamento.

Per le sanzioni amministrative si rimanda al comma 1 e 3 dell'art. 22 del D.Lgs 114/98 e s.m.i.

Le indicazioni del presente articolo si applicano per tutte le tipologie di esercizi commerciali.

Segue tavola degli addensamenti e localizzazioni commerciali riconosciuti con la DCR 191/2012
---

