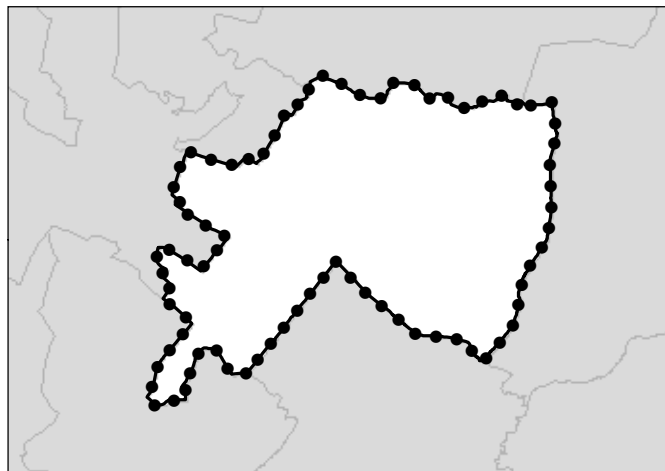




## Criteri Commerciali Comunali

ai sensi della D.C.R. 191 - 43016 del 20 Novembre 2012



Progetto

**SMA**  
PROGETTI

**Il Sindaco**

Giampiero Tolardo

**Il Segretario Comunale**

Annamaria Lorenzino

**Il Dirigente Area Pianificazione e  
sviluppo del territorio**

Silvia Ruata

**Il Responsabile dell'ufficio Commercio**

Gloria Ghibaudo

Data: Giugno 2024

TITOLO ELABORATO	NUMERO ELABORATO
NORME DI ATTUAZIONE	Elab 2

## INDICE

Articolo 1 – Definizioni .....	4
Articolo 2 – Prescrizioni generali .....	4
Articolo 3 – Obiettivi ed indirizzi dei Criteri .....	5
Articolo 4 – Definizioni tecniche. ....	6
Articolo 5 – Definizioni di offerta commerciale. ....	7
Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive.....	8
Articolo 7 – Coerenza funzionale e urbanistica dello sviluppo urbano del commercio.....	9
Articolo 8 – Programmazione comunale .....	10
Articolo 9 – Zonizzazione.....	10
Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali .....	11
Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali.....	12
Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali .....	13
Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo .....	15
Articolo 14 – Provvedimenti relativi a nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e del settore merceologico. ....	16
Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni .....	16
Articolo 16 – Esercizi di vicinato.....	16
Articolo 17 – Adeguamento del P.R.G.C., degli strumenti attuativi e dei regolamenti di polizia locale.....	17
Articolo 18 – Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta.....	17
Articolo 19 – Salvaguardia dei beni culturali e ambientali.....	18
Articolo 20 – Verifica dell’impatto sulla viabilità e regolamentazione delle aree di sosta.....	19
Articolo 21 – Interventi per il sostegno degli insediamenti commerciali.....	20
Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi a costruire/SCIA.....	20
Articolo 23 – Forme particolari di commercio. ....	20
Articolo 24 – Norme finali .....	21

## **PARTE I - PREMESSA**

### **Articolo 1 – Definizioni**

1. Agli effetti delle presenti norme, per **“D. Lgs. 114/98”** si intende il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e s.m.i., Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell’articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59; per **“Legge regionale”** la legge della Regione Piemonte del 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i., Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114; per **“Indirizzi Regionali”** la Delibera del Consiglio Regionale del 29 ottobre 1999, n. 563 – 13414, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 23 dicembre 2003, n. 347 – 42514, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 24 marzo 2006, n. 59 – 10831, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 20 novembre 2012, n. 191 – 43016, “Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l’insediamento delle attività commerciali al dettaglio in sede fissa”, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, per **“Criteri”** i presenti criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita.

### **Articolo 2 – Prescrizioni generali**

1. I seguenti articoli costituiscono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni amministrative per l’apertura, il trasferimento di sede e la variazione della superficie di vendita fino ai limiti di cui all’articolo 4, comma 1, lett. e), del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., di una media struttura di vendita.
2. Il rilascio dell’autorizzazione amministrativa per l’apertura, il trasferimento di sede e la variazione della superficie di vendita fino ai limiti di cui all’articolo 4, comma 1, lett. e), del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., di una media struttura di vendita è subordinato al rispetto delle norme sulle destinazioni d’uso stabilite dal Piano Regolatore Generale Comunale.
3. La delibera del Consiglio Regionale n. 191 – 43016 del 20 novembre 2012, costituisce il riferimento da assumere per la corretta applicazione dei presenti Criteri.

### **Articolo 3 – Obiettivi ed indirizzi dei Criteri**

1. In conformità con i risultati conseguiti dallo studio sull'organizzazione del commercio al dettaglio in sede fissa, e nel rispetto di quanto prescritto dall'articolo 1 del D. Lgs. 114/98, dall'articolo 1 della Legge Regionale e dall'articolo 2 degli Indirizzi Regionali, i presenti criteri perseguono i seguenti obiettivi generali e settoriali:
  - Favorire la modernizzazione del sistema distributivo di Nichelino al fine di realizzare le condizioni per aumentare la sua produttività, la qualità del servizio reso e le informazioni al consumatore,
  - Favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio commerciale di prossimità nel centro urbano principale, affinché sia consentito un approvvigionamento facilitato per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso l'eventuale intervento diretto dell'Amministrazione comunale con appositi Progetti Integrati di rivitalizzazione;
  - Orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare l'identificazione e la fruibilità del territorio nelle sue diverse funzioni;
  - Favorire la formazione di un sistema d'offerta articolato e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, in modo che non si producano posizioni dominanti, così che il consumatore possa scegliere tra differenti alternative di offerta, favorendo la realizzazione di condizioni di concorrenza tra le imprese del settore;
  - Perseguire uno sviluppo sostenibile del comparto distributivo, senza compromettere la rete distributiva esistente, l'ambiente e il patrimonio culturale del territorio;
  - Garantire le possibilità di recupero e sviluppo di quelle strutture commerciali localizzate all'interno del tessuto urbano centrale, al fine di potenziare l'immagine qualitativa del tessuto urbano stesso per migliorare il servizio alla collettività residente e fluttuante, realizzando anche appositi Programmi di Qualificazione Urbana (PQU).
2. Operativamente i presenti obiettivi si realizzano attraverso l'applicazione di norme coordinate di natura funzionale e di natura urbanistica, così come previste ai successivi articoli, tese a determinare misure di completamento, di riqualificazione, di valorizzazione e di salvaguardia della rete distributiva presente sul territorio comunale.

## PARTE II – INDICAZIONI GENERALI

### Articolo 4 – Definizioni tecniche.

1. Per *commercio al dettaglio in sede fissa* si intende l'attività svolta da chiunque acquisti merci in nome e conto proprio e le rivenda 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 in cui si esercita l'attività di commercio al dettaglio.
3. Per *superficie di vendita* si intende la superficie netta di pavimento (snp) destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, retrobanchi, casse, scaffalature e simili, calcolando solo l'area coperta interamente delimitata dai muri e al netto degli stessi, misurata nella area calcolata come superficie lorda di pavimento (slp) ai fini del rilascio del permesso di costruire o dell'autorizzazione edilizia. Si considera superficie di vendita anche lo spazio compreso tra il muro, o il divisorio, ed il banco per la vendita dei prodotti freschi, anche se il consumatore non può accedervi ed anche se vi si svolgono piccole attività di preparazione degli alimenti (taglio, affettatura, ecc.). Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, separati fisicamente da pareti continue, ai quali il consumatore non possa comunque accedere, e la zona antistante le casse negli esercizi a libero servizio, nella quale il consumatore non possa comunque prelevare le merci. Non costituisce altresì superficie di vendita la superficie espositiva così come definita al successivo comma 6, nonché l'area interna che delimita le vetrine, sempre che il consumatore non possa accedervi e prelevare le merci in esse esposte, e le zone di passaggio ad esse antistanti, nei casi in cui si trovino sul fronte strada per le parti costituite da spazi pubblici a filo delle stesse che eventualmente si incuneano nelle vetrine stesse.
4. Ad ogni esercizio commerciale in sede fissa corrisponde una sola superficie di vendita ed una sola comunicazione ricevuta ai sensi dell'articolo 7 o autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 8 del D. Lgs. 114/98 o ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426.
5. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano merci ingombranti, delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobilifici, concessionari di auto e moto, legnami, materiali per l'edilizia e altri similari, ecc.) può essere limitata dal richiedente, previa sottoscrizione di atto di impegno unilaterale, alla dimensione di 250 mq.; la parte rimanente, soggetta alle prescrizioni di cui al comma seguente, è attribuita a superficie espositiva e vi può accedere il consumatore.
6. La *superficie espositiva di merci ingombranti* è quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, separata dalla superficie di vendita da pareti continue, alla quale il pubblico può accedere in condizioni di sicurezza solo per prendere visione dei prodotti non immediatamente asportabili, e non costituisce superficie di vendita.
7. La *superficie espositiva di merci non ingombranti* è quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico non può accedere in alcun caso. L'operatore interessato a utilizzare questo tipo di superfici espositive deve preventivamente presentare comunicazione al comune indicando l'ubicazione della superficie

espositiva di questo tipo e l'ubicazione dell'esercizio, anche in altro comune, dove avviene la vendita.

8. L'attività di vendita da parte di industriali o artigiani dei prodotti provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività di produzione, può essere esercitata, ai sensi del D. Lgs. 114/98, in locali con libero accesso al pubblico (*spacci aziendali*), la cui superficie di vendita per un massimo di 250 mq., deve essere ricavata, in condizioni di sicurezza, negli immobili in cui si svolge la produzione. Sono altresì compatibili con l'uso produttivo le superfici di vendita al minuto di stretta pertinenza di attività di artigianato di servizio e/o di attività commerciali all'ingrosso. La presente superficie di vendita è assoggettata al rispetto dello standard a parcheggio di cui all'articolo 21 della Legge Regionale 56/77 e s.m.i..
9. Ai sensi dell'articolo 16 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 di accedervi, è soggetta ad apposita comunicazione al Comune. La vendita deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico (*spacci interni*), che non abbiano accesso diretto dalla pubblica via. La comunicazione deve contenere quanto previsto dal comma 3 dell'articolo 16 del D. Lgs. 114/98.
10. La *superficie di vendita di un centro commerciale* è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali al dettaglio presenti in esso.
11. Per *commercio all'ingrosso* si intende l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione.

#### **Articolo 5 – Definizioni 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 dei presenti Criteri, l'offerta commerciale si definisce come segue:
  - a. Offerta alimentare (settore merceologico alimentare)
  - b. Offerta extra alimentare (settore merceologico extra alimentare);
  - c. Offerta mista (determinata dalla presenza nello stesso esercizio commerciale sia del settore merceologico alimentare che di quello extra alimentare).
2. Le medie e le grandi strutture di vendita, al fine di completare l'offerta commerciale, possono integrarla con i prodotti complementari appartenenti all'altro settore merceologico, assegnando all'interno della superficie di vendita autorizzata dell'esercizio una superficie non superiore ai 250 mq. e comunque non superiore al 20% della superficie di vendita autorizzata. A tale scopo è necessario presentare apposita comunicazione da parte dell'interessato.

3. Ai fini dei presenti Criteri sono escluse le forme di vendita non comprese nell'articolo 4, comma 1, lettere d), e), f), g) del D. Lgs. 114/98.

#### **Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive**

1. Gli esercizi di vendita in sede fissa, ai sensi degli articoli 7, 8 e 9 del D. Lgs. 114/98, si suddividono in:
  - Esercizi di vicinato, aventi superficie di vendita fino a 250 mq.;
  - Medie strutture di vendita, aventi superficie di vendita compresa tra 251 mq. fino a 2.500 mq.;
  - Grandi strutture di vendita, aventi superficie di vendita superiore a 2.500 mq.
  - Centri commerciali.
2. Al fine di favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie nel rispetto della libera concorrenza, le medie e le grandi strutture di vendita sono classificate adottando la classificazione di cui al comma 2 dell'articolo 8 degli Indirizzi regionali. La classificazione delle strutture distributive si riporta di seguito:

##### **Esercizi di vicinato**

**Tutti gli esercizi commerciali aventi superficie non superiore a mq 250; la loro localizzazione è funzionalmente compatibile su tutto il territorio comunale fatte salve eventuali e specifiche limitazioni.**

##### **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 limiti massimi di cui sopra)*

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

3. La modifica o l'aggiunta di un settore merceologico in una media o grande struttura di vendita, fatto salvo quanto previsto dal precedente articolo 5, comma 2, nonché il passaggio da una classe dimensionale all'altra sono soggetti alle norme stabilite dai presenti Criteri per le nuove autorizzazioni relative al trasferimento e per le variazioni di superficie di vendita di cui al successivo articolo 15.

#### **Articolo 7 – Coerenza funzionale e urbanistica dello sviluppo urbano del commercio.**

1. Ai sensi del D. Lgs. 114/98, lo sviluppo del commercio non è soggetto ad alcuna limitazione quantitativa, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella legge 287/90 recante le norme per la tutela della concorrenza e del mercato.
1. Per garantire il rispetto della libera concorrenza e per l'efficace perseguimento degli obiettivi di cui all'articolo 3 del presente Regolamento e del D. Lgs. 114/98, si ritiene essenziale che non si formino posizioni dominanti, e pertanto, ferma restando l'assenza di vincoli quantitativi allo sviluppo complessivo nelle singole zone, sono posti limiti di dimensione ai singoli punti di vendita.
2. L'insediamento degli esercizi commerciali in sede fissa è compatibile su tutto il territorio comunale fatte salve le limitazioni di cui al Piano Regolatore Generale ed al successivo articolo 13 e articolo 14 sulla compatibilità territoriale allo sviluppo.



### **PARTE III – ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA**

#### **Articolo 8 – Programmazione comunale.**

1. Il Comune, nell'ambito della autonomia programmatica sancita dalle leggi, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, della Legge regionale con la presente normativa, risponde all'obbligo di adeguare il suo strumento urbanistico generale nel rispetto dei principi e delle norme contenute negli Indirizzi Regionali.
2. Il Comune con la presente normativa adotta altresì i criteri per il rilascio delle autorizzazioni amministrative di cui all'articolo 8, comma 3 del D. Lgs. 114/98.
3. Il Comune di Nichelino, così come identificato dagli articoli 9, 10 e 11 degli Indirizzi Regionali, si identifica come un comune appartenente alla rete primaria, classificandosi come **polo**, compreso nell'Area di Programmazione Commerciale di Torino.

#### **Articolo 9 – Zonizzazione**

1. Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite, fatto salvo quanto disposto relativamente alla destinazione d'uso delle aree o dei locali, nelle zone di insediamento commerciale così come definite dalla presente normativa.
2. Ai sensi dell'articolo 12 degli Indirizzi Regionali, la presente normativa individua sul territorio le zone attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali, in funzione del livello di aggregazione spaziale degli esercizi e del rapporto con il sistema delle residenze.
3. Poiché il territorio comunale presenta caratteri urbanistici ed antropici ben differenziati, con una definizione delle funzioni consolidata, si ritiene opportuno, con la presente normativa, procedere ad individuare e classificare le zone in:
  - Addensamenti commerciali: porzioni di territorio urbano o extraurbano, percepiti come omogenei ed unitari, che raggruppano un insieme di attività commerciali, paracommerciali ed assimilabili, ubicate l'una in prossimità dell'altra in un ambito a scala pedonale, nella quale il consumatore trova un insieme organizzato ed integrato di offerta commerciale e di servizi;
  - Localizzazioni commerciali: formate da zone urbane o extraurbane, sedi attuali o potenziali di insediamenti commerciali, ubicate all'esterno di addensamenti commerciali.

## Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali

1. Ai sensi dell'articolo 13 degli Indirizzi Regionali il Comune riconosce nell'ambito del proprio territorio i seguenti tipi di addensamento commerciale:
  1. **A. 1 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE STORICO RILEVANTE.** È riconoscibile nell'ambito urbano centrale coincidente in particolare con il tratto di Via Torino che va dall'intersezione con Via XXV Aprile fino all'intersezione con Viale Matteotti. È l'ambito commerciale di antica formazione, che si è sviluppato spontaneamente intorno al fulcro del centro urbano, caratterizzato da una presenza commerciale e di servizi non rivolte prevalentemente al vicinato e da una elevata densità residenziale. Non coincide, come consentito dagli Indirizzi Regionali, all'area corrispondente alla perimetrazione degli insediamenti urbani aventi carattere storico artistico così come definiti dall'articolo 24, della legge regionale 56/1977 e s.m.i.
  2. **A. 3 – ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI FORTI.** Sono gli ambiti commerciali di non antica formazione, ubicati nel tessuto residenziale semi centrale del comune, caratterizzati da una apprezzabile presenza di esercizi commerciali e di servizio e da una buona densità residenziale di contorno. Sono così identificati:
    - **A. 3.1 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO FORTE** corrisponde con il fronte strada di Via Martiri della Libertà, via XXV Aprile, via Torino, fino all'angolo con via Cuneo e via Cuneo fino al confine con il comune di Moncalieri, via dei Cacciatori e via Torricelli e relative pertinenze collaterali, come da planimetria allegata. L'estensione possibile dell'addensamento oltre l'ultimo esercizio è di mt. 300;
    - **A. 3.2 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO FORTE** corrisponde con il fronte strada di via Torino dal confine con l'addensamento A.1 e il confine comunale con Vinovo;
  3. **A. 4 – ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI MINORI.** Sono gli ambiti semi centrali di non antica formazione ubicati nel centro abitato e nel tessuto residenziale del Comune interclusi tra i vari tipi di addensamento, lambiti o percorsi da assi viari di livello urbano locale, caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare. L'estensione possibile dell'addensamento oltre l'ultimo esercizio è di mt. 50. Sono così identificati:
    - **A. 4.1 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO MINORE** corrisponde con il fronte strada di via Giusti dal numero civico pari 14 a dal numero civico dispari 15 fino alla linea ferroviaria.
2. Per una più precisa identificazione si fa riferimento alla cartografia allegata alle presenti norme.
3. Ai sensi dell'art. 14, comma 3, l'estensione massima possibile degli addensamenti è determinata dall'ultimo esercizio mentre lungo la via si considera la misura dell'estensione dalla mezzeria della strada.

4. Un esercizio commerciale si considera appartenente ad un addensamento quando l'ingresso principale per la clientela si trova all'interno dell'addensamento stesso o della sua estensione.
5. Il Comune presenta delle caratteristiche urbanistiche e commerciali che non consentono di identificare altri tipi di addensamenti commerciali nell'ambito del proprio territorio.

#### **Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali.**

1. Ai sensi dell'articolo 14, comma 1 e 2 degli Indirizzi regionali, solamente le localizzazioni commerciali urbane non addensate di tipo L.1 sono riconoscibili per iniziativa di chiunque ne abbia interesse rispettando integralmente i criteri ed i parametri di seguito riportati. Il riconoscimento di tali localizzazioni dovrà avvenire privilegiando, ove possibile le parti di territorio occupati da impianti produttivi dismessi da almeno cinque anni, situati all'interno di aree a diversa e prevalente destinazione, o nelle parti di territorio individuate con l'obiettivo di promuovere interventi di riqualificazione e/o riuso del patrimonio edilizio esistente.
2. **Localizzazioni commerciali urbane non addensate L. 1.:** sono le zone comprese nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, così come identificato dalla tavola di P.R.G.C.. Esse sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far parte dell'addensamento storico rilevante (A. 1.), degli addensamenti urbani forti (A. 3) o degli addensamenti urbani minori (A. 4), così come definiti ed individuati dal precedente articolo 10 e sono riconosciute nel momento in cui l'area o l'edificio risulti intercluso per almeno tre lati nell'ambito del centro abitato, così come definito dall'art. 11, comma 8 bis degli Indirizzi Regionali.
3. Le localizzazioni di tipo L. 1. sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano, sempre che sia prevista la destinazione d'uso commerciale già al momento della presentazione dell'istanza di autorizzazione, nel rispetto totale dei seguenti parametri inderogabili e vincolanti secondo le modalità stabilite dall'articolo 14, comma 4, lettera a), della DCR 191 – 43016 del 20 novembre 2012. L'ordine di grandezza del parametro X.1. s'intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. Il parametro X.1 si intende soddisfatto anche nel caso in cui altre localizzazioni si riferiscano allo stesso nucleo residenziale.

<b>LOCALIZZAZIONI URBANE NON ADDENSATE L.1.</b>	<b>COMUNI POLO</b>
Ampiezza del raggio del nucleo in cui calcolare i residenti (mt.)	500
Numerosità dei residenti nel cerchio	2.500
Distanza stradale massima della localizzazione da un nucleo residenziale (mt.)	700
Dimensione massima della localizzazione (mq)	40.000

4. La dimensione massima della localizzazione si ottiene sommando la superficie territoriale di tutte le aree contigue in cui sia ammessa la destinazione commerciale e che contestualmente vedano al loro interno, al momento del riconoscimento, l'esistenza di strutture di media o grande dimensione, oppure consentano l'insediamento di esercizi di media o grande dimensione (siano cioè già state riconosciute come addensamenti o localizzazioni), anche se risultano separate da spazi pubblici o da opere di urbanizzazione primaria o secondaria.
5. **Localizzazioni commerciali urbano periferiche L.2.:** sono le zone ubicate in prossimità del tessuto residenziale urbano, lambite preferibilmente da assi viari di primo livello. Sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei consumatori nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far parte dell'addensamento storico rilevante (A. 1.), dell'addensamento urbano forte (A.3) e dell'addensamento arteriale extra urbano (A.5) così come definito ed individuato dal precedente articolo 10, nonché delle localizzazioni di tipo L. 1, e che non sono intercluse tra esse. L'ordine di grandezza dei parametri X.2., H.2. e W.2. si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. Le localizzazioni di tipo L.2. sono individuate nel rispetto totale dei seguenti parametri, inderogabili e vincolanti.

<b>LOCALIZZAZIONI URBANO PERIFERICHE L.2.</b>	<b>COMUNI POLO</b>
Ampiezza del raggio del nucleo in cui calcolare i residenti (mt)	1.000
Numerosità dei residenti all'interno del nucleo	3.500
Distanza stradale massima della localizzazione dal nucleo residenziale (mt)	1.500
Dimensione minima e massima del lotto (mq)	20.000
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1 (mt)	2.000

6. Le localizzazioni così individuate, possono comprendere esercizi commerciali già in funzione, le cui future vicende autorizzative saranno assoggettate alle regole previste per la specifica localizzazione.

## **Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali**

1. Come indicato nella relazione di adeguamento del P.R.G.C. alla legge regionale sul commercio, nell'ottica di procedere ad una distribuzione sul territorio del servizio commerciale che si localizzi in maniera più addensata possibile, con la funzione di integrazione e di sostegno dell'offerta della parte centrale del Comune, si determina che nelle aree definite dal P.R.G.C. come residenziali del concentrico principale della città, l'operatore può richiedere il riconoscimento delle localizzazioni commerciali urbane non addensate di tipo L.1., sempre che, al momento della presentazione della istanza, l'area risulti compatibile con la destinazione d'uso commerciale (anche a se-

guito di contestuale cambio di destinazione di uso) e sempre che dimostri il rispetto integrale dei parametri indicati all'articolo 11 delle presenti norme.

2. Al momento della presentazione dell'istanza, il richiedente dovrà presentare una relazione che dimostri il rispetto dei parametri richiesti, una planimetria in scala 1:1.000 che riporti la perimetrazione della localizzazione L.1, da cui risulti l'interclusione per almeno tre lati nell'ambito del centro abitato e che dovrà comprendere al suo interno oltre al punto vendita tutte le sue pertinenze, quali i posti a parcheggio, le aree di servizio all'attività commerciale, quali le aree di carico e scarico merci, per la raccolta rifiuti e simili, la viabilità di distribuzione dei posti a parcheggio e le eventuali aree a verde.
3. Ai sensi del comma 12 delle Ulteriori disposizioni dell'Allegato alla DCR 191-43016 del 20/11/2012, il comune non ha manifestato in alcun modo la volontà di procedere all'accordo ai sensi dell'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e degli articoli 11 e 15 della l. 241/1990 entro i centoottanta giorni dalla data di entrata in vigore della ultima DCR, in quanto aveva già attribuito la destinazione d'uso all'intera dimensione delle localizzazioni, ridefinendo così automaticamente le due localizzazioni nel proprio perimetro, comprendendo esclusivamente gli esercizi di medie e grandi strutture di vendita autorizzate e attivate a quella data, comprese le pertinenze e la viabilità di accesso, che occupano l'intera superficie territoriale delle localizzazioni suddette.
4. Come indicato nella relazione di adeguamento del P.R.G.C. alla legge regionale sul commercio, al fine di perseguire l'obiettivo di raggiungere un potenziamento dell'offerta commerciale comunale ed una migliore concorrenza, si determina di riconoscere sul territorio comunale le seguenti:

Localizzazioni L 1:

- Localizzazione L.1.1 piazza Aldo Moro;
- Localizzazione L.1.2 via Giusti/Colombetto;
- Localizzazione L.1.3 via Giusti;

Localizzazione L 2:

- Localizzazione L.2.1 via Cacciatori/via Cesana;
- Localizzazione L.2.2 via Debouchè.

5. Le localizzazioni urbano periferiche di tipo L 2 così riconosciute devono essere sottoposte a "progetto unitario di coordinamento" di cui all'articolo 14, comma 4 lettera b) degli Indirizzi regionali, contenete apposita valutazione di compatibilità ambientale nel rispetto dei contenuti dell'art. 27 della presente normativa e ai sensi dell'art. 20 della l. r. 40/98 e ad obbligatorio strumento urbanistico esecutivo, esteso alla intera area, che può essere attuato per parti.  
L'approvazione del suddetto "progetto unitario di coordinamento" da parte del comune, successivamente al parere della provincia, acquisito nel rispetto dei tempi e dei modi di cui alla legge 241/1990, è condizione pregiudiziale al compiersi degli interventi soggetti ad autorizzazione commerciale per medie e grandi strutture di vendita ed a permesso a costruire.

## PARTE IV – COMPATIBILITÀ TERRITORIALE ALLO SVILUPPO

### Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo

1. Ai sensi dell'articolo 17 degli Indirizzi Regionali, la compatibilità territoriale allo sviluppo di ciascuna tipologia di strutture distributive è vincolo inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione di superficie di vendita, di trasferimento di sede di esercizi commerciali, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio di permesso di costruire o autorizzazione edilizia relativa agli insediamenti commerciali.
2. Per ciascun addensamento commerciale e per ciascuna localizzazione commerciale si individuano le seguenti compatibilità tipologico funzionali:

TIPOLOGIE	Superficie di vendita	Addensamenti			Localizzazioni	
		A.1.	A.3	A.4.	L.1.	L.2.
Vicinato	Fino a 250	SI	SI	SI	SI	SI
M SAM 1	251-400	SI	SI	SI	SI	NO
M SAM 2	401-900	SI	SI	SI	SI	NO
MSAM 3	901-1800	NO	SI	SI	SI	SI <sup>(1)</sup>
M SAM 4	1801 - 2500	NO	SI	NO	SI	SI <sup>(1)</sup>
M SE 1	251-400	SI	SI	SI	SI	SI
M SE 2	401-900	SI	SI	SI	SI	SI
M SE 3	901-1800	NO	SI	SI	SI	SI
M SE 4	1801 - 2500	NO	NO	NO	NO	SI
M CC	251-2500	SI	SI	SI	SI	SI
G SM 1	2501 – 4500	NO	NO	NO	NO	SI
G SE 1	2501 – 3500	NO	SI	NO	SI <sup>(2)</sup>	SI
G CC1	Fino a 6000	NO	SI	NO	SI <sup>(2)</sup>	SI
G CC 2	6001 – 12000	NO	NO	NO	NO	SI <sup>(3)</sup>

- (1) Solo nei centri commerciali compatibili ai sensi della presente tabella  
 (2) solo fino a 3.000 mq.  
 (3) solo fino a 8.000 mq.

3. Per il rilascio delle autorizzazioni relativa alle grandi strutture di vendita è stata applicata la tabella di compatibilità territoriale di cui all'articolo 17 degli Indirizzi regionali

**Articolo 14 – Provvedimenti relativi a nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e del settore merceologico.**

1. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite nel rispetto di quanto definito dall'articolo 15 degli Indirizzi Regionali e nel rispetto di quanto stabilito nelle tavole e nelle NTA del PRGC vigente.

**Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni**

1. Per quanto riguarda gli accorpamenti e la priorità nell' esame delle domande si applica, per quanto compatibile con la presente normativa, le regole previste dall'articolo 21 degli Indirizzi Regionali.

**Articolo 16 – Esercizi di vicinato**

1. Gli esercizi di vicinato, così come definiti al sensi dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98, possono insediarsi su tutto il territorio comunale nel rispetto delle destinazioni d'uso stabilite dal P.R.G.C.
2. Le nuove aperture ed i trasferimenti di sede di esercizi di vicinato sono consentite previa Segnalazione Certificata di Inizio Attività (S.C.I.A.), come prevista dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98, e dimostrazione del rispetto degli standard urbanistici relativi alle superfici da destinare a parcheggio stabiliti dal P.R.G.C.
3. L'area relativa alla soddisfazione degli standard a parcheggio deve essere ricavata nell'area di pertinenza dell'edificio in cui è ubicata l'unità commerciale e comunque al di fuori della sede stradale.

## PARTE V – COMPATIBILITÀ URBANISTICA ALLO SVILUPPO COMMERCIALE

### Articolo 17 – Adeguamento del P.R.G.C., degli strumenti attuativi e dei regolamenti di polizia locale.

1. Le norme contenute nei presenti Criteri costituiscono, per la loro parte, adempimento delle disposizioni di cui all'articolo 4 della L. R. 28/99, nell'ambito delle approvazioni previste dall'articolo 29 comma 3, degli Indirizzi Regionali

### Articolo 18 – Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta.

1. L'insediamento di attività commerciali al dettaglio, oltre alla verifica dell'osservanza dello standard urbanistico di cui all'articolo 21, comma 1, punto 3), della Legge regionale 56/77, dovrà verificare altresì la dotazione del fabbisogno ai sensi dell'articolo 21, comma 2 della stessa legge regionale, verificando l'esistenza sia del numero di posti auto che della rispettiva superficie.
2. Il fabbisogno totale dei posti a parcheggio è calcolato secondo i parametri della successiva tabella, mentre il fabbisogno totale di superficie da destinare a parcheggio si ottiene moltiplicando il numero di posti auto così determinati per il coefficiente di trasformazione in superficie di un posto parcheggio.

TIPOLOGIE	Superficie di vendita	Formula da applicare
M SAM 2	401 – 900	$N = 35 + 0,05 (S - 400)$
M SAM 3	901 – 1800	$N = 60 + 0,10 (S - 900)$
M SAM 4	1801 – 2500	$N = 140 + 0,15 (S - 1800)$
M SE 2	401 – 900	$N = 0,045 \times S$
M SE 3	901 – 1800	$N = 0,045 \times S$
M SE 4	1801 – 2500	$N = 0,045 \times S$
M CC 1	401 – 2500	$N = N + 0,12 \times S$
G SM 1	2501 – 4500	$N = 245 + 0,20 (S - 2500)$
G SE 1	2501 – 3500	$N = 40 + 0,08 (S - 900)$
G CC 1	Fino a 6.000	$N' = N + 0,12 \times S'$
G CC 2	6001 – 12000	$N' = N + 0,12 \times S'$

S' è il totale della superficie di vendita dei negozi di vicinato presenti nel centro commerciale.

3. 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 comprensivo della viabilità interna e di accesso qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.
4. Gli esercizi commerciali alimentari o misti e gli esercizi commerciali extra alimentari con superficie di vendita fino a 400 mq. devono soddisfare solamente lo standard minimo per parcheggi pubblici, nel rispetto dell'art. 21, primo comma, numero 3), della legge Regionale n° 56/1997, riferito alla superficie lorda di pavimento pertinente all'attività commerciale. Nel caso di esercizi di medie dimensioni con una superficie di vendita fino a 400 mq. inseriti in un centro commerciale, per il calcolo degli standard a parcheggio si applica il coefficiente applicato agli esercizi di vicinato, pari a 0,12 per ogni mq. di vendita.
  5. Per il calcolo del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per le grandi strutture di vendita, si applicano i parametri di cui all'articolo 25 degli Indirizzi Regionali. Dalla planimetria allegata al progetto si dovrà evidenziare il rispetto sia del numero di posti auto, calcolato con le precedenti formule, sia della superficie destinata a parcheggio.
  6. La verifica della dotazione del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per ciascuna delle tipologie di cui all'articolo 6 dei presenti Criteri, è da effettuarsi nel caso in cui venga rilasciata un permesso di costruire od una autorizzazione edilizia.
  7. Per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture di vendita fino a 2.500 mq. ricadenti nell'addensamento storico rilevante di tipo A.1, negli addensamenti urbani forti A.3 e negli addensamenti urbani minori A.4, ai sensi dell'articolo 25, comma 5, degli Indirizzi Regionali, non è richiesto il soddisfacimento del fabbisogno di posti auto previsto dal comma 2 dei presenti Criteri.
  8. La monetizzazione del fabbisogno di posti a parcheggio è regolata dall'articolo 25, commi 5 bis e 5 ter degli Indirizzi Regionali.
  9. La quota di posti a parcheggio e relativa superficie non soggetta alle norme dell'articolo 21 della legge regionale n. 56/77 ed ai precedenti commi del presente articolo, è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'articolo 41 sexies della legge 1150/42, così come modificata dalla legge 122/89.

#### **Articolo 19 – 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 legge regionale 56/77 s.m.i. e secondo le finalità indicate all'articolo 6 del D. Lgs. 114/98.
2. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita di esercizi commerciali in sede fissa che comportino interventi edilizi su edifici che ricadano nella zona urbana centrale storica oppure rientrino tra quelli riconosciuti come edifici di particolare interesse storico, sono assoggettate al rispetto di quanto disposto dagli strumenti urbanistici vigenti.

## **Articolo 20 – Verifica dell’impatto sulla viabilità e regolamentazione delle aree di sosta.**

1. Le autorizzazioni per le nuove aperture, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita delle attività commerciali con superficie di vendita superiore ai 900 mq. su tutto il territorio comunale, sono soggette ad una verifica preventiva favorevole circa l’impatto sulla viabilità, ed alle eventuali soluzioni se sussistono problemi, effettuata dagli Uffici Tecnici comunali sulla base di una relazione da presentarsi in sede di domanda di autorizzazione.
2. Il rilascio delle autorizzazioni di cui al comma precedente devono comprendere anche uno studio con la valutazione e la verifica approfondita delle condizioni di mercato con specifico riferimento al rischio di formazione di posizioni dominanti ed alla garanzia che possa svilupparsi correttamente la dinamica concorrenziale e a evitare l’impatto traumatico sull’occupazione e sulla funzionalità complessiva del sistema distributivo locale.
3. L’analisi, la valutazione e la verifica di impatto sulla viabilità previste dal comma 1 del presente articolo devono essere altresì estese a verifiche di compatibilità ambientale, ai sensi dell’art. 27 degli Indirizzi regionali, con particolare riguardo all’inquinamento atmosferico e acustico.
4. Tutte le attività commerciali ubicate nelle localizzazioni urbane non addensate e nelle localizzazioni urbano periferiche devono dimostrare all’atto della presentazione della domanda di autorizzazione, oltre alla disponibilità di parcheggi, anche quella di appositi spazi o cortili destinati alla movimentazione delle merci e di aree di sosta per gli automezzi in attesa di scarico.

## **PARTE VI – DISPOSIZIONI FINALI**

### **Articolo 21 – Interventi per il sostegno 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 al consumatore, alle forme di aggregazione sociale ed 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 e 19 degli Indirizzi Regionali.
2. Nell'ambito di queste finalità possono essere previste le seguenti tipologie di intervento:
  - a) Programmi di Qualificazione Urbana (PQU) per gli addensamenti A.1 e A.3;
  - b) Programmi Integrati di Rivitalizzazione delle realtà minori (P.I.R.) per le frazioni o le parti omogenee del territorio comunale urbanizzato con meno di 3.000 abitanti.

### **Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi a costruire/SCIA.**

1. I permessi a costruire o le SCIA edilizie relative alle medie strutture di vendita sono rilasciate, nel rispetto di quanto previsto dalla legge regionale 56/77 e s.m.i., seguendo il principio della contestualità del rilascio con le autorizzazioni commerciali secondo quanto indicato dal D. Lgs. 114/98.
2. I permessi a costruire o le SCIA edilizie relative alle grandi strutture di vendita devono essere rilasciate entro novanta giorni dalla pubblicazione sul B.U.R. del parere favorevole espresso dalla conferenza di servizi così come prevista dall'articolo 3, comma 5, della L. R. 28/99.

### **Articolo 23 – Forme particolari di commercio.**

1. Le erboristerie sono da considerarsi esercizi di carattere misto, e pertanto il soggetto che intenda esercitare la vendita di prodotti di erboristeria deve essere in possesso del requisito professionale previsto per il commercio dei generi alimentari.
2. L'attività di vendita corrispondente alle tabelle merceologiche speciali è vincolata all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio o di distribuzione di carburanti e non può essere ceduta o comunque trasferita separatamente dall'attività principale alla quale inerisce.

3. Le attività di vendita di giornali e riviste rimangono assoggettate alla normativa di settore che fa capo al D. Lgs. 170/2001 ed all'apposito piano comunale.
4. Non costituisce attività di somministrazione di alimenti e bevande l'assaggio gratuito degli stessi organizzato dal venditore a fini di promuovere i prodotti in vendita.

#### **Articolo 24 – Norme finali**

1. Per quanto non espresso nei presenti Criteri si applica, per quanto compatibile, quanto riportato negli Indirizzi regionali, nella L. R. 28/99 e nel D. Lgs. 114/98.