

# VARIANTE GENERALE

ELABORATO

## Criteri commerciali

# 1F1

OTTOBRE 2022

Cod Elab: 001002\_COM\_1

Progetto urbanistico  
arch. Giovanni Alifredi  
arch. Giorgio Cucco  
arch. Guido Geuna

Responsabile del procedimento e  
del servizio E.P. e Urbanistica  
arch. Marco Bianco

Il Sindaco

Tecnico incaricato della revisione dei criteri  
commerciali comunali:  
Arch. Guido Geuna

Il Segretario Comunale

PROPOSTA TECNICA DEL  
PROGETTO PRELIMINARE

PROGETTO PRELIMINARE

PROPOSTA TECNICA DEL  
PROGETTO DEFINITIVO

PROGETTO DEFINITIVO





*Comune di Airasca*  
Provincia di Torino

**DELIBERAZIONE DEL C.C. N.      DEL**

**Definizione criteri di cui all'art. 8 comma 3 del d. lgs. 114  
del 31 marzo 1998**

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

## Sommario

1 - Premessa .....	3
2 - Disposizioni procedurali .....	3
CAPITOLO PRIMO .....	4
LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA DEL COMMERCIO .....	4
3 - Caratteri salienti del D.lgs. 114/98 e della L.R. n. 28 del 12.11.99.....	4
4 - Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa: dalla D.C.R. 563-13414 del 29/10/99 alla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012. ....	5
CAPITOLO SECONDO .....	7
DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE .....	7
5 - Il territorio.....	7
6 - Cenni Storici .....	7
7 - Indirizzi di Piano Territoriale di coordinamento (art. 3, lettera b) L.R. 56/77 e art.20, D.lgs 267/2000) approvato dal Consiglio Regionale con D.C.R. n.291-26243 in data 01.08.2003 e successiva variante approvata dalla Regione Piemonte con Deliberazione del Consiglio Regionale n. 121-29759 del 21 luglio 2011. ....	7
8 - Il sistema di diffusione urbana del pinerolese .....	10
9 - Struttura demografica ed economica di Airasca .....	10
10 - La popolazione: distribuzione per fasce d'età ed indici strutturali.....	10
11- Le attività produttive.....	16
CAPITOLO TERZO .....	18
Analisi della rete distributiva .....	18
12 - Definizioni, classificazione ed articolazione delle tipologie distributive .....	18
13 - Assetto e classificazione della rete distributiva in Piemonte.....	18
14 - L'articolazione dell'offerta commerciale del comune.....	21
15 - Bacino di prossimità del Comune di Airasca.....	23
16 - Articolazione, densità ed evoluzione dell'offerta commerciale nel Bacino di prossimità del Comune di Airasca.....	26
CAPITOLO QUARTO .....	35
I risultati dell'analisi e strategie competitive .....	35
17 - Opportunità e minacce, punti di forza e punti di debolezza .....	35
18 - Le strategie competitive per l'offerta commerciale del comune .....	35
19 - L'individuazione ed il riconoscimento degli Addensamenti e delle Localizzazioni commerciali. ....	36
CAPITOLO QUINTO.....	39
INDICAZIONI OPERATIVE E NORMATIVE PER LO SVILUPPO URBANO DEL COMMERCIO AI SENSI DEL D.LGS. 114/98 E DELLA L.R. 28/99.....	39
Art. 1 Finalità del provvedimento. ....	39
Art. 2 Recepimento Indirizzi e Criteri urbanistico Commerciali della Regione Piemonte. ....	39
Art. 3 Obiettivi del provvedimento. ....	39
Art. 4 Definizione di superficie di vendita e superficie espositiva .....	40

Art. 5 Classificazione degli esercizi commerciali.....	41
Art. 6 Definizione di Centro Commerciale.....	41
I centri commerciali sono così classificati: .....	41
Art. 7 Definizione di Offerta Commerciale. ....	42
Art. 8 Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita. ....	43
Art. 9 Sviluppo della rete distributiva.....	43
Art. 10 Riconoscimento degli Addensamenti Commerciali: .....	44
Art. 11 Riconoscimento di Localizzazioni Commerciali urbane non addensate L1.....	44
Art. 12 Nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e di settore merceologico degli esercizi commerciali.....	44
Art. 13 Compatibilità territoriale dello sviluppo.....	47
Art. 14 Interventi per la valorizzazione degli addensamenti commerciali urbani e per il recupero delle piccole e medie imprese.....	48
Art. 15 Valutazione di impatto commerciale .....	48
Art. 16 Individuazione dei beni culturali e ambientali.....	49
Art. 17 Fabbisogno di parcheggi e standard relativi ad insediamenti commerciali.....	49
Art. 19 Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi di costruire.....	51
Art. 20 Norme sul procedimento Amministrativo concernente le domande relative alle medie strutture di vendita.....	51

## 1 - Premessa

---

Il comune di Airasca ha approvato i propri criteri comunali previsti dall'articolo n.8, terzo comma del D.Lgs n.114/1998 smi e dalla legge regionale sul commercio con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 48 del 16.11.2009, modificativa della precedente deliberazione CC n° 2 del 25/03/2009 seguito di osservazioni pervenute dalla Direzione Attività Produttive, Settore Programmazione del Settore Terziario Commercio della Regione Piemonte.

I criteri comunali contengono il riconoscimento di un addensamento storico rilevante contrassegnato con la sigla A1 ubicato sostanzialmente nel centro storico e nel centro antico.

## 2 - Disposizioni procedurali

---

I criteri commerciali sono approvati seguendo le indicazioni dell'articolo n.29 dell'allegato A alla 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*).

Il comma 3 del già citato articolo 29, ai punti a) e b) recita:

*".....Le varianti urbanistiche necessarie ad adeguare gli strumenti urbanistici, ai sensi dell'articolo 6, comma 5 del d.lgs. n. 114/1998 e dell'articolo 4 della legge regionale sul commercio, sono formate e approvate secondo le procedure stabilite dall'articolo 17 della l.r. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio. Trattandosi di materia che comporta differenti procedure di approvazione, i comuni approvano, secondo il seguente ordine:*

*a) i criteri comunali di cui all'articolo 8, comma 3 del d.lgs. 114/1998 ed all'articolo 4, comma 1 della legge regionale sul commercio, sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio rappresentative a livello provinciale;*

*b) l'adeguamento del piano regolatore generale secondo quanto disposto all'articolo 6, comma 5 del d.lgs. 114/1998; tale adeguamento costituisce variante al piano regolatore generale ed è quindi approvato secondo i disposti dell'articolo 17 della l.r. 56/1977."*

Il comune di Airasca ha provveduto alla consultazione di cui al punto a) del comma 3 dell'articolo 29 più volte citato, mediante una riunione con commercianti locali il 18 luglio 2022 a cui erano anche invitate le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio rappresentative a livello provinciale, prima dell'invio in Regione saranno inviati alle stesse organizzazioni gli elaborati contenenti la ridefinizione dei criteri comunali relativi alle attività commerciali.

Le osservazioni formulate durante l'incontro del 18 luglio scorso sono state recepite in fase di rielaborazione dei criteri, in particolar modo:

- è stato ridefinito il perimetro dell'addensamento A1 in quanto ritenuto troppo limitato perché esclude molti negozi del concentrico, inoltre è stato riconfermato;
- è stata riconfermata l'impostazione dei vigenti criteri commerciali che mirano allo sviluppo ed all'incremento del centro commerciale naturale costituito dall'addensamento A1; in modo da attivare una sinergia tra le attività commerciali: stesso orario di apertura per tutti, totale collaborazione per quanto concerne gli aspetti organizzativi: manifestazioni culturali, luminarie, esposizioni e così via.

## ***CAPITOLO PRIMO***

# **LA RIFORMA DELLA DISCIPLINA DEL COMMERCIO**

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

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

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

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

Regioni e Comuni, nell'esercizio delle competenze loro attribuite, devono fare comunque riferimento agli indirizzi e gli obiettivi generali fissati dallo Stato.

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

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

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

L'adeguamento degli strumenti urbanistici generali ed attuativi individua:

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

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

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

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

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

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

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

---

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

I contenuti del provvedimento costituiscono le norme cui devono far riferimento i comuni nell'adeguamento dei rispettivi strumenti di pianificazione locale nonché le "disposizioni sostitutive" che si applicano in caso di inerzia da parte dei comuni nell'adozione dei

provvedimenti di cui all'articolo n.4 comma 1 della L.R. 28/99 s.m.i. o di adeguamento difforme dalle disposizioni regionali.

La delibera del Consiglio regionale n. 563-13414 del 29 ottobre 1999, successivamente modificata in alcune parti anche in maniera significativa dalle ulteriori deliberazioni n. 347- 42514 del 23/12/2003 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006, all'articolo n. 2, prevede che gli obiettivi da perseguire attraverso la programmazione commerciale sono:

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

La D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006 e le successive modificazioni, indicano gli aspetti di cui tener conto nell'attività di programmazione:

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

Appare chiaro che nella programmazione commerciale bisogna tener conto dell'organizzazione territoriale così come è stata definita dagli strumenti di pianificazione territoriali e urbanistici. In altri termini viene precisato che tra le condizioni fondamentali per una buona programmazione commerciale vi è la stretta correlazione di questa con la pianificazione territoriale e urbanistica.

I Comuni, pertanto, ai sensi dell'articolo n.6, comma 5 del decreto legislativo n. 114/1998 e dell'articolo n.4 della legge regionale sul commercio n.28/99 s.m.i., devono adeguare gli strumenti urbanistici generali e attuativi e i regolamenti di polizia locale agli indirizzi generali ed ai criteri di programmazione urbanistica stabiliti dalle norme nazionali e regionali

## ***CAPITOLO SECONDO***

### **DEFINIZIONE DELL'ASSETTO TERRITORIALE**

#### **5 - Il territorio**

Il Comune di Airasca è situato nella Provincia di Torino, ha un'estensione di 15,73 kmq., confina con i comuni di Piscina, Scalenghe, None, Cumiana e Volvera

L'area del Comune appartiene alla zona altimetrica di pianura. Il centro abitato di Airasca si trova ad una' altitudine di 257 metri sul livello del mare: l'altezza massima raggiunta nel territorio comunale è di 273 metri s.l.m., mentre la quota minima è di 248 metri. s.l.m.

La zona sismica per il territorio di Airasca, indicata nell'Ordinanza del Presidente del Consiglio dei ministri n. 3274/2003, aggiornata con la Delibera della Giunta Regionale del Piemonte n. 4-3084 del 12.12.2011 ed in seguito modificate con la D.G.R. n. 65-7656 del 21 maggio 2014 e con la D.G.R. n.6-887 del 30 dicembre 2019 è 3 "Zona con pericolosità sismica bassa, che può essere soggetta a scuotimenti modesti."

Oltre al concentrico sono individuabili alcune specifiche località nuclei denominati Borda, Cascinetta, Corniana, Gabellieri, Stazione Nuova, che non sono centri frazionali.

La parrocchia è dedicata a S. Bartolomeo Apostolo ed appartiene all'arcidiocesi di Torino.

la zona climatica per il territorio di Airasca, assegnata con Decreto del Presidente della Repubblica n. 412 del 26 agosto 1993 e successivi aggiornamenti fino al 31 ottobre 2009 è E con 2781 gradi giorno.

#### **6 - Cenni Storici**

Collocato a sud-ovest di Torino, Airasca si estende in una vasta zona pianeggiante ricca di sorgenti, un territorio anticamente inglobato nella "riserva delle regie cacce" e famoso per i boschi cedui e l'abbondante cacciagione.

Sorto come villaggio agricolo, nel corso del secolo scorso il comune di "Ayrasca" è stato inglobato nell'area industriale torinese e si è trasformato in un comune di immigrazione; infatti, il comune ha registrato un forte incremento della popolazione nella seconda metà del 1900 a seguito del suo inglobamento nell'area industriale torinese.

A testimoniare le sue origini rimane, a quattro chilometri dall'abitato, il Castello della Marsaglia, tipico esempio di maniero agricolo della pianura piemontese, celebre per la battaglia combattutasi nel 1693 tra i piemontesi capeggiati dal duca di Savoia Vittorio Amedeo e le truppe francesi del Catinat.

Il nome prende origine dal nome gentilizio latino Arrius, unito al suffisso ligure-asco; secondo alcuni studiosi il nome deriverebbe da Aja, luogo in cui si lavorano le messi. Il termine Ayrasca compare in documenti risalenti alla seconda metà del 1300: feudo della contea di Piosasco, il territorio apparteneva alla riserva delle regie cacce; l'ultima investitura accertata ai signori Derossi di Piosasco appartiene al 1791. A pochi chilometri dal centro abitato è stata combattuta nel 1693 la famosa battaglia della Marsaglia che ha visto fronteggiarsi l'esercito piemontese e gli imperiali.

#### **7 - Indirizzi di Piano Territoriale di coordinamento (art. 3, lettera b) L.R. 56/77 e art.20, D.lgs 267/2000) approvato dal Consiglio Regionale con D.C.R. n.291-26243 in data 01.08.2003 e successiva variante approvata dalla Regione Piemonte con Deliberazione del Consiglio Regionale n. 121-29759 del 21 luglio 2011.**

Per quanto riguarda il comune di AIRASCA il P.T.C. prevede quanto segue:

- Il comune di Airasca è classificato dal P.T.C. bacino di valorizzazione produttiva. I bacini di valorizzazione produttiva sono ambiti che si connotano in parte per la significativa

diffusione di masse manifatturiere in termini di unità locali e/o addetti, in parte per la capacità di costituire sistema o sotto-sistema locale per la creazione del valore, secondo le specificazioni contenute nell'Atlante della Manifattura, in parte per la presenza di dinamiche localizzative significative nell'ultimo decennio; sotto l'aspetto dell'organizzazione spaziale non sono rilevabili vincoli significativi alla scala territoriale di area vasta tali da costituire impedimento al perseguimento dell'obiettivo del riordino e del potenziamento dell'apparato produttivo.

- Al solo fine di fornire indirizzi agli Enti preposti alla attivazione di politiche di sostegno al settore produttivo, sono inoltre individuati, all'interno dei bacini di valorizzazione produttiva i "fuochi" di riequilibrio sistemico attorno ai quali e' possibile innestare una riqualificazione strategica del sistema manifatturiero provinciale e i "nodi" di riequilibrio, ambiti territoriali con identità storicamente radicate o più recentemente prodotte dotate di servizi essenziali per avviare politiche nei confronti delle attività produttive. Il PTC individua tali "fuochi" e "nodi" come ambiti preferenziali di atterraggio delle iniziative pubbliche, o miste pubblico-privato, di supporto al potenziamento della struttura produttiva e di rafforzamento della sua rete infrastrutturale e di servizi. Airasca è individuato come "fuoco" di riequilibrio sistemico.
- E' confermata, anche per la Provincia di Torino, l'importanza e la gerarchia dei Centri Storici individuati dal Piano Territoriale Regionale. Alla luce di ulteriori approfondimenti, il PTC individua inoltre quei Centri Storici che, pur non segnalati dal Piano Territoriale Regionale, rivestono particolare interesse per la Provincia. Il centro storico di Airasca è stato classificato dal P.T.C. come centro di tipo C, di media rilevanza.

Il PTC assume e descrive la complessità e le esigenze del nuovo sistema della viabilità e della mobilità. Uno degli elementi strutturali di questo progetto è il miglioramento dei Collegamenti Trasversali, tra i principali settori del territorio della Provincia e della Regione (Pinerolo-Carmagnola, Airasca-Saluzzo, ecc.), al fine di diminuire il peso dei flussi di mobilità indiretta, che nella attuale condizione, coinvolgono e congestionano l'Area Metropolitana Torinese o la Dorsale Pedemontana, che attraversa il territorio provinciale (Lo schema della viabilità è rappresentato sulle tavole di P.T.C. B1-B2-B3-B4-B5 "Localizzazione delle principali linee di comunicazione e indirizzi d'intervento", alla scala 1:50.000 del PTC; la Relazione riporta inoltre le previsioni viarie ordinate per livelli gerarchico-funzionali).

Dal "Quaderno di Piano - Analisi della Mobilità per Motivi di Studio e Lavoro nella Provincia di Torino" si legge che il comune di Airasca fa parte dell'Ambito di Volvera. In questo ambito sono stati accorpati alcuni comuni che fanno parte dell'attuale Circondario di Torino (Volvera, None, Piossasco) e dell'attuale Circondario di Pinerolo (Airasca e Piscina), al fine di costituire un'unità territoriale omogenea inserita nella proposta di modifica dei Circondari. Il territorio è attraversato dalla SS 23 per Torino, presso gli abitati di Airasca e None, dalla SS 589, presso Piossasco, e dalla linea ferroviaria Torino-Pinerolo; come è noto, inoltre, a Volvera termina il tratto già realizzato dell'autostrada che dovrebbe collegare Torino a Pinerolo. Per questa organizzazione infrastrutturale, l'ambito costituisce l'elemento di cerniera tra il torinese e il pinerolese.

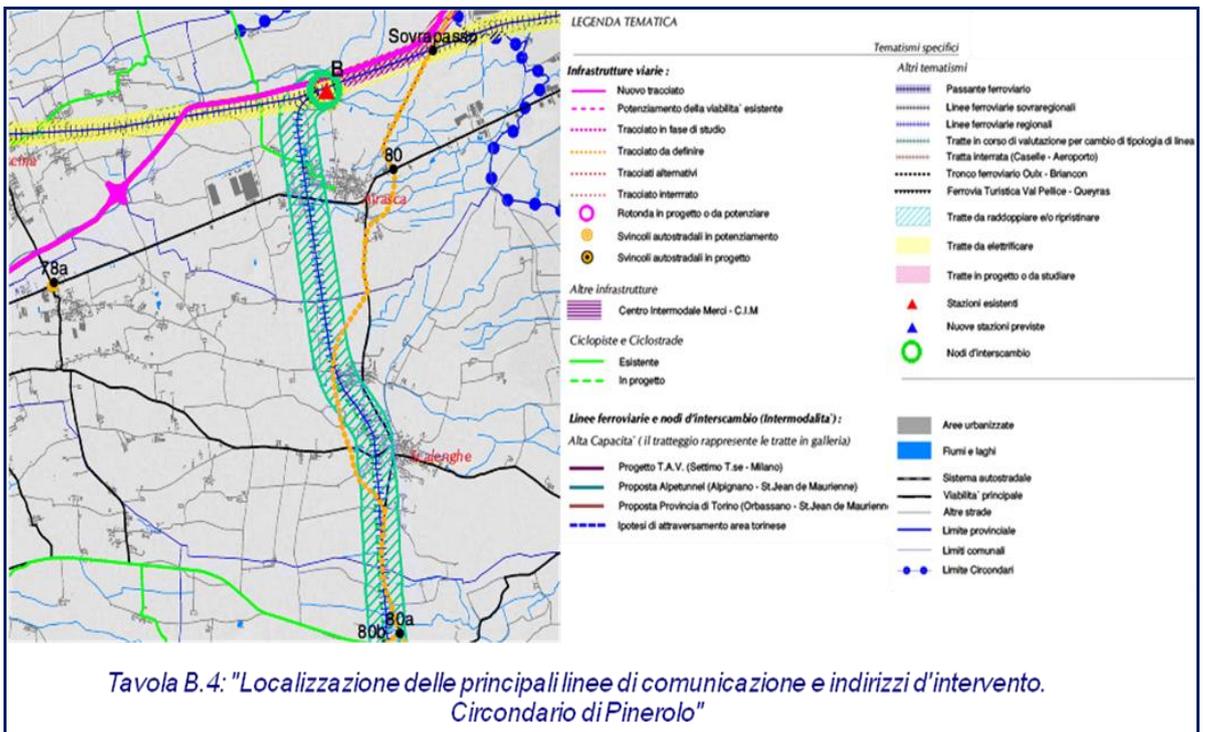
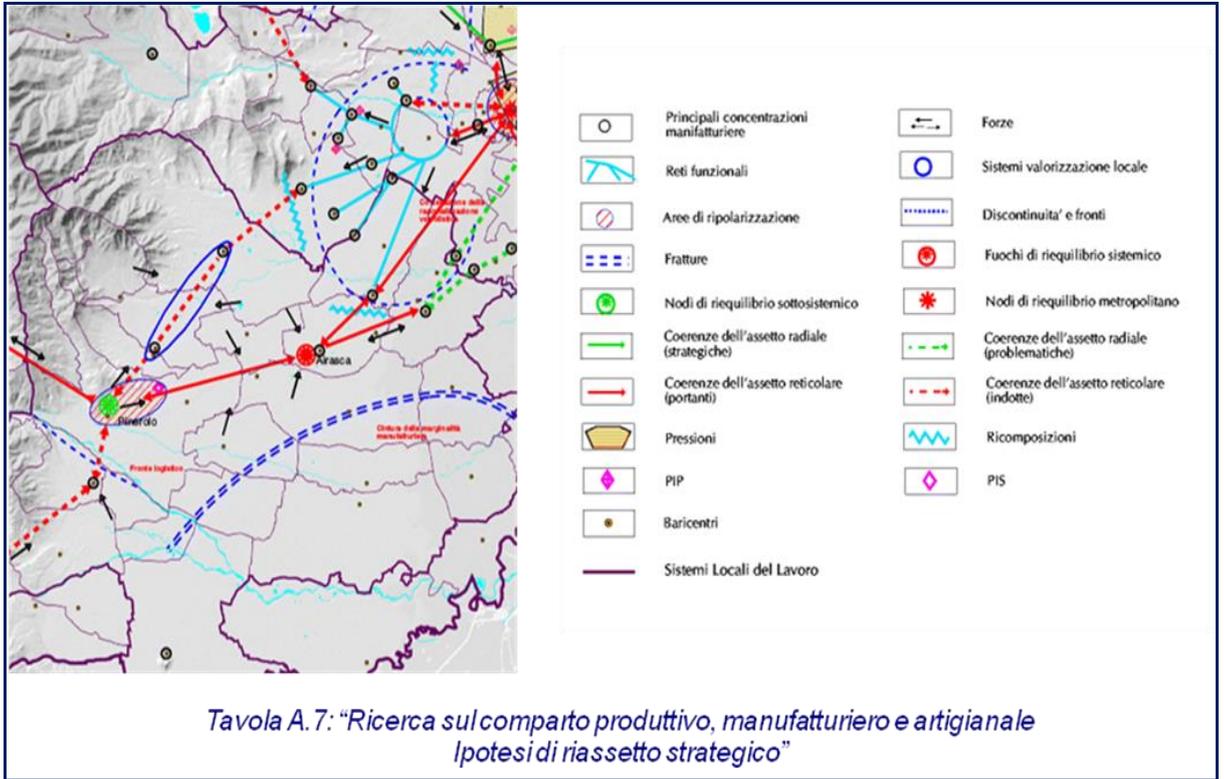
L'ambito si colloca come cerniera tra il Pinerolese e le sue valli e l'area del torinese. Nel complesso si caratterizza per un deciso orientamento dei suoi flussi in uscita verso tre direzioni: l'area Torinese, da un lato, con una gravitazione quantitativamente molto forte, e gli ambiti di Avigliana e Pinerolo dall' altro, con gravitazione di minor intensità. Nonostante tali flussi non siano sufficienti a riequilibrare il bilancio negativo tra entrate e uscite, l'ambito è centro di riferimento per la val Pellice e per gli ambiti di pianura di Vigone e Carmagnola interessati da consistenti spostamenti in ingresso provenienti dalla Provincia di Cuneo.

L'ambito ha un basso tasso di auto contenimento.

Le dinamiche interne all'ambito sono relativamente ridotte, data l'alta quota di flussi comunali, (circa l' 88% sul totale dei flussi interni); Volvera è il centro gravitazionale.

I flussi di mobilità in uscita hanno tre direzioni principali: l'area torinese, in particolare il comune di Torino, e in misura minore Rivalta e Orbassano, interessando principalmente gli assi Piossasco-Orbassano, None-Volvera-Orbassano-Beinasco e None-Torino; Pinerolo, con predominanza degli assi None-Airasca e Piossasco-Cumiana-Frossasco; Avigliana, dove si registrano relazioni di una certa intensità con Piossasco-Bruino-Sangano-Trana, e da qui anche con Giaveno. Per la mobilità in ingresso, sono quattro le provenienze principali: dalla Val Pellice hanno origine flussi a partire

dai comuni di Torre Pellice, Luserna S. Giovanni e Bricherasio con destinazione soprattutto Airasca; da Carmagnola provengono flussi che insistono sull'asse Carignano-Piobesi T.se-None; da Vigone si distribuiscono prevalentemente sull'asta di attraversamento Villafranca Piemonte-Vigone-Cercenasco-Scalenghe fino a raggiungere Airasca, None e di qui Volvera. Le relazioni prevalenti con altre province riguardano soprattutto Cuneo, con un saldo tra entrate uscite positivo. I flussi in ingresso prevalenti si distribuiscono sull'asse Airasca-None: da Bagnolo P.te-Barge, verso Garzigliana-Macello-Buriasco; da Moretta verso Villafranca Piemonte e Vigone.



## 8 - Il sistema di diffusione urbana del pinerolese

Il comune di Airasca non appartiene ad alcuna area di programmazione commerciale (Area di programmazione commerciale è un ambito territoriale determinato dal comune attrattore e dai comuni confinanti e/o attratti).

## 9 - Struttura demografica ed economica di Airasca

L'analisi della struttura demografica interessa in questa sede in quanto la popolazione residente nel territorio del comune e nel suo ambito limitrofo costituisce il potenziale bacino di utenza delle attività commerciali.

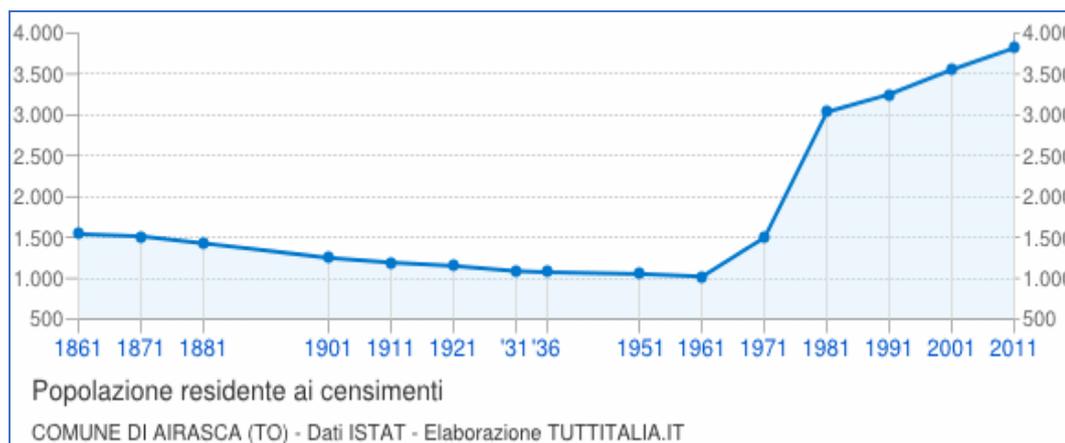
In alcuni casi i valori percentuali vengono raffrontati con quelli relativi alla provincia di Torino nel suo complesso per poter evidenziare differenze significative che permettano di isolare le dinamiche demografiche che interessano solo l'ambito locale da quelle che riguardano tutta la provincia di Torino.

## 10 - La popolazione: distribuzione per fasce d'età ed indici strutturali

Airasca secondo i dati "CENSUS" (ISTAT) ha fatto registrare nel censimento del 1991, 3252 abitanti, del 2001 3554 abitanti, in quello del 2011 una popolazione pari a 3819 abitanti.

La popolazione è relativamente urbanizzata, l'incidenza della popolazione residente nei nuclei e case sparse è del 6,2% inferiore alla media piemontese (9,9%) e italiana (9%).

Storicamente la popolazione è diminuita sempre dalla data del primo censimento del 1861, (abitanti 1541) fino al censimento del 1961 (1021 abitanti) per poi crescere ininterrottamente fino al 2011 (3819 abitanti) e di nuovo diminuire al 2021 (3.633 abitanti).



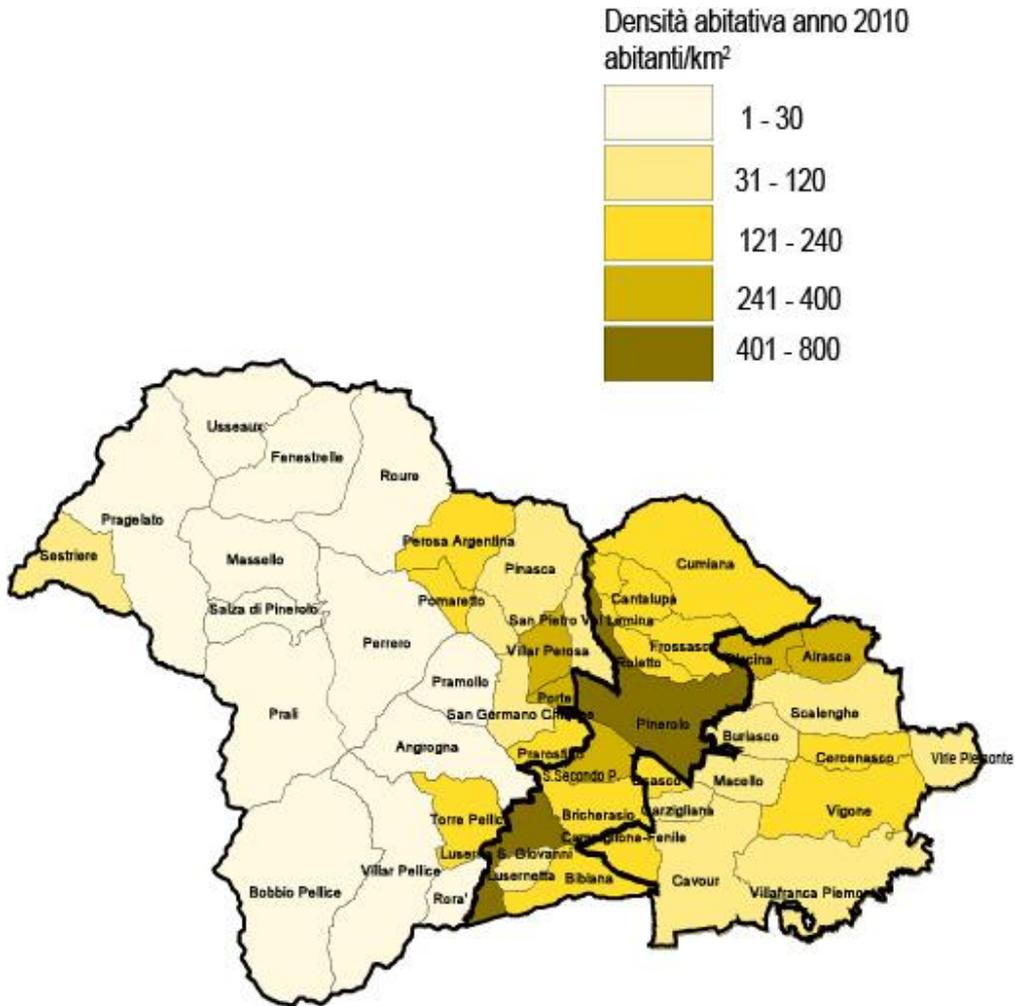
**Variazioni relative alla popolazione residente**

La tabella denota un buon incremento di popolazione negli ultimi 25 anni frutto di scelte urbanistiche orientate in tal senso.

Dall'analisi delle successive tabelle (con particolare riferimento a quella n. 2 bis) appare interessante osservare come l'articolazione per fasce d'età della popolazione del comune di Airasca rispecchi i valori riscontrabili come dati medi nel proprio bacino di prossimità nonché nella provincia di Torino, ma un dato significativo è che la popolazione di Airasca risulta mediamente più giovane a confronto con i comuni contermini.

Età	Celibi /Nubili	Coniugati /e	Vedovi /e	Divorziati /e	Maschi	Femmine	Totale	
								%
0-4	139	0	0	0	70 50,4%	69 49,6%	139	3,8%
5-9	158	0	0	0	95 60,1%	63 39,9%	158	4,3%
10-14	193	0	0	0	92 47,7%	101 52,3%	193	5,3%
15-19	198	0	0	0	112 56,6%	86 43,4%	198	5,5%
20-24	186	1	0	0	103 55,1%	84 44,9%	187	5,1%
25-29	137	28	0	0	79 47,9%	86 52,1%	165	4,5%
30-34	96	71	0	2	82 48,5%	87 51,5%	169	4,7%
35-39	82	126	0	9	115 53,0%	102 47,0%	217	6,0%
40-44	71	193	0	8	141 51,8%	131 48,2%	272	7,5%
45-49	69	195	2	19	151 53,0%	134 47,0%	285	7,8%
50-54	47	218	6	35	156 51,0%	150 49,0%	306	8,4%
55-59	24	222	9	24	130 46,6%	149 53,4%	279	7,7%
60-64	8	210	20	17	118 46,3%	137 53,7%	255	7,0%
65-69	11	200	17	5	116 49,8%	117 50,2%	233	6,4%
70-74	6	190	44	7	127 51,4%	120 48,6%	247	6,8%
75-79	8	104	39	2	79 51,6%	74 48,4%	153	4,2%
80-84	1	63	37	5	51 48,1%	55 51,9%	106	2,9%
85-89	1	13	31	0	20 44,4%	25 55,6%	45	1,2%
90-94	0	6	17	0	8 34,8%	15 65,2%	23	0,6%
95-99	0	0	2	0	0 0,0%	2 100,0%	2	0,1%
100+	0	0	1	0	1 100,0%	0 0,0%	1	0,0%
Totale	1.435	1.840	225	133	1.846 50,8%	1.787 49,2%	3.633	100,0%

La densità demografica è di 242,60 ab. /km<sup>2</sup>, nettamente superiore alla densità media piemontese (171,90) e italiana (196,80). Dal confronto territoriale si evidenzia come la distribuzione dei residenti sia concentrata nei comuni di fondovalle e verso la pianura cioè presso quei comuni che, per la loro ubicazione territoriale, hanno favorito l'insediarsi e lo sviluppo delle attività produttive, agricole e zootecniche.



Densità abitativa regione Piemonte: 175,53 ab/km<sup>2</sup>

Densità abitativa provincia Torino: 337,10 ab/km<sup>2</sup>

### Gli indicatori demografici

Gli indici calcolati possono essere utilizzati per trarre indicazioni relative alle tendenze di sviluppo demografico della popolazione considerata (indice di vecchiaia) ed alla sua situazione di dipendenza (indice di dipendenza).

Ovviamente da soli non permettono un'automatica comprensione dei fenomeni demografici, per i quali é richiesta soprattutto una considerazione attenta dei vari indici (ad esempio, natalità e mortalità, fecondità e indice di vecchiaia) in forma integrata; per questo però non esistono algoritmi o meccanismi automatici di calcolo, ma solo capacità di osservare, l'interesse a comprendere i fenomeni e la fiducia che questo possa portare ad una migliore capacità di pianificare e organizzare gli interventi della pubblica amministrazione.

- **Indice di vecchiaia**

$$IV = \frac{Pop_{\geq 65}}{Pop_{\leq 14}} * 100$$

L'indice di vecchiaia rappresenta un indicatore dinamico che stima il grado di invecchiamento di una popolazione; valori superiori a 100 indicano una maggiore presenza di soggetti anziani rispetto ai giovanissimi; viene considerato un indicatore di invecchiamento "grossolano" poiché nell'invecchiamento di una popolazione si ha generalmente un aumento del numero di anziani e contemporaneamente una diminuzione del numero dei soggetti più giovani cosicché il numeratore e il denominatore variano in senso opposto, esaltandone l'effetto.

- **Indice di dipendenza**

$$ID = \frac{Pop_{\leq 14} + Pop_{\geq 65}}{15 \leq Pop_{\leq 64}} * 100$$

L'indice di dipendenza viene considerato un indicatore di rilevanza economica e sociale. Il numeratore è composto dalla popolazione che, a causa dell'età, si ritiene essere non autonoma - cioè dipendente - e il denominatore dalla fascia di popolazione che, essendo in attività, dovrebbe provvedere al suo sostentamento.

E' un indicatore che risente della struttura economica della popolazione: ad esempio, in società con una importante componente agricola i soggetti molto giovani o anziani non possono essere considerati economicamente o socialmente dipendenti dagli adulti; al contrario, nelle strutture più avanzate, una parte degli individui considerati nell'indice al denominatore sono in realtà dipendenti in quanto studenti o disoccupati.

L'indicatore nei paesi in via di sviluppo assume valori maggiori rispetto alle popolazioni più avanzate economicamente; ciò è in gran parte dovuto alla maggiore presenza di individui giovani a causa della loro più elevata fecondità.

**Indici di vecchiaia e di dipendenza**

<b>Comune</b>	<b>Indice di Vecchiaia</b>	<b>Indice di Dipendenza</b>
<b>AIRASCA</b>	<b>91,74</b>	<b>41,68</b>
BURIASCO	160,95	64,32
CANDIOLO	110,42	45,53
CERCENASCO	150,95	54,64
CUMIANA	175,40	60,28
FROSSASCO	191,12	54,16
MACELLO	150,30	52,12
NICHELINO	96,94	40,51
NONE	121,21	48,01
ORBASSANO	153,93	50,71
PINEROLO	208,60	61,03
PIOSSASCO	126,96	53,65
PISCINA	143,12	55,48
SCALENGHE	141,86	53,43
VIGONE	184,67	57,09
VILLAFRANCA PIEMONTE	167,59	56,12
VOLVERA	96,21	47,87
<b>Dato medio del Bacino di prossimità</b>	<b>140,01</b>	<b>50,52</b>
<b>Provincia di Torino</b>	<b>180,95</b>	<b>55,76</b>

Nell'esame della struttura della popolazione di un comune i due indici più importanti risultano essere quello della dipendenza e quello della vecchiaia che, sono riprodotti nella soprastante tabella 3 con le medesime logiche di raffronto territoriale.

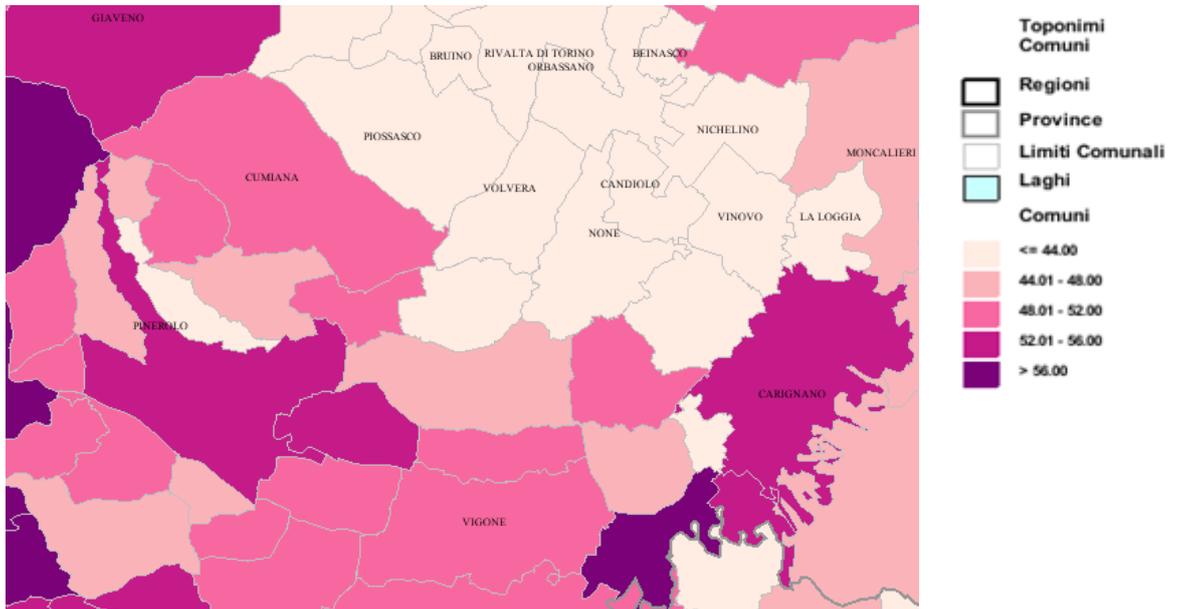
L'indice di dipendenza evidenzia qual è il rapporto in termini percentuali tra la popolazione non attiva sul mercato del lavoro (bambini da 0 a 14 anni e anziani oltre i 65 anni) e la popolazione potenzialmente attiva in questo mercato (popolazione dai 15 ai 65 anni). Tale indice evidenzia quante sono le persone che non producono reddito ogni 100 abitanti potenzialmente produttori di reddito.

L'indice di vecchiaia evidenzia invece quanti anziani con più di 65 anni ci sono ogni 100 bambini in età compresa tra 0 e 14 anni.

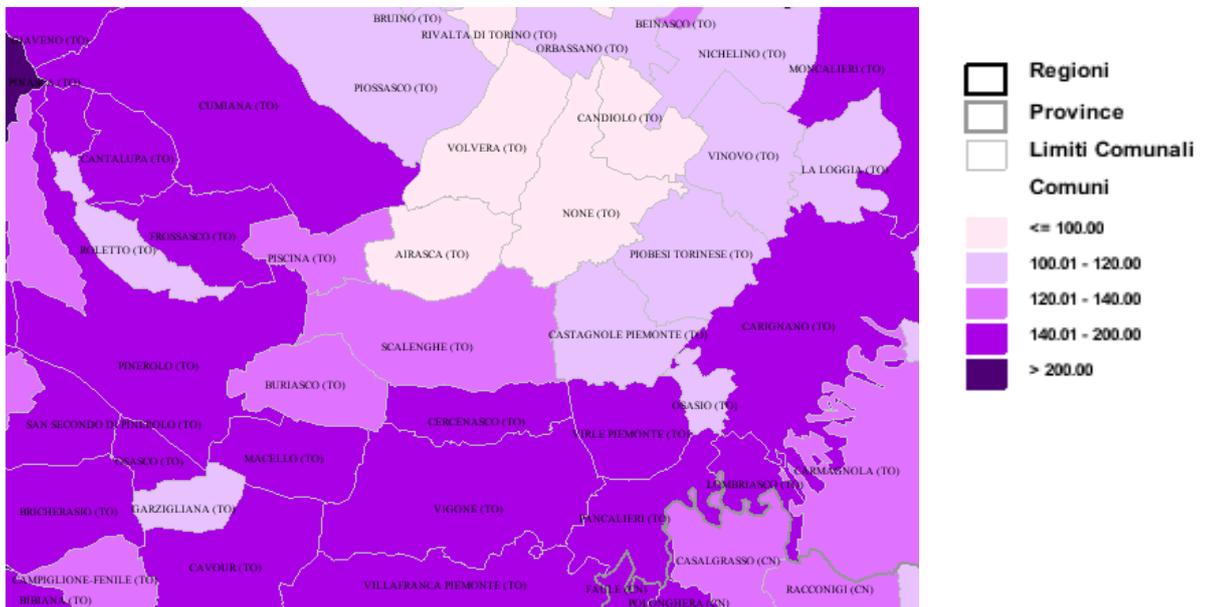
Come evidenziato dai dati tabellari il comune di Airasca si discosta in maniera significativa dagli altri ambiti con cui viene messo a confronto e che presentano tutti degli indici di vecchiaia e di dipendenza piuttosto elevati.

L'indice di vecchiaia è di molto inferiore a quello medio provinciale e di bacino e denota una popolazione mediamente più giovane che nel contesto circostante e conferma il dato relativo alle fasce di età. Le attività economiche dovrebbero risentire in modo molto favorevole di un indice di vecchiaia non elevato, al tempo stesso però un basso indice di vecchiaia favorisce la mobilità e lo spostamento. Il dato che emerge è che il tessuto commerciale di Airasca deve rammodernarsi ed essere competitivo per evitare l'emigrazione dei consumatori verso altri bacini più attrattivi pena il ridursi a servire solo quella fascia di popolazione più anziana e quindi dotata di scarsa mobilità.

### Indice di Dipendenza



### Indice di Vecchiaia



## 11- Le attività produttive

Per analizzare le attività produttive si fa riferimento alle unità locali dell'industria, del commercio, delle istituzioni e dei servizi alle imprese e alle persone.

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

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

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

Tabella 4: le unità locali

Dati Attività Economiche										
Comune	Industria		Commercio		Altri servizi		Delle Istituzioni		Totale	
	n	addetti	n	addetti	n	addetti	n	addetti	n	addetti
<b>Airasca</b>	<b>73</b>	<b>2982</b>	<b>46</b>	<b>103</b>	<b>81</b>	<b>284</b>	<b>7</b>	<b>191</b>	<b>207</b>	<b>3560</b>
Buriasco	38	332	23	67	20	65	8	51	89	515
Candiolo	86	580	87	138	73	224	24	89	270	1031
Cercenasco	52	194	33	58	31	68	11	44	127	364
Cumiana	64	483	118	258	199	642	23	603	404	1986
Frossasco	97	711	73	217	55	134	14	93	239	1155
Macello	39	128	18	41	33	77	11	19	101	265
Nichelino	826	5491	743	2192	597	2402	128	1997	2294	12082
None	188	1687	125	670	130	501	39	252	482	3110
Orbassano	453	3493	488	1378	491	2594	79	2465	1511	9930
Pinerolo	665	3214	882	2150	1193	5681	269	3475	3009	14520
Piossasco	184	1200	234	406	258	766	46	416	722	2788
Piscina	93	405	59	100	55	132	21	68	228	705
Scalenghe	76	579	64	105	62	158	17	97	219	939
Vigone	172	528	118	263	113	360	38	228	441	1379
Villafranca Piemonte	131	497	101	235	80	295	26	177	338	1204
Volvera	168	1805	108	601	105	383	26	140	407	2929
<b>Bacino di Prossimità</b>	<b>3405</b>	<b>24309</b>	<b>3320</b>	<b>8982</b>	<b>3576</b>	<b>14766</b>	<b>787</b>	<b>10405</b>	<b>11088</b>	<b>58462</b>
<b>Provincia di Torino</b>	<b>32114</b>	<b>298250</b>	<b>52859</b>	<b>134106</b>	<b>68860</b>	<b>235265</b>	<b>10692</b>	<b>137999</b>	<b>164525</b>	<b>805620</b>

Fonte: Tavola 2 - Unità locali e addetti per settore di attività economica e comune - Censimento 2001 (Valori assoluti) - Provincia di Torino

(1) **Unità locale:** Il luogo variamente denominato (stabilimento, laboratorio, negozio, officina, ristorante, albergo, bar, ufficio, agenzia, magazzino, studio professionale, abitazione, scuola, ospedale, dogana, intendenza, ecc.) in cui si realizza la produzione di beni o nel quale si svolge o si organizza la prestazione di servizi destinabili o non destinabili alla vendita.

Tabella 4bis: le unità locali in valori %

Comune	Popolazione	Unità locali	Industria		Commercio		Altri servizi		Delle Istituzioni	
	n	n	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Airasca</b>	<b>3554</b>	<b>207</b>	<b>73</b>	<b>35,27</b>	<b>46</b>	<b>22,22</b>	<b>81</b>	<b>39,13</b>	<b>7</b>	<b>3,38</b>
Buriasco	1304	89	38	42,70	23	25,84	20	22,47	8	8,99
Candiolo	5113	270	86	31,85	87	32,22	73	27,04	24	8,89
Cercenasco	1774	127	52	40,94	33	25,98	31	24,41	11	8,66
Cumiana	6846	404	64	15,84	118	29,21	199	49,26	23	5,69
Frossasco	2707	239	97	40,59	73	30,54	55	23,01	14	5,86
Macello	1153	101	39	38,61	18	17,82	33	32,67	11	10,89
Nichelino	47791	2294	826	36,01	743	32,39	597	26,02	128	5,58
None	7761	482	188	39,00	125	25,93	130	26,97	39	8,09
Orbassano	21581	1511	453	29,98	488	32,30	491	32,50	79	5,23
Pinerolo	33494	3009	665	22,10	882	29,31	1193	39,65	269	8,94
Piossasco	16138	722	184	25,48	234	32,41	258	35,73	46	6,37
Piscina	3146	228	93	40,79	59	25,88	55	24,12	21	9,21
Scalenghe	3072	219	76	34,70	64	29,22	62	28,31	17	7,76
Vigone	5051	441	172	39,00	118	26,76	113	25,62	38	8,62
Villafranca Piemonte	4795	338	131	38,76	101	29,88	80	23,67	26	7,69
Volvera	6966	407	168	41,28	108	26,54	105	25,80	26	6,39
<b>Bacino di Prossimità</b>	<b>172246</b>	<b>11088</b>	<b>3405</b>	<b>30,70</b>	<b>3320</b>	<b>29,94</b>	<b>3576</b>	<b>32,25</b>	<b>7,09</b>	<b>126,24</b>
<b>Provincia di Torino</b>	<b>2165619</b>	<b>164525</b>	<b>32114</b>	<b>19,52</b>	<b>52859</b>	<b>32,13</b>	<b>68860</b>	<b>41,85</b>	<b>10692</b>	<b>6,50</b>

**Fonte: Tavola 2B - Unità locali e addetti per settore di attività economica e comune - Censimento 2001 (Composizioni percentuali di riga) - Provincia di Torino**

Come è possibile osservare dai dati riportati nelle precedenti due tabelle (n. 4 e n. 4 bis) nel comune di Airasca si rileva una modesta presenza di unità locali che complessivamente assommano a 207 pari a 0,054 unità/abitante, inferiore alla media di bacino di 0,064.

Il caso di Airasca è anomalo per la presenza di una grande industria che cumula un alto numero di addetti e conta poche unità locali. Se invece confrontiamo il numero degli addetti in rapporto alla popolazione residente risulta essere 0,97 addetti per abitante contro una media di bacino di 0,34. Da questo se ne desume che Airasca è un polo commerciale ed esercita un'attrazione di forza lavoro verso il suo Bacino di Prossimità.

I settori economici nei quali si concentra la presenza di unità locali sono principalmente l'industria meccanica e il commercio. Anche l'artigianato i servizi e l'agricoltura svolgono un ruolo importante nel sostegno all'economia locale.

## **CAPITOLO TERZO**

### **Analisi della rete distributiva**

#### **12 - Definizioni, classificazione ed articolazione delle tipologie distributive**

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

- *esercizi di vicinato*, quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti;
- *medie strutture di vendita*, gli esercizi aventi superficie di vendita superiore a 150 mq fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti;
- *grandi strutture di vendita*, gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto precedente
- *centro commerciale*, una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente.

Le sopra definite tipologie si articolano per settore merceologico: alimentare, non alimentare e misto.

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

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

#### **13 - Assetto e classificazione della rete distributiva in Piemonte**

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

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

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

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

- a) *area di programmazione commerciale metropolitana*: è l'ambito territoriale delimitato dal centro metropolitano (comune attrattore), dai comuni con esso confinanti e da altri comuni circostanti. L'elenco dettagliato dei comuni è riportato all'allegato 1 alla D.C.R. 563/99 e s.m.i;
- b) *altre aree di programmazione commerciale*: sono gli ambiti territoriali delimitati dal comune attrattore e dai comuni con esso confinanti e, in qualche caso, da altri comuni circostanti. L'elenco delle

aree di programmazione commerciale e dei comuni che vi appartengono è riportato all'allegato 1 alla D.C.R. 563/99 e s.m.i;

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

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

- a) *comuni della rete primaria*: sono i comuni (poli e subdoli) nei quali si rilevano, contemporaneamente, una notevole completezza merceologica dell'offerta e le potenzialità per completare la gamma delle tipologie di strutture distributive, in funzione dell'adeguamento dell'offerta alle preferenze dei consumatori;
- b) *comuni della rete secondaria*: sono i comuni che, pur non avendo il rilievo strategico attribuito a quelli della rete primaria, svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale più frequente, in prossimità di insediamenti residenziali. Appartengono a questa rete anche alcuni comuni, più lontani dai comuni polo o subdolo della rete primaria, che svolgono un'importante funzione di distribuzione dei servizi meno frequenti sul territorio circostante e di supporto alle altre attività terziarie.

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

*I comuni subpolo della rete primaria* sono quelli che, pur rientrando nelle aree di gravitazione naturale dei poli della rete primaria, sono in grado di erogare servizi commerciali competitivi con quelli del polo della rete primaria, anche se per un numero limitato di funzioni.

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

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

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

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

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

**Airasca è classificato come comune intermedio della rete secondaria** nell'Allegato 2 della DCR n. 563-13414 del 29.10.99 "INDIRIZZI GENERALI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER L'INSEDIAMENTO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA IN ATTUAZIONE DEL D. LGS 31.3.1998 114/98", come modificata ed integrata dalla DCR n. n. 191- 43016 del 20/11/2012

*Sono classificati come appartenenti alla rete secondaria* i comuni che, pur non avendo il rilievo strategico attribuito a quelli della rete primaria, svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale più frequente, in prossimità di insediamenti residenziali

*In tale ambito i comuni intermedi* sono quelli non turistici con dimensione demografica a partire da 3.000 abitanti e non compresi tra i comuni della rete primaria.

Si pongono in posizione gerarchica intermedia tra i comuni minori (o deboli) e i comuni della rete primaria; offrono servizi non quotidiani ma di minor portata rispetto a quella dei comuni in posizione gerarchica superiore.

## 14 - L'articolazione dell'offerta commerciale del comune

La rete distributiva del commercio in sede fissa di Airasca è costituita da complessivi 28 (pari numero nel 2009) esercizi di vendita, con una superficie di vendita complessiva di mq. 3513 leggermente incrementata rispetto ai mq 3055 (sup. vendita media mq. 127) del 2009, così suddivisi secondo le classificazioni merceologiche e tipologiche introdotte dal DL.

- cinque fanno parte del settore alimentare con una superficie di vendita totale di mq 609, sensibilmente incrementata rispetto ai 360 del 2009 e una superficie media di mq 122 circa contro i 60 mq. del 2009.
- diciotto fanno parte del settore non alimentare con una superficie di vendita totale di mq. 2350 in leggero incremento rispetto ai mq 2238 del 2009 e una superficie media di mq 130 sostanzialmente in linea ma con un leggero incremento rispetto a quella del 2009;
- tre sono le medie strutture di vendita, una alimentare e due non alimentari per una superficie complessiva di mq.841 sostanzialmente in linea con i mq 855 del 2009 e una superficie media di mq 280 in linea con quella del 2009;
- rispetto al 2009 si aggiungono due attività di commercio all'ingrosso con una superficie di mq.1092.
- Piazza San Bartolomeo nel centro di Airasca è sede di un mercato settimanale. Gli ambulanti aventi posto fisso sono trentadue.

<b>ATTIVITA' COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>				
ATTIVITA'	INDIRIZZO	TIPOLOGIA	SUPERFICIE	CATEGORIA
AGENZIA ASTESANO	VIA ROMA 29		122	NON ALIMENTARE
AGRIEFFE	VIA TORINO 60/11	VICINATO	50	NON ALIMENTARE
AIRASCA CASE	VIA ROMA 68	VICINATO	40	NON ALIMENTARE
BUZINCU IONEL	VIA ROMA 207	VICINATO	50	NON ALIMENTARE
BARALE STEFANO	VIA TORINO 60	VICINATO	90	NON ALIMENTARE
CUCUZZA LIDIA	P.ZA S. BARTOLOMEO	VICINATO	138	ALIMENTARE
DRAGAN GABRIELA	VIA VIGONE 7	VICINATO	60	
DINAMICA COMMERCE	VIA VIGONE 1	VICINATO	35	
E.F.T.	VIA ROMA 178	VICINATO	50	NON ALIMENTARE
FARMACIA CERCHIO	VIA ROMA 125	VICINATO	147	
CRAI	VIA PERTINI 5	MEDIA STRUTTURA	287	MISTO
FERRAMENTA LOBIANCO	VIA ROMA 105	MEDIA STRUTTURA	345	NON ALIMENTARE
GEC	VIA TORINO 94	INGROSSO	989	NON ALIMENTARE
GTS SRL	VIA TORINO 67	INGROSSO	106	NON ALIMENTARE
IL CUCCIOLO	VIA ROMA 51	VICINATO	75	NON ALIMENTARE
IMMOBILIARE F.LLI COCCO	P.ZA SAN BARTOLOMEO 4	VICINATO	138	NON ALIMENTARE
L'ORCHIDEA DA SIMONA	VIA MONTRUCCHIO 5	VICINATO	40	NON ALIMENTARE
LOTITO TIZIANA	VIA ROMA 81	MEDIA	209	NON

		STRUTTURA		ALIMENTARE
MERCATINO DI PINA	VIA ROMA 55	VICINATO	70	NON ALIMENTARE
ONORANZE FUNEBRI GHIONE	VIA SAVIGLIANI	VICINATO	0	
ONORANZE FUNEBRI GINESTRA	P.ZA SAN BARTOLOMEO	VICINATO	37	
PANETTERIA F.LLI BRUNO	VIA ROMA	VICINATO	158	ALIMENTARI
PERLE DI GUSTO	VIA ROMA	VICINATO	26	ALIMENTARI
STUDIO OTTICO AIRASCA	VIA ROMA 63	VICINATO	56	NON ALIMENTARE
SKF INDUSTRIE SPACCIO	VIA PINEROLO 42	VICINATO	0	ALIMENTARE
TABACCHERIA TOSCO	VIA ROMA 122	VICINATO	111	NON ALIMENTARE
TABACCHERIA CICCIO	VIA ROMA 213	VICINATO	49	NON ALIMENTARE
WORK LINE COMPUTER	VIA ROMA 134		35	NON ALIMENTARE
			3513	

In aggiunta all'offerta tradizionale, nel comune di Airasca ci sono attività di somministrazione di alimenti e bevande con una superficie di somministrazione complessiva di mq.1245

ATTIVITA'	UBICAZIONE	SUPERFICIE DI SOMMINISTRAZIONE
ARABESCO DI SELIM	VIA ROMA 211	54
BAR ERREEMME COLIBRI'	VIA ROMA 53	92
BAR LATTERIA RENZETTI	VIA ROMA 104	136
BAR VENERE	VIA ROMA 209	116
BAR VIZIO CAPITALE	VIA ROMA 133	150
CREMA E CIOCCOLATO	VIA ROMA 130	75
DOLCEMENTE SAS	VIA ROMA 72	145
OGGI PIZZA	VIA ROMA 67	72
PAZZI PER LA PIZZA	VIA NINO COSTA	98
RISTORANTE DEL SOLE	VIA ROMA 101	259
SARA PIAZZA KEBAB	VIA ROMA 215	48
		1245

Sul territorio di Airasca non si riscontrano grandi strutture di vendita.

Sono presenti nel comune di Airasca un cospicuo numero di attività terziarie, di servizio alla persona e di artigianato di servizio che assicurano alla popolazione un buon livello di servizi.

<b>TERZIARIO, SERVIZI ALLA PERSONA, ARTIGIANATO DI SERVIZIO</b>			
TIPOLOGIA	UBICAZIONE	SUPERFICIE	CATEGORIA
ARTELEGNO	VIA TORINO 60	250	FALEGNAME
AUTOSCUOLA FORNERIS	VIA ROMA 165	75	SCUOLA GUIDA
BALZANO M.T.	VIA ROMA 68	50	PARRUCCHIERA
BIANCO SIL VIA	VIA ROMA 37	39	PARRUCCHIERA
BOETTO GIAMPIERO	VIA ROMA 142	150	OFFICINA
COLLARINO ANTONIO	P.S. BARTOLOMEO 11	52	PARRUCCHIERE
DALIA MARIA	P.S. BARTOLOMEO 3	41	PARRUCCHIERA
DENTAL TEAM	VIA ROMA 79	65	DENTISTA
DENTAL UNO SAS	VIA ROMA 79	41	DENTISTA
F.LLI NOTA	VIA TORINO 2	197	CARROZZERIA
GANDOLFI LORENZO	VIA TORINO 60	70	ELETTRAUTO
GROSSO CLAUDIA	VIA ROMA 52	44	PARRUCCHIERA
IRON DESIGN	VIA PINEROLO 15	185	
L.M. SRL	VIA TORINO 64	190	CARROZZERIA
L.R.C. SRL	VIA VOLVERA 67	161	
LAVASECCO LA MIMOSA	VIA ROMA 168	77	LAVANDERIA
MONVISO INFISSI	VIA PINEROLO 15	245	ARTIGIANO
NOTA MASSIMO	VIA DEL CENTRO 4	70	PARRUCCHIERE
OLIMPO SAS	VIA SANT ANNA 2	72	CENTRO ESTETICO
PANDOLFO MASINO	VIA TORINO 25	466	MECCANICO
RONCHETTI GIANCARLO	VIA ROMA	182	VETRAIO
SALMASI	VIA ROMA 85	116	MECCANICO
SO BEAUTY	P.S. BARTOLOMEO	0	CENTRO ESTETICO
STORERO MORENO	VIA TORINO 64	220	FALEGNAMERIA
STUDIO GHILDARDINI	VIA NINO COSTA 97	63	AMM.CONDOMINI
STUDIO TECNICO CUVERTINO	VIA DEL PALAZZO 6	70	
STUDIO TECNICO SARTORE	.S. BARTOLOMEO 13	217	
STILE PROFESSIONAL	VIA ROMA 172	50	PARRUCCHIERE
UNICREDIT BANCA	VIA ROMA 79	363	ISTITUTO BANCARIO
		3821	

Ne risulta una rete commerciale, in termini quantitativi come numero di esercizi, come superficie complessiva per settore merceologico e come localizzazione in parte rivolta ai non residenti, Alcuni esercizi sono collocati e concentrati lungo la Statale 23. La ragione di tale fenomeno deriva dal fatto che sul territorio di Airasca, transita una grande arteria (la strada Statale n. 23) che collega Torino con Pinerolo, la pianura pinerolese, le valli Pellice e Chisone e l'alto cuneese (Saluzzo) molto utilizzata prima dell'apertura dell'asse autostradale Torino – Pinerolo. Gli esercizi collocati lungo l'arteria stradale sono circa il 35% della rete di Airasca.

## **15 - Bacino di prossimità del Comune di Airasca**

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

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

Queste linee si possono pertanto convenzionalmente assumere come limiti spaziali dell'area di mercato, o dell'auto contenimento '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 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 Airasca è stato quindi considerato come *epicentro* di una serie di curve con raggi di dimensione variabile.

I parametri che influenzano la dimensione di queste aree è quello dei flussi obbligatori di traffico ed in misura minore del tempo di percorrenza per il raggiungimento del centro del paese. Per quanto riguarda i flussi di traffico il territorio di Airasca è attraversato da una direttrice di traffico locale che dall'area del Pinerolese va verso Torino; un altro flusso di traffico da non trascurare è costituito da quello che arriva in centro paese dalle zone di Villafranca, Vigone, Cercenasco e Scalenghe. Per ciò che riguarda la percorrenza da e per Airasca si considera come tempo limite accettabile 20' minuti primi da percorrere con mezzo privato per raggiungere la destinazione.

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

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

Le tabelle che seguono indicano il tempo e la distanza che intercorre tra il comune di Airasca e i comuni compresi in 20 minuti di percorrenza massima.

Come si può rilevare nell'arco di 20 minuti dal centro di Airasca ci sono tre comuni polo, Pinerolo, Orbassano e Nichelino, nove comuni intermedi e cinque minori.

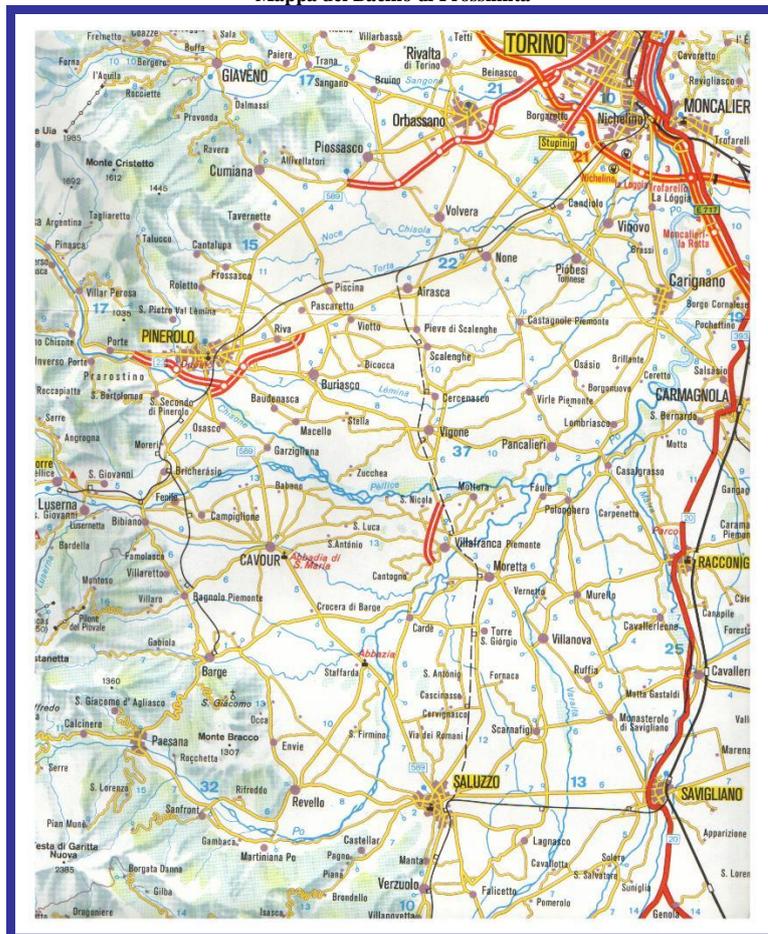
Airasca subisce fortemente l'influenza (effetto attrattivo) dei comuni polo (media di 16') e del vicinissimo comune di Torino.

Dei sedici comuni che, complessivamente sono compresi nel raggio dell'isocrona calcolata, cinque – tra cui il comune polo attrattore – appartengono all'area di programmazione commerciale di Pinerolo e quattro appartengono all'area di programmazione commerciale di Torino.

Tabella 5: Il Bacino di prossimità del Comune di Airasca

Comune	Provincia	Livello gerarchico	Area programmazione	Popolazione	Distanza da Airasca
<b>AIRASCA</b>	<b>TO</b>	<b>Intermedio</b>	<b>Nessuna</b>	<b>3.656</b>	<b>0'</b>
BURIASCO	TO	Minore	Pinerolo	1.367	10'
CANDIOLO	TO	Intermedio	Nessuna	5.428	14'
CERCENASCO	TO	Minore	Nessuna	1.845	10'
CUMIANA	TO	Intermedio	Nessuna	7.488	16'
FROSSASCO	TO	Minore	Pinerolo	2.861	17'
MACELLO	TO	Minore	Pinerolo	1.149	13'
NICHELINO	TO	Polo	Torino	48.414	18'
NONE	TO	Intermedio	Torino	7.863	7'
ORBASSANO	TO	Polo	Torino	21.580	14'
PINEROLO	TO	Polo	Pinerolo	34.479	16'
PIOSSASCO	TO	Intermedio	Nessuna	17.303	12'
PISCINA	TO	Intermedio	Pinerolo	3.241	7'
SCALENGHE	TO	Intermedio	Pinerolo	3.180	6'
VIGONE	TO	Intermedio	Nessuna	5.169	13'
VILLAFRANCA	TO	Intermedio	Nessuna	4.790	20'
VOLVERA	TO	Intermedio	Torino	8.067	7'
<b>Popolazione totale residente nel Bacino di Prossimità</b>				<b>177.880</b>	

Mappa del Bacino di Prossimità



## **16 - Articolazione, densità ed evoluzione dell'offerta commerciale nel Bacino di prossimità del Comune di Airasca**

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

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

Come già ricordato il Comune di Airasca è classificato come comune intermedio della rete secondaria, tra quelli cioè che *“offrono servizi non quotidiani ma di minor portata rispetto a quella dei comuni in posizione gerarchica superiore”*.

Detto in altri termini ciò significa che i comuni così classificati dovrebbero evidenziare un'offerta commerciale sufficientemente articolata e completa tale da soddisfare le esigenze di consumo ad alta e media frequenza d'acquisto dei residenti, ma anche proporre esercizi commerciali in grado di produrre una capacità di attrazione del consumo che vada oltre il semplice soddisfacimento delle richieste di un consumo di prossimità.

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

L'analisi prende in esame alcuni parametri basilari:

- a) *l'articolazione dell'offerta commerciale*, ovvero il numero di esercizi commerciali suddivisi per tipologie e relativa superficie di vendita;
- b) *la densità degli esercizi commerciali*, espressa dal rapporto abitanti per negozio di vicinato e mq. di superficie di vendita (di medie e grandi strutture di vendita e di centri commerciali) disponibile ogni 1.000 abitanti. La rilevazione di questa informazione è importante al fine di definire la maggiore o minore capacità potenziale di un luogo rispetto ad un altro di attrarre consumatori: è infatti ragionevole ipotizzare che una più numerosa ed articolata concentrazione dell'offerta possa risultare maggiormente interessante ed attrattiva, poiché consente in uno spazio minore e con un impiego di tempo inferiore di valutare una quantità di articoli maggiore. Per quanto riguarda gli esercizi di vicinato, minore è il numero di abitanti per esercizio maggiore è la densità e, conseguentemente la capacità attrattiva evidenziata da tale tipologia di offerta commerciale. Per quanto riguarda medie e grandi strutture di vendita e centri commerciali, più alta è la quantità di metri quadrati disponibile ogni 1.000 abitanti, maggiore è la capacità di attrazione esercitata da queste tipologie di offerta commerciale;

Dall'esame delle tabelle 6, 7, 7.1, 8, 9,10) emerge che la rete commerciale nel comune di Airasca presenta una discreta attrattività a livello comunale rispetto al suo bacino di prossimità.

Se già dalle tabelle riferite alla consistenza ed articolazione delle diverse reti commerciali locali limitrofe (quelle n. 6, 7, e 7.1) emerge la trascurabile importanza di quella di Airasca, è soprattutto

dalle tabelle riferite alla densità commerciale (quella n. 8) che si può facilmente trovare conferma della sua possibilità di potenziamento.

Sotto il profilo puramente quantitativo, infatti sebbene l'offerta commerciale del comune di Airasca sia esigua rispetto agli esercizi di vicinato e alle medie e grandi strutture di vendita presenti nel bacino di prossimità bisogna tener conto che in quest' ambito territoriale vi sono tre comuni polo (Pinerolo, Nichelino e Orbassano) con ben altro livello di consistenza di rete per cui diventa inevitabile, in questo contesto, procedere a raffronti diversificati per classi gerarchiche di comuni.

<b>ARTICOLAZIONE COMPLESSIVA DELL'OFFERTA COMMERCIALE nel Comune di AIRASCA e nei Comuni Polo del Bacino di prossimità</b>					
<b>COMUNE</b>	<b>POPOLAZIONE</b>	<b>Tipologia dell'offerta</b>	<b>Alimentari + Miste</b>	<b>Non alimentari</b>	<b>Numero Totale</b>
<b>AIRASCA</b>	3.656	<b>Vicinato</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>27</b>
		<b>Medie</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
		<b>Strutture</b>	<b>700 *</b>	<b>2287 *</b>	<b>2987*</b>
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>NICHELINO</b>	48.414	<b>Vicinato</b>	117	325	442
		<b>Medie</b>	10	16	26
		<b>Strutture</b>	7855*	11400*	19255*
		<b>Grandi Strutture</b>	1	-	1
		<b>Centri Commerciali</b>	1	-	1
<b>ORBASSANO</b>	21.580	<b>Vicinato</b>	59	214	273
		<b>Medie</b>	3	17	20
		<b>Strutture</b>	2655*	11964*	14619*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>PINEROLO</b>	34.479	<b>Vicinato</b>	138	582	720
		<b>Medie</b>	11	18	29
		<b>Strutture</b>	8011*	11525*	19536*
		<b>Grandi Strutture</b>	2	-	2
		<b>Centri Commerciali</b>	1	-	1

\* Superficie di Vendita (mq)

Analizzando la dotazione dell'offerta commerciale dei comuni di uguale livello gerarchico prossimi a Airasca ci si accorge che questo comune presenta una dotazione di esercizi di vicinato nella media. Anche per quanto riguarda le medie e grandi strutture l'offerta commerciale di Airasca è perfettamente in linea con l'offerta media dei vicini comuni.

<b>ARTICOLAZIONE COMPLESSIVA DELL'OFFERTA COMMERCIALE nel Comune di AIRASCA e nei Comuni Intermedi del Bacino di prossimità</b>					
<b>COMUNE</b>	<b>POPOLAZIONE</b>	<b>Tipologia dell'offerta</b>	<b>Alimentari + Miste</b>	<b>Non alimenta ri</b>	<b>Numero Totale</b>
<b>AIRASCA</b>	3.656	<b>Vicinato</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>27</b>
		<b>Medie Strutture</b>	<b>1 700 *</b>	<b>4 2287 *</b>	<b>5 2987*</b>
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>CANDIOLO</b>	5.428	<b>Vicinato</b>	11	31	42
		<b>Medie Strutture</b>	2 810*	1 158*	3 968*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>CUMIANA</b>	7.488	<b>Vicinato</b>	14	25	39
		<b>Medie Strutture</b>	2 2074*	6 2939*	8 5013*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>NONE</b>	7.863	<b>Vicinato</b>	16	52	68
		<b>Medie Strutture</b>	2 725*	3 2498*	5 3223*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	1 3184*	1 3184*
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>PIOSSASCO</b>	17.303	<b>Vicinato</b>	36	99	135
		<b>Medie Strutture</b>	-	-	-
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	1 2276*	-	1 2276*
<b>PISCINA</b>	3.241	<b>Vicinato</b>	9	18	27
		<b>Medie Strutture</b>	1 250*	3 900*	4 1150*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>SCALENGHE</b>	3.180	<b>Vicinato</b>	8	6	14
		<b>Medie Strutture</b>	-	1 319*	1 319*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>VIGONE</b>	5.196	<b>Vicinato</b>	16	57	73
		<b>Medie Strutture</b>	3 1602*	6 4337*	9 5939*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>VILLAFRANCA</b>	4.790	<b>Vicinato</b>	21	41	62
		<b>Medie Strutture</b>	1 500*	6 2330*	7 2830*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>VOLVERA</b>	8.067	<b>Vicinato</b>	15	36	51
		<b>Medie Strutture</b>	1 250*	-	1 250*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-

<b>ARTICOLAZIONE COMPLESSIVA DELL'OFFERTA COMMERCIALE nel Comune di AIRASCA e nei Comuni Minori del Bacino di prossimità</b>					
<b>COMUNE</b>	<b>POPOLAZIONE</b>	<b>Tipologia dell'offerta</b>	<b>Alimentari + Miste</b>	<b>Non alimentari</b>	<b>Numero Totale</b>
<b>AIRASCA</b>	3.656	<b>Vicinato</b>	13	14	27
		<b>Medie Strutture</b>	1	4	5
		<b>Grandi Strutture</b>	700 *	2287 *	2987*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>BURIASCO</b>	1.367	<b>Vicinato</b>	2	4	6
		<b>Medie Strutture</b>	1	-	1
		<b>Grandi Strutture</b>	300*	-	300*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>CERCENASCO</b>	1.845	<b>Vicinato</b>	4	6	10
		<b>Medie Strutture</b>	1	0	1
		<b>Grandi Strutture</b>	174*	-	174*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commercial</b>	-	-	-
<b>FROSSASCO</b>	2.861	<b>Vicinato</b>	6	21	27
		<b>Medie Strutture</b>	2	8	10
		<b>Grandi Strutture</b>	1331*	3669*	5000*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-
<b>MACELLO</b>	1.149	<b>Vicinato</b>	2	4	6
		<b>Medie Strutture</b>	-	1	1
		<b>Grandi Strutture</b>	-	270*	270*
		<b>Grandi Strutture</b>	-	-	-
		<b>Centri Commerciali</b>	-	-	-

Dall'esame degli indici di densità commerciale emerge che la rete degli esercizi di vicinato del comune di Airasca rispetto al proprio bacino di prossimità offre ancora la possibilità di un incremento di questa tipologia di vendita. Basti pensare infatti, come si può rilevare dai dati esposti nella tabella n. 8, che il comune, rispetto a questa tipologia, evidenzia una densità di 135 abitanti per punto vendita che risulta essere un dato di molto superiore a confrontato con il dato medio stimato sul bacino di prossimità. Questo confronto avvala la possibilità per il comune di Airasca, pur avendo una modesta capacità di attrazione nei confronti del proprio bacino legato solo ad aspetti lavorativi ed occupazionali, di aumentare il numero di questo tipo di esercizi commerciali per dare ai residenti una buona rete commerciale.

Tale previsione è supportata anche dall'analisi dell'assetto urbanistico del paese caratterizzato da una area centrale molto raccolta che facilita l'insediamento degli esercizi di vicinato ma rende difficile l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita e dalla situazione socio economica caratterizzata da una buona crescita in termini di popolazione che non ha ancora avuto modo di generare altrettanto sviluppo nel settore commerciale, in sostanza il tessuto socio-economico di Airasca non è andato a consolidarsi e non è riuscito a seguire l'aumento di popolazione e le esigenze di tipo commerciali che tale fenomeno ha generato

Tali bisogni potranno essere soddisfatti se la strumentazione urbanistica e la programmazione commerciale del paese sarà adeguata.

L'immagine problematica dell'offerta locale che emerge dalle analisi dei dati strutturali viene confermata dai

risultati ottenuti da studi regionali, dai quali emerge lo scarso utilizzo delle strutture di vicinato, sia per gli acquisti alimentari, sia non alimentari, a beneficio rispettivamente della media e della grande distribuzione.

Le famiglie spesso si rivolgono per la spesa agli esercizi localizzati al di fuori dei confini comunali. E' proprio per questo problema che la struttura commerciale del comune deve evolversi e specializzarsi supportato dalle scelte dell'amministrazione locale. Il lavoro da compiere sulla rete di distribuzione

commerciale è radicale e non può essere pensato come un'operazione ad un solo promotore. Solo dalla sinergia dei commercianti, dell'amministrazione, delle politiche di sostegno attuate dalla Provincia e dalla Regione e dalle associazioni di consumatori si può attuare una politica di incoraggiamento, miglioramento e potenziamento dell'offerta esistente in modo da soddisfare e orientare la richiesta locale all'acquisto all'interno dei confini comunali. Inoltre, tali miglioramenti potrebbero rendere appetibile la rete commerciale anche ai vicini comuni minori.

Tabella 8: DENSITA' DELL'OFFERTA COMMERCIALE nel Comune di AIRASCA e NEI COMUNI DEL BACINO DI PROSSIMITA'		Abitanti / Esercizi di Vicinato			Medie strutture	Grandi strutture	Centri Comm.li
		Tipologia merceologica dell'offerta					
AMBITO	POPOLAZI ONE	Alimentari + Miste	Non alimentar i	Totale	Sup. Vendita *1000 / abitanti	Sup. Vendita *1000 / abitanti	Sup. Vendita *1000 / abitanti
BACINO DI PROSSIMITA' del Comune di AIRASCA	177.880	364	112	88	402 71573*	105 18814*	33 5911*
AIRASCA	3.656	281	261	135	817	-	-
BURIASCO	1.367	683	341	227	162	-	-
CANDIOLO	5.428	493	175	129	129	-	-
CERCENASCO	1.845	307	461	184	94	-	-
CUMIANA	7.488	534	299	192	669	-	-
FROSSASCO	2.861	476	136	105	1744	-	-
MACELLO	1.149	287	574	191	234	-	-
NICHELINO	48.414	413	148	109	397	183	67
NONE	7.863	491	151	115	410	404	-
ORBASSANO	21.580	365	100	79	677	-	-
PINEROLO	34.479	249	59	47	566	165	11
PIOSSASCO	17.303	480	174	128	-	-	131
PISCINA	3.241	360	180	120	354	-	-
SCALENGHE	3.180	530	397	227	103	-	-
VIGONE	5.169	323	90	70	1142	-	-
VILAFRANCA	4.790	228	116	77	590	-	-
VOLVERA	8.067	537	224	158	31	-	-

\* Superficie di vendita totale

Tabella 9: ELENCO MERCATI AMBULANTI E POSTEGGI ISOLATI NEL BACINO DI PROSSIMITÀ DI AIRASCA										
COMUNE	PROV.	LOCALITA' DI SVOLGIMENTO	GIORNI DI MERCATO	BANCHI ALIM. E NON ALIM.	BANCHI ALIM.	BANCHI NON ALIM.	PROD. AGRIC	TOTALE BANCHI	POSTEGGI LIBERI	TOTALE POSTEGGI
AIRASCA	TO	Piazza San Bartolomeo	MER	0	7	11	1	19	2	21
BURIASCO	TO	Piazza Gonnet	MAR	0	2	0	0	2	2	4
CANDIOLO	TO	Piazza Riccardo Sella	VEN	0	20	25	7	52	6	58
CERCENASCO	TO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CUMIANA	TO	Piazza Martiri III Aprile	VEN	-	17	39	-	56	4	60
FROSSASCO	TO	Piazza Cavalieri di Vittorio Veneto	GIO	-	5	5	2	12	-	12
MACELLO	TO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NICHELINO	TO	Stupinigi Parco Rustico 2 Area Parch. Sx	SAB-DOM	-	1	-	-	1	-	1
		Piazza Libertà	Da LU a SAB	-	-	1	-	1	-	1
		Via Calatafi mi ang. Via Quarto	Da LU a VEN	-	1	-	-	1	-	1
		Stupinigi Parco Rustico area Parch. Dx	SAB-DOM	-	1	-	-	1	-	1
		Via XXV Aprile ang. Via Stupinigi	DOM	-	-	1	-	1	-	1
		Piazza S. Quirico	MER	3	16	20	7	46	8	54
		Via XXV Aprile ang. Via Stupinigi	Da LU a DOM	-	1	-	-	1	-	1
		Via Torino ang. Via Galimberti	DOM	-	-	1	-	1	-	1
		Via Martiri Regina Mundi	DOM	-	-	1	-	1	-	1
		Piazza Libertà S. Trinità	DOM	-	-	1	-	1	-	1
		Stupinigi Ponte Sangone	Da LU a DOM	-	-	1	-	1	-	1
		Piazza A. Moro	MAR	-	2	2	2	6	9	15
		Piazza Pertini	MAR	-	2	-	-	2	-	1
Via Pirandello	GIO	-	1	1	1	3	12	15		
NONE	TO	Piazza Cavour - Via Beccaria - Via Stazione Via S. Rocco - Piazza Donatori di Sangue	GIO	2	21	73	9	105	-	105
ORBASSANO	TO	Piazza della Pace	MER	-	57	174	40	271	11	282
		Piazza Silvio Pellico		-	4	4	-	8	22	30
PINEROLO	TO	PIAZZA VITTORIO VENETO	MER	33	70	142	27	272	24	296
	TO	PIAZZA VITTORIO VENETO	SAB	29	72	218	35	354	15	369
PIOSSASCO	TO	Via Dante Alighieri	GIO	-	19	31	5	55	5	60
		Via Kennedy - Piazza Pertini	GIO	-	21	57	9	87	3	90
PISCINA	TO	Piazza Libertà	LUN	-	7	14	2	23	-	23
SCALENGHE	TO	Via Cavour	LUN	-	3	3	1	7	9	16
VIGONE	TO	Piazza Cardinal Boetto	GIOV	-	22	45	11	78	-	78
VILLAFRANCA PIEMONTE	TO	Piazza Vittorio Veneto	MAR	-	15	27	2	44	5	49
VOLVERA	TO	Piazza Pertini	LUN	-	14	40	7	61	-	61

Il mutato quadro esigenziale determinato da un graduale aumento di popolazione trova un aiuto importante nel mercato settimanale su area pubblica. Il mercato settimanale con i suoi n. 32 banchi opportunamente incrementato e migliorato potrà contribuire all'aumento della capacità di competizione e di attrazione della rete distributiva di Airasca.

La rivitalizzazione dell'area mercatale in un comune intermedio abitato da poco più di 3500 è un sicuro indice di attrattività commerciale a livello comunale e volendo anche sovracomunale.

La sua ubicazione, a ridosso della principale piazza del comune e sulla via principale del paese facilita l'interazione e lo sviluppo di sinergie tra commercio su area pubblica e commercio in sede fissa.

Concorrono inoltre a completare le potenzialità della rete di servizi locali e la capacità di accoglienza del comune la dotazione dei pubblici esercizi la cui consistenza è stata evidenziata nelle tabelle allegate (tab.10 e tab.11)

Il comune manifesta per altro ulteriori possibilità di sviluppo su questo versante sotto il profilo quantitativo come testimonia l'indice di densità relativo (abitanti per pubblico esercizio) che evidenzia buoni valori a livello comunale rispetto al dato medio riferito all'intero bacino di prossimità.

Tabella 10: ARTICOLAZIONE DELL'OFFERTA DI ESERCIZI PUBBLICI "TRADIZIONALI"								
COMUNE	POP.	Livello gerarc .	Bar-ristoranti (tipologia A-B)	Ristoranti (tipologia A)	Bar (tipologia B)	Bar e ristoranti (tipologia C)	Bar analcolici (tipologia D)	Totale Pubblici Esercizi (Tradizionali)
Fonte	Oss.Regle		Oss.Regle	Oss.Regle	Oss.Regle	Oss.Regle	Oss.Regle	
UNITA' DI MISURA	n°		n°	n°	n°	n°	n°	
<b>AIRASCA</b>	<b>3.656</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>1</b>		<b>12</b>
BURASCO	1.367	4	2		1			3
CANDIOLO	5.428	3	1	2	5			8
CERCENASCO	1.845	4	3		2			5
CUMIANA	7.488	3	10	6	6	1		23
FROSSASCO	2.861	4	3	2	3			8
MACELLO	1.149	4	1			1		2
NICHELINO	48.414	1	14	19	58	3	4	98
NONE	7.863	3	11	6	6	1	2	26
ORBASSANO	21.580	1	21	19	24	3	2	69
PINEROLO	34.479	1	21	43	81	10	6	161
PIOSSASCO	17.303	3	13	3	22		1	39
PISCINA	3.241	3	3		1			4
SCALENGHE	3.180	3	5	1	3	1		10
VIGONE	5.169	3	6	4	5	1		16
VILLAFRANCA PIEMONTE	4.790	3	5		4	1		10
VOLVERA	8.067	3	5	2	5		1	13

Tabella 11: ARTICOLAZIONE DELL'OFFERTA DI PUBBLICI ESERCIZI "SPECIALI"							
COMUNE	POPOLAZIONE	Livello gerarc.	Bar e ristoranti (in complessi ricettivi)	Bar e ristoranti (in aree di servizio)	Circoli	Agriturismo	Totale Pubblici Esercizi (Speciali)
FONTE	Oss.Regle		Oss.Regle	Oss.Regle	Oss.Regle	Oss.Regle	
UNITA' DI MISURA	n°		n°	n°	n°	n°	
<b>AIRASCA</b>	<b>3.656</b>	<b>3</b>			<b>1</b>		<b>1</b>
BURIASCO	1.367	4				3	3
CANDIOLO	5.428	3	1		3		4
CERCENASCO	1.845	4			2		2
CUMIANA	7.488	3			9	1	10
FROSSASCO	2.861	4					0
MACELLO	1.149	4			2		2
NICHELINO	48.414	1		2	23		25
NONE	7.863	3	1		2		3
ORBASSANO	21.580	1	3	2	14	2	21
PINEROLO	34.479	1		1	10	6	17
PIOSSASCO	17.303	3				3	3
PISCINA	3.241	3			2		2
SCALENGHE	3.180	3			1	3	4
VIGONE	5.169	3			3		3
VILLAFRANCA PIEMONTE	4.790	3			2	1	3
VOLVERA	8.067	3			1		1

## ***CAPITOLO QUARTO***

### **I risultati dell'analisi e strategie competitive**

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

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

- come opportunità e punti di forza i seguenti elementi:

- una popolazione in crescita costante che consente di classificare Airasca tra i comuni intermedi;
- una percentuale di popolazione giovane che rappresenta un bacino di clientela fidelizzata per le attività commerciali nel capoluogo;
- una buona stabilità nel tempo della rete distributiva;
- un mercato settimanale di buone dimensioni e ben localizzato;
- una rete distributiva "concentrata" nel centro del paese che consente sinergie e politiche commerciali molto simili a quelle di un "centro commerciale";

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

- la crescita commerciale molto sostenuta di alcuni comuni intermedi facenti parte dello stesso bacino di prossimità;
- la presenza nel bacino di prossimità di comuni polo a forte attrattività commerciale di area vasta (Pinerolo, Nichelino e Orbassano);
- realizzazione del Tronco autostradale che ha isolato il Paese dai flussi Val Chisone e Pellice e la città di Torino;
- Il sorgere di insediamenti commerciali "forti" a non molta distanza dal paese;
- Carezza di aree per parcheggio specialmente il giorno in cui vi è il mercato settimanale;
- La necessità di "far crescere" il mercato settimanale e riorganizzarlo in modo da renderlo maggiormente attrattivo;
- La mancanza di medie struttura di vendita che obbligano il consumatore a rivolgersi a quelle presenti nei paesi vicini.

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

In virtù delle opportunità e delle debolezze considerate nel precedente capitolo, nella individuazione dei criteri di cui all'articolo n. 8 comma 3 del d. lgs. 114/1998, nell'adeguamento degli strumenti di pianificazione territoriale locale e nella definizione delle ulteriori politiche attive allo sviluppo della rete distributiva comunale, sulla base delle indicazioni contenute nella D.C.R. n. 563-13414/99 così come modificata dalla D.C.R. n. 347-42514/2003 e D.C.R. n. 59-10831/2006, le strategie competitive per migliorare ed implementare l'offerta commerciale sono:

- a) favorire lo sviluppo e la valorizzazione della funzione commerciale e di servizio nel Centro Storico;
- b) contribuire al miglioramento delle condizioni di accessibilità, fruibilità e vivibilità dell'ambito centrale, nonché favorire un rilancio localizzativo e tipologico dell'offerta commerciale e di servizio della zona; promuovendo un programma di qualificazione urbana ad iniziativa pubblica e privata, ai sensi dell'articolo n.18 della D.C.R. n. 59-10831/2006, nell'Addensamento Commerciale storico Centrale A1.

- c) Incentivare, attraverso la definizione di specifiche politiche attive ed il ricorso agli strumenti di flessibilità nell'ambito del P.R.G.I. il recupero del patrimonio immobiliare e lo sviluppo delle attività commerciali nell'ambito del Centro Storico;
- d) perseguire l'obiettivo di rafforzare la rete distributiva con un incremento della presenza di medie strutture di vendita, ed in particolare di quelle ad offerta extra alimentare, per consolidare il ruolo di centro intermedio del comune ma anche di salvaguardare le caratteristiche ambientali e vocazionali delle zone riconosciute quali Addensamenti e Localizzazioni Commerciali, attraverso adeguati interventi sulla tabella di compatibilità di cui all'articolo n.17 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata con D.C.R. n. . n. 191- 43016 del 20/11/2012 ;
- e) consentire una adeguata flessibilità nella individuazione di Localizzazioni Commerciali urbane non addensate attraverso lo strumento della possibilità del riconoscimento in sede di domanda autorizzativa, nel rispetto di parametri prefissati e delle destinazioni d'uso previste dal P.R.G.I., nell'intento di contribuire al rafforzamento della rete commerciale locale;
- f) supportare e favorire politiche comuni di marketing territoriale e di promozione turistico/commerciale al fine di sviluppare le migliori sinergie possibili tra le iniziative promosse dai diversi attori locali, di valorizzare le produzioni locali di pregio e di massimizzare le ricadute di tali iniziative in termini di sviluppo territoriale.
- g) Promuovere la creazione nella zona centrale, corrispondente all'addensamento A1, di un "centro commerciale naturale" ai sensi dell'articolo n.7 della D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012 costituito dagli esercizi commerciali e di altre attività di servizio e di somministrazione presenti nel centro cittadino. Nell'ambito delle proprie competenze, il comune può sottoscrivere un preciso programma unitario di attività promozionali.
- h) Utilizzare quale veicolo commerciale la circonvallazione del centro abitato che ha provocato notevoli modificazioni all'assetto socioeconomico e paesaggistico del paese. La circonvallazione forma una sorta di limite a sud dell'abitato e circostrive al suo interno il possibile sviluppo di Airasca verso la pianura circostante. Gli effetti della circonvallazione sul commercio e più in generale sulle attività economiche possono essere considerati "ambivalenti": da un lato ha migliorato la qualità della vita degli abitanti del capoluogo ed anche la qualità ambientale per le attività economiche di tipo commerciale che dal capoluogo traggono le loro risorse, in buona sostanza adesso nel paese è più facile fermarsi, spostarsi a piedi, attraversare la strada principale, ecc...inoltre vi è meno inquinamento da scarico di auto, meno rumori molesti, una migliore qualità della vita; dall'altro la circonvallazione ha "tolto" alle attività commerciali di Airasca attestata lungo la via Roma, una "vetrina" un modo per farsi conoscere e per attrarre clienti. A fronte dei grandi benefici che vanno a favore di molti, il disagio generato dalla non visibilità potrebbe essere agevolmente superato ponendo ai due ingressi del paese (la rotatoria o porta di ingresso da Torino e la rotatoria o porta di ingresso da Pinerolo) un sistema di informazione pubblicitario chiaro, efficace e persuasivo che segnali ai viaggiatori le opportunità commerciali che gli stessi potrebbero trovare nel centro del paese.

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

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

### **Addensamento A1.**

Sulla base di quanto previsto negli indirizzi e criteri urbanistico commerciali dalla Regione Piemonte appare possibile ed opportuno il riconoscimento quale **Addensamento Storico Rilevante A1**, dell'ambito territoriale identificato sotto la dicitura "Addensamento A1" nell'allegata planimetria che costituisce parte integrante del presente documento (allegati n.1 e n.2).

Tale ambito risulta avere tutte le caratteristiche previste dall'articolo n. 13, comma 3 lettera a) della D.C.R. n. 59-10831/2006 per il riconoscimento degli Addensamenti Storico Rilevanti A1: *"Sono gli ambiti commerciali di antica formazione, che si sono sviluppati spontaneamente intorno al fulcro (piazza principale, piazza di mercato, chiesa, municipio e simili) del territorio comunale, caratterizzati*

dalla presenza di attività commerciali e di servizi non rivolte prevalentemente al vicinato e da una buona densità residenziale. Essi sono riconoscibili nell'area centrale dei centri abitati e possono non coincidere con la perimetrazione degli insediamenti urbani aventi carattere storico-artistico così come definiti dall'articolo 24 della L.R. 56/1977, e successive modifiche ed integrazioni. Data la variabilità delle caratteristiche di ciascun centro urbano, i comuni delimitano l'addensamento in base alla conoscenza del proprio territorio, motivando le scelte operate”.

All'interno dell'Addensamento Commerciale A1, così come sopra perimetrato, insistono gran parte delle attività commerciali riportate nella tabella di pag. e vi è localizzato il mercato settimanale costituito da n. 32 ambulanti.

L'addensamento A1 è un ambito commerciale di antica formazione, che si è sviluppato spontaneamente nel territorio comunale, caratterizzato dalla presenza di numerose attività commerciali, delle attività assimilabili al commercio (pettinatrice, barbiere/parrucchiere, ristoranti, trattorie, bar, estetista, laboratori artigiani, etc...), di servizi e da una buona densità residenziale.

Delimitato secondo la grafica della tavola 1F allegata, ospita 3 esercizi alimentari di vicinato (pari al 11 %), n.8 non alimentari di vicinato (pari al 40%), n.2 medie strutture non alimentari (pari al 34%) e 2 esercizi di vicinato misti (pari al 15%) della rete esistente con le seguenti quantificazioni:

<b>Numero e tipologie in zona A1</b>	
<b>Tipologie</b>	<b>Numeri</b>
Alimentari di vicinato	3
Alimentari medie strutture	
Non alimentari di vicinato	9
Non alimentari medie strutture	2
Misti di vicinato	2
Misti medie strutture	
<b>Totali</b>	<b>16</b>

<b>Delimitazione viaria e rete per via dell'addensamento</b>			
<b>Asse viario</b>	<b>esercizi n.</b>	<b>alimentari</b>	<b>non alimentari</b>
Via Roma	13	4	9
Via Montrucchio	1		1
Via Vigone	1		1
Via del Palazzo	1	1	
<b>Totali</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>11</b>

Le politiche attive che l'Amministrazione intende perseguire per tale ambito territoriale devono tendere a favorire l'insediamento ed il consolidamento di funzioni commerciali a servizio delle residenze nonché di quelle di medio piccola dimensione ma ad elevata specializzazione, in armonia con le caratteristiche dell'area, che potrebbe avere capacità di attrazione, per l'offerta di generi non ricorrenti, non soltanto sul territorio comunale ma anche su quelli delle altre realtà minori della zona di riferimento.

Sulla base del disposto dell'articolo n.14 della D.C.R. n. n. 191- 43016 del 20/11/2012 le Localizzazioni Commerciali possono essere di 2 tipi: le Localizzazioni urbane non addensate L1 e le Localizzazioni urbano periferiche non addensate L2.

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

Il comma 4, alla lettera a) dell'articolo n. 14 della D.C.R. n. n. 191- 43016 del 20/11/2012 fornisce i seguenti indirizzi per il riconoscimento di questa tipologia di localizzazioni: “Si riconoscono solo nelle aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4., A.5. Le localizzazioni commerciali urbane non addensate sono le aree totalmente intercluse nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano. Esse sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel

*quadro del processo di riqualificazione urbana. Sono individuabili attraverso i seguenti parametri orientativi”*

Per i comuni minori quale è considerato AIRASCA i criteri regionali prevedono questi parametri orientativi:

- 1) *essere ubicate entro 500 m. di distanza stradale (parametro J.1) da un nucleo residenziale di almeno 500 residenti (parametro X.1);*
- 2) *la numerosità del nucleo residenziale (parametro X.1) deve essere verificata entro l'area compresa in un raggio di 500 m. (parametro Y.1);*
- 2bis) *la dimensione massima della localizzazione non deve superare i 10.000 mq. (parametro M1), e si misura sommando tutte le aree a destinazione commerciale contigue, anche se risultano separate da spazi pubblici e/o da opere di urbanizzazione primaria e secondaria.*

L'assetto urbanistico di Airasca è connotato da numerose aree residenziali di espansione e di completamento con possibilità di destinare anche attività di commercio al minuto

Nel territorio del Comune di Airasca risultano verificati i parametri urbanistici di individuazione di 3 Localizzazioni L.1 ai sensi dell'art. 14 all. A dalla DCR n. 191- 43016 del 20/11/2012.

Tabella 14 TABELLA DI VERIFICA DEI PARAMETRI – L.1	Parametri orientativi per Comune minore	L1
AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI	mt. 500	mt. 500
NUMEROSITA' MINIMA DI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.1	1.000 residenti	>.1000 residenti
DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRAZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIALE DI CUI AL PARAMETRO Y.1	mt. 500	< mt. 500
DIMENSIONE MASSIMA DELLA LOCALIZZAZIONE	mq. 20.000	< 20.000

Tabella 15			
Area sigla	Tipologia di compatibilità	Descrizione di P.R.G.C.	Superficie territoriale da P.R.G.
L1.1	Zona RSc	Zona residenziale di conferma	3.663 mq
L1.2	Zona AEc	Zona per attività economiche di conferma	3.844 mq
L1.3	Zona ASU	Area di sviluppo urbano confermata	530 mq

## ***CAPITOLO QUINTO***

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

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

Il presente provvedimento definisce i criteri per il rilascio delle autorizzazioni riferite alle medie strutture di vendita ai sensi del disposto di cui all'art. 8 comma 3 del d. lgs. 114/1998 e dell'art. 4 comma 1 della L.R. n. 28/1999 e s.m.i. sulla base degli indirizzi contenuti nella D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 e nelle successive D.C.R. n. 347-42514 del 23 dicembre 2003 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006.

Costituisce altresì attuazione del disposto di cui all'art. 29, comma 3 lettera a) nell'ambito delle procedure previste dalla Regione con la D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 e successive D.C.R. n. 347-42514 del 23 dicembre 2003 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006. per l'adeguamento degli strumenti urbanistici e degli atti presupposti e complementari ai sensi dell'articolo 4 della L.R. n. 28/1999 s.m.i. e dell'articolo 6, comma 5 del decreto legislativo n. 114/1998.

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

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

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

Con il presente provvedimento si intendono integralmente recepiti gli indirizzi ed i criteri di natura urbanistico commerciale della Regione Piemonte, contenuti nella D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 e nelle successive D.C.R. n. 347-42514 del 23 dicembre 2003 e n. 59-10831 del 24 marzo 2006, per quanto non espressamente puntualizzato nel presente atto.

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

Nel rispetto di quanto prescritto dall'articolo 6 del decreto legislativo n. 114/1998 e dalla L.R. n. 28/1999 s.m.i., gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica, che il comune intende assumere, perseguono i seguenti obiettivi:

- a) favorire la modernizzazione del sistema distributivo in modo che si realizzino le condizioni per il miglioramento della sua produttività, della qualità del servizio e dell'informazione al consumatore;
- b) favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità nel centro urbano, nelle frazioni e nelle altre aree scarsamente servite, in modo che sia facilitato l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso la

presenza di esercizi commerciali riconducibili a differenti tipologie di strutture distributive;

- c) orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in zone ed aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie di strutture distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare la produttività del sistema e la qualità del servizio reso ai consumatori, nel rispetto dell'integrità dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico e promuovendo la rivitalizzazione del centro urbano;
- d) favorire la formazione di un sistema di offerta, articolato sul territorio e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, tra le quali non si producano posizioni dominanti, in modo tale che i consumatori, potendo scegliere tra differenti alternative di localizzazione e di assortimento, esercitando le loro preferenze, inneschino la dinamica concorrenziale nel sistema;
- e) coordinare la programmazione in materia commerciale e urbanistica, nonché i procedimenti relativi al rilascio delle autorizzazioni commerciali e dei permessi di costruzione, sia per favorire la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, nel quadro di un sistema decisionale condiviso, sia per evitare situazioni di offerta commerciale e immobiliare contrarie ai principi della libera concorrenza.

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

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

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

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

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

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

La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano esclusivamente merci ingombranti, dei quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobilifici, concessionarie auto, legnami, materiali per l'edilizia e simili) può essere limitata alla dimensione massima degli esercizi di vicinato; la parte rimanente, ancorché comunicante con essa, deve essere separata e distinta da pareti continue e si può destinare a magazzino, deposito o superficie espositiva; ai fini del presente comma è obbligatoria la sottoscrizione e la registrazione presso l'Agenzia delle entrate di un atto di impegno d'obbligo tra comune e operatore, che costituisce integrazione alla comunicazione di cui all'articolo 7 del d.lgs. 114/1998 e nel quale, oltre alla delimitazione della superficie di vendita, è precisata, senza possibilità di deroga, la composizione delle merceologie di offerta. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che espongono merci ingombranti è calcolata al netto della superficie espositiva di cui al comma successivo.

La superficie espositiva è la parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico accede, in condizioni di sicurezza, solo se accompagnato dagli addetti alla vendita e solo per

prendere visione di prodotti non immediatamente asportabili; l'area di vendita è da essa separata e distinta da pareti continue.

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

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

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

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

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

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

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

- a) siano separate da vie o piazze pedonali o veicolari, normate dall'articolo 51, comma 1, lettera b) della legge regionale 5 dicembre 1977, n. 56 (Tutela ed uso del suolo), e successive modifiche ed integrazioni;
- b) le vie o piazze pedonali o veicolari, di cui alla lettera a) devono essere acquisite quali urbanizzazioni primarie e secondarie ai sensi dell'articolo 51, comma 1, lettera b) della L.R. 56/1977, garantendo in tal modo la presenza di diverse destinazioni d'uso urbanistiche, diversi usi possibili e diversa potestà di regolamentazione (pubblica e privata) e quindi non sussistendo più il requisito della specifica ed unica destinazione d'uso (commerciale al dettaglio) stabilita dall'articolo 4, comma 1, lettera g) del d.lgs. 114/1998;
- c) le vie o piazze pedonali o veicolari pubbliche, di cui alla lettera a), devono essere funzionalmente collegate alla viabilità pubblica urbana o extraurbana;
- d) la quota parte del fabbisogno totale di posti a parcheggio reperita nelle aree private, di cui all'articolo 25, comma 2) della D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006. deve essere soddisfatta nell'area contigua afferente all'insediamento che lo ha generato.

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

I centri commerciali sono così classificati:

- a) centro commerciale classico: è un insediamento commerciale costituito da un unico edificio, comprendente uno o più spazi pedonali, dai quali si accede ad una pluralità di esercizi commerciali al dettaglio integrati, eventualmente, da attività paracommerciali e di servizio e ricavato in area a destinazione d'uso commerciale al dettaglio. L'edificio è soggetto a

permesso di costruire unitario a specifica destinazione. Le singole autorizzazioni commerciali discendono da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente anche a un soggetto promotore, sulla base delle procedure stabilite dalla Giunta regionale, e nei tempi previsti dagli articoli 7 e 8 del d.lgs. 114/1998 e dall'articolo 29 della D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006.;

b) centro commerciale sequenziale: è un insediamento commerciale costituito da uno o più edifici collegati funzionalmente da percorsi privati pedonali o veicolari ricavati in area a destinazione d'uso commerciale al dettaglio e pertanto non facenti parte di vie o piazze pubbliche, di cui al comma 1, dai quali si accede a singoli esercizi commerciali o centri commerciali. I servizi accessori possono essere comuni all'intero complesso degli edifici. Il centro commerciale sequenziale è soggetto ad un unico permesso di costruzione nei casi previsti dall'articolo 26 della L.R. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio; nei casi non previsti dal citato articolo è soggetto a permesso di costruire che è rilasciato con le procedure previste per gli immobili destinati al commercio al dettaglio nonché dall'articolo 28 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificato dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006.;le singole autorizzazioni commerciali possono discendere da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente, anche a un soggetto promotore. La realizzazione della struttura può essere scaglionata nel tempo;

c) centro commerciale naturale: è una sequenza di esercizi commerciali e di altre attività di servizio, ubicati nelle zone di insediamento commerciale che l'art. 12 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificato dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006.; s.m.i. definisce addensamenti commerciali urbani ed extraurbani, che si affacciano, in prevalenza, su vie o piazze urbane e che possono costituirsi in forma associata e/o societaria, anche a capitale misto, per la gestione comune di servizi e di azioni di promozione e marketing. Nell'ambito delle proprie competenze, il comune può sottoscrivere un preciso programma unitario di attività promozionali. Le autorizzazioni commerciali sono separate, indipendenti e non discendono da un unico provvedimento generale. Pertanto, la superficie di vendita complessiva non deve essere determinata. I permessi di costruire sono rilasciati separatamente ed autonomamente a ciascuna unità o complesso immobiliare;

d) centro commerciale pubblico: è rappresentato solo da mercati su area pubblica e da unità immobiliari predisposte per l'esercizio dell'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche disciplinata dal titolo X del decreto legislativo n. 114/1998.

I centri polifunzionali realizzati su area pubblica ai sensi dell'articolo 19, commi 1 e 3 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificati dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24 marzo 2006.; non sono considerati centro commerciale pubblico e rientrano tra gli esercizi di vicinato. Gli aggregati di insediamenti commerciali e/o di tipologie distributive separati da percorsi pedonali o veicolari, facenti parte di vie o piazze pubbliche, secondo quanto disposto dal primo comma, nelle zone di insediamento commerciale definite localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate, pur non essendo considerati centri commerciali sequenziali sono soggetti al progetto unitario di coordinamento di cui all'articolo 14, comma 4, lettera b) della D.C.R. n. 563-13414/99 s.m.i..

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

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

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

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

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

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

In virtù di quanto previsto nell'art. 8 della D.C.R. n. 563-13414/99 integrata dalla D.C.R. n. 547-42514/03 e dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, le medie e grandi strutture di vendita sono classificate in funzione della superficie di vendita e del tipo di offerta commerciale:

### MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

▫ *offerta alimentare e/o mista:*

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

▫ *offerta extralimentare:*

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

### GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

◇ *offerta commerciale mista*

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

◇ *offerta commerciale extralimentare*

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

### CENTRI COMMERCIALI

◇ *medie strutture di vendita*

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

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

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

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

In conformità con quanto disposto dall' articolo n. 15 dalla D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 547-42514/03 e dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico di esercizi commerciali, nel rispetto delle prescrizioni previste dagli strumenti di pianificazione territoriale locale per quanto attiene le destinazioni o compatibilità d'uso commercio al dettaglio ed ulteriori

disposizioni connesse, relative agli standard di cui all'art. 21 della L.R. n. 56/1977 s.m.i. nonché alla salvaguardia del territorio, potranno avvenire:

- a) se riferite ad esercizi di vicinato su tutto il territorio comunale,
- b) se riferite a medie strutture di vendita all'interno degli ambiti territoriali riconosciuti quali Addensamenti o Localizzazioni Commerciali di cui all'art. 12 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006..

La modifica o l'aggiunta di settore merceologico ad un esercizio commerciale e il passaggio da una classe dimensionale ad un'altra sono soggetti alle norme stabilite per le nuove autorizzazioni, per il trasferimento e per le variazioni di superficie dall'articolo 15 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificato dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012.

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

In applicazione del disposto dell'articolo n. 13, comma 3, lettera a), dei criteri urbanistico commerciali della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, sul territorio del comune viene individuato e riconosciuto come Addensamento Commerciale Storico Rilevante A1 l'ambito territoriale identificato sotto la dicitura "Addensamento A1" nell'ambito dell'allegata planimetria che costituisce parte integrante del presente documento.

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

## **Art. 11 Riconoscimento di Localizzazioni Commerciali urbane non addensate L1**

In applicazione delle disposizioni contenute nel comma 4 lettera a) dell'articolo n.14 e avvalendosi del comma 2 dell'articolo n. 22 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, l'Amministrazione si riserva di riconoscere eventuali Localizzazioni Commerciali urbane L1 in sede di esame delle istanze di cui all'articolo n.15 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006 purché le aree interessate rispettino le prescrizioni urbanistiche sulle destinazioni d'uso previste nei vigenti strumenti di pianificazione locale, non abbiano le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4., A.5., siano totalmente intercluse nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato e rispettino integralmente i seguenti parametri:

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

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

Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico devono avvenire secondo le prescrizioni contenute nell'articolo n. 15 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006.

Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite su tutto il territorio comunale per gli esercizi di vicinato e solo nell'ambito degli Addensamenti e delle Localizzazioni Commerciali (riconosciute o riconoscibili) per le medie strutture; in aree e/o edifici che lo strumento urbanistico vigente e operante, (generale o esecutivo) destini a commercio al dettaglio già al momento della presentazione delle relative istanze di autorizzazione. Le autorizzazioni per l'attivazione di esercizi commerciali possono essere rilasciate

anche a soggetto diverso dal promotore o dall'originario titolare (subingresso) solo quando egli produca il contratto in base al quale ha acquisito la disponibilità dei locali, con incorporato il diritto all'autorizzazione. Trattandosi, nella fattispecie, di un evidente caso di concentrazione, che può essere soggetto a comunicazione all'Autorità Garante della concorrenza e del mercato ai sensi della L. 287/1990, il richiedente è tenuto ad inviare la comunicazione, ove occorra, alla Giunta Regionale. Le autorizzazioni all'apertura, alle variazioni di superficie di vendita e di settore merceologico, al trasferimento di sede degli esercizi sono rilasciate nel rispetto dei vincoli di compatibilità urbanistica di cui ai successivi articoli n.15, 16, 17, 18 e 19 nonché degli articoli n. 23, 25, 26, 27 e 28 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012.

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

- a) ad autorizzazione, nel caso di medie strutture di vendita, che è concessa nel rispetto delle presenti norme nonché di quelle di riferimento contenute nei criteri regionali urbanistico commerciali in attuazione della L.R. n. 28/99 s.m.i. e delle norme procedurali stabilite con provvedimento della Giunta Regionale;
- b) a comunicazione, nel caso di esercizi di vicinato, previa verifica delle conformità degli aspetti urbanistici di cui agli articoli 23, 24, 25 e 26 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. 191- 43016 del 20/11/2012 e fatte salve le prescrizioni particolari eventualmente previste nell'ambito dei progetti di qualificazione urbana

Il trasferimento di sede è consentito solo nell'ambito del comune, purché avvenga negli Addensamenti e nelle Localizzazioni commerciali riconosciute o riconoscibili ai sensi dei precedenti articoli n. 10 e 11, nel rispetto dell'articolo n.16 della D.C.R. n. 563-13414 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012 nonché delle ulteriori prescrizioni previste nei successivi articoli n. 13, 15, 16, 17, 18 e 19 e delle compatibilità definite agli articoli 17, 24, 25, 26, 27 della D.C.R. n. 563-13414 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012 .

Il trasferimento di sede è disciplinato come segue:

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

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

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

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

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

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

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

- a) sono soggetti ad autorizzazione dovuta, nel caso di medie strutture di vendita compresi i centri commerciali, gli accorpamenti di cui al presente comma e gli ampliamenti e le riduzioni non disciplinati dal comma precedente che non comportino il cambio di tipologia di struttura distributiva (nel caso dei centri commerciali occorre fare riferimento al cambio di tipologia di struttura distributiva sia del centro commerciale sia del singolo esercizio oggetto di variazione), così come definita dall'articolo n.8, ottenuti mediante accorpamento di autorizzazioni riconducibili al settore alimentare o misto e rilasciate dal comune competente per territorio ai sensi della l. 426/1971. In tal caso non è richiesto il ricalcolo e l'adeguamento al fabbisogno di parcheggi di cui all'articolo n. 17;
- b) tutti gli altri casi, non soggetti alle norme di cui al presente ed al penultimo precedente comma, sono soggetti a nuova autorizzazione che è rilasciata nel rispetto delle norme del presente provvedimento.

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

In applicazione dell'articolo 3, comma 2, lettera d) della L.R. n. 28/99 s.m.i., il rilascio delle nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita previste dai commi che precedono, ubicate in tutti i tipi di addensamenti commerciali e in tutti i tipi di localizzazione commerciale, è subordinato alla sottoscrizione di un atto d'obbligo registrato che formalizzi l'impegno a corrispondere un onere aggiuntivo computato in una percentuale compresa tra il 30 e 50 per cento degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria, specificatamente destinato alla rivitalizzazione e riqualificazione delle zone di insediamento commerciale urbane nel rispetto dei principi e dei contenuti degli articoli 18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012, sulla base delle indicazioni attuative che la Giunta Regionale.

Le nuove autorizzazioni e le autorizzazioni dovute sono rilasciate nel rigoroso rispetto della presente normativa, solo in aree e/o edifici che lo strumento urbanistico vigente e operante, (generale o esecutivo), destini a commercio al dettaglio.

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

- a) a nuova autorizzazione, nel caso di medie strutture di vendita, nel rispetto delle compatibilità di cui all'articolo n.13, previa verifica del computo degli standard e del fabbisogno di parcheggi di cui all'articolo n.17;
- b) a comunicazione, nel caso di esercizi di vicinato, fatte salve le eventuali prescrizioni particolari previste nell'ambito di programmi di qualificazione urbana

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

Le autorizzazioni per le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita, la modifica o aggiunta di settore merceologico, sono rilasciate nel rispetto dei commi che precedono e delle norme del presente provvedimento nonché delle disposizioni previste nella D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012, con le procedure e nei tempi stabiliti dalla Giunta regionale in applicazione dell'articolo 3 della legge regionale sul commercio e del decreto legislativo n. 114/1998.

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

- a) l'applicazione dell'articolo n.10 del decreto legislativo n. 114/1998;
- b) il rispetto delle prescrizioni particolari di cui all'articolo n.19 e di quelle previste nell'ambito dei programmi di qualificazione urbana e dei programmi di rivitalizzazione di cui agli articoli n. 18 e 19 della D.C.R. n. 563-13414/99 n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012;

- c) la veridicità di quanto dichiarato, in particolare per ciò che riguarda il rispetto degli standard, e il rispetto della destinazione d'uso prevista dallo strumento urbanistico vigente ed operante, generale o esecutivo, di cui all'articolo n.32 della L.R. 56/1977, e degli altri aspetti urbanistici regolati nei successivi articoli n. 15, 16, 17 e 18 nonché negli articoli n. 23, 24, 25 e 26 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n.191- 43016 del 20/11/2012;
- d) le garanzie di igiene e salubrità degli ambienti.

I permessi di costruire necessari per la realizzazione o modificazione dell'edificio entro cui è insediato l'esercizio commerciale sono rilasciati ai sensi della legge regionale n. 56/1977 s.m.i. e di quanto previsto nel presente provvedimento nonché nella D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n.191- 43016 del 20/11/2012.

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

La compatibilità territoriale dello sviluppo di cui all'articolo n. 17 della D.C.R n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012, è vincolo inderogabile per nuova apertura, variazione di superficie di vendita, trasferimento di sede, modifica o aggiunta di settore merceologico e rilascio di permesso di costruire per esercizi per medie strutture di vendita, secondo la definizione contenuta nell'articolo n.4 comma 1, lettere e) ed f) del d. lgs. 114/1998.

Per l'individuazione delle compatibilità territoriali dello sviluppo, per ciascun Addensamento e per ciascuna Localizzazione Commerciale si assumono le seguenti determinazioni:

TIPOLOGIA DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE DI VENDITA (mq)	ADDENSAMENTI	LOCALIZZAZIONI
		A.1.	L.1.
VICINATO	Fino a 150	SI	SI
M-SAM1	151-250	NO	SI
M-SAM2	251-900	NO	SI
M-SAM3	901-1500	NO	SI
M-SE1	151-400	NO	SI
M-SE2	401-900	NO	SI
M-SE3	901-1500	NO	SI
M-CC	151-1500	SI	SI
G-SM1	1501-4500	NO	NO
G-SM2	4501-7500	NO	NO
G-SM3	7501-12000	NO	NO
G-SM4	>12000	NO	NO
G-SE1	1501-3500	NO	NO
G-SE2	3501-4500	NO	NO
G-SE3	4501-6000	NO	NO
G-SE4	>6000	NO	NO
G-CC1	Fino a 6000	NO	NO
G-CC2	6001-12000	NO	NO
G-CC3	12001-18000	NO	NO
G-CC4	>18000	NO	NO
A1 = Addensamenti storici rilevanti			
L1 = Localizzazioni commerciali urbane non addensate			

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

Il comune, per preservare, sviluppare e potenziare la funzione del commercio, (anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano), promuove la realizzazione di progetti e programmi, anche di natura urbanistico - edilizia, volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine, dell'identità urbana e della riqualificazione urbana, sulla base delle indicazioni e degli indirizzi contenuti nell'art. 18 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012 .

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

Ai sensi dell'articolo n. 10, comma 1, lettera c) del d.lgs. 114/1998 ed in applicazione del disposto di cui agli articoli n.18 - 19 e 20 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012, l'Amministrazione Comunale si riserva di sottoporre a valutazione di impatto

commerciale le comunicazioni di apertura, di trasferimento, di variazione della superficie di vendita, di modifica o aggiunta di settore merceologico degli esercizi di vicinato, inibendone eventualmente gli effetti, nell'Addensamento Storico Rilevante A1.

La valutazione di impatto commerciale verrà fatta sulla base dei criteri stabiliti con apposita separata deliberazione consiliare, in attuazione del disposto di cui al comma 2 dell'articolo n. 20 della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 191- 43016 del 20/11/2012, sulla base delle risultanze che scaturiranno dagli ulteriori studi di mercato e di tutela dei valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali previsti nell'ambito del piano di qualificazione urbana di cui al precedente articolo n. 14.

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

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

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

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

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

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

Ai sensi dell'articolo n.21, secondo comma della L.R. 56/1977 s.m.i., (fatto salvo quanto prescritto al primo comma, numero 3) dell'articolo 21 della L.R. 56/1977 smi) lo standard pubblico relativo al fabbisogno totale di posti a parcheggio pubblico è determinato nella misura del 50 per cento del fabbisogno di posti a parcheggio e conseguente superficie ottenuto dall'applicazione dei parametri della tabella del fabbisogno totale dei posti a parcheggio allegata; la restante quota può essere reperita in aree private.

Qualora in una zona di insediamento commerciale o in un immobile che ospita anche una o più attività di vendita al dettaglio siano presenti, 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 n.21 della L.R. 56/1977s.m.i., come modificato dalla L.R. n. 28/1999 s.m.i., da reperire e da considerare separatamente dal fabbisogno e dallo standard calcolato per le superfici commerciali ed assimilate. La realizzazione in una zona di insediamento commerciale di una multisala cinematografica, con una capienza superiore a 1300 posti, autorizzata ai sensi del decreto ministeriale 29 settembre 1998, n. 391 (Regolamento recante disposizioni per il rilascio di autorizzazione per l'apertura di sale cinematografiche, ai sensi dell'articolo 31 della legge 4 novembre 1965, n. 1213, e successive modificazioni), o ai sensi della legge regionale 28 dicembre 2005, n. 17 (Disciplina della diffusione dell'esercizio cinematografico del Piemonte), determina un fabbisogno aggiuntivo pari al 1 posto auto ogni dieci metri quadrati. di superficie utile lorda di pertinenza della suddetta multisala cinematografica.

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

TABELLA DEL FABBISOGNO TOTALE DEI POSTI PARCHEGGIO		
PARAMETRI PER IL CALCOLO DEL FABBISOGNO TOTALE DI POSTI A PARCHEGGIO		
TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE DI VENDITA	METODO DI CALCOLO DEL NUMERO DI POSTI PARCHEGGIO (N)
	MQ. (S)	
M-SAM2 (*)	400-900	$N = 35+0,05(S-400)$
M-SAM3	901-1800	$N = 60+0,10(S-900)$
M-SAM4	OLTRE 1800	$N = 140+0,15(S-1800)$
M-SE2-3-4	401-2500	$N = 0,045 \times S$
M-CC	151-1500	NCC = N+N' (***)
	251-2500	
(*) Gli esercizi commerciali con superficie di vendita inferiore a mq. 400 devono soddisfare la prescrizione di cui al comma 1 del presente articolo.		
(***) N è calcolato sommando il fabbisogno di ciascuna delle medie e grandi strutture di vendita presenti nel centro commerciale.		
N' è uguale a $0,12 \times S'$ , dove S' è il totale della superficie di vendita degli altri negozi presenti nel centro commerciale.		

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

Per gli esercizi di vicinato e i centri commerciali di cui all'articolo 6, la cui dimensione sia conforme alle tabelle dell'articolo n. 13, ubicati nell' addensamento storico rilevante (A.1.) non è richiesto il soddisfacimento di fabbisogno di posti parcheggio previsto dal comma 4; è comunque fatto salvo quanto prescritto dall'articolo n. 21, primo comma, numero 3) della L.R. 56/1977 smi.

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

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

Il fabbisogno totale di posti a parcheggio e di superficie, da computare in relazione alla superficie di vendita delle tipologie di strutture distributive, nel rispetto dei commi 3, 4 e 6, è obbligatorio e non derogabile ai fini del rilascio delle autorizzazioni commerciali, normate dall'articolo n.12, e ai fini del rilascio dei permessi di costruire. La quota di posti a parcheggio e relativa superficie non soggetta alle norme dell'articolo n.21, primo e secondo comma della legge regionale n. 56/1977 smi, e ai commi 1 e 2 del presente articolo, è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'articolo n.41 sexies della legge 17 agosto 1942, n. 1150 (Legge urbanistica), così come modificato dall'articolo 2 della legge 24 marzo 1989, n.122.

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

L'esercizio delle attività commerciali al dettaglio è soggetto alle verifiche prescritte dagli articoli n. 26 (aree di sosta e verifiche sulla viabilità) e n. 27 (verifica di impatto ambientale) della D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006, nonché a quelle eventualmente introdotte

dal Comune nell'ambito degli strumenti di pianificazione territoriale, del programma di qualificazione urbana o del regolamento di polizia urbana.

### **Art. 19 Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi di costruire**

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

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

I permessi di costruire per le medie strutture di vendita sono rilasciati, nel rispetto delle presenti norme, di quelle contenute nella D.C.R. n. 563-13414/99 come modificata dalla D.C.R. n. 59-10831/2006 e nell'articolo n. 26 della legge regionale n. 56/1977 smi.

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

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

Fino all'adozione di tale deliberazione si applicheranno le disposizioni stabilite dalla Regione Piemonte nella D.G.R. 1° marzo 2000 n. 43-29533 nell'allegato B, in tale fase è stabilito che le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato provvedimento di diniego entro i successivi 90 giorni.