



COMUNE DI VILLANOVA CANAVESE



**“Adeguamento del Vigente P.R.G.C. alla
Normativa in materia di Commercio”**

**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE
AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI**
(ex. art. 8 comma 3 D. Lgs 114/98)

Relazione

(ex. artt. 12, 13 e 14 della DCR n.563-13414 del 29/10/1999, modificata dalla DCR n.347-42514/2003 e dalla DCR n. 59-10831/2006)

Arch. Giovanni Piero Perucca

1 - Introduzione

Il **Decreto Legislativo del 31 marzo 1998 n.114**, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n.95 del 24 aprile dello stesso anno riforma l'intera disciplina del commercio e demanda al Piano Regolatore Generale la individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali, correlando i procedimenti di rilascio degli assenti commerciali e di quelli edilizi.

In particolare la collocazione delle attività commerciali sul territorio, non più ispirata ad un principio "vincolistico" ma bensì "concorrenziale", viene ricompresa nella disciplina dell'uso del territorio definita dal Piano Regolatore Generale.

Scompare il criterio della "separatezza raccordata" fra aspetto urbanistico e aspetto commerciale che era stato introdotto con la Legge 426/71 e viene prevista la correlazione fra dei procedimenti di rilascio della concessione edilizia e l'autorizzazione alla apertura di una struttura di vendita, nel rispetto dei limiti e delle previsioni dettate dal Piano Regolatore.

In ottemperanza a quanto previsto dalla succitata Legge di riforma la Regione Piemonte, con la **Legge Regionale 12 novembre 1999 n.28**, successivamente modificata dalla **Legge regionale 30 dicembre 2003, n. 37** ha definito le norme di indirizzo generale per l'insediamento delle attività commerciali e i criteri di programmazione urbanistica che attengono a tali insediamenti.

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

In particolare l'art.4 della medesima Legge prevede che i Comuni sono tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici e i regolamenti di polizia locale ai nuovi indirizzi e criteri di programmazione urbanistica e puntualizza ciò che tale adeguamento deve indicare e precisamente:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali con particolare riguardo agli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;

- b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali al fine della tutela dell'arredo urbano e dei beni artistici, culturali ed ambientali;
- c) i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- d) i vincoli di natura urbanistica con particolare riguardo alla disponibilità di spazi pubblici ed alle quantità minime di spazi per parcheggi;
- e) la correlazione tra gli atti autorizzatori commerciali e la concessione o autorizzazione edilizia.

Inoltre l'art.6 (Modifiche alla legge regionale 5 dicembre 1977, n. 56) contiene alcune modifiche alla Legge Urbanistica Regionale che incidono sugli articoli 4, 12, 14, 15, 17, 21, 26.

La normativa che disciplina in dettaglio la materia, stabilendo ciò che i Comuni devono fare è quella degli "indirizzi e criteri" di cui alla **deliberazione C.R. del 29 ottobre 1999 n.563-13414** e successive modificazioni approvate con la **DCR n. 347-42514 del 23 dicembre 2003 e con la D.C.R. 24 marzo 2006, n. 59-10831**.

In particolare hanno rilievo ai fini urbanistici la parte prima - **titolo II** che definisce la superficie di vendita e classifica gli esercizi commerciali e le tipologie delle strutture distributive; **il titolo III** che classifica le aree di programmazione commerciale, i Comuni, le zone di insediamento commerciale; **il titolo IV** che definisce le compatibilità territoriali dello sviluppo, gli interventi per la valorizzazione degli addensamenti commerciali e i progetti integrati; la parte seconda – **titolo V** che definisce nello specifico i criteri di programmazione urbanistica.

In sintesi le varianti agli strumenti urbanistici devono:

- o Riconoscere, classificare e perimetrare le zone di insediamento commerciale, distinte in addensamenti e localizzazioni sulla base delle definizioni e dei parametri orientativi contenuti nella deliberazione succitata.
- o Individuare, nell'ambito di ciascuna zona di insediamento commerciale, le aree e gli spazi da destinare a parcheggi pubblici e privati, funzionali agli impianti commerciali preesistenti e previsti, e prevedere norme ed interventi adeguati all'organizzazione del sistema di traffico urbano ed extraurbano;
- o Individuare le 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;
- o Introdurre le occorrenti integrazioni alle norme tecniche di attuazione per disciplinare lo svolgimento delle attività commerciali in sintonia con quanto previsto dalle indicazioni regionali;

Inoltre occorre integrare i Regolamenti Edilizi e i Regolamenti di Polizia Locale con specifiche disposizioni relative al decoro e all'arredo urbano degli addensamenti commerciali urbani, nonché alla regolamentazione delle aree di sosta su suolo pubblico;

2 – Analisi del territorio

2.1 Indagini demografiche

La sottostante tabella riporta la dinamica della popolazione dal Censimento del 1991 al 2006.

ANNO	POPOLAZIONE AL 1° gennaio	MOVIMENTO NATURALE			MOVIMENTO MIGRATORIO			SALDO TOTALE	POPOLAZIONE AL 31 dicembre	FAMIGLIE	
		Nati	Morti	Saldo	Immigr.	Emigr.	Saldo			Numero	Incrementi
cens. 91	POPOLAZIONE LEGALE N. 992										
1992	981	7	8	-1	26	19	7	6	987	409	3
1993	987	10	12	-2	37	26	11	9	996	401	-8
1994	996	8	10	-2	37	16	21	19	1.015	403	2
1995	1.015	14	15	-1	28	25	3	2	1.017	402	-1
1996	1.017	7	14	-7	16	21	-5	-12	1.005	399	-3
1997	1.005	3	7	-4	41	42	-1	-5	1.000	404	5
1998	1.000	9	13	-4	40	49	-9	-13	987	404	0
1999	987	9	13	-4	37	51	-14	-18	969	395	-9
2000	969	6	9	-3	41	23	18	15	984	430	35
2001	non determinato per censimento										
cens. 2001	POPOLAZIONE LEGALE N. 1010										
2002	1007	12	3	9	29	33	-4	5	1012	449	19
2003	1012	4	12	-8	29	35	-6	-14	998	460	11
2004	998	12	14	-2	67	35	32	30	1028	471	11
2005	1028	9	9	0	45	28	17	17	1045	483	12
2006	1045	7	14	-7	48	34	14	7	1052	451	-32
2007	1052	7	14	-7	43	49	-6	-13	1039	443	-8

Nella successiva tabella si ha inoltre il confronto tra la popolazione del 1991 e del 2001 con i dati riguardanti la densità di popolazione per Km² riferiti al Comune di Villanova e ai Comuni limitrofi.

Popolazione residente censita al 2001 (popolazione legale) e al 1991, differenze e densità abitativa - Censimento 2001					
Comune	Popolazione residente censita al 21 ottobre 2001	Popolazione residente censita al 20 ottobre 1991	Variazione di popolazione tra il 1991 ed il 2001 (valori assoluti)	Variazione % tra il 1991 ed il 2001	Densità per Km ²
Villanova C.se	1.010	992	18	1,8	264,5
Balangero	3.048	2.891	157	5,4	236,3
Fiano	2.558	2.432	126	5,2	209,8
Lanzo T.se	5.141	5.228	-87	-1,7	495,8
Germagnano	1.294	1.302	-8	-0,6	91,1
Villanova	1.010	992	18	1,8	255,7
Mathi	3.970	4.090	-120	-2,9	557,6
Cafasse	3.516	3.545	-29	-0,8	352,3

Villanova presenta un valore di densità di popolazione per Km² medio rispetto agli altri comuni della zona.

Tra il 1991 e il 2001, la popolazione è rimasta sostanzialmente stabile (+2%) mentre tra il 2001 e il 2007 vi è stato un sensibile incremento (+4%).

Nella tabella sottostante si sintetizzano le principali caratteristiche strutturali della popolazione con il confronto tra i dati nazionali, regionali e del Comune di Villanova.

Indicatori di struttura della popolazione al 1° gennaio 2005

	Composizione percentuale			Indici		
	1	2	3	4	5	6
	0-14 anni	15-64 anni	65 anni e oltre	$100 \times (3 / 1)$ Vecchiaia	$100 \times ((3 + 1)/2)$ Dipendenza strutturale	$100 \times (3/2)$ Dipendenza strutturale degli anziani
ITALIA	14,2	66,4	19,5	137,7	50,7	29,4
NORD	13,1	66,2	20,7	157,9	51,0	31,2
Piemonte	12,4	65,5	22,1	178,0	52,8	33,8
VILLANOVA	13,5	64,3	22,2	164,5	55,5	34,5

La composizione percentuale per Classi di Età aggiornata al 2005 del Comune di Villanova rispecchia l'andamento nazionale e regionale, tuttavia con una maggiore percentuale di anziani e una minore percentuale di giovani rispetto ai valori di riferimento a grande scala. Tutto ciò è confermato dai valori degli indici di vecchiaia e di dipendenza strutturale, nettamente maggiori sia ai valori regionali che nazionali.

Per ciò che concerne la struttura dei nuclei familiari a partire dal 2001 si rileva un numero medio di componenti per famiglia che si attesta sul valore di 2,3 componenti per famiglia, come sotto riportato.

Struttura dei nuclei famigliari

Dati Bilancio demografico Censimento generale della popolazione 2001 (DEMO ISTAT)							
<i>Famiglie per numero di componenti</i>							
1 componente	2	3	4	5	6	n. tot. famiglie	n° medio componenti
133	145	84	67	8	4	441	2,3
Dati Bilancio demografico anno 2003 (DEMO ISTAT)						460	2,2
Dati Bilancio demografico anno 2004 (DEMO ISTAT)						471	2,2
Dati Bilancio demografico anno 2005 (DEMO ISTAT)						483	2,2

2.2 Attività economica e tasso di occupazione della popolazione attiva

La tabella successiva rappresenta le sezioni specifiche per attività economica in cui si vede come in assoluto la principali attività sono quelle legate all'industria manifatturiera, al commercio, ai servizi e alle costruzioni.

Occupati per sezioni di attività economica - Censimento 2001 -

Sezioni di attività economica								
Agricoltura, caccia e silvicoltura	Pesca, piscicoltura e servizi connessi	Estrazione di minerali	Attività manifatturiere	Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	Costruzioni	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa	Alberghi e ristoranti	Trasporti, magazzinaggio, e comunicazioni
19	0	0	172	3	40	47	11	14
Sezioni di attività economica								
Intermediazione monetaria e finanziaria	Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali e imprenditoriali	Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Servizi domestici presso famiglie e convivenze	Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	Totale occupati
3	27	13	22	30	7	3	0	411

3 - Indagine sulla rete distributiva

3.1 - Area di programmazione commerciale.

- Il Comune di Villanova C.se in relazione a:
- caratteristiche della rete distributiva;
 - dotazione di servizi;
 - condizioni socio economiche dei residenti;
 - consistenza demografica (1.052 ab.)

è stato classificato – per quanto attiene agli aspetti della rete commerciale - come Comune **Minore** appartenente cioè alla cosiddetta **rete commerciale secondaria** secondo le seguenti definizioni di cui all'art.11 della delib. C.R. 29/10/99:

*“**comuni della rete secondaria:** sono i comuni che, pur non avendo il rilievo strategico attribuito a quelli della rete primaria, svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale più frequente, in prossimità di insediamenti residenziali. Appartengono a questa rete anche alcuni comuni, più lontani dai comuni polo o subpolo della rete primaria, che svolgono un'importante funzione di distribuzione dei servizi meno frequenti sul territorio circostante e di supporto alle altre attività terziarie.*

*“**Comuni 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..”*

Il Comune di Villanova non appartiene all'area di programmazione commerciale di Ciriè.

3.2 - La rete distributiva. Merceologie e tipologie di esercizio.

La rete distributiva del commercio in sede fissa di Villanova è costituita da **12** esercizi commerciali con una complessiva superficie di vendita pari a mq. **1.389**

In base alle caratteristiche tipologiche n.5 esercizi di settore sono alimentaristi, n.2 sono attività miste con prevalenza di alimentari, n.5 sono negozi del settore non alimentare.

L'elenco degli esercizi commerciali, la localizzazione dei medesimi e l'individuazione dell'addensamento commerciale A1 è riportata sulla tavola allegata, mentre un riepilogo della medesima localizzazione è riportato nelle successive tabelle.

In tab.1 sono riportati gli esercizi commerciali presenti sul territorio secondo la classificazione della D.C.R. 13414 del 29/10/1999.

Tab. 1/1 Elenco delle strutture commerciali di Villanova C.se con relativa localizzazione, tipologia e superficie di vendita

N.	CATEGORIA PREVALENTE	INDIRIZZO	tipologia	SUPERFICIE DI VENDITA IN MQ
1	macchine agricole	via Torino n. 10	N	547
2	panetteria, pasticceria	p.zza IV novembre n. 14	A	40
3	alimentari	via Stura n. 4	M	50
4	enoteca	via Stura n. 5	A	30
5	fiori	via Stura n. 9	N	63
6	pasticceria, panetteria, bar	via Stura n. 37	A	45
7	alimentari	via San Massimo n. 1	A	30
8	articoli regalo	via San Rocco n. 9	N	34
9	prodotti da banco	p.zza IV novembre	N	18
10	vini e liquori	via Torino n. 4	A	80
11	supermercato	via Torino n. 42	M	400
12	legnami	via Stura	N	52
			totale	1389

(A = alimentare - N = Non alimentare - M = Misto)

tab.1/2 - Suddivisione delle strutture commerciali di Villanova C.se per localizzazione e tipologia				
INDIRIZZO	Alimentari e misti	Non alimentari	totale esercizi	superficie di vendita mq.
Via Torino	2	1	3	1027
P.zza IV Novembre	1	1	2	58
Via Stura	3	2	5	240
Via S.Massimo	1		1	30
Via San Rocco		1	1	34
totale	7	5	12	1389

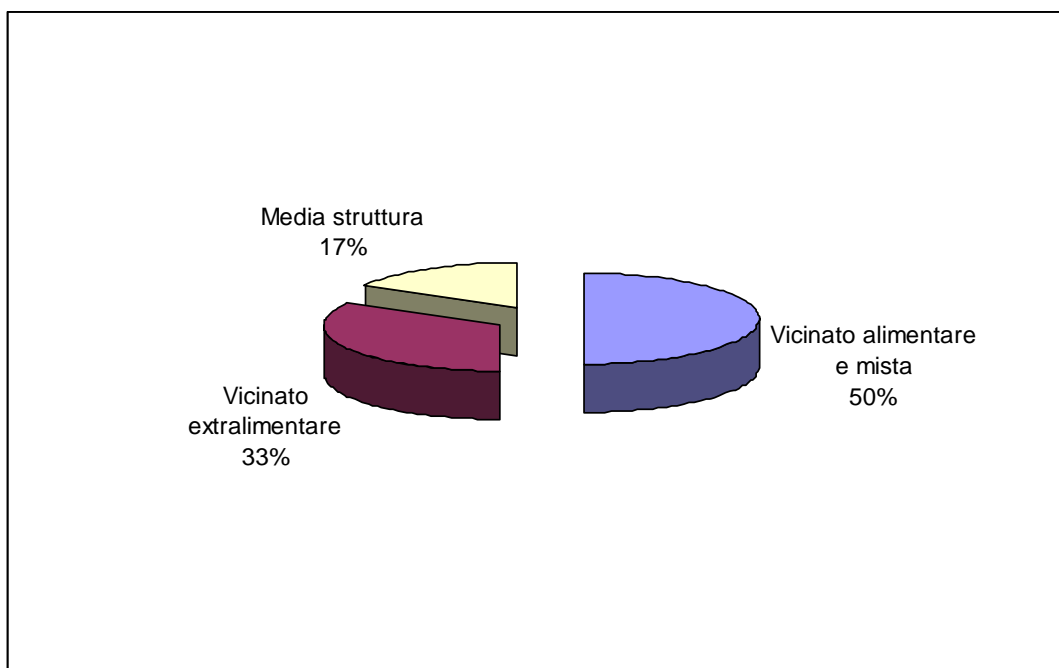
Gli esercizi alimentari o misti sono complessivamente 7 il 58% del totale, come risulta dalle successive tabelle n.2 e 3 che riportano la suddivisione delle strutture di vendita in relazione alla dimensione e alla tipologia.

Si evidenzia la presenza di n.2 strutture commerciali aventi superficie di vendita superiore a mq. 150 e quindi classificate medie strutture di vendita.

Una di queste tratta merci ingombranti (vendita macchine agricole).

tab.2 - Esercizi commerciali presenti sul territorio comunale di Villanova suddivisi per dimensione e tipologia

Tipologia	Superficie	Numero	%
Vicinato alimentare	fino a 150 mq.	6	50,00
Vicinato extralimentare	fino a 150 mq.	4	33,33
Media alimentare e mista 1	da 151 a 250 mq.		
Media alimentare e mista 2	da 251 a 900 mq.	1	8,33
Media alimentare e mista 3	da 901 a 1500 mq.		
Media extralimentare 1	da 151 a 400 mq.		
Media extralimentare 2	da 401a 900 mq.	1	8,33
Media extralimentare 3	da 901a 1500 mq.		
Medio centro commerciale	da 151a 1500 mq.		
Grande mista 1	da 1501a 4500 mq.		
Grande mista 2	da 4501a 7500 mq.		
Grande mista 3	da 7501a 12000 mq.		
Grande mista 4	oltre 12.000 mq.		
Grande extralimentare 1	da 1501a 3500 mq.		
Grande extralimentare 2	da 3501a 4500 mq.		
Grande extralimentare 3	da 4501 a 6000 mq.		
Grande extralimentare 4	oltre 6000 mq.		
Grande C / commerciale1	fino a 6000 mq.		
Grande C / commerciale 2	da 6001 a 12000 mq.		
Grande C / commerciale 3	da 12000 a 18000 mq.		
Grande C / commerciale 4	Oltre 18000 mq.		
totale		12	100



tab. 3 - Superficie di vendita degli esercizi commerciali presenti sul territorio comunale di Villanova secondo la classificazione della D.C.R. 13414/1999

Tipologia	Superficie	Superficie di vendita mq	percentuale
Vicinato alimentare e mista	fino a 150 mq.	275	20%
Vicinato extralimentare	fino a 150 mq.	167	12%
Media struttura mista	oltre 150 mq.	400	29%
Media struttura extralimentare	oltre 150 mq.	547	39%
totale		1.389	100%

Dalla successiva tab.4, che riporta un confronto dei dati di Villanova con quelli regionali e provinciali desunti dall'osservatorio Regionale sul Commercio, risulta evidente il dato succitato mentre, per quanto riguarda la ripartizione del settore merceologico si rileva un sostanziale allineamento con i parametri degli altri Comuni.

Tab.4 – Dati statistici desunti dall'Osservatorio Regionale Commercio

AMBITO DI RIFERIMENTO	SETTORE MERCEOLOGICO O CENTRI COMMERCIALI	ESERCIZI DI VICINATO		MEDIE STRUTTURE		GRANDI STRUTTURE	
		N.	% sul totale	N.	Superficie (mq.)	N.	Superficie (mq.)
PROVINCIA DI TORINO	Alimentare	4.829	15,8	20	6.462		
	Non alim.	23.689	77,6	1.195	578.870	30	119.547
	Misto	2.005	6,6	528	303.828	23	94.340
	Centri Comm.		0,0	27	33.529	30	226.635
	Totale	30.523	100,0	1.770	922.689	83	440.522
	% sul totale	94,3		5,5		0,3	
REGIONE PIEMONTE	Alimentare	10.615	17,3	82	26.995		
	Non alim.	45.469	74,2	2.953	1.470.512	80	264.063
	Misto	5.160	8,4	1.155	660.174	45	176.497
	Centri Comm.		0,0	53	66.914	69	487.821
	Totale	61.244	100,0	4.243	2.224.595	194	928.381
	% sul totale	93		6,5		0,3	
REGIONE PIEMONTE COMUNI INTERMEDI	Alimentare	1.702	20,1	20	5.134		
	Non alim.	6.001	70,8	685	286.097	25	75.843
	Misto	768	9,1	237	106.735	10	32.202
	Centri Comm.		0,0	13	16.215	15	110.386
	Totale	8.471	100,0	955	414.181	50	218.431
	% sul totale	89,4		10,1		0,5	
VILLANOVA	Alimentare	5	50,0				
	Non alim.	4	40,0	1	547		
	Misto	1	10,0	1	400		
	Centri Comm.	0					
	Totale	10	100,0	2	947		
	% sul totale	83,3		16,7			

4. - Individuazione delle zone di insediamento commerciale

4.1 - Il quadro normativo regionale

La nuova normativa prevede che le zone attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali debbano essere individuate nell'ambito dei Comuni al fine di favorire l'equilibrato sviluppo della libera concorrenza, per migliorare la produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore.

Le zone di insediamento commerciale sono 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 delle reti commerciali esistenti e dell'ambiente.

Le zone di insediamento commerciale si distinguono in:

- a) addensamenti commerciali;
- b) localizzazioni commerciali;

Gli addensamenti sono definiti quali *"porzioni di territorio urbano o extraurbano, percepite come omogenee e unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, paracommerciali ed assimilabili, ubicate una in prossimità dell'altra in un ambito a scala pedonale, nelle quali il consumatore trova un insieme organizzato ed integrato di offerta commerciale e di servizi"*.

Al fine di focalizzare le caratteristiche che l'addensamento deve possedere al fine di poterlo individuare si riportano le definizioni proposte dalla Regione:

A.1. ADDENSAMENTI STORICI RILEVANTI.

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.

A.2. ADDENSAMENTI STORICI SECONDARI. Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1.. Essi sono ambiti commerciali di antica formazione posti all'interno del tessuto residenziale, caratterizzati da un'elevata densità commerciale e di servizi. Essi sono riconoscibili nel centro metropolitano e nei comuni polo della rete primaria la cui popolazione sia, orientativamente, non inferiore a 70.000-80.000 abitanti.

A.3. ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI FORTI.

Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1. e A.2.. Gli addensamenti commerciali urbani forti sono ambiti commerciali di non antica formazione, ubicati nel centro abitato del centro metropolitano, dei poli, dei subdoli, dei comuni intermedi e turistici e caratterizzati da un'apprezzabile presenza di esercizi commerciali e di servizio e da buona densità residenziale di contorno.

A.4. ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI MINORI (O DEBOLI).

Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1., A.2. e A.3.. Gli addensamenti commerciali urbani minori o deboli sono gli ambiti semicentrali di non antica formazione ubicati nel centro abitato e nel tessuto residenziale del centro metropolitano, dei comuni polo e subpolo della rete primaria,

dei comuni intermedi, turistici e minori, lambiti o percorsi da assi viari di livello urbano locale, caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare. Sono riconosciuti negli ambiti dei centri abitati e del tessuto residenziale interclusi tra i vari tipi di addensamento.

A.5. ADDENSAMENTI COMMERCIALI EXTRAURBANI (ARTERIALI).

Si riconoscono in ambiti extraurbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1., A.2., A.3., A.4.. Gli addensamenti commerciali extraurbani arteriali sono gli ambiti esterni al centro abitato e al tessuto residenziale, ubicati lungo assi di traffico di scorrimento e non su strade di distribuzione interna. Essi sono le sedi attuali di esercizi commerciali la cui superficie di vendita può essere funzionalmente collegata a spazi dedicati all'esposizione delle merci, ad attività produttive o di trasformazione, ubicati l'uno in prossimità dell'altro, spesso caratterizzati da un'offerta principalmente extralimentare

Le localizzazioni commerciali urbane ed extraurbane: sono singole zone di insediamento commerciale, urbane o extraurbane, esistenti o potenziali, non costituenti addensamento commerciale.

Le definizioni riportate dalla deliberazione Regionale sono le seguenti:

L.1. LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE.

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.

L.2. LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANO-PERIFERICHE NON ADDENSATE.

Si riconoscono in aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4. ed L.1. e che non sono intercluse tra esse. Le localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate sono ubicate in prossimità del tessuto residenziale urbano esistente o previsto dei comuni ed anche all'esterno. Esse sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di primo livello e sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei consumatori nel quadro del processo di riqualificazione urbana.

4.2 - Individuazione degli addensamenti commerciali

Sulla base dei criteri di programmazione urbanistica fissati dalla Regione Piemonte a Balangero si riconosce l'addensamento **storico-rilevante A1** che fa capo all'ambito urbano di antica formazione caratterizzato dal Centro Storico.

L'addensamento è caratterizzato da una rilevante densità commerciale e di servizi ed è riconoscibile nell'ambito della perimetrazione del Centro Storico così come individuato dal vigente P.R.G.C. e indicato sulla tavola grafica allegata.

Rispetto alla perimetrazione urbanistica l'addensamento viene esteso ricomprendendo le strade di contorno al Centro Storico: via San Rocco, via Villa, piazza IV Novembre e un breve tratto dell'asse della S.P. n.23 di via Stura (fino al civico 37) e di via S.Massimo (civico n.1).

La motivazione di tale estensione è da ricercarsi nella marcata vocazione commerciale dell'ambito sopraccitato caratterizzata dalla presenza di un sensibile numero di attività: ben 9 che corrisponde al 75% di tutte le attività presenti sul territorio mentre all'interno del Centro Storico non si rileva alcun esercizio commerciale.

L'addensamento raccoglie una superficie di vendita pari a mq. 310, come risulta dai dati riportati sulle tabelle e grafici allegati e costituisce quindi il principale polo commerciale di Villanova.

La distribuzione degli esercizi è riportata nella seguente tabella:

N.	CATEGORIA PREVALENTE	INDIRIZZO	tipologia	SUPERFICIE DI VENDITA IN MQ
2	panetteria, pasticceria	p.zza IV novembre n. 14	A	40
3	alimentari	via Stura n. 4	M	50
4	enoteca	via Stura n. 5	A	30
5	fiori	via Stura n. 9	N	63
6	pasticceria, panetteria, bar	via Stura n. 37	A	45
7	alimentari	via San Massimo n. 1	A	30
8	articoli regalo	via San Rocco n. 9	N	34
9	prodotti da banco	p.zza IV novembre	N	18
			totale	310

(A = alimentare - N = Non alimentare - M = Misto)

4.3 - Individuazione delle localizzazioni commerciali

Ai sensi dell'art.22, comma 2, della D.C.R. n.563/13414 del 29/10/1999, le localizzazioni commerciali "L1", sono riconoscibili, in sede di esame delle istanze, attraverso i seguenti parametri:

- 1) essere ubicate in prossimità (par.J.1) di un nucleo residenziale sufficientemente numeroso (par. X.1)
- 2) la numerosità del nucleo residenziale (par. X.1) deve essere verificata entro l'area compresa in un raggio di una determinata ampiezza (par.Y.1)
- 3) La dimensione massima della localizzazione (par.M.1)

Il prospetto seguente indica i parametri di riferimento precisando:

1. che il parametro X.1 s'intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20%.
2. che i parametri Y.1 e J.1 si possono modificare del 40% dandone giustificazione con relazione motivata.
3. che il parametro M.1 non è modificabile.

Si ritiene di non modificare i parametri Y1 e J1 succitati

Le localizzazioni commerciali addensate "L1" sono pertanto individuabili attraverso i parametri riportati nella tabella seguente.

<i>LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANA NON ADDENSATA</i>	CODICE PARAMETRO	LIMITE PARAMETRO D.C.R.
AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI	Y.1	mt. 500
NUMEROSITA' MINIMA DI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.1	X.1	500 residenti
DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRAZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIALE DI CUI AL PARAMETRO Y.1	J.1	mt. 500
DIMENSIONE MASSIMA DELLA LOCALIZZAZIONE	M.1	mq. 10.000

Nel rispetto dell'articolo 14 - comma 1 - dei criteri di programmazione urbanistica fissati dalla Regione Piemonte si riconoscono a Villanova le localizzazioni commerciali di seguito indicate, che rappresentano zone di insediamento urbane o extraurbane potenziali non costituenti addensamenti.

Si premette che le aree con specifica destinazione commerciale secondo il PRGC vigente sono le seguenti: Tc1, Tc2, Tc3, Tc4, tutte attestate lungo la via Torino.

Al momento in tali aree risulta insediata una sola media struttura commerciale, nella zona Tc4, mentre sulle altre non sono ancora pervenute istanze di insediamento.

Tale zona Tc4 viene pertanto individuata quale localizzazione urbana non addensata in quanto rispetta tutti i parametri dettati dalle disposizioni regionali.

In particolare, il parametro M1 è rispettato in quanto le superfici afferenti la quota commerciale sono le seguenti:

	CODICE PARAMETRO	LIMITE PARAMETRO D.C.R.	PARAMETRI EFFETTIVI LOCALIZZ. L1-1
AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI	Y.1	mt. 500	mt. 500
NUMEROSITA' MINIMA DI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.1	X.1	500 residenti	800 residenti
DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRAZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIALE DI CUI AL PARAMETRO Y.1	J.1	mt. 500	mt. 0
DIMENSIONE MASSIMA DELLA LOCALIZZAZIONE	M.1	mq. 10.000	mq. 3000

La localizzazione è individuata sulla cartografia allegata con il seguente codice:

“L1/1” via Torino – zona urbanistica “Tc4”

Le localizzazioni urbane non addensate ancorchè non individuate cartograficamente, debbono rispettare i limiti dettati dalla tabella delle compatibilità tipologico territoriali dello sviluppo urbano di seguito riportata.

4.4 - Compatibilità territoriali dello sviluppo urbano

Nella successiva tabella delle compatibilità territoriali dello sviluppo urbano sono indicate le tipologie delle strutture distributive degli addensamenti e delle localizzazioni urbane.

Per quanto riguarda invece le previste strutture di vendita inserite nelle localizzazioni commerciali non addensate “L1”, l’accessibilità è garantita dalla viabilità esistente.

TABELLA DELLE COMPATIBILITA' TIPOLOGICO TERRITORIALI
DELLO SVILUPPO URBANO

TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE		SUPERFICIE DI VENDITA	ADDENSAMENTO A1	LOCALIZZAZIONI L1
VICINATO		fino a 150	SI	SI
ALIMENTARE E/O MISTA	M-SAM1	151-250	SI	SI
	M-SAM2	251-900	SI	SI
	M-SAM3	901-1500	NO	SI
EXTRA ALIMENTARE	M-SE1	151-400	SI	SI
	M-SE2	401-900	SI	SI
	M-SE3	901-1500	NO	SI
C.C.	M-CC	151-1500	SI	SI
MISTA	G-SM1	1501-4500	NO	NO
	G-SM2	4501-7500	NO	NO
	G-SM3	7501-12000	NO	NO
	G-SM4	>12000	NO	NO
EXTRA ALIMENTARE	G-SE1	1501-3500	NO	NO
	G-SE2	3501-4500	NO	NO
	G-SE3	4501-6000	NO	NO
	G-SE4	>6000	NO	NO
CENTRI COMMERCIALI	G-CC1	Fino a 6000	NO	NO
	G-CC2	6001-12000	NO	NO
	G-CC3	12001-18000	NO	NO
	G-CC4	>18000	NO	NO