

REGIONE PIEMONTE

PROVINCIA DI CUNEO

COMUNE DI PAESANA

***CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA
(ai sensi dell'art. 8, c. 3, del D. Lgs. 114/98 ed in
conformità con la D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012)***

***RELAZIONE PROGRAMMATICA GENERALE
(allegata ai criteri per il rilascio delle autorizzazioni
per le medie strutture di vendita)***



APPROVATI CON D.C. NR.

DEL

TAUTEMI ASSOCIATI s.r.l. società di ingegneria
via Moiola n. 7 - 12100 Cuneo

I N D I C E

1.	PREMESSA	pag.	3
2.	INQUADRAMENTO TERRITORIALE E DEMOGRAFICO.....	pag.	4
3.	DEFINIZIONE DI OFFERTA COMMERCIALE E CLAS- SIFICAZIONE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	pag.	10
4.	LA STRUTTURA COMMERCIALE: SITUAZIONE IN ATTO E LINEE DI TENDENZA.....	pag.	12
4.1	SITUAZIONE IN ATTO	pag.	12
5.	OBIETTIVI DELLA PROGRAMMAZIONE URBANISTI- CO-COMMERCIALE	pag.	14
6.	RICONOSCIMENTO DELLE ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	pag.	15
6.1	ADDENSAMENTI	pag.	17
6.2	LOCALIZZAZIONI.....	pag.	19
7.	COMPATIBILITA' TERRITORIALE DELLE TIPOLOGIE DI STRUTTURE DISTRIBUTIVE.....	pag.	20
8.	VENDITE CONGIUNTE	pag.	22

1. PREMESSA

Il Comune di Paesana non ha mai adeguato i Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita ai sensi della Legge. I Criteri vengono dunque regolati facendo fede alla normativa vigente (ai sensi dell'art. 8, c. 3, del D. Lgs. 114/98 ed in conformità con la D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012).

La nuova D.C.R., volta a adeguare la programmazione regionale in materia urbanistico-commerciale alle sopravvenute disposizioni statali e comunitarie finalizzate ad una maggiore liberalizzazione del mercato, modifica alcuni aspetti del quadro normativo previgente da cui discendevano gli atti comunali di programmazione commerciale.

In particolare:

- elimina la tipologia dei Comuni Minori dalla classificazione a fini programmatori;
- elimina la possibilità per i Comuni di vietare l'auto riconoscimento di localizzazioni L1 in sede di procedimento autorizzativo;
- elimina la possibilità per i Comuni di modificare in senso restrittivo la tabella di compatibilità delle strutture distributive, fatta salva l'esistenza di motivi imperativi di interesse generale (art. 31, c. 3, lett. a). del D. Lgs. n. 201/2011 afferenti a questioni di ordine pubblico, salubrità, igiene, rispetto ambientale e del decoro dei beni architettonici ed artistici.

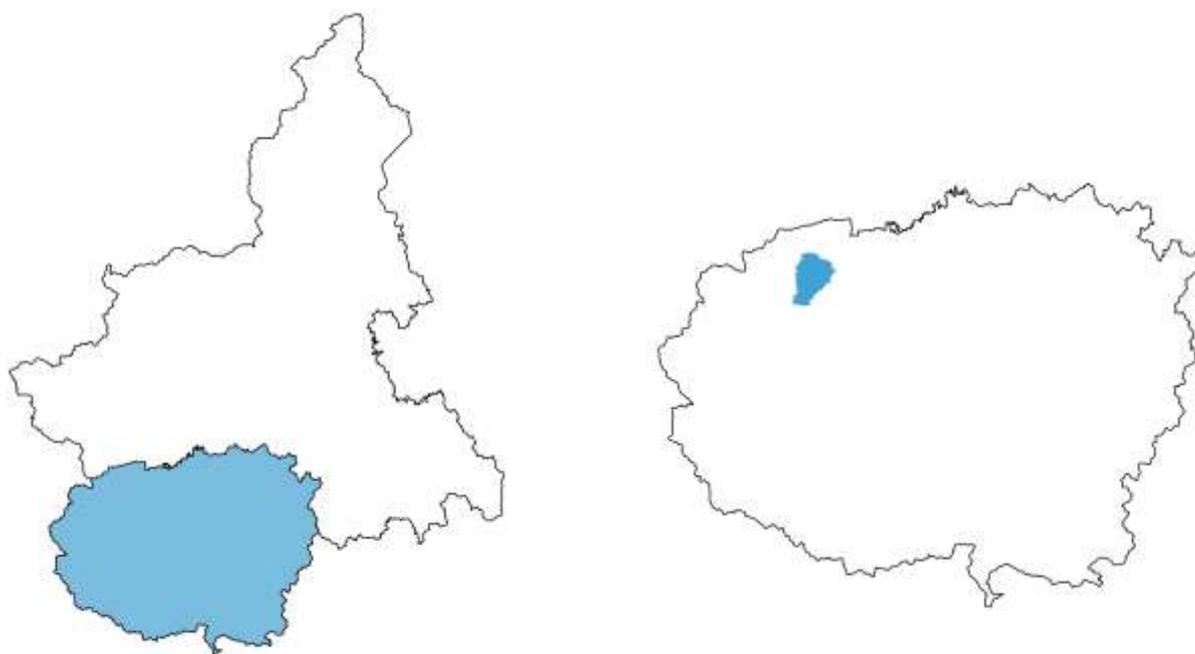
Gli atti che concretizzano il recepimento negli ordinamenti comunali del nuovo profilo della programmazione commerciale sono, in conformità con quanto indicato nell'art. 29 degli "Indirizzi regionali":

- i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita. Ai sensi del comma 4 dell'art. 12 degli "Indirizzi regionali", i criteri devono essere corredati da una relazione programmatica. È attraverso i criteri che i Comuni individuano le zone di insediamento commerciale;
- la variante di P.R.G.C. che recepisce nello strumento urbanistico la programmazione commerciale;
- le norme sul procedimento per il rilascio delle autorizzazioni commerciali.

Questo elaborato costituisce la relazione programmatica generale e rappresenta, quindi, sia il presupposto dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni sia la base logica dell'intero quadro della programmazione urbanistico-commerciale del Comune.

2. INQUADRAMENTO TERRITORIALE E DEMOGRAFICO

Il territorio comunale di Paesana si estende dai 544 ai 2,385 m s.l.m. con una superficie complessiva di 58,27 km². Con una densità di abitanti di 45,67 ab./km² abitano, al 31-8-2020, 2.661 persone. Il nome della città deriva dalla forma più antica del toponimo che pare sia Peisana/Pei(d)sana, divenuta poi Paysana, per l'influenza e il contatto di pays, ossia paese, mentre pei o pei(d) farebbe richiamo all'acqua corrente.



La dinamica demografica del Comune di Paesana rispecchia l'andamento storico della popolazione caratterizzante i paesi di media valle posti non lontano dai principali poli cittadini di pianura che hanno avuto una progressiva evoluzione industriale. A differenza dei comuni prettamente montani ove si è giunti ad un progressivo spopolamento i comuni come Paesana hanno avuto un evidente calo nel primo dopoguerra. Si può infatti vedere dalla tendenza storica dei dati ISTAT che in concomitanza del censimento 1921 Paesana aveva raggiunto il suo picco di popolazione pari a 8.405 abitanti per poi scendere in modo importante nei due rilevamenti successivi del 1931 (-26,9%) e 1936 (-18,1%) con un saldo a tale data di 5.026 abitanti. Successivamente è continuata la decrescita, che, come detto, ha caratterizzato i comuni montani, ma con un andamento molto più regolare.



Popolazione residente ai censimenti

COMUNE DI PAESANA (CN) - Dati ISTAT - Elaborazione TUTTITALIA.IT

Se si focalizza lo studio sulla dinamica demografica degli ultimi decenni riportando i dati della popolazione, in termini di valore assoluto, su di un grafico si può notare come l'effetto dell'industrializzazione abbia terminato la sua azione così da definire un effetto attrattivo dei grandi poli per elementi di servizi offerti che producono una variazione più contenuta.

La tabella in basso riporta la popolazione residente al 31 dicembre di ogni anno. Nel 2011 sono riportate due righe in più, su sfondo grigio, con i dati rilevati il giorno del censimento decennale della popolazione e quelli registrati in anagrafe il giorno precedente.

Anno	Data rilevamento	Popolazione residente	Variazione assoluta	Variazione percentuale	Numero Famiglie	Media componenti per famiglia
2001	31 dicembre	3.071	-	-	-	-
2002	31 dicembre	3.076	+5	+0,16%	-	-
2003	31 dicembre	3.063	-13	-0,42%	1.505	2,02
2004	31 dicembre	3.027	-36	-1,18%	1.498	2,00
2005	31 dicembre	3.014	-13	-0,43%	1.480	2,02
2006	31 dicembre	2.960	-54	-1,79%	1.466	2,01
2007	31 dicembre	2.961	+1	+0,03%	1.473	2,00
2008	31 dicembre	2.933	-28	-0,95%	1.473	1,98
2009	31 dicembre	2.916	-17	-0,58%	1.478	1,96
2010	31 dicembre	2.937	+21	+0,72%	1.473	1,98
2011 ⁽¹⁾	8 ottobre	2.894	-43	-1,46%	1.455	1,98
2011 ⁽²⁾	9 ottobre	2.868	-26	-0,90%	-	-
2011 ⁽³⁾	31 dicembre	2.870	-67	-2,28%	1.457	1,96

2012	31 dicembre	2.837	-33	-1,15%	1.432	1,97
2013	31 dicembre	2.819	-18	-0,63%	1.418	1,98
2014	31 dicembre	2.811	-8	-0,28%	1.410	1,98
2015	31 dicembre	2.784	-27	-0,96%	1.400	1,98
2016	31 dicembre	2.733	-51	-1,83%	1.373	1,98
2017	31 dicembre	2.724	-9	-0,33%	1.349	1,99
2018*	31 dicembre	2.730	+6	+0,22%	(v)	(v)
2019*	31 dicembre	2.703	-27	-0,99%	(v)	(v)

Andamento demografico della popolazione residente nel comune di Paesana dal 2001 al 2019. Grafici e statistiche su dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno.



Andamento della popolazione residente

COMUNE DI PAESANA (CN) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT

(*) post-censimento

Figura a: INQUADRAMENTO TERRITORIALE



Paesana è individuato dagli “Indirizzi regionali” nella Rete Secondaria come **Comune intermedio non appartenente a nessuna delle aree di programmazione commerciale** presenti sul territorio regionale.

La rete commerciale del Comune di Paesana è così composta:

Anno di rilevazione			2018 (*)	
			Esercizi	Superficie Esercizi
Comune	Tipologia esercizio	Settore merceologico		
PAESANA	Centri Commerciali Grandi Strutture	Centri Commerciali Grandi Strutture	0	0
	Medie strutture a localizzazione singola	Misto	1	800
		Alimentare	0	0
		Non Alimentare	2	470
	Centri Commerciali Medie Strutture	Centri Commerciali Medie Strutture	0	0
	Esercizi di vicinato a localizzazione singola	Misto	7	
		Alimentare	17	
		Non Alimentare	19	
	Grandi strutture a localizzazione singola	Misto	0	0
		Alimentare	0	0
		Non Alimentare	0	0

(*) ultimo dato utile dell’Osservatorio regionale sul commercio.

3. DEFINIZIONE DI OFFERTA COMMERCIALE E CLASSIFICAZIONE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE

Le disposizioni regionali definiscono come offerta commerciale il complesso dei prodotti e dei relativi servizi venduti da un singolo esercizio commerciale. Essa si distingue in:

- a) offerta alimentare (settore merceologico alimentare)
- b) offerta extra alimentare (settore merceologico extra alimentare)
- c) offerta mista (determinata dalla presenza nello stesso esercizio commerciale sia del settore merceologico alimentare che di quello extra alimentare).

In un Comune Intermedio con un numero di abitanti inferiore a 10.000 gli esercizi di vendita in sede fissa, ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 114/98, si suddividono in:

- esercizi di vicinato, aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq.;
- medie strutture di vendita, aventi superficie di vendita compresa tra i 151 mq. ed i 1.500 mq.;
- grandi strutture di vendita, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq.;
- centri commerciali (suddivisi in medie e grandi strutture).

La Regione Piemonte ha ulteriormente disaggregato le medie e grandi strutture sulla base del tipo di offerta e della superficie di vendita; nel prospetto che segue sono riportati tutti i tipi di esercizi teoricamente possibili in un Comune intermedio avente un numero di abitanti inferiore a 10.000, con le relative sigle indicate dagli "Indirizzi regionali".

Ai sensi del comma 2 dell'art. 7 degli "Indirizzi regionali", l'offerta alimentare o extralimentare nelle medie e nelle grandi strutture di vendita non si considera mista, ai fini della classificazione delle strutture distributive, quando sia integrata con l'offerta dell'altro settore merceologico, occupando una superficie non superiore al 20% e comunque entro i limiti dimensionali dell'esercizio di vicinato:

TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE

a) Strutture non configurabili come centri commerciali

Tipo di offerta	Medie strutture		Grandi strutture	
	Sigla	Sup. vendita (mq.)	Sigla	Sup. vendita (mq.)
Alimentare o mista	M – SAM 1	151 – 250	G – SM 1	1.501 – 4.500
	M – SAM 2	251 - 900	G – SM 2	4.501 – 7.500
	M – SAM 3	901 - 1500	G – SM 3	7.501 – 12.000
			G – SM 4	oltre 12.000
Extralimentare	M – SE 1	151 – 400	G – SE 1	1.501 – 3.500
	M – SE 2	401 – 900	G – SE 2	3.501 – 4.500
	M – SE 3	901 – 1.500	G – SE 3	4.501 – 6.000
			G – SE 4	oltre 6.000

b) Centri commerciali

Medie strutture		Grandi strutture	
Sigla	Sup. vendita (mq.)	Sigla	Sup. vendita (mq.)
M - CC	151 – 1.500	G – CC 1	fino a 6.000
		G – CC 2	6.001 – 12.000
		G – CC 3	12.001 – 18.000
		G – CC 4	oltre 18.000

4. LA STRUTTURA COMMERCIALE: SITUAZIONE IN ATTO E LINEE DI TENDENZA

4.1 Situazione in atto

Il Comune di Paesana dispone di **43 esercizi di vendita al dettaglio**, (rilevazione effettuata tramite i dati forniti dall'Osservatorio regionale del commercio, aggiornati al 2018).

Come risulta dal prospetto seguente, l'esercizio di vicinato è la struttura nettamente prevalente sotto il profilo numerico:

ESERCIZI	VICINATO [< 151 m ²]	MEDIE STRUTTURE [151-1.500 m ²]	
	n°	n°	superficie totale di vendita [m ²]
Offerta alimentare / mista	24	1	800
offerta extralimentare	19	2	470
TOTALE	43	3	1.270

Il 93% dei negozi è nella dimensione dell'esercizio di vicinato, mentre il 7% appartiene alla tipologia delle medie strutture; in Paesana non sono presenti esercizi classificabili come grandi strutture.

Per quanto riguarda l'offerta commerciale degli esercizi di vicinato, predomina - come avviene normalmente - quella extralimentare, che è sviluppata da 19 esercizi (il 44% del totale) mentre quella alimentare / mista è sviluppata da 24 esercizi (il 56% del totale).

In relazione alle tipologie di medie strutture definite dagli "Indirizzi regionali", la situazione riscontrata in Paesana è la seguente:

> strutture con offerta extralimentare:

- M-SE 1: 1 esercizio
- M-SE 1: 1 esercizio

Le due medie strutture hanno, in totale, una superficie di vendita di 470 m²

> strutture con offerta alimentare - mista:

- M-SAM 1: 1 esercizio con superficie di vendita totale di 800 m²

Per quanto riguarda l'offerta commerciale delle medie strutture di vendita, predomina quella alimentare-mista, che è sviluppata da un solo esercizio (il 33,3% del totale) che assorbe il 63 % della superficie di vendita complessiva delle medie strutture; quella extralimentare è sviluppata da due esercizi (il 66,6% del totale), i quali assorbono il 37 % della superficie di vendita complessiva di questa tipologia commerciale.

In relazione alle tipologie di grandi strutture e di Centri Commerciali definiti dagli "Indirizzi regionali", a Paesana non sono presenti strutture classificabili come tali.

Il servizio commerciale in sede fissa è integrato da un mercato con frequenza settimanale (venerdì) operante su un'area pubblica localizzata nell'area di Piazza Statuto - Piazza Vittorio Veneto - Piazza Reinaud. Il mercato conta in totale 58 posteggi, di cui 12 liberi e 46 occupati. In particolare, dei posteggi occupati, 8 sono banchi alimentari, 29 non alimentari e 9 da produttori agricoli.

Sono inoltre presenti i seguenti esercizi di somministrazione, divisi per tipologia:

			Numero Esercizi
Comune	Anno di rilevazione	Tipologia pubblici esercizi	15
PAESANA	2018	Pubblici Esercizi	
		Pubblici Esercizi con attività di svago	1
		Circoli	2
		Agriturismi	3

5. OBIETTIVI DELLA PROGRAMMAZIONE URBANISTICO COMMERCIALE

Gli obiettivi generali che stanno alla base della programmazione urbanistico-commerciale definita dalla Regione Piemonte con la L.R. 28/99 e s.m. ed i. e con gli “Indirizzi regionali” sono (con riferimento testuale all’art. 2 della D.C.R. che approva gli indirizzi):

- 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’inserimento 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 ed alle procedure 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 ed immobiliare contrarie ai principi della libera concorrenza.*

La situazione locale e gli indirizzi complessivi di programmazione che il Comune di Paesana esprime nei propri strumenti di pianificazione territoriale, portano alla traduzione degli obiettivi generali previsti dalle norme regionali nei seguenti obiettivi specifici:

- riconoscimento della funzione di servizio all’utenza e di qualificazione dell’impianto urbano svolta dall’esercizio di vicinato;
- miglioramento dell’offerta commerciale locale attraverso un maggior assortimento della rete commerciale e delle merceologie di vendita;
- introduzione nella programmazione urbanistico-commerciale della possibilità di recepimento di dinamiche di sviluppo della struttura distributiva connesse a riqualificazione/completamento funzionale di ambiti urbani

6. RICONOSCIMENTO DELLE ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE

Le medie e le grandi strutture di vendita possono insediarsi solo nelle cosiddette “zone di insediamento commerciale” mentre l’esercizio di vicinato può insediarsi anche all’esterno di tali zone, purché questa attività sia coerente con il P.R.G.C.

Gli “Indirizzi regionali” distinguono le zone di insediamento commerciale in 7 tipologie (5 sono denominate “addensamenti” e 2 sono denominate “localizzazioni”) ed indicano definizioni, parametri e procedure da tenere in conto per il loro riconoscimento.

Gli addensamenti commerciali – richiamando testualmente la definizione contenuta nelle norme regionali - sono “porzioni di territorio urbano o extraurbano, percepite come omogenee ed unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, paracommerciali ed assimilabili, ubicate l’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”.

Gli addensamenti, in base alla loro posizione rispetto al contesto urbano e socio-economico in cui sono inseriti, sono classificati dagli “Indirizzi regionali” in:

- A.1 Addensamenti storici rilevanti;
- A.2 Addensamenti storici secondari;
- A.3 Addensamenti commerciali urbani forti;
- A.4 Addensamenti commerciali urbani minori;
- A.5 Addensamenti commerciali extraurbani.

L’addensamento A.2 viene citato per completezza; esso è, infatti, individuabile solamente nel centro metropolitano ed in alcuni Comuni polo della rete primaria regionale e deve comprendere almeno 35.000 - 45.000 abitanti. Queste caratteristiche precludono, ovviamente, a priori la possibilità di riconoscere addensamenti A2 in Paesana.

Le localizzazioni commerciali sono singole zone di insediamento commerciale, urbane ed urbano-periferiche, esistenti o potenziali, non costituenti addensamento commerciale così come definito precedentemente.

Le localizzazioni, in relazione alla loro ubicazione ed alla dimensione, sono classificate dagli “Indirizzi regionali” in:

- L.1 Localizzazioni commerciali urbane;
- L.2 Localizzazioni commerciali urbano – periferiche.

Tutti i tipi di addensamento e le localizzazioni L2, qualora per gli uni e le altre sussistano i requisiti per il loro riconoscimento, devono essere individuate dal Comune con una perimetrazione attraverso i Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita; la perimetrazione viene poi recepita dal P.R.G.C..

Solo per le localizzazioni L1 il riconoscimento, oltre ad essere effettuato dall’amministrazione comunale, in sede di programmazione urbanistico – commerciale, può avvenire in momenti successivi contestualmente al procedimento per il rilascio di autorizzazioni per medie e grandi strutture di vendita. In questo caso il riconoscimento deve rispettare

tutti i parametri fissati dagli “Indirizzi regionali” senza alcuna possibilità di deroga, ammessa invece qualora il riconoscimento della localizzazione L1 venga effettuato dal Comune ai sensi dell’art.14 degli “Indirizzi regionali”.

Un’ultima precisazione riguarda l’addensamento A1: questa zona deve essere necessariamente individuata dal Comune anche quando non siano attivi esercizi commerciali al dettaglio equiparando, in tal caso, l’addensamento A1 con l’area urbana centrale di antica formazione.

Ogni Comune può riconoscere un solo addensamento A1 salvo quando il Comune derivi dall’aggregazione di più centri urbani; in conseguenza di un’aggregazione, si possono avere tanti addensamenti A1 quanti sono i centri che hanno subito il processo di aggregazione. Paesana cade proprio in questa casistica, essendo il nucleo di Villanovetta, comune autonomo fino al 1929, ora frazione del Comune di Paesana.

L’attuale aggiornamento della programmazione urbanistico – commerciale recepisce le zone di insediamento commerciale individuate dai precedenti atti di programmazione, modificando il perimetro dell’ambito L1.1, che viene sostanzialmente ampliato alle aree oggetto di un intervento di trasformazione urbana di interesse pubblico per i benefici previsti a livello di riqualificazione di una parte del capoluogo.

In base alle caratteristiche del Comune, ed alle scelte di programmazione dell’Amministrazione comunale, sono riconosciute le seguenti aree di insediamento commerciale:

- **1 addensamento storico rilevante (A1);**
- **1 addensamento commerciale urbano minore (A4);**

La perimetrazione degli addensamenti A1 e A4 è riportata nella cartografia (Tavola A) allegata ai Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita.

Con riferimento alle definizioni ed ai parametri di riconoscimento contenuti negli “Indirizzi regionali”, si evidenziano le seguenti considerazioni.

6.1 ADDENSAMENTI

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 ed a 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”.*

L’Addensamento A1 individuato coincide con il Centro Storico del capoluogo, in particolare del borgo di Santa Margherita, e comprende interamente l’ambito R1 (aree di interesse storico – artistico - ambientale)

Modalità di individuazione dell’addensamento A1:

- l’addensamento A1 è individuato mediante una linea continua di colore rosso riportata nella Tav. A allegata ai “Criteri”.

A.4 - Addensamenti commerciali urbani minori (o deboli)

Riguardo agli Addensamenti commerciali urbani minori, gli “Indirizzi regionali” forniscono la definizione ed i parametri orientativi per il suo riconoscimento di seguito riportati:

“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 e dei Comuni intermedi, turistici e minori lambiti o percorsi da assi viari di livello urbano locale, caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare. Sono riconosciuti negli ambiti dei centri abitati e del tessuto residenziale interclusi tra i vari tipi di addensamento. Per ciascun tipo di Comune, gli addensamenti commerciali urbani minori sono riconoscibili attraverso i seguenti parametri orientativi: (i parametri riportati sono quelli pertinenti ai Comuni aventi la stessa classificazione commerciale di Cuneo)

ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI MINORI (O DEBOLI)	PARAMETRO	VALORE
LUNGHEZZA MIN. DEL FRONTE STRADA E/O PIAZZA	P. 4	mt. 100
NUMERO MINIMO DI ESERCIZI PRESENTI SUL FRONTE STRADA E/O PIAZZA	Q. 4	N. 10 (*)
ESTENSIONE MASSIMA POSSIBILE DELL’ADDENSAMENTO OLTRE L’ULTIMO ESERCIZIO	E. 4	mt. 100

MQ. MINIMO DI VENDITA CUMULATA DAI PUNTI DI VENDITA PRESENTI	F.4	m ² . 250 (*)
--------------------------------------------------------------	-----	--------------------------

() Dimezzabile nel caso di insediamenti su di un unico fronte*

L'ordine di grandezza dei parametri P.4, Q.4, F.4 per il centro metropolitano, Comuni polo e subpolo della rete primaria, Comuni intermedi si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20% rispetto a quelli indicati. È facoltà dei suddetti Comuni derogare con relazione motivata ai propri parametri Q.4 ed F.4”.

Data la variabilità delle caratteristiche dei centri urbani dei Comuni turistici e minori non turistici, i Comuni effettuano la delimitazione dell'addensamento in base alla conoscenza del territorio comunale derogando con relazione motivata dai parametri indicati senza alcuna limitazione.

L'addensamento A4 individuato interessa le aree del capoluogo, in particolare del borgo di Santa Maria, in cui si concentra la maggior parte delle attività commerciali esistenti e comprende parte dell'ambito R2 (aree di vecchio impianto di interesse ambientale).

Modalità di individuazione dell'addensamento A4:

- l'addensamento A4 è individuato mediante una linea continua di colore verde riportata nella Tav. A allegata ai “Criteri”.

6.2 LOCALIZZAZIONI

Attualmente non sono riconosciute Localizzazioni Commerciali non addensate L1.

È altresì prevista la possibilità per gli operatori commerciali di procedere al riconoscimento in sede di richiesta di autorizzazione commerciale, per una media o grande struttura di vendita, di una localizzazione commerciale di tipo L1.

Riguardo alle Localizzazioni Commerciali non addensate L1, gli “Indirizzi regionali” forniscono la definizione ed i parametri orientativi per il suo riconoscimento di seguito riportati:

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. Sono individuabili attraverso i seguenti parametri orientativi:

LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANA NON ADDENSATA	PARAMETRO	VALORE
<i>AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI</i>	<i>Y.1</i>	<i>mt 500</i>
<i>NUMEROSITA' MINIMA DI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.1</i>	<i>X.1</i>	<i>1.000 residenti</i>
<i>DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRAZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIALE DI CUI AL PARAMETRO Y.1</i>	<i>J.1</i>	<i>mt. 500</i>
<i>DIMENSIONE MASSIMA DELLA LOCALIZZAZIONE</i>	<i>M.1</i>	<i><mq.30.000</i>

L’ordine di grandezza del parametro X.1 si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20% rispetto a quelli indicati. I Comuni non hanno facoltà di modificare il valore di riduzione rispetto a quello indicato. I Comuni non hanno facoltà di limitare l’utilizzo del numero dei residenti ad un solo riconoscimento di localizzazione L.1, cioè il parametro X.1 si intende soddisfatto anche nel caso in cui altre localizzazioni si riferiscano allo stesso nucleo residenziale. I Comuni, con l’adozione dei criteri di cui all’articolo 8, comma 3 del d.lgs. 114/1998, dandone giustificazione con relazione motivata, possono derogare di non più del 40% i valori dei parametri Y.1 e J.1. Il parametro M.1 non è modificabile.

La deroga cui fa riferimento la definizione di localizzazione L1, tratta testualmente dagli “Indirizzi regionali”, NON è applicabile al riconoscimento contestuale al procedimento autorizzativo.

7. COMPATIBILITA' TERRITORIALE DELLE TIPOLOGIE DI STRUTTURE DISTRIBUTIVE

La tabella di seguito riportata definisce la compatibilità territoriale delle varie strutture distributive in relazione agli addensamenti commerciali A1, A4 ed alle localizzazioni L1.

La compatibilità territoriale definita nella tabella allegata è vincolo inderogabile per le aperture, le variazioni di superficie di vendita che non si configurano come soggette ad atti dovuti, il trasferimento degli esercizi commerciali, l'aggiunta o la modifica di settore merceologico e per il rilascio di titoli abilitativi edilizi relativi agli insediamenti commerciali.

Gli "Indirizzi regionali" individuano, in relazione alla classificazione del Comune, la compatibilità territoriale per ogni tipologia di struttura distributiva e per ognuna delle zone di insediamento commerciale. Tali individuazioni sono vincolanti per le grandi strutture di vendita mentre per le medie strutture di vendita hanno carattere orientativo e spetta al Comune assumere le scelte definitive.

Il Comune di Paesana ha seguito, in merito alle medie strutture, le indicazioni contenute negli "Indirizzi regionali" ritenendole congruenti agli obiettivi di programmazione commerciali assunti.

Gli esercizi aventi superficie di vendita maggiore di quella dell'esercizio di vicinato sono ammissibili solo nelle zone di insediamento commerciale; al loro esterno è ammesso l'esercizio di vicinato nelle aree in cui lo strumento urbanistico prevede la destinazione d'uso di commercio al dettaglio.

**COMPATIBILITA' TERRITORIALE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE:
COMUNI INTERMEDI CON MENO DI 10.000 ABITANTI**

TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE VENDITA [mq]	ADDENS. A.1	ADDENS. A.4	LOCALIZZ. L.1
VICINATO	fino a 150	SI	SI	SI
M – SAM 1	151 – 250	SI	SI	SI
M – SAM 2	251 – 900	SI	SI	SI
M – SAM 3	901 – 1.500	NO	NO	SI
M – SE 1	151 – 400	SI	SI	SI
M – SE 2	401 – 900	SI	SI	SI
M – SE 3	901 – 1.500	NO	NO	SI
M – CC	151 – 1.500	SI	NO	SI
G – SM 1	1.501 – 4.500	NO	NO	SI ⁽¹⁾
G – SM 2	4.501 – 7.500	NO	NO	NO
G – SM 3	7.501 – 12.000	NO	NO	NO
G – SM 4	> 12.000	NO	NO	NO
G – SE 1	1.501 – 3.500	NO	NO	NO
G – SE 2	3.501 – 4.500	NO	NO	NO
G – SE 3	4.501 – 6.000	NO	NO	NO
G – SE 4	> 6.000	NO	NO	NO
G – CC 1	fino a 6.000	NO	NO	SI ⁽²⁾
G - CC 2	6.001 – 12.000	NO	NO	NO
G - CC 3	12.001-18.000	NO	NO	NO
G - CC 4	> 18.000	NO	NO	NO

(1) Solo fino a mq. 1.800

(2) Solo fino a mq. 3.000

8. VENDITE CONGIUNTE

Con l'entrata in vigore del D.lgs. n. 147/2012 è stato soppresso il divieto di esercizio promiscuo nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.

All'interno dello stesso locale possono coesistere anche più attività di vendita al dettaglio, anche intestate a diverse ditte, purché la superficie totale di vendita non sia superiore a 250 mq e la coesistenza delle attività avvenga nel rispetto delle norme vigenti.

In entrambi i casi, di compresenza di differenti tipologie di vendita, il locale utilizzato dovrà essere dotato dei servizi previsti dalle norme vigenti per il commercio al dettaglio, o comunque per la casistica più restrittiva a norma di legge, relativamente alle diverse tipologie di esercizio ed attività coesistenti.

Il ricorso a forme di vendita innovative es. negozio temporaneo, negozio multicanale, può rappresentare, se contestualizzato nell'ambito della prevalenza delle attività ordinarie, un elemento integrativo dell'offerta di tipo più tradizionale, utile a completare dal punto di vista merceologico l'offerta in essere.