

CRITERI URBANISTICO COMMERCIALI



AI SENSI DELL'ART. 8, COMMA 3 DEL D.LGS 114/98, DELL'ART. 4, COMMA 1 DELLA L.R. 28/99
E DELL'ART. 29, COMMA 3, PUNTO a) DELLA D.C.R. 24/03/2006 N. 59-10831

Adozione Progetto Definitivo D.C.C. n. del

Il Sindaco

Il Segretario Comunale

Il Responsabile del procedimento

RELAZIONE MOTIVATA

Architetto Pierluigi Gamalero

Architetto Enrico Rudella

ORDINE DEGLI ARCHITETTI
PIANIFICATORI,
PAESAGGISTI
E CONSERVATORI
DELLE PROVINCE DI
NOVARA E V.C.O.
dott. arch.
PIERLUIGI GAMALERO
N. 166

ORDINE DEGLI ARCHITETTI
PIANIFICATORI,
PAESAGGISTI
E CONSERVATORI
DELLA PROVINCIA DI
CUNEO
dott. arch.
ENRICO RUDELLA
N. 62

Agosto 2007

Questo elaborato è di proprietà dello Studio ed è protetto a termini di Legge

CRITERI URBANISTICO COMMERCIALI
AI SENSI DELL'ART. 29, COMMA 3, PUNTO a) DELLA DCR 24/03/06 N. 59-10831

RELAZIONE MOTIVATA

TITOLO I – CRITERI E INDIRIZZI GENERALI

- 0) Premessa pag. 2
1) Criteri e indirizzi generali pag. 3

TITOLO II – CARATTERISTICHE URBANISTICHE DEL COMUNE

- 2) Popolazione pag. 5
3) Inquadramento territoriale pag. 6
4) Situazione urbanistica attuale pag. 8

TITOLO III – CARATTERISTICHE COMMERCIALI DEL COMUNE

- 5) Classificazione del Comune pag. 9
6) Classificazione delle zone di insediamento commerciale pag. 10
7) Compatibilità territoriale dello sviluppo pag. 11
8) Rete distributiva commerciale esistente pag. 12

TITOLO IV – ADDENSAMENTI COMMERCIALI

- 9) Addensamento Storico Rilevante (A1) pag. 18
10) Addensamento Commerciale Urbano Minore (A4) pag. 20
11) Addensamento Commerciale Extraurbano – Arteriale (A5) pag. 20

TITOLO VI – LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI

- 12) Localizzazioni commerciali urbane non addensate (L1) pag. 21
13) Localizzazioni commerciali urbane – periferiche non addensate (L2) pag. 24

TITOLO I – CRITERI E INDIRIZZI GENERALI

0) Premessa

Il Decreto legislativo n°114/1998 del 31.03.98 “*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell’art. 4 , comma 4, della Legge 15/03/1997, n. 59*” ha dettato gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per l’insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, demandandone l’attuazione alle rispettive Regioni.

La Regione Piemonte in attuazione del sopra richiamato decreto ha promulgato la legge Regionale n. 28 del 12.11.1999 denominata “*Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del Decreto Legislativo 31.03.1998 n°114*”, con i relativi indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per l’insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, perseguendo i seguenti obiettivi (art. 1 “*Finalità*”):

- a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la tutela del consumatore, con particolare riguardo all’informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all’assortimento, alla sicurezza e alla qualità dei prodotti;
- c) l’efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonchè l’evoluzione tecnologica dell’offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;
- d) il pluralismo e l’equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita;
- e) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, collinari e montane;
- f) il recupero e la valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese con la previsione di forme di incentivazione, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali.

L’art. 4 “*Strumenti comunali*” della precitata legge regionale dispone che i Comuni adeguino gli strumenti urbanistici generali, individuando:

- 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.

In data 24.03.2006 con delibera del Consiglio Regionale n. 59-10831 è stata approvata l’ultima variante alla disciplina sul commercio in sede fissa avente il titolo “*Modifiche ed integrazioni all’allegato A alla deliberazione del C.R. n° 563-13414 del 29.10.1999*”, successiva alla D.C.R. 29/10/1999 n. 563-13414 e D.C.R. 23/12/2003 n. 347-42514.

I comuni approvano, in conformità all’art. 29 comma 3 lettera a) avente titolo “*Approvazione degli strumenti urbanistici e degli atti presupposti e complementari*” della medesima delibera: “I criteri comunali di cui all’art. 8 comma 3 del D.Lgs 114/98 ed all’art. 4 comma 1 della L.R. sul commercio, sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio rappresentative a livello provinciale.”

1) Criteri e indirizzi generali

L'art. 8 del D.Lgs. n° 114/98 avente titolo “*Medie strutture di vendita*” al comma 3 recita “*il Comune sulla base delle disposizioni regionali e degli obiettivi indicati all'art. 6, sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio, adotta i criteri per il rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1*”.

Il comma 1 del medesimo art. 8 prevede “*l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie fino ai limiti di cui all'art. 4, comma 1 lettera e), di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per il territorio, anche in relazione agli obiettivi di cui all'art. 6 comma 1*”.

L'art. 4 del D.Lgs. n° 114/98 “*Definizioni e ambito di applicazione del decreto*” al comma 1 lettera e) cita “*Ai fini del presente decreto si intendono per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti*”.

Il punto d) del medesimo art. 4 recita “*per esercizi di vicinato quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti*”.

L'art. 6 del D.Lgs. 114/98 al comma 1 definisce gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali che persegue i seguenti obiettivi:

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che, in collegamento con le altre funzioni di servizio, assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore;
- b) assicurare nell'indicare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita, il rispetto del principio della libera concorrenza, favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive;
- c) rendere compatibile l'impatto territoriale-ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzare la funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda i quartieri urbani degradati al fine di ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
- d) salvaguardare e riqualificare i centri storici anche attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti e il rispetto di vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
- e) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva nelle zone di montagna, rurali ed insulari anche attraverso la creazione di servizi commerciali polifunzionali e al fine di favorire il mantenimento e la ricostituzione del tessuto commerciale;
- f) favorire gli insediamenti commerciali destinati al recupero delle piccole e medie imprese già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali reali e con facoltà di prevedere a tale fine forme di incentivazione;
- g) assicurare, avvalendosi dei Comuni e delle Camere di Commercio, industria, artigianato ed agricoltura un sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità ed all'efficienza della rete distributiva, attraverso la costituzione di appositi osservatori, ai quali partecipano anche i rappresentanti degli enti locali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti coordinati da un osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

L'art. 4 della L.R. sul commercio 28/99 al comma 1 cita: “*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 di cui all'art. 8 comma 3 del D.Lgs 114/98, entro centottanta giorni dalla pubblicazione, sul Bollettino Ufficiale della Regione, degli indirizzi e dei criteri di cui all'art. 3 e nel rispetto dei principi e delle norme contenute nei suddetti indirizzi e criteri.”

L'art. 12 “Classificazione delle zone di insediamento commerciale” della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831 al comma 4 cita: *“Il riconoscimento degli addensamenti commerciali e delle localizzazioni commerciali, salvo quanto previsto dall'articolo 14, comma 2 e dall'articolo 30, avviene mediante l'approvazione dei criteri di cui all'articolo 8, comma 3 del d.lgs. 114/1998 e deve essere effettuato dai comuni nel rispetto dei criteri, dei parametri e delle norme di cui agli articoli 13 e 14 e di tutti gli articoli di cui alla ‘Parte seconda. Criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale della presente normativa. I criteri suindicati sono corredate da relazione motivata nella quale i comuni, previa congiunta valutazione degli aspetti economici, strutturali, territoriali e sociali dell'intero comune, nel rispetto dei principi, dei riferimenti metodologici ed operativi di cui agli articoli 2, 3 e 4, dei contenuti degli articoli della ‘Parte seconda. Criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale della presente normativa, con particolare riferimento agli articoli 26 e 27 in ordine alla viabilità, traffico e compatibilità ambientali, danno conto delle scelte operate e dell'eventuale utilizzo delle possibilità di deroga ad essi consentite. Il riconoscimento degli addensamenti e delle localizzazioni costituisce parte integrante e sostanziale dell'adeguamento degli strumenti urbanistici che i comuni devono adottare nei tempi, con le modalità e nel rispetto dei contenuti previsti dall'articolo 4 della legge regionale sul commercio, dell'articolo 6, comma 5 del d.lgs. 114/1998, della presente normativa e della l.r. 56/1977”.*

TITOLO II – CARATTERISTICHE URBANISTICHE DEL COMUNE

1) Popolazione

Analizzando la serie storica dei movimenti naturali e migratori, si nota, specialmente negli ultimi anni, una significativa stabilità della popolazione, che indurrebbe a considerare stazionaria la quota degli abitanti residenti per il prossimo futuro.

Fin al 1991 si è assistito ad un sensibile decremento della popolazione, circa il -0,30% annuo; la situazione si è poi stabilizzata con oscillazioni positive dal 1991 al 2001.

Dalle ricerche preliminari si evincono i seguenti dati sulla popolazione:

ANNO	POPOLAZIONE
1981	1.473
1991	1.431
2001	1.473

L'analisi dei dati, in riferimento all'andamento della dimensione del nucleo familiare e del tasso di nuzialità, denota una limitata ma continua diminuzione percentuale della composizione media familiare fino ad una graduale successiva stabilizzazione.

I seguenti dati quantitativi mostrano una modesta ma costante diminuzione percentuale delle composizione media familiare:

ANNO	NUM. FAMIGLIE	Ab./Famiglia
1981	579	2,54
1991	592	2,41
2001	610	2,41

Le variazioni sulle percentuali dal 1971 al 1991 ricavate dal vigente Piano, consentono di verificare, all'interno del territorio comunale, una diminuzione molto modesta degli abitanti nelle case sparse, in rapporto a quelli del concentrico, con valori attuali rispettivamente del 2% e del 98%.

Considerando che il numero totale di abitanti è pari a 1.473 residenti, si ottiene una stima pari:

- ❖ a 1.447 residenti nel Concentrico (98%)
- ❖ a 30 residenti nelle Case sparse (2%)

Suddividendo, a sua volta, il tessuto urbano del Concentrico, è possibile ottenere una stima pari:

- ❖ a 700 residenti nel centro storico;
- ❖ a 450 residenti nel centro abitato posto ad ovest rispetto al centro storico;
- ❖ a 300 residenti nel contesto urbanizzato posto a nord rispetto il centro storico;

2) Inquadramento territoriale

Il comune di Sizzano è situato sulla direttrice Novara - Borgosesia, nell'area di sbocco ed interconnessione tra il bacino della Valsesia e quello collinare del medio novarese.

Confina, a nord con il comune di Ghemme, a est con quello di Cavaglio D'Agogna, a sud con il comune di Fara Novarese e a ovest con quello di Carpignano Sesia, dista km. 20 da Novara e km. 20 da Borgosesia e fa parte della Azienda Sanitaria Locale n°. 50.

Il territorio è caratterizzato ad est da una fascia collinare, attraversata dal torrente Strona, dotata di pregio paesaggistico e favorevole alla coltivazione della vite; al centro, con andamento nord - sud si trova un'ampia zona pianeggiante, su cui insistono gli insediamenti abitativi e produttivi e le loro infrastrutture, favorevole alla coltivazione di cereali e foraggi; verso ovest vi è la fascia piana laterale al letto del fiume Sesia.

La parte collinare presenta una felice giacitura sia per la natura del sedime che per le condizioni climatiche; la piana di ragguardevole dimensione si contraddistingue per la regolarità dell'andamento planimetrico e per l'interconnessione con il territorio dei comuni limitrofi.

Ha una superficie di kmq. 10,50 (ha 1050); comprende oltre al Capoluogo, i cascinali di Cascinetta, Cascina Nuova, Colombara e Bergamina e alcune case sparse.

Il Capoluogo si trova ad una altitudine di m. 225 s.l.m., mentre il restante territorio ha un'altitudine variabile da 305 a 218 m. s.l.m.

Il centro abitato si è sviluppato nei secoli allargandosi in fasce successive, con origine nel "Ricetto", comprendendo prima isolati a cortina continua lungo le strade, dotati all'interno di strutture agricole e orti, attivi nel passato, e poi edificazioni più recenti di tipo aperto con ridotte concentrazioni volumetriche.



Inquadramento Territoriale

4) Situazione urbanistica attuale

Il Comune di Sizzano è dotato di Piano Regolatore Generale Intercomunale, in Consorzio volontario con il Comune di Ghemme, approvato con Delibera Giunta Regionale del 24.09.1986 n.80.7897.

Il Piano è stato modificato ed integrato con una Variante 89 approvata con Delibera Giunta Regionale del 21.02.1994 n.61.32476 e rappresenta lo strumento urbanistico attualmente vigente.

Dopo l'entrata in vigore di tale Variante 89, le Amministrazioni dei due Comuni hanno ritenuto conclusa l'esperienza del Consorzio Urbanistico, tanto che l'assemblea consortile, con Delibera del 14.03.1994 n.1, esprimeva la propria volontà di sopprimere il Consorzio Ghemme-Sizzano per la pianificazione e gestione urbanistica del proprio territorio e di invitare quindi le Amministrazioni Comunali ad adottare gli atti di competenza.

Successivamente il Consiglio Comunale di Sizzano deliberava la soppressione del Consorzio con atto del 03.06.1994 n.16 ed infine identica decisione era presa dal Consiglio Comunale di Ghemme con delibera del 24.06.1994 n.34:

Queste deliberazioni sono divenute esecutive ed il Consorzio è stato sciolto.

Il P.R.G.I. continua ad esplicitare la propria validità singolarmente su ciascuno dei Comuni, fintanto che non sia formato un nuovo Piano Regolatore Generale Comunale.

E' tuttavia possibile che ogni Comune, nell'ambito del territorio di propria competenza, introduca al P.R.G.I. le Varianti ritenute opportune, seguendo le procedure previste dall'art.17 della L.R. n.56/77 e s.m.i..

Il territorio comunale è suddiviso in aree omogenee delimitate da perimetri che evidenziano situazioni tipologiche diverse, permettendo una diversa disciplina sul piano normativo ed una apposita strategia di intervento.

A grandi linee, nel piano intercomunale, la suddivisione delle aree risulta:

zone residenziali di tipo A e B, zone residenziali di tipo C; zone produttive di tipo D, zone per attività terziarie G, zone di servizi pubblici per la residenza F, zone di servizi pubblici per la produzione, zone per attività agricole E, verde privato vincolato e zone di rispetto, aree per impianti sportivi, ricreativi e campeggi, aree per cave.

TITOLO III – CARATTERISTICHE COMMERCIALI DEL COMUNE

5) Classificazione del Comune

In conformità a quanto disposto dall'art.10, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, le aree di programmazione commerciale al servizio di specifici bacini di utenza, ai fini dell'applicazione delle disposizioni del presente provvedimento, sono le seguenti:

- 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 presente deliberazione;
- 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 presente deliberazione;
- 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.

In conformità a quanto disposto dall'art.11, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, i comuni, in relazione alle caratteristiche della rete distributiva, della dotazione dei servizi, delle condizioni socioeconomiche e di consistenza demografica, ai fini dell'applicazione delle disposizioni del presente provvedimento, sono suddivisi secondo la seguente classificazione:

a) Comuni della rete primaria

Sono i comuni (poli e subpoli) 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 e sono classificati come segue:

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

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 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 e sono classificati come segue:

- **comuni turistici**, non compresi tra quelli della rete primaria;
- **comuni intermedi**, altri comuni con popolazione a partire da 3.000 abitanti non compresi negli elenchi precedenti;
- **comuni minori** (o deboli), altri comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti.

Ai sensi dell'art.11, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, il **Comune di Sizzano** della Provincia di Novara appartiene alla:

❖ RETE SECONDARIA

ed è classificato come:

❖ COMUNE MINORE

6) Classificazione delle zone di insediamento commerciale

In conformità a quanto disposto dall'art.12, dell'allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, le zone attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali sono individuate nell'ambito del comune così come classificato all'articolo 2 "Classificazione dei Comuni" delle presenti norme, e si distinguono in:

a) Addensamenti commerciali

Costituiti da porzioni del territorio urbano o extraurbano, percepite come omogenee e 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.

b) Localizzazioni commerciali urbane non addensate ed urbano-periferiche non addensate

Sono singole zone di insediamento commerciale, urbane e urbano - periferiche, esistenti o potenziali, non costituenti addensamento commerciale.

Gli addensamenti commerciali e le localizzazioni commerciali, in base alla loro posizione rispetto al contesto urbano fisico e socioeconomico in cui sono inseriti, sono classificati come segue:

a) Addensamenti Commerciali:

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

b) Localizzazioni Commerciali:

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

Nel Comune di Sizzano, in conformità con la DCR 24/03/2006 n. 59-10831, è possibile individuare:

- ❖ **gli Addensamenti Commerciali A1 – A4 - A5**
- ❖ **le Localizzazioni Commerciali L1 – L2**

7) Compatibilità territoriale dello sviluppo

In conformità a quanto disposto dall'art.17, allegato A della D.C.R. 24/03/2006 n. 59-10831, la compatibilità territoriale dello sviluppo per ciascun addensamento commerciale urbano ed extraurbano e per ciascuna localizzazione commerciale urbana ed urbano - periferica è delineata dalla successiva "Tabella 6".

TABELLA 6 TIPO DI COMUNE: COMUNI MINORI						
TIPOLOGIA DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE VENDITA (mq)	ADDENSAMENTI			LOCALIZZAZIONI	
		A.1.	A.4.	A.5.	L.1.	L.2.
VICINATO	Fino a 150	SI	SI	SI	SI	SI
M-SAM1	151-250	SI	NO	NO	SI	NO
M-SAM2	251-900	SI	SI	SI	SI	SI
M-SAM3	901-1500	NO	NO	NO	SI	SI (1)
M-SE1	151-400	SI	SI	SI	SI	SI
M-SE2	401-900	SI	SI	SI	SI	SI
M-SE3	901-1500	NO	SI	SI	SI	SI
M-CC	151-1500	SI	SI	SI	SI	SI
G-SM1	1501-4500	NO	NO	SI (2)	NO	NO
G-SM2	4501-7500	NO	NO	NO	NO	NO
G-SM3	7501-12000	NO	NO	NO	NO	NO
G-SM4	>12000	NO	NO	NO	NO	NO
G-SE1	1501-3500	NO	NO	SI	NO	SI
G-SE2	3501-4500	NO	NO	NO	NO	NO
G-SE3	4501-6000	NO	NO	NO	NO	NO
G-SE4	>6000	NO	NO	NO	NO	NO
G-CC1	Fino a 6000	NO	NO	NO	NO	NO
G-CC2	6001-12000	NO	NO	NO	NO	NO
G-CC3	12001-18000	NO	NO	NO	NO	NO
G-CC4	>18000	NO	NO	NO	NO	NO

A1 = Addensamenti storici rilevanti
A.4 = Addensamenti commerciali urbani minori (o deboli)
A5 = Addensamenti commerciali extraurbani (arteriali)
L1 = Localizzazioni commerciali urbane non addensate
L2 = Localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate

NOTE:
(1) Solo nell'ambito dei centri commerciali compatibili con la presente tabella
(2) Fino a mq. 2.500 di vendita

8) Rete distributiva commerciale esistente

La rete distributiva commerciale esistente, costituita da attività commerciali ubicate in principale modo nel centro storico e in prossimità di esso, risulta essere composta da 9 attività commerciali, una tabaccheria – edicola e da una farmacia.

Nello specifico la struttura commerciale esistente è composta da 8 esercizi di vicinato e da 1 media struttura di vendita, che rappresentano rispettivamente l'89% e il 11% delle rete commerciale esistente.

TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA	OFFERTA COMMERCIALE			TOT.	%
	Alimentare	Extralimentare	Mista		
Esercizi di Vicinato	6	2	0	8	89%
Medie Strutture di Vendita	0	1	0	1	11%
TOTALE	6	3	0	9	100%

(Dati Febbraio 2007)

La superficie di vendita totale degli esercizi commerciali è pari a 1.012 mq, di cui 532 mq (53%) gli esercizi di vicinato e 480 mq (47%) la media struttura di vendita.

Gli esercizi di vicinato presentano una superficie di vendita totale di 532 mq, in cui il settore alimentare rappresenta il 42% della superficie totale, mentre il settore extralimentare è pari al 58% della superficie totale.

L'unica media struttura di vendita è di tipo extralimentare.

Non sono insediate attività commerciali miste.

TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA	SUPERFICIE DI VENDITA PER OFFERTA COMMERCIALE (mq)			TOT. SV (mq)	%
	Alimentare	Extralimentare	Mista		
Esercizi di Vicinato	424	108	0	532	53%
Medie Strutture di Vendita	0	480	0	480	47%
TOTALE	424	588	0	1.012	100%

(Dati Febbraio 2007)

La rete commerciale distributiva è formata anche dal **mercato cittadino**, costituito da 8 banchi, ubicato nella piazza principale, Piazza Prone, antistante la chiesa.

Inoltre, una Tabaccheria – Edicola è ubicata in Via Roma 1 e una Farmacia è localizzata in Via Roma 28.

Per un'analisi della rete distributiva commerciale maggiormente completa sono state messe a confronto le aree commerciali del territorio comunale, distinguendole:

- ❖ nel Centro Storico come individuato dal P.R.G.C.;
- ❖ nel Territorio Concentrico.

La tabella successiva mostra tutte le attività commerciali ubicate sul territorio comunale, distinguendo quelle localizzate nel centro storico (tratto arancione), nel territorio concentrico (tratto verde).

	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	SUP. DI VENDITA (mq)	TIPOLOGIA
1	Vendita vini, grappe ed articoli regali	Corso Italia, 64/C	92	Esercizio di vicinato
2	Negozi di alimentari	Piazza Prone, 10	50	Esercizio di vicinato
3	Negozi di alimentari	Via Mazzini, 12	100	Esercizio di vicinato
4	Negozi di alimentari	Via Mazzini, 28	48	Esercizio di vicinato
5	Macelleria	Via Mazzini, 30	30	Esercizio di vicinato
6	Vendita vini, frutta ed articoli regali	Via Roma, 37	104	Esercizio di vicinato
7	Negozi non alimentare	Via Roma, 2	50	Esercizio di vicinato
8	Negozi non alimentare	Corso Italia, 12	58	Esercizio di vicinato
9	Mobilificio	Via P. Cavalleri, 2	480	Media struttura
T	Tabaccaio - edicola	Via Roma, 1	30	Tabaccheria
F	Farmacia	Via Roma, 28	88	Farmacia

(Dati Febbraio 2007)

Nel centro storico sono presenti 6 attività commerciali (67% del totale), ubicate in prossimità di piazza Prone, di via Mazzini e via Roma.

Le 3 attività commerciali (33% del totale) del territorio concentrico sono localizzate lungo corso Italia, via Roma e via P. Cavalleri.

ZONA	OFFERTA COMMERCIALE			TOT.	%
	Alimentare	Extralimentare	Mista		
Centro Storico	4	2	0	6	67%
Territorio Concentrico	2	1	0	3	33%
TOTALE	6	3	0	9	100%

(Dati Febbraio 2007)

Il Comune di Sizzano presenta soprattutto un'offerta alimentare, ubicata in principale modo nel centro storico: alle 4 attività commerciali corrisponde una superficie media di vendita pari a 57 mq. Mentre, l'offerta extralimentare risulta essere esigua su tutto il territorio comunale, in quanto sono presenti solo tre attività commerciali di questo settore.

ZONA	SUPERFICIE DI VENDITA PER OFFERTA COMMERCIALE (mq)			TOT. SV (mq)	%
	Alimentare	Extralimentare	Mista		
Centro Storico	228	108	0	336	33%
Territorio Concentrico	196	480	0	676	67%
TOTALE	424	588	0	1.012	100%

(Dati Febbraio 2007)

Specificando per ogni zona la tipologia di struttura distributiva risulta, che nel centro storico ci siano solo esercizi di vicinato. Il territorio concentrico offre ai consumatori solo 2 esercizi di vicinato di tipo alimentare e una media struttura di vendita di tipo extralimentare.

Nel centro storico gli esercizi di vendita alimentari ed extralimentari si articolano soprattutto in corrispondenza di piazza Prone, via Mazzini e via Roma.

A nord nel contesto territoriale adiacente al centro storico (lungo corso Italia e via P. Cavalleri) sono ubicati un primo esercizio di vicinato che vende vini, grappe ed articoli da regalo e la media struttura di vendita (mobilificio); mentre a sud (lungo via Roma) è presente un secondo esercizio di vicinato che vende vini, frutta ed articoli da regalo.

ZONA	OFFERTA COMMERCIALE			TOT.	%
	Alimentare	Extralimentare	Mista		
Centro Storico	4	2	0	6	67%
Esercizi di vicinato	4	2	0	6	/
Medie Strutture	0	0	0	0	/
Territorio Concentrico	2	1	0	3	33%
Esercizi di vicinato	2	0	0	28	/
Medie Strutture	0	1	0	11	/
TOTALE	6	3	0	9	100%

Distinguendo per ogni zona la tipologia di struttura di vendita e specificando la superficie di vendita per ogni offerta commerciale, è possibile notare che agli esercizi di vicinato del centro storico corrisponde una superficie media di vendita pari a 57 mq per il settore alimentare e a 54 mq per il settore extralimentare.

Nel territorio concentrico, oltre all'unica media struttura di vendita extralimentare, sono presenti due esercizi di vicinato di tipo alimentare che presentano una superficie media di vendita pari a 98 mq.

ZONA	SUPERFICIE DI VENDITA PER OFFERTA COMMERCIALE (mq)			TOT. SV (mq)	%
	Alimentare	Extralimentare	Mista		
Centro Storico	228	108	0	336	33%
Esercizi di vicinato	228	108	0	336	/
Medie Strutture	0	0	0	0	/
Territorio Concentrico	196	480	0	676	67%
Esercizi di vicinato	196	0	0	196	/
Medie Strutture	0	480	0	1.350	/
TOTALE	424	588	0	1.012	100%

Le attività commerciali esistenti sono ubicate soprattutto nel centro storico e riguardano esercizi di vicinato che rispondono alle esigenze alimentari ed extralimentari quotidiane dei cittadini.

Entrando nel comune di Sizzano da corso Italia (nord) o da via Roma (sud) si possono notare due esercizi di vicinato che gestiscono la vendita di vino, elemento fondamentale dell'economia di Sizzano.

Il Comune di Sizzano "*Città del vino*" è caratterizzato da una forte tradizione enologica, che gli ha permesso di ricevere ufficialmente i riconoscimenti ai vini sizzanesi, assegnando loro la "denominazione di origine controllata", tale riconoscimento permette di coronare la storia e la cultura millenaria della viticoltura e della vinificazione.

Già nel XVIII secolo un vescovo novarese, Marc'Aurelio Balbis Bertone, non si era limitato ad annotare nel resoconto della visita da lui compiuta nel 1763 che gli agricoltori sizzanesi coltivavano le viti, ma aveva aggiunto che da quelle viti si producevano ottimi vini "*denominati di Sizzano*". (Fonte: Sito internet del Comune di Sizzano)

Nel corso del tempo, il merito e il valore dell'attività svolta per produrre un ottimo vino è stato ricordato e ufficializzato; oggi, nel settore dell'enologia opera l'Associazione Città del Vino, fondata nel 1987 a Siena e comprendente un centinaio di comuni italiani, di cui 33 sono piemontesi. (Fonte: Sito internet del Comune di Sizzano)

Nel centro storico, è ubicato il 67% delle attività commerciali, ma la sua corrispondente superficie di vendita è pari al 33% della superficie complessiva di vendita di tutto il territorio comunale.

Questo rapporto quantitativo è causato da un valore basso della SV media (56 mq), considerando che gli esercizi di vicinato possono avere una SV \leq 150 mq, e dall'assenza di medie strutture di vendita, che potrebbero rafforzare e completare soprattutto l'offerta mista.

Nel territorio concentrico, è localizzato il 33% delle attività commerciali e la sua corrispondente superficie di vendita è pari all'67% della superficie complessiva di vendita di tutto il territorio comunale.

Calcolando la densità della superficie di vendita per abitante (1.012 mq / 1.473 ab) si ottiene un rapporto pari a 0,70 mq/ab, di cui:

- ❖ l'67% è di offerta alimentare,
- ❖ il 33% è di offerta extralimentare,
- ❖ il 0% è di offerta mista.

Osservando questi dati si riscontra una carenza commerciale, soprattutto, nel settore extralimentare e nel settore misto, che provoca un disequilibrio tra le tre offerte commerciali.

Per un'analisi della rete distributiva commerciale più dettagliata ed integrata sono stati elencati ed individuati in cartografia gli esercizi che somministrano alimenti e bevande, i quali con la loro presenza potrebbero influire sull'andamento delle attività commerciali.

Si specifica, però, che tali esercizi fanno riferimento alla nuova L.R. 38 del 29/12/2006 *“Disciplina dell'esercizio dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande”*.

Nello specifico la struttura delle attività di somministrazione di alimenti e bevande è composta da:

- ❖ **2 attività con licenza di tipo “A” (pizzeria / ristorante)**
- ❖ **4 attività con licenza di tipo “B” (bar)**
- ❖ **1 attività con licenza doppia “A-B” (bar / ristorante)**
- ❖ **3 agriturismi**

	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	SUPERFICIE (mq)
1	Pizzeria	Corso Italia, 30	280
2	Ristorante	Piazza Prone, 5	267
3	Agriturismo	Via Roma, 37	100
4	Agriturismo	Via B. Zoppis, 15	270
5	Agriturismo	Cascina Nuova, 1	265
6	Bar - Ristorante	Via Roma, 11	296
7	Bar	Piazza Prone, 15	54
8	Bar	Via Mazzini, 13	40
9	Bar	Via Roma, 42	62
10	Bar - Discoteca	Corso Italia, 56	460

Allegato planimetrico: Tavola 1 *“Individuazione delle strutture di vendita esistenti”*, scala 1:5000.

TITOLO IV – ADDENSAMENTI COMMERCIALI

9) Addensamento Storico Rilevante (A1)

Inquadramento territoriale

Il Comune di Sizzano ha definito l' Addensamento Storico Rilevante (A1) integrando gli aspetti storico – testimoniali del centro storico con le attività commerciali ubicate nel nucleo antico e i servizi pubblici destinati all'intera cittadinanza.

Il Centro Storico è caratterizzato dalla presenza del Ricetto Medioevale (Sec. XIV): struttura fortificata irregolarmente anulare, con un unico ingresso verso occidente, attornata in passato da un fossato pieno d'acqua.

Il centro del Ricetto Medioevale è occupato dalla Chiesa Parrocchiale di San Vittore (Sec. XVI), da cui si espande Piazza Prone, sede del mercato settimanale.

In Piazza Prone, inoltre, è ubicata la Statua della Madonna del Rosario (Sec. XVIII).

Descrizione commerciale dell'A1

Il centro storico è caratterizzato dalla presenza di n° 6 esercizi di vicinato con una superficie di vendita complessiva di mq. 336, di una tabaccheria – edicola, di una farmacia, di n° 4 esercizi pubblici e di un mercato settimanale con 8 posti che si svolge nella piazza principale (piazza Prone) antistante la chiesa.

Verifiche urbanistico – commerciali

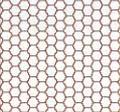
All'interno dell'Addensamento Storico Rilevante (A1), è possibile realizzare le tipologie delle strutture distributive individuate dalla Tabella 6 dell'art. 17 “*Compatibilità territoriale dello sviluppo*” della DCR n. 59-10831 del 24/03/2006, inserita nell'Allegato Normativo dei Criteri Urbanistico – Commerciali.

Stralcio cartografico

Individuazione cartografica delle attività commerciali presenti nel centro storico e dell'A1 – Addensamento storico rilevante, alla scala 1:2000.

Allegato planimetrico: Tavola 2 “*Individuazione degli insediamenti commerciali*”, scala 1:5000.

LEGENDA

	ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI – ALIMENTARI
	ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI – EXTRALIMENTARI
	ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI – MISTE
	TABACCHERIA
	FARMACIA
	MERCATO SU AREA PUBBLICA
	ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE
	A1 – ADDENSAMENTO STORICO RILEVANTE
	PERIMETRAZIONE DEL CENTRO STORICO
	CURVE DI LIVELLO
	CORSI D'ACQUA

10) Addensamento Commerciale Urbano Minore (A4)

Sul territorio comunale non è stato individuato un Addensamento Commerciale Urbano Minore (A4), per mancanza di conformità con i parametri richiesti dalla DCR 24/03/2006 n. 59-10831.

11) Addensamento Commerciale Extraurbano – Arteriale (A5)

Sul territorio comunale non è stato individuato un Addensamento Commerciale Extraurbano - Arteriale (A5), per mancanza di conformità con i parametri richiesti dalla DCR 24/03/2006 n. 59-10831.

TITOLO VI – LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI

12) Localizzazioni commerciali urbane non addensate (L1)

Inquadramento territoriale

L'area denominata L1 "*Ex Cantina Sociale*" è interclusa nel tessuto residenziale del Comune di Sizzano.

L'area in oggetto è lambita da due assi viari di livello urbano:

- ❖ Strada comunale Via Carlo Girolodi, ad est rispetto il lotto.
- ❖ SP n. 299 Novara – Varallo Sesia, ad ovest rispetto il lotto,

L'ambito della "*Ex Cantina Sociale*", in cui non è più presente l'attività commerciale di vendita vino, è candidato ad un importante processo di riqualificazione urbana per il Comune di Sizzano.

Per il caso della LI "*Ex Cantina Sociale*" si è adottato il prospetto dei parametri per l'individuazione della localizzazione urbana non addensata con il solo incremento del 40% (deroga massima possibile) del parametro "ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti – Y1" (da mt 500 a mt 700), in conformità ai criteri proposti dalla DCR 24/03/2006 n. 59-10831.

Tale modifica dipende dalle caratteristiche insediative e localizzative dell'ex Cantina Sociale, in quanto è posizionata a nord rispetto al centro storico, ma non per questo esterna e distante dal contesto urbano e residenziale del Comune di Sizzano.

Gli abitanti presenti all'interno del parametro Y.1 (stima di circa 650 cittadini), e di conseguenza tutti i residenti di Sizzano, avranno la possibilità di usufruire di una maggiore offerta commerciale, che attualmente è ubicata quasi esclusivamente all'interno del centro storico.

Inoltre, si coglie l'occasione di non isolare e separare dal contesto urbano l'area in cui è posizionata la struttura della ex Cantina Sociale, ma di renderla un importante fulcro socio – economico, attraverso interventi di riqualificazione urbana e funzionale.

Prospetto 4: LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE L1 “Ex Cantina Sociale”	P A R A M E T R O	COMUNI MINORI	RIDUZION I POSSIBILI	VERIFICA
AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI	Y.1	mt. 500	Possibilità di deroga MAX 40% con relazione motivata	mt. 700 DEROGAT O MAX 40%
NUMEROSITA' MINIMA DI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.1	X.1	500 AB.	- 20% = 400 AB	STIMA 650 abitanti
DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRAZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIALE DI CUI AL PARAMETRO Y.1	J.1	mt. 500	Possibilità di deroga MAX 40% con relazione motivata	Adiacente al contesto residenziale
DIMENSIONE MASSIMA DELLA LOCALIZZAZIONE	M.1	mq. 10.000	Non modificabile	SIMBOLO

Descrizione commerciale della L1

Attualmente non è più presente l'attività commerciale di vendita vino.

Verifiche urbanistico – commerciali

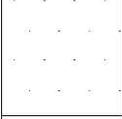
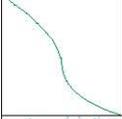
All'interno della Localizzazione Commerciale Urbano non addensata (L1) è possibile realizzare le tipologie delle strutture distributive individuate dalla Tabella 6 dell'art. 17 “*Compatibilità territoriale dello sviluppo*” della DCR n. 59-10831 del 24/03/2006, inserita nell'Allegato Normativo dei Criteri Urbanistico – Commerciali.

Stralcio cartografico

Individuazione cartografica della Localizzazione Commerciale Urbana non addensata “*Ex Cantina Sociale*” con il parametro Y.1. “Ampiezza raggio della perimetrazione entro la quale calcolare i residenti”, alla scala 1:5000.

Allegato planimetrico: Tavola 2 “*Individuazione degli insediamenti commerciali*”, scala 1:5000.

LEGENDA

	ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI – ALIMENTARI
	ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI – EXTRALIMENTARI
	ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI – MISTE
	TABACCHERIA
	FARMACIA
	MERCATO SU AREA PUBBLICA
	ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE
	L1 – LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANA NON ADDENSATA "EX CANTINA SOCIALE"
	PARAMETRO Y.1 AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI
	PERIMETRAZIONE DEL CENTRO STORICO
	CURVE DI LIVELLO
	CORSI D'ACQUA

13) Localizzazioni commerciali urbane – periferiche non addensate (L2)

Sul territorio comunale non è stata individuata una Localizzazione commerciale urbana – periferica non addensata (L2), sia per mancanza di conformità con i parametri richiesti dalla DCR 24/03/2006 n. 59-10831, sia per l'assenza di scelte definite dall'Amministrazione Comunale.