

REGIONE PIEMONTE

PROVINCIA DI CUNEO

COMUNE DI CHERASCO



IL SINDACO:

IL DIRIGENTE DEL SETTORE:

SOTRECO SOTRECO s.n.c.
di Bertolotto & C.
piazza Europa 100/A Pinerolo

L. R. 29 novembre 1999 n. 28
D.C.R. n. 563 – 13414 del 29/10/1999

**“DISCIPLINA SVILUPPO E INCENTIVAZIONE DEL
COMMERCIO IN PIEMONTE”**

**CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER
L'INSEDIAMENTO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO
IN SEDE FISSA**

Aggiornamento della Norme di Attuazione

ai sensi del testo coordinato della D.C.R. n. 563 – 13414 del 29/10/1999,
come da ultimo modificata dalla 191 – 43016 del 20 novembre 2012

Ottobre 2015

COMUNE DI CHERASCO



**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER
L'ESERCIZIO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO**

**AGGIORNAMENTO AI SENSI DEL TESTO COORDINATO DELLA
D.C.R. 191-43016 DEL 20 NOVEMBRE 2012**

NORME DI ATTUAZIONE

SOTRECO

INDICE

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

PARTE I - PREMESSA

Articolo 1 – Definizioni

1. Agli effetti delle presenti norme, per **"D. Lgs. 114/98"** si intende il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e s.m.i., Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59; per **"Legge regionale"** la legge della Regione Piemonte del 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i., Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114; per **"Indirizzi Regionali"** la Delibera del Consiglio Regionale del 29 ottobre 1999, n. 563-13414, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 23 dicembre 2003, n. 347-42514, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 24 marzo 2006, n. 59-10831, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 20 novembre 2012, n. 191-43016, "Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento delle attività commerciali al dettaglio in sede fissa", in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, per **"Criteri"** i presenti criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, ai sensi dell'art. 8, comma 3, del D. Lgs. 114/98 e s.m.i. e dell'art. 4, comma 1, della L. R. 28/99 e s.m.i..

Articolo 2 – Prescrizioni generali

1. I seguenti articoli costituiscono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni amministrative per l'apertura, il trasferimento di sede e la variazione della superficie di vendita fino ai limiti di cui all'articolo 4, comma 1, lett. e), del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., delle medie strutture di vendita.
2. Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento di sede e la variazione della superficie di vendita fino ai limiti di cui all'articolo 4, comma 1, lett. e), del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., delle medie strutture di vendita, è subordinato al rispetto delle norme sulle destinazioni d'uso stabilite dal Piano Regolatore Generale Comunale.
3. La delibera del Consiglio Regionale n. 563-13414 del 12 novembre 1999 e s.m.i. costituisce il riferimento da assumere per la corretta applicazione dei presenti Criteri.

Articolo 3 – Obiettivi e indirizzi dei Criteri

1. In conformità con i risultati conseguiti dallo studio sull'organizzazione del commercio al dettaglio in sede fissa, e nel rispetto di quanto prescritto dall'articolo 1 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., dall'articolo 1 della Legge Regionale e dall'articolo 2 degli Indirizzi Regionali, i presenti criteri perseguono i seguenti obiettivi generali e settoriali:
 - favorire la modernizzazione del sistema distributivo comunale al fine di realizzare le condizioni per aumentare la sua produttività, la qualità del servizio reso e le informazioni al consumatore;
 - favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio commerciale di prossimità nel centro urbano principale e in particolare nei nuclei frazionali, affinché sia consentito un approvvigionamento facilitato per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso l'eventuale intervento diretto dell'Amministrazione comunale con appositi Progetti Integrati di rivitalizzazione;
 - orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare l'identificazione e la fruibilità del territorio nelle sue diverse funzioni;
 - favorire la formazione di un sistema d'offerta articolato e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, in modo che non si producano posizioni dominanti, così che il consumatore possa scegliere tra differenti alternative di offerta, favorendo la realizzazione di condizioni di concorrenza tra le imprese del settore;
 - garantire le possibilità di recupero e sviluppo di quelle strutture commerciali localizzate all'interno del tessuto urbano centrale, al fine di potenziare l'immagine qualitativa del centro storico stesso per migliorare il servizio alla collettività residente e fluttuante, realizzando anche appositi Piani di Qualificazione Urbana (PQU).
 - assicurare, nel pieno rispetto di quanto determinato dalla normativa europea e nazionale, la salvaguardia e il rispetto della salute, dei lavoratori, dell'ambiente anche urbano e dei beni culturali.
Si definisce come obiettivo imperativo il non provocare externalità negative nei confronti innanzitutto della salute della popolazione residente, a causa dell'accrescimento dell'inquinamento atmosferico causato dagli scarichi dei mezzi privati e dell'inquinamento acustico causato sia dalle operazioni gestionali dell'attività che dell'incremento del traffico veicolare.
2. Operativamente i presenti obiettivi si realizzano attraverso l'applicazione di norme coordinate di natura funzionale e di natura urbanistica, così come previste ai successivi articoli, tese a determinare mi-

sure di completamento, di riqualificazione e di valorizzazione della rete distributiva presente sul territorio comunale.

PARTE II – INDICAZIONI GENERALI

Articolo 4 – Definizioni tecniche.

1. Per *commercio al dettaglio in sede fissa* si intende l'attività svolta da chiunque acquisti merci in nome e conto proprio e le rivenda in esercizi ubicati su aree private alle quali il pubblico accede liberamente.
2. Per *esercizio commerciale in sede fissa* si intende il luogo in cui si esercita l'attività di commercio al dettaglio, fisicamente delimitato mediante pareti continue, separato, distinto e in nessun modo direttamente collegato ad altro adibito a superficie di vendita. Ad ogni esercizio commerciale in sede fissa corrisponde una sola superficie di vendita ed una sola segnalazione ricevuta ai sensi dell'articolo 7 o autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 8 del D. Lgs. 114/98 o ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426.
3. Per *superficie di vendita* si intende l'area coperta destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, retrobanchi, casse, scaffalature e simili, interamente delimitata da muri e al netto degli stessi. Si considera superficie di vendita anche lo spazio compreso tra il muro, o il divisorio, ed il banco per la vendita dei prodotti freschi, anche se il consumatore non può accedervi ed anche se vi si svolgono piccole attività di preparazione degli alimenti (taglio, affettatura, ecc.). Non costituisce superficie di vendita:
 - quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, separati fisicamente da pareti continue, ai quali il consumatore non possa comunque accedere
 - la zona antistante le casse negli esercizi a libero servizio, nella quale il consumatore non possa comunque prelevare le merci,
 - quella specificatamente destinata ad esposizione così come definita ai successivi commi 4 e 5
 - quella destinata a vetrine adeguatamente delimitate, sempre che il consumatore non possa accedervi e prelevare le merci in essa esposte.
 - quella riservata a percorsi, strade interne, nonché a collegamenti verticali, che garantiscono l'accessibilità a più esercizi commerciali anche quando tra loro integrati da servizi comuni.
4. La superficie di vendita, misurata in metri quadri netti, deve essere specificatamente identificata dalle partizioni murarie e distinta, nelle planimetrie allegate agli atti autorizzativi, dalle altre superfici (servizi, depositi/magazzini, uffici, esposizioni, distribuzione) che concorrono alla determinazione della superficie lorda di pavimento e che devono, a loro volta, essere specificatamente identificate funzionalmente. Anche quando relativa a diverse tipologie di strutture distributive la superficie di vendita di centri commerciali o ipermercati/supermercati con galleria di negozi, è equivalente alla somma delle superfici dei singoli esercizi commerciali al dettaglio in esso presenti

con esclusione dei centri commerciali di cui all'art.6, c.3, lettere c) "centro commerciale naturale" e d) "centro commerciale pubblico" dei criteri regionali.

5. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano esclusivamente merci ingombranti, delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (quali mobilifici, concessionarie auto e/o moto, legnami, materiali per l'edilizia e simili) può essere limitata alla dimensione massima degli esercizi di vicinato; la parte rimanente ancorché comunicante con essa deve essere separata e distinta da pareti continue e destinata a magazzino, deposito, superficie espositiva o altre superfici accessorie; ai fini del presente comma è obbligatoria la sottoscrizione di un atto, registrato e trascritto, di impegno d'obbligo che costituisce integrazione alla SCIA di cui all'art.7 del D. Lgs. n.114/98 e nel quale oltre alla delimitazione della superficie di vendita è precisata, senza possibilità di deroghe, la composizione delle merceologie di offerta.
6. Per *superficie espositiva di merci ingombranti* si intende quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, separata e distinta dalla superficie di vendita da pareti continue, alla quale il pubblico può accedere in condizioni di sicurezza solo per prendere visione dei prodotti non immediatamente asportabili; è soggetta alla sottoscrizione dell'atto d'obbligo di cui al precedente comma.
7. La *superficie espositiva di merci non ingombranti* è quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico non può accedere in alcun caso e deve essere separata e distinta dalla superficie di vendita da pareti continue. Nel caso in cui la superficie espositiva non sia direttamente collegata all'esercizio commerciale, l'operatore interessato deve preventivamente presentare comunicazione al comune indicando l'ubicazione della superficie espositiva di questo tipo e l'ubicazione dell'esercizio, anche in altro comune, dove avviene la vendita.
8. Per *esercizio di vicinato* si intende la struttura commerciale avente superficie di vendita al dettaglio fino a mq 150.
9. Per *medie strutture di vendita* si intendono gli esercizi commerciali con superficie di vendita al dettaglio compresa tra i mq 151 e mq 1500, anche organizzati in forma di Centro Commerciale.
10. Per *grandi strutture di vendita* si intendono gli esercizi commerciali con superficie di vendita al dettaglio superiore a mq 1500, anche organizzati in forma di Centro Commerciale.
11. Per *Centri Polifunzionali* si intendono le strutture unitarie destinate ad una pluralità di servizi diversi dall'attività di vendita al dettaglio, in cui sono insediati anche uno o più esercizi di vicinato.
12. Per *Centro Commerciale* si intende, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera g) del d. lgs. n. 114/1998, una struttura fisico-funzionale concepita e organizzata unitariamente, a specifica destinazione d'uso commerciale, costituita da almeno due esercizi commerciali al detta-

glio. In ogni caso, al di fuori delle zone di insediamento commerciale, due o più esercizi commerciali al dettaglio non costituiscono un centro commerciale quando il loro accesso è diretto e indipendente su vie o piazze pubbliche, pedonali o veicolari, normate dall'articolo 51, comma 1, lett. b della L. R. 5 dicembre 1977, n. 56 e s. m. e i..

13. Il centro commerciale può essere dotato di spazi e servizi comuni funzionali al centro stesso, che possono essere organizzati in superfici coperte o a cielo libero. Due o più insediamenti commerciali e/o tipologie di strutture distributive, ricavati in due o più edifici separati da spazi pubblici (vie o piazze) non costituiscono un unico centro commerciale quando congiuntamente siano rispettate le seguenti condizioni:
- a) siano separate da vie o piazze pubbliche pedonali o veicolari normate dall'art.51, c.1, lett. b) della L.R.56/77 e s.m. e i.;
 - b) le vie o piazze pedonali o veicolari di cui alla lettera a) devono essere acquisite quali urbanizzazioni primarie e secondarie ai sensi dell'art.51, c.1, lett. b) della L. R. 56/77 e s.m. e i. garantendo in tal modo la presenza di diverse destinazioni d'uso urbanistiche, diversi usi possibili, diversa potestà di regolamentazione (pubblica e privata) e quindi non sussistendo più il requisito della destinazione specifica stabilita dall'art.4, c.1, lett. g) del D. Lgs. N.114/98;
 - c) le vie o piazze pedonali o veicolari pubbliche di cui alla lettera a) devono essere funzionalmente collegate alla viabilità pubblica urbana o extraurbana;
 - d) la quota parte del fabbisogno totale di posti a parcheggio reperita nelle aree private deve essere soddisfatta nell'area afferente l'insediamento che lo ha generato.

Articolo 5 – Definizioni di offerta commerciale.

1. Per *offerta commerciale* si intende il complesso dei prodotti e dei relativi servizi venduti da un singolo esercizio commerciale. Ai fini dei presenti Criteri, l'offerta commerciale si definisce come segue:
 - a. Offerta alimentare (settore merceologico alimentare);
 - b. Offerta extra alimentare (settore merceologico extra alimentare);
 - c. Offerta mista (determinata dalla presenza nello stesso esercizio commerciale sia del settore merceologico alimentare che di quello extra alimentare).
2. La superficie di vendita, l'offerta commerciale e la relativa segnalazione, ai sensi dell'art. 7 del D. Lgs. 114/98 o autorizzazione com-

merciale rilasciata ai sensi degli artt. 8 e 9 del D. Lgs. 114/98 o della L. 426/71, identificano l'esercizio commerciale.

3. L'offerta alimentare o extralimentare nelle medie e grandi strutture di vendita non si considera mista, quando sia integrata con l'offerta dell'altro settore merceologico, occupando una superficie non superiore al 20 per cento e comunque entro i limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera d) del d.lgs. n. 114/1998; tale integrazione di settore merceologico è ricavata nella superficie di vendita autorizzata dell'esercizio ed è soggetta a sola comunicazione.
4. Ai fini dell'applicazione dei presenti Criteri sono escluse le forme di vendita non comprese nell'articolo 4, comma 1, lettere d) (esercizi di vicinato), e) (medie strutture di vendita), f) (grandi strutture di vendita), g) (centri commerciali) del D. Lgs. 114/98.

Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive

1. Gli esercizi di vendita in sede fissa, ai sensi degli articoli 7, 8 e 9 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., si suddividono in:
 - Esercizi di vicinato, aventi superficie di vendita fino a 150 mq.;
 - Medie strutture di vendita, aventi superficie di vendita compresa tra 151 mq. fino a 1.500 mq.;
 - Grandi strutture di vendita, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq.
 - Centri commerciali.
2. Al fine di favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie nel rispetto della libera concorrenza, le medie e le grandi strutture di vendita sono classificate adottando la classificazione di cui al comma 2 dell'articolo 8 degli Indirizzi regionali. La classificazione delle medie e grandi strutture si riporta di seguito:

Esercizi di vicinato

Tutti gli esercizi commerciali aventi superficie non superiore a mq 150; la loro localizzazione è funzionalmente compatibile su tutto il territorio comunale fatte salve eventuali e specifiche limitazioni.

Medie strutture di vendita:

offerta alimentare o mista:

M-SAM1: superficie di vendita da 151 a 250 mq

M-SAM2: superficie di vendita da 251 a 900 mq

M-SAM3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

M-SAM4: superficie di vendita da 1.501 a 2.500 mq.

offerta non alimentare:

M-SE1: superficie di vendita da 151 a 400 mq

M-SE2: superficie di vendita da 401 a 900 mq

M-SE3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

M-SE4: superficie di vendita da 1.501 a 2.500 mq.

Grandi strutture di vendita:

offerta commerciale mista

G-SM1: superficie di vendita da 1.501 a 4.500 mq

G-SM2: superficie di vendita da 4.501 a 7.500 mq

G-SM3: superficie di vendita da 7.501 a 12.000 mq

G-SM4: superficie di vendita oltre 12.000 mq

offerta commerciale non alimentare

G-SE1: superficie di vendita da 1.501 a 3.500 mq

G-SE2: superficie di vendita da 3.501 a 4.500 mq

G-SE3: superficie di vendita da 4.501 a 6.000 mq

G-SE4: superficie di vendita oltre mq 6.000

Centri commerciali

Medie strutture di vendita

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

Grandi strutture di vendita (oltre i limiti massimi di cui sopra)

G-CC1: superficie di vendita fino a 6.000 mq

G-CC2: superficie di vendita da 6.001 a 12.000 mq

G-CC3: superficie di vendita da 12.001 a 18.000 mq

G-CC4: superficie di vendita oltre i 18.000 mq

3. La modifica o l'aggiunta di un settore merceologico in una media o grande struttura di vendita, fatto salvo quanto previsto dal precedente articolo 5, comma 2, nonché il passaggio da una classe dimensionale all'altra sono soggetti alle norme stabilite dai presenti Criteri.
4. E' consentito variare la distribuzione delle superfici come originariamente identificate negli atti autorizzativi, purché non venga quantitativamente aumentata la superficie di vendita, fatta salva la necessità di provvedere alle preventive comunicazioni o di richiedere le necessarie autorizzazioni amministrative.

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

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

PARTE III – ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Articolo 8 – Programmazione comunale.

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

Articolo 9 – Zonizzazione

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

Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali

1. Ai sensi dell'articolo 13 degli Indirizzi Regionali il Comune riconosce nell'ambito del proprio territorio i seguenti tipi di addensamento commerciale:
 - a) **A.1 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE STORICO RILEVANTE.** È riconoscibile nell'area centrale corrispondente al centro storico. Coincide all'area equivalente alla perimetrazione del Centro Storico identificata dal P.R.G.C. ai sensi dell'articolo 24, punto 2, della legge regionale 56/1977. È l'ambito commerciale di antica formazione, che si è sviluppato spontaneamente intorno al fulcro del centro urbano, caratterizzato da una buona densità commerciale e di servizi e da una elevata densità residenziale.
 - b) **A. 3 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO FORTE "RORETO".** È riconoscibile nella Frazione "Roreto". La configurazione dell'addensamento comprende un tratto viario posto lungo via Bra, un altro tratto lungo via Cuneo, un tratto lungo via Savigliano e un ultimo tratto lungo via San Rocco e alcuni tratti delle vie che le intersecano. È un ambito commerciale di recente formazione, che si è sviluppato spontaneamente all'interno del nucleo residenziale di Roreto, lungo gli assi viari di collegamento per Cuneo e Asti. E' caratterizzato da una buona densità commerciale e da una elevata densità residenziale. L'appartenenza all'addensamento urbano forte A.3 è data dal toponimo e dal numero civico delle vie facenti parte dell'addensamento. Le vie appartenenti all'addensamento urbano forte A.3 sono riportate nell'allegato A al presente regolamento. Alle vie indicate nell'Allegato A si applica l'estensione di 100 metri prevista dagli Indirizzi regionali.
2. Per una più precisa identificazione si fa riferimento alla cartografia allegata alle presenti norme.
3. Il Comune presenta delle caratteristiche urbanistiche e commerciali che non consentono di identificare altri tipi di addensamenti commerciali nell'ambito del proprio territorio.

Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali.

1. **Localizzazioni commerciali urbane non addensate L.1:** sono le zone del tessuto residenziale candidate a ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far

parte dell'addensamento storico rilevante (A.1.) o dell'addensamento urbano forte (A.3), compresa la sua estensione, così come definiti e individuati dal precedente articolo 10.

2. Le localizzazioni di tipo L.1 sono riconoscibili solamente quando corrispondono ad aree totalmente intercluse per almeno tre lati nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, così come definito dall'articolo 11 comma 8 bis degli Indirizzi regionali. Esse sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano, sempre che sia prevista la destinazione d'uso commerciale già al momento della presentazione dell'istanza di autorizzazione, nel rispetto totale dei seguenti parametri inderogabili e vincolanti secondo le modalità stabilite dall'articolo 14, comma 4, lettera a), degli Indirizzi. L'ordine di grandezza del parametro X.1. s'intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. Il parametro X.1 si intende soddisfatto anche nel caso in cui altre localizzazioni si riferiscano allo stesso nucleo residenziale.

3.

EPIGRAFE	PARAMETRO	CHERASCO
Ampiezza del raggio del nucleo in cui calcolare i residenti (mt.)	Y.1	500 mt
Numerosità minima dei residenti nel cerchio	X.1	1.000 ab
Distanza stradale massima della localizzazione dal nucleo residenziale (mt.)	J.1	500 mt
Dimensione massima della localizzazione (mq)	M.1	30.000 mq

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

L'ordine di grandezza dei parametri X.2., H.2. e W.2. si intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati.

6.

Epigrafe	Parametri	Valori di riferimento	Verifica
Ampiezza raggio della perimetrazione entro cui calcolare i residenti in mt.	Y.2.	1.000	1.000
Numerosità dei residenti entro il raggio di cui sopra	X.2.	1.500	3.406
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui sopra in mt.	J.2.	500	456
Dimensione minima della localizzazione in mq.	H.2	15.000	36.000
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1 in mt.	W.2	1.000	1.535

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

Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali

- Chiunque ne faccia richiesta può riconoscere delle nuove localizzazioni urbane non addensate di tipo L.1 sull'intero territorio comunale, nel pieno e integrale rispetto di quanto stabilito dal precedente articolo 11, commi 1, 2, 3 e 4 e dal presente articolo, sempre che, al momento della presentazione dell'istanza, l'area risulti compatibile con la destinazione d'uso commerciale (anche a seguito di contestuale cambio di destinazione di uso).
- Al momento della presentazione dell'istanza, il richiedente dovrà presentare una planimetria in scala 1:1.000 dalla quale risulti la perimetrazione della localizzazione L.1, che dovrà comprendere al suo interno oltre al punto vendita tutte le sue pertinenze, quali le aree per i posti a parcheggio, le aree di servizio all'attività commerciale, quali le aree di carico e scarico merci, per la raccolta rifiuti e simili, la viabilità di distribuzione dei posti a parcheggio e le aree verdi.
- Come indicato nella relazione illustrativa dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per il commercio in sede fissa, si determina di riconfermare sul territorio comunale la **localizzazione L.2 di "C.so Ei-**

naudi”, con un **perimetro ampliato** rispetto alla configurazione dei Criteri precedentemente adottati. Per una più precisa identificazione della localizzazione, si fa riferimento alla cartografia allegata alle presenti norme (elaborato Tavola 1 e Ambiti di addensamento commerciale).

PARTE IV – COMPATIBILITÀ TERRITORIALE ALLO SVILUPPO

Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo

1. Ai sensi dell'articolo 17 degli Indirizzi Regionali, la compatibilità territoriale allo sviluppo di ciascuna tipologia di strutture distributive è vincolo inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione di superficie di vendita, di trasferimento di sede di esercizi commerciali, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio dei prescritti permessi urbanistici relativi agli insediamenti commerciali.
2. Per ciascun addensamento commerciale e per ciascuna localizzazione commerciale si individuano le seguenti compatibilità tipologico funzionali, determinate in funzione degli obiettivi stabiliti dall'articolo 3 del presente regolamento:

TABELLA DI COMPATIBILITÀ

TIPOLOGIE	Superfici vendita	Addensamenti		Localizzazioni	
		A.1	A.3	L.1.	L.2.
Vicinato	Fino a 150	SI	SI	SI	SI
M SAM 1	151 - 250	SI	SI	SI	SI
M SAM 2	251 - 900	SI	SI	SI	SI
MSAM 3	901 - 1500	NO	SI	SI	SI
M SE 1	151 - 400	SI	SI	SI	SI
M SE 2	401 - 900	SI	SI	SI	SI
M SE 3	901 - 1500	NO	SI	SI	SI
M CC	151 - 1500	SI	SI	SI	SI
G SM 1	1501 - 4500	NO	SI	SI ⁽²⁾	NO
G SE 1	1501 - 4500	NO	SI	NO	SI ⁽¹⁾
G CC 1	Fino a 6000	NO	SI ⁽¹⁾	SI ⁽¹⁾	SI

(1) solo fino a 3.000

(2) solo fino a 1.800

3. Per il rilascio delle autorizzazioni relative alle grandi strutture di vendita si applica la tabella di compatibilità territoriale di cui all'articolo 17 degli Indirizzi regionali.
4. La compatibilità tipologico funzionale riportata al comma 2 è considerata coerente con l'utilità sociale e funzionale al conseguimento

dell'obiettivo di promozione della concorrenza e di salvaguardia dell'ambiente urbano.

5. Negli altri casi in cui la compatibilità tipologico funzionale di cui al suddetto comma 2 sia negativa, il contrasto con l'utilità sociale è determinato valutando, per le medie strutture di vendita, le esternalità negative e gli altri analoghi effetti indotti, quali ad esempio: il grave intralcio al sistema del traffico, l'inquinamento ambientale (anche acustico, in prossimità delle residenze), evidenti effetti negativi sulla produttività del sistema, effetti restrittivi sulla concorrenza nell'area di programmazione commerciale. I criteri di valutazione delle esternalità negative per le medie strutture vengono definiti con apposita deliberazione della Giunta comunale.

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

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

Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni

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

Articolo 16 – Esercizi di vicinato

1. Gli esercizi di vicinato, così come definiti al sensi dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., possono insediarsi su tutto il territorio comunale nel rispetto delle destinazioni d'uso stabilite dal P.R.G.C.
2. Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni di superficie di vendita e di settore merceologico degli esercizi di vicinato sono consentite previa SCIA, come prevista dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i.

PARTE V – COMPATIBILITÀ URBANISTICA ALLO SVILUPPO COMMERCIALE

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

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

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

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

TIPOLOGIE	DESCRIZIONE	Superficie di vendita	Formula da applicare
M SAM 2	Medie strutture miste	400 - 900	$N = 35 + 0,05 (S-400)$
M SAM 3	Medie strutture miste	901 - 1500	$N = 60 + 0,10 (S-900)$
M SE 2	Medie strutture extra alimentari	401 - 900	$N = 0,045 \times S$
M SE 3	Medie strutture extra alimentari	901 - 1.500	$N = 0,045 \times S$
M CC	Medi centri commerciali	151 - 1.500	$NCC = N' + (0,12 \times S')$

TIPOLOGIE	DESCRIZIONE	Superficie di vendita	Formula da applicare
G SM 1	Grande struttura mista	1.501 – 4.500	Nei comuni con meno di 10.000 abitanti le grandi strutture con meno di mq 2.500 di vendita sono trattate come medie strutture alimentari miste e/o miste da mq. 1.801 a mq. 2.500: $N = 140 + 0,15 (S - 1.800)$
G CC 1	Grande centro commerciale	Fino a 6.000	$NCC = N' + 0,12 \times S'$

N = numero posti auto

S = superficie di vendita

NCC = numero posti auto del centro commerciale

N' = è calcolato sommando il fabbisogno di ciascuna delle medie e grandi strutture di vendita presenti nel CC

S' = è il totale delle superfici di vendita degli altri negozi presenti nel CC

3. Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq.) di ciascun posto a parcheggio è pari a:
 - a) mq. 26 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati al piano di campagna;
 - b) mq. 28 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.
6. Gli esercizi commerciali alimentari o misti e gli esercizi commerciali extra alimentari con superficie di vendita inferiore a 400 mq. devono soddisfare solamente lo standard minimo per parcheggi pubblici, nel rispetto dell'art. 21, primo comma, numero 3), della legge Regionale n. 56/1977 e s.m.i., riferito alla superficie lorda di pavimento pertinente all'attività commerciale.
7. Per il calcolo del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per le medie e le grandi strutture di vendita, si applicano i parametri di cui al comma 2 del presente articolo e dell'articolo 25 degli Indirizzi Regionali. Dalla planimetria allegata al progetto si dovrà evidenziare il rispetto sia del numero di posti auto, calcolato con le precedenti formule, sia della superficie destinata a parcheggio.
8. La verifica della dotazione del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per ciascuna delle tipologie di cui all'articolo 6 dei presenti Criteri, è da effettuarsi nel caso in cui venga avanzata richiesta di pratica edilizia.

9. Per le medie strutture di vendita ricadenti negli addensamenti storico rilevante di tipo A.1 e minore di tipo A.4, si applica quanto prescritto dall'articolo 25, comma 5, degli Indirizzi Regionali.
10. La quota di posti a parcheggio privati e relativa superficie non soggetta alle norme dell'articolo 21 della legge regionale n. 56/77 e s.m.i. e ai precedenti commi del presente articolo, è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'articolo 41 sexies della legge 1150/42, così come modificata dalla legge 122/89.

Articolo 19 – Salvaguardia dei beni culturali e ambientali.

1. Le attività commerciali si svolgono nel rigoroso rispetto dei beni culturali e ambientali individuati ai sensi dell'articolo 24 della legge regionale 56/77 e s.m.i., secondo le finalità indicate all'articolo 6 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., e del D.lgs n. 42 del 22 gennaio 2004 e s.m.i.
2. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita di esercizi commerciali in sede fissa che comportino interventi edilizi su edifici che ricadano nella zona urbana centrale storica oppure rientrino tra quelli riconosciuti come edifici oggetto di tutela, sono assoggettate al rispetto di quanto disposto dagli strumenti urbanistici vigenti.

Articolo 20 – Verifica dell'impatto sulla viabilità e regolamentazione delle aree di sosta.

1. Le autorizzazioni per le nuove aperture, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita delle attività commerciali con superficie di vendita superiore ai 900 mq quando siano insediati negli addensamenti commerciali extraurbani (arteriali) (A.5.) e nelle localizzazioni urbano-periferiche non addensate (L.2.), oppure con superficie di vendita superiore a 1.800 mq negli addensamenti commerciali A.1. e A.3. e nelle localizzazioni commerciali urbane non addensate (L.1.), sono soggette a una verifica preventiva favorevole, effettuata dagli Uffici Tecnici comunali, circa l'impatto sulla viabilità e alle eventuali soluzioni se sussistono problemi, sulla base di una relazione da presentarsi a carico del richiedente in sede di domanda di autorizzazione commerciale.
2. Lo studio di cui al comma precedente deve comprendere anche la valutazione e la verifica approfondita delle condizioni di mercato con specifico riferimento al rischio di formazione di posizioni dominanti e alla garanzia che possa svilupparsi correttamente la dinamica con-

correnziale e a evitare l'impatto traumatico sull'occupazione e sulla funzionalità complessiva del sistema distributivo locale.

3. L'analisi, la valutazione e la verifica di impatto sulla viabilità previste dal comma 1 del presente articolo devono essere altresì estese a verifiche di compatibilità ambientale, ai sensi dell'art. 27 degli Indirizzi regionali, con particolare riguardo all'inquinamento atmosferico e acustico.
4. Tutte le attività commerciali ubicate nelle localizzazioni urbane non addensate L.1 devono dimostrare all'atto della presentazione della domanda di autorizzazione, oltre alla disponibilità di parcheggi, anche quella di appositi spazi o cortili destinati alla movimentazione delle merci e di aree di sosta per gli automezzi in attesa di scarico.

PARTE VI – DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 21 – Interventi per il sostegno degli insediamenti commerciali.

1. L'Amministrazione comunale al fine di preservare, sviluppare e potenziare le dinamiche competitive del commercio e gli effetti positivi che queste forniscono al consumatore, alle forme di aggregazione sociale e all'assetto urbano, promuove la realizzazione di progetti e programmi anche di natura urbanistica ed edilizia, volti alla riqualificazione del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana locale, ai sensi dell'articolo 18 e 19 degli Indirizzi Regionali.
2. Nell'ambito di queste finalità possono essere previste le seguenti tipologie di intervento:
 - a) Programmi Integrati di Rivitalizzazione delle realtà minori (P.I.R.) per le frazioni o le parti omogenee del territorio comunale urbanizzato con meno di 3.000 abitanti;
 - b) Programmi di Qualificazione Urbana (PQU) per l'Addensamento A.1.

Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi di costruire e/o SCIA edilizie.

1. I permessi di costruire relativi alle medie strutture di vendita sono rilasciati, nel rispetto di quanto previsto dalla legge regionale 56/77 e s.m.i., seguendo il principio della contestualità con le autorizzazioni commerciali secondo quanto indicato dal D. Lgs. 114/98 e s.m.i.
2. I permessi di costruire relativi alle grandi strutture di vendita devono essere rilasciati entro novanta giorni dalla pubblicazione sul B.U.R. del parere favorevole espresso dalla conferenza di servizi così come prevista dall'articolo 3, comma 5, della L. R. 28/99 e s.m.i.
3. Nel caso di SCIA edilizia si applica la normativa ai sensi del D.P.R. 380/2001.

Articolo 23 – Forme particolari di commercio.

1. Le erboristerie sono da considerarsi esercizi di carattere misto, e pertanto il soggetto che intenda esercitare la vendita di prodotti di

erboristeria deve essere in possesso del requisito professionale previsto per il commercio dei generi alimentari.

2. L'attività di vendita corrispondente alle tabelle merceologiche speciali è vincolata all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio o di distribuzione di carburanti e non può essere ceduta o comunque trasferita separatamente dall'attività principale alla quale inerisce.
3. Le attività di vendita di giornali e riviste rimangono assoggettate alla normativa di settore che fa capo al D. Lgs. 170/2001 e all'apposito piano comunale.
4. Non costituisce attività di somministrazione di alimenti e bevande l'assaggio gratuito degli stessi organizzato dal venditore a fini di promuovere i prodotti in vendita.

Articolo 24 – Norme finali

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

ALLEGATO "A"

ELENCO VIE COMPRESSE NELL'ADDENSAMENTO A3 FRAZIONE RORETO, CHERASCO:

- Via Bra tutta
- Via Cuneo fino al civico 57
- Via Savigliano fino al civico 38
- Via San Rocco dal civico 7, fino al civico 20
- Via Verdi dall'intersezione con via Bra al civico 1
- Via Don Roagna dall'intersezione con via Bra al civico 2
- Via Rimembranze dal civico 12 all'intersezione con via Cuneo
- Via Gorizia dal civico 16 all'intersezione con via Cuneo
- Via XXV Aprile dal civico 12 all'intersezione con via Cuneo
- Via Trento Trieste dall'intersezione con via Cuneo al civico 1/A