

Deliberazione della Giunta Regionale 16 ottobre 2020, n. 18-2108

Art. 16 c. 1 DCR n. 563-13414/99 smi. – Istanza presentata dalla soc. Bricoman Italia Srl per l'attivazione di una grande struttura di vendita, tipologia G-SE3 di mq. 5.950, settore non alimentare, C.so Romania/Strada Cebrosa, "Ambito 3.2 Cebrosa" Lotto 1, localizzazione L2 "Romania" del Comune di Torino. Parere ai sensi dell'art. 6 commi 2bis e 2ter della DGR 43-29533/2000 s.m.i.

A relazione dell'Assessore Poggio:

Premesso che:

l'art. 16, comma 1, della D.C.R. 563-13414 del 29.10.1999 come risultante dopo le ultime modifiche intervenute con la D.C.R. 20 novembre 2012, n. 191-43016 prevede che "l'apertura, il trasferimento e la variazione della superficie di vendita degli esercizi commerciali non è soggetta ad alcuna limitazione quantitativa, per comune e per zona, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'art. 41 della Costituzione e nella legge n. 287/1990, nel D.lgs. n. 59/2010, nel D.L. 201/2011 convertito dalla L. 214/2011 e nel D.L. 1/2012 convertito dalla L. 27/2012. È considerata coerente con l'utilità sociale e funzionale al conseguimento dell'obiettivo di promozione della concorrenza, la realizzazione delle tipologie distributive che rispondono ai requisiti previsti dalla presente normativa. Negli altri casi il contrasto con l'utilità sociale è determinato valutando, per le medie e grandi 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";

a tale fine la Giunta regionale ha approvato la deliberazione n. 66-13719 del 29 marzo 2010 che, ad integrazione della D.G.R. 43-29533 del 1 marzo 2000 "Disposizioni in materia di procedimento concernente le autorizzazioni per le grandi strutture di vendita" recante disposizioni attuative per l'applicazione del citato art. 16, comma 1 parte ultima, stabilisce in proposito peculiari modalità documentali e procedurali;

in particolare, ai sensi dell'art. 4 comma 5 bis della D.G.R. 43-29533 del 1 marzo 2000, nel testo risultante a seguito dell'approvazione della D.G.R. 66-13719 del 29 marzo 2010, il soggetto richiedente che intende avvalersi dell'art. 16, comma 1, ultima parte, della D.C.R. 563-13414 del 29.10.1999, così come da ultimo modificata dalla D.C.R. 191-43016 del 20.11.2012, è tenuto a rendere nell'istanza esplicita dichiarazione in tal senso e a produrre la documentazione indicata all'art. 5, con particolare riferimento alla documentazione aggiuntiva prevista al punto 12) per il caso specifico di intervento in applicazione dell'art. 16;

ai sensi dell'art. 6 comma 2 bis della D.G.R. n. 43-29533 del 1 marzo 2000 s.m.i., il responsabile del procedimento in sede regionale provvede a trasmettere alla Giunta regionale la documentazione necessaria per l'acquisizione di vincolante parere in ordine alla valutazione delle esternalità negative ed altri analoghi effetti che determinano il contrasto con l'utilità sociale ai sensi dell'art. 16, comma 1, ultima parte della DCR. 563-13414 del 29.10.1999 s.m.i.. Il parere è espresso dalla Giunta regionale, entro il termine di novanta giorni dalla data di convocazione della Conferenza dei Servizi, ai fini dell'espressione del parere finale del rappresentante della Regione nella Conferenza dei Servizi medesima. Nel caso di sua mancata acquisizione entro il termine ultimo per l'adozione della deliberazione della Conferenza dei Servizi, il parere del rappresentante della Regione nella Conferenza dei Servizi sarà negativo con la motivazione che non sono rispettati i criteri degli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio di cui alla D.C.R. n. 563-13414 del 29.10.1999, così come modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012;

l'art. 6, comma 2 ter. della D.G.R. n. 43-29533 del 1 marzo 2000 s.m.i., indica i criteri e gli elementi di valutazione sulla base dei quali la Giunta regionale esprime il proprio parere vincolante in ordine all'eventuale contrasto con l'utilità sociale valutando, nel rispetto dell'art. 16 della DCR

563-13414 del 29.10.1999, così come modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012, le esternalità negative e gli altri effetti indotti, quali: il grave intralcio al sistema del traffico, l'inquinamento ambientale, evidenti effetti negativi sulla produttività del sistema, effetti restrittivi sulla concorrenza nell'area di programmazione commerciale;

l'art. 6, comma 2 quater prevede inoltre che nel caso di mancato rispetto del comma 2 ter, e qualora eventualmente siano rilevati ulteriori effetti negativi sulla produttività del sistema ed ulteriori effetti restrittivi sulla concorrenza nell'area di programmazione commerciale, il parere vincolante espresso dalla Giunta regionale, previsto al precedente comma 2bis, sarà negativo e dovrà essere corredato da opportune motivazioni.

Dato atto che, come da documentazione agli atti della Direzione Cultura, Turismo e Commercio – Settore Commercio e Terziario:

in data 27 maggio 2020 (prot. n. 4795/A2000A) è pervenuta istanza presso la Direzione Cultura, Turismo e Commercio – Settore Commercio e Terziario, ai sensi dell'art. 16, comma 1, ultima parte, da parte della Società Bricoman Italia Srl con sede in Rozzano (MI), Via Guglielmo Marconi 24, per l'attivazione di una grande struttura di vendita, tipologia G-SE3 di mq. 5.950, settore non alimentare, ubicata in C.so Romania/Strada Cebrosa, in area denominata dal PRGC Z.U.T. "Ambito 3.2 Cebrosa" Lotto 1, all'interno della localizzazione L2 "Romania" del Comune di Torino;

il responsabile del procedimento, accertata la completezza della documentazione presentata e, in particolare, la conformità alle specificazioni indicate nell'allegato A alla Deliberazione del Consiglio Regionale n. 563-13414 del 29.10.1999 e s.m.i., con particolare riferimento a quanto indicato al punto 12) della D.G.R. 43-29533 del 1 marzo 2000, ha provveduto a comunicare alla società Bricoman Italia Srl, con nota prot. n. 5340/A2000A del 11/06/2020, l'avvio del procedimento istruttorio avvenuto in data 27 maggio 2020 e ad esaminare la documentazione trasmessa dalla Società Bricoman Italia Srl necessaria all'acquisizione del prescritto parere vincolante;

constatata la completezza della documentazione necessaria all'avvio dell'iter istruttorio e alla sua decisione in senso sostanziale, il procedimento istruttorio è stato avviato in vigore della D.C.R. n. 563-13414/1999 come modificata dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20.11.2012 e pertanto la valutazione istruttoria è stata condotta sulla base dei contenuti della suddetta deliberazione;

il responsabile del procedimento, nel corso della seduta di Conferenza del 16/09/2020, avendo constatato l'esigenza di ulteriori chiarimenti in merito agli aspetti di carattere viabilistico da parte della Società proponente ed ambientale da parte del rappresentante dell'Amministrazione del Comune di Torino, stabiliva una successiva seduta della Conferenza dei Servizi per il 23/09/2020;

il responsabile del procedimento, nel corso della successiva seduta di Conferenza del 23 settembre 2020, preso atto dei chiarimenti intervenuti e dei pareri espressi dai competenti uffici comunali e Città Metropolitana, in merito agli aspetti di carattere ambientale e viabilistico, dichiarava che gli uffici del Settore avevano predisposto la documentazione di presupposto per l'espressione da parte della Giunta regionale del parere vincolante in seno alla Conferenza dei Servizi, ai sensi dell'art. 6 comma 2 bis della D.G.R. n. 43-29533 del 1/03/2000 e s.m.i.

Dato atto, pertanto, della documentazione di presupposto per l'espressione del parere favorevole come prevista dall'art. 5, con particolare riferimento alla documentazione aggiuntiva prevista al punto 12) della D.G.R. 43-29533 del 1 marzo 2000, nel testo risultante dopo l'approvazione della D.G.R. n. 66-13719 del 29 marzo 2010, di cui all'allegato "A" "Scheda di valutazione rispetto ai criteri e indirizzi della grande struttura di vendita non alimentare nel Comune di Torino", e dato atto, in particolare, degli elementi contenuti nell'allegato "B" "Scheda di valutazione ai sensi dell'art. 6 comma 2 ter della D.G.R. n. 66-13719 del 29.3.2010" e nell'allegato "C" "Relazione di analisi sull'impatto socio economico della grande struttura di vendita", quali parti integranti e sostanziali del presente provvedimento.

Dato atto, altresì, delle risultanze degli atti istruttori e le motivazioni espresse nei suddetti allegati A, B e C.

Visto il D.lgs. n. 114 del 31 marzo 1998;

vista la L.R. n. 28 del 12 novembre 1999;
vista la D.C.R. n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 e s.m.i.;
vista la D.G.R. 43-29533 del 1 marzo 2000, nel testo risultante dopo l'approvazione della D.G.R. n. 66-13719 del 29 marzo 2010;

visto in particolare l'art. 16, comma 1 della D.C.R. 563-13414 del 29.10.1999 s.m.i..

Dato atto che il presente provvedimento non comporta alcun onere a carico del bilancio regionale.

Dato atto che con successivi provvedimenti amministrativi si provvederà ad introitare le risorse corrisposte a titolo di oneri aggiuntivi ai sensi del presente provvedimento sui capitoli ad essi dedicati (Cap. di entrata n. 32815 e Cap. di spesa n. 279972).

Attestata la regolarità amministrativa del presente provvedimento ai sensi della DGR n. 1-4046 del 17/10/2016.

Tutto ciò premesso, la Giunta regionale, unanime,

delibera

di esprimere, ai sensi del DCR n. 563-13414/1999, articolo 16, comma 1 e per le finalità di cui all'articolo 6, comma 2bis e 2 ter, della D.G.R. 43-29533 del 1 marzo 2000, parere favorevole in merito all'istanza presentata dalla Società Bricoman Italia S.r.l. con sede in Rozzano (MI), Via Guglielmo Marconi 24, per l'attivazione di una grande struttura di vendita, tipologia G-SE3 di mq. 5.950, settore non alimentare, ubicata in C.so Romania/Strada Cebrosa, in area denominata dal PRGC Z.U.T. "Ambito 3.2 Cebrosa" Lotto 1, all'interno della localizzazione L2 "Romania" del Comune di Torino, dando atto dei documenti sotto elencati che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento:

- scheda di sintesi relativa agli atti documentali allegati all'istanza (Allegato A),
- scheda di valutazione ai sensi dell'art. 6 comma 2 ter della D.G.R. n. 43-29533 del 1.3.2000 s.m.i. (Allegato B)
- relazione di analisi sull'impatto socio economico della grande struttura di vendita ai sensi dell'art. 5 punto 12) della D.G.R. n. 43-29533 del 1.3.2000 s.m.i. (Allegato C),

di demandare alla Direzione Cultura, Turismo e Commercio – Settore Commercio e Terziario l'adozione degli atti e dei provvedimenti necessari per dare ulteriore corso del procedimento in sede regionale, mediante l'espressione del parere finale favorevole da parte del rappresentante regionale all'interno della Conferenza dei Servizi prevista dall'articolo 9 del D.lgs. 114/1998, al fine del rilascio dell'autorizzazione comunale per grande struttura di vendita;

di dare atto che il presente provvedimento non comporta alcun onere a carico del bilancio regionale.

di dare atto che con successivi provvedimenti amministrativi si provvederà ad introitare le risorse corrisposte a titolo di oneri aggiuntivi ai sensi del presente provvedimento sui capitoli ad essi dedicati.

Avverso la presente deliberazione è ammesso ricorso giurisdizionale avanti al TAR entro 60 giorni dalla data di comunicazione o piena conoscenza dell'atto, ovvero ricorso straordinario al Capo dello Stato entro 120 giorni dalla suddetta data, ovvero l'azione innanzi al Giudice ordinario, per tutelare un diritto soggettivo, entro il termine di prescrizione previsto dal Codice civile.

La presente deliberazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 5 della l.r. n. 22/2010.

(omissis)

Allegato

**SCHEDA DI VALUTAZIONE RISPETTO CRITERI E INDIRIZZI REGIONALI DELLA GRANDE STRUTTURA
DI VENDITA EXTRALIMENTARE NEL COMUNE DI TORINO
IN APPLICAZIONE DELL'ART. 16 COMMA 1 ULTIMA PARTE DELLA DCR 563-13414 DEL 29.10.1999
S.M.I.**

Comune di TORINO

Istanza n. 1291

CITTA' METROPOLITANA DI TORINO

Soc. BRICOMAN ITALIA SRL

Sede: Via Guglielmo Marconi 24 – Rozzano (MI)

Legale rappresentante: Alessandro DI GIOVANNI

=====

Data presentazione domanda al Sindaco: 27/05/2020
Data trasmissione domanda in Regione: 27/05/2020
Data completamento atti istruttori ed avvio del procedimento: 27/05/2020
Data convocazione Conferenza Servizi: 27/07/2020
Data svolgimento Conferenza dei Servizi (entro 60 giorni dalla Convocazione): 16/09/2020
Data Termine deliberazione Conferenza: 25/10/2020
Silenzio assenso: 24/11/2020

Ubicazione dell'esercizio : Corso Romania/Strada Cebrosa, in area Z.U.T. "Ambito 3.2 Cebrosa"
Lotto 1 all'interno della L2 " Romania -Torino"

Tipo di intervento: Attivazione grande struttura extralimentare, tipologia G-SE3, di mq. 5.950

Superficie complessiva: mq. 11.302

Settore: non alimentare

Presentazione istanza ai sensi dell'art. 16 comma 1 ultima parte della DCR 563-13414/99 come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012 per l'attivazione della grande struttura extralimentare G-SE3 di mq. 5.950, in quanto tale superficie non è prevista nelle tabelle di compatibilità territoriale dello sviluppo di cui all'art. 17 delle DDCR.

La società, ai sensi dell'art. 4 comma 5 bis della D.G.R. n. 43-29533/2000 s.m.i. che regola le domande che si avvalgono dell'applicazione dell'art. 16 c.1, dichiara quanto segue

- di volersi avvalere dell'art. 16, comma 1, ultima parte, della D.C.R. n. 563-13414/1999 così come modificata da ultimo dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012 per l'istanza di autorizzazione amministrativa per l'attivazione della grande struttura extralimentare G-SE3 di mq. 5.950;
- l'autorizzazione amministrativa finale della grande struttura di vendita extralimentare G-SE3 di mq. 5.950 sarà intestata alla società Bricoman Italia Srl con sede legale a Rozzano (MI), Via Guglielmo Marconi 24;
- di essere in possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 5 del d. lgs. n. 114/98 e dell'art. 71 del D.Lgs n. 59/2010, attraverso la persona del sig. Alessandro Di Giovanni, legale rappresentante della società Bricoman Italia Srl;
- di essere in possesso dell'Attestato di Pre-Valutazione n. **ITPM-COM-NC- 030-2017-TO-PRE** rilasciato da iiSBE Italia il 23/09/2019, con un punteggio pari a **3,0** che dimostra il raggiungimento del valore minimo di qualità energetica ed ambientale fissato dalla DGR n. 44-6096 del 12/07/2013 in applicazione dell'art. 15 c. 4 della DCR n. 563-13414 del 29.10.1999 come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 21.11.2012."

ART. 6 - 8 - DESCRIZIONE DELLA TIPOLOGIA DISTRIBUTIVA

Ubicazione dell'esercizio : Corso Romania/Strada Cebrosa Torino

Tipo di intervento: Attivazione di una grande struttura di vendita, tipologia G-SE3 di mq. 5.950, settore non alimentare, ubicato in C.so Romania/Strada Cebrosa, in area Z.U.T. "Ambito 3.2 Cebrosa" Lotto 1 del PRGC, all'interno della localizzazione L2 "Romania" del Comune di Torino

- Settore non alimentare
- Superficie complessiva: mq. 11.302

Descrizione del progetto dell'intervento:

L'insediamento commerciale in progetto riguarda l'attivazione di una struttura di grandi dimensioni di tipologia extra alimentare, collocata in un nuovo immobile che verrà edificato in un'area affacciata su Corso Romania all'incrocio con Strada Cebrosa, al confine con il territorio del Comune di Settimo Torinese.

L'area in esame è parte di un vasto ambito territoriale che coinvolge il Quadrante Nord - Est della città di Torino, compreso tra i confini con San Mauro Torinese e Settimo Torinese, a cavallo delle infrastrutture di ingresso a Torino da nord (autostrada, tangenziale, statale padana superiore S.R.11) e pertanto ha una posizione ottimale nei confronti della viabilità di lungo e medio raggio. Tale zona appartiene a un'area già fortemente compromessa da una elevata presenza di manufatti industriali e commerciali ed oggetto, da alcuni anni, di numerosi studi e programmi finalizzati a una complessiva riqualificazione urbanistica e recupero di un ambito produttivo dismesso.

Infatti, l'area è stata oggetto nel 2011 di due Programmi Integrati di Riqualificazione Urbanistica Edilizia e Ambientale (cosiddetto PR.IN), che riguardavano il complesso industriale della Michelin Italiana S.p.A. di corso Romania, le aree dismesse dalla ex Traco, poste tra corso Romania e strada della Cebrosa e gli immobili della Basic Italia S.p.A. di strada della Cebrosa, poi di un Programma di Rigenerazione Urbana, Sociale e Architettonica (P.R.U.S.A.), approvato dal Consiglio Comunale il 24/11/2014, che costituiva l'atto di indirizzo per la predisposizione di varianti urbanistiche per le aree

individuare nella relativa perimetrazione, nonché per l'aggiornamento dei contenuti dei predetti PR.IN..

Successivamente, l'Amministrazione Comunale approvava la deliberazione consiliare n. 46 del 22 maggio 2017 (mecc. 2017 01354/009) avente a oggetto: "Atto di indirizzo: Revisione Generale P.R.G. Vigente" e, al fine di garantire alla revisione del P.R.G. l'indispensabile autonomia per il futuro sviluppo della Città, riteneva di rimandare a successivi atti le scelte strategiche di pianificazione in merito alle porzioni territoriali di rilevante estensione e complessità, in particolare come quelle del succitato P.R.U.S.A. del quadrante Nord-Est. Con deliberazione del Consiglio Comunale 84 del 31 luglio 2017, (mecc. 2017-02899009), si è pertanto proceduto alla revoca delle deliberazioni relative ai P.R.U.S.A. e ai PR.IN precedenti individuando, nelle more dell'approvazione della revisione del P.R.G., la possibilità di attivare eventuali provvedimenti di variante urbanistica nel caso in cui ne sia ravvisata l'urgenza e se ne riscontri la coerenza con gli obiettivi rappresentati nel citato atto di indirizzo.

Con la Variante 322 del PRGC, approvata con deliberazione del C.C. n. 83 in data 29 luglio 2019 (mecc. 20103035/009), l'area, destinata dal PRG vigente ad Attività Produttive (IN), è stata classificata a nuova Zona Urbana di Trasformazione denominata "Ambito 3.2 Cebrosa" con una SLP realizzabile massima di mq 16.000 e destinazione d'uso 100% Attività di Servizio alle Persone e alle Imprese (ASPI). La nuova struttura commerciale oggetto della presente istanza si inserisce nella parte più orientale dell'ampliamento territoriale della localizzazione urbano periferica L.2 "Romania", approvata nella sua nuova perimetrazione con DCC del 12/11/2018, mecc. 2018-04493/016.

Il progetto prevede la realizzazione di un complesso commerciale composto da tre strutture indipendenti (tre Lotti): la grande struttura extra alimentare, oggetto della presente istanza, di 5.950 mq di superficie di vendita e una SLP complessiva di mq. 11.302 (Lotto 1), un centro commerciale non alimentare G-CC1 di 3.168 mq., composto da due unità indipendenti M-SE4 e M-SE3 rispettivamente di 2.265 e 903 mq. di superficie di vendita (Lotto 2), ed infine un edificio destinato a ristorazione con una superficie complessiva di circa 600 mq. (Lotto 3).

L'intervento in oggetto consiste nella realizzazione di un fabbricato a destinazione commerciale denominato (Lotto 1) che si sviluppa su un piano fuori terra con una superficie di vendita di 5.950 mq. E' presente, altresì, una zona carico/scarico di oltre 3.000 mq e una "Area espositiva esterna" di estensione importante, contigua alla superficie di vendita.

Descrizione dell'offerta commerciale

L'offerta commerciale della struttura è considerata di tipo extralimentare: genere "Bricco" che prevede la vendita al minuto e all'ingrosso sia a privati sia a professionisti (artigiani, imprenditori ecc.)

La superficie di vendita richiesta è pari a 5.950 mq. settore extra alimentare.

Ai fini della procedura e delle valutazioni di impatto, la struttura è una grande superficie extralimentare G-SE3 da mq 4.501 a mq. 6.000 di superficie di vendita e, come tale, in riferimento a quanto indicato dalle tabelle di programmazione regionale, prevede che venga seguita la procedura di cui all'art. 16 comma 1 ultima parte.

VERIFICATA la tipologia della grande struttura extra alimentare

=====

ART. 10-11 - AREA DI PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE e CLASSIFICAZIONE DEI COMUNI

Comune POLO della rete primaria – centro metropolitano - con 882.523 abitanti residenti.
Appartenente all'area di programmazione commerciale di TORINO e attrattore della medesima Area commerciale che comprende altri 33 comuni confinanti o limitrofi.

=====

ART. 12-13-14 CLASSIFICAZIONE ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE - CRITERI E RICONOSCIMENTO DEGLI ADDENSAMENTI E LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI

Il Comune di Torino con DCC n. 18 del 12.3.2007, ha approvato i criteri comunali per il rilascio delle autorizzazioni per medie e grandi strutture di vendita, ai sensi della DCR n. 59-10831 del 24/03/2006. Con la Variante al PRG n. 160, approvata con DCC n. 12 del 31/01/2011, il Comune di Torino ha definito le zone di addensamento e localizzazioni commerciali con le apposite cartografie. Infine, con DCC n. 19 del 9/03/2015 l'Amministrazione comunale ha adeguato la propria normativa a quella regionale approvata con DCR n. 191-43016 del 20/11/2012.

La nuova struttura commerciale oggetto della presente istanza si inserisce nell'ampliamento territoriale della localizzazione L.2 "Romania", approvata originariamente nel 2008, ampliata con Accordo di Programma nel 2015 (ratificato con DCC n. 19/2015) e nella sua attuale perimetrazione con Accordo di Programma ratificato con DCC del 12 novembre 2018, mecc.2018-04493/016.

La destinazione d'uso commercio al dettaglio è stata effettuata con la Variante al PRGC n. 322, approvata con deliberazione del C.C. in data 29 luglio 2019 (mecc. 20103035/009).

=====

ART. 16 - SVILUPPO E CONCORRENZA (c. 1 ultima parte e c.2)

La relazione economica presentata descrive nel merito gli aspetti economico strutturali della rete commerciale nell'ambito del comune di Torino e nell'ambito dell'area di programmazione commerciale di cui alla l.r. 28/99 smi.

Poiché la domanda di autorizzazione commerciale è effettuata sulla base delle norme dell'art. 16 comma 1 seconda parte, la società ha prodotto la documentazione richiesta dal punto 12 dell'art. 5 della DGR n. 43-29533 del 1 marzo 2000 s.m.i. .

Tale relazione dettaglia la metodologia di calcolo degli aspetti di concorrenza e mercato nell'ambito della città e dell'area di programmazione commerciale di cui alla l.r. 28/99.

La verifica delle informazioni e la correttezza della metodologia è valutata sulla base della metodologia di calcolo adottata di prassi, ed è contenuta nella relazione definita allegato C alla presente istruttoria.

=====

ART. 17 - COMPATIBILITA' TERRITORIALE

La grande struttura distributiva di tipologia G-SE3 di 5.950 mq ha una superficie di vendita superiore a quelle compatibili nelle tabelle di compatibilità territoriale dello sviluppo per il centro metropolitano per una localizzazione L2 (tab. 1 art. 17)

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 16 c. 1 e dell'art. 17 c. 2 non possono essere poste limitazioni al rilascio delle autorizzazioni che abbiano come motivazione il mancato rispetto di limitazioni di natura economica quale quella della superficie di vendita.

Ai sensi dell'art. 16 c.1 ultima parte le domande che superano i limiti di superficie di vendita indicati devono essere esaminate sulla base di ulteriori criteri che consentano di valutare le ulteriori esternalità negative prodotte.

I criteri di valutazione delle ulteriori esternalità negative sono contenute nella DGR n. 43-29533/2000 smi all'art. 6 c. 2bis, 2ter, 2quater, 2 quinquies, la cui verifica è dettagliata all'Allegato B, che prevede tra l'altro che la decisione sia assunta con atto della Giunta regionale entro il termine dei 90 gg dall'avvio del procedimento.

=====

Art. 18/19 – INTERVENTI PER LA VALORIZZAZIONE DEGLI ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI E PER IL RECUPERO DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE - PROGRAMMI INTEGRATI DI RIVITALIZZAZIONE DELLE REALTA' MINORI

Area di “Trasformazione Urbana” ai sensi del PRGC

Per completezza di informazione i Piani di qualificazione urbana approvati per il Comune di Torino sono:

anno 2000 – Area CAMPIDOGLIO

anno 2001 – Area BORGO DORA

anno 2002 – Area RACCONIGI

anno 2003 – Area limitrofe a Racconigi ossia FREJUS e MONGINEVRO

Nessuno di questi interventi interessa l'area oggetto dell'intervento e/o l'ambito di “trasformazione urbana” né addensamenti collocati nelle immediate vicinanze della previsione localizzativa

ART. 23 - INDIVIDUAZIONE DEI BENI CULTURALI E AMBIENTALI

Nulla viene indicato nella relazione.

=====

ART. 24 - DESTINAZIONI D'USO

Il comune di Torino, nel corso del procedimento istruttorio ha trasmesso, in data 4 settembre 2020 il Certificato urbanistico datato 7 agosto 2020, dal quale emerge quanto segue:

Strumentazione urbanistica vigente

-P.R.G.C. approvato	DGR n. 3-45091/21.4.1995
Aggiornamento a seguito variazioni del CC –	DD n. 432/27.9.2000
Aggiornamento a seguito variazioni del CC –	DD n. 274/28.3.2003
Variante parziale 106–	DCC n.. 43/13.2.2006
Variante 38	DGR n. 21-2495/3.4.2006
Variante parziale 135–	DCC n. 182/25.9.2006
Variante parziale 111 -	DCC n. 4/14.1.2008
Variante strutturale n. 100	DGR n. 21-9903/27.10.2008
Variante parziale 115–	DCC 13/8.2.2010
Variante parziale 109–	DCC 129/11.10.2010
Variante parziale 160 (adeguamento ai criteri comunali) –	DCC 12/31.1.2011
Variante parziale 189–	DCC 23/24.2.2011
Variante parziale 243–	DCC 199/5.12.2011
Variante parziale 270–	DCC 23/8/04/2013
Variante parziale 322	DCC 8329/07/2019 (mecc. 20103035/009)

destinazione d'uso dell'area di intervento :

Dal PRGC l'area sita a Torino:

- individuato a catasto terreni al fg. 1019 particelle 9, 33, 35, 46, 47
- Ricade in
 - ZONA NORMATIVA: "Ambito 3.2 Cebrosa" - L2 "Romania"

la cui attuazione è normata dagli artt. 7 e 15 delle N.U.E.A. e dalla scheda normativa con relativo allegato grafico "TAVOLA 3.2A - REGOLE EDILIZIE E URBANISTICHE" che individua le prescrizioni specifiche.

Con nota ns. prot. 6334 del 14/07/2020, il Comune di Torino – Direzione Territorio ed Ambiente - Area Urbanistica, ha espresso il parere di conformità urbanistica, precisando altresì che:

L'area commerciale in progetto è normata dalla Variante 322 al P.R.G.C. e classificata Zona Urbana di trasformazione "Ambito 3.2 Cebrosa", approvata dal Consiglio Comunale con deliberazione C.C. n. 83 in data 29 luglio 2019 (mecc. 20103035/009), la cui scheda normativa di PRG prevede quali destinazioni d'uso:

- 100% di SLP massima realizzabile ad ASPI 16.000 mq.

L'area dell'insediamento commerciale è inclusa nella localizzazione L.2 "Romania" risultante nella sua attuale perimetrazione dall'Accordo di Programma del 2018 ratificato con DCC del 12 novembre 2018, mecc.2018-04493/016.

Per quanto riguarda la trasformazione di tali ambiti, l'art. 7 delle N.U.E.A. prevede che debba essere attuata con SUE pubblico o privato esteso all'intero ambito o a più ambiti, a condizione che sia approvato uno studio unitario esteso all'intero ambito, con deliberazione dell'Amministrazione comunale, proposto da Comune o dai privati proprietari di almeno il 75% delle superficie catastali. Parere, , della Direzione Territorio ed Ambiente della Città di Torino.

E' VERIFICATA LA CONFORMITA' ALLA STRUMENTAZIONE URBANISTICA VIGENTE ED OPERANTE AL MOMENTO DELLA PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA

=====

ART. 25 - Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta

Grande struttura G-SE3 di 5.950 mq. corrispondente pa 444 pari a mq. 11.544 di cui almeno il 50% pubblici, pari a pa 222 per complessivi mq. 5.772)

G-SE3 mq. 5950 (40+0.08(5950-900))

pa 444 x mq 26 = mq. 11.544

Verifica dal progetto:

Dalla tavola progettuale n. D_VER 01_A A4

Parcheggi pubblici a raso **pa 308 = mq. 8832**

Parcheggi privati a raso **pa 150 = mq. 4172**

Totale complessivo pa 458 = mq. 13.004

art. 25 - DCR/12 fabbisogno **pa 444 pari a mq. 11.544 < 458 pa a mq 13.004 di cui almeno il 50% pari a pa 222 e a mq 5.722 devono essere parcheggi pubblici (il progetto prevede parcheggi pubblici 308 per mq 8832)**

art. 21 LR 56/77

100% della SUL mq. 11.302 di cui il 50% minimo destinato a parcheggio pubblico pari a mq. 5.651, il rimanente a verde pubblico

In progetto sono previsti 308 pa pubblici corrispondenti a mq. 8.832

L.122/89 - Volume mc 11302 x3,5/10 = mq. 3.956

Il progetto prevede mq. 4.172 pa 150 privati.

VERIFICATO

=====

ART. 26 IMPATTO SULLA VIABILITA' Dalla relazione sottoscritta dal professionista incaricato:

L'intervento rientra nel quadro della scheda urbanistica relativa alla ZUT di ambito 3.2 "Cebrosa", così come definita dalla Variante 322 al PRG, approvata con Deliberazione Consiglio Comunale di Torino 2019 03035/009 del 29 luglio 2019 e si inquadra all'interno dell'Ambito di programmazione commerciale urbano periferica di tipo L2, Romania, approvato con Deliberazione della Giunta Regionale 3 agosto 2018, n. 17-7343. In sintesi, il progetto prevede la realizzazione di n. 3 strutture a destinazione commerciale e somministrazione per una SLP complessiva pari a 15.870 mq, suddivisa in una SLP commerciale di 15.272 mq e una SLP per ristorazione di 598 mq, con la seguente articolazione in lotti:

Lotto 1, Grande Struttura di Vendita ad offerta extra alimentare G-SE3, di SLP complessiva di 11.302 mq e Superficie di vendita di 5.950; mq. Lotto 2, Centro Commerciale G-CC1, con n. 1 Media struttura di vendita extra alimentare M-SE4, di SLP complessiva di 2.885 mq e Superficie di vendita 2.265 mq e n. 1 Media Struttura di vendita extra alimentare M-SE3 di SLP complessiva 1.085 mq e Superficie di vendita 903 mq.; Lotto 3 una strutture di ristorazione di SLP 59 mq. e Superficie di somministrazione di 450 mq.

L'obiettivo della Relazione è quello di determinare in corrispondenza delle infrastrutture stradali comprese nell'area di studio, ovvero sulla parte della rete stradale che può risentire in modo significativo dell'incremento di traffico indotto dalle attività commerciali, i flussi di traffico, i livelli di servizio, i ritardi e gli accodamenti, sia allo stato attuale sia nello scenario di attuazione dell'intervento.

Per conseguire tale finalità si è proceduto all'analisi dello scenario attuale, mediante rilevazione dei flussi di traffico per due settimane nei giorni di Venerdì e Sabato dal 2 al 10 febbraio 2018, nella fascia oraria 17.00 – 19.00. Lo studio di viabilità è stato esteso alla porzione della rete stradale che si reputa possa risentire in maniera significativa del traffico indotto dagli insediamenti commerciali.

Nei due scenari oggetto di analisi: attuale e progettuale, sono state condotte analisi di capacità e livelli di servizio (LOS) sulle principali strade e intersezioni comprese nell'area di studio e sugli accessi all'area commerciale.

I risultati delle analisi di capacità hanno evidenziato che la rete stradale nello scenario futuro in esame, integrata con gli interventi viari in progetto, delle relative intersezioni con la viabilità esistente, in una situazione limite di massimo affollamento dei parcheggi delle attività commerciali e di ristorazione previste nell'ambito Z.U.T. 3.2 Cebrosa nell'ora di punta serale, non presenta situazioni di criticità, né peggioramenti significativi rispetto allo scenario attuale. I livelli di servizio permangono su valori compresi tra LOS A – D, con valori di riserva di capacità che rimangono sempre pari o superiori al 50%.

Rilievi del traffico attuale:

I rilievi sono stati effettuati dal 2.2.2018 al 10.2.2018 nei giorni di venerdì e sabato dalle ore 17 alle 19.

Nella relazione sono allegate le tabelle delle 2 settimane di rilievo.

Il rilievo del traffico attuale più critico preso in considerazione è il venerdì 2.2.2018 dalle ore 17 alle ore 18

Los attuali compresi tra A e D.

Los E all'incrocio tra strada Cascinette e strada Cebrosa.

Flussi viari indotti:

Flusso viario considerato in entrata per l'intervento in oggetto: lotto 1 veicoli/ora 444, lotto 2 veicoli/ora 143, lotto 3 veicoli/ora 50, totale 637

Flusso viario considerato in uscita per l'intervento in oggetto: lotto 1 veicoli/ora 444, lotto 2 veicoli/ora 143, lotto 3 veicoli/ora 50, totale 637

Flusso viario considerato in entrata per altri interventi: 0 veicoli/ora

Flusso viario considerato in uscita per altri interventi: 0 veicoli/ora

TOTALE MOVIMENTO INDOTTO CONSIDERATO IN ENTRATA: 637 veicoli/ora

TOTALE MOVIMENTO INDOTTO CONSIDERATO IN USCITA: 637 veicoli/ora

Flusso viario considerato in entrata per altri interventi:

Area Ex GFT 766 veicoli/ora in ingresso e 766 veicoli/ora in uscita

Torino Fashion Village 830 veicoli/ora in ingresso e 830 veicoli/ora in uscita

Opere di viabilità in progetto

Opere indicate dal proponente quali necessarie prima dell'attivazione della struttura commerciale:

1. Potenziamento del tratto di Strada Cebrosa dalla rotatoria esistente su Corso Romania alla nuova rotatoria d'accesso all'area commerciale in progetto. Prevede la realizzazione di un viale urbano a quattro corsie, marciapiede antistante l'area commerciale e sul fronte opposto.
2. Nuova intersezione a rotatoria tra la Strada Cebrosa e la nuova strada di accesso all'area commerciale in progetto.
3. Nuova intersezione semaforizzata tra Strada Cebrosa e Strada delle Cascinette.

4. Nuova intersezione semaforizzata tra Strada Cebrosa e le rampe di accesso dello svincolo Abbazia di Stura del Raccordo Falchera A55.
5. Nuova viabilità di accesso ai parcheggi dell'area commerciale e alle aree di carico – scarico merci degli insediamenti dei lotti 1 e 2 a partire dalla nuova rotatoria sulla Strada Cebrosa e sino alla nuova rotatoria per l'inversione di marcia. Si tratta di una viabilità a due corsie e doppio senso di marcia
6. Nuova pista ciclabile bidirezionale, in affiancamento alla nuova viabilità descritta al punto 5.

La zona d'insediamento commerciale non è stata oggetto di progetto unitario di coordinamento in quanto non necessario, poiché l'area è stata oggetto di AdP ex art. 14 della DCR 563-13414 del 29.10.99, come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012.

Descrizione aree di carico scarico:

Le aree sono indipendenti dalle aree di parcheggio e sono dotate di corsie di ingresso e uscita riservate.

Descrizione delle criticità rilevate:

Previsti LOS non peggiori del D.

Le opere dovranno essere oggetto di convenzione o di atto unilaterale d'obbligo e dovranno essere autorizzate dagli enti competenti.

Prescrivere che tutte le opere viarie in progetto siano realizzate, collaudate e/o consegnate anticipatamente in attesa di collaudo, entro l'attivazione della struttura commerciale.

Non necessaria la rappresentazione grafica di cui all'art. 5 punto 3 DGR n. 66-13719 del 29.3.2010 delle aree da destinarsi alle compensazioni per mitigare i danni derivanti dal consumo di suolo, in quanto trattasi di recupero di area con impianto produttivo dismesso.

ART. 27 VERIFICA IMPATTO AMBIENTALE

Il nuovo insediamento commerciale ricade su di un'area situata a Nord-Ovest dell'abitato del Comune di Torino, al confine con il comune di Settimo. L'area attualmente risulta libera, a seguito delle demolizioni degli edifici destinati alla logistica della precedente attività.

Relativamente l'impatto acustico la relazione afferma *“che all'interno dell'isocrona 10', ad eccezione di un ricettore prossimo all'insediamento commerciale, l'entità dei flussi veicolari indotti è tale da non evidenziare l'insorgere di problemi di carattere ambientale in corrispondenza di tutti i ricettori sensibili individuati.*

L'unico ricettore sensibile interessato a un incremento di traffico più consistente nell'ora di punta serale considerata, è il n. 1 relativo alla Scuola dell'infanzia del Villaggio Olimpia, posto

nelle vicinanze del nuovo insediamento commerciale, al limite della fascia di pertinenza di 30 metri di Via Torino nel comune di Settimo Torinese, che registra un incremento del flusso veicolare dalle 17 alle 18 pari a circa il 20% complessivamente nei due sensi rispetto al traffico attuale.

Peraltro occorre considerare che tale traffico addizionale è stato valutato nell'ora di punta serale (17,00 – 18,00), cioè quando l'istituto scolastico in oggetto presumibilmente non sarà attivo, mentre il traffico addizionale risulterà assai più limitato, quasi trascurabile rispetto al traffico già oggi circolante, durante il periodo mattutino di piena attività della scuola dell'infanzia.”

IMPORTO MINIMO DI SPESA – LOTTO 1

Viene indicata una spesa prevista per Oneri di urbanizzazione da corrispondere al Comune di euro 2.326.742,74.

OBBLIGHI E PRESCRIZIONI GENERALI

OBBLIGO DI VERSAMENTO DEGLI ONERI AGGIUNTIVI DESTINATI A CONTRIBUIRE ALLA RIVITALIZZAZIONE E RIQUALIFICAZIONE DEL COMMERCIO (ART. 3 – c. 3bis LR 28/99 - DGR 21-4844 del 11.12.2006)

Calcolo oneri

DGR 21-4844 del 11.12.2006 art. 2 c. 5

Per quanto riguarda l'attivazione della struttura commerciale con superficie di vendita complessiva di mq 5.950 la norma prevede che, per la nuova apertura di una grande struttura, l'onere è corrisposto con riferimento alla superficie lorda di pavimento dell'immobile entro cui si estende la superficie di vendita.

D.C.R. n. 21-4844/2006 Art. 2 comma 3 e 6 – art. 4 punto 1 lett b)

- oneri di urbanizzazione applicati dal Comune di Torino in base ai quali si calcola l'onere dovuto (urbanizzazione primaria 170.62 e secondaria 35.25) **Euro 205.87** (dati comunicati dalla società)
- Superficie utile lorda dell'insediamento, sulla quale calcolare l'onere dovuto, **mq. 11302**
Euro **205.87** x mq. **11302** = **Euro 2.326.742,7**
- percentuale da applicare a seconda della classe dimensionale dell'esercizio commerciale (grande struttura G-SE3. 5.950) **34%**

onere dovuto complessivamente:

Euro **2.326.742,7** x 34% = **Euro 791.092,53**

D.G.R. n. 21-4844/2006 art. 4 punto 1 lett ii)

Per le Localizzazioni L2 è interessato dagli oneri il comune sede dell'intervento e i comuni ad esso contermini.

D.G.R. n. 21-4844/2006 – art. 9 (criteri riparto oneri)

L.R.28/99 art. 3 comma 3bis

Della quota complessiva dovuta al rilascio dell'autorizzazione, dovrà essere versata una quota, come di seguito specificata nel fondo regionale a favore del commercio (art. 3 comma 3 bis della LR 28/99). Per le restanti quote, **al momento del rilascio dell'autorizzazione la società dovrà stipulare apposito atto d'obbligo con cui si impegna a corrispondere gli oneri aggiuntivi dovuti al momento dell'attivazione dell'esercizio.**

La quota complessivamente dovuta pari a euro **791.092,53** è così ripartita:

- **Euro 197.773,13** corrispondente al 25% degli oneri aggiuntivi da versare nell'apposita sezione del fondo a favore del commercio ai sensi dell'art. 3 comma 3 bis della l.r. n. 28/99 s.m.i., di cui
 - **Euro 59.331,94** pari al 30% da versare al **rilascio** dell'autorizzazione commerciale
 - **Euro 138.669,19** pari al restante 70% all'**attivazione** della grande struttura di vendita
- **Euro 593.319,40** corrispondente al 75% degli oneri aggiuntivi **da ripartire all'attivazione della struttura commerciale, ne seguente modo:**
 - **Euro 266.993,73** corrispondente al 45% del 75% degli oneri, al comune sede dell'intervento: Torino;
 - **Euro 326.325,67** corrispondente al 55% del 75% degli oneri ai comuni limitrofi, secondo l'allegata tabella:

Comune limitrofi	Quote €
Bandissero Torinese	33.592,35
Beinasco	19.195,63
Borgaro	28.793,44
Collegno	14.396,72
Grugliasco	19.195,63
Mappano	33.592,35
Moncalieri	14.396,72
Nichelino	14.396,72
Orbassano	14.396,72
Pecetto	33.592,35
Pino	33.592,35
Rivoli	14.396,72
San Mauro	19.195,63
Settimo	14.396,72
Venaria Reale	19.195,63
TOTALE	326.325,67

Nella Delibera saranno riportati i dati necessari per effettuare i versamenti alla Regione Piemonte.

OBBLIGO DI VERSAMENTO DEGLI ONERI AGGIUNTIVI A COMPENSAZIONE AMBIENTALE (l.r. 28/99 art. 3 ter)

In considerazione della circostanza che la Giunta Regionale non ha ancora predisposto i criteri di riparto di detti oneri, per il rilascio dell'autorizzazione commerciale deve essere acquisito dal comune atto d'obbligo in cui la società si impegna a versare una quota di compensazione, computata in una percentuale compresa tra il **5% ed il 10%** degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria, destinata alla certificazione della compatibilità energetica ed ambientale e all'indennizzo dell'irreversibilità non compensabile della trasformazione del suolo di riferimento.

OBBLIGO DI SOTTOPORRE IL PROGETTO DEL CENTRO COMMERCIALE ALLA FASE DI VERIFICA AMBIENTALE DI CUI ALLA L.R. 40/98

OBBLIGO DELL'ACQUISIZIONE DELL'AUTORIZZAZIONE URBANISTICA DI CUI ALL'ART. 26 C.7 E SEGG.- L.R. 56/77 preventiva al rilascio delle concessioni edilizie (in quanto la slp è maggiore di mq. 4000) che dovrà contenere TUTTE LE PRESCRIZIONI E OBBLIGHI COMMERCIALI, PROGETTUALI, VIABILISTICI ED AMBIENTALI DERIVANTI DALLE PRECEDENTI FASI PROCEDIMENTALI (autorizzazione commerciale e fase di verifica ambientale)

Torino 29 luglio 2020

**IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
DIRIGENTE DEL COMMERCIO E TERZIARIO
DOTT. CLAUDIO MAROCCO
FIRMATO IN DIGITALE**

ALLEGATO B

**SCHEDA DI VALUTAZIONE AI SENSI DELL'ART. 6 COMMA 2 TER DELLA D.G.R. N. 66-13719 DEL 29.03.2010 IN
APPLICAZIONE DELL'ART. 16 COMMA 1 DELLA D.C.R. n. 563-13414 del 28.10.1999 s.m.i.**

**D. LGS. N 114/98 – LEGGE REGIONALE N. 28/99 s.m.i. -
DOMANDE DI AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

Istanza n. 1291

Comune di TORINO

Città Metropolitana TORINO

Soc. BRICOMAN ITALIA SRL

Sede: Via Guglielmo Marconi 24 – Rozzano (MI)

Legale rappresentante: Alessandro DI GIOVANNI

=====

Data presentazione domanda al Sindaco 27/05/2020
Data trasmissione domanda in Regione: 27/05/2020
Data completamento atti istruttori ed avvio del procedimento: 27/05/2020
Data convocazione Conferenza Servizi: 27/07/2020
Data svolgimento Conferenza dei Servizi (entro 60 giorni dalla Convocazione): 16/09/2020
Termine deliberazione Conferenza: 25/10/2020
Silenzio assenso: 24/11/2020

Ubicazione dell'esercizio : Corso Romania/Strada Cebrosa, in area Z.U.T. "Ambito 3.2 Cebrosa"
Lotto 1 all'interno della L2 " Romania -Torino"

Tipo di intervento: Attivazione grande struttura extralimentare, tipologia G-SE3, di mq. 5.950

Superficie complessiva: mq. 11.302

Settore: non alimentare

Presentazione istanza ai sensi dell'art. 16 comma 1 ultima parte della DCR 563-13414/99 come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012 per l'attivazione della grande struttura extralimentare G-SE3 di mq. 5.950, in quanto tale superficie non è prevista nelle tabelle di compatibilità territoriale dello sviluppo di cui all'art. 17 delle DDCR.

La società, ai sensi dell'art. 4 comma 5 bis della D.G.R. n. 43-29533/2000 s.m.i. che regola le domande che si avvalgono dell'applicazione dell'art. 16 c.1 , dichiara quanto segue

- di volersi avvalere dell'art. 16, comma 1, ultima parte, della D.C.R. n. 563-13414/1999 così come modificata da ultimo dalla D.C.R. n. 191-43016 del 20/11/2012 per l'istanza di autorizzazione amministrativa per l'attivazione della grande struttura extralimentare G-SE3 di mq. 5.950;
- l'autorizzazione amministrativa finale della grande struttura di vendita extralimentare G-SE3 di mq. 5.950 sarà intestata alla società Bricoman Italia Srl con sede legale a Rozzano (MI), Via Guglielmo Marconi 24;
- di essere in possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 5 del d. lgs. n. 114/98 e dell'art. 71 del D.Lgs n. 59/2010, attraverso la persona del sig. Alessandro Di Giovanni, legale rappresentante della società Bricoman Italia Srl;
- di essere in possesso dell'Attestato di Pre-Valutazione n. **ITPM-COM-NC- 030-2017-TO-PRE** rilasciato da iSBE Italia il 23/09/2019, con un punteggio pari a **3,0** che dimostra il raggiungimento del valore minimo di qualità energetica ed ambientale fissato dalla DGR n. 44-6096 del 12/07/2013 in applicazione dell'art. 15 c. 4 della DCR n. 563-13414 del 29.10.1999 come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 21.11.2012."

VALUTAZIONE ISTRUTTORIA AI SENSI DELL'ART. 6 COMMA 2 TER DELLA D.G.R. N. 66-13719 DEL 29.03.2010

PUNTO 2: ESERCIZI E CENTRI COMMERCIALI CON ESCLUSIVA OFFERTA EXTRALIMENTARE

2a) Sussistenza della destinazione d'uso commerciale dell'area di intervento alla presentazione dell'istanza di autorizzazione

Dalla dichiarazione asseverata del professionista incaricato a corredo degli atti istruttori, dal certificato di destinazione d'uso urbanistica trasmesso dal Comune di Torino in data 4 settembre 2020 risulta:

Dal PRGC l'area sita a Torino:

- Ricade in

- ZONA NORMATIVA: "Ambito 3.2 Cebrosa" - L2 "Romania"

la cui attuazione è normata dagli artt. 7 e 15 delle N.U.E.A. e dalla scheda normativa con relativo allegato grafico "TAVOLA 3.2A - REGOLE EDILIZIE E URBANISTICHE" che individua le prescrizioni specifiche.

Con nota ns. prot. 6334 del 14/07/2020, il Comune di Torino – Direzione Territorio ed Ambiente - Area Urbanistica, ha espresso il parere di conformità urbanistica, precisando altresì che:

L'area commerciale in progetto è normata dalla Variante 322 al P.R.G.C. e classificata Zona Urbana di trasformazione "Ambito 3.2 Cebrosa", approvata dal Consiglio Comunale con deliberazione C.C. n. 83 in data 29 luglio 2019 (mecc. 20103035/009), la cui scheda normativa di PRG prevede quali destinazioni d'uso:

- 100% di SLP massima realizzabile ad ASPI pari a 16.000 mq.

L'area dell'insediamento commerciale è inclusa nella localizzazione L.2 "Romania" risultante nella sua attuale perimetrazione dall'Accordo di Programma del 2018 ratificato con DCC del 12 novembre 2018, mecc.2018-04493/016.

Per quanto riguarda la trasformazione di tali ambiti, l'art. 7 delle N.U.E.A. prevede che debba essere attuata con SUE pubblico o privato esteso all'intero ambito.

VERIFICATA LA CONFORMITA' ALLA STRUMENTAZIONE URBANSITICA VIGENTE ED OPERANTE AL MOMENTO DELLA PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA

2b) Inderogabile rispetto dei criteri per il riconoscimento degli addensamenti commerciali e delle localizzazioni commerciali stabiliti dagli artt. 13 e 14 della DCR 563-13414 del 29.10.1999

Il Comune di Torino con DCC n. 18 del 12.3.2007, ha approvato i criteri comunali per il rilascio delle autorizzazioni per medie e grandi strutture di vendita, ai sensi della DCR n. 59-10831 del 24/03/2006. Con la Variante al PRG n. 160, approvata con DCC n. 12 del 31/01/2011, il Comune di Torino ha definito le zone di addensamento e localizzazioni commerciali con le apposite cartografie. Infine, con DCC n. 19 del 9/03/2015 l'Amministrazione comunale ha adeguato la propria normativa a quella regionale approvata con DCR n. 191-43016 del 20/11/2012.

La nuova struttura commerciale oggetto della presente istanza si inserisce nell'ampliamento territoriale della localizzazione L.2 "Romania", approvata originariamente nel 2008, ampliata con Accordo di Programma nel 2015 (ratificato con DCC n. 19/2015) e nella sua attuale perimetrazione con Accordo di Programma ratificato con DCC del 12 novembre 2018, mecc.2018-04493/016.

La destinazione d'uso commercio al dettaglio è stata effettuata con la Variante al PRGC n. 322, approvata con deliberazione del C.C. n. 83 del 29 luglio 2019 (mecc. 20103035/009).

VERIFICATO IL RISPETTO DEI CRITERI PER IL RICONOSCIMENTO DELLE LOCALIZZAZIONE COMMERCIALI L2

2c) Inderogabile rispetto dell'art. 25 della DCR n. 563-13414 del 29.10.1999

a) fabbisogno posti auto (collocazione dei posti auto a raso che corrisponde a mq. 26 per posto auto art. 25 c.)

TOTALE posti auto per la grande struttura commerciale G-SE3 pa 1208 corrispondenti a mq. 33.824 (di cui almeno il 50% pubblici, pari a pa 604 per complessivi mq. mq. 16.912)

Verifica dei valori di cui ai precedenti punti 1), 2) e 3) con i dati di progetto:

	Dati progettuali complessivi	Fabbisogno art. 25 DCR 59/06
Totale posti auto pubblici e privati	n. 458	n. 444
Totale superficie pubblici e privati	Mq. 13.004	Mq. 11.544
Totale parcheggi pubblici	n. 308	n. 222
Totale superficie parcheggi pubblici	Mq. 8.832	Mq 5.772

VERIFICATO

2d) Inderogabile applicazione delle modalità previste all'art. 26 della DCR n. 563-13414 del 29.10.1999 in ordine alla valutazione e verifiche di impatto sulla viabilità con le seguenti ulteriori specificazioni:

- 1. i livelli di servizio E-F non sono mai accettati;**
- 2. previsione di almeno una pista ciclabile dall'area commerciale all'insediamento urbano più vicino e aree a servizi di uso collettivo ove esistenti o in progetto, il più possibile raccordata a viabilità di tipo urbano e/o a percorsi ciclabili esistenti e in progetto;**
- 3. previsione di percorsi pedonali protetti per raccordare l'area commerciale alle fermate dei mezzi di trasporto pubblici e all'area residenziale più vicina.**

Rilievi del traffico attuale:

I rilievi sono stati effettuati dal 2.2.2018 al 10.2.2018 nei giorni di venerdì e sabato dalle ore 17 alle 19.

Nella relazione sono allegate le tabelle delle 2 settimane di rilievo.

Il rilievo del traffico attuale più critico preso in considerazione è il venerdì 2.2.2018 dalle ore 17 alle ore 18

Los attuali compresi tra A e D.

Los E all'incrocio tra strada Cascinette e strada Cebrosa.

Il rilievo ha riguardato la parte di rete che può risentire in misura significativa dell'incremento del traffico indotto dall'attività commerciale.

Le date e gli orari del rilievo del traffico hanno rispettato l'art. 26.

Flussi viari indotti:

Flusso viario considerato in entrata per l'intervento in oggetto: lotto 1 veicoli/ora 444 veicoli/ora, lotto 2 veicoli/ora 143, lotto 3 ristorazione veicoli/ora 50, totale 637

Flusso viario considerato in uscita per l'intervento in oggetto: lotto 1 veicoli/ora 444 veicoli/ora, lotto 2 veicoli/ora 143, lotto 3 ristorazione veicoli/ora 50, totale 637

Fabbisogno posti auto da considerare (C) p.a lotto 1 444, lotto 2 143, lotto 3 50, totale 637

Art. 26 – DCR 191-43016/12

Flusso viario da considerare in entrata $F=1 \times C= 637$ veicoli/ora

Flusso viario da considerare in uscita $F=1 \times C= 637$ veicoli/ora

Flusso viario considerato in entrata per altri interventi:

Area Ex GFT 766 veicoli/ora in ingresso e 766 veicoli/ora in uscita

Torino Fashion Village 830 veicoli/ora in ingresso e 830 veicoli/ora in uscita

Opere di viabilità in progetto

Opere indicate dal proponente quali necessarie prima dell'attivazione della struttura commerciale:

1. Potenziamento del tratto di Strada Cebrosa dalla rotatoria esistente su Corso Romania alla nuova rotatoria d'accesso all'area commerciale in progetto. Prevede la realizzazione di un viale urbano a quattro corsie, marciapiede antistante l'area commerciale e sul fronte opposto.

2. Nuova intersezione a rotatoria tra la Strada Cebrosa e la nuova strada di accesso all'area commerciale in progetto.
3. Nuova intersezione semaforizzata tra Strada Cebrosa e Strada delle Cascinette.
4. Nuova intersezione semaforizzata tra Strada Cebrosa e le rampe di accesso dello svincolo Abbazia di Stura del Raccordo Falchera A55.
5. Nuova viabilità di accesso ai parcheggi dell'area commerciale e alle aree di carico – scarico merci degli insediamenti dei lotti 1 e 2 a partire dalla nuova rotatoria sulla Strada Cebrosa e sino alla nuova rotatoria per l'inversione di marcia. Si tratta di una viabilità a due corsie e doppio senso di marcia
6. Nuova pista ciclabile bidirezionale, in affiancamento alla nuova viabilità descritta al punto 5.

La zona d'insediamento commerciale non è stata oggetto di progetto unitario di coordinamento in quanto non necessario, poiché l'area è stata oggetto di AdP ex art. 14 della DCR 563-13414 del 29.10.99, come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012.

Previste le corsie di accelerazione e decelerazione. Previste le corsie di accumulo.

Descrizione aree di carico scarico:

Le aree sono indipendenti dalle aree di parcheggio e se sono dotate di corsie di ingresso e uscita riservate.

Descrizione delle criticità rilevate:

Previsti LOS non peggiori del D.

Le opere dovranno essere oggetto di convenzione o di atto unilaterale d'obbligo e dovranno essere autorizzate dagli enti competenti.

Prescrivere che tutte le opere viarie in progetto siano realizzate, collaudate e/o consegnate anticipatamente in attesa di collaudo, entro l'attivazione della struttura commerciale.

Non necessaria la rappresentazione grafica di cui all'art. 5 punto 3 DGR n. 66-13719 del 29.3.2010 delle aree da destinarsi alle compensazioni per mitigare i danni derivanti dal consumo di suolo, in quanto trattasi di recupero di area con impianto produttivo dismesso.

- 2e) Attestato di Pre-Valutazione rilasciato da iiSBE Italia su richiesta del proponente che dimostri il raggiungimento del valore minimo di qualità energetica ed ambientale fissato con Delibera della Giunta regionale in applicazione dell'art. 15 della DCR n. 563-13414 del 29.10.1999 come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 21.11.2012."**

La società istante ha presentato il certificato di Attestato di Pre-Valutazione n. **ITPM-COM-NC- 030-2017-TO-PRE** rilasciato da iiSBE Italia il 23/09/2019, con un punteggio pari a **3,0** che dimostra il raggiungimento del valore minimo di qualità energetica ed ambientale fissato dalla DGR n. 44-6096

del 12/07/2013 in applicazione dell'art. 15 c. 4 della DCR n. 563-13414 del 29.10.1999 come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 21.11.2012."

VERIFICATO

2f) Nei soli casi ricadenti all'interno di addensamenti commerciali A.5. e localizzazioni commerciali L.2., la realizzazione delle opere di mitigazione infrastrutturale e ambientale di cui alle lettere d) ed e) è soggetta al rispetto di importo minimo di spesa pari a 800¹ euro/mq di superficie di vendita; tale importo è comprensivo di spese tecniche ed esclude l'IVA. L'importo si intende verificato anche con valori ridotti di non più del 10%. In caso la superficie di vendita sia inferiore a mq 4.500 l'importo è ridotto al 30%, in caso sia compresa tra mq 4.500 e mq 6.000 l'importo è ridotto al 60%, in caso sia compresa tra mq 6.001 e mq 9.000 l'importo è ridotto all'80%. La riduzione al 30% si applica, nel rispetto di quanto stabilito al comma 2 dell'art. 14 della DCR n. 563-13414 del 29.10.99, in caso di riutilizzo di "impianti produttivi dismessi da almeno cinque anni, situati all'interno di aree a diversa e prevalente destinazione, o nelle parti del territorio individuate con l'obiettivo di promuovere interventi di riqualificazione e/o riuso del patrimonio edilizio esistente". Ogni 2 anni il settore responsabile del procedimento aggiorna con determinazione dirigenziale l'importo unitario di spesa minima. Per opere di mitigazione infrastrutturale e ambientale si intendono le opere prescritte dalla Conferenza dei Servizi ex art. 9 D.Lgs. 114/98, dal procedimento di verifica e/o valutazione d'impatto ambientale ex artt. 10-12 della L.R. 40/98 e s.m.i. e ogni altro intervento utile (con esclusione di interventi su parti di edificio) a compensare l'impatto viabilistico e ambientale preventivamente concordato o prescritto dalla pubblica amministrazione. L'importo minimo di spesa include il valore delle opere oggetto di scomputo degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria e/o gli importi versati per oneri di urbanizzazione primaria e secondaria; esso include altresì eventuali contributi corrisposti dal proponente alla pubblica amministrazione per opere infrastrutturali e ambientali direttamente connesse all'intervento. In caso di ampliamento di superficie di vendita già autorizzata o riuso di insediamenti esistenti o autorizzati anche destinati ad altri usi, devono essere conteggiati gli importi già spesi e/o versati alla pubblica amministrazione per oneri e opere di urbanizzazione, opere infrastrutturali e mitigazioni ambientali.

Importo minimo di spesa. Solo per lotto 1 Bricoman

L'importo unitario aggiornato con DD. N. A20 105 del 27.5.2020 è 867 euro/mq

All'intervento in esame è richiesto un importo minimo pari a euro 835.677,50.

Poiché viene indicata una spesa prevista per Oneri di urbanizzazione da corrispondere al Comune di euro 2.326.742,74, tale importo risulta superiore al valore richiesto.

Descrizione delle criticità rilevate:

Il nuovo insediamento commerciale ricade su di un'area situata a Nord-Ovest dell'abitato del Comune di Torino, al confine con il comune di Settimo. L'area attualmente risulta libera, a seguito delle demolizioni degli edifici destinati alla logistica della precedente attività.

Relativamente l'impatto acustico la relazione afferma "che all'interno dell'isocrona 10', ad eccezione di un ricettore prossimo all'insediamento commerciale, l'entità dei flussi veicolari indotti è tale da non evidenziare l'insorgere di problemi di carattere ambientale in corrispondenza di tutti i ricettori sensibili individuati.

L'unico ricettore sensibile interessato a un incremento di traffico più consistente nell'ora di punta serale considerata, è il n. 1 relativo alla Scuola dell'infanzia del Villaggio Olimpia, posto nelle vicinanze del nuovo insediamento commerciale, al limite della fascia di pertinenza di 30 metri di Via Torino nel comune di Settimo Torinese, che registra un incremento del flusso

¹ Importo aggiornato a 867 euro/mq con DD. n.A20 105 del 27.5.2020

veicolare dalle 17 alle 18 pari a circa il 20% complessivamente nei due sensi rispetto al traffico attuale.

Peraltro occorre considerare che tale traffico addizionale è stato valutato nell'ora di punta serale (17,00 – 18,00), cioè quando l'istituto scolastico in oggetto presumibilmente non sarà attivo, mentre il traffico addizionale risulterà assai più limitato, quasi trascurabile rispetto al traffico già oggi circolante, durante il periodo mattutino di piena attività della scuola dell'infanzia."

CONCLUSIONI FINALI

In relazione a quanto stabilito dai comma 2 bis dell'art. 6 " Adempimenti regionali" della DGR n. 43-29533 del 1/3/2000 smi, in ordine alla valutazione delle ulteriori externalità negative ed altri analoghi effetti indotti che determinano il contrasto con l'utilità sociale, risultano:

RISPETTATI

I criteri di valutazione inderogabili indicati ai punti 2a), 2b), 2c), 2d), 2e) 2f),.

Rispettati i criteri di valutazione che attengono al sistema della concorrenza e del mercato e che sono esplicitati e analizzati all'allegato C) e che utilizzano, come sistema di verifica della relazione economica che fa parte integrante della documentazione ai fini della presentazione dell'istanza, un sistema di calcolo, esplicitato nella stessa relazione, messo a punto proprio per la valutazione del sistema della concorrenza nell'ambito dell'area di programmazione commerciale.

L'autorizzazione è rilasciabile con le prescrizioni di cui ai punti precedenti evidenziati

Alla corresponsione dell'onere aggiuntivo previsto dalla L.r. 28/99 secondo le modalità ed il riparto di cui all'allegato A)

I permessi a costruire per la realizzazione dell'insediamento sono subordinati al :

- Superamento della fase di Verifica Ambientale di cui alla l.r. 40/98
- All'acquisizione della autorizzazione urbanistica regionale di cui alla l.r. 56/77 nella quale saranno verificati tutti gli elementi progettuali necessari a soddisfare le prescrizioni dell'autorizzazione commerciale e a quelli derivanti dalla fase di verifica di VIA .

Torino 14 settembre 2020

**IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
DIRIGENTE DEL SETTORE COMMERCIO E TERZIARIO
DOTT. CLAUDIO MAROCCO
FIRMATO IN ORIGINALE**

Direzione Cultura, Turismo e Commercio

Settore Commercio e terziario

**RELAZIONE CIRCA L'ANALISI SULL'IMPATTO SOCIO-ECONOMICO DELLA GRANDE STRUTTURA DI
VENDITA NON ALIMENTARE –
CORSO ROMANIA – STRADA CEBROSA –LOCALIZZAZIONE L2 "ROMANIA"**

COMUNE DI TORINO

DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE PER ATTIVAZIONE DI UNA GRANDE STRUTTURA DI VENDITA EXTRALIMENTARE – TIPOLOGIA G-SE3 IN LOCALIZZAZIONE L2 "ROMANIA" PRESENTATA AI SENSI DELL'ART. 16 COMMA 1 DELLA D.C.R. n. 563-13414 del 29.10.1999, COME DA ULTIMO MODIFICATA DALLA D.C.R. N. 191-43016 DEL 20.11.2012 E DELLA D.G.R. n. 43-29533 DEL 1.3.2000 S.M.I.

La presente relazione istruttoria analizza i dati e le informazioni forniti dalla Società proponente "Bricoman Italia Srl" ai sensi dell'art. 5, comma 1, sub 12) della D.G.R. n. 43-29533 del 1.3.2000, come modificata dalla D.G.R. 100-13283 del 3.8.2004, dalla D.G.R. 66-13283/2010 e dalla D.G.R. n. 44-6096/2013.

La presente relazione è redatta al fine di fornire ulteriori elementi di valutazione alla Giunta Regionale per l'espressione del parere previsto all'art. 6, comma 2 ter della sopra menzionata deliberazione, in ordine all'eventuale contrasto con l'utilità sociale valutando, le esternalità negative e gli altri effetti indotti, nel rispetto dell'art. 16 della DCR n. 563-13414 del 19/10/1999 s.m.i., quali: il grave intralcio al sistema del traffico, gli effetti negativi alla produttività del sistema produttivo e alla concorrenza nell'ambito del bacino di gravitazione della struttura commerciale oggetto della presente istanza.

La Società proponente intende attivare una grande struttura di vendita, tipologia G-SE3 settore non alimentare, con superficie di vendita complessiva pari a mq 5.950.

La grande struttura di vendita è inserita in una localizzazione urbano periferica non addensata L2 "Romania", e ubicata in un'area affacciata su Corso Romania all'incrocio con Strada Cebrosa, al confine con il territorio del Comune di Settimo Torinese.

L'intervento ricade in area definita secondo il PRGC vigente: Z.U.T. "Ambito 3.2 Cebrosa" lotto 1.

L'area in esame è parte di un vasto ambito territoriale che coinvolge il Quadrante Nord - Est della città di Torino, compreso tra i confini con San Mauro Torinese e Settimo Torinese, a cavallo delle infrastrutture di ingresso a Torino da nord (autostrada, tangenziale, statale padana superiore S.R.11) e pertanto ha una posizione ottimale nei confronti della viabilità di lungo e medio raggio. Tale zona appartiene a un'area già fortemente compromessa da una elevata presenza di manufatti industriali e commerciali e oggetto, da alcuni anni, di numerosi studi e programmi finalizzati a una complessiva riqualificazione urbanistica e recupero di un ambito produttivo dismesso. La riconversione e il riutilizzo dell'area nella quale si intende attivare la nuova struttura commerciale farà sì che si potrà assistere a un ricongiungimento sia fisico sia funzionale con le attività terziarie già presenti nella zona, sia verso Torino sia verso Settimo.

La richiesta di autorizzazione della grande struttura di vendita, tipologia G-SE3 di mq. 5.950, non essendo compatibile con le tipologie distributive di cui all'art. 17 della D.C.R. 563-13414/99 s.m.i. per le localizzazioni L2 nei comuni Polo della rete primaria – centro metropolitano –, è effettuata in applicazione dell'art. 16 della citata deliberazione consigliare.

IL BACINO DI GRAVITAZIONE

Uno degli elementi propedeutici per definire gli ambiti su cui basare l'analisi degli effetti relativi alle esternalità è proprio quello di identificare quale possa essere il **bacino di gravitazione** su cui si andrà a riferire la struttura distributiva in esame.

È necessario pertanto individuare il bacino potenziale di gravitazione della domanda rispetto alla specifica localizzazione della struttura commerciale in oggetto.

La norma indica che il bacino di gravitazione deve essere individuato tramite i minuti di percorrenza automobilistica sulla rete stradale, metodo largamente impiegato dalle aziende per le loro analisi di fattibilità.

Il comune di Torino, capoluogo della omonima Provincia, conta un numero di 882.523 abitanti residenti a inizio 2018, in base ai dati forniti dall'ISTAT nel suo Bilancio demografico mensile, ed è il centro metropolitano, attrattore della omonima Area di Programmazione Commerciale che comprende altri **33 comuni confinanti o limitrofi**, grazie alla sua elevata concentrazione di servizi commerciali, paracommerciali artigianali e pubblici ivi presenti.

Per definizione le **Aree di Programmazione Commerciale** sono configurabili «come un sistema di offerta commerciale rivolto a un unico bacino di utenza» e sono pertanto il riferimento più consolidato nelle analisi di inquadramento socio-economico degli insediamenti commerciali.

La Provincia di Torino ha ormai consolidato nel corso del tempo un sistema distributivo che si è venuto a realizzare secondo un modello "policentrico gerarchizzato".

Il polo principale è rappresentato da Torino e dalla sua area estesa comprendente i luoghi del commercio ubicati nei comuni di Moncalieri, Nichelino, Beinasco, Rivalta, Rivoli, Collegno, Venaria, San Mauro Torinese, Settimo Torinese.

I diversi obiettivi posti dalle Amministrazioni di questi comuni e le differenti strategie dedicate al settore distributivo hanno di fatto consentito di realizzare nel corso di questi ultimi anni una serie di insediamenti di elevato impatto commerciale e ambientale che si sono venuti a posizionare in un sistema ad anello intorno alla Città di Torino, permettendo di acquisire consumatori non solo dai comuni in cui si sono venuti a insediare questi “luoghi” e dall'esterno dell'area metropolitana, ma acquisendoli dagli stessi quartieri urbani semicentrali e periferici della Città di Torino, grazie alla loro posizione così vicina a questo sistema circolare che si è venuto a realizzare, causando di fatto un “assedio” al capoluogo regionale che si esprime particolarmente nei suoi quartieri più periferici.

Dopo la iniziale apertura del centro commerciale Le Gru di Grugliasco, posto nella parte occidentale dell'Area Metropolitana di Torino, che dal momento della sua attivazione ha rappresentato per molti anni un polo di riferimento praticamente a livello provinciale, si è assistito alla realizzazione di tutta una serie di insediamenti che hanno di fatto circondato i confini amministrativi della Città di Torino, tra cui emerge attualmente il Parco commerciale di Moncalieri la cui offerta si configura, di gran lunga, come la maggiore e più completa concentrazione di commercio e attività assimilate dell' area torinese.

Ultimamente anche nella parte settentrionale dell'Area Metropolitana, e più in particolare nella parte nord orientale, si sta verificando un potenziamento importante proprio nel comune di Settimo Torinese, ove le conferenze di Servizi regionali hanno esaminato e licenziato un totale di 69.310 mq di superficie di vendita che si aggiungono ai 44.417 mq di superficie di vendita già autorizzata che sono attive nei comuni di Venaria Reale, San Mauro Torinese e Settimo Torinese per un futuro totale di 113.727 mq che si equivalgono pressappoco con i 120.000 mq di superficie di vendita licenziati o già attivati nella zona meridionale dell'Area Metropolitana.

Nella scelta del contesto, oltre a considerare l'area vasta di programmazione, si è provato anche a verificare l'utilità di alcune definizioni e metodi di indagine suggeriti dalle procedure regionali, adottando ad esempio il concetto dell' **Area di Conurbazione**, ossia dell'agglomerato formato dal centro urbano oggetto di indagine a cui si aggiungono i comuni confinanti e l'attrattore o gli attrattori più vicini. La tabella seguente indica i comuni delle due aree.

ambiti TERRITORIALI a confronto

PROGRAMMAZIONE	conurbazione
Torino	Torino
Alpignano	
Baldissero Torinese	Baldissero Torinese
Beinasco	Beinasco
Borgaro Torinese	Borgaro Torinese
Candiolo	
Caselette	
Caselle Torinese	

PROGRAMMAZIONE	conurbazione
Castiglione Torinese	
Collegno	Collegno
Druento	
Gassino Torinese	
Grugliasco	Grugliasco
La Loggia	
Leini	
Moncalieri	Moncalieri
Nichelino	Nichelino
None	
Orbassano	Orbassano
Pecetto Torinese	Pecetto Torinese
Pianezza	
Pino Torinese	Pino Torinese
Rivalta di Torino	
Rivoli	Rivoli
Robassomero	

Rosta	
San Gillio	
San Mauro Torinese	San Mauro Torinese
Settimo Torinese	Settimo Torinese
Trofarello	
Venaria	Venaria
Villarbasce	
Vinovo	
Volvera	

Fonte: Regione Piemonte

Se da un lato la vicinanza reciproca dei centri urbani pone in essere delle relazioni che è opportuno rilevare, nella realtà la popolazione si muove sul territorio secondo logiche legate alle attività antropiche, nelle quali le distanze fisiche e i collegamenti rappresentati dalla percorribilità delle strade evidenziano uno degli elementi discriminanti per la scelta delle destinazioni, nel momento in cui nello specifico l'attività è legata alla funzione degli acquisti.

Nel caso specifico si stima che le aree di Programmazione e di Conurbazione siano troppo vaste rispetto alla effettiva capacità di attrazione, per cui è più realistico individuare il bacino di gravitazione tramite i minuti percorrenza automobilistica sulla rete stradale, metodo largamente impiegato dalle aziende per le loro analisi di fattibilità.

L'attrattività di una struttura distributiva o di un luogo del commercio dipende in larga misura dalla offerta commerciale con cui si trova a dover competere e dalle condizioni di "percorribilità" delle strade che raggiungono la struttura o il luogo.

In altre parole se il raggiungere la struttura distributiva o il luogo del commercio trova delle condizioni di elevata viscosità aggiunte alla possibilità di trovare offerte equipollenti più comode da raggiungere, ne consegue che il bacino di attrazione si riduce fortemente.

Le dimensioni del bacino dipendono fondamentalmente da tre fattori:

- la *tipologia del punto di vendita*: le differenti tipologie delle strutture distributive presentano dimensioni diverse, e al crescere delle dimensioni della struttura di vendita aumenta la capacità di generare attrazione sul territorio;
- i *livelli di concorrenza* orizzontale tra punti di vendita: al crescere dei livelli competitivi le dimensioni del bacino di attrazione si riducono;
- la *disponibilità dei consumatori* a spostarsi per effettuare acquisti: al crescere di tale disponibilità, che è funzione del tipo di prodotti da acquistare, aumentano le dimensioni del bacino.

Il metodo per individuare il bacino di gravitazione della struttura commerciale in oggetto è stato quello di utilizzare l'applicativo 3.98 della Maros, che tiene conto delle distanze tra i vari centri abitati e delle velocità di percorrenza che è possibile effettuare sulle differenti tipologie di strada esistenti in differenti momenti del mese, della settimana, dei giorni e delle ore, al fine di tenere conto dei maggiori o minori flussi di traffico.

Occorre evidenziare subito che nelle zone limitrofe si possono trovare altre numerose strutture distributive, che inducono a limitare l'isocrona massima a soli **20 minuti primi** di percorrenza in automobile sulle strade esistenti, calcolati alle ore 17 di un sabato della 45° settimana dell'anno, posizionando il fulcro sulla posizione della nuova struttura commerciale in questione, anche se la dimensione della **nuova struttura commerciale è pari a 5.950 mq**, rappresentando di fatto un valore abbastanza rilevante.

La posizione geografica dell'insediamento commerciale in esame, posto alla periferia urbanizzata del capoluogo torinese, non può però non tenere conto del fatto che i rapporti di forza che si svilupperanno nella gravitazione saranno influenzati dal sistema della viabilità, la cui maggiore o minore fruibilità condiziona in maniera anche marcata le scelte che gli abitanti dell'area vasta faranno per trasformarsi in consumatori.

Vi sono infatti due condizioni, in linea di massima, che indirizzano le persone nella scelta dei poli commerciali a cui rivolgersi per effettuare gli acquisti di generi di largo consumo.

Da un lato l'elemento che sempre più evidenzia la capacità di rendere attraente un luogo del commercio rispetto agli altri è la sua completezza, intesa come massa e come frazionamento dell'offerta.

La grande quantità di superficie di vendita complessiva e la elevata varietà di tipologie distributive e merceologiche che è possibile trovare in spazi definiti rappresentano un elemento di attrazione molto importante.

In un sistema come quello piemontese dove ormai si è raggiunta una diffusione elevata e omogenea sul territorio delle tipologie distributive più importanti, con la creazione in diversi casi e con il rafforzamento in

altri dei luoghi del commercio con livelli di attrazione che sovente si equivalgono, la scelta di quale luogo del commercio frequentare dipende sempre più dalle condizioni di accessibilità ad esso, intese come distanza e come percorribilità delle strade.

Questo altro elemento diventa fondamentale quando i luoghi del commercio risultano equivalenti.

Nel caso in esame ci si trova in una situazione in cui la capacità di generare gravitazioni si scontra più che con la presenza o meno di strutture distributive, con la possibilità di raggiungere comodamente la nuova struttura commerciale utilizzando la rete stradale esistente.

Mentre il territorio che si estende a nord e a est del futuro esercizio commerciale è servito da un insieme di strade di differente livello di servizio, la parte a occidente, che corrisponde con quella a stretto contatto con l'ambiente antropizzato di questa parte della città di Torino, trova una densità di fabbricati, siano essi residenziali o produttivi, che provocano oggettive difficoltà nella fluidificazione del traffico che potrebbe provenire da questa parte.

Se si aggiunge la considerazione che la zona occidentale è comunque dotata adeguatamente di servizi commerciali di differenti livelli e dimensioni, così da far ipotizzare che la popolazione che abita in questa parte del territorio possa essere meno attratta dal nuovo luogo del commercio, si può presumere con buona approssimazione che la maggior parte dei consumatori potrà provenire dalla parte settentrionale e orientale dell' area.

Alla medesima conclusione si può giungere nel momento in cui si viene a considerare il livello gerarchico del comune a cui appartiene la struttura distributiva interessata.

La posizione e la composizione della struttura commerciale rappresentano infatti un fattore importante che deve però essere comparato con i luoghi del commercio che si pongono a confronto con essa, in particolare, come nel caso in questione, posizionandosi in un contesto densamente antropizzato viene a risentire dei fattori attrattivi generati dai luoghi del commercio già esistenti.

Tutto ciò premesso si è ritenuto pertanto di considerare il bacino di gravitazione meno espanso verso la parte centrale della Città di Torino, in quanto densamente servito da numerosissime e importanti strutture distributive e collegato all'area in esame da una viabilità a minore fruibilità per soddisfare le occasioni commerciali.

Di seguito si riporta quindi la tabella con indicate le zone di Torino con le distanze chilometriche che li separano dal punto in cui si insedierà il nuovo esercizio commerciale, zone definite macroscopicamente in base al CAP, evidenziando come il numero di abitanti è rilevato dal censimento della popolazione effettuato dall'ISTAT nel 2001, ultimo anno per il quale è possibile avere questo dato per le località abitate appartenenti alle unità amministrative comunali.

Si puntualizza che i valori demografici riferiti al 2001 sono sicuramente peggiorativi dal punto di vista della domanda che di seguito verrà calcolata, poiché si ricorda ad esempio che la popolazione di Torino dal 2001 a inizio 2017 è aumentata di circa il 2,6 %, ma tale data verrà utilizzata per i successivi calcoli al fine di avere una omogeneizzazione migliore dei risultati derivanti dal confronto tra comuni differenti.

ZONE APPARTENENTI ALLE ISOCRONE DI PERCORRENZA

COMUNE	LOCALITA'	ABIT.	DISTANZA
Torino	10156	19.363	2,9
Settimo Torinese		46.548	4
Totale interna		65.911	
Torino	10154	44.279	4,2
San Mauro Torinese		17.817	4,7
Settimo Torinese	Fornacino	330	4,7
Torino	10155	31.361	4,8
Torino	10153	26.258	6,2
Borgaro Torinese	Mappano	3.023	6,4
Torino	10147	36.250	6,5
Torino	10152	28.998	7,1
Torino	10148	16.875	7,3
Torino	10149	32.095	8,5
Totale intermedia		237.286	
Settimo Torinese	Mezzi Po	104	9
Torino	10151	29.410	9,4
Castiglione Torinese		5.382	9,6

Leini		11.610	9,9
Gassino Torinese		8.823	10,5
Brandizzo		7.430	13,8
Borgaro Torinese		9.734	14,2
Venaria Reale		35.561	15,5
Caselle Torinese		15.857	15,7
Chivasso		20.579	18,4
Totale esterna		144.490	
TOTALE AREA		447.687	

Fonte: Stima SOTRECO su applicativo Maros 3.98

Dallo schema del capitolo precedente si è potuto individuare il bacino di gravitazione che si utilizzerà nel prosieguo della presente analisi per verificare tutti gli elementi necessari a dimostrare l'inesistenza di esternalità negative.

Tutto ciò premesso è opportuno ricordare come la politica commerciale della Città di Torino sia tesa a **recuperare le quote di consumo che quotidianamente sono drenate dai poli commerciali posti a corona della città**, anche nell'ottica di evitare agli utenti la necessità di spostamenti dispendiosi in termini di tempo e denaro.

“L'analisi delle dinamiche commerciali rilevate a Torino negli ultimi anni, evidenziano che i rischi di desertificazione commerciale del tessuto urbano consolidato sono particolarmente connessi alla presenza di grandi strutture di vendita localizzate in ambiti extra e periurbani.

Se si limita ai confini del Comune di Torino l'analisi della presenza di grandi strutture di vendita, con particolare riferimento a quelle di tipologia mista, si evidenzia, infatti, che il loro numero è inferiore a quello di altre città italiane. Particolarmente rilevante è, invece, la presenza di una corona di poli commerciali presenti sul territorio dei Comuni confinanti che genera forte attrazione in uscita dei flussi di consumatori.

Nasce da qui l'esigenza di “ripolarizzazione” verso gli addensamenti commerciali della Città, utilizzando a tal fine le medie strutture di vendita in grado di svolgere il ruolo di “ancore commerciali”, cioè di migliorarne la capacità competitiva nella rete della distribuzione commerciale.”¹

In tale ottica le strutture commerciali di media e grande dimensione che si posizionano nel tessuto urbano rappresentano pertanto una linea coerente con le politiche comunali espresse per il comparto commerciale.

ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA COMPLESSIVA

Utilizzando i dati messi a disposizione per l'anno **2018**, l'ultimo per il quale sono disponibili i dati completi dell' **Osservatorio Regionale sul Commercio**, si può ottenere la composizione della rete commerciale sia della area di programmazione di Torino, sia dell'area di gravitazione più ridotta individuata in precedenza.

La situazione globale è sintetizzata nelle tabelle seguenti che considerano la città di Torino nella sua totalità e separatamente tutti gli altri comuni appartenenti all'area di programmazione commerciale.

Si ricorda altresì che i dati relativi alla superficie di vendita non riportano quelli inerenti i negozi di vicinato, in quanto questo dato non viene rilevato all'origine.

La rete distributiva dell'Area di Programmazione

Nelle tabelle seguenti si riassume la situazione commerciale totale, numero esercizi e superficie, dell'area di programmazione commerciale di Torino al **2018**.

LA RETE COMMERCIALE - Numero Esercizi

SETTORE	TIPOLOGIA	TOTALE
ALIMENTARI	Vicinato	4.426
	Medie dimensioni	23
	Grandi dimensioni	0
EXTRA ALIMENTARI	Vicinato	16.038
	Medie dimensioni	564
	Grandi dimensioni	17

¹ Relazione Illustrativa alla Variante n. 160 al P.R.G.C.

MISTI	Vicinato	2.371
	Medie dimensioni	380
	Grandi dimensioni	12
CENTRI COMMERCIALI	Medie dimensioni	33
	Grandi dimensioni	42
TOTALE		23.906

LA RETE COMMERCIALE – Superficie

SETTORE	TIPOLOGIA	TOTALE
ALIMENTARI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	13.855
	Grandi dimensioni	0
EXTRA ALIMENTARI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	351.811
	Grandi dimensioni	92.392
MISTI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	256.584
	Grandi dimensioni	60.820
CENTRI COMMERCIALI	Medie dimensioni	52.619
	Grandi dimensioni	369.451
TOTALE		1.197.532

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte 2018

La rete distributiva del bacino di gravitazione

Nelle tabelle seguenti si riassume la situazione commerciale totale, numero esercizi e superficie, del bacino di gravitazione, nella quale la città di Torino è comunque considerata nel suo complesso, poiché i dati non rilevano le strutture distributive a livello di circoscrizione.

LA RETE COMMERCIALE - Numero Esercizi

SETTORE	TIPOLOGIA	TOTALE
ALIMENTARI	Vicinato	3.675
	Medie dimensioni	21
	Grandi dimensioni	0
EXTRA ALIMENTARI	Vicinato	13.260
	Medie dimensioni	450
	Grandi dimensioni	10
MISTI	Vicinato	1.961
	Medie dimensioni	320
	Grandi dimensioni	7
CENTRI COMMERCIALI	Medie dimensioni	13
	Grandi dimensioni	20
TOTALE		19.737

LA RETE COMMERCIALE – Superficie

SETTORE	TIPOLOGIA	TOTALE
ALIMENTARI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	12.448
	Grandi dimensioni	0
EXTRA ALIMENTARI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	263.552
	Grandi dimensioni	41.609
MISTI	Vicinato	0

	Medie dimensioni	219.057
	Grandi dimensioni	35.522
CENTRI COMMERC.	Medie dimensioni	18.165
	Grandi dimensioni	182.109
TOTALE		772.462

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte 2018

Confronti tra le due aree

Dai dati riportati in precedenza, e considerando la popolazione totale che risulta essere per l'area di programmazione di 1.487.976 abitanti e per l'area di gravitazione di 1.088.184 abitanti (dati "Comuni Italiani" al 2017), si possono ricavare le seguenti caratterizzazioni.

AREA DI PROGRAMMAZIONE		
	Superficie totale	Mq/1000 ab.
Alimentari e Misti	331.259	222,6
Extra alimentari	444.203	298,5
Centri Commerciali	422.070	283,7
TOTALE.	1.197.532	804,8

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte 2018

BACINO DI GRAVITAZIONE		
	Superficie totale	Mq/1000 ab.
Alimentari e Misti	267.027	245,4
Extra alimentari	305.161	280,4
Centri Commerciali	200.274	184,0
TOTALE.	772.462	709,9

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte 2018

Dalle tabelle riassuntive risulta che i rapporti di densità degli esercizi misti ed extra alimentari così come il dato globale sono abbastanza uniformi.

Al contrario la disponibilità di superficie di Centri Commerciali ogni 1.000 abitanti risulta decisamente maggiore nell'area più estesa rispetto al bacino di gravitazione, ad indicare una maggiore presenza di questo tipo di strutture nei comuni posti a contorno della città di Torino, presumibilmente per la maggiore disponibilità di grandi aree edificabili.

ANALISI DEL TREND EVOLUTIVO DELLA RETE COMMERCIALE ESISTENTE

Anche per questo indicatore le rilevazioni annuali che l'Osservatorio regionale del Commercio compie ormai da oltre un decennio insieme ai comuni piemontesi rappresentano una fonte importante di informazioni che consentono di approfondire l'analisi della rete commerciale locale.

Utilizzando i dati messi a disposizione per gli anni **2016, 2017 e 2018** si ottiene una serie storica di ciò che è successo alla rete distributiva delle due aree che permette di acquisire una visione di insieme di quella che è l'evoluzione della rete commerciale sia dei 33 comuni che appartengono all'Area di Programmazione Commerciale di Torino sia del bacino di gravitazione considerato in precedenza.

In questo caso si riesce a esaminare maggiormente nel dettaglio le diverse tipologie delle strutture distributive, riuscendo a ottenerne il trend evolutivo prima per ciascuna area e poi mettendole a confronto.

Area di programmazione

La situazione globale è sintetizzata nelle tabelle seguenti, nelle quali si considerano separatamente gli esercizi misti e quelli extra alimentari, che valutano la città di Torino e gli altri comuni appartenenti all'area di programmazione commerciale:

N. ESERCIZI ALIMENTARI E MISTI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
VICINATO	6.378	6.661	6.797
MEDIE	365	372	403
GRANDI	10	11	12

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

N. ESERCIZI EXTRA ALIMENTARI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
VICINATO	15.921	16.096	16.038
MEDIE	526	530	564
GRANDI	18	17	17

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

La variazione percentuale è sintetizzata nelle tabelle seguenti :

VARIAZIONE % N. ESERCIZI ALIMENTARI E MISTI

TIPOLOGIA	2016/2017	2017/2018
VICINATO	4,2	2,0
MEDIE	1,9	7,7
GRANDI	9,1	8,3

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

VARIAZIONE % N. ESERCIZI EXTRA ALIMENTARI

TIPOLOGIA	2016/2017	2017/2018
VICINATO	1,1	-0,4
MEDIE	0,8	6,0
GRANDI	-5,9	0,0

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

I diagrammi seguenti visualizzano quello che è il trend evolutivo degli ultimi tre anni.

I notevoli scostamenti che si possono evidenziare relativamente agli **esercizi di vicinato** probabilmente sono dovute alle grosse variazioni che si sono registrate nel caricamento nei files regionali dei dati relativi alla rete distributiva del comune di Torino, il quale da solo rappresenta oltre il 25% della rete commerciale della Regione.

Analogamente la rilevazione relativa alle **medie strutture miste ed extra alimentari** risente delle variazioni che si registrano nel conteggio del comune di Torino e che si ripercuotono pesantemente sul totale degli esercizi.

Le **grandi strutture** miste sono aumentate di una unità, mentre quelle extra alimentari sono diminuite sempre di una unità.

La situazione dei Centri Commerciali, che viene sintetizzata nelle tabelle seguenti denota un aumento numerico e, in misura maggiore, superficiale, a seguito probabilmente anche di ampliamenti di strutture già esistenti.

N. CENTRI COMMERCIALI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
MEDI	28	28	33
GRANDI	39	38	42

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

SUPERFICIE. CENTRI COMMERCIALI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
MEDI	36.734	38.559	52.619
GRANDI	337.648	335.235	369.451

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

Bacino di gravitazione

Come già evidenziato in precedenza si ha che il bacino di gravitazione individuato dalle isocrone è un insieme più circoscritto di quello che è l'area di programmazione di Torino.

La situazione globale è sintetizzata nelle tabelle seguenti.

N. ESERCIZI ALIMENTARI E MISTI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
VICINATO	5.165	5.299	5.636
MEDIE	301	310	341
GRANDI	6	7	7

N. ESERCIZI EXTRAALIMENTARI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
VICINATO	13.122	13.265	13.260
MEDIE	434	435	450
GRANDI	11	10	10

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

La variazione percentuale è sintetizzata nelle tabelle seguenti :

VARIAZIONE % N. ESERCIZI ALIMENTARI E MISTI

TIPOLOGIA	2016/2017	2017/2018
VICINATO	2,5	6,0
MEDIE	2,9	9,1
GRANDI	14,3	0,0

VARIAZIONE % N. ESERCIZI EXTRA ALIMENTARI

TIPOLOGIA	2016/2017	2017/2018
VICINATO	1,1	0,0
MEDIE	0,2	3,3
GRANDI	-10,0	0,0

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

Nuovamente la situazione dei Centri Commerciali, che viene sintetizzata nelle tabelle seguenti denota solamente un aumento per i grandi centri mentre i medi centri sono sostanzialmente stabili.

N. CENTRI COMMERCIALI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
MEDI	14	14	13
GRANDI	17	17	20

SUPERFICIE. CENTRI COMMERCIALI

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
MEDI	18.634	18.215	18.165
GRANDI	163.085	163.085	182.109

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

Infine nelle tabelle seguenti, per poter disporre dei dati che verranno utilizzati nelle analisi successive, si riassume la situazione commerciale totale dei tre anni, in relazione al numero di esercizi di vicinato e alle superfici di vendita delle medie e grandi strutture dell'area di programmazione e nel bacino di gravitazione.

AREA PROGRAMMAZIONE N. ESERCIZI VICINATO

	2016	2017	2018
VICINATO	22.299	22.757	22.835

AREA PROGRAMMAZIONE SUPERFICIE COMPLESSIVA medie e grandi mq

	2016	2017	2018
MEDIE	552.481	562.947	622.250
GRANDI	139.887	139.247	153.212

BACINO GRAVITAZIONE N. ESERCIZI VICINATO

	2016	2017	2018
VICINATO	18.287	18.564	18.896

BACINO GRAVITAZIONE SUPERFICIE COMPLESSIVA medie e grandi mq

	2016	2017	2018
MEDIE	443.309	454.469	495.057
GRANDI	69.529	68.889	77.131
TOTALE	514.854	525.375	574.206

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte

Rapporti con la popolazione residente

Considerando le due aree nel loro complesso dalle analisi precedenti risulta che siamo in presenza di un trend simile, osservando che nell'ultimo biennio si registra un lieve incremento numerico sia nel comparto del vicinato che in quello delle medie strutture, e anche le grandi strutture registrano una lieve crescita in termini superficiali.

Queste tendenze trovano conferma nell'analisi dei rapporti tra il numero degli esercizi e la popolazione residente, che nel triennio considerato ha registrato una diminuzione pari a circa lo 0,68 % nell'area di programmazione considerata (dati rilevati da "Comuni Italiani").

NUMERO DI ABITANTI PER ANNO area programmazione

COMUNE	2016	2017	2018
ALPIGNANO	17.115	17.008	17.038
BALDISSERO TORINESE	3.783	3.750	3.760
BEINASCO	18.237	18.159	18.117
BORGARO TORINESE	13.599	13.592	13.538
CANDIOLO	5.705	5.669	5.633
CASELETTE	3.035	3.060	3.049
CASELLE TORINESE	19.129	19.136	19.180
CASTIGLIONE TORINESE	6.447	6.416	6.460
COLLEGNO	50.077	49.905	49.674
DRUENTO	8.646	8.622	8.695
GASSINO TORINESE	9.459	9.432	9.470
GRUGLIASCO	37.971	37.966	37.944
LA LOGGIA	8.930	8.874	8.856
LEINI'	16.255	16.356	16.478
MONCALIERI	56.960	57.294	57.530
NICHELINO	48.265	48.123	48.048
NONE	8.058	8.005	8.009
ORBASSANO	23.265	23.188	23.266
PECETTO TORINESE	3.975	3.995	4.040
PIANEZZA	14.938	15.152	15.242
PINO TORINESE	8.373	8.379	8.380
RIVALTA DI TORINO	19.796	19.887	20.055

COMUNE	2016	2017	2018
RIVOLI	17.115	17.008	17.038
ROBASSOMERO	3.783	3.750	3.760
ROSTA	18.237	18.159	18.117
SAN GILLIO	13.599	13.592	13.538
SAN MAURO TORINESE	5.705	5.669	5.633
SETTIMO TORINESE	3.035	3.060	3.049
TORINO	19.129	19.136	19.180
TROFARELLO	6.447	6.416	6.460
VENARIA	50.077	49.905	49.674
VILLARBASSE	8.646	8.622	8.695
VINOVO	9.459	9.432	9.470
VOLVERA	37.971	37.966	37.944
TOTALE	1.498.187	1.491.712	1.487.976

Fonte: Osservatorio Regionale sul Commercio

Nelle tabelle che seguono vengono riportati i rapporti relativi al numero di abitanti per esercizio di vicinato ed il numero di abitanti ogni 100 mq per le medie e grandi strutture individuati per l'area di programmazione, della quale si conoscono gli abitanti.

ABITANTI/ESERCIZIO DI VICINATO

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
VICINATO	67,19	65,55	65,16

Fonte: Elaborazioni SOTRECO

ABITANTI/100 MQ

TIPOLOGIA	2016	2017	2018
MEDIE	271,2	265,0	239,1
GRANDI	1071,0	1071,3	971,2

Fonte: Elaborazioni SOTRECO

Risulta quindi evidente che nell'ultimo triennio l'offerta commerciale è sostanzialmente stabile per quanto riguarda il vicinato , mentre è aumentata per quanto riguarda la media e grande distribuzione.

CONFRONTI CON BACINI DI GRAVITAZIONE ESTERI

Il bacino di gravitazione così come è stato individuato nei capitoli precedenti per poter essere utilizzato per le analisi successive, deve essere confrontato con analoghe aree ubicate nei paesi della Comunità Europea, al fine di valutare le similitudini o le diversità rispetto agli sviluppi raggiunti dalle rispettive reti distributive.

L'analisi è stata condotta prendendo in considerazione la Francia, sia per la sua vicinanza territoriale, e pertanto per una certa somiglianza con gli usi e costumi dei consumi della zona interessata dalla istanza sia per il fatto che da sempre la rete distributiva francese costituisce un modello di riferimento e spesso precorre i tempi per quanto concerne i trend evolutivi della distribuzione commerciale nelle sue varie forme.

In Francia esiste la possibilità di disporre di un'analisi territoriale capillare del settore distributivo commerciale, realizzata da una rivista specializzata del settore denominata "Libre Service Actualité" (L.S.A.) che oltre a numerosi altri studi e indagini di settore monografici pubblica un "Atlas de la Distribution" che riporta il censimento del commercio moderno in Francia aggiornato annualmente nel settore alimentare ed extra alimentare suddiviso per dipartimenti, ed uno studio socioeconomico sulle diverse aree in cui è diviso il paese transalpino, denominato "Le Focus Alimentaire" però dedicato esclusivamente alle superfici di vendita in campo alimentare e misto.

La pubblicazione "Le Focus Alimentaire" individua le zone di attrazione commerciale dei vari poli urbani denominate "Zone de Vie", e per ciascuna zona pubblica alcuni indicatori generali relativi alla composizione e al reddito medio della popolazione mentre, come già detto, "L'Atlas de la Distribution" permette di conoscere nel dettaglio la rete distributiva, alimentare ed extra alimentare, di tutti i comuni francesi.

L'utilizzo di questi due documenti consente di ottenere preziose informazioni che potranno essere confrontate con quelle relative al bacino di gravitazione che è stato individuato in precedenza.

Individuazione aree di confronto

Nei paragrafi precedenti è stato individuato il potenziale bacino di gravitazione della nuova struttura commerciale, circoscrivendo un'area pari a circa 20 minuti di percorrenza automobilistica.

Poiché per quanto riguarda la parte francese non sono disponibili analisi di ambiti territoriali così limitati, quali quello individuato dalla isocrona dei 20 minuti primi, si è deciso di porre a confronto delle aree più ampie che però consentono di considerare degli elementi che permettono di comparare le zone così scelte; nel caso particolare si è deciso di considerare l'area individuata dalla Regione come "Area di programmazione commerciale di Torino".

Per poter confrontare le aree prese in esame si sono identificati in primo luogo gli elementi che verranno comparati, individuandoli nel numero delle famiglie, nel numero di abitanti, negli occupati e nel reddito.

Le analisi territoriali francesi che sono disponibili nella pubblicazione "Le Focus Alimentaire" evidenziano le zone di attrazione commerciale dei vari poli urbani denominate "Zone de Vie", da cui è stato possibile individuare due aree che morfologicamente possiedono caratteristiche orogenetiche simili.

Le due aree francesi sono state individuate nelle regioni della Rhône-Alpes e della Provence, e precisamente la "zone de vie" di Lione e Marsiglia.

Queste due aree francesi risultano essere caratterizzate da situazioni socio economiche assimilabili a quelle del torinese, con la presenza di un centro urbano di dimensioni consistenti ad alta capacità polarizzante, che presenta elementi squilibranti nei rapporti gerarchici tra i diversi centri che compongono le aree di riferimento.

Comparando tutti i valori trovati si può mettere in correlazione l'area di riferimento individuata per Torino con queste due aree francesi che sono comunque molto simili per quanto riguarda la composizione demografica, occupazionale e di reddito.

Per poter disporre di dati che siano confrontabili tra di loro, considerando che per le aree francesi sono disponibili valori riferiti all'anno 2015, anche per quanto riguarda la rete commerciale censita dall'Osservatorio della Regione Piemonte viene considerato tale anno, mentre per gli indicatori demografici e di reddito sono stati utilizzati i dati ricavati dall'ultimo censimento ISTAT del 2011.

Ciò premesso, si riportano nella seguente tabella i valori socio economici dei comuni dell'Area di Programmazione Commerciale di Torino.

VALORI DI RIFERIMENTO PER COMUNE

COMUNE	FAMIGLIE	ABITANTI	OCCUPATI	REDDITO MEDIO per dichiarante €
ALPIGNANO	7329	16893	6883	20.976

BALDISSERO TORINESE	1586	3783	1634	31.765
BEINASCO	7838	18104	7290	20.214
BORGARO TORINESE	5386	13620	6095	20.799
CANDIOLO	2221	5566	2485	20.797
CASELETTE	1178	2931	1244	21.722
CASELLE TORINESE	7420	18299	7983	20.328
CASTIGLIONE TORINESE	2599	6363	2829	25.742
COLLEGNO	21680	49083	20614	21.420
DRUENTO	3505	8436	3625	21.130
GASSINO TORINESE	4111	9536	3999	21.108
GRUGLIASCO	16065	37194	15587	20.002
LA LOGGIA	3519	8631	4008	20.595
LEINI'	6283	15523	6858	20.179
MONCALIERI	24801	55875	22918	23.860
NICHELINO	19831	47851	18788	18.610
NONE	3244	7998	3392	18.642
ORBASSANO	9573	22537	9442	20.060
PECETTO TORINESE	1635	3877	1688	34.241
PIANEZZA	5832	14169	6230	22.644
PINO TORINESE	3671	8481	3484	36.324
RIVALTA DI TORINO	7857	19245	8304	21.852
RIVOLI	20973	48632	19326	22.397
ROBASSOMERO	1212	2976	1255	22.465
ROSTA	1912	4621	1990	27.401
SAN GILLIO	1169	3023	1345	21.319
SAN MAURO TORINESE	7997	18925	7989	24.024
SETTIMO TORINESE	19709	46875	18926	19.363
TORINO	419449	872.367	352044	23.252
TROFARELLO	4504	10911	4606	22.935
VENARIA	14152	33741	13863	20.412
VILLARBASSE	1393	3323	1432	29.089
VINOVO	5829	14108	6057	23.431
VOLVERA	3354	8690	3846	19.708
TOTALE	668.817	1.462.187	598.059	22.606

Fonte: ISTAT e Ministero Economia e Finanze

Come già detto, l'analisi dei dati precedenti permette di mettere in correlazione l'area di programmazione commerciale individuata per Torino con due aree francesi che risultano essere molto simili per quanto riguarda la composizione demografica, occupazionale e di reddito, anche se i valori non sono stati rilevati nello stesso anno.

Le aree francesi che si sono considerate per la comparazione con Torino sono quelle di Lione e di Marsiglia, indicate nelle pagine seguenti.

La tabella seguente riporta gli indicatori socio-economici presi in esame, evidenziando una sufficiente conformità tra le aree.

CONFRONTO INDICATORI GENERALI

INDICATORI	AREA DI RIFERIMENTO.	Arrondissement LIONE	Arrondissement MARSIGLIA
Numero famiglie	668.817	618.133	474.925
Popolazione	1.462.187	1.370.934	1.062.934
Occupati	598.059	693.053	406.763
Occupati/abitante	0,40	0,51	0,38

Reddito medio	22.606	21.328	19.124
---------------	--------	--------	--------

Fonte: Dati Regione Piemonte – LSA Le Focus Alimentaire

Definite le aree da esaminare si procede di seguito a comparare la realtà commerciale, così da poter avere un quadro completo delle similitudini tra le tre zone.

Comparto alimentare

Le due “zone de vie” di **Lione e Marsiglia** individuate in precedenza sulla base degli indicatori socio – economici, appartengono rispettivamente ai due dipartimenti **Rhone**, che comprende Lyon e Villefranche sur Saone per una popolazione complessiva di **1.821.995** unità, e **Bouches du Rhone**, il quale comprende oltre a Marsiglia altri tre “arrondissement” per una popolazione complessiva di **2.016.622** unità.

La tabella seguente mette a confronto la situazione del **comparto alimentare** rilevata dall' Osservatorio del Commercio al 2018 con quella dei due dipartimenti francesi con i dati commerciali riportati da “L’Atlas de la Distribution” al 2018.

CONFRONTO INDICATORI COMMERCIALI comparto alimentare			
INDICATORI	AREA DI RIFERIMENTO	Dip RHONE	Dip. BOUCHES DU RHONE
Sup. vendita totale	483.002	496.506	668.820
Ipermercati	32	33	40
Medie strutture	443	293	370
Abitanti (2011)	1.458.471	1.821.995	2.016.622
Mq. per abitante	0,33	0,27	0,33

Fonte: Dati Regione Piemonte – LSA L’Atlas de la Distribution

Assume una notevole importanza per l’approfondimento delle analisi successive la individuazione della presenza e del relativo peso che la grande distribuzione esercita nelle aree che si vanno a confrontare.

Nella tabella seguente vengono riportati le superfici di vendita delle prime dieci strutture per ordine di grandezza appartenenti alla tipologia mista, inserite o meno all’interno di centri commerciali, che presentano dimensioni che le fanno appartenere alla grande distribuzione, che risultano essere presenti nelle zone considerate.

In questo caso i valori dell’area di programmazione sono ricavati dagli ultimi dati dell’Osservatorio Regionale del Commercio nel 2018, anno al quale si riferiscono anche i dati francesi.

CONFRONTO SUP. VENDITA IPERMERCATI			
A.P.C. DI TORINO.	Zona LIONE	Zona MARSIGLIA	
11.960	15.436	21.966	
11.959	15.000	17.112	
8.990	12.000	16.320	
7.790	11.670	16.264	
7.500	10.775	14.000	
7.442	10.001	14.000	
6.000	9.385	13.500	
5.600	9.250	12.060	
5.500	8.668	12.000	
5.450	8.240	10.800	
78.191	110.425	148.022	TOTALE

Fonte: Dati Regione Piemonte – LSA L’Atlas de la Distribution

Dal raffronto tra l'area di programmazione commerciale di Torino, e le due importanti aree francesi di Lione e di Marsiglia, che come si è visto presentano dei dati generali demografici abbastanza omogenei tra loro, emergono le considerazioni seguenti.

La composizione della rete distributiva di media-grande dimensione delle tre aree considerate si può definire raffrontabile e abbastanza coerente per la similitudine degli indicatori presi in esame.

Sia in termini assoluti che in termini di confronto tutte e tre le aree sono sicuramente abbastanza simili, o comunque confrontabili.

Si può però evidenziare che almeno un elemento fa riscontrare una differenza tra le aree transalpine e quella di analisi, ed è quello che emerge dall'esame delle dieci strutture più grandi operanti nelle rispettive zone.

La zona di Marsiglia si segnala con una **superficie media** di queste strutture pari a **14.802 mq, rispetto ai 11.042 mq della zona di Lione ed agli 7.819 mq della zona di riferimento di Torino.**

Mentre di fatto l'insieme delle strutture di medio-grande dimensione nel loro complesso sono praticamente simili in tutte e tre le zone di esame, **le due aree francesi presentano ipermercati molto più grandi rispetto a quelli torinesi, con una capacità di offerta molto maggiore ma con una tendenza a porsi in posizione oligarchica da parte dei grossi ipermercati superiore a quanto succede nella nostra area.**

Queste due valutazioni correlate suggeriscono che nella zona di riferimento attorno ad Torino esiste una forte presenza di medie strutture le quali contribuiscono ad aumentare la superficie di vendita totale anche se le grandi strutture sono mediamente di taglia inferiore rispetto a quelle delle due aree transalpine considerate.

In pratica il sistema piemontese si è venuto a strutturare su di una offerta moderna costituita da negozi di dimensioni più contenute, situazione forse derivata da una normativa più rigida, che solo ultimamente ha visto una liberalizzazione più marcata, ma dove anche una diversa partecipazione imprenditoriale ha contribuito all'attuale stato di fatto.

In Piemonte infatti lo sviluppo del dettaglio moderno è stato realizzato, oltre che da grandi gruppi capitalistici, sovente proprio da molti operatori individuali che, privilegiando forme di associazionismo più o meno spinte e di franchising, hanno realizzato un insieme di strutture di media dimensione, maggiormente consone ai capitali a loro disposizione ed alle capacità imprenditoriali esistenti, riuscendo a insediarsi all'interno dei centri urbani, senza compromettere particolarmente ampi spazi di territorio.

Dalle comparazioni effettuate appare chiaro che esiste una notevole uniformità tra la nostra area e quelle francesi dal punto di vista della relazione tra domanda e offerta commerciale di carattere **misto**.

Comparto extra alimentare

Come già detto, le due "zone de vie" di Lione e Marsiglia individuate in precedenza sulla base degli indicatori socio – economici, appartengono ai due dipartimenti **Rhone e Bouches du Rhone**.

Nella pubblicazione "L'Atlas de la Distribution" viene riportata la composizione della rete distributiva francese, suddivisa per dipartimento, fornendo dei dati, aggregati per tipologia merceologica, della superficie di vendita disponibile delle varie **strutture commerciali extra alimentari**.

SUP. VENDITA EXTRA ALIMENTARE DISPONIBILE

CATEGORIA MERCEOLOGICA.	Dip . Rhone	Dip. Bouches du Rhone
BRICOLAGE	117.974	201.245
CULTURA E DIVERTIMENTO	23.149	22.129
ELETTRODOMESTICI	52.221	58.961
GIARDINAGGIO	73.230	99.257
GIOCATTOLI	19.531	21.394
MOBILI	47.820	74.651
ABBIGLIAMENTO	50.804	73.589
PUERICULTURA	4.439	7.965
SPORT	47.043	69.303
TOTALE EXTRAALIM.	436.211	628.494

Fonte: Atlas de la Distribution 2019

I dati dell'Osservatorio Regionale sul commercio al 2018 non sono suddivisi per categoria merceologica ma, da un'analisi sommaria delle insegne censite, si può valutare che la superficie di vendita disponibile relativa

alle categorie sopra elencate del **settore extra alimentare**, comprendendo le medie e le grandi strutture, anche interne ai Centri Commerciali, ammonti a circa **602.088 mq.**, con un valore quindi sicuramente in linea con quanto rilevato nella realtà francese, come si può osservare anche dalla tabella seguente nella quale nuovamente si mette in relazione la superficie di vendita con il numero di abitanti dell'area considerata.

CONFRONTO INDICATORI COMMERCIALI comparto extra alimentare

INDICATORI	AREA DI RIFERIMENTO	Dip RHONE	Dip. BOUCHES DU RHONE
Sup. vendita totale	602.088	436.211	628.494
Abitanti	1.487.976	1.821.995	2.016.622
Mq. per abitante	0,40	0,23	0,31

Dalla tabella precedente appare nuovamente che anche dal punto di vista della relazione tra domanda e offerta commerciale **extra alimentare** esiste sicuramente una certa uniformità tra la nostra area e quelle francesi.

In ultimo si precisa che al 2018 sono attive nella sola città di Torino medie e grandi strutture extra alimentari per 288.662 mq. di vendita, per cui non sarà certamente l'attivazione di 5.950 mq. di vendita, pari al 2,1 % del totale, a creare alterazioni tra gli equilibri esistenti.

ANALISI DELLA RETE COMMERCIALE DEL BACINO DI GRAVITAZIONE

Nei capitoli precedenti è stata scelta come area di riferimento quella di gravitazione determinata dalle isocrone, motivandone la scelta.

La specificità dell'insediamento, data dalle dimensioni e dalla tipologia strutturale che si ipotizza di realizzare, impone però di considerare nella definizione del bacino di attrazione non soltanto la popolazione presente sul territorio e le semplici linee isocrone, determinate dalle velocità di percorrenza delle distanze dai diversi centri urbani interessati, ma anche la concorrenza presente nel bacino individuato.

Si tratterà pertanto di rilevare e analizzare la situazione dell'offerta commerciale extra alimentare di grande e media dimensione nel bacino di gravitazione individuato.

La Distribuzione Organizzata del bacino di gravitazione

Come già riportato, in base ai dati forniti dall'**Osservatorio Regionale sul Commercio al 2018**, i comuni e le aree urbane che fanno parte dell'area di gravitazione generata dal punto di vendita in oggetto vedono la presenza di un totale di **19.737** negozi, comprendenti le varie forme e tipologie di vendita.

La rilevazione effettuata considera i negozi esistenti solamente a livello del comune nel suo complesso, anche se le isocrone sono state calcolate considerando, in alcuni casi, anche le frazioni o località per le quali si conosceva il numero di abitanti.

La quantità di esercizi commerciali non è invece conosciuta a livello così minuto e pertanto dall'Osservatorio del Commercio della Regione Piemonte viene rilevato il valore totale assegnandolo al "municipio".

Per avere un quadro di riferimento il più chiaro possibile si riportano di seguito i dati degli esercizi commerciali che sono operanti nell'area di attrazione della struttura commerciale ipotizzata, e tali dati sono ricavati in base a quanto prima osservato.

LA RETE COMMERCIALE - Numero Esercizi

SETTORE	TIPOLOGIA	TOTALE
ALIMENTARI	Vicinato	3.675
	Medie dimensioni	21
	Grandi dimensioni	0
EXTRA ALIMENTARI	Vicinato	13.260
	Medie dimensioni	450
	Grandi dimensioni	10
MISTI	Vicinato	1.961
	Medie dimensioni	320

	Grandi dimensioni	7
CENTRI COMMERCIALI	Medie dimensioni	13
	Grandi dimensioni	20
TOTALE		19.737

LA RETE COMMERCIALE – Superficie

SETTORE	TIPOLOGIA	TOTALE
ALIMENTARI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	12.448
	Grandi dimensioni	0
EXTRA ALIMENTARI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	263.552
	Grandi dimensioni	41.609
MISTI	Vicinato	0
	Medie dimensioni	219.057
	Grandi dimensioni	35.522
CENTRI COMMERC.	Medie dimensioni	18.165
	Grandi dimensioni	182.109
TOTALE		772.462

Fonte: Elaborazioni SOTRECO su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte 2018

Sicuramente il bacino commerciale considerato risulta possedere una rete commerciale estremamente completa in tutte le tipologie, anche se per il prosieguo del lavoro interessa però in maniera particolare la composizione delle strutture commerciali, situate all'interno dell'isocrona considerata, che si pongono in diretta concorrenza con l'iniziativa in esame, e pertanto si sono prese in considerazione e si riportano nella tabella seguente i dati relativi a tutte le strutture che si possono identificare come esercizi extra alimentari con superficie vicina o superiore ai 1.500 mq, posti sia all'interno che all'esterno di centri commerciali.

La dimensione dei 1.500 mq di superficie di vendita è stata scelta come elemento capace di generare attrazioni e livelli di concorrenza indipendentemente dalla dimensione demografica del comune in cui sono inseriti queste tipologie di esercizi.

Infatti in molti esercizi commerciali misti ed extra alimentari più che le dimensioni sono le politiche commerciali attivate che definiscono i bacini d'utenza.

Nella tabella seguente vengono elencate le strutture extra alimentari con le caratteristiche dimensionali prima evidenziate, presenti nel bacino di utenza corrispondente all'area di gravitazione considerato in precedenza.

STRUTTURE COMMERCIALI EXTRA ALIMENTARI

COMUNE	NUM.	SUPERFICIE DI VENDITA	MERCEOLOGIA
TORINO nuovo	1	5.950	BRICOLAGE
TORINO C.so Mortara	1	2.200	G. MAGAZZINO
TORINO V. Foggia	1	2.500	ABBIGLIAMENTO
TORINO V. Cigna	1	1.850	ABBIGLIAMENTO
TORINO V. Cigna	1	3.000	BRICOLAGE
TORINO C.so G. Cesare	1	4.270	ELETTROD.
TORINO C.so G. Cesare	1	2.390	GIOCATTOLI.
TORINO C.so G. Cesare	1	1.500	ABBIGLIAMENTO
TORINO V. Treviso	1	1.500	ELETTROD.
TORINO V. Stampini	1	2.187	ABBIGLIAMENTO
TORINO s.da Altessano	1	1.817	ABBIGLIAMENTO
TORINO s.da Altessano	1	4.500	BRICOLAGE

TORINO S.da Settimo	1	4.701	MOBILI
Borgaro V. Lanzo	1	5.064	MOBILI
Borgaro V. Lanzo	1	1.500	SCARPE
Caselle S.da Ciriè	1	1.797	VARI
Caselle V. Cottolengo	1	3.840	VARI
Chivasso C. Ferraris	1	1.601	VARI
Leini V. torino	1	2.490	MOBILI
Settimo "Settimo Cielo"	1	12.000	VARI
Settimo V. Paganini	1	3.800	MOBILI
Settimo V. Nervi	1	3.500	BRICOLAGE
Settimo V. Cebrosa	1	1.550	SCARPE
Settimo V. Nervi	1	2.450	ABBIGLIAMENTO
Settimo V. Leoncavallo	1	6.000	BRICOLAGE
Settimo V. Nervi	1	1.612	ELETTROD.
Settimo s.da S. Mauro	1	2.890	GIARDINAGGIO
Venaria C. Garibaldi	1	3.666	BRICOLAGE
Venaria C. Garibaldi	1	1.634	ABBIGLIAMENTO
TOTALI	29	93.759	

Fonte: Elaborazioni su dati Regione Piemonte – Il commercio in Piemonte 2018

Praticamente, come si può rilevare dagli schemi precedenti, la zona di interesse vede la presenza di un numero discreto di **strutture extra alimentari** di media e grande dimensione, così come definite dal Decreto Legislativo 114/98.

ANALISI DELLA DOMANDA

L'insediamento di una nuova struttura commerciale diventa elemento di accrescimento da un lato del servizio per la popolazione di riferimento, ma rappresenta anche una componente di appesantimento del settore commerciale già esistente con la possibile espulsione dei soggetti economici operanti nell'area.

In questo caso la metodologia adottata tende a verificare se la quota di mercato assorbita dal nuovo insediamento, aggiunta alle quote di mercato che gli esercizi esistenti già assorbono, rientra ancora nella parte di consumi che il dettaglio moderno acquisisce.

Si è partiti dal presupposto che i consumi alimentari e non di una popolazione residente in una determinata area vengano suddivisi tra le diverse forme di distribuzione che esistono a disposizione nell'area stessa.

Tra le forme di distribuzione che si possono individuare nell'area si possono citare gli autoconsumi, il commercio tradizionale, il commercio ambulante ed il commercio moderno.

La definizione che viene normalmente accettata per definire il commercio moderno è quella che comprende, per quanto riguarda gli esercizi di vendita al dettaglio misti in sede fissa, le tipologie dei minimercati, supermercati, discount e ipermercati, mentre per il comparto extra alimentare è quella che comprende le strutture specializzate o grandi magazzini, oltre alle V.P.C. e alle vendite tramite Internet.

Di tutti gli esercizi commerciali si considereranno le tipologie strutturali e dimensionali che si contrappongono più direttamente.

Uno degli elementi che diventa comunque necessario acquisire al fine di ottenere i risultati che ci si prefigge è la stima dei consumi che si effettuano nell'area.

Per poter arrivare a definire la struttura dei consumi che si può ipotizzare sia adottata nell'area oggetto della presente analisi, ci si è basati sul valore dei redditi medi rilevati nel **2011** dall'ISTAT per i comuni interessati, senza considerare il contributo dovuto all'inflazione perché negli ultimi tre anni la congiuntura non favorevole ha sicuramente provocato un ristagno, se non una diminuzione, nel reddito disponibile.

Il dato relativo al consumo di ogni comune appartenente all'area di gravitazione, identificata con il calcolo delle isocrone, è stato stimato ponderandolo in base al numero degli abitanti suddivisi per condizione professionale, in modo da ottenere un valore medio che risenta dell'importanza non solo demografica ma anche economica dei singoli comuni.

In pratica per ogni comune appartenente all'area di gravitazione compreso nelle isocrone di percorrenza si è rilevata la composizione professionale della popolazione, individuando gli imprenditori, gli autonomi, i dirigenti, i dipendenti e coloro che non sono attivi o perché ritirati o perché non in condizione professionale,

in base alla quale si è definito il peso dei consumi complessivi per giungere al valore del consumo medio ponderandolo con il peso demografico di ciascun comune.

Poiché ai fini di questo studio interessa stimare la quota dei consumi che vengono commercializzati, cioè che “passano” attraverso il canale distributivo al dettaglio in sede fissa, si è ritenuto opportuno applicare dei coefficienti di conversione in grado di stimare la parte che effettivamente viene commercializzata nei negozi ubicati nell’area, escludendo invece quella parte che i consumatori spendono per i loro acquisti utilizzando canali differenti (ambulante, e-commerce, acquisti diretti presso la produzione, acquisti per corrispondenza o offerti a domicilio, ecc.), oltre a considerare che molte spese extra alimentari vengono effettuate per ottenere servizi pubblici o privati o appartenenti a settori che non sono prettamente commerciali.

Rapportando a 100 il totale dei consumi commercializzati si ottiene la struttura in valori percentuali e assoluti di questi consumi.

In base a questi rapporti, si ottiene la struttura percentuale dei consumi commercializzati, che viene riportata di seguito.

STRUTTURA DEI CONSUMI

CAPITOLI DI SPESA	VALORI %	EURO	PERCENTUALE CONS. COMMERC.	EURO
Alimentazione	11,5	3.010,45	37,48	2.107,32
Tabacco	0,2	52,36	0,13	7,33
Vestituario	4,1	1.073,29	4,77	268,32
Abitazione, combust., en.el.	24,4	6.387,39	5,68	319,37
Mobili e arredamento	5,6	1.465,96	10,43	586,38
Igiene e salute	3,1	811,51	2,31	129,84
Trasporti e comunicazioni	13,8	3.612,54	8,99	505,76
Istruzione	0,8	209,42	0,60	33,51
Tempo libero	19,3	5.052,32	16,17	909,42
Pasti e cons. fuori casa	13,5	3.534,01	10,68	600,78
Altri beni e servizi	3,7	968,58	2,76	154,97
TOTALE	100,0	26.177,84	100,00	5.623,00

Fonte: Stime SOTRECO

In pratica risulta che attraverso i negozi in generale passa solamente il **21,5 %** circa dei consumi complessivi, valore in linea con i rapporti ISTAT e con la realtà dell’area di analisi.

In base a questi calcoli si è ricavato che nell’area considerata il consumo complessivo procapite medio al 2011 di **2.107,32** mentre per i generi extra alimentari è pari a Euro **2.874,07**.

Questi valori sono molto simili a quelli rilevati nello studio sulla “Spesa delle famiglie piemontesi” realizzato al 2009 dall’Osservatorio Regionale sul Commercio e Unioncamere.

Tale studio indica infatti una spesa media annuale procapite per i generi alimentari compresa tra 1.283 e 2.845 euro in funzione della numerosità del nucleo familiare, mentre per i generi extra alimentari commercializzati si ha un valore medio procapite di circa 3.170 euro.

Tali valori si potrebbero applicare nel prosieguo del lavoro senza ulteriori affinamenti nel momento in cui i negozi a loro volta vendessero i prodotti suddivisi rigidamente per settore merceologico.

Oggettivamente però questo non accade, in particolare per la realtà della grande distribuzione alimentare e mista che sempre di più offre nei propri assortimenti tutta una serie dei prodotti appartenenti alle merceologie extra alimentari.

Questi prodotti extra alimentari presenti negli Ipermercati e Supermercati, acquisiscono sicuramente almeno il 7% dei consumi delle famiglie, e pertanto nelle valutazioni che seguiranno si è andata a considerare tale “evasione” verso le strutture miste portando la quota di consumo per gli esercizi extra alimentari a circa 2.673 euro.

Dai calcoli e dalle valutazioni effettuate in precedenza si può definire che il valore dei consumi commercializzati extra alimentari generati nell’area di gravitazione di 586.032 abitanti risultano pertanto essere i seguenti:

Extra Alimentare

Fascia interna	€	176.172.251
Fascia intermedia	€	634.237.209
Fascia esterna	€	386.204.556
TOTALE	€	1.196.614.016

Fonte: Stime SOTRECO

INCIDENZA DELLE GRANDI UNITÀ DI VENDITA SUI CONSUMI

Come dice il termine stesso una curva isocrona identifica tutte le località che si trovano alla medesima distanza, espressa in tempo di percorrenza in auto, dal luogo in cui è posizionato il punto di partenza interessato.

Sicuramente questa è una stima del bacino di attrazione abbastanza grezza, in quanto non considera assolutamente l'esistenza di elementi che influenzino le scelte dei percorsi della popolazione.

Nell'ambito commerciale non sempre la distanza è l'unico elemento che condiziona la scelta di una tipologia distributiva presso cui effettuare gli acquisti, bensì è proprio l'importanza che si assegna alla tipologia che condiziona i movimenti sul territorio.

Ciascuna struttura commerciale di media-grande dimensione definisce un bacino da cui attrae la popolazione più o meno circostante.

Nelle zone in cui questi bacini si vanno ad intersecare sarà minore la capacità di ciascuna di queste strutture di captare quote aggiuntive di consumi.

Valutando per ciascun comune appartenente ai diversi bacini di attrazione la quota assorbita da ciascuna delle strutture che sono state prese in esame, si riesce ad avere una definizione attendibile dell'impatto che la nuova struttura avrà sui consumi dell'area di competenza.

Per verificare tale condizione si è proceduto ad individuare per ogni esercizio di quelli individuati in precedenza la quota di mercato assorbita da ciascuno di essi nelle fasce isocrone interna, intermedia e esterna, al fine di ottenere, per ogni zona appartenente all'area di gravitazione della nuova struttura commerciale di cui si richiede l'autorizzazione, la parte dei consumi degli abitanti che si rivolge alle strutture moderne presenti dell'area.

Lo studio è stato effettuato usando il metodo gravitazionale di Reilly-Converse, il quale, pur essendo superato da altri modelli più raffinati come ad esempio quello di Huff usato di seguito per calcolare numericamente l'impatto commerciale sulla rete distributiva, è in grado tuttavia di dare un'indicazione ancora valida relativamente alle quote percentuali di mercato assorbite dalle strutture di medio grande dimensione nel bacino di gravitazione della nuova struttura.

Consumi commercializzati di tipo extra alimentare

Il Ministero dello Sviluppo Economico, nel "Rapporto sul Sistema Distributivo" relativo al 2014, specifica la superficie totale in Italia della GDO nel comparto Extra Alimentare e il fatturato totale dichiarato, permettendo quindi di calcolare un dato medio di produttività che risulta essere di **4.135 Euro al mq**

Per il prosieguo del lavoro è però opportuno individuare delle fasce dimensionali, per cui il calcolo è stato effettuato individuando per ogni struttura commerciale prima evidenziata la produttività al metro quadrato, in base ai valori medi forniti dalle aziende, e assegnando per ciascuna isocrona una quota di fatturato diversa in funzione della classe dimensionale di appartenenza, come riportato nella tavola seguente.

QUOTE STANDARD DI FATTURATO
per fascia isocrona (Extra alimentari)

CLASSE DIMENSIONALE mq	FATTURATO € al mq	QUOTE DI FATTURATO (%)		
		interna	media	esterna
Extra alimentari				
400 - 1500	5.461	20	37	43
1501 - 2000	4.133	17	35	48
Oltre 2000	3.532	10	32	58

Fonte: Stima Sotrec

Poiché nell'area considerata si sono potute individuare strutture commerciali di tipo extra alimentari, medie e grandi, in numero sufficientemente elevato e ben distribuito sia come tipologie che come ripartizione territoriale, si è stabilito di mantenere sia i coefficienti di fatturato sopra riportati sia la ripartizione delle quote di fatturato, come riportato nella tabella seguente.

Si puntualizza che nella stessa area interessata dall'insediamento della grande struttura extra alimentare sono in corso di presentazione una domanda per l'attivazione di un centro commerciale al cui interno si andranno a ubicare due strutture commerciali per un totale di circa **3.168 mq** di vendita sempre appartenenti al comparto extra alimentare, e pertanto tale nuova superficie di vendita verrà considerata nella analisi seguenti come se fosse già operante.

Si precisa inoltre che le strutture commerciali che si trovano nella stessa zona sono raggruppate come se fossero un unico polo commerciale, con una quota di fatturato media, in quanto la volatilità degli assortimenti posti in vendita non consentono di definire valori diversificati per ciascun esercizio appartenente al bacino di gravitazione.

La tabella seguente, dove la nuova struttura è posta all'inizio del blocco degli esercizi esaminati, riassume la situazione dell'area in analisi.

QUOTE DI FATTURATO DEGLI ESERCIZI EXTRA ALIMENTARI

COMUNE	DIMENS.	INTERNA	INTERMEDIA	ESTERNA
TORINO nuovo	5.950	10%	32%	58%
TORINO nuovi in fase di att.	3.168	17%	35%	48%
TORINO C.so Mortara	2.200	10%	32%	58%
TORINO V. Foggia	2.500	10%	32%	58%
TORINO V. Cigna (2)	4.850	17%	35%	48%
TORINO C.so G. Cesare (3)	8.160	17%	35%	48%
TORINO V. Treviso	1.500	20%	37%	43%
TORINO V. Stampini	2.187	10%	32%	58%
TORINO s.da Altessano (2)	6.317	17%	35%	48%
TORINO S.da Settimo	4.701	10%	32%	58%
BORGARO (2)	6.564	17%	35%	48%
CASELLE (2)	5.637	17%	35%	48%
CHIVASSO	1.601	17%	35%	48%
LEINI	2.490	10%	32%	58%
SETTIMO (8)	33.802	17%	35%	48%
VENARIA (2)	5.300	17%	35%	48%

Fonte: Stime Sotrecò

Le strutture commerciali considerate nella tabella precedente, siano esse inserite o no all'interno di Centri Commerciali, sono in grado di competere con la nuova struttura per la quale si richiede l'attivazione poiché hanno sia il livello dimensionale che le tipologie merceologiche che consentono di attivare politiche concorrenziali efficaci, in quanto comprendono tutto il comparto extra alimentare.

La somma delle quote assorbite dalle diverse strutture commerciali prese in considerazione per ciascun comune sui quali esplica il suo effetto di attrazione l'esercizio di nuova attivazione, consentono di ottenere il valore complessivo assorbito dalla media e grande distribuzione organizzata.

RAFFRONTO CONSUMI/ FATTURATO STIMATO EXTRA ALIMENTARE

COMUNE	ABITANTI	CONSUMI	FATTURATO GDO
Torino 10156	19.363	51.754.992	16.469.595
Settimo Torinese	46.548	124.417.258	30.190.933
Totale interna	65.911	176.172.251	46.660.528
Torino 10154	44.279	118.352.492	34.046.067
San Mauro Torinese	17.817	47.622.718	11.517.758
Settimo Torinese Fornacino	330	882.051	406.119
Torino 10155	31.361	83.824.217	30.570.870
Torino 10153	26.258	70.184.506	7.830.249
Borgaro Torinese Mappano	3.023	8.080.119	4.349.354
Torino 10147	36.250	96.891.931	27.220.615
Torino 10152	28.998	77.508.199	11.130.056
Torino 10148	16.875	45.104.865	5.733.967

Torino 10149	32.095	85.786.111	13.211.155	
Totale intermedia	237.286	634.237.209	146.016.210	
Settimo Torinese Mezzi Po	104	277.980	70.469	
Torino 10151	29.410	78.609.426	14.516.012	
Castiglione Torinese	5.382	14.385.445	3.457.282	
Leini	11.610	31.032.147	9.391.794	
Gassino Torinese	8.823	23.582.828	5.361.893	
Brandizzo	7.430	19.859.505	4.006.804	
Borgaro Torinese	9.734	26.017.822	8.279.073	
Venaria Reale	35.561	95.050.316	24.851.605	
Caselle Torinese	15.857	42.383.872	10.455.852	
Chivasso	20.579	55.005.215	14.253.391	
Totale esterna	144.490	386.204.556	273.577.226	
TOTALE	447.687	1.196.614.015	466.253.964	38,9 %

Da quanto riportato nelle tabelle precedenti, si può pertanto rilevare come la percentuale di quota di fatturato assorbita dalle grandi strutture esistenti nell'area di gravitazione alle quali si è aggiunta la nuova superficie commerciale, ha il valore del **38,9 %**.

Questo dato non denota sicuramente una situazione di saturazione nei consumi commerciali poiché, anche dopo l'inserimento del nuovo esercizio, risulta essere praticamente uguale, **al dicembre 2016**, al valore che la FEDERDISTRIBUZIONE calcola realizzino le grandi unità di vendita **extra alimentari** in Italia, quali Grandi Magazzini e Grandi Superfici e Catene Specializzate, che risulta essere pari al **38,9 %** dei consumi.

Ciò precisato, anche se nella simulazione matematica non sono state considerate le strutture extra alimentari con una superficie inferiore ai 1.500 mq, si ricorda che l'utenza conteggiata è stata sotto stimata considerando i valori demografici del 2001, inferiori almeno di un 3% rispetto ai valori attuali.

Puntualizzando infine che il valore del 38,9 % è comunque un dato medio nazionale che risente di zone a bassissima densità commerciale, inferiore sicuramente a quanto si registra in alcune zone del Nord Italia nelle quali lo sviluppo delle grandi e medie strutture è stato maggiore, si può osservare che la nuova struttura va a inserirsi in una zona densamente popolata, com'è l'area di gravitazione considerata focalizzata nell'area metropolitana di Torino, e con un buon reddito medio procapite, per cui la nuova attivazione non avrà effetti dirompenti sul sistema commerciale in essere.

Inoltre la specificità merceologica che verrà trattata, prodotti di "bricolage" e per il fai date indirizzati per gran parte non solo al consumatore finale ma alle imprese artigiane del settore edile e della componentistica abitativa, ne riducono molto l'effetto concorrenziale diretto sulla rete delle strutture di piccola dimensione, orientandosi maggiormente a riequilibrare i rapporti di forza con altri punti vendita che offrono i prodotti di "bricolage" presenti nell'area di gravitazione.

LA CONCORRENZA DEL SISTEMA

L'inserimento di una nuova struttura commerciale in un sistema organizzato comporta la modifica dei rapporti di concorrenza tra i diversi attori presenti, sia che si considerino come elementi fisici (esercizi commerciali) che come elementi di sistema (insegne).

Per quanto riguarda il **comparto extra alimentare**, come succede sovente, la elevata diversità merceologica e la estrema frammentazione societaria che è presente nel comparto generalmente sovente non consente di rilevare correttamente l'esistenza di posizioni dominanti.

Tuttavia nel presente caso, poiché la nuova attivazione concerne un esercizio che sarà sicuramente operante nel campo delle forniture per l'edilizia e in termini più generici del bricolage sia per l'interno che per l'esterno delle abitazioni, si può considerare il panorama dei concorrenti presenti nel settore specifico per valutare se e come potrà variare il contesto concorrenziale.

A tal fine si riporta quanto espresso sulla concorrenza in "Il mutamento dei sistemi distributivi" – Regione Piemonte – quaderno n. 13 – in cui viene esplicitato come "nel caso della distribuzione al dettaglio occorre tenere distinte le dimensioni di impresa, il cui raggiungimento consente una più efficace espressione della concorrenza globale, da quelle dei singoli punti di vendita.

Le condizioni per la concorrenza globale devono essere garantite in ossequio agli artt. 85 e 86 del trattato CEE (provvedimento anti trust); viceversa la concorrenza riferita ad ambiti circoscritti del territorio deve essere garantita con i soli mezzi della programmazione locale, operando in modo che la segmentazione dei consumi sia soddisfatta e il comportamento "territoriale" dei punti di vendita non sia tale da sopraffare qualsiasi possibilità di incursione di offerte commerciali che possano costituire una loro alternativa (dominanza puntuale)".

Si tratta pertanto a questo punto del lavoro di capire se la situazione attuale, con l'inserimento della struttura commerciale proposta, consente di migliorare o di peggiorare i rapporti di concorrenza, al fine di migliorare il servizio al consumatore.

Per raggiungere tale obiettivo si applicherà il metodo di Linda che consente di misurare il potere ed il livello di concorrenza raggiunto in un sistema distributivo definito.

Il metodo di calcolo suddetto si applicherà sia alle singole strutture distributive che alle imprese esistenti alla data di realizzazione della presente relazione, individuate nell'area di gravitazione dell'esercizio ipotizzato.

La situazione, censita per i comuni dell'area di gravitazione considerata utilizzando i dati forniti al **2018** dall'Osservatorio Regionale sul Commercio, considerando solo le maggiori superfici di vendita, vede la presenza delle seguenti strutture commerciali extra alimentari operanti nel campo del bricolage o similari che fanno capo alle imprese sotto riportate, per le quali si riporta la superficie di vendita rilevata (in grassetto si evidenzia la struttura della quale si richiede l'attivazione).

ESERCIZI PER INSEGNA OPERANTI NELL'AREA

INSEGNA	SUPERFICIE
NUOVO (BRICOMAN)	5.950
BRICO (Settimo T.se)	3.500
VIRIDEA (Settimo T.se)	2.890
GUERCIO (Caselle)	1.797
BRICO (Venaria)	3.666
SELF (Torino)	2.210
BRICO (Torino)	3.000

Fonte: Il commercio in Piemonte – anno 2018

Le misure che si utilizzano per il metodo di Linda sono rappresentate da tre indici che rappresentano:

- Il rapporto di forza tra la quota di mercato della prima impresa (o punto vendita) e quello della seconda, identificato con il simbolo 2L;
- La concentrazione cumulativa tra le prime tre imprese (o punti di vendita), identificato con il simbolo C3;
- Il potere di mercato esistente in un dato mercato di prodotto definibile attraverso l'indice NIL 2.

Nel caso in esame, poiché si possiedono i dati relativi alle **superfici di vendita**, si utilizzeranno questi dati relativi alle prime tre, che si indicheranno con X1, X2 e X3, invece delle quote di mercato delle diverse imprese.

Effettuando il calcolo con le **dimensioni** dei singoli punti di vendita, si ottiene la seguente situazione attuale, considerando i punti di vendita ubicati nell'area considerata.

SITUAZIONE ATTUALE

INDICI	Superfici	quote
X1	3.666	21,49%
X2	3.500	20,25%
X3	3.000	17,58%

2L	104,74%
C3	59,58%
NIL2	371,80

Questi indici forniscono una chiave di lettura dell'attuale sistema che si riferisce all'area commerciale di Torino, da cui emerge che si è in presenza di una **struttura equilibrata, compatibile con la concorrenza**. Considerando la struttura commerciale con la nuova superficie di **5.950 mq**, la situazione concorrenziale cambia nel seguente modo.

IPOTESI CON NUOVO INSEDIAMENTO

INDICI	Superfici	quote
X1	5.950	25,85%
X2	6.666	15,93%
X3	3.500	15,21%

2L	162,30%
C3	56,99%
NIL2	527,21

Si può osservare che la presenza della nuova struttura di **5.950 mq** provoca una variazione nelle categoria degli indici, e il valore NIL2, superiore al precedente, **corrisponde ad una struttura concentrata e/o relativamente squilibrata**.

Se si considerano invece le **insegne** operanti sul territorio preso in esame si ha la seguente situazione.

SITUAZIONE ATTUALE

INDICI	Insegne	quote
X1	BRICO	59,57%
X2	VIRIDEA	16,93%
X3	SELF	12,95%

2L	351,76%
C3	89,47%
NIL2	2815,74

Questi indici indicano che attualmente, nell'area commerciale considerata, si è in presenza di una **struttura molto concentrata con fortissima dominazione del leader**.

Considerando la nuova struttura i valori relativi alle insegne si modificano come evidenziato nelle tabelle seguenti:

IPOTESI CON NUOVO INSEDIAMENTO

INDICI	Insegne	quote
X1	BRICO	44,17%
X2	BRICOMAN	25,85%
X3	VIRIDEA	12,55%

2L	170,86%
C3	82,59%
NIL2	1165,38

Si può osservare che la nuova struttura provoca un abbassamento di tutti gli indici per cui anche se la tipologia di mercato corrisponde a una **“struttura molto concentrata e/o squilibrata non sempre compatibile con la concorrenza”** la comparsa di una nuova insegna offre certamente un **panorama globale più concorrenziale**.

DESCRIZIONE DELL'IMPATTO COMMERCIALE

Precedentemente nel definire le quote di assorbimento si è valutata la struttura commerciale nel suo insieme considerando come se fosse il caso di una nuova attivazione e non solamente dell'attivazione di una struttura già esistente, e si è dimostrato che l'insediamento, inserito nel territorio definito dal bacino gravitazionale, porta ad un valore teorico della percentuale di assorbimento da parte del dettaglio moderno dei consumi commercializzati del settore extra alimentare uguale a quello della media nazionale.

La dimensione della nuova struttura commerciale che si intende attivare necessita tuttavia di un livello di esame più esteso ed approfondito.

Per analizzare ulteriormente la sostenibilità delle conseguenze economiche causate dall'inserimento di nuovi esercizi commerciali, poiché non si è ancora pervenuti alla definizione di protocolli consolidati ed uniformemente accettati, si applicherà di seguito una metodologia definita da Huff D.L. nel suo articolo “A programmed solution for approximating an optimum retail location”, Land Economics, (42, 1966).

Tale metodologia consente di esprimere in termini matematici quella che è l'**attrattività** di un esercizio commerciale in funzione della sua superficie di vendita, rapportandola a tutta la rete commerciale presente in una determinata area, anche questa definita in termini di superficie suddivisa in esercizi di vicinato, medie e grandi strutture.

Stima del fatturato attratto

Come prima analisi si può stimare il fatturato che teoricamente il nuovo esercizio potrà attrarre.

Il modello che abbiamo utilizzato, meglio noto come modello di Huff, analizza la realtà commerciale in funzione dell'area di mercato, della competizione tra le strutture e dell'attrattività/accessibilità.

Mentre i due primi parametri sono dati oggettivi legati alla popolazione dell'area, al reddito pro-capite, alle superfici delle strutture esistenti ed alla tipologia della rete distributiva, suddivisa in tutte le sue componenti, l'ultimo parametro, relativo alla attrattività/ accessibilità, introdotto nella formulazione come parametro lambda, è stato tarato sulla base di dati omogenei a quelli della realtà sottoposta ad analisi e sulla base di indicazioni empiriche provenienti da studi commissionati dalle regioni Lombardia e Piemonte.

L'analisi è stata fatta considerando la rete distributiva del bacino di gravitazione considerato in precedenza suddiviso tra le tre isocrone, interna, intermedia e esterna.

I valori medi di consumo pro-capite considerati nei calcoli derivano da quelli indicati nel capitolo relativo all'analisi della domanda e valgono:

- 2.673 euro per il settore extra alimentare

I risultati derivanti dalla simulazione riferita all'area oggetto della presente relazione, considerando il nuovo esercizio extra alimentare di **5.950 mq** vengono illustrati nella tabella seguente.

SPESA ATTRATTA SETTORE EXTRA ALIMENTARE (nuova attivazione di 5.950 MQ)

COMUNE	% CLIENTI ATTRATTI	ABITANTI AREA	ABITANTI ATTRATTI	SPESA ATTRATTA DAL NODO
Tot. parziale interna	1,31	65.911	862,96	2.306.692,67
Tot. parziale intermedia	1,22	237.286	2883,43	7.707.415,98
Tot. parziale esterna	3,51	144.490	5075,54	13.566.914,73
TOTALE	1,97	447.687	8821,93	23.581.023,38

La suddivisione del bacino di gravitazione permette di fare altre importanti considerazioni.

Si ricorda che i valori di spesa sopra riportati sono stati individuati considerando il nodo offerta di nuova attivazione rapportato di volta in volta con le reti commerciali, complete in tutte le tipologie, dei singoli comuni dell'area di riferimento individuata.

Il valore di spesa attratta totale, rapportato ai **5.950 mq** di vendita, porta ad un fatturato stimato di circa **3.963 euro al mq per le strutture extra alimentari**.

Nel capitolo dedicato alle quote di assorbimento si era visto che il fatturato medio delle **medie e grandi unità di vendita extra alimentare** di tutte le insegne di primaria importanza, dai dati forniti su scala nazionale nelle classi dimensionali comprese tra i 400 fino a oltre i 2.000 mq, assume un valore compreso tra i 5.461 e i 3.532 euro al mq, ed il valore calcolato con il metodo di analisi matematica si trova vicino a questo valore medio orientativo.

Stabilito quindi che teoricamente il bacino di utenza a cui si rivolge l'esercizio a seguito dell'attivazione è in grado di assicurare un fatturato utile per avere un'impresa commerciale redditizia, si tratta ora di verificare se complessivamente lo stesso bacino di utenza continuerà a supportare anche gli esercizi già presenti.

Verifica della spesa complessivamente attratta nel bacino

Alla base delle successive valutazioni vi è l'ipotesi dell'esaurimento della domanda da parte dell'offerta; si ipotizza cioè che tutta la domanda potenziale esistente nel bacino di gravitazione si esaurisca completamente nei punti vendita dello stesso bacino, ovvero che la domanda che si rivolge ad esercizi commerciali esterni sia compensata da un equivalente flusso di spesa di provenienza extra territoriale.

Mantenendo questa ipotesi, il modello matematico già utilizzato in precedenza ci consente di valutare il fatturato che tutta la rete commerciale presente nell'area di gravitazione realizza nella condizione di equilibrio attuale e confrontarlo con quello che ipoteticamente sarà realizzato dopo la nuova apertura.

E' noto che i grandi esercizi commerciali possono favorire lo sviluppo di economie indotte e quindi accrescere la capacità di spesa di tutta un'area, ma tali benefici non verranno considerati, allo scopo di considerare uno scenario il più sfavorevole possibile.

Il fatturato stimato realizzato dalla rete commerciale di tipologia extra alimentare presente ed attualmente operante, suddivisa come sempre nelle tre isocrone considerate, è riportato nella tabella seguente.

SPESA ATTRATTA EXTRA ALIMENTARE senza NUOVA STRUTTURA

FASCIA ISOCRONA	interna	intermedia	esterna
NUOVO		-	-
MERCATI	1.782.187	28.254.492	9.372.069
VICINATO	58.199.738	391.359.131	163.784.395
MEDIE < 1.500	29.302.415	179.294.155	111.894.972
MEDIE < 2.500	11.176.362	6.326.597	32.787.814
GRANDI < 5.000	29.239.057	10.993.089	56.931.174
GRANDI > 5.000	46.480.344	18.038.014	11.451.346
TOTALE	176.180.103	634.265.478	386.221.770

A questo contesto si è infine aggiunto il fatturato del nuovo esercizio commerciale, di **5.950 mq** nel comparto extra alimentare, e la situazione si modifica come indicato nelle tabelle seguenti.

SPESA ATTRATTA EXTRA ALIMENTARE con NUOVA STRUTTURA

FASCIA ISOCRONA	INTERNA	INTERMEDIA	ESTERNA
NUOVO	2.306.693	7.707.416	13.566.915
MERCATI	1.743.990	27.844.982	9.097.109

VICINATO	57.343.177	386.805.824	154.538.889
MEDIE < 1.500	28.907.998	176.674.108	109.594.360
MEDIE < 2.500	11.005.756	6.304.311	32.341.859
GRANDI < 5.000	28.839.456	10.954.364	55.847.696
GRANDI > 5.000	46.033.034	17.974.473	11.234.942
TOTALE	176.180.104	634.265.478	386.221.770

La differenza della spesa attratta in presenza della nuova struttura oggetto della richiesta di autorizzazione è quella riportata nelle tabelle seguenti.

DIFFERENZA di SPESA ATTRATTA EXTRA ALIMENTARE

FASCIA ISOCRONA	INTERNA	INTERMEDIA	ESTERNA
MERCATI	- 38.197	- 409.510	- 274.961
VICINATO	- 856.561	- 4.553.307	- 9.245.506
MEDIE < 1.500	- 394.418	- 2.620.047	- 2.300.612
MEDIE < 2.500	- 170.606	- 22.286	- 445.955
GRANDI < 5.000	- 399.601	- 38.725	- 1.083.479
GRANDI > 5.000	- 447.310	- 63.541	- 216.403

Dalle tabelle precedenti risulta che i **5.950 mq** del **comparto extra alimentare** andranno a erodere **ai mercati e agli esercizi di vicinato extra alimentari** 15.378.042 euro di fatturato, quota che rappresenta il 2,4 % dell'intero ammontare attribuibile a tali strutture.

Per quanto riguarda le **medie e grandi strutture**, che sono quelle in effettiva competizione con la nuova struttura, la quota di fatturato erosa nel **comparto extra alimentare** è pari a 8.202.982 euro, pari a circa l'1,5 % del totale.

Di seguito si vedrà come gli importi trovati andranno ad impattare sulla rete distributiva presente suddivisa nelle varie isocrone e nelle varie tipologie sia in termini numerici che in termini occupazionali.

Verifica dell'impatto sulla rete esistente in termini numerici

Per recuperare la differenza tra gli importi stimati in precedenza si possono ipotizzare alcuni scenari, tra i quali uno è quello di ammettere una uguale perdita di fatturato spalmato su tanti esercizi commerciali già presenti nell'area in modo che si assista ad una modesta contrazione dei ricavi ripartita su tutti gli esercizi della rete, oppure l'altro scenario è quello di ammettere alcune cessazioni di attività.

Come primo passo si può calcolare la perdita di fatturato percentuale di tutte le componenti della rete distributiva presente nel caso in cui non ci siano chiusure, per cui l'ingresso della nuova struttura darà come unico risultato una contrazione del giro d'affari delle singole unità di vendita, come riassunto nella seguente tabella.

La tabella seguente riassume la situazione.

DIMINUZIONE % di FATTURATO SENZA CHIUSURE COMPARTO EXTRA ALIMENTARE

FASCIA ISOCRONA	INTERNA	INTERMEDIA	ESTERNA
MERCATI	2,1	1,4	2,9
VICINATO	1,5	1,2	5,6
MEDIE < 1.500	1,3	1,5	2,1
MEDIE < 2.500	1,5	0,4	1,4
GRANDI < 5.000	1,4	0,4	1,9
GRANDI > 5.000	1,0	0,4	1,9

Anche se il dato percentuale è quello della tabella precedente, è interessante riportare i dati in termini di **fatturato medio al mq all'interno dell'area considerata**, perché da questi si rileva che, in una zona densamente popolata e con un buon reddito procapite come quella in oggetto, **i valori stimati risultano soddisfacenti anche quando si ipotizza la nuova attivazione**.

Questo vale anche per le grandi strutture che, avendo un bacino di utenza che va ben oltre a quello individuato e analizzato, possono contare su una notevole quota di integrazione del fatturato sotto indicato.

FATTURATO STIMATO COMPARTO
EXTRA ALIMENTARE
PRIMA
DELLA NUOVA ATTIVAZIONE

TIPOLOGIA	AREA
MERCATI	1692
VICINATO	1733
MEDIE < 1.500	2855
MEDIE < 2.500	2771
GRANDI < 5.000	3617
GRANDI > 5.000	2894

FATTURATO STIMATO COMPARTO
EXTRA ALIMENTARE
DOPO
LA NUOVA ATTIVAZIONE

TIPOLOGIA	AREA
MERCATI	1656
VICINATO	1685
MEDIE < 1.500	2808
MEDIE < 2.500	2743
GRANDI < 5.000	3571
GRANDI > 5.000	2867

Poiché si valuta che il primo scenario, che in pratica non prevede cessazioni di attività, possa apparire come troppo favorevole per l'analisi che si sta effettuando, si valuta una seconda ipotesi.

Questa ipotesi implica delle cessazioni di attività, e a tale scopo viene di seguito riportata una tabella che riporta i valori di fatturato stimato al mq che sono quelli usati nei calcoli effettuati nei paragrafi precedenti ricavati da fonti aziendali su scala nazionale, considerando che tali valori servono per calcolare le superfici di vendita che potrebbero essere perse.

Inoltre per gli esercizi di vicinato e per i mercati si è usato un valore di 3.500 euro al mq per il comparto alimentare e di 2.500 euro al mq per quello extra alimentare, che sicuramente si posizionano tra i ricavi medio - alti per un piccolo esercizio commerciale.

FATTURATI STIMATI COMPARTO EXTRA ALIMENTARE (euro al mq)

Livello Distributivo	Euro/mq
Mercati	2.500
Vicinato	2.500
Medie Strutture	4.133
Grandi Strutture	3.532

Tenendo presente che l'apertura di una nuova struttura ragionevolmente va ad impattare sulla rete distributiva in maniera diversa in funzione della distanza, si può ipotizzare uno scenario che considera nell'isocrona interna un impatto economico diviso al 20% tra chiusure e 85% di perdita di fatturato, nell'isocrona intermedia diviso tra 10% di chiusure e 90% di perdita di fatturato, e nell'isocrona più esterna diviso tra 5% di chiusure e 95% di perdita di fatturato.

Tutto ciò premesso la situazione può essere riassunta come nelle tabelle seguenti, dove per ogni isocrona si riporta la stima relativa alla diminuzione del fatturato che si può ipotizzare per ciascuna delle tipologie prese in considerazione.

COMPARTO EXTRA ALIMENTARE
DIMINUZIONE % di FATTURATO con CHIUSURE

ISOCRONA INTERNA	DIMINUZIONE FATTURATO PREVISTA	%	PERDITA MQ DI VENDITA
MERCATI	1,6	-	3,7
VICINATO	1,1	-	85,7
MEDIE < 1.500	1,0	-	23,9
MEDIE < 2.500	1,1	-	10,3
GRANDI < 5.000	1,0	-	28,3
GRANDI > 5.000	0,7	-	31,7

DIMINUZIONE % di FATTURATO con CHIUSURE

ISOCRONA INTERMEDIA	DIMINUZIONE FATTURATO PREVISTA	%	PERDITA MQ DI VENDITA
MERCATI	1,2	-	23,6
VICINATO	1,0	-	273,2
MEDIE < 1.500	1,2	-	95,1
MEDIE < 2.500	0,3	-	0,8
GRANDI < 5.000	0,3	-	1,6
GRANDI > 5.000	0,3	-	2,7

DIMINUZIONE % di FATTURATO con CHIUSURE

ISOCRONA ESTERNA	DIMINUZIONE FATTURATO PREVISTA	%	PERDITA MQ DI VENDITA
MERCATI	2,8	-	5,3
VICINATO	5,4	-	184,9
MEDIE < 1.500	2,0	-	27,8
MEDIE < 2.500	1,3	-	5,4
GRANDI < 5.000	1,8	-	15,3
GRANDI > 5.000	1,8	-	3,1

Sicuramente il vero impatto sulla rete commerciale esistente sarà dato dalla sovrapposizione degli scenari ipotizzati con delle modalità che non è possibile prevedere a tavolino, data la complessità delle variabili sociali ed economiche in gioco.

Basti pensare al peso che l'età dell'operatore coinvolto rappresenta nelle valutazioni e nelle scelte che lo stesso può trovarsi a dover fare.

Si possono tuttavia esprimere delle considerazioni di massima che in base alle esperienze maturate direttamente dalle aziende in numerose aree commerciali, hanno una validità attendibile.

Impatto sulla rete della Grande distribuzione

COMPARTO EXTRA ALIMENTARE

L'attivazione di nuovi esercizi per un totale di **5.950 mq** di superficie di vendita extra alimentare si pone sicuramente in diretta concorrenza con tutte le grandi strutture di pari livello presenti nell'area gravitazionale considerata.

Ciò premesso dalle tabelle sopra riportate risulta che in termini di superficie la nuova apertura inciderebbe per un totale di **82,7** mq di attività extra alimentari del settore della grande distribuzione presenti nelle tre fasce isocrone considerate.

Anche per questo settore merceologico le grandi strutture extra alimentari andranno sicuramente ad assorbire tale entità di superficie nel contesto del segmento senza dare luogo a nessuna chiusura, anche se, da un punto di vista aritmetico, riferendoci alla superficie media, si avrebbe la seguente situazione:

Impatto stimato sulle grandi strutture extra alimentari: chiusure di 0,02 p.v.

Impatto sulla rete della Media distribuzione

COMPARTO EXTRA ALIMENTARE

Le medie strutture che si pongono in concorrenza con gli esercizi di nuova attivazione sono essenzialmente i magazzini specializzati nel settore extra alimentare e i magazzini a prezzo unico.

Proprio per il fatto che la presenza delle medie strutture è importante nel bacino di gravitazione individuato, e per la elevata eterogeneità degli assortimenti offerti, per le analoghe ragioni già espresse in precedenza, gli importi di fatturato che verranno erosi in seguito all'apertura delle nuove strutture commerciali potranno essere sopportati da ciascun esercizio presente con una corrispondente diminuzione del proprio volume di affari.

Ciò premesso dalle tabelle sopra riportate risulta che in termini di superficie la nuova apertura inciderebbe per un totale di **163,3** mq di attività extra alimentari del settore della media distribuzione presenti nelle tre fasce isocrone considerate.

Calcolando il rapporto con la superficie media delle medie strutture nell'area di gravitazione, si ottiene un **impatto stimato sulle medie strutture extra alimentari: chiusure di 0,25 p.v.**

Impatto sulla rete di Vicinato

Per quanto riguarda la quota assorbita dai punti vendita di vicinato, si riscontra come il commercio tradizionale continua a rivestire una importante funzione per l'approvvigionamento quotidiano dei prodotti alimentari.

Questo fenomeno deriva sia dalla densità che dalla capillarità della presenza della rete commerciale al dettaglio nel territorio dei comuni considerati appartenenti all'area di gravitazione, che nel campo **alimentare e misto** totalizza circa **5.636 esercizi** e in quello **extra alimentare** circa **13.260 esercizi**, ma anche da propensioni e da abitudini di acquisto radicate nel consumatore per quanto riguarda la scelta di prodotti del settore non alimentare, legate sovente a una scelta da parte del consumatore legate alla professionalità che solo il rapporto diretto con l'operatore riesce a fornire.

Nel caso della rete del commercio tradizionale è più logico che le unità che risentiranno della nuova apertura siano quelle più vicine al nuovo esercizio commerciale, ma comunque considerando tutto il bacino di gravitazione completo si è visto che le eventuali chiusure calcolate, compresi gli esercizi del commercio ambulante, potranno essere pari a circa **9,5 esercizi nel comparto extra alimentare**.

Innanzitutto occorre considerare che tale stima numerica considera l'intero complesso degli esercizi extra alimentari presenti nell'area di riferimento, ma ben si può comprendere come alcune merceologie (abbigliamento, calzature, intimo, elettrodomestici, cartolerie, informatica, ecc.) non risultino in diretta concorrenza con il nuovo esercizio, e purtroppo non si conoscono in maniera puntuale i negozi di ferramenta, di colori e vernici e di materiale elettrico, che sono i primi a trovare in questo nuovo esercizio un diretto concorrente.

Ciò premesso, è probabile che le eventuali perdite di fatturato che saranno a carico della rete dei negozi di vicinato verranno presumibilmente assorbite da una riduzione del reddito aziendale da parte delle famiglie dei commercianti diluendo nel tempo eventuali chiusure.

L'effetto della nuova normativa sul commercio ha messo in evidenza come si stia assistendo ad un elevato turn over con un incremento delle aziende anche di modesta dimensione, in quanto viene premiata la capacità di individuare nicchie di servizio grazie alle minori barriere poste all'entrata.

Non è questa la sede per approfondire quanto la realtà ha ormai ampiamente dimostrato circa la capacità delle grandi strutture despecializzate di diventare polo di attrazione sinergico per quei piccoli negozi che

attivandosi nelle vicinanze riescono a completare l'offerta acquisendo consumatori che in precedenza non avrebbero mai potuto attrarre da soli.

Inoltre è stato ormai ben compreso dagli operatori commerciali di piccole dimensioni come sia possibile, grazie soprattutto alle politiche di incentivazione e sostegno anche economico che la Regione Piemonte ha ampiamente messo a disposizione del settore, sopportare la concorrenza diretta e sviluppare le proprie aziende adottando quelle politiche di marketing urbano che trovano nei Programmi di Riqualificazione Urbana da un lato e nella realizzazione di quelle forme di associazionismo commerciale ormai largamente collaudate e sviluppate sul territorio regionale dall'altro, il supporto per un corretto sviluppo, che consentono alle imprese di sfruttare in maniera sinergica gli sforzi che gli enti pubblici da un lato e i privati dall'altro approfondono per ottenere migliori risultati per la vivibilità complessiva delle aree urbane centrali.

Pertanto le eventuali chiusure, sovente dovute più ad anticipazioni del periodo pensionistico per raggiunti limiti di età che per veri e propri fallimenti aziendali, potranno essere ripianate da nuovi operatori che potranno vedere nuove opportunità di servizio come integrazione di quanto offerto dalle grandi strutture.

In ogni caso, considerando il caso più sfavorevole, come già detto, si avrebbe una situazione di:

COMPARTO EXTRA ALIMENTARE

Impatto stimato sul vicinato extra alimentare.: **8,4 chiusure**

Impatto stimato sul commercio ambulante extra alimentare: **1,1 chiusure**

Si può rapportare il numero di chiusure ottenuto con gli esercizi di vicinato attivi nel bacino di gravitazione considerato, che sono circa 13.260 in quello extra alimentare.

Il numero di chiusure prima calcolato rappresenta lo 0,06 % nel settore extra alimentare nel territorio delimitato dall'isocrona più esterna.

RICADUTE OCCUPAZIONALI DEL NUOVO PUNTO VENDITA

Come primo passo si tratta di calcolare il numero di addetti che verrebbero eliminati dalla rete distributiva esistente seguendo lo scenario che ipotizza la perdita di superficie di vendita con le modalità descritte nei paragrafi precedenti.

Per raggiungere questo obiettivo si è ritenuto idoneo utilizzare il dato inerente agli **addetti ogni 100 mq** relativo alle medie e grandi strutture di vendita, ricavandolo sia dai dati occupazionali medi su base nazionale tratti dai censimenti ISTAT sia dai dati forniti da fonti aziendali di primaria importanza, utilizzando comunque il dato relativo agli addetti full time equivalenti.

COMPARTO EXTRA ALIMENTARE

Per quanto riguarda le **strutture extra alimentari**, medie e grandi, dai dati forniti dalle grandi catene distributive e riassunti nel rapporto dell'Osservatorio Nazionale sul Commercio al 2014, emerge un numero medio di addetti ogni 100 mq di superficie pari a circa **1,1**.

Per quanto riguarda gli **esercizi di vicinato**, dai censimenti Istat del 1996, emerge un dato di 2 addetti per punto vendita ma, considerato che circa il 50% degli addetti svolge l'attività part-time, si ha che in termini di full - time equivalente il dato si riduce a **1,5** addetti per punto vendita.

Utilizzando questi valori, in seguito a quanto ipotizzato nei capitoli precedenti si avrebbe la seguente situazione.

PERDITA ADDETTI nel SETTORE VICINATO e AMBULANTATO

- **Vicinato e ambulante** :14,3 addetti

PERDITA ADDETTI nel SETTORE MEDIE E GRANDI STRUTTURE

- **Medie strutture**: 1,8 addetti
- **Grandi strutture**: 0,9 addetti

La perdita stimata complessiva corrisponde quindi ad un valore stimato di circa **17 addetti**, questo sempre nel caso più sfavorevole possibile.

Si tratta ora di valutare il numero di addetti che verranno occupati in seguito all'attivazione del nuovo centro commerciale, ricordando sempre che tutti i calcoli e le considerazioni fatte si riferiscono a posti lavoro riferiti alle 40 ore lavorative settimanali, indipendentemente poi dal numero di persone che vengono impiegate per coprire tale tempo, utilizzando le possibilità che i contratti di lavoro attuali consentono.

Come prima considerazione si possono riportare i dati ISTAT riferiti sia alla Regione Piemonte sia più in dettaglio alla provincia di Torino riguardanti la variazione degli occupati nel commercio per il biennio 2016/2017.

VARIAZIONE OCCUPATI COMMERCIO ANNI 2016/2017 (x1.000)

	DIPENDENTI.		INDIPENDENTI		TOTALE	
	v.ass.	val. %	v.ass.	val. %	v.ass.	val. %
REGIONE	8,0	5,5	-9,1	-8,7	-1,1	-0,4
PROVINCIA TORINO	2,2	3,1	-7,0	-12,8	-4,7	-3,8

Nel biennio considerato, i dati complessivi della Regione denotano un periodo negativo del settore del commercio dopo un biennio di crescita.

Tali dati sono in linea con quanto riferito alla sola Provincia di Torino e purtroppo si può osservare che i valori provinciali nel loro complesso sono peggiori, anche se ancora mitigati dalla tenuta occupazionale nel settore dei lavoratori della GDO.

Per quanto riguarda il caso in esame, in seguito all'attivazione dell' esercizio commerciale di **5.950 mq** di vendita extra alimentare, si può ipotizzare la creazione di posti di lavoro come descritto in seguito, considerando nuovamente il valore di **1,1 addetti ogni 100 mq di superficie per la strutture extra alimentari** che il Ministero dell'Industria riferisce alle strutture medie.

NUOVI POSTI DI LAVORO

- Strutture extra alimentari :
 $(5.950 / 100) \times 1,1 \text{ addetti} = \text{circa } 65 \text{ addetti}$
- **Indotto occupazionale** (direzione, gestione, animazione, pulizie, manutenzione, vigilanza) = **5 addetti**

Il totale corrisponde a circa **70 addetti**.

Ricordando il dato preventivamente calcolato di 17 unità lavorative complessivamente perse nel comparo extra alimentare, si ha comunque un saldo occupazionale netto sicuramente positivo con un dato pari a 53 unità.

Infine è utile ricordare che, oltre agli occupati diretti, bisogna considerare che il reddito da lavoro distribuito dai nuovi insediamenti commerciali è trasformato in consumi che si riversano sulla rete distributiva dell' area. Analogamente le maggiori entrate su cui il Comune potrà contare, derivate da maggiori oneri, imposte e tasse, potrà generare consumi commercializzati aggiuntivi.

I fornitori di merci e servizi e gli altri fattori produttivi che ottengono un valore aggiunto dai nuovi insediamenti, consentono di generare nuovi posti di lavoro che, insieme agli effetti accelerativi degli investimenti, permetteranno di ottenere effetti moltiplicativi nelle spese di consumo.

Concludendo si avrà un più che apprezzabile incremento concentrato dell'occupazione, che sarà dovuto, assai verosimilmente, non solo alla domanda di forza lavoro diretta generata dalle nuove strutture commerciali, ma anche ai positivi effetti indotti sul commercio e sull' economia della zona più in generale.

CONCLUSIONI

Le linee principali sulle quali si è articolata la presente relazione sono state:

- verificare la completezza dell'offerta, al fine di migliorare il servizio reso al consumatore
- verificare le condizioni di libera concorrenza
- verificare l'impatto sull'occupazione e, più in generale, sul commercio nell'area di gravitazione.

Dai metodi di analisi sin qui utilizzati, troviamo nei risultati una sintonia che induce a ritenere come gli effetti indotti sul sistema distributivo locale dal nuovo insediamento non possano che essere positivi, senza alterare la produttività del sistema nel suo complesso e senza avere effetti restrittivi sulla concorrenza.

Infatti si è dimostrato che:

- l'attivazione della nuova struttura commerciale extra alimentare di complessivi 5.950 mq di vendita anche se aumenta le quote di incidenza sui consumi commercializzati del fatturato delle grandi unità di vendita, non fa superare i limiti che la FEDERDISTRIBUZIONE indica in base alle rilevazioni ISTAT e che normalmente si trovano nelle condizioni urbane piemontesi.
- La nuova struttura realizza una migliore capacità concorrenziale del sistema in particolare con altri esercizi di grande dimensione con una maggiore possibilità di segmentare il mercato a tutto vantaggio del consumatore.
- L'attivazione della struttura commerciale consentirà di produrre effetti positivi sull'occupazione, in un momento congiunturale generalmente non favorevole.
- L'esperienza che si è venuta a creare in tutti questi anni a seguito della applicazione della normativa regionale, basata su di un programmato sviluppo della concorrenza tra i luoghi del commercio, dimostra come l'attivazione di nuove strutture di dimensioni ampie producano manifeste esternalità positive che coinvolgono non soltanto investimenti e occupazione diretta, ma soprattutto consentono di migliorare e rafforzare il sistema della viabilità, mirando al raggiungimento di maggiori livelli di fluidificazione e di sicurezza, oltre a consentire, grazie al diretto supporto economico sostenuto dalle nuove strutture che si insediano, una riqualificazione urbana che consenta da un lato di realizzare occasioni per il miglioramento della qualità della vita, e dall'altro di promuovere lo sviluppo delle piccole e medie imprese evolute.