



# ***La programmazione del commercio in Piemonte***

*Arch. Massimo Cerutti*

Regione Piemonte

*Direzione Cultura e Commercio  
Settore Commercio e terziario – Tutela dei consumatori  
[commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it)*

Torino 15.11.2023



# Gli strumenti della programmazione

*La programmazione commerciale è competenza delle regioni*

## Norme:

D.Lgs. 114/98, L.R. 28/99 smi, **D.C.R. 563-13414/99** smi, D.G.R., guide, manuali di buone pratiche, check list, circolari  
*Fissano i principi e gli obiettivi dell'azione regionale*

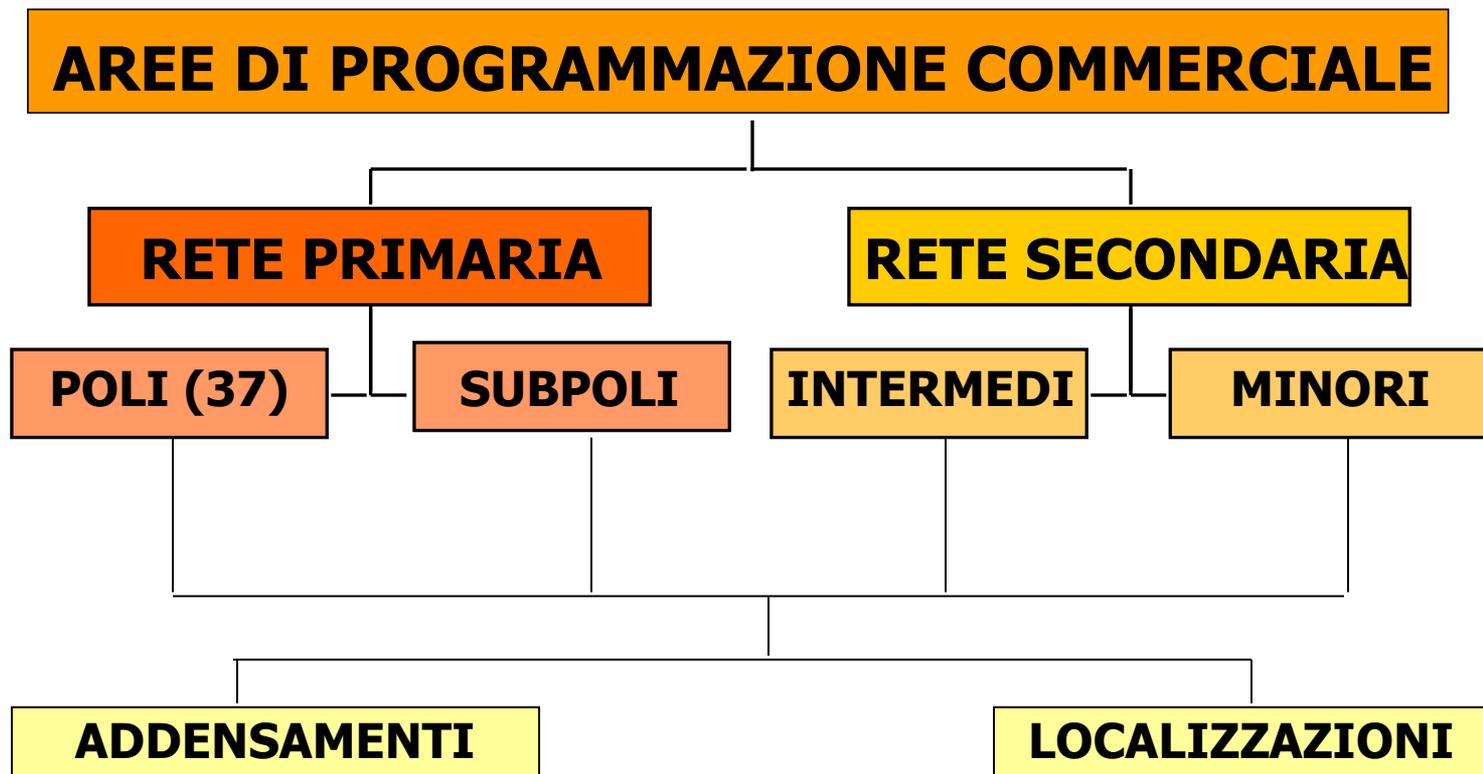
## Monitoraggio:

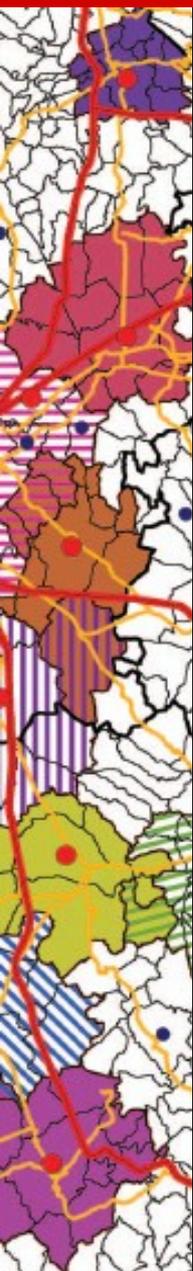
analisi D.C.C. dei quasi 1200 comuni piemontesi, monitoraggio, geoportale, rilevazioni dati, indagini e ricerche  
*Migliorano la conoscenza del territorio e supportano le scelte di programmazione*

# Obiettivi della programmazione

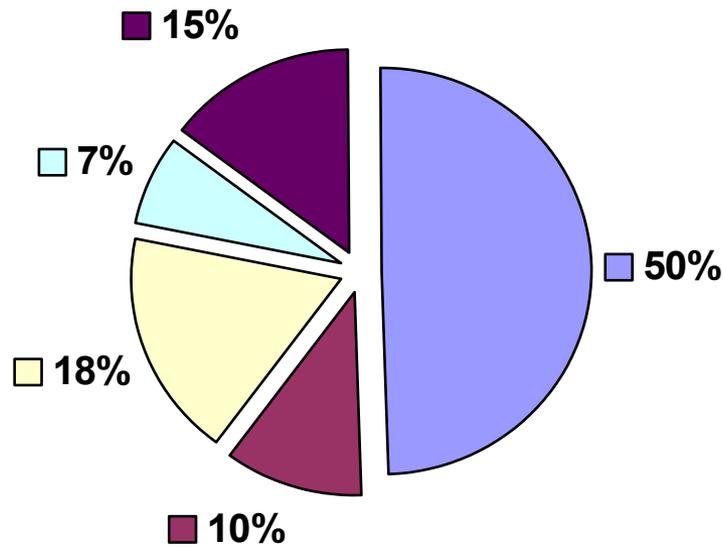
- **favorire la modernizzazione della rete** distributiva per migliorarne la produttività e innescare dinamiche concorrenziali nel sistema distributivo;
- Incoraggiare la formazione di un sistema di offerta articolato sul territorio e completo in termini di tipologie di strutture distributive, in grado di **offrire ai consumatori un'ampia possibilità di scelta**;
- promuovere l'integrazione fra le strutture distributive e gli altri settori economici nel **rispetto dell'integrità dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico regionale**;
- **riqualificare il commercio nei centri urbani** e sviluppare in ambito semiperiferico una maggiore integrazione delle strutture distributive con le aree della logistica, le aree artigianali e più in generale **favorire una migliore interconnessione con le infrastrutture**;
- valorizzare e **salvaguardare il servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane**;
- **promuovere la sostenibilità dell'offerta** commerciale rispetto al contesto ambientale , economico, sociale e territoriale;
- sostenere la **trasparenza del mercato e la semplificazione dei procedimenti amministrativi** per evitare situazioni di offerta commerciale e immobiliare contrari ai principi della libera **concorrenza**

# Il modello di rete i luoghi del commercio





## RESIDENTI PER TIPOLOGIA



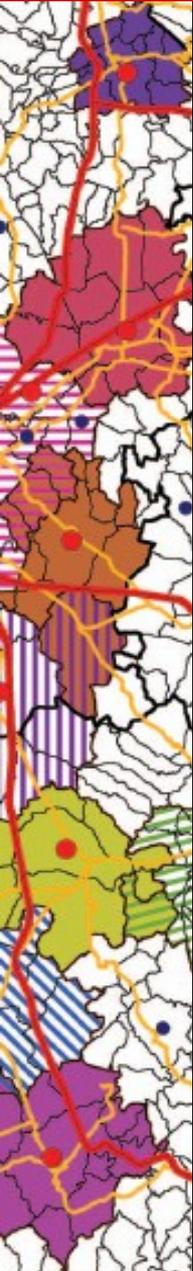
■ POLO 2.148.242 ab.

■ SUBPOLO 452.649 ab.

□ INTERMEDI 788.539 ab

■ MINORI IN AREA DI PROG.  
308.937 ab

■ MINORI FUORI AREA DI  
PROG. 643.366 ab



**A1 = Addensamenti storici rilevanti**

**A2 = Addensamenti storici secondari**

**A3 = Addensamenti commerciali urbani forti**

**A4 = Addensamenti commerciali urbani minori (o deboli)**

**A5 = Addensamenti commerciali extraurbani (arteriali)**

**L1 = Localizzazioni commerciali urbane non addensate**

**L2 = Localizzazioni commerciali urbano-periferiche  
non addensate**

# Compatibilità territoriale dello sviluppo

**Ambito urbano**

**Strutture distributive medie e medio-grandi**

concorrenza

qualificazione del servizio al consumatore

**Ambiti semiperiferici**

**Grandi aree commerciali**

pluralità di offerta

concorrenza tra luoghi del commercio

# Esempio di tabella di compatibilità art. 17 – Tabella 1

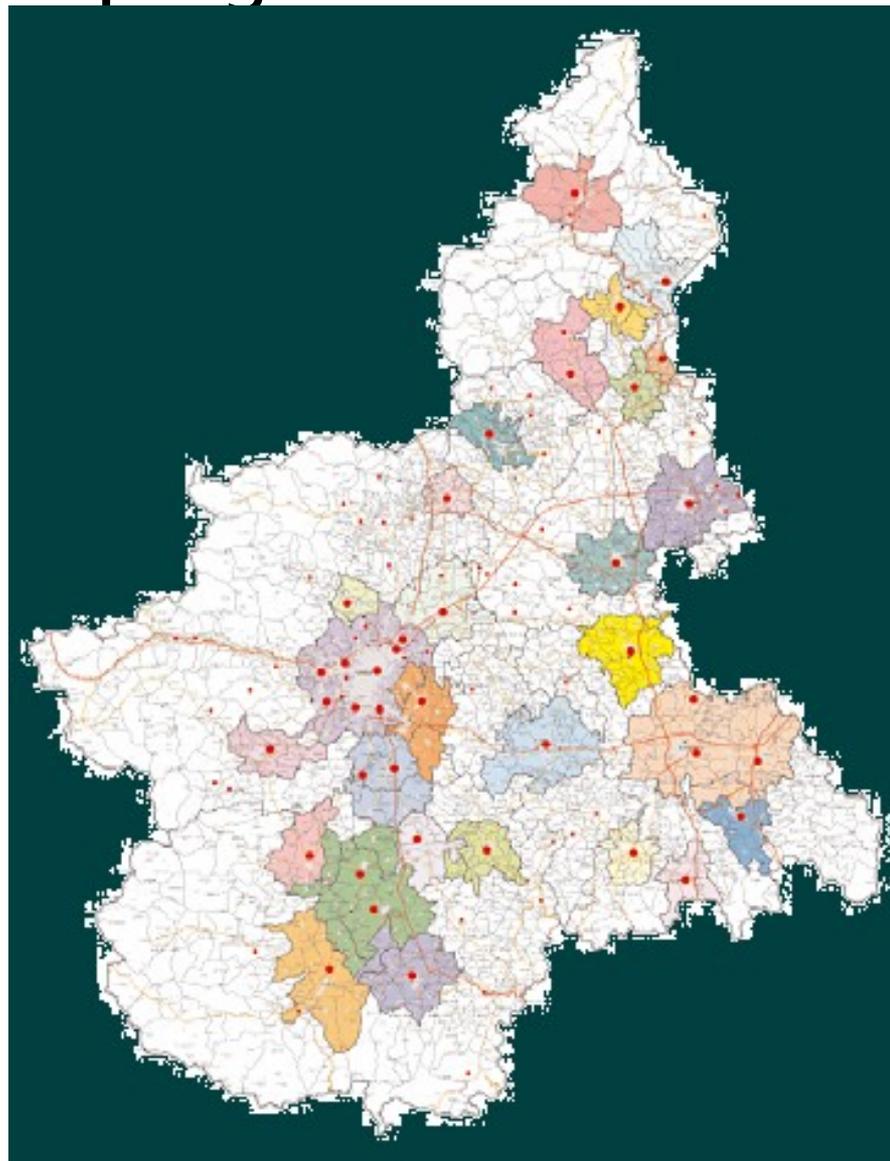
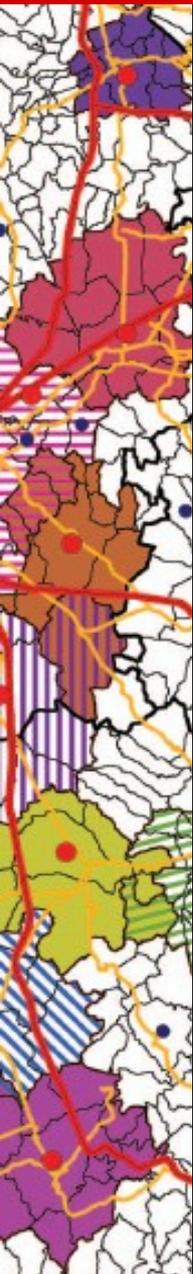
TIPOLOGIA DELLE STRUTTURE	SUPERFICIE VENDITA (mq)	ADDENSAMENTI				LOCALIZZAZIONI	
		A.1.	A.2.-A.3.	A.4.	A.5.	L.1.	L.2.
VICINATO	fino a 250	SI	SI	SI	SI	SI	SI
M-SAM1	251-400	SI	SI	SI	NO	SI	SI (1)
M-SAM2	401-900	SI	SI	SI	NO	SI	SI (1)
M-SAM3	901-1800	NO	NO	NO	SI	SI	SI (1)
M-SAM4	1801-2500	NO	NO	NO	NO	SI	SI (1)
M-SE1	251-400	SI	SI	SI	SI	SI	SI
M-SE2	401-900	SI	SI	SI	SI	SI	SI
M-SE3	901-1800	SI	SI	NO	SI	SI	SI
M-SE4	1801-2500	NO	SI	NO	SI	SI	SI
M-CC	251-2500	SI	SI	SI	NO	SI	NO
G-SM1	2501-4500	NO	SI (2)	NO	NO	NO	SI
G-SM2	4501-7500	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-SM3	7501-12000	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-SM4	>12000	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-SE1	2501-3500	NO	NO	NO	SI	SI (4)	SI
G-SE2	3501-4500	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-SE3	4501-6000	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-SE4	>6000	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-CC1	fino a 6000	SI	SI	NO	SI	NO	SI
G-CC2	6001-12000	NO	SI (3)	NO	NO	NO	SI
G-CC3	12001-18000	NO	NO	NO	NO	NO	NO
G-CC4	>18000	NO	NO	NO	NO	NO	NO



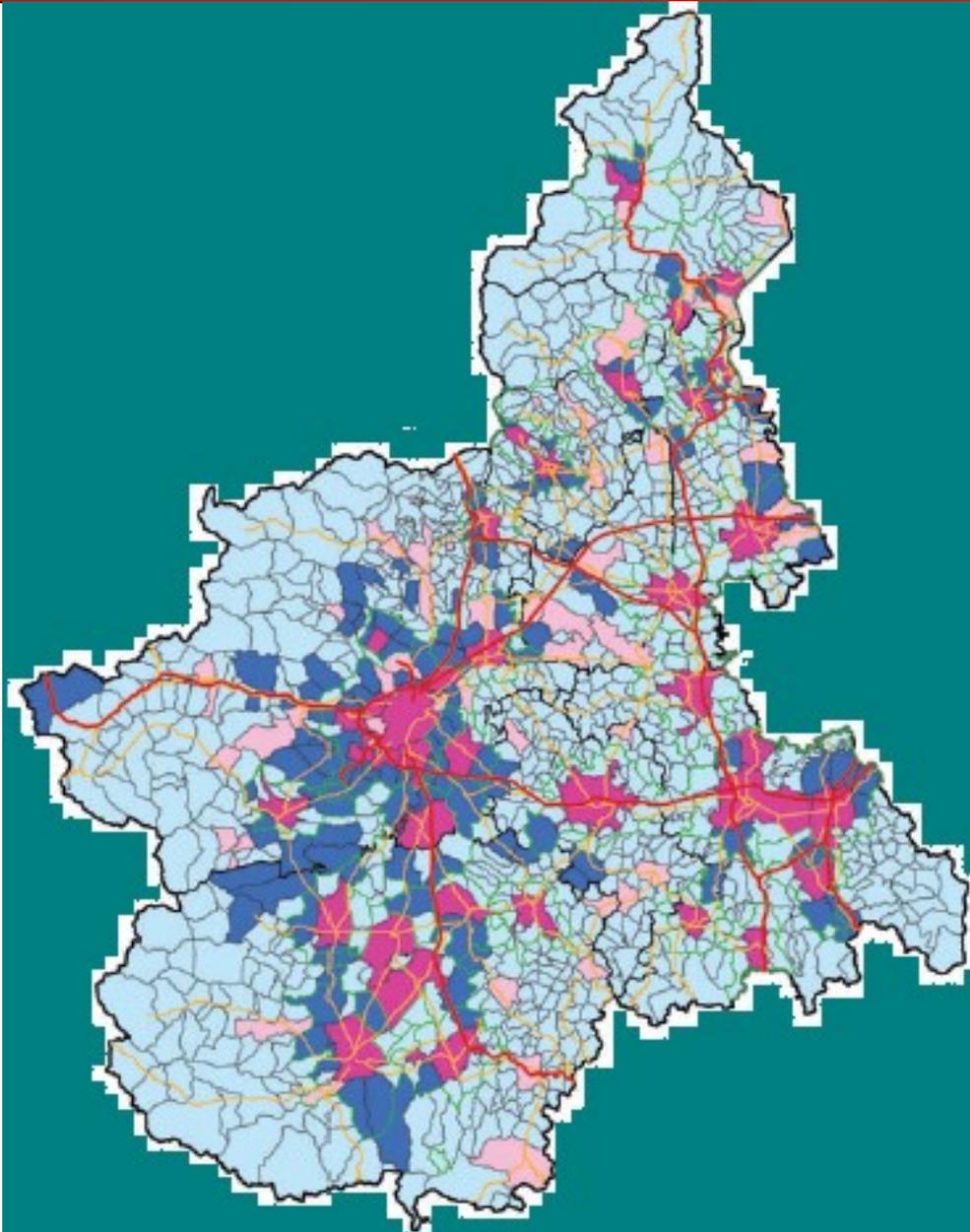
TIPOLOGIA DELLE STRUTTURE	SUPERFICIE VENDITA (mq)	ADDENSAMENTI															LOCALIZZAZIONI																			
		A.1.					A.2.					A.3.					A.4.					A.5.					L.1.					L.2.				
		P >60K	P <60K	SP/I >10K	SP/I <10K	M	P >60K	P <60K	SP/I >10K	SP/I <10K	M	P >60K	P <60K	SP/I >10K	SP/I <10K	M	P >60K	P <60K	SP/I >10K	SP/I <10K	M	P >60K	P <60K	SP/I >10K	SP/I <10K	M	P >60K	P <60K	SP/I >10K	SP/I <10K	M					
VICINATO	Fino a 150 Fino a 250	SI	SI	SI	SI	SI	SI					SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
M-SAM1	151-250 251-400	SI	SI	SI	SI	SI	SI					SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
M-SAM2	251-900 401-900	SI	SI	SI	SI	SI	SI					SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI				
M-SAM3	901-1500 1501-1800	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
M-SAM4	1801-2500	NO	NO	NO			NO					NO	SI	SI		NO	NO	NO			NO	NO	NO			SI	SI	SI			SI	SI	SI			
M-SE1	151-400 251-400	SI	SI	SI	SI	SI	SI					SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
M-SE2	401-900	SI	SI	SI	SI	SI	SI					SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
M-SE3	905-1500 1501-1800	SI	NO	NO	NO	NO	SI					SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
M-SE4	1801-2500	NO	NO	NO			SI					SI	NO	NO		NO	NO	NO			SI	SI	SI			SI	NO	NO			SI	SI	SI			
M-CC	251-2500	SI	SI	SI	SI	SI	SI					SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	
G-SM1	1501-4500 2501-4500	NO	NO	NO	NO	NO	SI					SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	NO	
G-SM2	4501-7500	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-SM3	7501-12000	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-SM4	>12000	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-SE1	1501-3500 2501-3500	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	
G-SE2	3501-4500	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-SE3	4501-6000	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-SE4	>6000	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-CC1	fino a 6000	SI	NO	NO	NO	NO	SI					SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	
G-CC2	6001-12000	NO	NO	NO	NO	NO	SI					SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	
G-CC3	12001-18000	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	
G-CC4	>18000	NO	NO	NO	NO	NO	NO					NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	

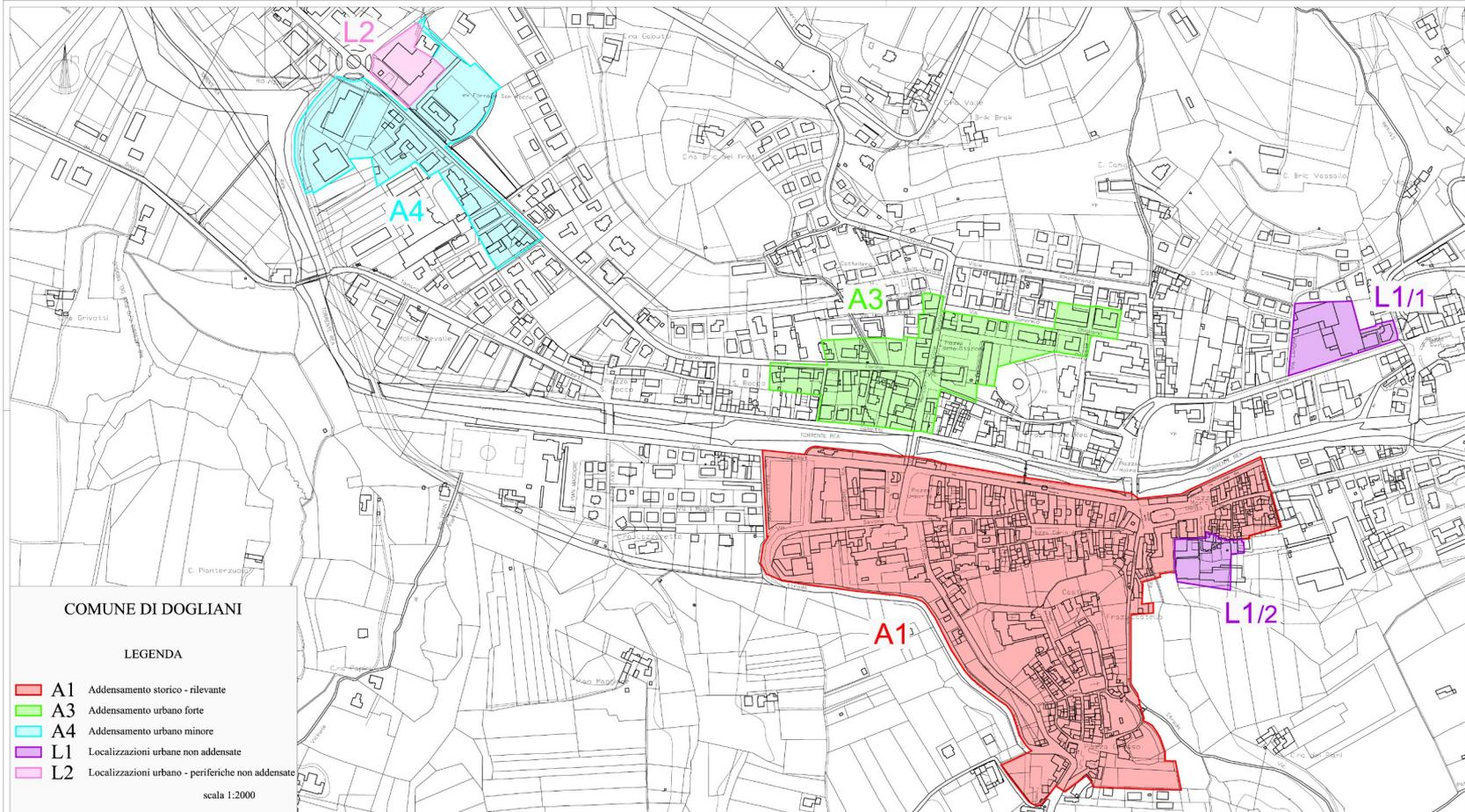
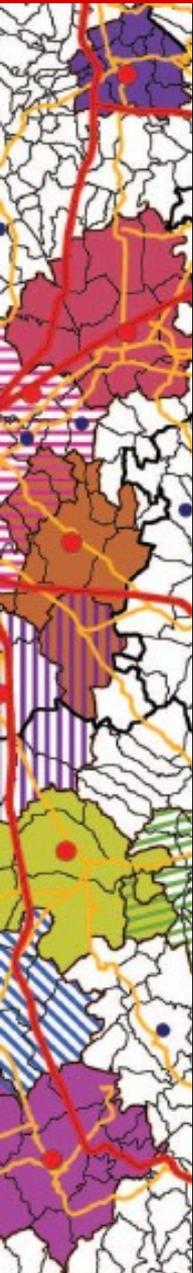
Le 5 tabelle di compatibilità riunite. Si nota che per i comuni più grandi le compatibilità sono maggiori. Fanno eccezione le compatibilità degli addensamenti A.5 che, per varie tipologie, sono più ampie per i comuni fino a 10.000 abitanti

# Le aree di programmazione commerciale

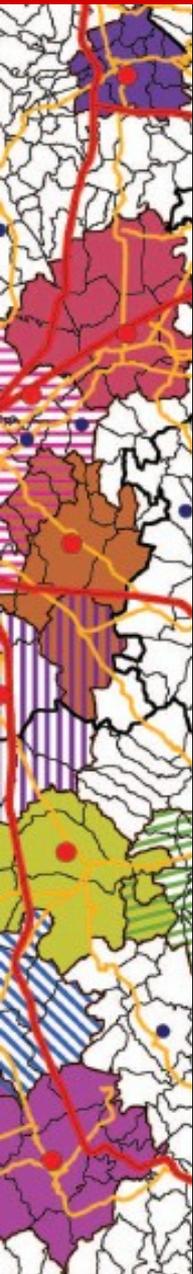


# Tipologia comuni

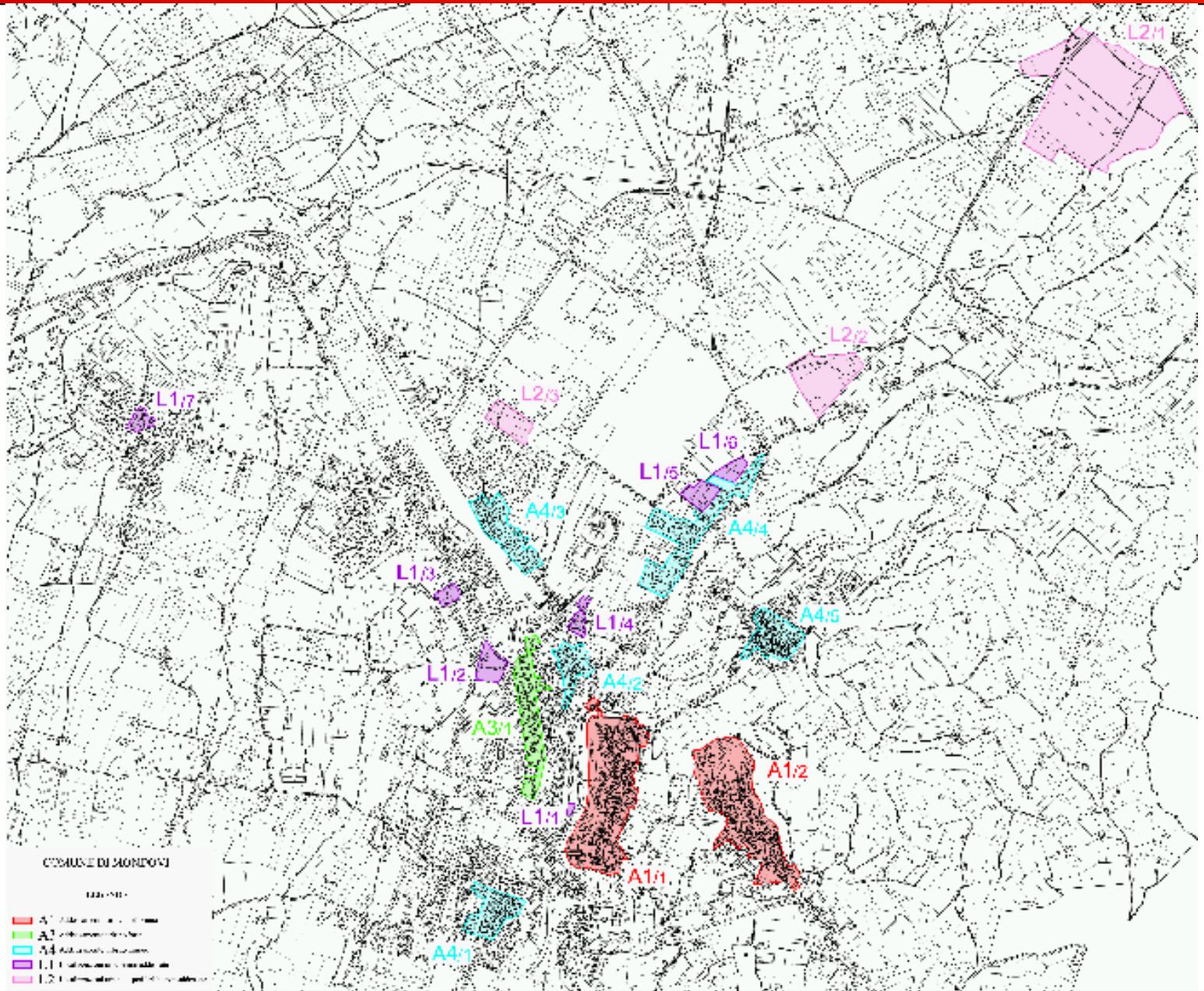


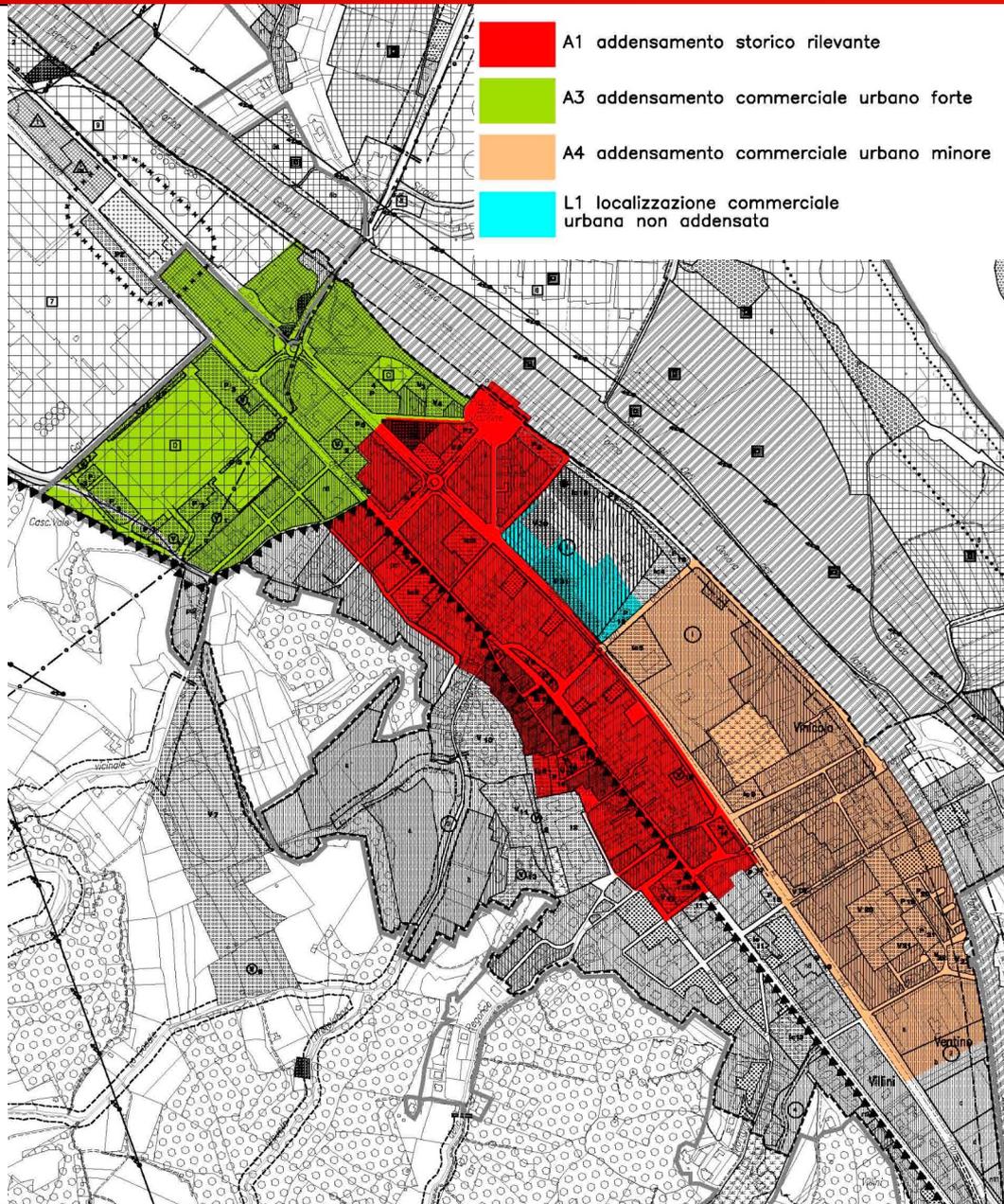
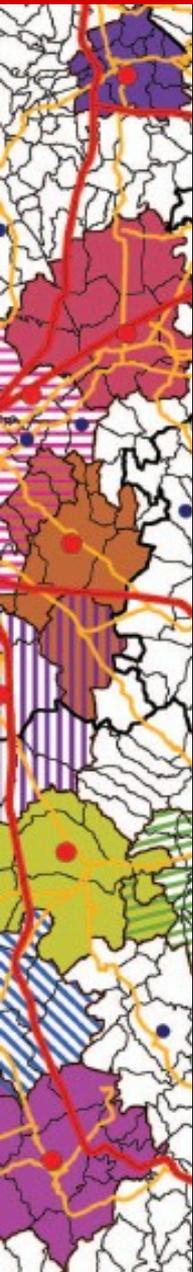


## Dogliani (CN)

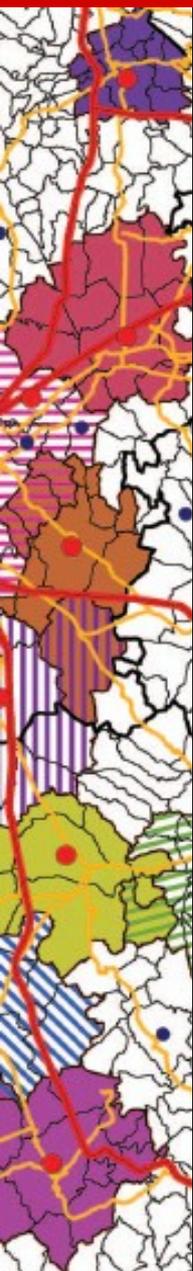


## Borgo San Dalmazzo (CN)



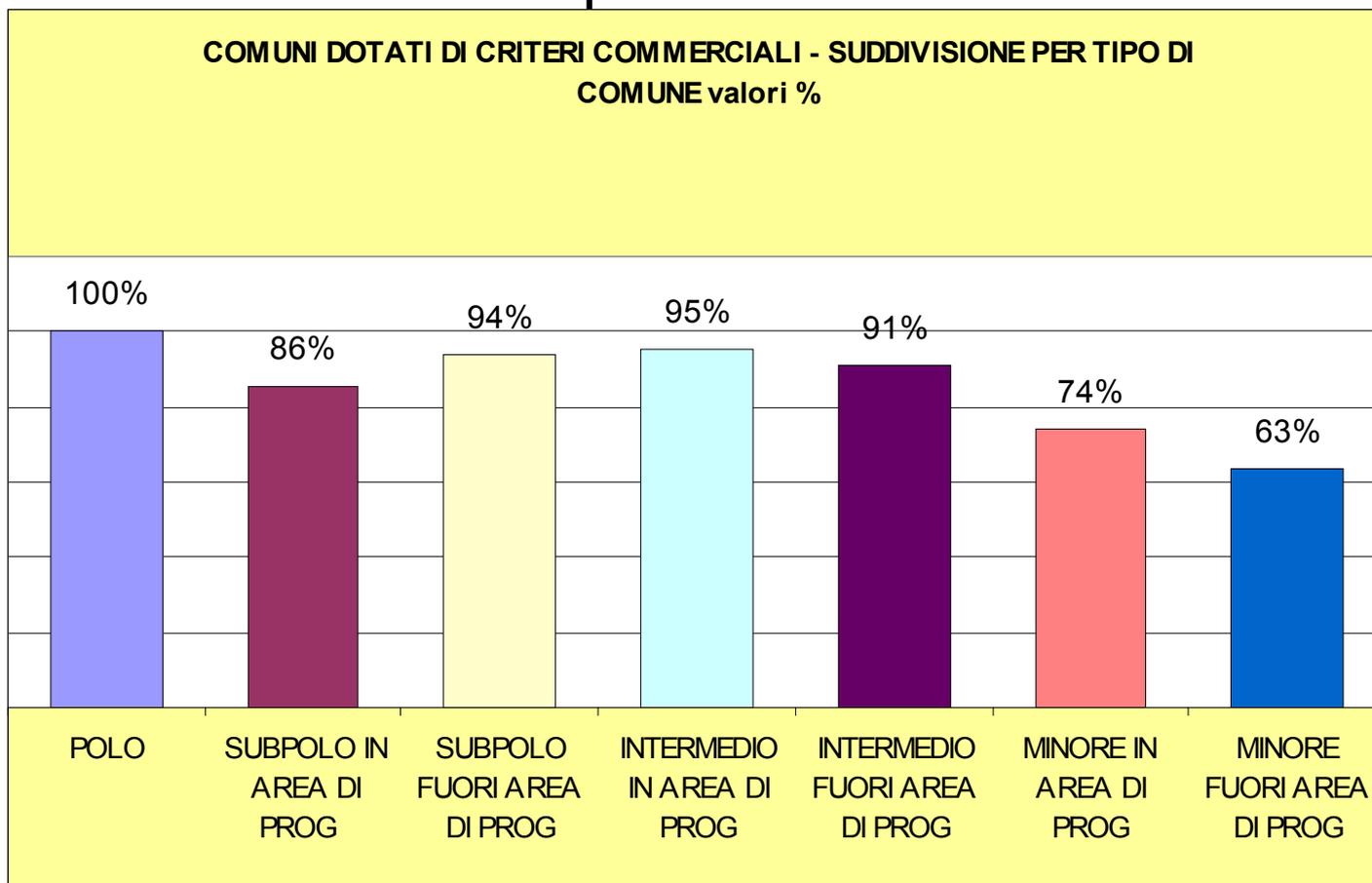


## Arquata Scrivia (AL)



**Addensamenti e  
localizzazioni commerciali  
devono rispettare  
DEFINIZIONE e PARAMETRI  
DEGLI ARTT. 12-13-14 della  
DCR 563-13414/99**

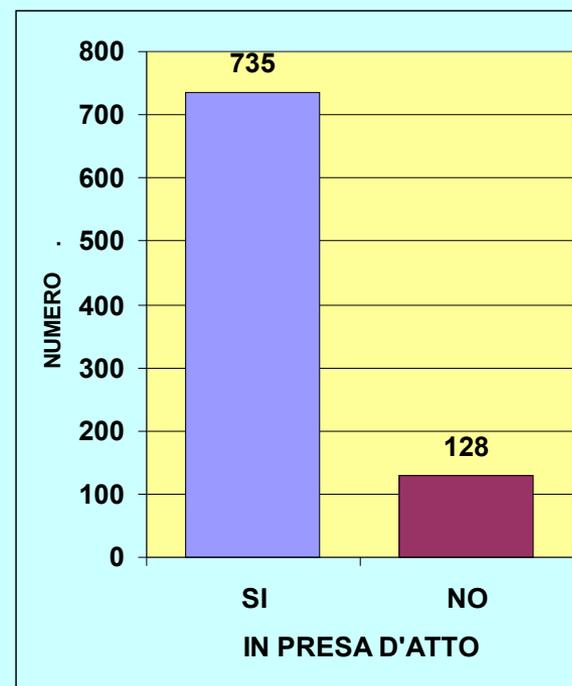
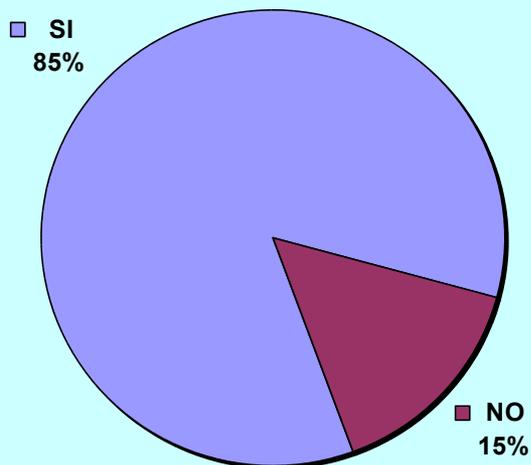
Il 73% dei comuni piemontesi ha approvato i criteri commerciali (862 comuni su 1182). In questi comuni risiede il 93% della popolazione del Piemonte ed è attivo il 96% della superficie di vendita

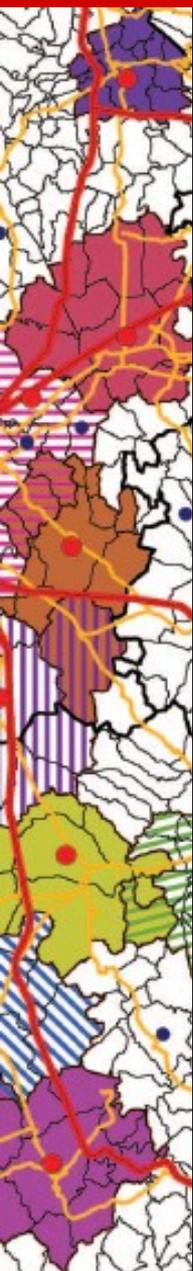


IL SETTORE COMMERCIO E TERZIARIO - TUTELA DEI CONSUMATORI DELLA REGIONE PIEMONTE SVOLGE UNA COSTANTE ATTIVITA' DI CONSULENZA, ANALISI DEI CRITERI COMMERCIALI COMUNALI E RACCOLTA DATI. GRAZIE A QUESTO CAPILLARE LAVORO BEN 735 DEGLI 862 COMUNI ESAMINATI, L'85%, HA RICEVUTO DALLA REGIONE UNA NOTA DI PRESA D'ATTO IN MERITO ALLA PROPRIA PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE.

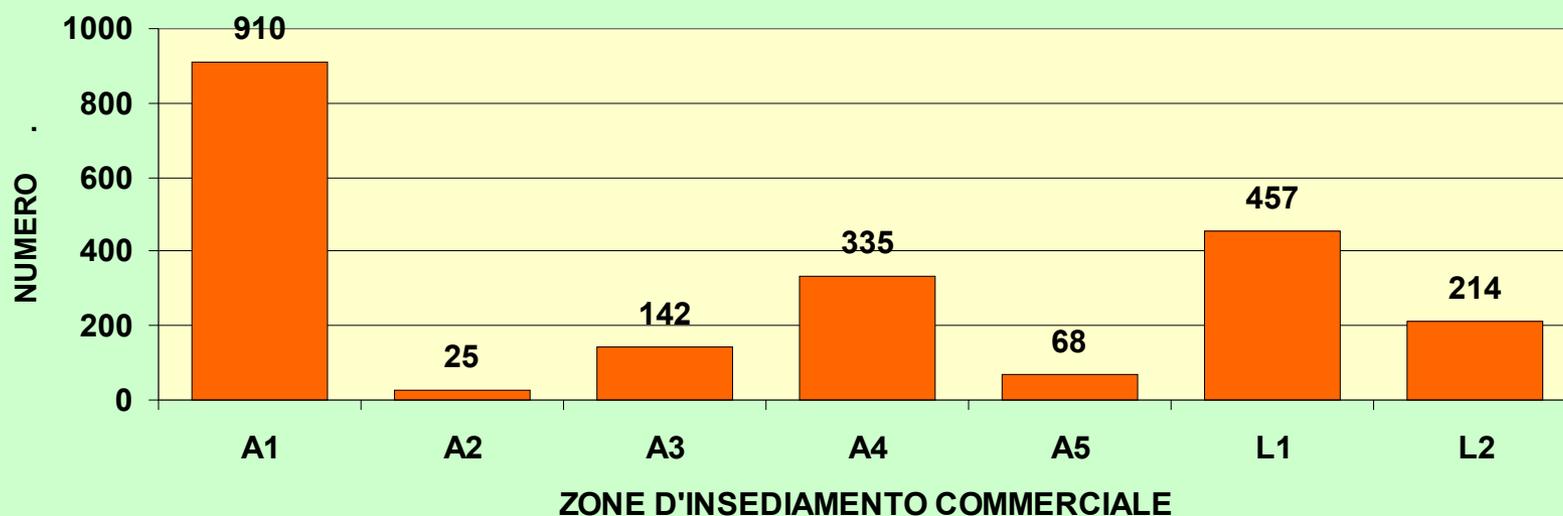
CALCOLANDO CHE MOLTI COMUNI HANNO APPROVATO MODIFICHE, RETTIFICHE E CHIARIMENTI DELLA PROPRIA PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE, QUESTO SETTORE DAL 2006 AD OGGI HA EFFETTUATO 1497 ISTRUTTORIE CON ALTRETTANTE NOTE DI PRESA D'ATTO O OSSERVAZIONI

### CRITERI COMUNALI IN PRESA D'ATTO REGIONALE



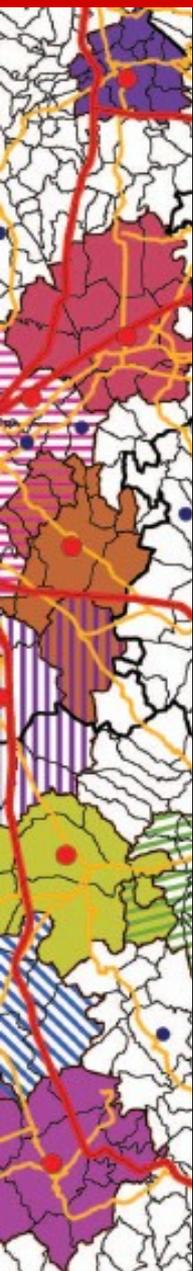


## NUMERO ZONE D'INSEDIAMENTO COMMERCIALE IN PIEMONTE

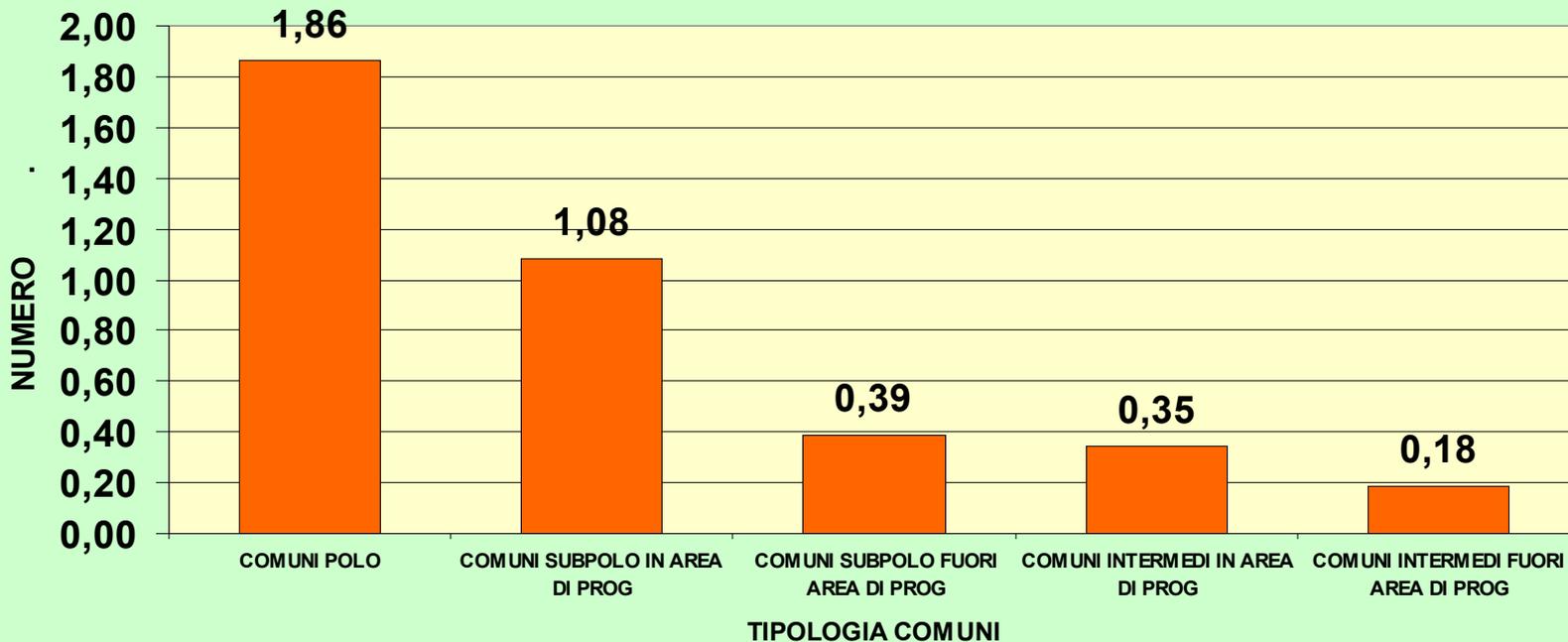


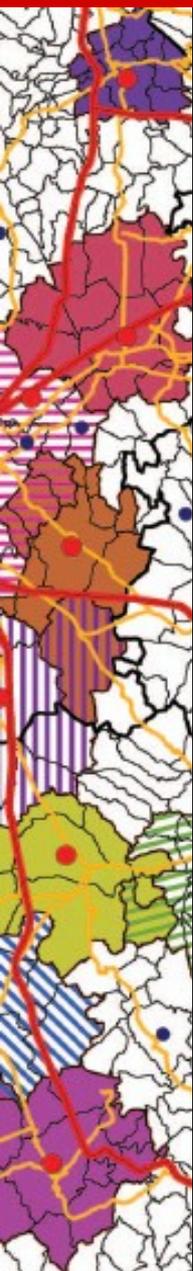
GLI ADDENSAMENTI COMMERCIALI STORICI RILEVANTI A1 SONO NUMERICAMENTE PIU' CONSISTENTI, POICHE' PRESENTI IN OGNI COMUNE. SI NOTI UNA FORTE CONSISTENZA NUMERICA DEGLI ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI A3 E A4 E DELLE AREE PROGETTUALI RICONOSCIUTE COME LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI L1 E L2.

IN TUTTO IL PIEMONTE SONO PRESENTI 2.151 ADDENSAMENTI E LOCALIZZAZIONI

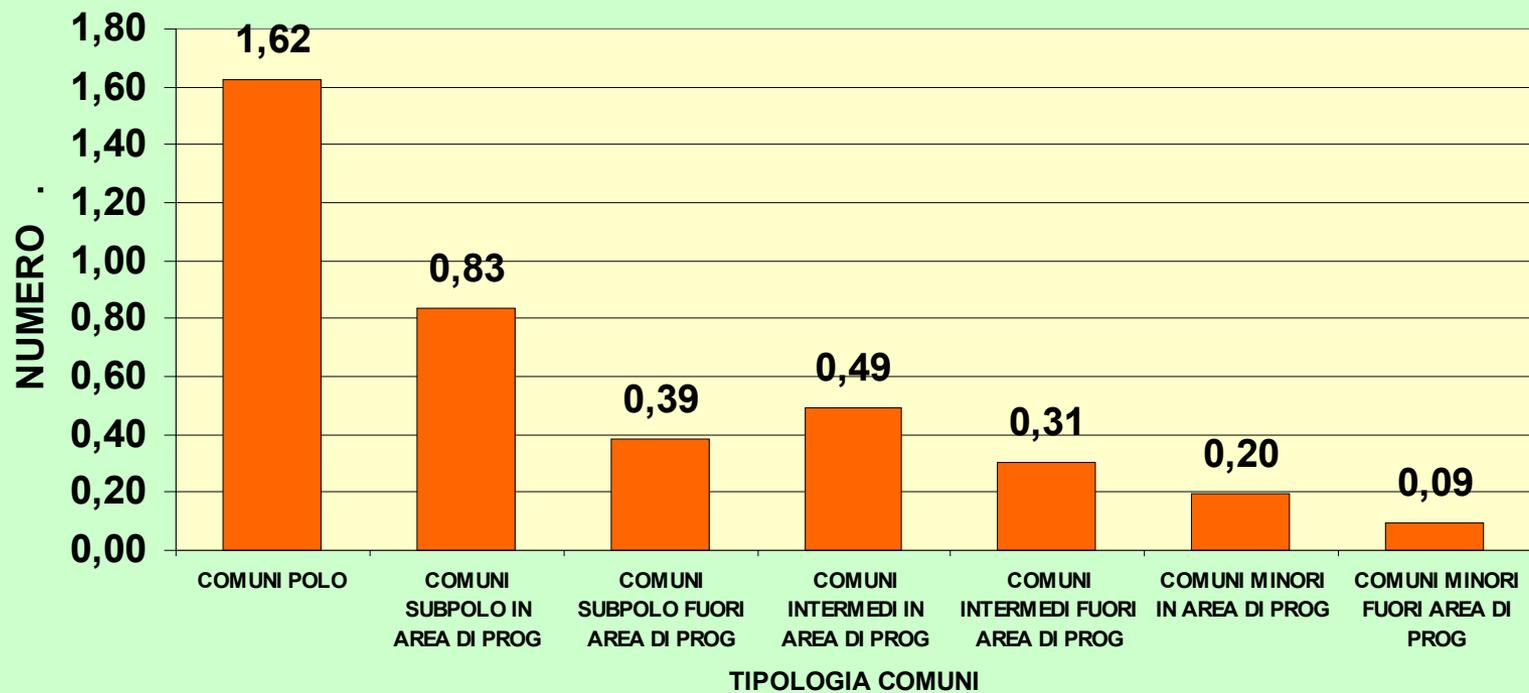


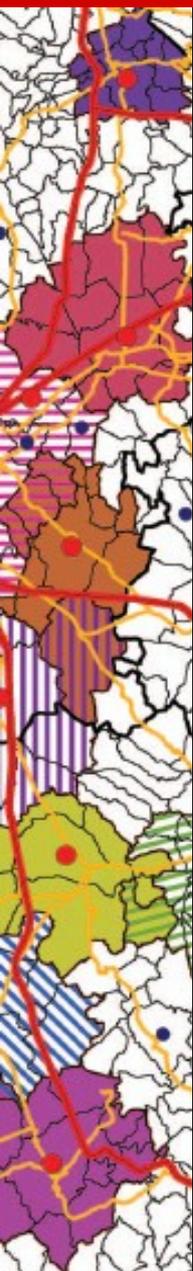
### PRESENZA DI ADDENSAMENTI A3 dato medio





## PRESENZA DI LOCALIZZAZIONI L2 dato medio



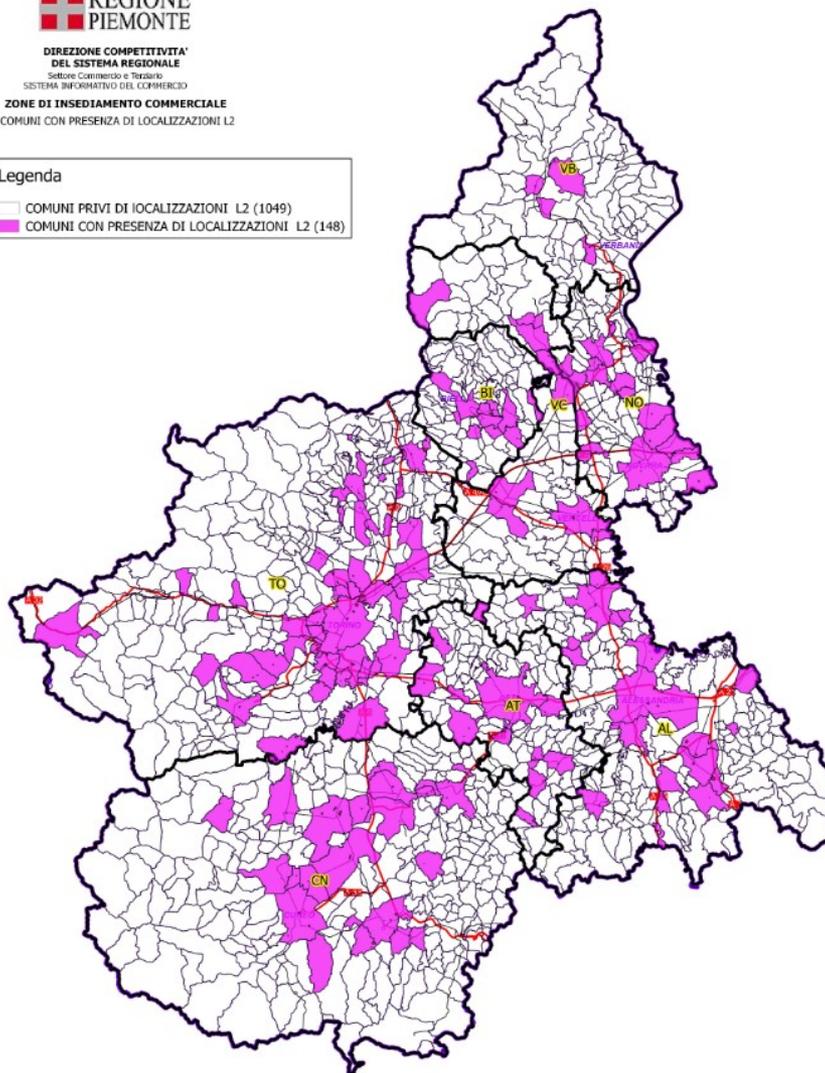


REGIONE  
PIEMONTE

DIREZIONE COMPETITIVITA'  
DEL SISTEMA REGIONALE  
Settore Commercio e Terziario  
SISTEMA INFORMATIVO DEL COMMERCIO  
**ZONE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE**  
COMUNI CON PRESENZA DI LOCALIZZAZIONI L2

Legenda

- COMUNI PRIVI DI LOCALIZZAZIONI L2 (1049)
- COMUNI CON PRESENZA DI LOCALIZZAZIONI L2 (148)



10 0 10 20 30 40 m

SCALA 1 : 750.000

Realizzazione ed allestimento cartografico a cura  
dell'Osservatorio Regionale del Commercio



Le aree commerciali sono quasi l'1% della superficie  
dell'intero Piemonte - dati del 2018

PROVINCIA	NUMERO ADDENSAMENTI E LOCALIZZAZIONI	SUPERFICIE ADDENSAMENTI E LOCALIZZAZIONI mq
ALESSANDRIA	245	24.710.953
ASTI	156	8.917.768
BIELLA	164	13.656.784
CUNEO	357	30.901.289
NOVARA	194	22.594.604
TORINO	722	97.511.113
VERBANIA	86	7.252.548
VERCELLI	136	11.082.317
TOTALI	2060	216.627.376



La DCC di criteri deve essere **trasmessa** in Regione **entro 30 giorni** dall'approvazione, ai sensi della DGR 1.3.2000 n. 42-29532, allegato A, Capitolo 1, comma 3

A map of the Piedmont region in Italy, showing various municipalities and administrative boundaries. The map is color-coded with different shades of purple, red, yellow, and green, and includes a network of roads and rivers.

# PRESA D'ATTO

La Regione riceve le DCC di tutti i Comuni e le esamina, raccoglie e elabora i dati, segnala eventuali incongruenze rispetto alla normativa regionale, oppure invia una “presa d’atto” se la DCC è ritenuta conforme.

Per avviare la procedura di adeguamento del PRGC non è necessario attendere la presa d’atto



# A.5

Per riconoscere un addensamento A.5:

- approvazione P.U.C. previo parere Provincia/Città Metropolitana e consultazione Comuni limitrofi – vedi linee guida regionali
- adeguamento D.C.C. criteri previa consultazione organizzazioni
- adeguamento P.R.G.C.

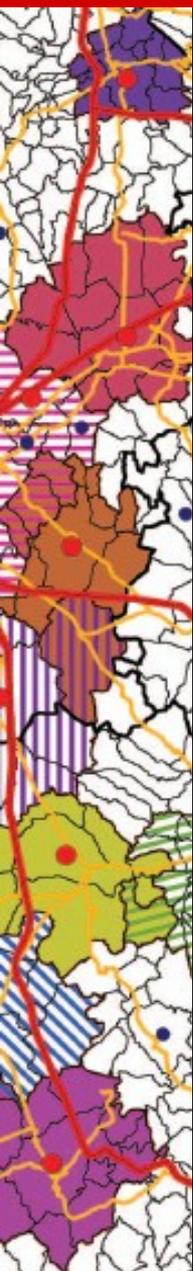


## L.2

**Sotto soglia (25-40-70.000 mq):**

- valutazione ex ante
- parere Provincia/Città Metropolitana e consultazione Comuni limitrofi
- adeguamento D.C.C. criteri previa consultazione organizzazioni
- adeguamento P.R.G.C.
- approvazione P.U.C.

**Sopra soglia ACCORDO DI PROGRAMMA art. 14 D.C.R., che assorbe anche il P.U.C.**



# ADEGUAMENTO PRGC

L'ART. 29 C. 3 DELL'ALLEGATO A ALLA DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE 29 OTTOBRE 1999 N. 563-13414 PREVEDE:

*“Le varianti urbanistiche necessarie ad adeguare gli strumenti urbanistici, ai sensi dell'articolo 6, comma 5 del d.lgs. n. 114/1998 e dell'articolo 4 della legge regionale sul commercio, sono formate e approvate secondo le procedure stabilite dall'articolo 17 della l.r. 56/1977, come modificato dalla legge regionale sul commercio. Trattandosi di materia che comporta differenti procedure di approvazione, i comuni approvano, secondo il seguente ordine:*

- a) i criteri comunali di cui all'articolo 8, comma 3 del d.lgs. 114/1998 ed all'articolo 4, comma 1 della legge regionale sul commercio, sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio rappresentative a livello provinciale;*
- b) l'adeguamento del piano regolatore generale secondo quanto disposto all'articolo 6, comma 5 del d.lgs. 114/1998; tale adeguamento costituisce variante al piano regolatore generale ed è quindi approvato secondo i disposti dell'articolo 17 della l.r. 56/1977;”*

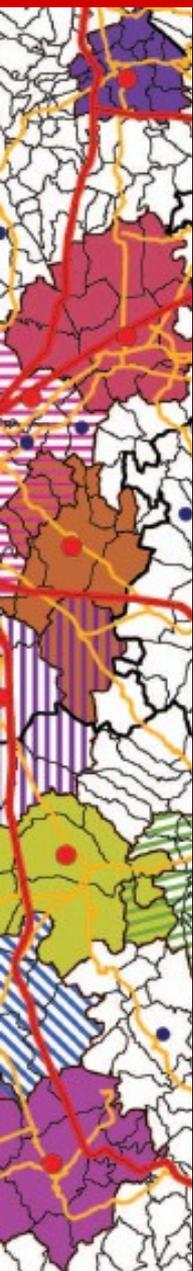


## DESTINAZIONI D'USO

Secondo l'art. 24 comma 1 lettera a) della DCR 563-13414 del 29.10.99, come da ultimo modificata dalla DCR n. 191-43016 del 20.11.2012, la destinazione d'uso "commercio al dettaglio" è *"da attribuirsi nell'ambito degli addensamenti e delle localizzazioni commerciali senza alcuna specifica limitazione delle tipologie di strutture distributive compatibili; nelle altre zone del territorio urbanizzato da attribuirsi per consentire la realizzazione degli esercizi di vicinato. Tale destinazione deve essere, di norma, integrata o al tessuto residenziale o alle attività produttive industriali, artigianali, al terziario non pubblico e al commercio all'ingrosso. Ai sensi dell'articolo 26, primo comma, lettera f) della l.r. 56/1977, come sostituita dalla legge regionale sul commercio, sono compresi nella destinazione d'uso commerciale i pubblici esercizi, l'artigianato e le attività terziarie al servizio della persona"*.

## RICONOSCIMENTO L.1 IN FASE D'ISTANZA

In tutte le porzioni del centro urbano e/o centro abitato come definiti dall'art. 11 comma 8 bis della DCR citata, nelle aree non comprese in addensamenti e localizzazioni commerciali riconosciuti, può essere consentita la destinazione d'uso "commercio al dettaglio limitatamente agli esercizi di vicinato". Poichè ai sensi dell'art. 14 comma 3 della DCR citata è obbligatorio per i Comuni consentire la possibilità di riconoscere localizzazioni commerciali L.1 in fase d'istanza di autorizzazione commerciale, questa procedura va richiamata in PRGC indicando che, in caso di sua legittima applicazione, la limitazione agli esercizi di vicinato non opera



# NEL P.R.G.C.

in materia di commercio inserire **esclusivamente**:

- perimetrazione di addensamenti e localizzazioni commerciali riconosciuti nei criteri;
- adeguamento N.T.A. con particolare riferimento a destinazioni d'uso, parcheggi ed aree per servizi.

Rif. art. 14 L.R. 56/77

**NON INSERIRE LA TABELLA DI COMPATIBILITA'!!!**



# ART. 30

*“Norme sostitutive nel caso d’inerzia da parte dei comuni” valide “nel caso in cui i comuni non abbiano dato corso all’applicazione delle norme” “o le abbiano **applicate in parte o difformemente**”, “limitatamente al riconoscimento degli addensamenti commerciali A.1., A.2. e A.3. e delle localizzazioni commerciali L.1. e si applicano solo in presenza di destinazione d’uso commerciale e in sede di rilascio delle autorizzazioni commerciali, permessi a costruire e denunce inizio attività in materia edilizia, per le medie e grandi strutture di vendita.”*

# VIABILITA'

Art. 26 D.C.R. 563-13414/99

*“L’approvazione dei progetti, il rilascio delle autorizzazioni per le nuove aperture, i trasferimenti, gli ampliamenti, la modifica o l’aggiunta di settore merceologico per superfici di vendita superiori a mq. 900, oltre a quanto previsto dal comma 2 bis, sono subordinati alla valutazione di impatto sulla viabilità, quando siano insediati negli addensamenti commerciali extraurbani (arteriali) (A.5.), e nelle localizzazioni urbano-periferiche non addensate (L.2.); negli addensamenti commerciali A.1., A.2., A.3., A.4. e nelle localizzazioni commerciali urbane non addensate (L.1.) la valutazione di impatto sulla viabilità deve essere effettuata per superfici di vendita superiori a mq. 1.800.”*

La relazione deve contenere rilievo dei flussi veicolari e scenario previsionale della zona interessata all’incremento dei flussi di traffico, livelli di servizio, code e interventi di mitigazione previsti. Le analisi devono riguardare la raggiungibilità mediante automobili, mezzi pesanti alle aree di carico scarico, piste ciclabili, percorsi pedonali e mezzi pubblici. *“Le soluzioni progettuali che rendono ammissibile l’insediamento devono essere concertate con il comune e la provincia preventivamente all’istanza di autorizzazione commerciale.”*

# GLI SCENARI DELLA PROGRAMMAZIONE

Gli obiettivi della programmazione del 1999 e successivi aggiornamenti sono sostanzialmente raggiunti, si è creata una gradualità tra i livelli di comuni e si sono notevolmente ridotti e messi in sicurezza gli addensamenti commerciali A5.

Obiettivi futuri:

- ridurre il consumo di suolo e programmare le nuove aree commerciali in ambiti urbani, polifunzionali e di rigenerazione;
- partecipare alla regolamentazione dell'e-commerce;
- contrastare la desertificazione commerciale.

<https://www.geoportale.piemonte.it>

# Mappe – a sinistra Mappe Visualizzate – Catalogo - Commercio

Regione Piemonte



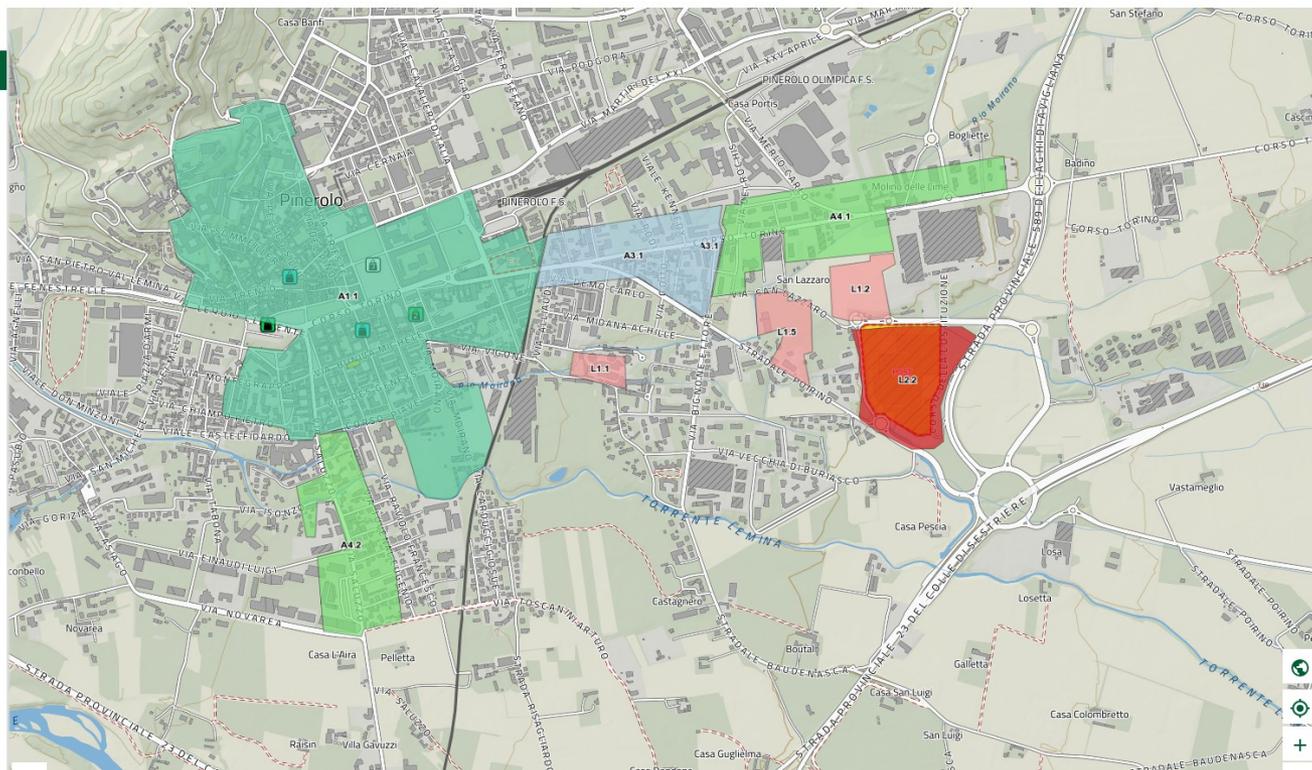
CATALOGO

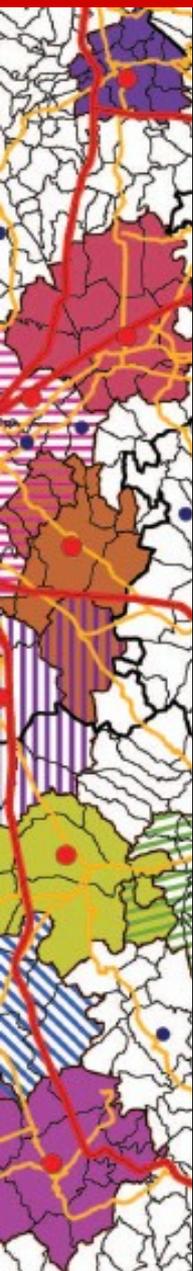
MAPPE

vigione X

## COMMERCIO

- > Agenzie Formative
- > Distributori carburanti
- > Manifestazioni fieristiche
- > Rete distributiva
- > Zone di insediamento commerciale 
  - Zone di insediamento commerciale
  - Prese d'atto criteri commerciali
  - Classificazione Comuni (DCR 563/99)





<https://www.regione.piemonte.it/web/temi/sviluppo/commercio/programmazione-commerciale>

Per reperire normativa, pareri, circolari, moduli, monitoraggio, linee guida, contatti

Referenti:

Arch. Massimo Cerutti 011432 3120

Arch. Andrea Sbaffi 011432 2134