



**CITTA' DI TORINO**  
DIVISIONE URBANISTICA ED EDILIZIA PRIVATA  
**COORDINAMENTO PIANIFICAZIONE URBANISTICA**  
SETTORE STRUMENTAZIONE URBANISTICA  
VIA MEUCCI N° 4



Giovanni Michele Graneri, *Mercato in piazza San Carlo*, 1752. (Torino, Museo Civico d'Arte Antica e Palazzo Madama).

**VARIANTE N. 160 AL P.R.G.**  
(AI SENSI DELL'ART. 17, COMMA 7 DELLA L.U.R.)

**ADEGUAMENTO DEL PRG AI SENSI DELL'ARTICOLO 16 DEI CRITERI COMMERCIALI COMUNALI**  
**APPROVATI CON D.C.C. 12/03/2007**  
**(L.R. N. 28/1999 E S.M.I. ED ALLA D.C.R. N. 59-10831 DEL 24.03.2006)**  
**PROGETTO DEFINITIVO**

**OSSERVAZIONI NEL PUBBLICO INTERESSE**  
**PRESENTATE DA ASCOM CONFCOMMERCIO E CONFESERCENTI**

**RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO**

**COORDINAMENTO PIANIFICAZIONE URBANISTICA**  
**SETTORE STRUMENTAZIONE URBANISTICA**  
Arch. Rosa Gilardi

**ELABORAZIONI GRAFICHE**

**COORDINAMENTO PIANIFICAZIONE URBANISTICA**  
Geom. Donato Gugliotta

**COLLABORATORI TECNICI**

**STRUMENTAZIONE URBANISTICA**  
Geom. Giorgio Assom  
Arch. Barbara Bersia  
Geom. Michele Diruggiero  
Arch. Raffaella Ghiggia

Torino, Dicembre 2010



Prot. 1704 Data 3.4.2009

TE. 06.CI.001 Fasc. 3-160

ARRIVO \_\_\_\_\_

Ill.mo Sig.

**SINDACO**

**DELLA CITTA' DI TORINO**

**SEGRETERIA GENERALE**

**Via Milano 1**

**10122 TORINO**



OGGETTO: Osservazioni e proposte di modificazioni alla Variante n. 160 al P.R.G. della Città adottata con D.C.C. mecc. n. 2008 04921/009 del 2 marzo u.s.

Ill.mo sig. Sindaco,

I sottoscritti

**Maria Luisa COPPA** nata a Chivasso (To) il 22 luglio 1951, di cittadinanza italiana, residente a Verolengo (To) in Borgata Sbarro n. 28, nella sua qualità di legale rappresentante dell'ASCOM CONFCOMMERCIO DELLA PROVINCIA DI TORINO,

e

**Giuseppe BAGNOLESI** nato a Pisa il 27 gennaio 1946, di cittadinanza italiana, residente a Volpiano (TO) in Via Leini n. 84, nella sua qualità di legale rappresentante della CONFESERCENTI DI TORINO E PROVINCIA,

in nome e per conto delle Organizzazioni rappresentate, portatrici di interessi diffusi in tema di sviluppo del commercio, ai sensi dell'art. 17, comma 7 della l.r. n. 56/1977 e s.m.i., presentano le seguenti osservazioni e proposte di modificazione delle NUEA e dell'Allegato C della Variante n. 160 al P.R.G.C. della Città adottata con D.C.C. mecc. n. 2008 04921/009 del 2 marzo u.s..

#### **A) AMBITO DELLE OSSERVAZIONI**

L'iniziativa ha l'obiettivo di contribuire a meglio precisare una serie di aspetti squisitamente tecnici relativi alle destinazioni d'uso ma soprattutto intende salvaguardare le possibilità insediative delle medie strutture di vendita all'interno degli Addensamenti Commerciali Urbani di più elevato rango gerarchico che, alla luce delle norme previste ed in virtù della grave crisi economica che il Paese sta attraversando, rischiano di risultare fortemente compromesse se non addirittura completamente precluse.

Fin dall'avvio del confronto con l'Amministrazione sulla definizione dei criteri urbanistico commerciali relativi al recepimento della D.C.R. n. 563-13414/99, così come modificata dalla DCR 59 – 10831/2006, le scriventi Associazioni avevano evidenziato l'importante funzione integrativa e di supporto sia ai piccoli negozi che alla capacità di competizione complessiva degli Addensamenti Commerciali Urbani e dei Sistemi Commerciali cittadini, esercitata dalle medie strutture di vendita, sollecitando pertanto politiche di sostegno e di incentivazione.

Tali principi risultano "apparentemente" recepiti sia dagli studi preliminari sia dal dispositivo della richiamata DCC 2 marzo 2009, mecc. n. 2008 04921/009, ove testualmente si legge:

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

*Infatti la presenza di una corona di poli commerciali presenti sul territorio dei Comuni confinanti 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", ovvero di migliorarne la capacità competitiva nella rete della distribuzione commerciale."*

Invece, ed in aperta contraddizione con quanto sopra annunciato, talune norme adottate dalla Città, si muovono in una direzione diametralmente opposta, andando a gravare questa tipologia di attività, di una serie di adempimenti e soprattutto di oneri, di entità tale da risultare difficilmente sostenibili dalle imprese, per di più in questo momento di grave recessione dei consumi e di rilevanti difficoltà economiche.

Se da un lato appare già difficilmente comprensibile l'assoggettamento di una piccola media struttura all'onere per le esternalità negative (onere aggiuntivo computato in una percentuale compresa tra il 30 e 50 per cento degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria) di cui all'art. 15, comma 11 bis della D.C.R. n. 563-13414/99 e smi, ma almeno in questo caso vi è il presupposto della norma di livello superiore, quanto assolutamente non condivisibile e destinato ad avere effetti devastanti, qualora non venisse celermente modificato, risulta essere il combinato disposto di talune nuove norme ed interpretazioni introdotte nell'art. 13 dell'allegato C della Variante in merito all'assoggettamento agli standard dell'art. 21 comma 1 e 2 della l.r. n. 56/77 e smi.

Ci si riferisce in specifico alla norma sull'assoggettamento agli standard del comma 1 anche dei cambi di destinazione d'uso relativi ad interventi di recupero e restauro "con" o "senza opere" all'interno degli ambiti "consolidati" che finora avevano beneficiato di una pressoché totale esenzione (tranne che per quelli di più rilevante dimensione) in virtù delle dotazioni già garantite in fase di costruzione.

Ci si riferisce altresì ed in modo particolare alle disposizioni che assoggettano tutte le medie strutture di vendita cittadine con una superficie di vendita superiore ai 400 mq. alla dotazione dello standard del comma 2 del soprarichiamato art. 21 della legge urbanistica regionale, il così detto "fabbisogno di parcheggi" la cui dotazione è normata dall'art. 25 della D.C.R. n. 563-13414/99 e smi, anche se tale articolo, al comma 5 esclude da tale obbligo "gli esercizi di vicinato e le medie strutture ubicate negli Addensamenti Commerciali urbani A1 – A2 ed A3".

Ad aggravare gli effetti contribuisce la circostanza che la tabella regionale di determinazione del fabbisogno di parcheggi di cui al sopra richiamato art. 25, recepita dalla Città, partendo dal presupposto dell'esclusione della verifica della dotazione per le medie strutture di vendita negli Addensamenti urbani, non contempla "abbuoni" per le superfici escluse (< 400 mq.), con la conseguenza che un negozio di abbigliamento di 390 mq. non deve verificare la dotazione del fabbisogno mentre se avesse 60 mq. in più si vedrebbe assoggettato ad un fabbisogno di 20,25 parcheggi corrispondenti a 526,5 mq. da reperire o monetizzare.

Per di più il disposto del comma 2.2 dell'art. 13 dell'allegato C prevede per le medie strutture di vendita con s.v. maggiore di 400 mq. che il "fabbisogno" costituisca una "dotazione aggiuntiva" rispetto allo standard del comma 2.1, monetizzabile (a determinate condizioni), andando a stabilire una norma che da un lato risulta essere di dubbia legittimità (in contrasto con le disposizioni regionali – nel fabbisogno è già anche ricompreso lo standard del comma 2.1 – per la dotazione dei parcheggi pubblici si applica il valore maggiore) e dall'altro lato chiaramente penalizzante per le medie strutture di vendita.

Al di là degli aspetti di legittimità, l'applicazione di queste norme produrrebbe situazioni decisamente problematiche che potrebbero facilmente esporre piccole medie strutture di vendita (anche solo di 450/500 mq. di s.v. ed anche solo del settore non alimentare) ubicate in Centro e negli altri principali Addensamenti Commerciali a dover corrispondere alcune centinaia di migliaia di euro di monetizzazione di standards per poter attivare l'attività, circostanza che se decisamente penalizzante in generale, rischia di costituire un ostacolo insormontabile in questa fase di recessione economica.



Al fine di meglio chiarire le osservazioni e i rilievi sopra richiamati, si riportano, qui di seguito, una serie di annotazioni puntualmente riferite al testo delle NUEA e dell'Allegato C alla Variante in esame.

## B) FORMULAZIONE DELLE OSSERVAZIONI

### Art. 3 – Destinazioni d'uso

#### Punto 3. Attività produttive

##### Capoverso 7

Il richiamo alle attività di cui ai punti 4A1a e 4A1b1 (Vicinato e Medie Strutture) risulta contraddittorio con l'indicazione dello Spaccio Aziendale e/o Interno; infatti:

- la predetta formulazione, corroborata dall'inciso finale **“nei limiti e nel rispetto di quanto disposto nell'Allegato C e uffici”**, sembra rimandare ad una generalizzata possibilità di formazione, all'interno delle aree produttive, di esercizi di Vicinato e Medie Superfici, con conseguente automatica modifica della destinazione d'uso;
- l'assentita formazione di Spacci Aziendali e Spacci Interni richiama tipologie distributive non riconducibili alle tipologie commerciali previste dall'Allegato C;
- lo Spaccio Aziendale, peraltro correttamente definito all'Art.2, punto 8, dello stesso Allegato C, non può superare i 250 m<sup>2</sup> di SV, secondo le vigenti direttive regionali;
- per lo Spaccio Interno, definito al punto 9 dell'Art.2 dell'Allegato C, viene apoditticamente prevista una superficie di vendita di 900 m<sup>2</sup>; ora, considerato che trattasi di attività destinata al servizio di **“dipendenti di enti o imprese pubblici o privati”** o, comunque a servizio di soggetti che hanno titolo di accedere in locali di norma non aperti al pubblico, si ritiene che l'accennata superficie di 900 m<sup>2</sup> debba essere modulata in ragione della massa di soggetti che nelle diverse fattispecie possono avervi accesso.

Si propongono le modifiche che seguono :

#### 1) Capoverso 7, Art. 3, comma 3 NUEA

Dopo **“residenza custode e/o titolare,”** aggiungere **“Spaccio Aziendale e/o Spaccio Interno”** nel rispetto delle definizioni e delle prescrizioni di cui ai punti 8 e 9, rispettivamente, dell'Art.2 dell'Allegato C.

#### 2) Art. 2, punto 9, Allegato C – Spaccio interno

Si richiede di rimodulare l'inciso **“e non può superare i 900 mq di SV”** secondo il numero di soggetti da servire nelle diverse fattispecie.

#### Punto 5. Attività terziarie

##### Capoverso 12

Si ritiene che la fattispecie sia tipica della formazione di uno Spaccio Interno; si propone pertanto la seguente formulazione:

**“Sono ammesse, entro il limite del 25% della SLP esistente o in progetto, destinazioni accessorie quali Residenza Custode e/o Titolare e Spaccio Interno nel rispetto della definizione e delle prescrizioni di cui al punto 9 dell'Art.2 dell'Allegato C, nonché Pubblici Esercizi di cui al punto 4A2 nel rispetto dell'apposita normativa comunale.”**

#### Punto 6 Attività congressuali e fieristiche

##### Capoverso 14

Si ritiene che le attività di supporto ed integrazione possano trovare adeguata espressione nella tipologie del commercio di vicinato e nei servizi di pubblico esercizio; si propone, pertanto, la formulazione che segue:

**“Sono ammesse, entro il limite del 25% della SLP esistente o in progetto, destinazioni accessorie quali Residenza Custode e/o Titolare, Attività Commerciali di cui al punto 4A1a, nonché Pubblici Esercizi di cui al punto 4A2 nel rispetto dell’apposita normativa comunale.”**

## **TITOLO II – ZONE E AREE NORMATIVE**

Si ritiene, per tutte le aree per le quali è riconosciuta la compatibilità insediativa per Commercio e Pubblici Esercizi, che debba essere richiamato il rispetto dell’Allegato C e della Normativa Comunale sui Pubblici Esercizi.

### **ALLEGATO C**

#### **Articolo 13**

Per il comma 2.1, si osserva che l’introduzione della Tabella 2 risulta apertamente contraddittoria rispetto alla enunciata politica di ripolarizzazione degli addensamenti urbani, ed in particolare dei più centrali, dal momento che con essa risulta ribaltata la prassi precedentemente orientata alla esenzione per gli interventi nel tessuto urbano consolidato, ove il soddisfacimento degli standard si intende correttamente assolto dalle infrastrutture pubbliche e private di zona.

In subordine e nel caso di ampliamenti, la richiesta di standard, o la relativa monetizzazione, dovrebbe, comunque, riguardare la sola parte aggiuntiva.

Il comma 2.2, risulta, a nostro avviso, formulato in modo erroneo nel merito della applicazione della normativa regionale nonché in modo tale da prefigurare una illogica penalizzazione delle Medie superfici a favore delle Grandi:

- in merito al primo rilievo, si segnala infatti che il richiamato **“incremento”** contiene già gli standard di cui al comma 2.1;
- da tale incremento sembrano, infatti, escluse le Grandi Strutture.

Fatto salvo il rilievo per il comma 2.1, si propone per il comma 2.2 la formulazione che segue:

**“Per le attività aventi superficie di vendita maggiore di 400 m<sup>2</sup> deve essere calcolato ed applicato il fabbisogno totale di posti a parcheggio secondo le modalità di cui al successivo comma 3.”**

Si propone inoltre l’aggiunta del comma 2.3 secondo la formulazione che segue, mutuato dall’Art.25, comma 5, dei ventigi Indirizzi Regionali:

**“A parziale deroga delle disposizioni di cui al precedente comma 2.2, esclusivamente per gli esercizi di Vicinato e per le Medie Strutture, compresi i Centri Commerciali di cui agli articoli 4 e 5 dell’Allegato C, comunque conformi al quadro di compatibilità di cui all’Art. 12 dello stesso, non è richiesto il soddisfacimento del fabbisogno totale di posti a parcheggio di cui al successivo comma 3, ma solo il soddisfacimento degli standard di cui al precedente comma 2.1, se tali esercizi (Vicinato e Medie Strutture) ricadono in uno degli Addensamenti A1,A2,A3.”**

Confidando nel recepimento delle osservazioni e proposte sopra esposte, si resta a disposizione per ogni eventuale chiarimento ed approfondimento ritenuto utile e, con l’occasione, si porgono distinti saluti.

Torino, 31 marzo 2009

IL PRESIDENTE  
ASCOM CONF. COMMERCIO  
PROVINCIA DI TORINO  
Maria Luisa COPPA

IL PRESIDENTE  
CONFESERCENTI  
DI TORINO E PROVINCIA  
Giuseppe BAGNOLESI