



# COMUNE DI MATHI



**“Adeguamento del Vigente P.R.G.C. alla  
Normativa in materia di Commercio”**

**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE  
AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI**  
(ex. art. 8 comma 3 D. Lgs 114/98)

## Relazione

(ex. artt. 12, 13 e 14 della DCR n.563-13414 del 29/10/1999, modificata dalla DCR  
n.347-42514/2003 e dalla DCR n. 59-10831/2006)

Arch. Giovanni Piero Perucca

## 1 - Introduzione

Il **Decreto Legislativo del 31 marzo 1998 n.114**, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n.95 del 24 aprile dello stesso anno riforma l'intera disciplina del commercio e demanda al Piano Regolatore Generale la individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali, correlando i procedimenti di rilascio degli assenti commerciali e di quelli edilizi.

In particolare la collocazione delle attività commerciali sul territorio, non più ispirata ad un principio "vincolistico" ma bensì "concorrenziale", viene ricompresa nella disciplina dell'uso del territorio definita dal Piano Regolatore Generale.

Scompare il criterio della "separatezza raccordata" fra aspetto urbanistico e aspetto commerciale che era stato introdotto con la Legge 426/71 e viene prevista la correlazione fra dei procedimenti di rilascio della concessione edilizia e l'autorizzazione alla apertura di una struttura di vendita, nel rispetto dei limiti e delle previsioni dettate dal Piano Regolatore.

In ottemperanza a quanto previsto dalla succitata Legge di riforma la Regione Piemonte, con la **Legge Regionale 12 novembre 1999 n.28**, successivamente modificata dalla **Legge regionale 30 dicembre 2003, n. 37** ha definito le norme di indirizzo generale per l'insediamento delle attività commerciali e i criteri di programmazione urbanistica che attengono a tali insediamenti.

Gli indirizzi succitati perseguono i seguenti obiettivi:

- a) favorire la modernizzazione del sistema distributivo in modo che si realizzino le condizioni per il miglioramento della sua produttività, della qualità del servizio e dell'informazione al consumatore;
- b) favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità nei centri urbani, nei piccoli comuni, nelle frazioni e nelle altre aree scarsamente servite, in modo che sia facilitato l'approvvigionamento per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso la presenza di esercizi commerciali riconducibili a differenti tipologie di strutture distributive;
- c) orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in zone ed aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie di strutture distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare la produttività del sistema e la qualità del servizio reso ai consumatori, nel rispetto dell'integrità dell'ambiente e del patrimonio storico-artistico regionale e promuovendo la rivitalizzazione dei centri urbani;
- d) favorire la formazione di un sistema di offerta, articolato sul territorio e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, tra le quali non si producano posizioni dominanti, in modo tale che i consumatori, potendo scegliere tra differenti alternative di localizzazione e di assortimento, esercitando le loro preferenze, inneschino la dinamica concorrenziale nel sistema;
- e) coordinare la programmazione in materia commerciale e urbanistica dei diversi livelli di governo, nonché i procedimenti relativi al rilascio delle autorizzazioni commerciali e delle concessioni ed autorizzazioni edilizie, sia per favorire la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, nel quadro di un sistema decisionale condiviso, sia per evitare situazioni di offerta commerciale e immobiliare contrarie ai principi della libera concorrenza.

In particolare l'art.4 della medesima Legge prevede che i Comuni sono tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici e i regolamenti di polizia locale ai nuovi indirizzi e criteri di programmazione urbanistica e puntualizza ciò che tale adeguamento deve indicare e precisamente:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali con particolare riguardo agli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali al fine della tutela dell'arredo urbano e dei beni artistici, culturali ed ambientali;

- c) i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- d) i vincoli di natura urbanistica con particolare riguardo alla disponibilità di spazi pubblici ed alle quantità minime di spazi per parcheggi;
- e) la correlazione tra gli atti autorizzatori commerciali e la concessione o autorizzazione edilizia.

Inoltre l'art.6 (Modifiche alla legge regionale 5 dicembre 1977, n. 56) contiene alcune modifiche alla Legge Urbanistica Regionale che incidono sugli articoli 4, 12, 14, 15, 17, 21, 26.

La normativa che disciplina in dettaglio la materia, stabilendo ciò che i Comuni devono fare è quella degli "indirizzi e criteri" di cui alla **deliberazione C.R. del 29 ottobre 1999 n.563-13414** e successive modificazioni approvate con la **DCR n. 347-42514 del 23 dicembre 2003 e con la D.C.R. 24 marzo 2006, n. 59-10831**.

In particolare hanno rilievo ai fini urbanistici la parte prima - **titolo II** che definisce la superficie di vendita e classifica gli esercizi commerciali e le tipologie delle strutture distributive; **il titolo III** che classifica le aree di programmazione commerciale, i Comuni, le zone di insediamento commerciale; **il titolo IV** che definisce le compatibilità territoriali dello sviluppo, gli interventi per la valorizzazione degli addensamenti commerciali e i progetti integrati; la parte seconda – **titolo V** che definisce nello specifico i criteri di programmazione urbanistica.

In sintesi le varianti agli strumenti urbanistici devono:

- o Riconoscere, classificare e perimetrare le zone di insediamento commerciale, distinte in addensamenti e localizzazioni sulla base delle definizioni e dei parametri orientativi contenuti nella deliberazione succitata.
- o Individuare, nell'ambito di ciascuna zona di insediamento commerciale, le aree e gli spazi da destinare a parcheggi pubblici e privati, funzionali agli impianti commerciali preesistenti e previsti, e prevedere norme ed interventi adeguati all'organizzazione del sistema di traffico urbano ed extraurbano;
- o Individuare le parti del tessuto commerciale o singoli esercizi commerciali, pubblici esercizi e attività artigianali aventi valore storico e artistico al fine di evitarne lo snaturamento e l'espulsione;
- o Introdurre le occorrenti integrazioni alle norme tecniche di attuazione per disciplinare lo svolgimento delle attività commerciali in sintonia con quanto previsto dalle indicazioni regionali;

Inoltre occorre integrare i Regolamenti Edilizi e i Regolamenti di Polizia Locale con specifiche disposizioni relative al decoro e all'arredo urbano degli addensamenti commerciali urbani, nonché alla regolamentazione delle aree di sosta su suolo pubblico;

## 2 – Analisi del territorio

### 2.1 Indagini demografiche

La sottostante tabella riporta la dinamica della popolazione dal Censimento del 1991 al 2006.

ANNO	POPOLAZIONE AL	MOVIMENTO NATURALE			MOVIMENTO MIGRATORIO			SALDO TOTALE	POPOLAZIONE AL	FAMIGLIE	
	1 Gennaio	Nati	Morti	Saldo	Immigr.	Emigr.	Saldo		31 Dicembre	Numero	Incrementi
cens. 91	POPOLAZIONE LEGALE N. 4.090										
1992	4.090	31	46	-15			-37	-52	4.038		
1993	4.038	36	47	-11			-55	-66	3.972		
1994	3.972	27	51	-24			6	-18	3.954		
1995	3.954	26	30	-4			89	85	4.039		
1996	4.039	29	47	-18			22	4	4.043		
1997	4.043	41	42	-1			6	5	4.048		
1998	4.048	31	55	-24			32	8	4.056		
1999	4.056	37	39	-2			7	5	4.061		
2000	4.061	37	49	-12			-38	-50	4.011		
2001	4.011	20	36	-16			-25	-41	3.970		
cens.2001	POPOLAZIONE LEGALE N. 3.970										
2002	3.970	41	42	-1	120	107	13	12	3.982		
2003	3.982	36	60	-24	140	108	32	8	3.990	1.786	
2004	3.990	41	47	-6	152	132	20	14	4.004	1.806	20
2005	4.004	42	49	-7	112	141	-29	-36	3.968	1.796	-10
2006	3.968	41	43	-2	171	106	65	63	4.031	1.812	16
2007	4.031	29	48	-19	205	125	80	61	4.092	1.829	17
2008	4.092	36	57	-21	144	145	-1	-22	4.070	1.817	-12

(\*) Saldo movimento migratorio comprende anche saldo residuo

Nella successiva tabella si ha inoltre il confronto tra la popolazione del 1991 e del 2001 con i dati riguardanti la densità di popolazione per Km<sup>2</sup> riferiti al Comune di Mathi e ai Comuni limitrofi.

Popolazione residente censita al 2001 (popolazione legale) e al 1991, differenze e densità abitativa, per comune - Censimento 2001					
Comune	Popolazione residente censita al 21 ottobre 2001	Popolazione residente censita al 20 ottobre 1991	Variazione di popolazione tra il 1991 ed il 2001 (valori assoluti)	Variazione % tra il 1991 ed il 2001	Densità per Km <sup>2</sup>
Mathi	<b>3.970</b>	4.090	-120	-2,9	557,6
Balangero	<b>3.048</b>	2.891	157	5,4	236,3
Lanzo T.se	<b>5.141</b>	5.228	-87	-1,7	495,8
Germagnano	<b>1.294</b>	1.302	-8	-0,6	91,1
Villanova	<b>1.010</b>	992	18	1,8	255,7
Nole	<b>6.242</b>	6496	-254	-3,9	552,4
Cafasse	<b>3.516</b>	3.545	-29	-0,8	352,3
Fiano	<b>2.558</b>	2.432	126	5,2	209,8

Mathi presenta un valore di densità di popolazione per Km<sup>2</sup> alto rispetto agli altri comuni della zona ma in linea con i dati di comuni con struttura urbanistica analoga quale ad esempio Nole C.se.

Tra il 1991 e il 2001, la popolazione ha subito un lieve decremento (- 2,9%).

Nella tabella sottostante si sintetizzano le principali caratteristiche strutturali della popolazione con il confronto tra i dati nazionali, regionali e del Comune di Mathi.

<b>Indicatori di struttura della popolazione al 1° gennaio 2005</b>						
	Composizione percentuale			Indici		
	0-14 anni	15-64 anni	65 anni e oltre	Vecchiaia	Dipendenza strutturale	Dipendenza strutturale degli anziani
ITALIA	14,2	66,4	19,5	137,7	50,7	29,4
NORD	13,1	66,2	20,7	157,9	51,0	31,2
Piemonte	12,4	65,5	22,1	178,0	52,8	33,8
<b>Mathi</b>	<b>13,1</b>	<b>64,6</b>	<b>22,3</b>	<b>170,2</b>	<b>54,7</b>	<b>34,5</b>

La composizione percentuale per Classi di Et  aggiornata al 2005 del Comune di Mathi rispecchia l'andamento nazionale e regionale, tuttavia con una maggiore percentuale di giovani rispetto ai valori regionali e una minore percentuale di popolazione attiva rispetto ai valori regionali. In relazione ai valori a grande scala nazionale la percentuale di anziani   comunque p  elevata. Tutto ci    confermato dai valori degli indici di vecchiaia e di dipendenza strutturale, nettamente maggiori ai valori nazionali.

Per ci  che concerne la struttura dei nuclei familiari a partire dal 2001 si rileva un numero medio di componenti per famiglia che si attesta sul valore di 2,3 componenti per famiglia, come sotto riportato.

<b>Struttura dei nuclei famigliari</b>							
<b><i>Dati Bilancio demografico Censimento generale della popolazione 2001 (DEMO ISTAT)</i></b>							
Numero di componenti							
1	2	3	4	5	6	n.TOT. famiglie	n° medio componenti
387	411	283	205	28	3	1317	2,31
<b><i>Dati Bilancio demografico (DEMO ISTAT)</i></b>							
				ANNI	<b>2003</b>	1340	2,3
					<b>2004</b>	1329	2,3
					<b>2005</b>	1340	2,3
					<b>2006</b>	1328	2,3

## **2.2 Attivit  economica e tasso di occupazione della popolazione attiva**

Dai dati del Censimento del 2001 gli occupati del comune di Mathi ammontano a circa 1.609 unit , di cui circa il 50%   occupato nel settore dell'industria e solo l'1,6% in agricoltura.

La tabella successiva rappresenta le sezioni specifiche per attivit  economica in cui si vede come in assoluto la principali attivit  sono quelle legate all'industria manifatturiera, al commercio, alla sanit  e servizi sociali e alle costruzioni.

Agricoltura, caccia e silvicoltura	Pesca, piscicoltura e servizi connessi	Estrazione di minerali	Attività manifatturiere	Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	Costruzioni	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa	Alberghi e ristoranti	Trasporti, magazzinaggio, e comunicazioni
<b>26</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>669</b>	<b>10</b>	<b>130</b>	<b>215</b>	<b>51</b>	<b>39</b>
<b>Sezioni di attività economica</b>								
Intermediazione monetaria e finanziaria	Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali e imprenditoriali	Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Servizi domestici presso famiglie e convivenze	Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	<b>Totale</b>
<b>40</b>	<b>70</b>	<b>58</b>	<b>94</b>	<b>144</b>	<b>49</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>1.609</b>

### 2.3 Settore terziario

La consistenza delle imprese artigiane che operano nel settore del commercio, dell'industria e degli altri servizi è nel seguito riportato (fonte: Istat – Censimento industria e servizi 2001):

<b>Imprese artigiane</b>			
	<i>Settore economico</i>		
	<i>industria</i>	<i>commercio</i>	<i>altri servizi</i>
unità locali	96	11	28
dipendenti	190	7	3
addetti	328	2	35

### 2.4 Settore agricolo

Il settore agricolo ha subito una forte riduzione per ciò che concerne il livello occupazionale sul territorio comunale.

In generale le aziende agricole risultano nella gran parte dei casi a conduzione ancora familiare.

### 2.5 Settore produttivo - artigianale

A partire dalla fine degli Anni '70 all'oggi il numero di occupati nel settore industriale si è ridotto drasticamente anche in conseguenza della chiusura di alcuni complessi produttivi.

Nel seguito si riportano le principali industrie presenti sul territorio comunale (aggiornamento anno 2006) e la relativa situazione occupazionale.

<b>Industria</b>	<b>Localizzazione</b>	<b>n. addetti</b>
Ahlstrom Turin spa	via Stura n.98	610
M.P. Stampa srl	via S. Lucia n.90	13
M.P.E. srl	via S. Lucia n.100	92
Stabilimenti Tessili Ozella	via S. Lucia n.130	11
Stabilimenti di Brandizzo	via S. Lucia n.130	43
C.T.E. srl	via S. Lucia n.80	2
D.C. srl	via S. Lucia n.110/A	14
Manifattura Ciriacese srl	via S. Lucia n.90	10
MARGIF di Pianalto Franco e c. snc	via S. Lucia n.108	3
T.M.P. di Audo Mario e c. snc	via S. Lucia n.90	9
REGMA srl	via S. Lucia n.130	11
	<b>totale</b>	<b>818</b>

### **3 - Indagine sulla rete distributiva**

#### **3.1 - Area di programmazione commerciale.**

Il Comune di Mathi in relazione a:

- caratteristiche della rete distributiva;
- dotazione di servizi;
- condizioni socio economiche dei residenti;
- consistenza demografica (4.056 ab.)

è stato classificato – per quanto attiene agli aspetti della rete commerciale - come Comune **Intermedio** appartenente cioè alla cosiddetta **rete commerciale secondaria** così definita dall'art.11 della delib. C.R. 29/10/99:

*“Comuni che, pur non avendo il rilievo strategico attribuito a quelli della rete primaria, svolgono una funzione essenziale di diffusione del servizio commerciale più frequente, in prossimità di insediamenti residenziali. Appartengono a questa rete anche alcuni comuni, più lontani dai comuni polo o subpolo della rete primaria, che svolgono un'importante funzione di distribuzione dei servizi meno frequenti sul territorio circostante e di supporto alle altre attività terziarie..”*

Il Comune di Mathi non appartiene all'area di programmazione commerciale di Ciriè.

#### **3.2 - La rete distributiva. Merceologie e tipologie di esercizio.**

La rete distributiva del commercio in sede fissa di Mathi è costituita da **53** esercizi commerciali con una complessiva superficie di vendita pari a mq. **5.035**.

Nel seguito si ha l'elenco complessivo degli esercizi commerciali presenti sul territorio comunale con la relativa denominazione, principali prodotti venduti e superfici di vendita.

id.	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	TIPO DI ESERCIZIO	SUPERFICIE DI VENDITA	PRODOTTI
1	AGU' Maria	Via IV Novembre n. 23	N	20	Legname
2	AMBROSI Manuela	P.za Caporossi 6	N	30	Cartolibreria – bigotteria
3	“Scrupolo”	Via Domenico Borla n. 15	N	72	Pelletteria- intimo – bigotteria
4	BAIMA Pier Paolo	Via Tenente Borla n. 2	A	30	Macelleria
5	BALLESIO Giuseppe	Via Tenente Borla n. 20	N	18	Cartolibreria Profumeria Giocattoli
6	BERGAGNA Giacomino	Via Repubblica n. 30	N	9	Vendita legname
7	BIANCO Danilo	P.za Caporossi n. 31/a	N	67	Vernici colori ferramenta, utensileria, combustibili
8	BONARDI Lorenzo	Via Domenico Borla n. 7	N	25	Generi annessi a Farmacia
9	BRUNA Antonio	Via Nicola Marchis n. 11	A	36	Macelleria
10	SOCIETA' CAPOGIRO E C. s.n.c.	Via Circonvallazione n. 15	N	80	Abbigliamento
11	CAUDERA Davide	Via Santa Lucia n. 10	N	22	Minuteria annessa a generi di monopolio
12	CIRIE' CARNI	Via Don Bosco n. 1	A	57	Macelleria
13	COLOMBATTO Antonella	Via Domenico Borla n. 1	N	42	Ottica – fotografia
14	DI LABIO Gabriella	Via Molino n. 65	N	80	Minuteria annessi a generi di monopolio
15	ELETTROASSISTEC s.n.c.	Via Torino n. 67 bis	N	100	Vendita di macchinari e attrezzature
16	ECOGARDEN S.R.L.	Via Torino n. 17	N	180	Articoli di giardinaggio, piante.
17	ELETTRONOVA	Via Torino n. 17	N	20	elettrodomestici
18	IN'S MERCATO	Via Circonvallazione n.64	M	478	disconut alimentare e non alimentare
19	SAGGIA Barbara	Via Martiri della Libertà n. 7	N	32	Fiori
20	NUOVA Crystal	Via Martiri della Libertà n. 27	N	31	Abbigliamento bimbi e scarpe
21	G.B. GOFFI E C. s.a.s.	Via Circonvallazione n. 12	N	117	Macchine attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato
22	GIACOMELLI Eugenia	P.za Caporossi n. 28	N	35	Ferramenta, utensileria, cherosene, gas liquido
23	GIACOMELLI Maria	Via Ottavio Berta n. 12	N	35	Giocattoli, profumeria, cosmetici
24	DURNEA Viorica	Via Martiri della Libertà n. 41	N	26	Fiori, piante e accessori, articoli per il giardinaggio, bomboniere
25	IL NUOVO FORNO	P.za Caporossi n. 4	A	36	Produzione e vendita di pane e pasticceria
26	LA CANAVESANA s.n.c.	Via Piave n. 22	M	160	punto CRAI
27	LAMBERTI Laura e Claudia s.n.c.	Via Martiri della Libertà n. 39	A	43	Produzione artigianale di panetteria, pasticceria e generi annessi
28	DE CAPRIO	Via Martiri della Libertà n. 19	N	40	Vendita abbigliamento
29	GENINATTI Viola	Via Molino n. 47	A	23	Rivendita di pane e generi alimentari vari, laboratorio di gastronomia
30	LIONELLO Adriano	Piazza Caporossi n. 23	N	29	Fiori



id.	DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	TIPO DI ESERCIZIO	SUPERFICIE DI VENDITA	PRODOTTI
31	MARANNANO Rosa	Via Martiri della Libertà n. 13	N	30	Generi di monopolio, giornali riviste periodici
32	MARIETTA ALEINA Katia	Via Don Bosco n. 3	N	35	Abbigliamento
33	MASSA BOVA BO-VAT Mario	Via Circonvallazione n. 38	N	30	Vendita di cose antiche ed usate non aventi valore storico o artistico
34	MAZZA Agostino	Via Circonvallazione n. 96	N	110	Vendita pneumatici
35	M & P MOTO	Via San Michele n. 3	N	27	Motocicli e relativi accessori
36	GIACOMELLI Cinzia	Piazza Caporossi n. 16	N	49	Abbigliamento
37	OBAOB Rosemarie	Via Torino n. 17	N	120	Prodotti casalinghi
38	ODASSO Renata	Via Tenente Borla n. 4	N	32	Orologeria
39	OLIVETTI Marina	Piazza Caporossi n. 34	A	38	Laboratorio artigianale di gastronomia, vendita prodotti alimentari confezionati ed ortofruttili
40	ONORANZE FUNEBRI OFAL	Via Martiri della Libertà n. 2	N	38	Feretri
41	PERRI Giovanni "SAMPER"	Via Trieste n. 7/A	N	74	Intimo, accessori di abbigliamento, articoli di valigeria e pelletteria, profumeria e cosmesi
42	PERUCCA Fabio e C. s.n.c.	Via Circonvallazione n. 13	N	240	Utensileria e ferramenta, gas complessi in bombole e liquefatti ad uso industriale, materiale elettrico, colori e vernici
43	REMONDINO Antonio s.r.l.	Via Torino n. 70	N	70	Feretri
44	ROCCHIETTI SISTO S.A.S.	Via Martiri della Libertà n. 75	N	120	Oli combustibili carburanti lubrificanti
45	MOTORCYCLE TATTOO	Piazza Caporossi n. 20	N	25	Tatuaggi
46	SYSTEM 3 S.R.L.	Via Torino n. 13	N	200	Macchine, mobili ed accessori per uffici
47	REMONDINO Marina	Via Nicola Marchis	N	38	Abbigliamento - intimo
48	VERRONE Luisella	Via Circonvallazione n. 34	N	110	(Costruzione montaggio) vendita di lampadari
49	VIGO Cristina L'Arte del mobile	Via Don Bosco n. 8 Via Circonvallazione n. 15	N	185	Mobili e articoli di arredamento
50	"Penelope non solo filati"	Via Domenico Borla n. 39	N	25	Maglie
51	(DI per DI) JUMP s.n.c.	Via Tenente Borla n. 17	M	166	
52	PANDA MARKET	Via Torino n. 17	M	1260	
53	FALCHERO Ivano	Via Circonvallazione n. 34	N	40	Vendita accessori per auto e moto

La tabella n.1 indica la ripartizione degli esercizi secondo le classificazioni merceologiche e tipologiche introdotte dalla nuova normativa di settore con il decreto legislativo 114/98.

**tab.1 - Esercizi commerciali presenti sul territorio comunale di Mathi suddivisi per dimensione e tipologia**

Tipologia	Superficie	Numero	%
Vicinato alimentare	fino a 150 mq.	7	13,21
Vicinato extralimentare	fino a 150 mq.	38	71,70
Media alimentare e mista 1	da 151 a 250 mq.	2	3,77
Media alimentare e mista 2	da 251 a 900 mq.	1	1,89
Media alimentare e mista 3	da 901 a 1500 mq.	1	1,89
Media extralimentare 1	da 151 a 400 mq.	4	7,55
Media extralimentare 2	da 401a 900 mq.	0	0
Media extralimentare 3	da 901a 1500 mq.	0	0
Medio centro commerciale	da 151a 1500 mq.	0	0
Grande mista 1	da 1501a 4500 mq.	0	0
Grande mista 2	da 4501a 7500 mq.	0	0
Grande mista 3	da 7501a 12000 mq.	0	0
Grande mista 4	oltre 12.000 mq.	0	0
Grande extralimentare 1	da 1501a 3500 mq.	0	0
Grande extralimentare 2	da 3501a 4500 mq.	0	0
Grande extralimentare 3	da 4501 a 6000 mq.	0	0
Grande extralimentare 4	oltre 6000 mq.	0	0
Grande C / commerciale1	fino a 6000 mq.	0	0
Grande C / commerciale 2	da 6001 a 12000 mq.	0	0
Grande C / commerciale 3	da 12000 a 18000 mq.	0	0
Grande C / commerciale 4	Oltre 18000 mq.	0	0
totale		53	100

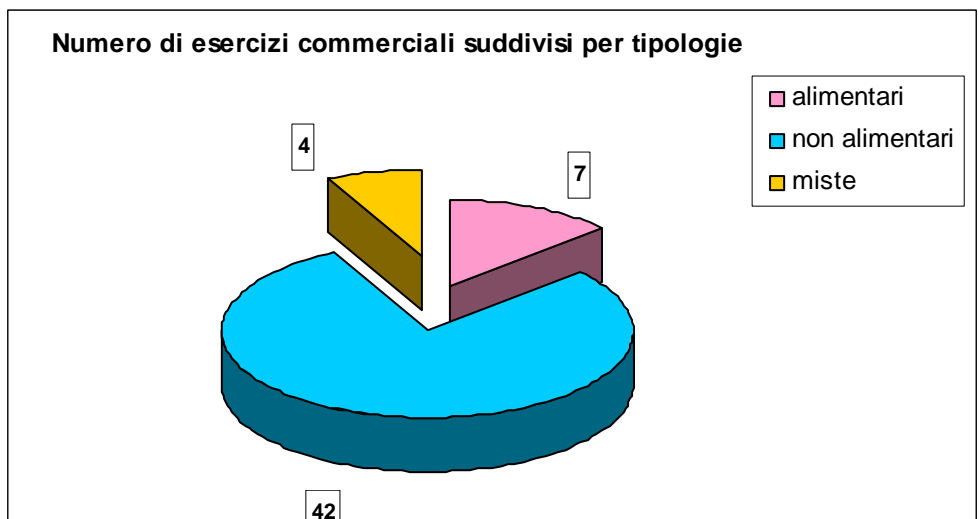
Le seguenti tabelle n. 2.1, 2.2, 3.1 e 3.2, riportano la suddivisione delle strutture di vendita in relazione alla dimensione e alla tipologia.

**tab.2.1 - Esercizi commerciali presenti sul territorio comunale di Mathi suddivisi per dimensione e categoria**

Tipo di struttura	alimentari	non alimentari	miste	totali
VICINATO	7	38	0	45
MEDIE STRUTTURE	0	4	4	8
totali	7	42	4	53

**tab.2.2 - Suddivisione in percentuale**

Tipo di struttura	alimentari	non alimentari	miste	totali
VICINATO	13,21	71,70	0	84,91
MEDIE STRUTTURE	0	7,55	7,55	15,09
totali	13,21	79,25	7,55	100



In base alle caratteristiche tipologiche n. 7 esercizi (13,2%) di settore sono alimentaristi, n. 4 (7,6%) sono attività miste con prevalenza di alimentari, n. 42 sono negozi del settore non alimentare (79,2%).

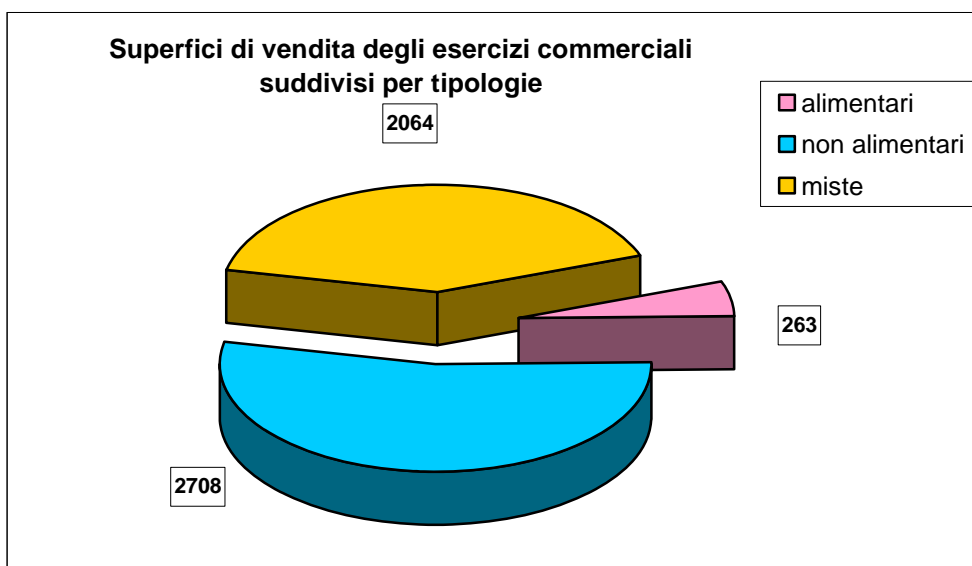
Dalle tabb. 2.1 e 2.2 risulta che secondo le dimensioni tipologiche n. 45 (84,9%) sono esercizi di vicinato, n. 8 (15,1%) sono medie strutture di vendita (4 miste e alimentari e 4 non alimentari).

**tab.3.1 - Superfici di vendita degli esercizi commerciali presenti sul territorio comunale di Mathi suddivisi per dimensione e categoria**

Tipo di struttura	alimentari	non alimentari	miste	totali
VICINATO	263	1903	0	<b>2166</b>
MEDIE STRUTTURE	0	805	2064	<b>2869</b>
totali	<b>263</b>	<b>2708</b>	<b>2064</b>	<b>5035</b>

**tab.3.2 - Suddivisione in percentuale**

Tipo di struttura	alimentari	non alimentari	miste	totali
VICINATO	5,22	37,80	0	<b>43,02</b>
MEDIE STRUTTURE	0	15,99	40,99	<b>56,98</b>
totali	<b>5,22</b>	<b>53,78</b>	<b>40,99</b>	<b>100</b>



Dalle tabelle 3.1 e 3.2 si evince che in base all'estensione della superficie di vendita gli esercizi di vicinato assommano a mq. 2.166 (il 43% del totale), le medie strutture a mq. 2.869 (57% del totale).

La localizzazione degli esercizi commerciali, l'individuazione dell'addensamento commerciale **A1** e delle localizzazioni **L1** sono riportate sulle tavv.1/C e 2/C mentre un riepilogo è riportato nelle successive tab. 4.1 e 4.2.

Infine la tab. 5 riporta un confronto dei dati di Mathi con quelli regionali e provinciali desunti dall'osservatorio Regionale sul Commercio.

**tab.4.1 - suddivisione delle strutture commerciali di Mathi per localizzazione e tipologia**

INDIRIZZO	Alimentari e misti	Non alimentari	totale esercizi	superficie di vendita mq.
P.za Caporossi	2	6	8	309
Via Circonvallazione	1	7	8	1205
Via Domenico Borla		4	4	164
Via Don Bosco	1	2	3	277
Via IV Novembre		1	1	20
Via Martiri della Libertà	1	7	8	360
Via Molino	1	1	2	103
Via Nicola Marchis	1	1	2	74
Via Ottavio Berta		1	1	35
Via Piave	1		1	160
Via Repubblica		1	1	9
Via San Michele		1	1	27
Via Santa Lucia		1	1	22
Via Tenente Borla	2	2	4	246
Via Torino	1	6	7	1950
Via Trieste		1	1	74
<b>totale</b>	<b>11</b>	<b>42</b>	<b>53</b>	<b>5035</b>

**tab.4.2 - Elenco medie strutture di vendita presenti sul territorio**

N.Elenco	RAGIONE SOCIALE	INDIRIZZO	TIPO *	SUPERFICIE DI VENDITA MQ.
1	LA CANAVESANA s.n.c.	Via Piave n. 22	M	160
2	(DI per DI) JUMP s.n.c.	Via Tenente Borla n. 17	M	166
3	ECOGARDEN S.R.L.	Via Torino n. 17	N	180
4	VIGO Cristina L'Arte del mobile	via D.Bosco 8 - v Circ.15	N	185
5	SYSTEM 3 S.R.L.	Via Torino n. 13	N	200
6	IN'S MERCATO	Via Circonvallazione n. 64	M	478
7	PERUCCA Fabio e C. s.n.c.	Via Circonvallazione n. 13	N	240
8	PANDA MARKET	Via Torino n. 17	M	1260

(\*) A = alimentare; N = non alimentare; M = mista.

Tab.5 – Dati statistici desunti dall'Osservatorio Regionale Commercio

AMBITO DI RIFERIMENTO	SETTORE MERCEOLOGICO CENTRI COMMERCIALI	ESERCIZI DI VICINATO		MEDIE STRUTTURE		GRANDI STRUTTURE	
		N.	% sul totale	N.	Superficie (mq.)	N.	Superficie (mq.)
PROVINCIA DI TORINO	Alimentare	4.829	15,8	20	6.462		
	Non alimentare	23.689	77,6	1.195	578.870	30	119.547
	Misto	2.005	6,6	528	303.828	23	94.340
	Centri Comm.		0,0	27	33.529	30	226.635
	<b>Totale</b>	<b>30.523</b>	<b>100,0</b>	<b>1.770</b>	<b>922.689</b>	<b>83</b>	<b>440.522</b>
	% sul totale	<b>94,3</b>		<b>5,5</b>		<b>0,3</b>	
REGIONE PIEMONTE	Alimentare	10.615	17,3	82	26.995		
	Non alimentare	45.469	74,2	2.953	1.470.512	80	264.063
	Misto	5.160	8,4	1.155	660.174	45	176.497
	Centri Comm.		0,0	53	66.914	69	487.821
	<b>Totale</b>	<b>61.244</b>	<b>100,0</b>	<b>4.243</b>	<b>2.224.595</b>	<b>194</b>	<b>928.381</b>
	% sul totale	<b>93</b>		<b>6,5</b>		<b>0,3</b>	
REGIONE PIEMONTE COMUNI INTERMEDI	Alimentare	1.702	20,1	20	5.134		
	Non alimentare	6.001	70,8	685	286.097	25	75.843
	Misto	768	9,1	237	106.735	10	32.202
	Centri Comm.		0,0	13	16.215	15	110.386
	<b>Totale</b>	<b>8.471</b>	<b>100,0</b>	<b>955</b>	<b>414.181</b>	<b>50</b>	<b>218.431</b>
	% sul totale	<b>89,4</b>		<b>10,1</b>		<b>0,5</b>	
COMUNE DI MATHI	Alimentare	7	15,6		0		
	Non alimentare	38	84,4	4	805		
	Misto	0	0,0	4	2.064		
	Centri Comm.	0	0,0	0			
	<b>Totale</b>	<b>45</b>	<b>100,0</b>	<b>8</b>	<b>2.869</b>		
	% sul totale	<b>84,9</b>		<b>15,1</b>			

## 4. - Individuazione delle zone di insediamento commerciale

### 4.1 - Il quadro normativo regionale

La nuova normativa prevede che le zone attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali debbano essere individuate nell'ambito dei Comuni al fine di favorire l'equilibrato sviluppo della libera concorrenza, per migliorare la produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore.

Le zone di insediamento commerciale sono ambiti territoriali nei quali si possono realizzare le politiche di trasformazione aventi lo scopo di favorire il miglioramento della produttività del sistema e l'incremento dell'informazione e della qualità del servizio reso ai consumatori. Tali politiche si concretizzano anche con adeguati incentivi attraverso iniziative di sviluppo, di consolidamento e di tutela delle reti commerciali esistenti e dell'ambiente.

Le zone di insediamento commerciale si distinguono in:

- a) addensamenti commerciali;
- b) localizzazioni commerciali;

**Gli addensamenti** sono definiti quali *"porzioni di territorio urbano o extraurbano, percepite come omogenee e unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, paracommerciali ed assimilabili, ubicate una in prossimità dell'altra in un ambito a scala pedonale, nelle quali il consumatore trova un insieme organizzato ed integrato di offerta commerciale e di servizi"*.

Al fine di focalizzare le caratteristiche che l'addensamento deve possedere al fine di poterlo individuare si riportano le definizioni proposte dalla Regione:

#### A.1. ADDENSAMENTI STORICI RILEVANTI.

Sono gli ambiti commerciali di antica formazione, che si sono sviluppati spontaneamente intorno al fulcro (piazza principale, piazza di mercato, chiesa, municipio e simili) del territorio comunale, caratterizzati dalla presenza di attività commerciali e di servizi non rivolte prevalentemente al vicinato e da una buona densità residenziale. Essi sono riconoscibili nell'area centrale dei centri abitati e possono non coincidere con la perimetrazione degli insediamenti urbani aventi carattere storico-artistico così come definiti dall'articolo 24 della l.r. 56/1977, e successive modifiche ed integrazioni.

**A.2. ADDENSAMENTI STORICI SECONDARI.** Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1.. Essi sono ambiti commerciali di antica formazione posti all'interno del tessuto residenziale, caratterizzati da un'elevata densità commerciale e di servizi. Essi sono riconoscibili nel centro metropolitano e nei comuni polo della rete primaria la cui popolazione sia, orientativamente, non inferiore a 70.000-80.000 abitanti.

#### A.3. ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI FORTI.

Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1. e A.2.. Gli addensamenti commerciali urbani forti sono ambiti commerciali di non antica formazione, ubicati nel centro abitato del centro metropolitano, dei poli, dei subdoli, dei comuni intermedi e turistici e caratterizzati da un'apprezzabile presenza di esercizi commerciali e di servizio e da buona densità residenziale di contorno.

#### A.4. ADDENSAMENTI COMMERCIALI URBANI MINORI (O DEBOLI).

Si riconoscono in ambiti urbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1., A.2. e A.3. Gli addensamenti commerciali urbani minori o deboli sono gli ambiti semicentrali di non antica formazione ubicati nel centro abitato e nel tessuto

residenziale del centro metropolitano, dei comuni polo e subpolo della rete primaria, dei comuni intermedi, turistici e minori, lambiti o percorsi da assi viari di livello urbano locale, caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare. Sono riconosciuti negli ambiti dei centri abitati e del tessuto residenziale interclusi tra i vari tipi di addensamento.

#### A.5. ADDENSAMENTI COMMERCIALI EXTRAURBANI (ARTERIALI).

Si riconoscono in ambiti extraurbani che non hanno i requisiti per essere classificati A.1., A.2., A.3., A.4.. Gli addensamenti commerciali extraurbani arteriali sono gli ambiti esterni al centro abitato e al tessuto residenziale, ubicati lungo assi di traffico di scorrimento e non su strade di distribuzione interna. Essi sono le sedi attuali di esercizi commerciali la cui superficie di vendita può essere funzionalmente collegata a spazi dedicati all'esposizione delle merci, ad attività produttive o di trasformazione, ubicati l'uno in prossimità dell'altro, spesso caratterizzati da un'offerta principalmente extralimentare

**Le localizzazioni commerciali** urbane ed extraurbane: sono singole zone di insediamento commerciale, urbane o extraurbane, esistenti o potenziali, non costituenti addensamento commerciale.

Le definizioni riportate dalla deliberazione Regionale sono le seguenti:

#### L.1. LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE.

Si riconoscono solo nelle aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4., A.5. Le localizzazioni commerciali urbane non addensate sono le aree totalmente intercluse nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano. Esse sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana.

#### L.2. LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANO-PERIFERICHE NON ADDENSATE.

Si riconoscono in aree che non hanno le caratteristiche per essere classificate A.1., A.2., A.3., A.4. ed L.1. e che non sono intercluse tra esse. Le localizzazioni commerciali urbano-periferiche non addensate sono ubicate in prossimità del tessuto residenziale urbano esistente o previsto dei comuni ed anche all'esterno. Esse sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di primo livello e sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei consumatori nel quadro del processo di riqualificazione urbana.

### 4.2 - Individuazione degli addensamenti commerciali

Sulla base dei criteri di programmazione urbanistica fissati dalla Regione Piemonte a Mathi si riconoscono i seguenti addensamenti commerciali:

#### **ADDENSAMENTO A1 - CENTRO STORICO RILEVANTE.**

E' l'ambito urbano di antica formazione caratterizzato da una rilevante densità commerciale e di servizi.

L'ambito "A1" è stato perimetrato includendo la perimetrazione del Centro Storico così come individuato dal vigente P.R.G.C. nonché:

- a) l'ambito fra il Centro Storico e la via Circonvallazione in cui sono presenti edifici a vocazione commerciale;
- b) l'ambito gravitante sulla via Tenente Borla e sul primo tratto della via Domenico Borla che, di fatto, costituisce la naturale appendice commerciale del Centro Storico;

La perimetrazione dell'ambito, riportata sulla tavola grafica n.2/C è stata effettuata secondo un criterio che considera la effettiva dislocazione degli esercizi commerciali gravitanti intorno al nucleo storico centrale, estendendo la delimitazione urbanistica del centro storico così come definita dal vigente Piano Regolatore.



Tale impostazione segue gli indirizzi forniti dalla Regione Piemonte e le linee contenute nella D.C.R. 29.10.1999 n.563-13414 e s.m.i.

Il Centro Storico costituisce il pilastro portante della struttura commerciale di Mathi; esso raccoglie 35 esercizi (di cui n. 4 sono medie strutture), il 66% degli esercizi commerciali presenti sull'intero territorio, come risulta dai dati riportati sulle tabelle e grafici allegati.

Gli esercizi alimentari o misti sono 9 ovvero il 25,7% del totale compreso nell'addesamento A1.

In particolare, lungo la via Martiri della Libertà e intorno alla piazza Caporossi sono attualmente insediati n. 16 esercizi commerciali (il 46% del Centro Storico e circa il 30% dell'intero territorio).

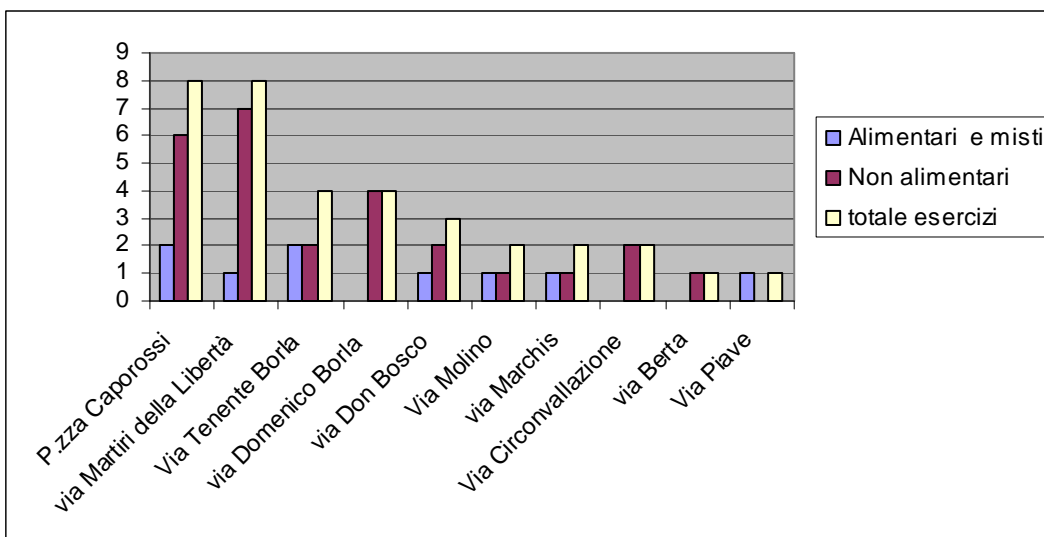
La distribuzione degli esercizi commerciali è riportata sulla tabella n.6.

La funzione esercitata dalle succitate attività commerciali influisce positivamente sugli aspetti socio-economici e contribuisce al mantenimento di un buon livello di qualità urbana del Centro Storico e per tale motivo costituisce obiettivo della Amministrazione Comunale la tutela, la salvaguardia e la qualificazione delle attività commerciali medesime.

Nelle successive tabelle gli esercizi sono riepilogati in base alla loro localizzazione toponomastica.

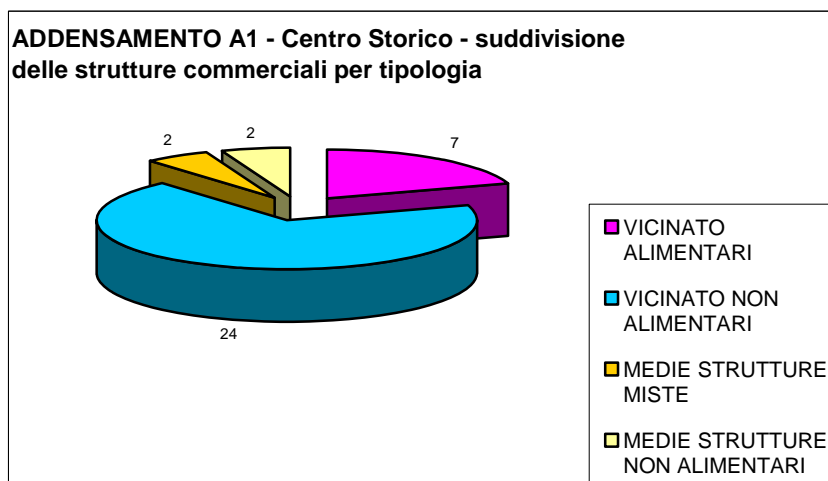
**tab.6 - ADDENSAMENTO A1 - suddivisione delle strutture commerciali per localizzazione e tipologia**

Asse viario	Alimentari e misti	Non alimentari	totale esercizi	superficie di vendita mq.
P.zza Caporossi	2	6	8	309
via Martiri della Libertà	1	7	8	360
Via Tenente Borla	2	2	4	246
via Domenico Borla		4	4	164
via Don Bosco	1	2	3	277
Via Molino	1	1	2	103
via Marchis	1	1	2	74
Via Circonvallazione	0	2	2	320
via Berta	0	1	1	35
Via Piave	1	0	1	160
<b>TOTALE</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>35</b>	<b>2048</b>



**tab.7 - ADDENSAMENTO A1 - Centro Storico - suddivisione delle strutture commerciali per tipologia**

TIPOLOGIE	N.	SUPERFICIE (MQ)
VICINATO ALIMENTARI	7	263
VICINATO NON ALIMENTARI	24	1.034
MEDIE STRUTTURE MISTE	2	326
MEDIE STRUTTURE NON ALIMENTARI	2	425
Totali	<b>35</b>	<b>2.048</b>



#### **ADDENSAMENTO A4 - ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO MINORE**

E' l'addensamento commerciale collocato in ambito semicentrale, lambito dagli assi viari di via Torino e di via Circonvallazione caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare.

L'addensamento riguarda esercizi commerciali ubicati:

1. nell'ex complesso industriale dismesso "Giacomelli", zona Ata2 del PRGC vigente, fra la via Circonvallazione e la via Torino,
2. a nord della circonvallazione nel tratto fronteggiante il complesso descritto al punto precedente;

L'addensamento comprende i seguenti n.8 insediamenti commerciali già in atto, individuati sull'estratto planimetrico seguente con la numerazione riportata sulla tav. 1/C allegata ai presenti criteri:

46 - SYSTEM 3 S.R.L. - Macchine, mobili ed accessori per uffici – mq.200;

52 - PANDA MARKET – Supermercato alimentari e misti – mq. 1.260;

16 - ECOGARDEN S.R.L. - Articoli di giardinaggio, piante – mq.180;

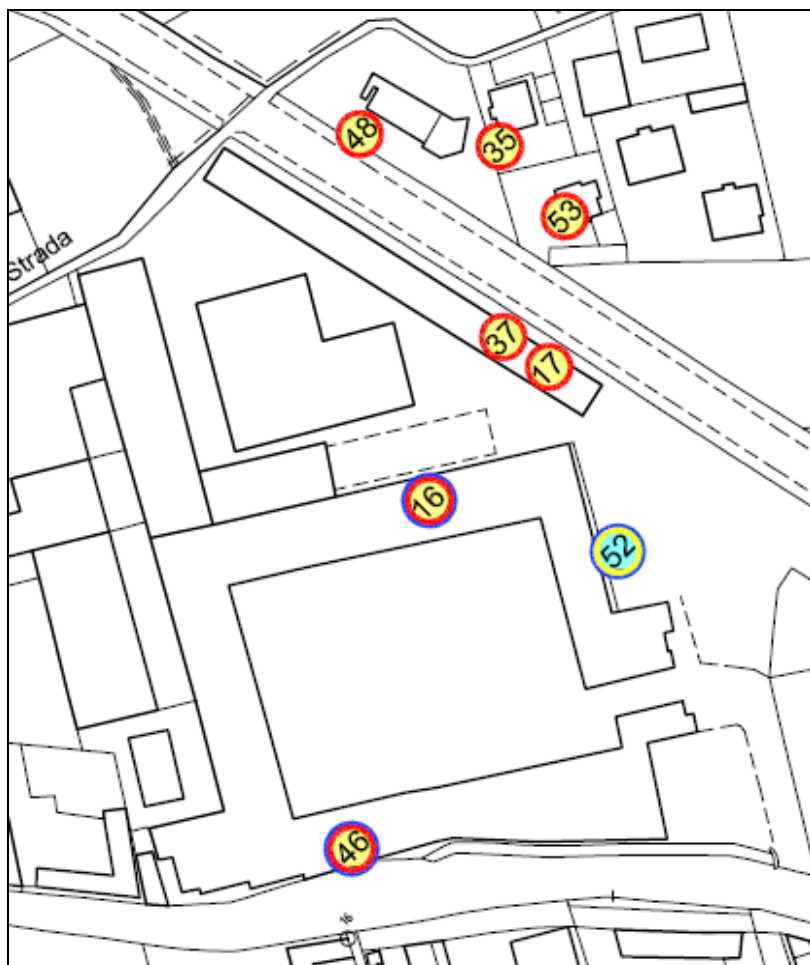
17 - ELETTRONOVA – Elettrodomestici – mq.20;

37 - OBAOB Rosemarie – Casalinghi – mq.120;

35 – M & P MOTO – motocicli e relativi accessori – mq.27;

48 – VERRONE Luisella – lampadari – mq.110;

53 – FALCHERO Ivano – accessori per auto e moto – mq.40;



Le attività commerciali suddette di cui ai n. 16 - 46 – 52 sono medie strutture di vendita con superficie complessiva di vendita pari a mq. 1.478.

L'ambito corrisponde alla definizione dettata dall'art.13 dell'allegato A alla DCR n. 563-13414 del 29.10.99 "indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa in attuazione del D.LGS 31.3.1998 114/98" e s.m.i. in quanto:

- trattasi di insieme omogeneo ed unitario con presenza di attività paracommerciali ed assimilabili (vetreria, pizzeria da asporto, centro estetico, baby parking, vivaista);
- si sviluppa lungo due fronti strada (via Torino e via Circonvallazione) con lunghezza complessiva di circa m.240;
- rispetta i seguenti parametri fissati dal succitato art.13:

LUNGHEZZA MINIMA DEL FRONTE STRADA E/O PIAZZA	P.4	mt. 100
NUMERO MINIMO DI ESERCIZI PRESENTI SUL FRONTE STRADA E/O PIAZZA	Q.4	N. 10
ESTENSIONE MASSIMA POSSIBILE DELL'ADDENSAMENTO OLTRE L'ULTIMO ESERCIZIO	E.4	mt. 100
VALORE MINIMO DEI MQ. DI VENDITA CUMULATA DAI PUNTI DI VENDITA PRESENTI	F.4	mq. 250

Nella tabella che segue si espongono i parametri reali dell'addensamento precisando che il parametro Q4 (numero minimo di esercizi presenti) è soddisfatto pur avendo un valore inferiore (n.8 anziché 10) poiché, come prevede l'art.13 della DCR succitata, tale parametro è ammissibile anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati.

#### PARAMETRI REALI ADDENSAMENTO "A4"

<b>LUNGHEZZA MINIMA DEL FRONTE STRADA</b>	su Via Torino	<b>P.4</b>	m.120
	su Via Circonvallazione		m.120
	Totale		m. 240
<b>NUMERO DI ESERCIZI PRESENTI SU FRONTE STRADA</b>		<b>Q.4</b>	n° 8
<b>ESTENSIONE MASSIMA POSSIBILE DELL'ADDENSAMENTO OLTRE L'ULTIMO ESERCIZIO</b>		<b>E.4</b>	mt.100 (limiti riportati sulla tav 2/C)
<b>VALORE DEI MQ. DI VENDITA CUMULATA DAI PUNTI DI VENDITA PRESENTI</b>		<b>F.4</b>	mq. 1957

### 4.3 - Individuazione delle localizzazioni commerciali

Nel rispetto dell'articolo 14 - comma 1 - dei criteri di programmazione urbanistica fissati dalla Regione Piemonte si riconoscono a Mathi le localizzazioni commerciali di seguito indicate, che rappresentano zone di insediamento urbane o extraurbane esistenti o potenziali non costituenti addensamenti.

Per il riconoscimento delle localizzazioni si è fatto riferimento ai parametri orientativi indicati dalla Regione (articolo 14 degli indirizzi fissati con Deliberazione del Consiglio Regionale 29 ottobre 1999 n° 563-13414).

#### L1 - Localizzazioni urbane non addensate

Le localizzazioni commerciali urbane non addensate sono le aree totalmente intercluse nel tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano.

Esse sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Sono individuabili attraverso i parametri orientativi indicati dalla Regione Piemonte e riassunti nel prospetto seguente:

LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANA NON ADDENSATA	PARAMETRO	Limiti
AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRAZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI	Y.1.	mt. 500
NUMEROSITÀ MINIMA DI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.1	X.1.	1.000 residenti
DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRAZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIALE DI CUI AL PARAMETRO Y.1	J.1.	mt. 500
DIMENSIONE MASSIMA DELLA LOCALIZZAZIONE	M.1.	mq. 20.000

Si individuano le seguenti localizzazioni urbane non addensate:

- **L.1/1** – ubicata fra la via Martiri della Libertà e la ferrovia - zona Ata1 del PRGC.
- **L.1/2** – ubicata sulla via Circonvallazione, incrocio via IV novembre – zona Ap2 del PRGC.

Le succitate localizzazioni sono individuate sulla tav.2/C "individuazione delle localizzazioni e degli addensamenti commerciali".

Le localizzazioni urbane non addensate ancorchè non individuate cartograficamente, debbono rispettare i limiti dettati dalla tabella delle compatibilità tipologico territoriali dello sviluppo urbano riportata nel successivo paragrafo 4.4.

### 4.4 - Compatibilità territoriali dello sviluppo urbano

La compatibilità territoriale dello sviluppo di Mathi è riportata nella seguente tabella:

**TABELLA DELLE COMPATIBILITA' TIPOLOGICO TERRITORIALI DELLO SVILUPPO URBANO**

TIPOLOGIE DELLE STRUTTURE DISTRIBUTIVE		SUPERFICIE DI VENDITA	ADDENSAMENTI		LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE non addensate "L1"
			A1 Storico rilevante	A4 Urbano minore	
VICINATO		fino a 150	SI	SI	SI
ALIMENTARE E/O MISTA	M-SAM1	151-250	SI	SI	SI
	M-SAM2	251-900	<b>NO</b>	SI	SI
	M-SAM3	901-1500	NO	<b>SI</b>	SI
EXTRA ALIMENTARE	M-SE1	151-400	SI	SI	SI
	M-SE2	401-900	<b>NO</b>	SI	SI
	M-SE3	901-1500	NO	NO	SI
C.C.	M-CC	151-1500	<b>NO</b>	<b>SI</b>	SI
MISTA	G-SM1	1501-4500	NO	NO	SI
	G-SM2	4501-7500	NO	NO	NO
	G-SM3	7501-12000	NO	NO	NO
	G-SM4	>12000	NO	NO	NO
EXTRA ALIMENTARE	G-SE1	1501-3500	NO	NO	NO
	G-SE2	3501-4500	NO	NO	NO
	G-SE3	4501-6000	NO	NO	NO
	G-SE4	>6000	NO	NO	NO
CENTRI COMMERCIALI	G-CC1	Fino a 6000	NO	NO	SI
	G-CC2	6001-12000	NO	NO	NO
	G-CC3	12001-18000	NO	NO	NO
	G-CC4	>18000	NO	NO	NO

nota:

**SI - NO** variazioni alle tipologie strutture distributive rispetto alla tabella regionale