

# COMUNE DI CORDENONS



**Programmazione della rete  
distributiva comunale per  
le medie e grandi strutture  
di vendita**

**STUDIO DI BASE**

Legge Regionale 5 dicembre 2005, n.29  
(così come modificata/integrata fino alla L.R.26/2012)

**Dicembre 2015**

(Testo modificato come da disciplinare d'incarico n.297/2015 del 7.12.2015)

**General Planning Srl  
Udine**

## Indice

PREMESSA.....	1
1. ANALISI E INQUADRAMENTO DELLA RETE DISTRIBUTIVA DEL COMUNE .....	6
1.1.Note metodologiche .....	6
1.2.La rete distributiva comunale attuale e la sua evoluzione .....	6
2. IPOTESI DI SVILUPPO DELLA RETE DISTRIBUTIVA COMUNALE DI MEDIO/GRANDE DETTAGLIO .....	13
2.1.Indicazioni metodologiche generali .....	13
2.2.Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del medio dettaglio maggiore o M2.....	15
2.2.1. Verifica delle opzioni urbanistiche .....	15
2.2.2. Verifica delle opzioni viabilistiche .....	16
2.2.3. Ipotesi di sviluppo del medio dettaglio maggiore o M2 .....	17
2.3.Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del grande dettaglio (singolo od associato a Centro/Complesso) .....	18
2.3.1. Verifica delle opzioni urbanistiche .....	19
2.3.2. Verifica delle opzioni viabilistiche .....	20
2.3.3. Ipotesi di sviluppo del grande dettaglio.....	22
3. ALLEGATI .....	23

## PREMESSA

Con l'entrata in vigore della Legge Regionale 9 agosto 2012, n.15 recante *“Disposizioni per l'adempimento degli obblighi della Regione Friuli Venezia Giulia derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee. Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno (o Direttiva Bolkestein). Modifiche a leggi regionali in materia di attività commerciali, di somministrazione di alimenti e bevande”*, la programmazione per le medie/grandi strutture di vendita attuata attraverso gli artt.12 e 15 della Legge Regionale 5 dicembre 2005, n.29 *“Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande”* viene ad essere completamente stravolta/modificata [1].

L'evoluzione *“liberista”* data dall'introduzione della citata Direttiva Bolkestein alla normativa statale (attraverso l'art.31, 2° comma del Decreto Legge 201/2011 [2]) e la conseguente presa di posizione della giurisprudenza amministrativa che, con diverse sentenze (in varie parti d'Italia), ha sancito *“che le attività commerciali (vendita e somministrazione) sono svolte senza (...) il rispetto di limiti – e conseguentemente di qualsiasi contingentamento – riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub-regionale”*, ha portato anche la Regione Friuli V.G. a dover riscrivere in tal senso l'articolato della propria legge di settore (con le modifiche apportate dagli artt.4 e 5 della L.R.15/2012 alla citata L.R. n. 29/2005) [3].

[1] Si ricorda che il Comune con Delibera del CC n.96 del 16.10.1997 aveva predisposto un Piano generale di sviluppo della Rete Distributiva, cui era seguita, con Delibera del CC n.70 del 23.07.2009, la nuova Regolamentazione del solo settore del medio dettaglio maggiore (esercizi con superficie di vendita compresa tra 400 e 1.500 mq.).-

[2] Entrato in vigore con la Legge 23.12.2011, n.214 recante la *“Conversione, con modificazioni, del Decreto Legge 6.12.2011, n.201 (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici)”*.

[3] Secondo lo spirito che *“le disposizioni recanti divieti, restrizioni, oneri o condizioni all'accesso ed all'esercizio delle attività economiche sono in ogni caso interpretate ed applicate in senso tassativo, restrittivo e ragionevolmente proporzionato alle perseguite finalità di interesse pubblico generale”* e, di conseguenza, gli ordinamenti degli enti territoriali vanno adeguati al principio secondo cui *“l'iniziativa e l'attività economica privata sono libere ed è permesso tutto ciò che non è espressamente vietato dalla legge”*, nei casi specifici stabiliti.

I Comuni, infatti, oggi non possono più applicare i parametri numerici regionali di calcolo, derivanti dal rapporto tra la domanda potenziale dei consumi e l'esistente offerta degli esercizi commerciali al dettaglio (così come previsti agli allegati A-1, A-2, A-3 e B del Regolamento Regionale in D.P.R. 23.03.2007, n.069/Pres.), che fino al 2012 hanno "controllato" le opzioni massime di sviluppo (in termini di superfici commerciali) della rete distributiva sia di medio che di grande dettaglio [4].

Ciò però non vuol dire che il Comune non possa "gestire" sul proprio territorio di questa tipologia di esercizi (che ricordiamo fino ad una decina di anni orsono venivano gestiti dalla Regione tramite il rilascio di specifici "nulla-osta") solo che ora lo dovrà/potrà fare con altri strumenti. La nuova norma regionale prevede infatti che se da un lato NON si possono più porre dei limiti numerici assoluti allo sviluppo di tali tipi di attività, dall'altro le A.C. possono predisporre degli strumenti di gestione "sostenibile" del settore (Criteri per il rilascio delle autorizzazioni di medio dettaglio maggiore e Piano di settore per il grande dettaglio) impostati su nuovi (e altri) parametri di valutazione [5], che **NON** siano però riconducibili a previsioni di natura economica (per tale motivo nella trattazione del presente studio, al contrario di quanto veniva fatto un tempo, non si quantificheranno "economicamente" più gli spazi di sviluppo da dare alla media e grande distribuzione, con stima dei loro volumi d'affari o delle capacità di spesa dei consumatori residenti e non).

La riformata stesura dei citati artt.12 e 15 della L.R.29/2005 [6] prevede infatti che la "deregolamentazione" nel settore commerciale possa venir "mitigata" qualora vada ad impattare su aspetti di tipo ambientale/urbanistico/viabilistico [7], la cui "difesa" è ritenuta di rango superiore rispetto a quella della "libertà/tutela dell'iniziativa privata".

---

[4] Ai sensi della L.R. 5.12.2005, n.29, art.2, 1° comma, lettera j), si intendono: "per esercizi di vendita al dettaglio di grande struttura: gli esercizi (N.d.R.-Singoli o associati a centro/complesso commerciale) aventi superficie di vendita **superiore a metri quadrati 1.500.**"

[5] In attesa di "eventuali" nuove norme regionali in materia, proposte attraverso la stesura di nuovi regolamenti attuativi (in sostituzione/integrazione di quanto contenuto nel D.P.R. n.069/2007 – Cfr. Circ. Direzione Centrale Lavoro, Formazione, Commercio e Pari Opportunità, di data 04.10.2012, prot.n.0045389/P, pag.6, 1° capoverso).

[6] Cfr. soprattutto quanto indicato al 4° comma dell'art.12 e 3° comma, lett.b dell'art.15 .-

[7] Vedi anche Circolare esplicativa regionale Prot.n.0045389/P di data 4.10.2012, comma 2, lettera d) a pagg.5-6, che recupera quanto già esplicitato dall'art.31-2° comma del DL.201/2011: "omissis . . . costituisce principio generale dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, DELL'AMBIENTE, IVI INCLUSO L'AMBIENTE URBANO, e dei beni culturali. . . . omissis "

Per dare risposta a quanto sopra-esplicitato, e ricordando che senza una nuova stesura dei Criteri/Piani [8] vige l'impossibilità per gli Uffici di poter rilasciare nuove autorizzazioni o anche ampliamenti di quelle esistenti, si ritiene, in prima battuta [9], di valutare le potenzialità di sviluppo nel Comune del settore commerciale di medio/grande dettaglio sulla base del rapporto, ormai consolidato e parametrato da anni, tra attività commerciali, zone urbanistiche di loro insediamento, grado di accessibilità veicolare e relativo volume del traffico automobilistico potenzialmente indotto.

Ad integrazione di quanto sopra previsto "normativamente" e in un'ottica di gestione "dinamica" della rete distributiva più attenta alle spinte del mercato, nel corso del 2013, il Comune ha lanciato una indagine esplorativa finalizzata a far emergere "dal territorio" eventuali manifestazioni di interesse inerenti la richiesta di poter insediare nuove attività commerciali di grande dettaglio.

Tale indagine ha portato alla esplicitazione di due sole manifestazioni di interesse [10], riguardante un'area posta lungo il corso di Via Maestra Vecchia (a nord-ovest dell'area di Sclavons, a ridosso del Comune di Pordenone) già ricompresa in una zona urbanistica specificatamente destinata ad attività commerciali (di tipologia Di./H.7 e Di./H.8 "*Zone Miste Plurifunzionali*"), a suo tempo però limitata dal P.R.G.C. (art.105) all'insediamento di soli esercizi commerciali dotati di superficie di vendita compresa fino a 1.500 m<sup>2</sup> (negozi di vicinato, medio dettaglio minore, tipo M1, o medio dettaglio maggiore, tipo M2, escludendo così il grande dettaglio) e con una superficie coperta complessiva [11] non superiore a 5.000 m<sup>2</sup>.-

Valutato tutto quanto sopra-richiesto, sulla base dei principi generali della Legge, si andranno dunque a predisporre due distinti documenti normativi: uno destinato alla gestione del settore medio dettaglio maggiore o di tipo M2 (esercizi

---

[8] E senza un loro invio preventivo all'Osservatorio Regionale del Commercio, ai sensi di quanto previsto dal 7° comma, dell'art.84 del Regolamento Regionale citato.-

[9] In attesa di eventuali direttive regionali (vedi precedente nota 4) -

[10] Da parte delle ditte: LUX Srl di Azzano Decimo e IMMOBILIARE S.B.E.C. Srl di Porcia; entrambe con una richiesta per arrivare ad ottenere un immobile ad uso commerciale al minuto con una superficie coperta non superiore a 5.000 mq.

[11] Così come definita dall'art.2, 1° comma, lett.r, della L.R.29/2005:

*"r) per superficie coperta complessiva: la superficie coperta destinata ad attività commerciale, inclusi uffici, depositi, locali di lavorazione e servizi; qualora la attività si svolga in un edificio su più piani, la superficie coperta complessiva corrisponde alla somma delle superfici dei singoli piani destinate agli usi anzidetti."*

con superficie compresa tra 401 e 1.500 mq.) [12] o “Criteri per il rilascio delle autorizzazioni di medio dettaglio” ed uno destinato al settore del grande dettaglio (esercizi singoli o associati con superficie superiore a 1.500 mq.) o “Piano di settore per il grande dettaglio”.

I due strumenti espliciteranno la propria azione di indirizzo e controllo del settore commerciale in due modi differenti:

- i “nuovi” Criteri del medio dettaglio maggiore (o M2, che sostituiranno quelli approvati nel 2009) si dovranno “limitare” a indicare quali siano le aree in cui è permesso il suo sviluppo (=predisposizione di una cartografia commerciale prescrittiva), senza limitare in alcun modo né il numero di esercizi ammissibili né la tipologia merceologica delle nuove attività;
- il Piano di Settore del grande dettaglio, il quale potrà integrare le previsioni del P.R.G.C. [13], dovrà indicare puntualmente, per ciascun ambito territoriale di studio individuato come sede possibile per esercizi di grande distribuzione [14], i limiti massimi di sviluppo commerciale supportabile sulla base della viabilità oggi esistente e/o di quella di previsione; in altre parole si dovrà calcolare di quanto possano essere “caricati”, in termini di metriquadrati di vendita, gli ambiti commerciali prescelti senza che il sistema circolatorio interessato vada al “collasso”, ledendo così il diritto dei residenti (e non) alla vivibilità del loro territorio [15] ed ad un grado minimo di mobilità stradale.

A livello “strettamente” normativo si provvederà poi anche ad aggiornare tutte quelle parti regolamentari dei Criteri o del Piano divenute obsolete a seguito dell’entrata in vigore sia della citata L.R.15/2012 che della successiva Legge Regionale 21 dicembre 2012, n.26 “*Legge di manutenzione dell’ordinamento*”

---

[12] Si ricorda che l’apertura di negozi con superficie di vendita fino a 400 mq. dal 1999 è liberalizzata (salvo che non facciano parte di Centri/Complessi commerciali).

[13] Introducendo, per esempio, l’obbligo di realizzazione (preventiva all’apertura) di opere viarie di mitigazione degli effetti “negativi” eventualmente introdotti sulla viabilità esistente dalla apertura di esercizi di grande distribuzione.

[14] Si ricorda che questi Piani di settore non sono più legati come un tempo ad un periodo quadriennale di validità, ma che possono venir modificati (mediante l’istituto della “variante puntuale”) ogni qualvolta la Amministrazione, anche su richiesta di privati, voglia provvedere all’introduzione di nuove attività commerciali.

[15] Salvaguardando così, ad esempio, nelle aree interessate allo sviluppo della grande distribuzione, la presenza di condizioni “minime” di difesa dei residenti/consumatori dall’insorgenza di fenomeni di inquinamento ambientale e/o acustico.

*regionale 2012*”, soprattutto per quanto riguarda l’introduzione della procedura a S.C.I.A. (Segnalazione Certificata di Inizio Attività, che ha sostituito la D.I.A.) per quanto riguarda i trasferimenti di sede, ampliamenti di superficie e le concentrazioni degli esercizi commerciali.

# 1. ANALISI E INQUADRAMENTO DELLA RETE DISTRIBUTIVA DEL COMUNE

## 1.1. Note metodologiche

L'analisi compiuta sulla rete distributiva comunale si è articolata mediante la raccolta:

- A. presso l'Ufficio Attività Economiche, di tutte le autorizzazioni (o DIA/SCIA) rilasciate nel corso degli anni (Cfr. allegato "A" Elenco dei Titolari), dalle quali sono state desunte:
- la titolarità dell'azienda,
  - l'ubicazione degli esercizi di medio/grande distribuzione,
  - la superficie totale di vendita,
  - il settore merceologico (per valutazione della prevalenza del servizio).
- B. presso l'Ufficio Urbanistica, di tutta la attuale strumentazione di settore (norme e cartografie) per la verifica di congruità dell'ubicazione delle varie attività commerciali.

## 1.2. La rete distributiva comunale attuale e la sua evoluzione

Nel Comune di Cordenons risultano essere autorizzate al 31.III.2015 quasi 200 aziende commerciali al dettaglio (alcune delle quali svolgono l'attività emporiale in forma subordinata rispetto a altra ritenuta principale, quale quella di farmacia, tabacchino, artigianato/industria, ingrosso, distribuzione di carburanti, ecc.), così suddivise: 31 per il solo settore alimentare, 26 per il settore misto (dove vengono trattati sia prodotti del settore alimentare che di quello non alimentare) e 141 per il solo settore non alimentare, con una superficie di vendita complessiva

pari a quasi 20 mila mq. (Cfr. Tabella 1 più sotto, desunta dai dati di consistenza contenuti nel già citato allegato "A").

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIMENTARI	NON ALIM.
ALIMENTARE	31	1.510	1.510	==
MISTO	26	9.316	5.195	4.121
NON ALIMENT.	141	8.652	==	8.652
<b>TOTALE</b>	<b>198</b> <sup>[16]</sup>	<b>19.476</b>	<b>6.705</b>	<b>12.773</b>

**Tabella 1-Consistenza della rete distributiva**

Da un punto di vista strutturale (classi di dimensionamento delle aziende, secondo quanto previsto dalla L.R.29/2005) <sup>[17]</sup> il Comune possiede tutta una vasta gamma di attività commerciali (che spaziano dal piccolo negozio di quartiere al supermercato di grandi dimensioni), con un buon grado di distribuzione delle attività commerciali sul territorio, e anche di rapporto numerico e di superficie impegnate tra esercizi di più piccola dimensione (quali gli esercizi di vicinato sotto i 250 mq. di superficie di vendita) e le attività di medio e di grande dettaglio (Cfr. Tabella 2 più sotto e Grafico 1 e Grafico 2 a pagina 8).

NUMERO	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari <sup>[18]</sup>	49	1	6	1	57
Non alimentari	136	5	==	==	141
<b>Totale</b>	<b>185</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>198</b>
SUPERFICI (MQ)	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	3.040	398	5.288	2.100	10.826
Non alimentari	6.940	1.712	==	==	8.652
<b>Totale</b>	<b>9.980</b>	<b>2.110</b>	<b>5.288</b>	<b>2.100</b>	<b>19.478</b>

**Tabella 2 - Suddivisione esercizi per classe dimensionale**

<sup>[16]</sup> A queste aziende attive si deve aggiungere anche una autorizzazione di un ex-supermercato di quartiere, ora sospeso, dotato di una superficie di vendita complessiva di 598 mq. (di cui: 369 mq. del settore alimentare e 229 mq. di quello non alimentare).

<sup>[17]</sup> Per comodità di trattazione le strutture organizzate a Centro Commerciale e Complesso Commerciale sono state considerate come un'unica entità aziendale, gestita attraverso una autorizzazione "madre" che comprende tutte le autorizzazioni "figlie" che rappresentano l'insieme dei negozi aperti al loro interno. Per tale motivo non vi è corrispondenza tra il numero di autorizzazioni rilasciate e il numero di "negozi" riportati in tabella.

<sup>[18]</sup> Vengono ad essere qui raggruppate sia le attività alimentari pure, che quelle miste.

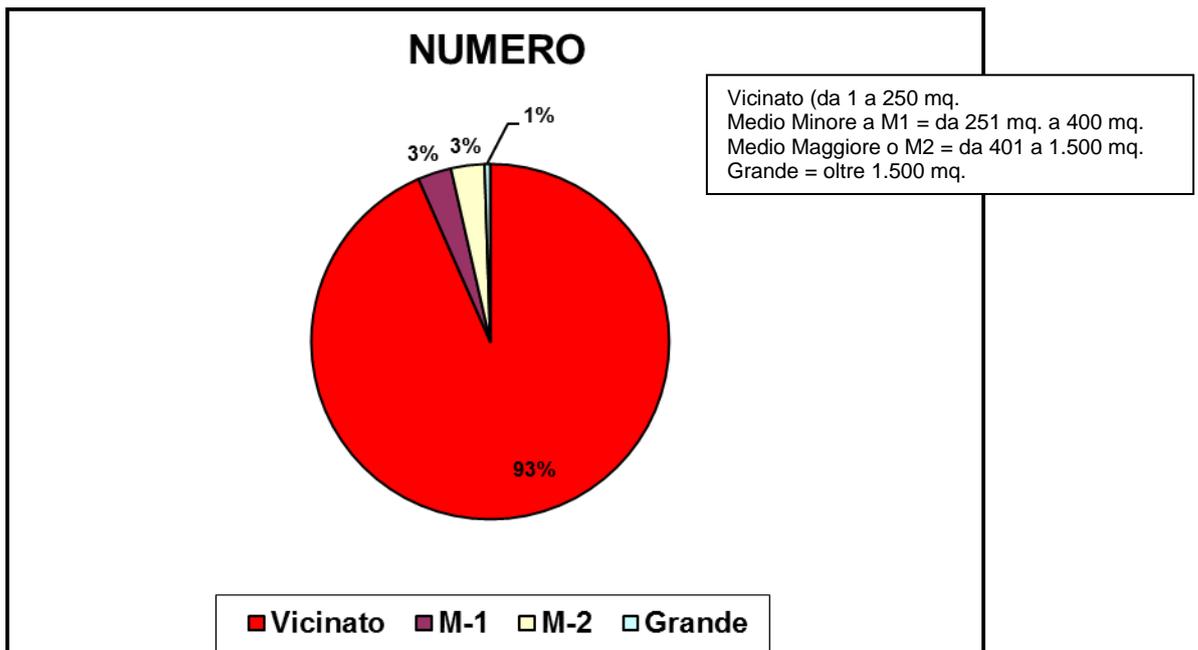


Grafico 1 – Rapporti percentuali del numero esercizi per classe dimensionale dei negozi

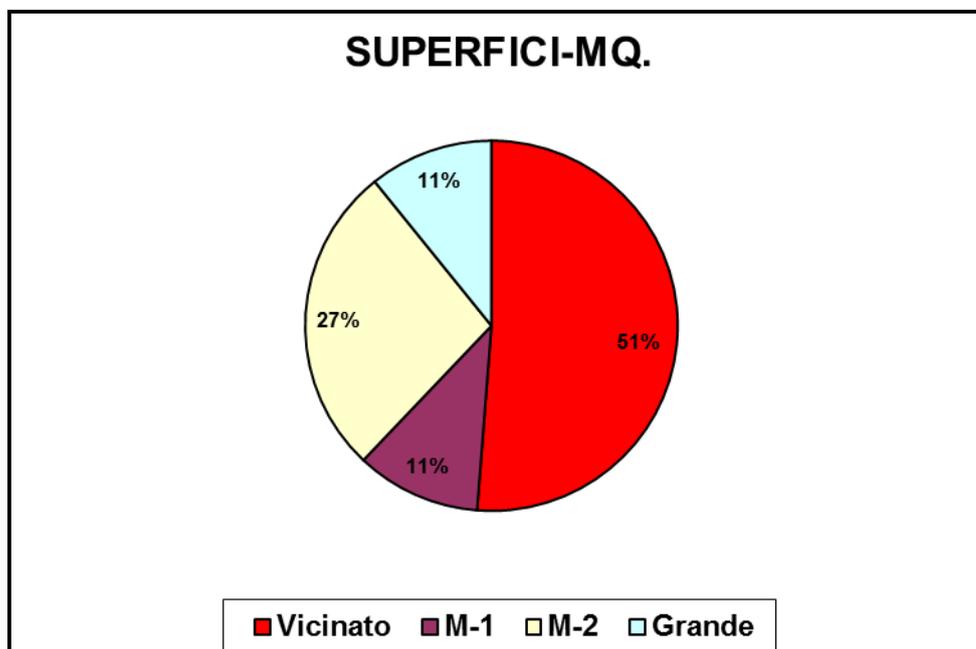


Grafico 2 - Rapporti percentuali delle superfici di vendita per classe dimensionale dei negozi

I dati sopra rappresentati, che evidenziano una rete distributiva comunale ancora ben strutturata e bilanciata tra offerta alimentare ed extra - alimentare (vi è infatti un rapporto di 1 a 2,5 tra negozi alimentari ed extra-alimentari, segno di un certo grado di differenziazione – specializzazione nelle attività del Comune, non

tese al solo soddisfacimento delle esigenze di base “alimentare” della popolazione residente, sono interessanti da confrontare con quelli raccolti durante la stesura dell’ultimo revisione del Piano di settore (anno 2008 - Cfr. Tabella 3 più sotto).

Confrontando i dati di analisi si può così chiaramente evidenziare come la rete distributiva comunale negli ultimi anni abbia avuto (Cfr. da Tabella 4 a Tabella 6 a pagina 10 – nonché, per le attività di medio maggiore e grande dettaglio, Tabella 7 ed 8 a pagina 11, Tabella 9 a pagina 12, Cartografia con loro ubicazione in Allegato “B” e loro Schede strutturali sintetiche in Allegato “C”).

- a) un costante e continuo incremento per quanto riguarda il numero delle aziende presenti sul territorio comunale (+18 nuove attività, pari ad un +10%, di cui 5 con superficie di vendita superiore a 250 mq.), e ciò in controtendenza a quanto accaduto in altri Comuni della Provincia di Pordenone, dove la crisi generalizzata dei consumi ha portato alla chiusura di numerose aziende commerciali. Cordenons, invece, ha saputo incrementare la propria offerta anche per adeguarla al continuo incremento della sua popolazione residente <sup>[19]</sup>;
- b) (a conferma di quanto appena sopra affermato) un parallelo sviluppo delle aree destinate alla vendita (ben +3.700 mq. di superficie), soprattutto ad opera degli esercizi di tipo alimentare (+3.480 mq.). Tale risultato è da attribuire principalmente alla apertura di quelle 5 attività di medio dettaglio, che hanno apportato alla rete comunale oltre 3.260 mq., per lo più attribuibili al settore alimentare (+2.243 mq.), contribuendo così ad innalzare notevolmente l’offerta del Comune.

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIMENTARI	NON ALIM.
ALIMENTARE	24	1.214	1.214	==
MISTO	19	6.132	3.300	2.832
NON ALIM.	137	8.432	==	8.432
<b>TOTALE</b>	<b>180</b>	<b>15.778</b>	<b>4.514</b>	<b>11.264</b>

**Tabella 3 - Consistenza della rete distributiva al 2008**

<sup>[19]</sup> Anche se oggi la popolazione residente si è assestata intorno alle 18.300 unità, dopo aver toccato proprio nel 2008 le 18.520 presenze, non bisogna dimenticare come negli ultimi 20 anni il comune abbia incrementato la propria consistenza di oltre 2.500 unità (con un aumento percentuale di oltre 16%).

Settore	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIMENTARI	NON ALIM.
ALIMENTARE	+ 7	+ 296	+ 296	==
MISTO	+ 7	+ 3.184	+1.895	+ 1.298
NON ALIM.	+ 4	+ 220	==	+ 220
<b>TOTALE</b>	<b>+ 18</b>	<b>+ 3.700</b>	<b>+ 2.191</b>	<b>+ 1.509</b>

Tabella 4 - Evoluzione rete 2008-2015

Anno 2015	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	49	1	6	1	57
Non aliment.	136	5	==	==	141
<b>Totale</b>	<b>185</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>198</b>
Anno 2008	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	44	4	4	==	52
Non aliment.	136	5	==	2	143
<b>Totale</b>	<b>180</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>195</b>
Differenze 2008/2015	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	+11	+1	+2	==	+14
Non aliment.	+2	+2	==	==	+4
<b>Totale</b>	<b>+13</b>	<b>+3</b>	<b>+2</b>	<b>==</b>	<b>+18</b>

Tabella 5 – Analisi evoluzione numero negozi

Anno 2015	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	3.040	398	5.288	2.100	10.826
Non alimentari	6.940	1.712	==	==	8.652
<b>Totale</b>	<b>9.980</b>	<b>2.110</b>	<b>5.288</b>	<b>2.100</b>	<b>19.478</b>
Anno 2008	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	2.201	==	3045	2.100	7.346
Non alimentari	7.335	1.097	==	==	8.432
<b>Totale</b>	<b>9.536</b>	<b>1.097</b>	<b>2.100</b>	<b>==</b>	<b>15.778</b>
Differenze 2008/2015	Vicinato	Medio dettaglio		Grande dettaglio	Totale
		M-1 (251-400)	M-2 (401-1.500)		
Alimentari	+839	+398	+ 2.243	==	+ 3.480
Non alimentari	-395	+615	==	==	+ 220
<b>Totale</b>	<b>+444</b>	<b>+1.013</b>	<b>+2.243</b>	<b>==</b>	<b>+ 3.700</b>

Tabella 6 - Analisi evoluzione superfici di vendita (Mq.)

Dai dati sovraesposti, si evidenzia in modo molto chiaro come il comparto commerciale comunale abbia saputo ancora manifestare una apprezzabile propensione allo sviluppo (sia in termine di aziende che di superfici), pur in anni di forte contrazione della domanda, segno questo che, nonostante tutto, l'insediamento di nuove attività emporiali sia ancora "appetibile", soprattutto per il settore della media e grande distribuzione, vista anche, per questa tipologia di aziende, di poter contare su di un territorio ben infrastrutturato e dotato di alte concentrazioni residenziali.

<b>MEDIE STRUTTURE DI VENDITA MAGGIORI M2 (TRA 401 MQ. E 1.500 MQ.)</b>			
<b>Nome Azienda</b>	<b>Ubicazione</b>	<b>Superficie di vendita (mq.)</b>	<b>Settore merceologico</b>
<b>COOP CONSUMATORI NORDEST S.C.A.R.L.</b>	<b>Via Giotto, 26</b>	<b>1.100</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
<b>ASPIAG SERVICE S.R.L.</b>	<b>Via della Filanda, 4</b>	<b>1.034</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
<b>CENTRO COMMERCIALE DISCOUNT S.P.A.</b>	<b>Via Maestra, 198</b>	<b>1.000</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
<b>BILLA AKTIENGESELLSCHAFT</b>	<b>Via Sclavons, 8</b>	<b>807</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
<b>LIDL ITALIA S.R.L.</b>	<b>Via Goetta, 5</b>	<b>800</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
<b>UNICOMM S.R.L.</b>	<b>P.zza della Vittoria, 3</b>	<b>547</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
<b>TOTALE</b>		<b>5.288</b>	<b>Alimentare (3.245 mq.) Non Alimen. (2.043 mq.)</b>

Tabella 7 - Esercizi di medio dettaglio superiore - M2

<b>ASPIAG SERVICE S.R.L.</b>	<b>Via S. Giovanni, 49</b>	<b>598</b>	<b>Alimentare Non Alimentare</b>
------------------------------	----------------------------	------------	--------------------------------------

Tabella 8 - Esercizi di tipo M-2 oggi sospesi.

<b>GRANDI STRUTTURE DI VENDITA (SUPERIORI A 1.500 MQ.) SINGOLE/ISOLATE</b>				
(via	Ubicazione	Superficie di vendita totale (mq.)	Mq. x Settore merceologico	
			Alim.	Non Alim.
<b>SUPERMERCATI di VISOTTO A. E C. S.N.C.</b>	<b>Viale del Benessere, 20</b>	<b>2.100</b>	<b>1.089</b>	<b>1.011</b>
<b>TOTALE</b>		<b>2.100</b>	<b>1.089</b>	<b>1.011</b>

Tabella 9 - Attività di grande dettaglio (con superficie di vendita superiore a 1.500 mq. di vendita)

## **2. IPOTESI DI SVILUPPO DELLA RETE DISTRIBUTIVA COMUNALE DI MEDIO/GRANDE DETTAGLIO**

### **2.1. Indicazioni metodologiche generali**

Come appare chiaro da quanto descritto in Premessa, l'entrata in vigore della direttiva europea "Bolkestein" ha provocato un autentico "terremoto" nel modo di gestire e, soprattutto, programmare lo sviluppo di strutture commerciali che, fino quasi alla fine dello scorso millennio, venivano ad essere controllate in maniera "ferrea" dalla Regione. Si ricorda infatti che fino al 1998 il rilascio delle autorizzazioni per tutte le attività commerciali superiori a 400 mq. di vendita doveva essere preceduto dalla concessione da parte della Giunta Regionale di un apposito "nulla-osta" (il cui iter amministrativo prevedeva la verifica tutta una serie articolata di "step": redazione da parte del Comune di un Piano di settore commerciale in cui fossero previsti nuovi spazi di sviluppo per le attività commerciali medio/grandi, una volta pervenuta la domanda, e gli Uffici avessero espletato i controlli di rito, espressione di un parere favorevole preventivo da parte del Consiglio comunale alla richiesta avanzata, successiva verifica regionale della congruità commerciale e viabilistica della nuova iniziativa, concessione del nulla-osta regionale, infine rilascio della autorizzazioni amministrativa alla apertura). Dal 1998 a 2011 tale iter è stato "semplificato" visto che non serviva più il passaggio in Regione, una volta che il Comune avesse approvato i "Criteri per medio dettaglio maggiore" o il Piano di settore del grande dettaglio" (che ricordiamo dovevano comunque rispettare dei limiti massimi di sviluppo commerciale contenuti negli allegati A1/A2/A3 e B del DPR 069/2007).

Oggi le analisi tecnico-economiche, che un tempo venivano fatte per valutare lo stato della rete commerciale del Comune (indagine sull'offerta) e il suo grado di "gradimento" da parte dei consumatori residenti e di passaggio (indagine sulla domanda), e poter così poi determinare il giusto equilibrio da realizzare tra le

varie forma commerciali (=quote di mercato per il piccolo/medio/grande dettaglio) ed ipotizzare un numero massimo di strutture di medio dettaglio autorizzabili o di metriquadrati di superficie di vendita per il grande dettaglio, sono divenute "obsolete" e "fuorilegge", sostituite da una serie di parametri capaci di valutare la congruità dell'insediamento degli esercizi commerciali superiori ai 400 mq.- Tali parametri si possono così sintetizzare:

- a) attenta valutazione delle scelte urbanistiche già operate (ed eventualmente da operare) dal Comune e loro "totale" condivisione, soprattutto per quanto attiene il settore del medio dettaglio maggiore. Nel grande dettaglio si potrà anche, legando l'autorizzazione commerciale al relativo permesso a costruire, operare scelte "contenitive" (rispetto alle varie potenzialità edilizie) capaci di smorzare gli eventuali effetti sulla rete viabilistica dell'area;
- b) (strettamente legato al punto precedente) valutazione delle migliori condizioni di ubicazione delle attività commerciali riguardo alla loro accessibilità viabilistica e al grado (attuale e previsto) di saturazione delle infrastrutture di trasporto, anche con riferimento alle problematiche inerenti all'inquinamento ambientale ed acustico nelle varie zone del territorio comunale. La valutazione di questo parametro, come soprariordato, risulta molto importante soprattutto per il settore del grande dettaglio dove, per le alte quantità di veicoli movimentati, tale fattore risulta essere la discriminante principale per determinare le quantità ipotizzabili di superficie di vendita massima ammissibile (per ciascuna zona presa in esame), confermando così un assioma oramai consolidato nel settore del commercio al minuto: senza strade con grande capacità viabilistica e senza facilità di accesso ai negozi non vi è possibilità sviluppo di commercio.
- c) valutazione della competitività degli esercizi allocati sul territorio comunale, onde evitare la creazione di zone di servizio commerciale disomogenee alla popolazione residente e di passaggio. Questo parametro risulta però di difficile parametrizzazione se non viene correlato a valutazioni di carattere economico di resa degli esercizi (che,

come più volte ricordato, non possono più venir utilizzate a fini prescrittivi), per cui si ritiene di soprassedere nella valutazione in attesa di conoscere quale metodiche la Regione voglia siano seguite per la sua valutazione.

Sulla base di queste indicazioni guida si provvederà ora ad indicare, per singola classe dimensionale degli esercizi, quale potrà essere lo sviluppo da dare alla rete commerciale del Comune.

## **2.2. Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del medio dettaglio maggiore o M2**

Partendo da quanto indicato nel paragrafo precedente, e ribadendo che oggi il Comune può solo indicare dove ritiene utile il posizionamento di tale tipo di attività emporiali, senza però poterne più predeterminare il numero e la tipologia merceologica, si è effettuato uno “screening” delle varie opzioni presenti sul territorio comunale, dal quale si sono evidenziate le macro-aree nelle quali, in congruità con le indicazioni urbanistiche vigenti, possono venir ubicate attività commerciali di medio dettaglio maggiore.

### ***2.2.1. Verifica delle opzioni urbanistiche***

Come soprariportato per l’apertura di una nuova attività di medio dettaglio maggiore dovrà venir verificata, oltre alla sua ubicazione lungo gli assi preferenziali di traffico commerciali specificati nel paragrafo precedente, anche la sua congruità con le destinazioni d’uso previste dalla vigente programmazione urbanistica.

Dall’analisi delle norme del vigente P.R.G.C. [20] (Cfr. anche Allegato “D”, in cui sono riportate le norme urbanistiche delle zone in cui oggi è ammessa la

---

[20] Aggiornato alla Variante n.31/2013 (approvata con D.G.R. n.2450 del 20.12.2013).

destinazione d'uso commerciale e le eventuali prescrizioni particolari previste per alcune di loro) si evidenzia come, in linea con le indicazioni regionali, la possibilità di insediare attività commerciali fino a 1.500 mq. di superficie di vendita (esercizi di vicinato) venga prevista in quasi tutte le zone urbanistiche (con limitazioni ai soli prodotti trattati/prodotti in loco nelle zone D.2, E.5 ed E.6).

Per numero, ubicazione spaziale sul territorio comunale e dimensioni fondiarie disponibili si può facilmente affermare come il settore commerciale del medio dettaglio possa trovare nel vigente strumento urbanistico più che sufficienti sfoghi ad una sua eventuale richiesta di crescita, sia attraverso la realizzazione di nuove strutture edilizie sia, cosa dovrebbe venir caldeggiata, attraverso il riutilizzo del patrimonio immobiliare esistente (eventualmente introducendo parametri più flessibili circa il rispetto degli standard di parcheggio degli immobili, vedi deroghe introdotte dall'applicazione dell'art.110, 2° comma della L.R.29/2005 o limiti alla loro ubicazione introdotta dall'art.21, 4° comma, del D.P.Reg.069/Pres./2007).-

### **2.2.2. Verifica delle opzioni viabilistiche**

Insieme all'analisi delle opzioni urbanistiche questo è il parametro di maggior importanza da tener in considerazione quando si devono individuare gli ambiti ottimali di insediamento delle attività di medio-grande dettaglio [21], visto che oggi senza una buona viabilità automobilistica non si hanno nemmeno i consumatori [22].

Per tale motivo si è ritenuto di considerare che tale tipo di aziende commerciali possano, in prima battuta e senza pensare a stravolgimenti dell'attuale viabilità comunale, "potenzialmente" trovare sede solo, o soprattutto, lungo il corso di arterie stradali di alto rango, dotate di alta frequenza di traffico, quali: strade statali, regionali o provinciali (salvo localizzazioni puntuali in

---

[21] Chiaramente qualora la Regione dovesse modificare l'attuale Regolamento di esecuzione della L.R.29/2005 (ex DPR 069/2007/Pres.), introducendo parametri alternativi, si dovrà provvedere alle correzioni/variazioni che si renderanno necessarie.

[22] E per "buona viabilità" si intende non solo la presenza di strutture viarie di adeguate dimensioni, capaci di supportare oltre che la normale viabilità di scorrimento, ma anche adeguate a supportare le "vischiosità" naturalmente indotte sul traffico dalla presenza di attività commerciali di medio-grande dettaglio, soprattutto per ciò che attiene la presenza di strutture di "accesso sicure" alle aree commerciali (quali: corsie di accelerazione-decelerazione, rotonde o sotto-sovrappassi)

particolari aree delle zone più centrali, storicamente vocate al commercio, in conformità con le scelte urbanistiche presenti nel P.R.G.C.).

Nel Comune queste strade dotate di alta frequenza di traffico sono rappresentate da (Cfr. Allegato "E"):

- SS 13 "Pontebbana"
- SP 24 "di Cordenons"
- SP 51 "del Venchiaruzzo"

Oltre a queste arterie "principali" si è ritenuto opportuno, in aderenza alle scelte urbanistiche presenti nel vigente P.R.G.C. e a quanto sopra già riferito, di premiare anche alcune strade (vie) che, per loro funzione di collegamento tra aree centrali e periferiche (con consistenti flussi veicolari) "potenzialmente" potrebbero ospitare lo sviluppo di attività di medio dettaglio maggiore (o M2). Tali strade sono: Via Braida Foenis/Via Chiavornicco/Via Prà (a sud) e Via Villa d'Arco (a nord), che interconnettono il Capoluogo rispettivamente: alla zona industriale e alla SS-13, la prima, e alla SR 251 "della Val di Zoldo e della Val Cellina", la seconda.

Proprio il fatto che già oggi o siano sede (Cfr. Allegato "B") o urbanisticamente siano già congrue con il loro insediamento, è una segno di una loro "naturale/consolidata" propensione a gestire (e attirare) i traffici indotti da questa particolare categoria dimensionale del terziario emporiale.

### **2.2.3. Ipotesi di sviluppo del medio dettaglio maggiore o M2**

Sovrapponendo ora tutte le indicazioni contenute nei paragrafi precedenti, e introducendo lungo le strade "commerciali" prima individuate una fascia (larga 200 ml. dall'asse stradale) di collocazione ottimale per gli esercizi commerciali con superficie di vendita fino a 1.500 mq. di vendita, si ottiene la **Cartografia di gestione del settore di Medio Dettaglio maggiore o M2** (riportata in Allegato "F" e in cartografia propria, facente parte integrante delle Norme tecniche dei Criteri di settore del medio dettaglio), strumento fondamentale (ed unico) per la valutazione di tutte le richieste di insediamento, ampliamento e/o trasferimento per le attività di medio dettaglio maggiore o di tipo M2 nel Comune.

### **2.3. Valutazione delle possibilità di sviluppo del settore del grande dettaglio (singolo od associato a Centro/Complesso)**

Le considerazioni fatte circa il modo di programmare il settore del medio dettaglio si possono traslare [23] anche per il settore del grande dettaglio [24] avendo però l'accortezza di evidenziare come per quest'ultimo si possa/deva individuare, oltre che un luogo ammissibile per il loro insediamento, anche un contenuto commerciale sostenibile (=metriquadri di superficie di vendita e settore merceologico) [25].

Partendo dall'analisi del Piano Regolatore Generale Comunale, che ci permette di localizzare le aree urbanistiche deputate a poter essere sede di attività con superficie di vendita superiore a 1.500 mq., qualora si vogliano aprire nuove superfici commerciali di grande distribuzione (sia che esse siano singole sia che siano associate), si dovranno "puntualmente" valutare le capacità di tali aree a saper gestire il nuovo traffico veicolare indotto (con il corollario anche della valutazione dell'inquinamento atmosferico e acustico potenzialmente ingenerato dalla apertura di siffatta tipologia di negozi).

Oltre a questo "nuovo" parametro di previsione si ritiene però anche che la presente proposta non debba/possa "dimenticare" una serie di postulati di programmazione comunque contenuti nelle vigenti leggi regionali di settore (quali: l'art.15, commi 6, 7 e 8, della L.R.29/2005 e l'art.20, comma 2 del D.P.R. 069/2007) tesi a:

- a) rafforzare/potenziare le aree emporiali presenti nel Piano Regolatore Generale Comunale, in quanto inserite all'interno di assi di traffico già interessati a forti correnti commerciali, mediante sia una loro "eventuale"

---

[23] In attesa della revisione delle norme di programmazione contenute nel vigente Regolamento regionale - Cfr. anche già citata Circolare esplicativa regionale Prot.n.0045389/P di data 4.10.2012, comma 2, lettera d) a pag.6: "Nonostante la necessaria revisione che verrà apportata al regolamento, di cui al DPR 069/2007, si ritengono tuttora valide ed efficaci le norme di urbanistica commerciale, di cui agli artt. 20 e 21 (e relativi allegati C e D)". -

[24] Esercizi singoli o strutturati a Centro/Complesso commerciale con superficie di vendita superiore a 1.500 mq. -

[25] Cfr. anche già citata Circolare esplicativa regionale Prot.n.0045389/P di data 4.10.2012, comma 2, lettera d) a pag.5: "Questo significa che le prescrizioni degli strumenti urbanistici vanno tradotte, nei Piani comunali di settore del commercio, in superfici massime, ammissibili per singola zona omogenea, destinate ad esercizi di grande struttura, distinte per settore merceologico . . . omissis "

estensione fondiaria (in zone strettamente limitrofe) sia un incremento della superficie di vendita ammissibile;

- b) salvaguardare e razionalizzare la funzionalità della rete viaria primaria e secondaria del Comune con verifica dei livelli di gestione del traffico, attuali e previsti, da parte delle strade interessate (e delle relative rotonde/semafori di accesso/uscita), e valutazione delle “eventuali” soluzioni/mitigazioni da proporre qualora quelle oggi esistenti non risultino in grado di supportare il nuovo traffico previsto).

### **2.3.1. Verifica delle opzioni urbanistiche**

Dall’analisi delle norme del vigente P.R.G.C. (ad integrazione di quanto già rilevato nel precedente paragrafo 2.2.3.) si evidenzia come l’insediabilità di strutture di grande dettaglio venga permessa (Cfr. sempre Allegato “D” e cartografia specifica in Allegato “G”) solo all’interno della tipologia azzonativa urbanistica denominata **Di./H.** (“Miste Funzionali” – di cui all’art.105 del vigente P.R.G.C.). Tale macro-zona è stata poi ulteriormente suddivisa in 11 ambiti, numerati da Di./H.1 a Di./H.11, successivamente ridotti a 10 per la soppressione dell’ambito Di./H.9 (Cfr. sempre Allegato “G”).

Attualmente solo all’interno dell’ambito Di./H.1 (Via del Benessere) è insediata una attività di grande dettaglio del settore alimentare (Supermercati Visotto), mentre nell’ambito Di./H.8 (Via Maestra-Via Morandi/Via Mantegna) è insediata una attività di medio dettaglio maggiore (o M2), sempre del settore alimentare. Tutti gli altri ambiti sono sprovvisti di attività commerciali al minuto.

Quindi, come nel caso delle opzioni di sviluppo per il medio dettaglio maggiore (o M2), appare evidente come, anche per il grande dettaglio, vi siano già oggi sul territorio del Comune delle più che discrete “disponibilità urbanistiche residuali” (senza coinvolgere nuovi ambiti territoriali) per espandere “verso l’alto” la rete di settore (ed infatti per gli ambiti Di./H.7 e Di./H.8., lungo Via Maestra Vecchia, come già ricordato, si sono avute le uniche manifestazioni di interesse, avanzate nel corso del 2013, per uno sviluppo coordinato di iniziative di grande distribuzione).

### 2.3.2. Verifica delle opzioni viabilistiche

La valutazione delle opzioni viabilistiche presenti in Comune parte dal presupposto, come già indicato per il medio dettaglio, che questo sia il parametro di maggior importanza da prendere in considerazione qualora:

- sia si voglia pensare ad incrementare (ampliare) la superficie di esercizi già esistenti in una certa area;
- sia si punti all'apertura di nuovi esercizi di grande dettaglio (singoli o strutturati a centro/complesso Commerciale).

L'Amministrazione Comunale poi, come sopra ricordato, ha indicato di non ritenere, per ora, opportuno puntare allo sviluppo/inserimento di altre nuove aree, ritenendo invece necessario garantire, in quelle già presenti sul proprio territorio, lo sviluppo massimo possibile/compatibile con una adeguata gestione della viabilità nel suo intorno.

Dalle dieci aree urbanistiche, individuate nell'Allegato "G", dove il vigente P.R.G.C. consente l'insediamento di attività di grande dettaglio, si sono estrapolate poi "solo" due zone "di collocazione ottimale di esercizi di grande distribuzione", dove:

- per la attuale presenza "nelle vicinanze" di altri esercizi di piccola/media distribuzione;
- per la loro ubicazione lungo assi di traffico principali (vedi Allegato "E");
- per specifiche manifestazioni di interesse avanzate al Comune;

si ritiene che nel breve/medio periodo possano trovare sede ottimale le attività di Grande Distribuzione. Tale aree, come già ricordato, sono:

Zona urbanistica	Indirizzo	Ipotesi di sviluppo "teorico" massimo a superficie di vendita al minuto [26]
Di./H.7	Via Maestra Vecchia	4.000 mq.
Di./H.8	Via Maestra Vecchia	4.000 mq.

**Tabella 10 - Aree di studio sviluppo GD.**

[26] Superfici al netto delle aree destinate a magazzino, uffici e servizi.

Le operazioni di stima sono state eseguite utilizzando una serie di parametri econometrici che permettono di valutare il numero di consumatori medi necessari per una “sostenibile” gestione di diverse tipologie di negozi (dal supermercato alimentare al grande magazzino extralimentare) (Cfr. Allegato “H – Stima del numero di consumatori ingenerati dai possibili nuovi punti vendita”); attraverso l’extrapolazione di questi valori si è riusciti ad individuare l’importante dato, ai fini della valutazione della congruità viabilistico delle iniziative, riguardante il numero di veicoli movimentati nell’ora di punta del giorno di punta commerciale (sabato), valori riportati sinteticamente nella Tabella 11 più sotto, e riferiti secondo le ipotesi “peggiori” di impatto sulla rete viaria (=numero max. di autoveicoli movimentati).

Zona urbanistica	Ipotesi di sviluppo massimo della superficie vendita nelle singole zone (mq.)		Numero assoluto veicoli movimentati MASSIMI nell’ora di punta del giorno di punta
	Sett.Alimentare	Sett.ExtraAliment.	
Di./H.7	1.000 <sup>[27]</sup>	3.000	<b>227,3</b>
Di./H.8	1.000 <sup>[28]</sup>	3.000	<b>135,6 <sup>[29]</sup></b>
<b>Totale</b>	<b>2.000</b>	<b>6.000</b>	<b>362,9</b>

**Tabella 11**

Tali dati raccolti sono stati poi trasmessi allo studio di Ingegneria del Traffico degli ing.Honsell&Catalano di Trieste, incaricato di valutarne il loro grado di sostenibilità da parte delle strutture viarie esistenti (e di progetto) <sup>[30]</sup>.

Sostenibilità che, anticipiamo, si è appurata come **positiva**, pur con dei distinguo e relative richieste di “migliorie” alle strutture di traffico (riportate puntualmente nel citato studio e recuperate come norme prescrittive a livello di normativa urbanistica <sup>[31]</sup>), **in tutti i casi sottoposti a verifica.**

<sup>[27]</sup> La presente previsione di sviluppo nel settore alimentare è stata introdotta a seguito di specifica istanza, da parte della Amministrazione Comunale (esplicitata con disciplinare di incarico alla scrivente, n.297/2017 del 7.12.2015, integrativo di quello già in essere, il n.259/2015 del 22.12.2014), di modifica agli strumenti programmatori già a suo tempo consegnati.

<sup>[28]</sup> Già attivati.

<sup>[29]</sup> Tale valore deriva dalla sottrazione al volume di traffico teorico totale dell’area (227,3 auto/ora) del volume di traffico, già oggi presente sull’arteria, ingenerato dal supermercato esistente (pari a 91,7 auto/ora). Il valore riportato in tabella quindi (135,6 auto/ora) è quello da utilizzare per valutare gli impatti “possibili” sulla rete stradale comunale e sulle eventuali prescrizioni di natura viabilistica, da introdurre nello strumento di gestione urbanistica del territorio (variante alle vigenti norme di PR.R.G.C.), per mitigarne gli potenziali effetti negativi.

<sup>[30]</sup> Cfr. “Studio inerente l’impatto sulla viabilità di Via Maestra Vecchia da parte delle nuove strutture di vendita proposte”.

<sup>[31]</sup> Vedi specifiche modifiche urbanistiche allegate al presente Studio, soprattutto per le prescrizione di tipo viabilistico imposte dai vari “step” di apertura delle attività commerciali all’interno delle singole aree di sviluppo.

### 2.3.3. Ipotesi di sviluppo del grande dettaglio

Partendo dalle indicazioni contenute nei paragrafi precedenti (e considerando che, qualora in futuro le condizioni economiche generali dovessero migliorare e vi fosse l'esigenza di dotare la rete di altre superfici di vendita di Grande Distribuzione oltre a quelle oggi previste, il Comune potrà operare, mediante l'istituto della "variante" al Piano di settore, l'introduzione di nuove superfici e nuove zone sul territorio del Comune) si propone che lo sviluppo del grande dettaglio nel Comune sia così organizzato per singola zona di intervento (vedi anche **Cartografia di gestione del settore del Grande dettaglio**, in Allegato "I" e in cartografia propria Tavola P1, facente parte integrante delle Norme tecniche del Piano di settore del grande dettaglio):

Zona urbanistica	Indirizzo	Sviluppo massimo della superficie di vendita al minuto <sup>[32]</sup> nelle singole zone
Di./H. 1 <sup>[33]</sup>	Via Bellasio	<b>2.100 mq.</b> (di cui 1.089 mq. del settore alimentare)
Di./H.7	Via Maestra Vecchia	<b>4.000 mq.</b> (di cui 1.000 mq. del settore alimentare)
Di./H.8	Via Maestra Vecchia	<b>4.000 mq.</b> (di cui 1.000 mq. del settore alimentare)

Tabella 12

Le "nuove" previsioni sovraesposte (nelle zone Di/H7 e Di/H8) per lo sviluppo della grande distribuzione devono intendersi come previsioni massime di sviluppo commerciale qualora vengano realizzate tutte le opere viarie ipotizzate nello studio del Traffico citato e riportate come prescrizioni nella Normativa urbanistica comunale (vedi variante "ad hoc" al vigente PRGC proposta dallo Studio dell'arch.Giovanni Bertin di Pordenone <sup>[34]</sup>), senza la realizzazione di tali opere è chiaro che non vi possono essere aperture di nuovi esercizi di grande distribuzione al loro interno

<sup>[32]</sup> Superfici al netto delle aree destinate a magazzino, uffici e servizi.

<sup>[33]</sup> Come più volte ricordato tale aree è l'unica già dotata di superfici commerciali di grande dettaglio attive e la disponibilità espressa nella tabella è pari alla superficie di vendita già autorizzata.

<sup>[34]</sup> Comprensiva anche della scansione temporale dei rilasci di nuove superficie di vendita al realizzarsi delle varie strutture di traffico ipotizzate (proprio in funzione del fatto che un'area, la Di/H8, è già dotata di PAC e di attività commerciali, mentre l'altra, la Di/H7, né è del tutto priva).

### **3. ALLEGATI**

- A – Elenco titolari autorizzazione amministrativa**
- B – Cartografia ubicazione esercizi commerciali con superfici di vendita superiori a 400 mq.**
- C – Schede sintetiche aziende commerciali con superfici di vendita superiori a 400 mq.**
- D – Analisi vigenti zone urbanistiche compatibili con l’insediamento di esercizi commerciali al minuto**
- E – Cartografia con ubicazione dei principali assi di traffico (a valenza commerciale)**
- F – Cartografia di gestione del settore del medio dettaglio maggiore o M2**
- G – Cartografia ubicazione delle zone urbanistiche compatibili con l’insediamento di attività commerciali di grande dettaglio**
- H – Schema metodologica riguardante la valutazione dei veicoli indotti da una struttura commerciale di grande dettaglio, con relativi calcoli inerenti le aree di studio individuate**
- I – Cartografia di gestione del settore del grande dettaglio**

## A - ELENCO TITOLARI AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA ALLA DATA DEL 31.03.2015

GRANDE DETTAGLIO	MEDIO DETTAGLIO MAGGIORE-M2	MEDIO DETTAGLIO MINORE-M1	VICINATO	
DITTA	UBICAZIONE NEGOZIO	SUPERFICI VENDITA		
		MQ ALIMEN.	MQ NON ALIMEN.	MQ TOTALI
SUPERMERCATI di VISOTTO A. E C. S.N.C.	VIALE DEL BENESSERE 20	1.089	1.011	2.100
COOP CONSUMATORI NORDEST S.C.A.R.L.	VIA GIOTTO 26	462	638	1.100
ASPIAG SERVICE S.R.L.	VIA DELLA FILANDA 4	690	344	1.034
CENTRO COMMERCIALE DISCOUNT S.P.A.	VIA MAESTRA 198	700	300	1.000
BILLA AKTIENGESELLSCHAFT	VIA SCLAVONS 8	607	200	807
LIDL ITALIA S.R.L.	VIA GOETTA 5	444	356	800
UNICOMM S.R.L.	PIAZZA DELLA VITTORIA 3	342	205	547
CARROZZERIA SCAMPOLO S.A.S.	VIA CERVEL 96	-	400	400
BONGIORNO MARINO	VIA TRAVERSAGNA 9	-	399	399
IL TULIPANO S.N.C. DI IL TULIPANO S.R.L.	VIA GIOTTO 6	10	388	398
NKD ITALIA S.R.L.	VIA DELLA FILANDA 4	-	326	326

CASAIDEA S.N.C. di COCCHIETTO M. LUMBAU M. E ROSSETTO F.	VIA GIOTTO 10	-	300	300
PUNTO CASA S.N.C. DI DE CRIGNIS CLAUDIO E SIMONATO ENZO	VIA DELLA FILANDA 12	-	287	287
CENTRODET S.R.L.	VIALE DI ROMANS 41	5	245	250
TRISCHITTA S.R.L.	VIA GIOTTO 10	195	45	240
CIPOLAT SONIA		-	231	231
CALZATURE PARUTTO S.N.C. di PARUTTO UMBERTA E C.	VIA ROMANS 17	-	190	190
M.E. di SCIAN SERGIO E C. S.N.C.	VIA SAN GIOVANNI 23	-	186	186
PASCOLI NORD-EST SOCIETA' COOPERATIVA	VIA SCLAVONS 291	160	-	160
SAMMA SHOPS S.R.L.	PIAZZA DELLA VITTORIA 32	-	158	158
SCHIAVON LAURA	VIA PONTE DEL VADO 28	-	150	150
POLOTTO NADIO & C. S.N.C.	VIA C.COLOMBO 5	-	150	150
ZANIN ALDO	VIA SCLAVONS 217	-	146	146
ANIMAL HOUSE S.R.L.	VIA SAN GIOVANNI 55	-	145	145
RAMPOGNA VANILIO	VIA STRADELLE 80	-	142	142
ARTE FIAMMA S.N.C. di COZZARIN RICCARDO E BASALDELLA IVO	VIA GIOTTO 28	-	135	135

Comune di CORDENONS

POLO GIANCARLO	VIA PORTOLANA 50	92	43	135
ORTOPEDIA AZZURRA di CANDIDO DANIELA E C. S.N.C.	VIA SCLAVONS 239	-	122	122
ARTE CERAMICA S.N.C. di PILOTTO LUCIA E C.	VIA SCLAVONS 78-80	-	116	116
TECNOIMPIANTI S.R.L.	VIA SCLAVONS 219	-	115	115
LATTEBUSCHE S.C.A.	VIA STRADELLE 106	114	-	114
VENDRAME ABBIGLIAMENTO di MARGHERITA CELOTTO E C. S.A.S.	PIAZZA DELLA VITTORIA 42	-	107	107
G.COZZARIN S.R.L.	VIA MUSIL 41	-	100	100
TRISCHITTA S.R.L.	PIAZZA SAN PIETRO 11	100	-	100
ENNETI S.R.L.	VIA SCLAVONS N.5-7	30	70	100
ALLA FONTE DI ZUCCATO GIUSEPPE E C. S.N.C.	VIA SCLAVONS 198	-	100	100
PANIFICIO PIAIA ANDREA S.N.C. di PIAIA GIANPAOLO & C.	VIA MONTE GRAPPA 94	54	45	99
H3G S.P.A.	VIA SCLAVONS 275	-	98	98
LA NUOVA PANETTERIA S.R.L.	VIA SCLAVONS 231	96	-	96
LIBRERIA AL SEGNO DI DANELLI MAURO E C. S.N.C.	PIAZZA DELLA VITTORIA 34	-	95	95
ARRIBAS MOREDA MARIBEL	VIA SCLAVONS 24	-	93	93

Comune di CORDENONS

MORET RITA ANNA	VIA CAVOUR 19	-	92	92
SUPERMERCATI CADORO S.P.A.	VIA SCLAVONS 24	92	-	92
DE SANTI FLAVIO	VIA SCLAVONS 81	-	91	91
PILOT GALDINO	VIA MAZZINI 12	-	91	91
DE PICCOLI GIANCARLO	PIAZZA DELLA VITTORIA 18	-	91	91
VUERICH GIANNI	VIA SCLAVONS 172	-	90	90
AL BOTECON dei F.LLI MARIUZ S.N.C.	VIA SCLAVONS 63	82	8	90
CAPPIELLO MICHELA	VIA SCLAVONS 60	-	90	90
LA NUOVA PANETTERIA S.R.L.	VIA ROMANS 30	90	-	90
ARREDAMENTI BAGATELLA BRUNO	VIA DON MINZONI 20	-	90	90
MACELLERIA TROVO' di MARIA ANTONIETTA TROVO' & C. S.A.S.	VIA SCLAVONS 147	86	-	86
COSPALAT DEL FRIULI VENEZIA GIULIA	VIA SCLAVONS 22	85	-	85
DREAM VILLAGE S.R.L.	VIALE DEL BENESSERE 7	-	80	80
TECNOGREEN di TURRIN MAURO & C. S.N.C.	VIA VIAL DI ROMANS 107	-	78	78
ABITEX S.N.C. di SONIA E PAOLO BOZZOLAN	PIAZZA DELLA VITTORIA 63	-	75	75

BORTOLIN ELENA	VIA PASCOLI 1	73	2	75
LA GOLOSA S.N.C. di TRAVERSO GIANLUCA E C.	VIA LOZZETTA 41	71	1	72
SUPERMERCATI CADORO S.P.A.	VIA VIAL DI ROMANS 96	30	41	71
QUAS IMBALLAGGI di QUAS ELIO & C. S.N.C.	VIA AMMAN 14	-	70	70
SALBEGO GIAMBATTISTA	VIA MAZZINI 70	-	68	68
CARNIER ANTONELLA	VIA MARTIRI DELLA LIBERTA' 10	63	-	63
STILE ITALIANO S.R.L.	VIA SCLAVONS 5	-	63	63
SCIAN STEFANO	VIA SCLAVONS 125/A	-	63	63
FARMACIA PERISSINOTTI DI ANNA PERISSINOTTI & C. S.N.C.	VIA GIOTTO 24	63	-	63
TECNO BIKE DI MOZZON STEFANO	VIA SCLAVONS 176	-	62	62
PANIFICIO BUTTIGNOL S.N.C. di CIGNOLINI MARIO & C.	VIA SAN PIETRO 13	60	-	60
BODY CENTER S.N.C. di SCIAN EDI E C.	VIA NOGAREDO 78	-	60	60
VICENZUTTO DEMIS	VIA MAESTRA 178	-	60	60
BORTOLUS ANDREA	VIA SCLAVONS 206	-	59	59
ELIOTECNICA AL PARCO di TURCHET SANDRO E C. S.N.C.	PIAZZA DELLA VITTORIA 64	-	59	59

Comune di CORDENONS

SCIAN FABIA	PIAZZA DONATORI AVIS AIDO 2	-	58	58
SANTAROSSA DOMENICO	VIA STRADELLE 104	-	58	58
SACILOTTO ANGELO	VIA SCLAVONS 168	-	57	57
ZANCAI CLAUDIA	VIA MAZZINI 112	47	10	57
DE PIERO ORESTE	VIA SAN PIETRO 20	-	56	56
OTTICA DE MARCO DI MASSIMO DE MARCO & C.	VIA SCLAVONS 60/B	-	56	56
CASTIGLIONI MASSIMO	PIAZZA DELLA VITTORIA 86	2	53	55
SUPERMERCATI CADORO S.P.A.	VIA PASCH 110	46	9	55
FRATELLI FAVARO S.N.C. DI FAVARO CLAUDIO E MARCO	PIAZZA DELLA VITTORIA 13	-	55	55
COZZARIN ESTER	Piazza DELLA VITTORIA 13	-	55	55
ARGENTIN VILMA	VIA MARTIRI DELLA LIBERTA' 86	-	54	54
CORAI ANILA S.A.S. DI DE MARCHI ZERIO ARGENTINA & C.	PIAZZA DELLA VITTORIA 19	-	51	51
SCARAMUZZO MASSIMO	VIA SAN PIETRO 1	-	50	50
VERCESI ELEONORA	PIAZZA DELLA VITTORIA 34/2	-	50	50
FRASI S.R.L.	VIA SCLAVONS 87	50	-	50

ROSOLEN MARCO	VIA SCLAVONS 189	-	50	50
GEOS S.R.L.	PIAZZA DELLA VITTORIA 38	-	50	50
INDACO S.R.L.	VIA MAZZINI 81	25	25	50
MEGAVISION S.R.L.	PIAZZA DELLA VITTORIA 64	-	50	50
BUNA IVANA	VIA SCLAVONS 170	-	49	49
BORTOLIN EDDA	VIA SCLAVONS 215	-	48	48
BABYBIRBA DI ALZETTA KATIA	VIA SCLAVONS 182	-	48	48
SANTUZ MARIA CRISTINA	VIA SCLAVONS 189	-	46	46
MAIORANA CLAUDIA	VIA MONTE GRAPPA 37	-	46	46
CADAMURO EMI	VIALE DOLOMITI 21	-	46	46
DE PIERO MARA	PIAZZA DELLA VITTORIA 81	-	46	46
MORO ARREDA DI MORO GIANLUCA & C. S.N.C.	VIA SCLAVONS 16	-	46	46
INFOGROSS S.R.L.	VIA AMMAN 2	-	45	45
HOBBY FOTO S.N.C. DI COZZARIN LUIGI E ZORZETTO CARLA	PIAZZA DELLA VITTORIA 22	-	45	45
MARINO TIZIANA	VIA RISORGIMENTO 2	-	45	45

LE TENTAZIONI di SILVIA SACILOTTO & C. S.N.C.	VIA SCLAVONS 11	44	-	44
DORIGO FABIO	VIA BRAIDA FOENIS	-	44	44
PESCHERIE SACILOTTO S.R.L.	VIA DEL BENESSERE 18	43	-	43
CASAGRANDE MARIO	VIA SCLAVONS 18	43	-	43
FRANCESCHIN MARIA GRAZIA	PIAZZA DELLA VITTORIA 5	-	43	43
COTTIGA PAOLA	VIA SCLAVONS 25	-	42	42
MANFRIN ANNA MARIA	PIAZZA DELLA VITTORIA 58	-	42	42
MARIUZ ISABELLA	VIA STRADELLE 123	13	29	42
B.D. di BARONE DOMENICO E C. S.N.C.	VIA SCLAVONS 203	-	42	42
MOSO STEFANO	VIA SCLAVONS 85	-	42	42
CARAGLIU MORENO	PIAZZA DONATORI AVIS AIDO 4	-	42	42
LA BOTTEGA DEL TELEFONO DI BATTISTUZZI MARCO	PIAZZA DELLA VITTORIA 84	-	42	42
BURLINA MORENO	VIA SCLAVONS 196	1	40	41
FRIULCAL S.P.A.	VIA MARTIRI DELLA LIBERTA'	-	40	40
DEL ZOTTO GIUSEPPINA	PIAZZA DELLA VITTORIA 83	-	40	40

Comune di CORDENONS

MENCURRI CRISTINA	VIA ROMANS 28	-	40	40
PIGHIN RENATO	VIA BASSA DEL CUC 2/A	-	40	40
CIVICO 10 MOTORCYCLES DI BRUSTOLONI MARCO E COLAGUORI MAURO	VIA AMMAN 10	-	40	40
REGIONAL STORE DI CANTIELLO ORAZIO	VIA BRAIDA FOENIS 4	-	40	40
PASTICCERIA CAFFE' BUSATO S.N.C. di GIANFRANCO E M.T. BUSATO	PIAZZA DELLA VITTORIA 36/2	38	1	39
CIMAN SANDRO	VIA MONTE GRAPPA 99	39	-	39
GASTRONOMIA ROSTICCERIA DA STEFANO DI PINZIN STEFANO	VIA SAN GIOVANNI 17	38	-	38
BOCCALON VANNA	VIA SCLAVONS 208	38	-	38
COLAPIETRA GIOVANNA	VIA RISORGIMENTO 2	-	38	38
ELETTRICA AUTOMAZIONE S.A.S. DI PIVETTA DENIS	VIA BRAIDA FOENIS 6	-	37	37
P.F.A. POMPE FUNEBRI ASSOCIATE SAN MARCO S.R.L.	VIA MAZZINI 28	-	35	35
CARDIN ANTONELLO	PIAZZA DELLA VITTORIA 24	-	35	35
TAKE AWAY di SACCHINI LAURA E C. S.N.C.		-	35	35
TONET ANDREA	VIA MONTE GRAPPA 2	35	-	35
PASUT CATERINA	VIA SCLAVONS 103	-	35	35

FRIULPHONE S.R.L.	VIA SCLAVONS 125	-	35	35
LA GOLOSA S.N.C. DI TRAVERSO GIANLUCA & C.	VIALE DOLOMITI 31	35	-	35
LENTI MICHELA	VIA SCLAVONS 87	-	35	35
MATTIUZZI MARIELLA	VIA SCLAVONS 103	-	33	33
TURCHET SILVANA	VIA DELLA CARTIERA 40	-	32	32
ZAMBON OSCAR	VIA MARTIRI DELLA LIBERTA' 21	-	31	31
FRANCESCUT S.R.L.	VIA MAESTRA 177	-	31	31
MASCHERIN LAURA	VIA SCLAVONS 13	-	31	31
PERON MASSIMO	VIA MAESTRA 170	-	30	30
PADOVAN PAOLO	PIAZZA DELLA VITTORIA 83	-	30	30
RAMPOGNA MANUELA		28	2	30
FURLANETTO PAOLO	VIA SCLAVONS 9/A	-	30	30
ROYAL 1915 S.R.L.	VIA DELLE FORNACI 50	-	30	30
BIDINOST HERMAN	VIA BATTISTI 28	19	10	29
BRUNETTIN ORNELLA	VIA SCLAVONS 49	-	28	28

Comune di CORDENONS

MORETTO ROBERTO	VIA PASCH 114/A	-	28	28
DETERSIVITALY DI ALICE GIANNOTTO	VIA SCLAVONS 188	-	28	28
ME.TA. COMMERCIALE MATERIALI ELETTRICI S.R.L.	VIA CHIAVORNICCO 86	-	27	27
ROSSET DANIELA	PIAZZA DELLA VITTORIA 11	-	27	27
VIOLANTE PATRIZIO		-	24	24
MOLINARI DENIS	VIA SCLAVONS 33	-	23	23
GIORGINO DANIELE	VIA DANTE ALIGHIERI 32	-	22	22
BAVARESCO MARIALUCIA	VIA STRADELLE 123	-	22	22
CHRISTAL S.N.C. DI KOCI ETRIT & C. S.N.C.	VIA SCLAVONS 149	21	-	21
GIOTTO PIZZA DI NATALIA ANTONIO	VIA GIOTTO 18	21	-	21
BOER FRANCESCO E GEOM. MARIO S.N.C.	VIA STRINGHER 14	-	20	20
LEONE RENZO	VIA MAESTRA 161	20	-	20
PASQUALIGO ADRIANO	VIA BELLASIO 84	-	20	20
PTSHOP S.P.A.	VIA MARTIRI DELLA LIBERTA' 26	-	20	20
LATTERIA SAN PIETRO DI BORASO SONIA E ZANCHETTA BARBARA S.N.C.	VIA SAN PIETRO 27	20	-	20

PANIFICIO PIAIA ANDREA S.N.C. di PIAIA GIANPAOLO & C.	PIAZZA DELLA VITTORIA 102	18	-	18
DAL BEN ANTONIO	VIA STRADELLE 102	-	18	18
BARITUSSIO LORIS	VIA SANTACATERINA 3	-	16	16
G.L.D. SERVICE S.A.S. DI DAZZAN GIANNINO	VIA BENEDETTO CROCE 3	-	16	16
NAPPO GIUSEPPE	PIAZZA DELLA VITTORIA 88	-	15	15
PANIFICIO PLETTI di PLETTI MAURIZIO & C. S.N.C.	VIA N.SAURO 2	15	-	15
DELLA ZOTTA GIANCARLO	VIA SCLAVONS 100	-	15	15
VIVIAN ERMINIO	VIA PIAVE 80	-	15	15
VETTOR FLAVIO		-	15	15
SEMPRONI MICHELA	VIA MONTE GRAPPA 74	-	15	15
FRANCESCUT SERGIO	VIA RISORGIMENTO 23	-	14	14
A.C.M.A. di DE PIERO ANTONIO & C. S.N.C.	VIA BRAIDA FOENIS 85	-	13	13
TAURINO STEFANO	VIA NOGAREDO 64	-	12	12
INGUSCIO LORENZA	PIAZZA DELLA VITTORIA 32/1	10	-	10
DE ANNA AMBROGIO S.N.C. di AMBROGIO DE ANNA & C.	VIA DELLE SORGENTI 19	-	10	10

RED POINT S.N.C. di TURRIN EZIO E C.	VIA SCLAVONS 38	-	10	10
B. E V. S.N.C. DI VOLPE CARLO & C.	VIA CHIAVORNICCO 40/A	-	10	10
DE LORENZO DANILO	VIA SCLAVONS 105	-	9	9
CATTARUZZA MICHELE	VIA MAZZINI 73	5	-	5
BOLLE BLU DI GIROLAMO MANOLA	VIA MONTE GRAPPA 89	-	4	4
MIRO' S.N.C. DI BASSETTO MICHELA E CARLINO ROBERTA	VIA MAZZINI 75	-	3	3
SALONE GINO S.A.S. DI FURLANETTO GESSICA & C.	VIA CERVEL 1/CD	-	3	3
PASIANI SANDRA	VIA ROMANS 34	-	3	3
COCOLA GIOVANNI	VIA SCLAVONS 22	-	3	3
CARNABY STREET PARRUCCHIERI DI INFANTI LORIS E C. S.N.C.	PIAZZA DELLA VITTORIA 16	-	3	3
BIANCHETTIN MARINELLA	PIAZZA DELLA VITTORIA 34/1	-	2	2
POLO GIANCARLO	VIA PORTOLANA 48	-	2	2
BOMBEN CATERINA	VIA SCLAVONS 141/2	-	2	2
CAPUTO ANDREA	VIA MAZZINI 84	-	2	2
OZCELIK SAHIN	VIA MAZZINI 84	2	-	2

GIROLAMO MANOLA	VIA MONTE GRAPPA 89	-	2	2
PERIN ARIANNA	VIA SCLAVONS 141	-	2	2
PIZZATIME S.A.S. DI BEAN GIOVANNA E C.	VIA MAESTRA 139	2	-	2
BIANCHETTIN MARINELLA	PIAZZA DELLA VITTORIA 34	-	2	2
GARDONIO ELENA MOSAICI	VIA MAZZINI 78	2	-	2
CEPELLIN CRISTIANA	VIA MONTELLO 19	-	1	1
TURRIN ANNA	VIALE SCLAVONS 114		1	1

**SOSPESA**

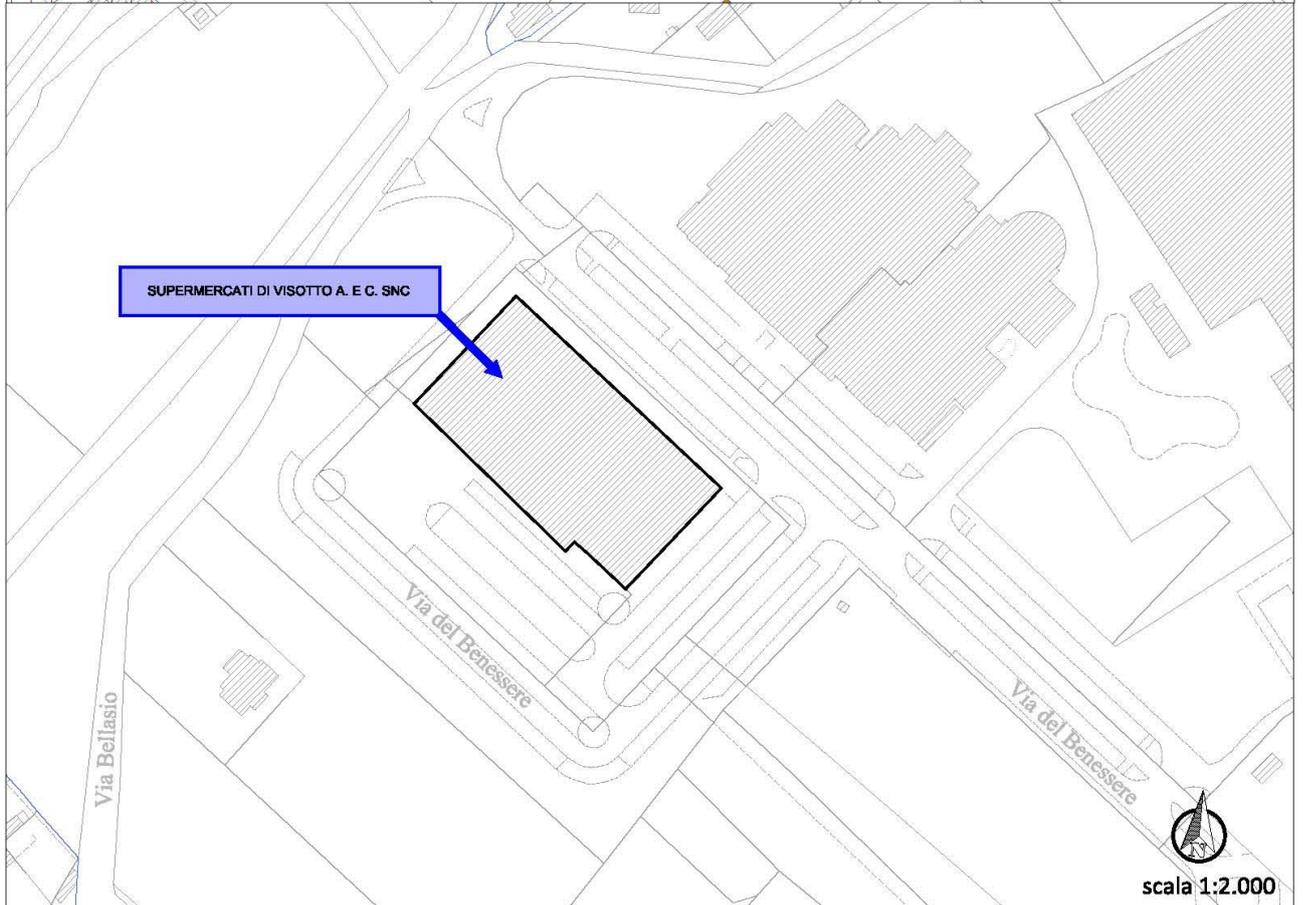
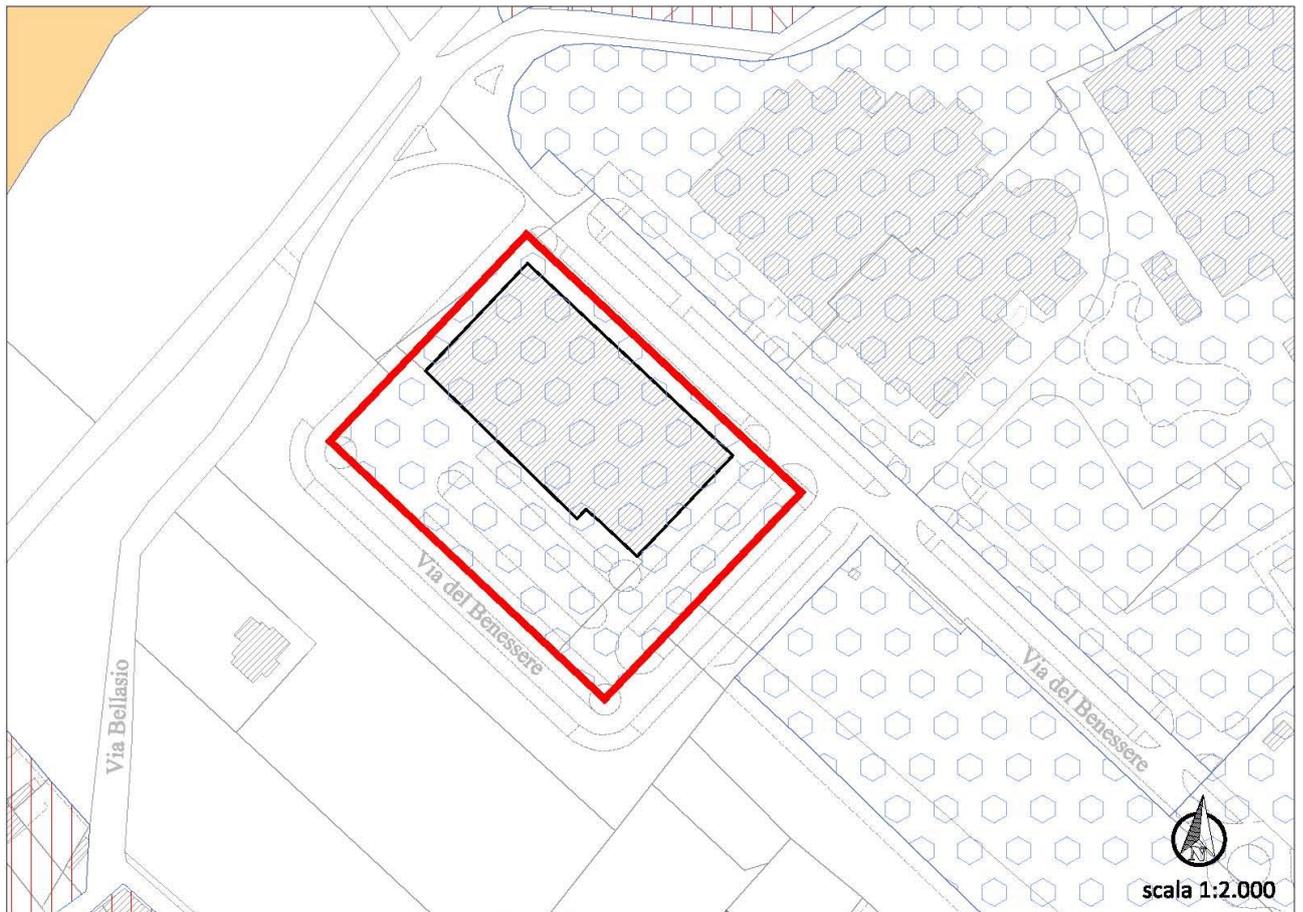
DITTA	UBICAZIONE NEGOZIO	SUPERFICI VENDITA		
		MQ ALIMEN.	MQ NON ALIMEN.	MQ TOTALI
ASPIAG SERVICE S.R.L.	VIA SAN GIOVANNI 49	369	229	598

**B – UBICAZIONE ATTUALI AZIENDE CON SUPERFICIE DI VENDITA SUPERIORE A 400 MQ.**

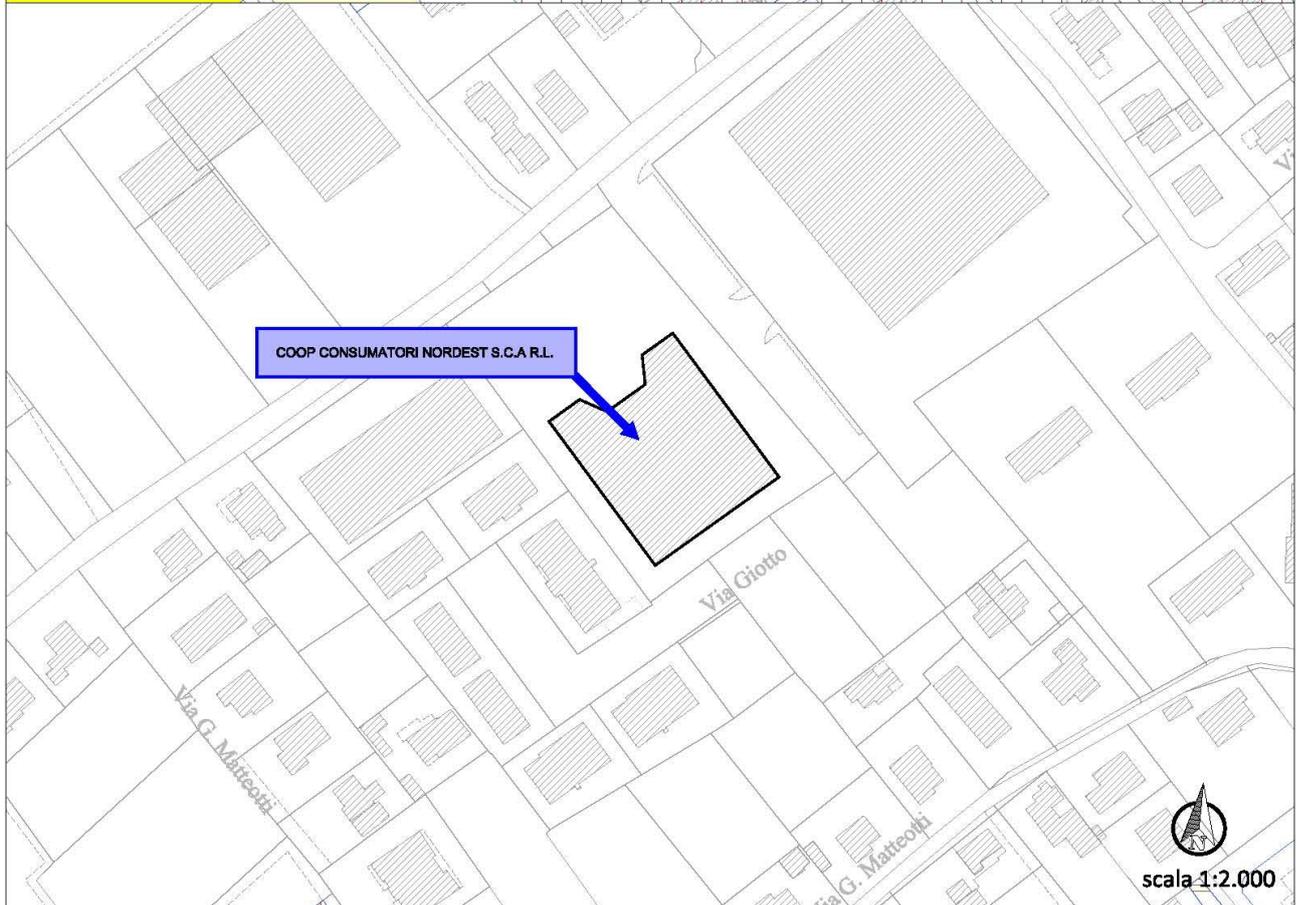
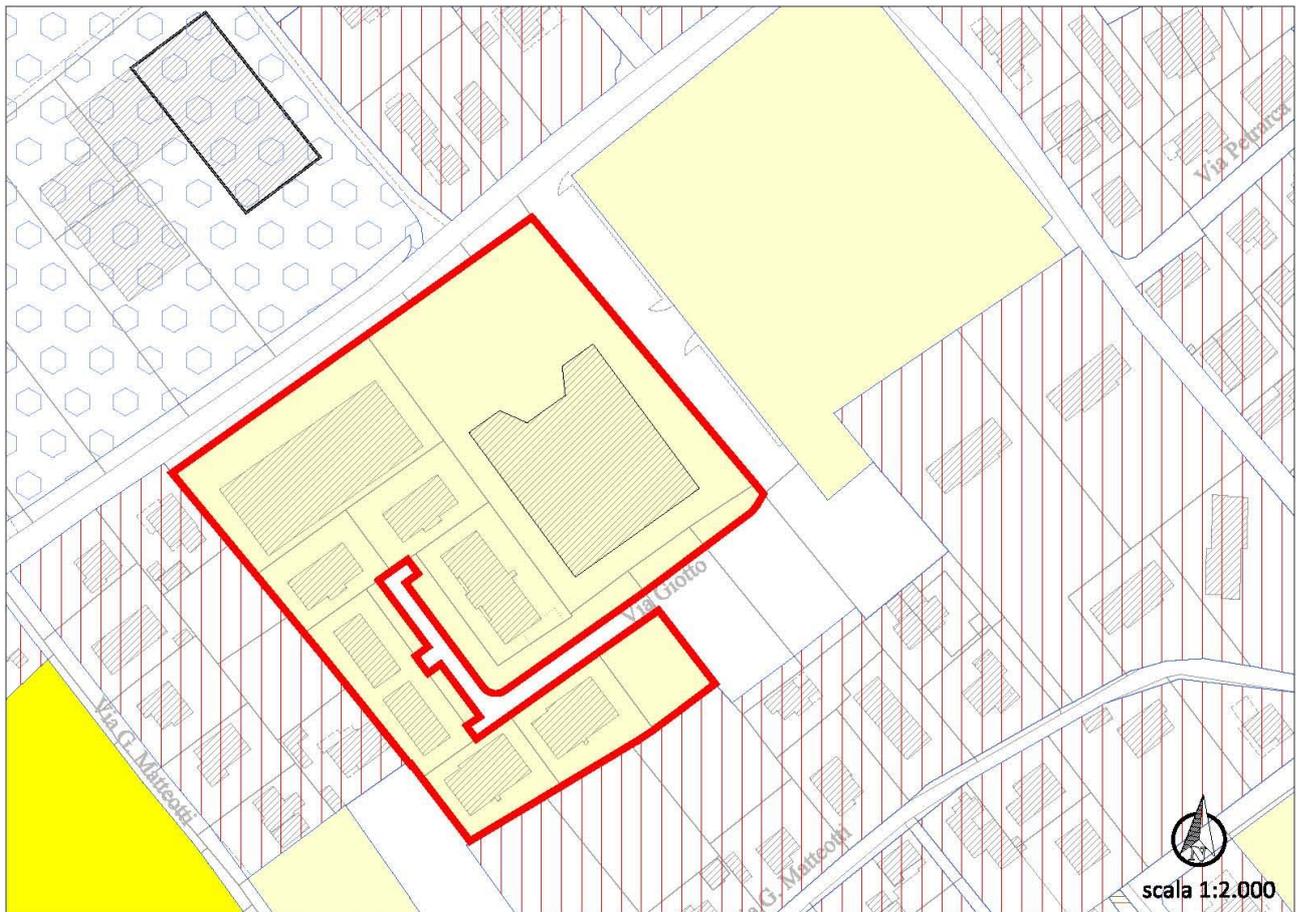


**C – SCHEDE CONOSCITIVE AZIENDE SUPERIORI A 400 MQ. DI VENDITA**

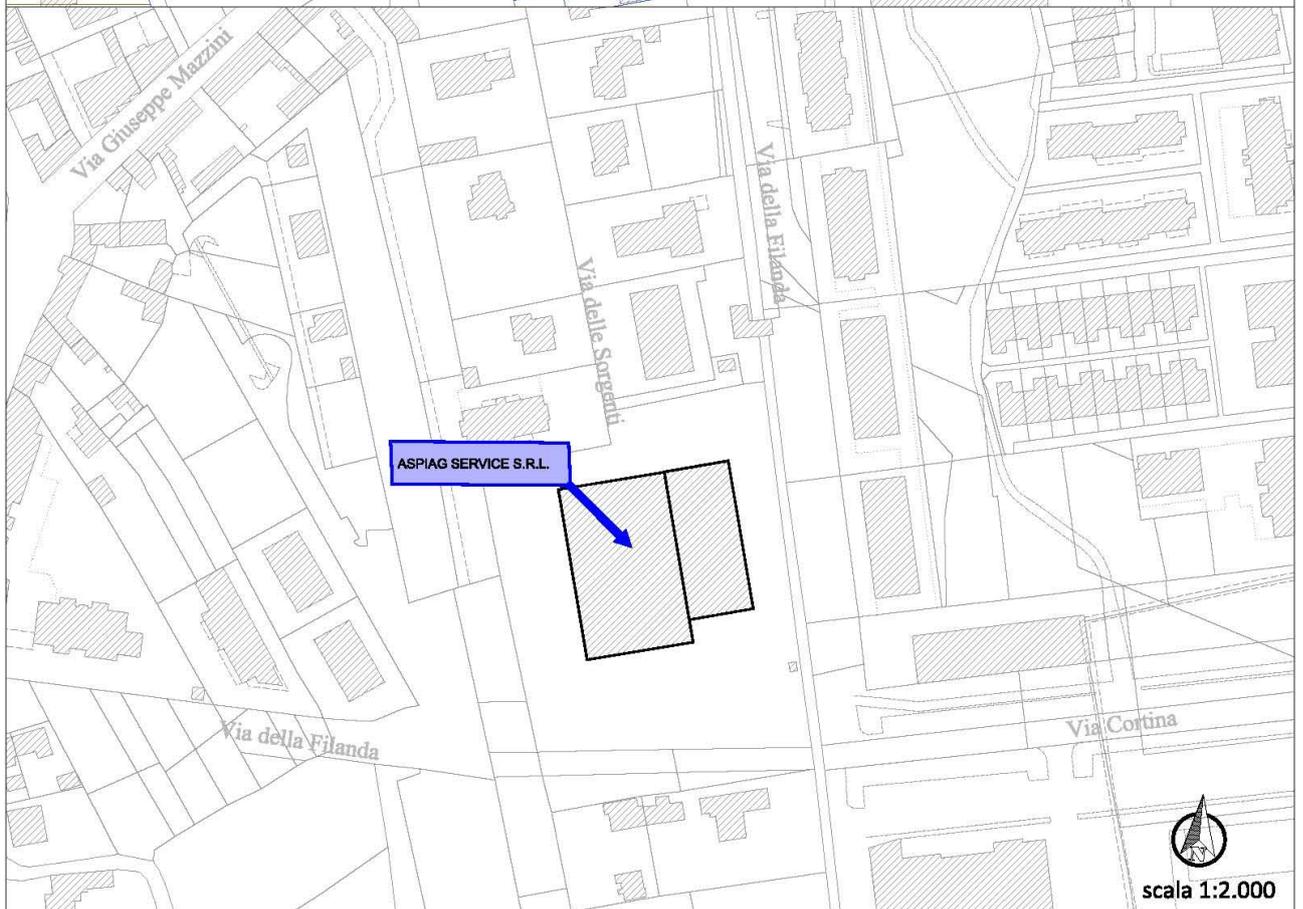
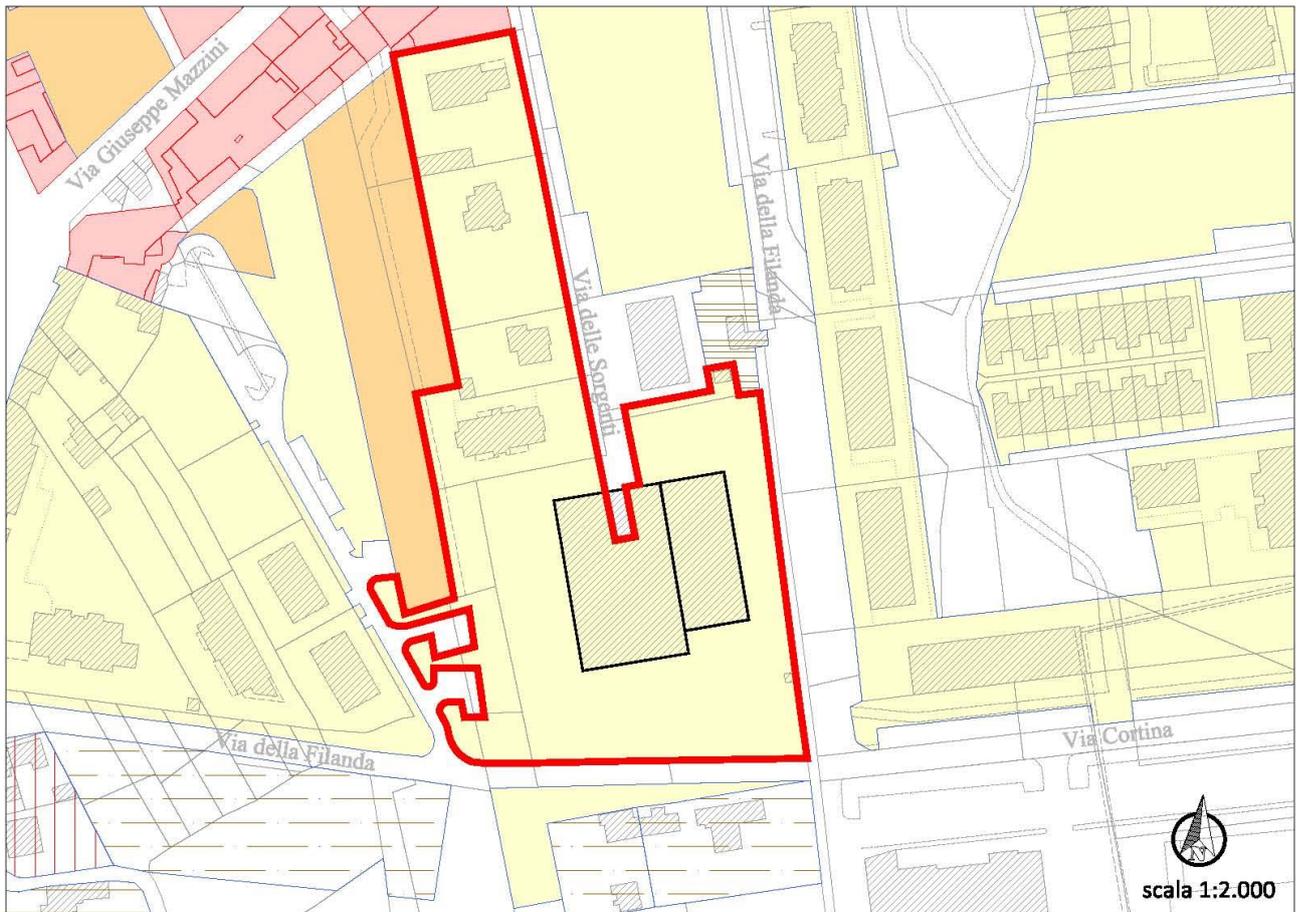
<b>N.RO DENOMINAZIONE</b>	<b>1 - SUPERMERCATI DI VISOTTO A. E C. S.N.C.</b>		
<b>INDIRIZZO</b>	<b>Viale del Benessere, 20</b>		
<b>TIPOL./ MQ. VENDITA</b>	<b>MISTA – Totale 2.100 mq. (1.089 alim. + 1.011 non alim.)</b>		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
<b>PARCHEGGIO</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	POSTI AUTO	
	NO <input type="checkbox"/>	280	
<b>PRESENZA DI NEGOZI</b>	BASSA <input checked="" type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA	<input type="checkbox"/>
	MEDIA <input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA	<input type="checkbox"/>
	ALTA <input type="checkbox"/>		
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)</b>	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="5"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="5"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="5"/>
<b>ACCESSIBILITA'</b>	BASSA <input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA	<input type="checkbox"/>
	MEDIA <input checked="" type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA	<input type="checkbox"/>
	ALTA <input type="checkbox"/>		
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input checked="" type="checkbox"/>
	VIA DI SERVIZIO LOCALE		<input checked="" type="checkbox"/>
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'AREA</b>	ARREDO URBANO <input type="text" value="5"/>	(da 1 a 5)	
	STRUTTURA ISOLATA <input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO	<input type="checkbox"/>
	C.C. <input type="checkbox"/>	ALTRO	<input type="checkbox"/>
<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>Di/H.1 – Ambiti per insediamenti misti</b>		
<b>FOTO</b>			



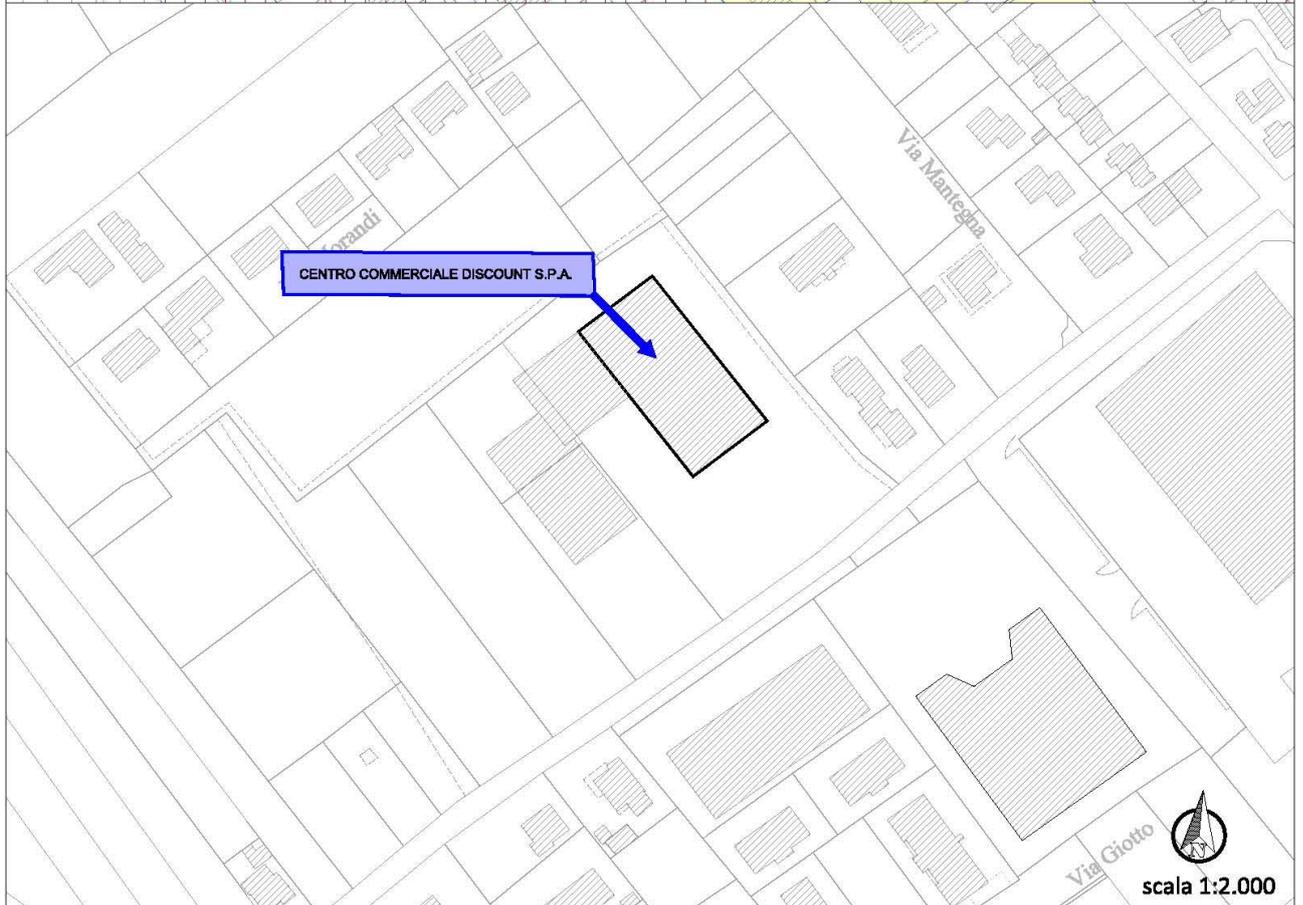
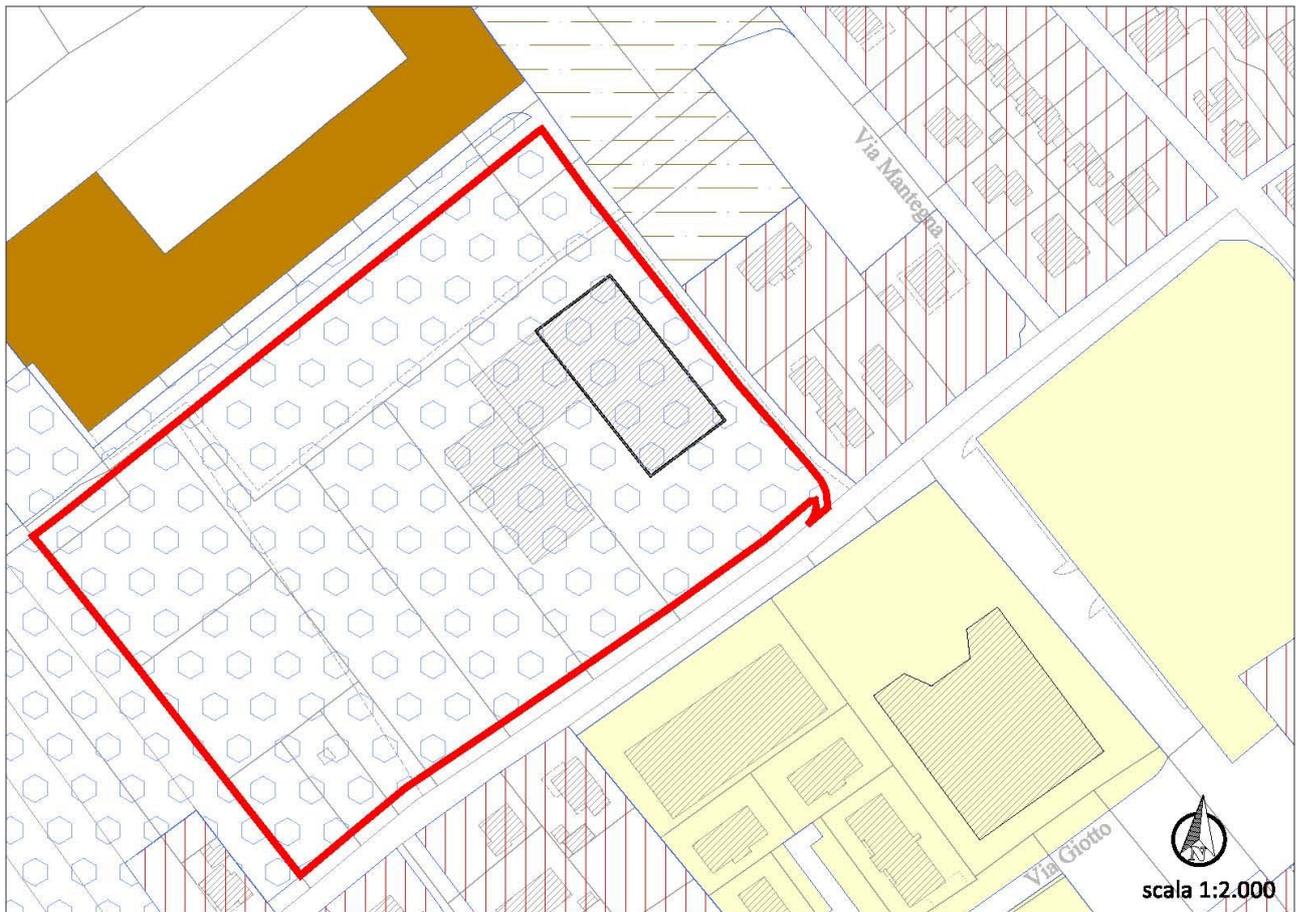
<b>N.RO DENOMINAZIONE</b>	<b>2 - COOP CONSUMATORI NORDEST S.C.A R.L.</b>		
<b>INDIRIZZO</b>	<b>Via Giotto, 26</b>		
<b>TIPOL./ MQ. VENDITA</b>	<b>MISTA – Totale 2.100 mq. (1.089 alim. + 1.011 non alim.)</b>		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
<b>PARCHEGGIO</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	POSTI AUTO	
	NO <input type="checkbox"/>	280	
<b>PRESENZA DI NEGOZI</b>	BASSA <input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA	<input type="checkbox"/>
	MEDIA <input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA	<input checked="" type="checkbox"/>
	ALTA <input type="checkbox"/>		
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)</b>	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="4"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="5"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="5"/>
<b>ACCESSIBILITA'</b>	BASSA <input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA	<input type="checkbox"/>
	MEDIA <input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA	<input checked="" type="checkbox"/>
	ALTA <input type="checkbox"/>		
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input checked="" type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input type="checkbox"/>
	VIA DI SERVIZIO LOCALE		<input type="checkbox"/>
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'AREA</b>	ARREDO URBANO <input type="text" value="5"/>	(da 1 a 5)	
	STRUTTURA ISOLATA <input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO	<input type="checkbox"/>
	C.C. <input type="checkbox"/>	ALTRO	<input type="checkbox"/>
<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>C.0 – Residenziale con Piani Attuativi Vigenti</b>		
<b>FOTO</b>			



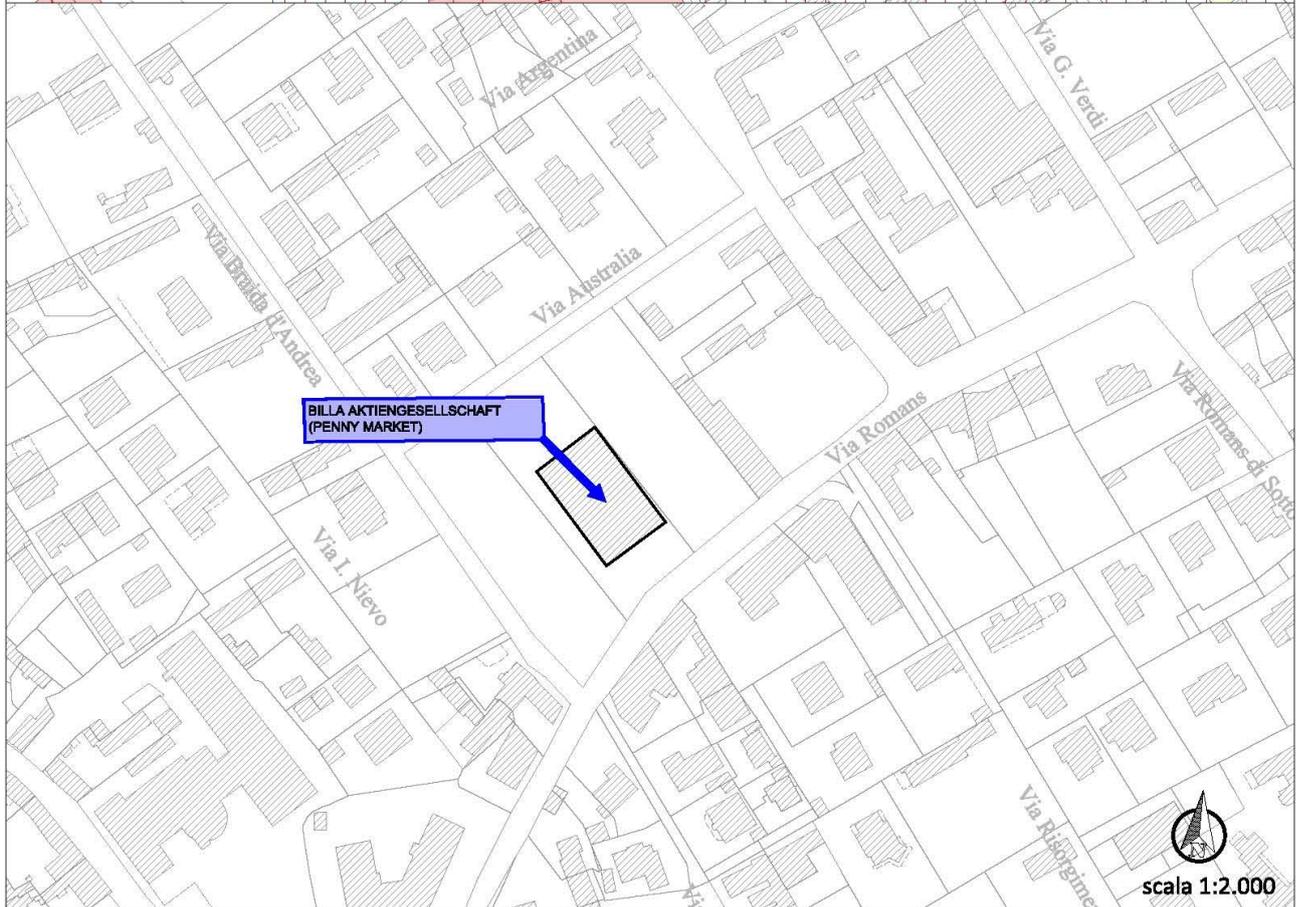
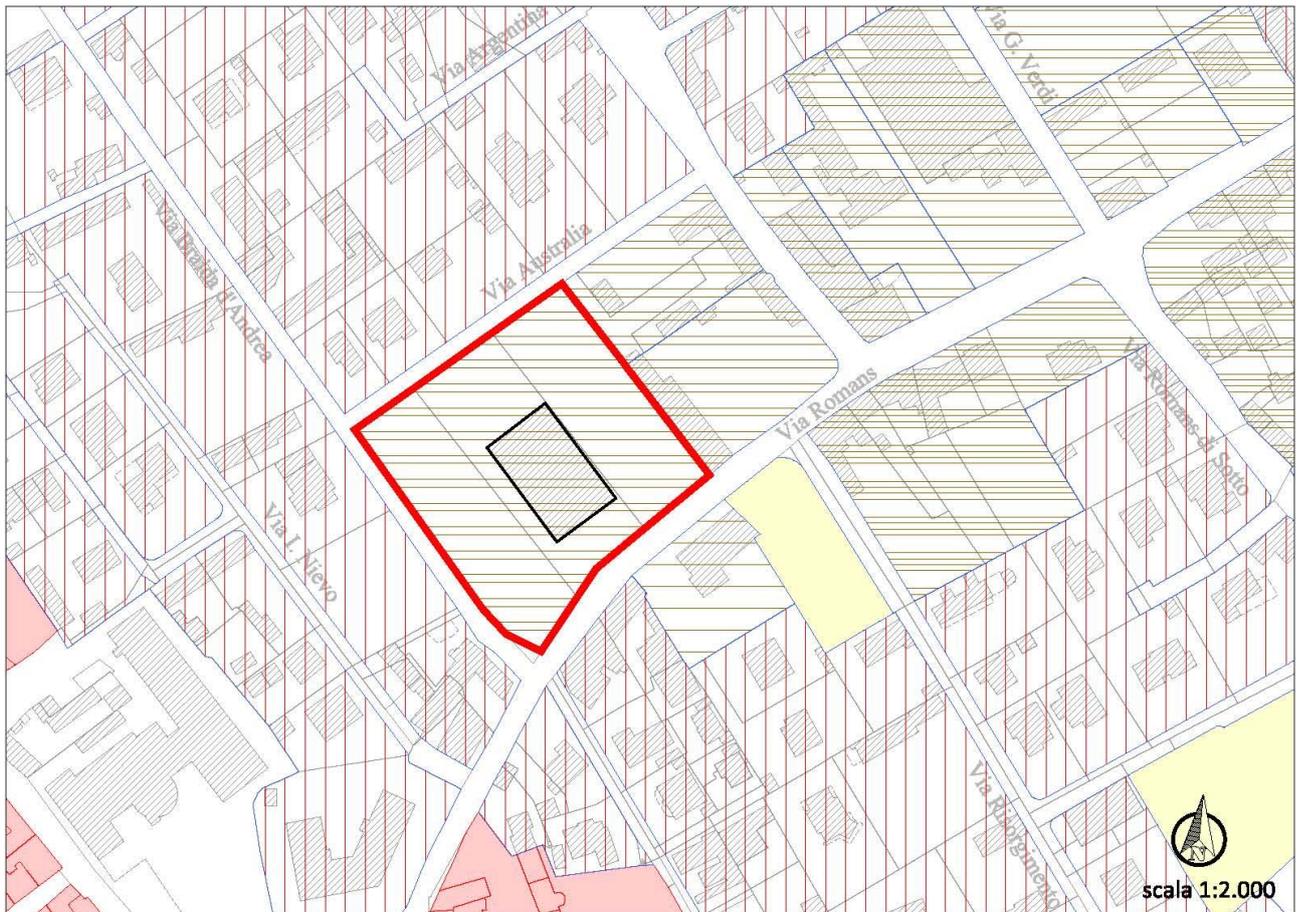
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>3 - ASPIAG SERVICE S.R.L.</b>		
<b>INDIRIZZO</b>	<b>Via della Filanda, 4/B</b>		
<b>TIPOLOGIA/ MQ. VENDITA</b>	<b>MISTA - Totale 1.034 mq. (690 alim. + 344 non alim.)</b>		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
<b>PARCHEGGIO</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	POSTI AUTO
	NO	<input type="checkbox"/>	85
<b>PRESENZA DI NEGOZI</b>	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input checked="" type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)</b>	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="5"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="5"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="5"/>
<b>ACCESSIBILITA'</b>	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input checked="" type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input type="checkbox"/>
VIA DI SERVIZIO LOCALE		<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'AREA</b>	ARREDO URBANO	<input type="text" value="5"/>	(da 1 a 5)
	STRUTTURA ISOLATA	<input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO <input type="checkbox"/>
	C.C.	<input type="checkbox"/>	ALTRO <input type="checkbox"/>
<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>C.0 – Residenziale con Piani Attuativi Vigenti</b>		
<b>FOTO</b>			



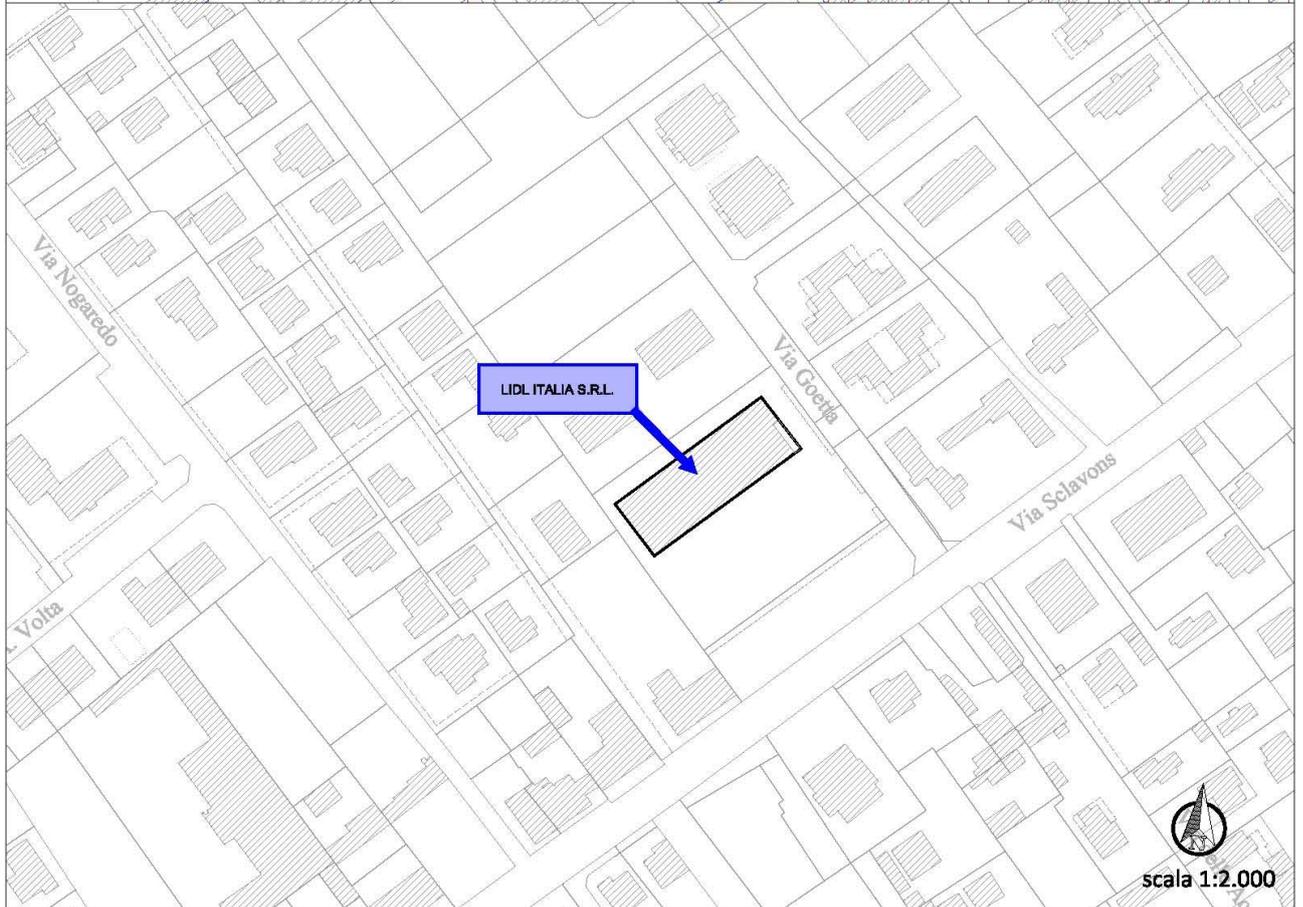
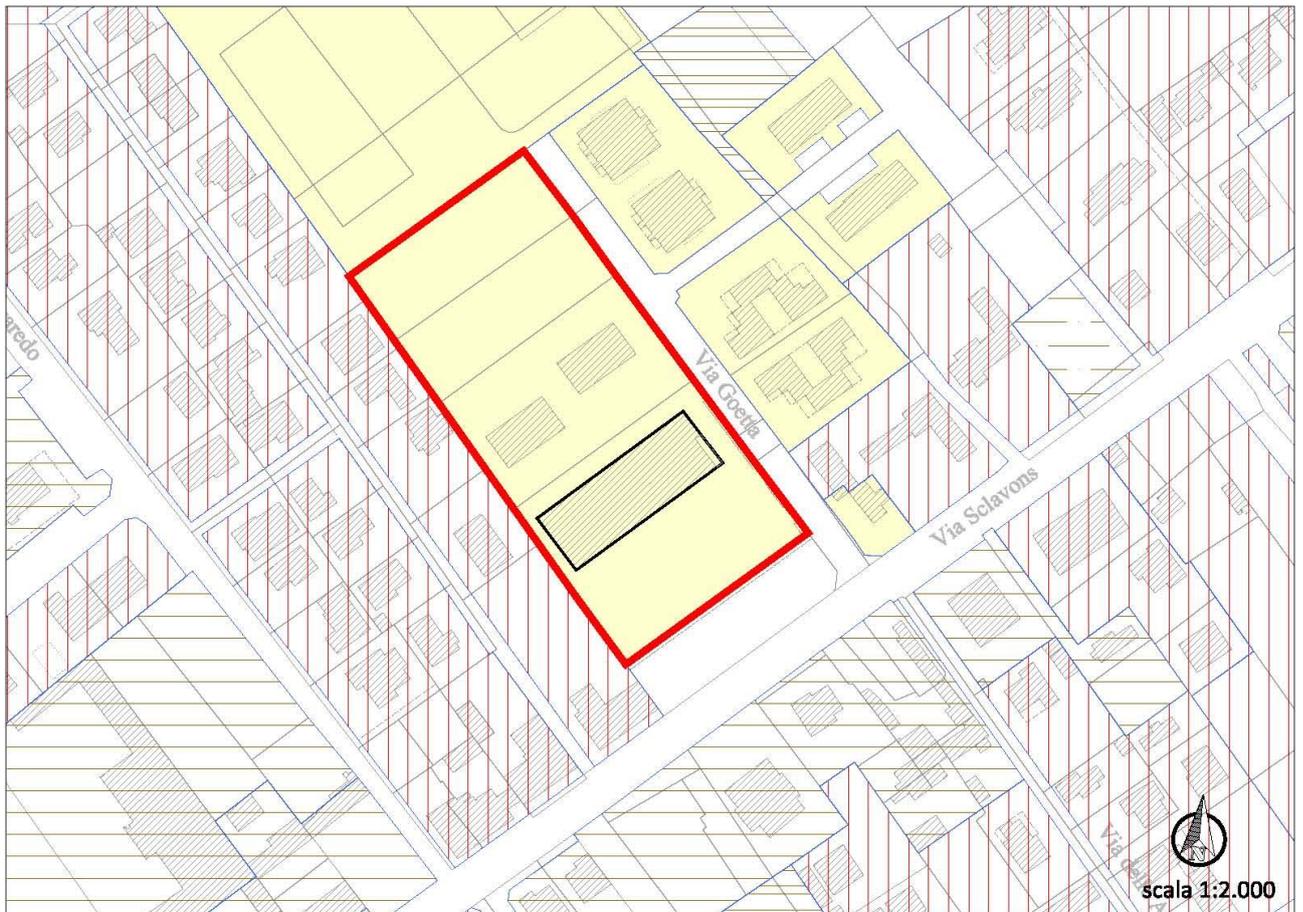
DENOMINAZIONE	4 - CENTRO COMMERCIALE DISCOUNT S.P.A.		
INDIRIZZO	Via Maestra, 198		
TIPOL./ MQ. VENDITA	MISTA – Totale 1.000 mq. (700 alim. + 300 non alim.)		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
PARCHEGGIO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	POSTI AUTO
	NO	<input type="checkbox"/>	60
PRESENZA DI NEGOZI	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input checked="" type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="5"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="5"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="5"/>
ACCESSIBILITA'	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input checked="" type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input type="checkbox"/>
CARATTERI ESTERNI DELL'AREA	ARREDO URBANO	<input type="text" value="5"/>	(da 1 a 5)
	STRUTTURA ISOLATA	<input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO <input type="checkbox"/>
	C.C.	<input type="checkbox"/>	ALTRO <input type="checkbox"/>
ZONA URBANSITICA	Di/H.8 – Ambiti per insediamenti misti		
FOTO			



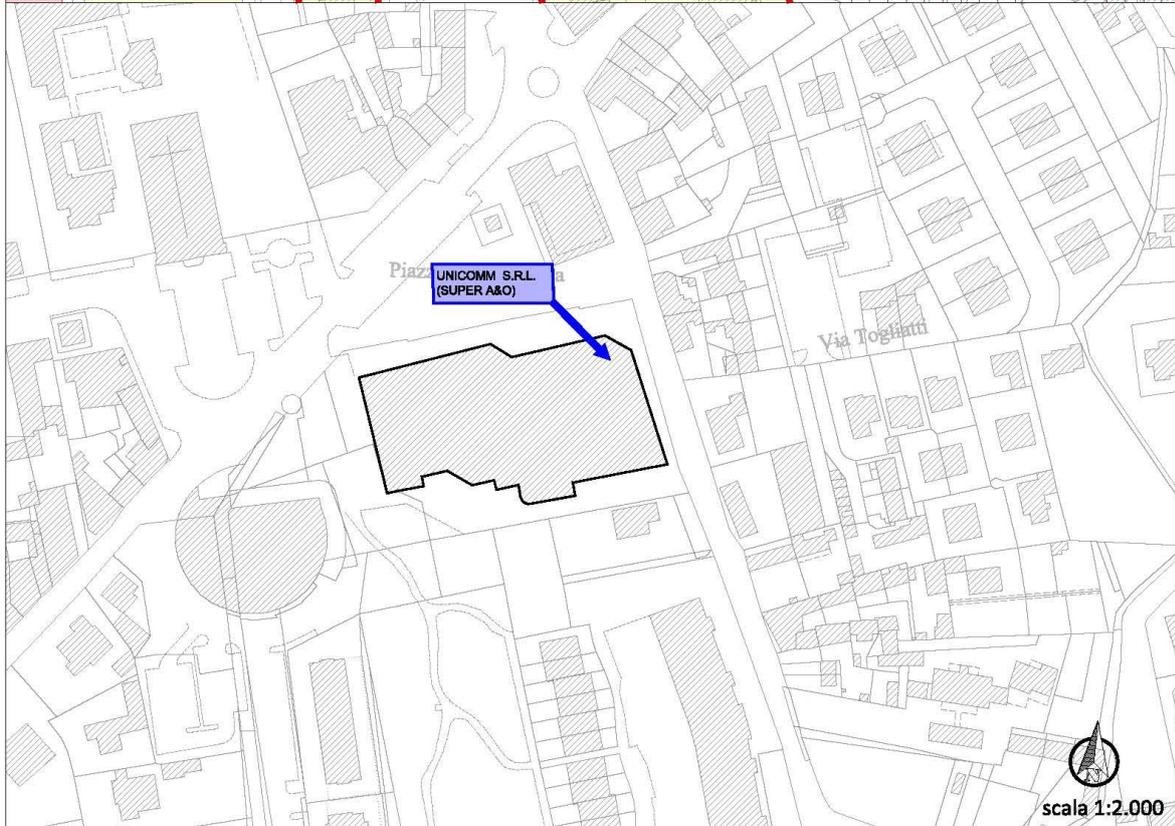
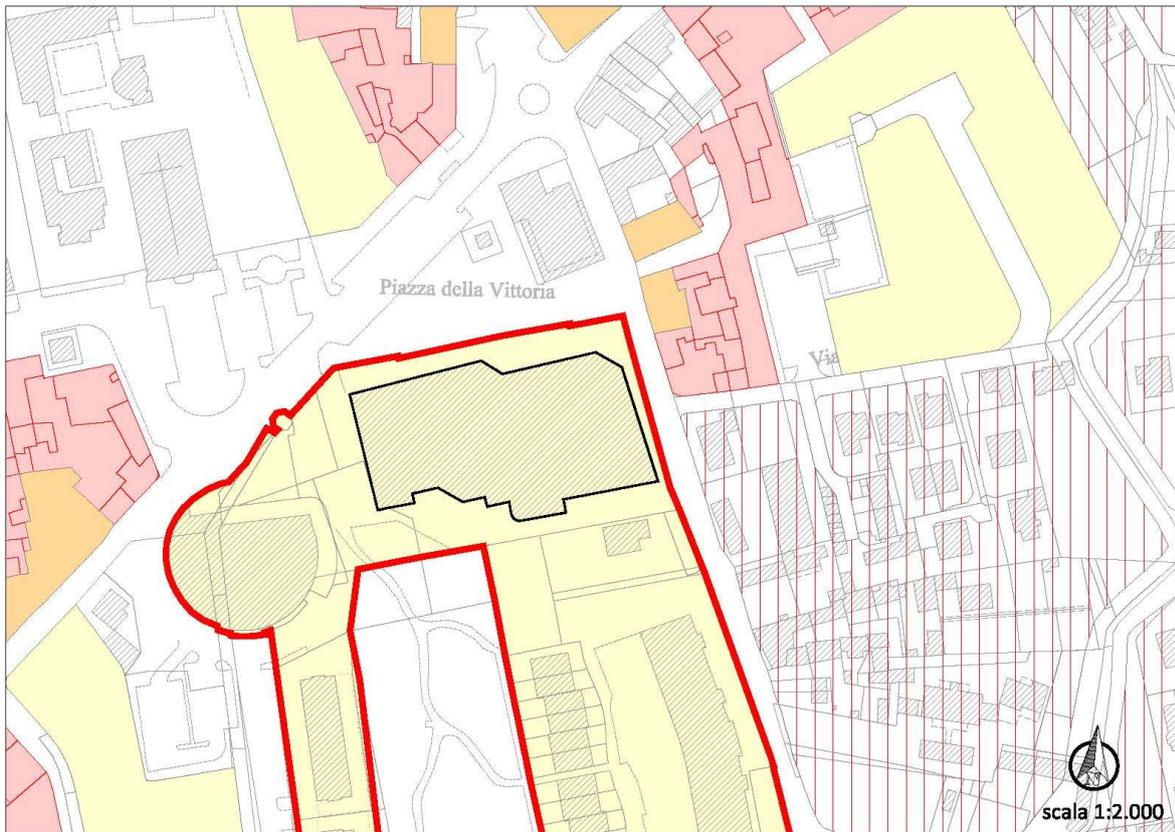
DENOMINAZIONE	5 - BILLA AKTIENGESELLSCHAFT (PENNY MARKET)		
INDIRIZZO	Via Sclavons, 8		
TIPOLOGIA/ MQ. VENDITA	MISTA – Totale 807 mq. (607 alim. + 200 non alim.)		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
PARCHEGGIO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	POSTI AUTO
	NO	<input type="checkbox"/>	40
PRESENZA DI NEGOZI	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input checked="" type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="5"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="5"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="5"/>
ACCESSIBILITA'	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input checked="" type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input checked="" type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input checked="" type="checkbox"/>
VIA DI SERVIZIO LOCALE		<input type="checkbox"/>	
CARATTERI ESTERNI DELL'AREA	ARREDO URBANO	<input type="text" value="5"/>	(da 1 a 5)
	STRUTTURA ISOLATA	<input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO <input type="checkbox"/>
	C.C.	<input type="checkbox"/>	ALTRO <input type="checkbox"/>
ZONA URBANISTICA	B.C.3.2 – Residenziale semintensiva		
FOTO			



<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>6 - LIDL ITALIA S.R.L.</b>		
<b>INDIRIZZO</b>	<b>Via Goetta, 5</b>		
<b>TIPOL./ MQ. VENDITA</b>	<b>MISTA – Totale 800 mq. (444 alim. + 356 non alim.)</b>		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
<b>PARCHEGGIO</b>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	POSTI AUTO
	NO	<input type="checkbox"/>	100
<b>PRESENZA DI NEGOZI</b>	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input checked="" type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)</b>	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="5"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="4"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="4"/>
<b>ACCESSIBILITA'</b>	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input checked="" type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input type="checkbox"/>	
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input checked="" type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input type="checkbox"/>
	VIA DI SERVIZIO LOCALE		<input type="checkbox"/>
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'AREA</b>	ARREDO URBANO	<input type="text" value="4"/> (da 1 a 5)	
	STRUTTURA ISOLATA	<input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO <input type="checkbox"/>
	C.C.	<input type="checkbox"/>	ALTRO <input type="checkbox"/>
<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>C.0 – Residenziale con Piani Attuativi Vigenti</b>		
<b>FOTO</b>			



<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>7 - UNICOMM S.R.L. (SUPER A&amp;O)</b>		
<b>INDIRIZZO</b>	<b>Piazza della Vittoria, 3</b>		
<b>TIPOL./ MQ. VENDITA</b>	<b>MISTA – Totale 547 mq. (342 alim. + 205 non alim.)</b>		
<b>ULTERIORI INFORMAZIONI E CARATTERISTICHE</b>			
<b>PARCHEGGIO</b>	SI	<input type="checkbox"/>	POSTI AUTO
	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	—
<b>PRESENZA DI NEGOZI</b>	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'IMMOBILE (da 1 a 5)</b>	STATO DI CONSERVAZIONE		<input type="text" value="4"/>
	SEGNALETICA		<input type="text" value="3"/>
	IMMAGINE COMPLESSIVA		<input type="text" value="4"/>
<b>ACCESSIBILITA'</b>	BASSA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-BASSA <input type="checkbox"/>
	MEDIA	<input type="checkbox"/>	MEDIO-ALTA <input type="checkbox"/>
	ALTA	<input checked="" type="checkbox"/>	
	DIRETTRICE DI ACCESSO ALLA CITTA'		<input type="checkbox"/>
	VIA DI ATTRAVERSAMENTO INTERNO		<input type="checkbox"/>
	VIA DI SERVIZIO LOCALE		<input type="checkbox"/>
<b>CARATTERI ESTERNI DELL'AREA</b>	ARREDO URBANO	<input type="text" value="4"/>	(da 1 a 5)
	STRUTTURA ISOLATA	<input checked="" type="checkbox"/>	AGGLOMERATO TERZIARIO <input type="checkbox"/>
	C.C.	<input type="checkbox"/>	ALTRO <input type="checkbox"/>
<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>C.0 – Residenziale con Piani Attuativi Vigenti</b>		
<b>FOTO</b>			



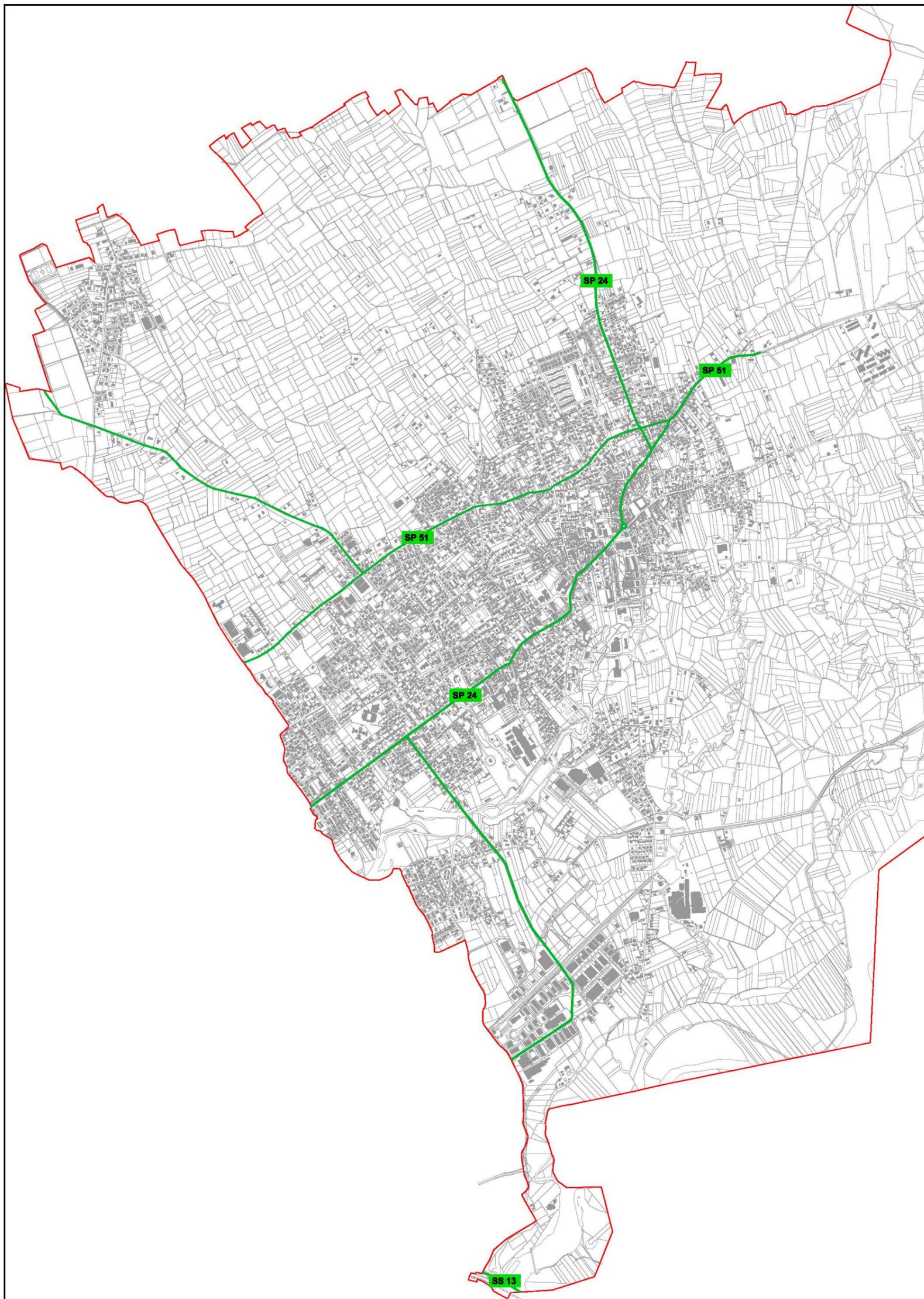
**D – ANALISI DELLE VIGENTI NORME URBANISTICHE (ZONIZZAZIONE COMPATIBILE CON IL COMMERCIO AL MINUTO)**

<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>V</b> Esercizio di vicinato Con superficie di vendita fino a 250 mq.	<b>M1</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 250 e fino a 400 mq.	<b>M2</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 400 e fino a 1.500 mq.	<b>G1</b> Grande struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 1.500 e fino a 5.000 mq. coperti	<b>G2</b> Grande struttura di vendita Con superficie coperta superiore a 5.000 mq.
<b>A.1 – A.0 (art. 46)</b> Di antico impianto	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B0 (art. 56)</b> Di recupero e di riqualificazione	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B (art. 57)</b> Di completamento e di saturazione	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.1 (art.)</b> Residenziale confermativa, estensiva di saturazione	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.2 (art. 59)</b> Residenziale estensiva di saturazione a bassa densità edilizia	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.3 (art. 60)</b> Residenziale semintensiva di completamento	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.4.E (art. 61)</b> Degli edifici situati a gruppi o isolatamente in territorio extraurbano	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>

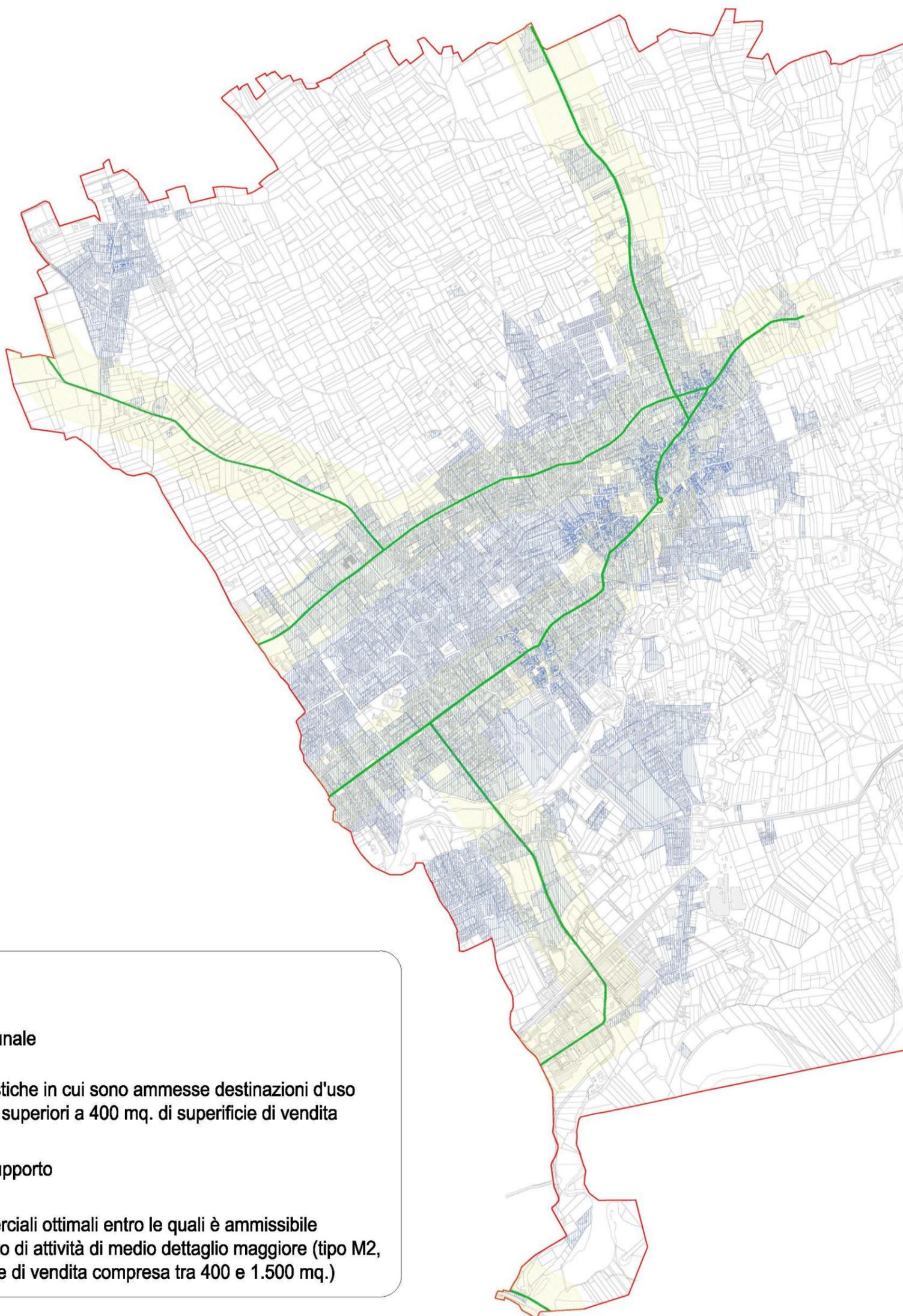
<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>V</b> Esercizio di vicinato Con superficie di vendita fino a 250 mq.	<b>M1</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 250 e fino a 400 mq.	<b>M2</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 400 e fino a 1.500 mq.	<b>G1</b> Grande struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 1.500 e fino a 5.000 mq. coperti	<b>G2</b> Grande struttura di vendita Con superficie coperta superiore a 5.000 mq.
<b>B.5 (art. 62)</b> Residenziale intensiva di completamento	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.6 (art. 63)</b> Residenziale mista semintensiva di completamento	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.7 (art. 64)</b> Residenziale mista ad alta intensità	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.8 (art. 65)</b> Residenziale mista a bassa intensità	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>B.C (da art. 66 a art.69)</b> Residenziale di nuova edificazione <i>Secondo le previsioni dei singoli ambiti</i>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>C (da art. 70 ad art.72)</b> Di espansione <i>Secondo le previsioni delle singole sottozone C.0 e C.1</i>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO</b>
<b>D (da art.73 ad art.80)</b> Centro artigianale ed aree produttive	Solo nella zona <b>D.2</b> (art.76) è ammessa la commercializzazione dei prodotti delle attività insediate				
<b>E (da art.81 ad art.97)</b> Per l'agricoltura e la zootecnia	Solo nelle zone <b>E.5</b> (art. 95) ed <b>E-6</b> (art.96) è' ammessa la commercializzazione dei prodotti agricoli e forestali				

<b>ZONA URBANISTICA</b>	<b>V</b> Esercizio di vicinato Con superficie di vendita fino a 250 mq.	<b>M1</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 250 e fino a 400 mq.	<b>M2</b> Media struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 400 e fino a 1.500 mq.	<b>G1</b> Grande struttura di vendita Con superficie di vendita sup. a 1.500 e fino a 5.000 mq. coperti	<b>G2</b> Grande struttura di vendita Con superficie coperta superiore a 5.000 mq.
<b>F (da art.98 ad art.104)</b> Ambiti di tutela ambientale	NON è ammessa alcuna forma di commercializzazione				
<b>G (art. 104)</b> Per insediamenti ed attrezzature turistiche (solo negli ambiti G.4 e G.5)	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	NO	NO
<b>Di/H (art. 105)</b> Miste plurifunzionali Secondo le previsioni dei singoli ambiti {*} Solo nell'ambito Di/H.1	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI {*</b>	NO

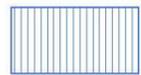
E – CARTOGRAFIA ASSI VIARI PRINCIPALI (CON FUNZIONI COMMERCIALI)



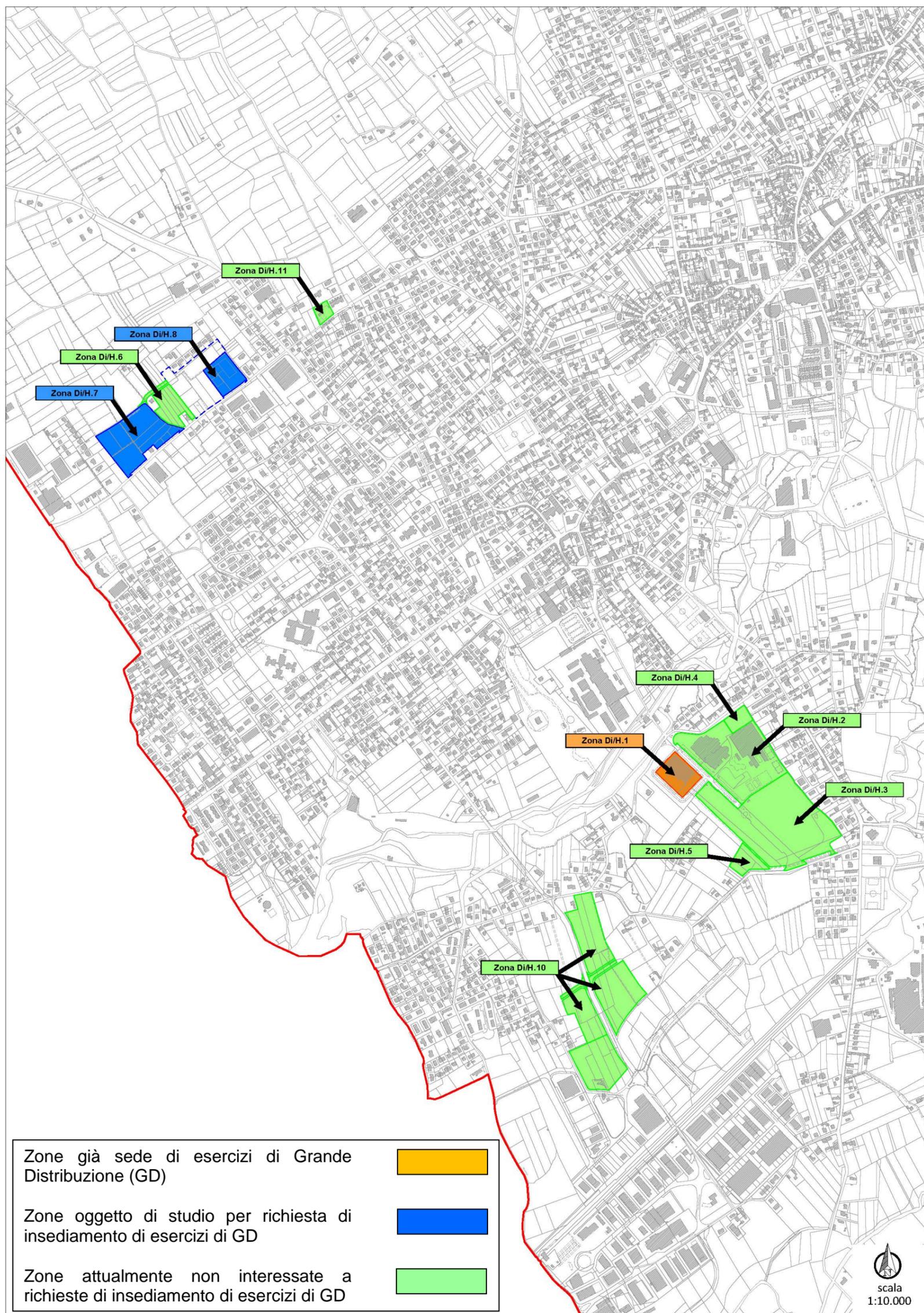
F – CARTOGRAFIA DI GESTIONE DEL SETTORE DEL MEDIO DETTAGLIO MAGGIORE o M2



**LEGENDA**

-  confine comunale
-  Zone urbanistiche in cui sono ammesse destinazioni d'uso commerciali superiori a 400 mq. di superficie di vendita
-  Viabilità di supporto
-  Zone commerciali ottimali entro le quali è ammissibile l'insediamento di attività di medio dettaglio maggiore (tipo M2, con superficie di vendita compresa tra 400 e 1.500 mq.)

G - ZONE URBANISTICHE COMPATIBILI CON LO SVILUPPO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE (di cui all'art.105 PRGC)



## H – VALUTAZIONE/STIMA DEL NUMERO DI CONSUMATORI (=VEICOLI) INGENERATI DALLE NUOVE STRUTTURE DI VENDITA NELLE SINGOLE ZONE COMMERCIALI

### METODOLOGIA

Utilizzando dei parametri econometrici largamente sperimentati a livello regionale, che legano il giro d'affari minimo della nuova iniziativa a dei valori medi di resa al mq. per tipologia/merceologia di esercizio, con crescita della resa man mano che si incrementa la superficie di vendita, si è stimata la “necessità” economica minima al mq. per un nuovo punto vendita <sup>[35]</sup> e, conseguentemente il numero di consumatori che potenzialmente possono gravitare su detta superficie di vendita (sulla base di valori economici riferiti allo scontrino medio di spesa di un consumatore medio della Regione) <sup>[36]</sup> (Cfr. Tabella 13 a pagina 60).

Ipotizzando poi che, rispetto al giorno medio soprariportato, nella giornata di punta (normalmente il sabato per quasi tutte le tipologie di vendita) la frequenza di visita/spesa si incrementi di circa il 50%, si otterranno i valori riportati nella Tabella 14 a pagina 60, per le varie classi di superficie.

Su questa base si possono ottenere, in sequenza, sempre per la giornata del sabato, sia la frequenza media oraria nell'arco delle ore di apertura <sup>[37]</sup> sia il numero di consumatori massimi ipotizzati nell'ora di punta <sup>[38]</sup> (Cfr. Tabella 15 e Tabella 16 sempre a pagina 60).

---

<sup>[35]</sup> Il settore merceologico non alimentare è stato suddiviso, per una migliore valutazione dell'impatto, in due sotto-settori: quello dell'abbigliamento/calzature e quello degli altri generi. Chiaramente per natura di frequenza di acquisto e di capacità di spesa è il settore alimentare ad aver bisogno di più “quantità” di consumatori nell'arco del giorno.

<sup>[36]</sup> E' chiaro che tale valutazione è molto legata al tipo di merceologia, alle superfici disponibili e anche, se non soprattutto, al momento economico vissuto dal consumatore. Ai nostri fini si è utilizzato un valore medio di spesa pari a: 52,57 € per il settore alimentare, 69,80€ per il settore abbigliamento e 122,44 € per il settore degli altri generi (il valore di scontrino medio più alto rispetto agli altri settori è dovuto alla sua grande eterogeneità: spazia infatti dall'elettronica all'arredamento, dalla cartoleria alla oreficeria, dalle automobili agli articoli sportivi, ecc.).

<sup>[37]</sup> Ipotizzando che in un giorno di punta una struttura di GD tenda un orario “minimo” di almeno 12 ore lavorative (dalle 9.00 alle 21.00), soprattutto per le strutture a centro/complesso commerciale.

<sup>[38]</sup> Ora di punta che di solito è compresa tra le 11 e 12 in mattinata (se la prevalenza della struttura è nel settore alimentare) e tra le 17 e le 18 nel pomeriggio (se la prevalenza è extra-alimentare).

TAVOLE STATISTICHE

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MINIMI MEDI GIORNO			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro (con 50% di N.A. a Basso Impatto Viabilistico)
1.000 mq.	324,0	132,8	110,3
1.500 mq.	521,0	214,9	191,8
2.000 mq.	727,7	301,2	268,7
2.500 mq.	941,7	390,8	348,4
3.000 mq.	1.161,5	483,0	430,5

Tabella 13

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI NEL GIORNO DI PUNTA			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.000 mq.	486,0	199,2	165,4
1.500 mq.	781,4	322,3	287,7
2.000 mq.	1.091,6	451,8	403,0
2.500 mq.	1.412,6	586,3	522,7
3.000 mq.	1.742,3	724,5	645,8

Tabella 14

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI PER ORA DI APERTURA NEL GIORNO DI PUNTA			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.000 mq.	40,8	16,6	13,8
1.500 mq.	65,1	26,9	24,0
2.000 mq.	91,0	37,7	33,6
2.500 mq.	117,7	48,9	43,6
3.000 mq.	145,2	60,4	53,8

Tabella 15

IPOTESI CONSUMATORI / VISITATORI MEDI PER ORA DI PUNTA NEL GIORNO DI PUNTA (SABATO)			
Classe dimensionale	Settore merceologico		
	Alimentare (A.)	Non Alimentare (N.A.)	
		Abbigliamento/Calzature	Altro
1.000 mq.	87,9	37,6	31,2
1.500 mq.	141,4	60,8	54,3
2.000 mq.	197,6	85,3	76,0
2.500 mq.	255,7	110,8	98,6
3.000 mq.	315,4	136,7	121,9

Tabella 16

STIMA VOLUMI DI TRAFFICO INGENERATI

Partendo ora da questi dati statistici calcolati [39] si può ora tentare di costruire una griglia di valutazione su quali possano essere gli effetti, in termini di veicoli movimentati, che si potranno avere nelle due area di studio (Di/H.7 e Di/H.8 lungo Via Maestra Vecchia) a seconda delle superfici di vendita previste (sapendo comunque che all'interno delle due area urbanistiche individuate la superficie coperta complessiva [40], per normativa di P.R.G.C., non potrà superare i 5.000 m<sup>2</sup>). Si sono formulate così tre ipotesi di sviluppo commerciale possibile per ognuna delle due zone riportate nella Tabella 17 e Tabella 18 più sotto.

Settori merceologici	Ipotesi 1	Ipotesi 2	Ipotesi 3
Alimentare	1.000	1.000	1.000
<i>Non alimentare</i>			
- di cui: abbigliamento/calzature	1.500	500	2.500
- di cui: a basso impatto viabil. [41]	1.500	2.500	500

**Tabella 17 – Zona Di./H7 - Ipotesi sviluppo superfici commerciali di vendita (in m<sup>2</sup>)**

Ipotesi tipologie commerciali	Ipotesi 1	Ipotesi 2	Ipotesi 3
Alimentare [42]	(1.000)	(1.000)	(1.000)
<i>Non alimentare</i>			
- di cui: abbigliamento/calzature	1.500	500	2.500
- di cui: a basso impatto viabilistico	1.500	2.500	500

**Tabella 18 – Zona Di./H8 - Ipotesi sviluppo superfici commerciali di vendita (in m<sup>2</sup>)**

Utilizzando le citate tabelle da 13 a 16 di pagina 61 si sono ora potuti trasformare questi dati sulla superficie di vendita prevista in veicoli (=ipotizzando un veicolo per ogni consumatore di spesa) potenzialmente ingenerati dalle diverse attività di vendita nell'ora di punta (17-18) del giorno di punta (sabato) (Cfr. Tabella 19 e Tabella 20 a pagina 62).

[39] E sapendo che all'interno dell'area è già autorizzato un supermercato di medio dettaglio maggiore con una superficie di vendita di circa 1.000 m<sup>2</sup>.

[40] Così come definita dall'art.2, 1° comma, lett.r, della L.R.29/2005:

“r) per superficie coperta complessiva: la superficie coperta destinata ad attività commerciale, inclusi uffici, depositi, locali di lavorazione e servizi; qualora l'attività si svolga in un edificio su più piani, la superficie coperta complessiva corrisponde alla somma delle superfici dei singoli piani destinate agli usi anzidetti.”

[41] Non alimentari a Basso Impatto (Viabilistico): Materiali edili, ferramenta, materiali per l'agricoltura, autoconcessionarie, mostre mobili e materiale elettrico.

[42] Si deve ricordare come questo settore merceologico sia già rappresentato nell'area da una struttura a supermercato con una superficie di vendita di 1.000 m<sup>2</sup>.

Settori merceologici	Ipotesi 1	Ipotesi 2	Ipotesi 3
Alimentare	91,7	91,7	91,7
<i>Non alimentare</i>			
- di cui: abbigliamento/calzature	60,8	22,6	110,6
- di cui: a basso impatto viabil.	31,2	98,6	25,0
<b>TOTALE</b>	<b>183,7</b>	<b>212,9</b>	<b>227,3</b>

Tabella 19 – Veicoli movimentati nell'ora di punta del giorno di punta per le varie tipologie commerciali proposte per la Zona Di./H.7

Ipotesi tipologie commerciali	Ipotesi 1	Ipotesi 2	Ipotesi 3
Alimentare	(91,7)	(91,7)	(91,7)
<i>Non alimentare</i>			
- di cui: abbigliamento/calzature	60,8	22,6	110,6
- di cui: a basso impatto viabilistico	31,2	98,6	25,0
<b>TOTALE (incrementali teorici)</b>	<b>183,7</b>	<b>212,9</b>	<b>227,3</b>
<b>TOTALI (incrementali effettivi)<sup>[43]</sup></b>	<b>92,0</b>	<b>121,2</b>	<b>135,6</b>

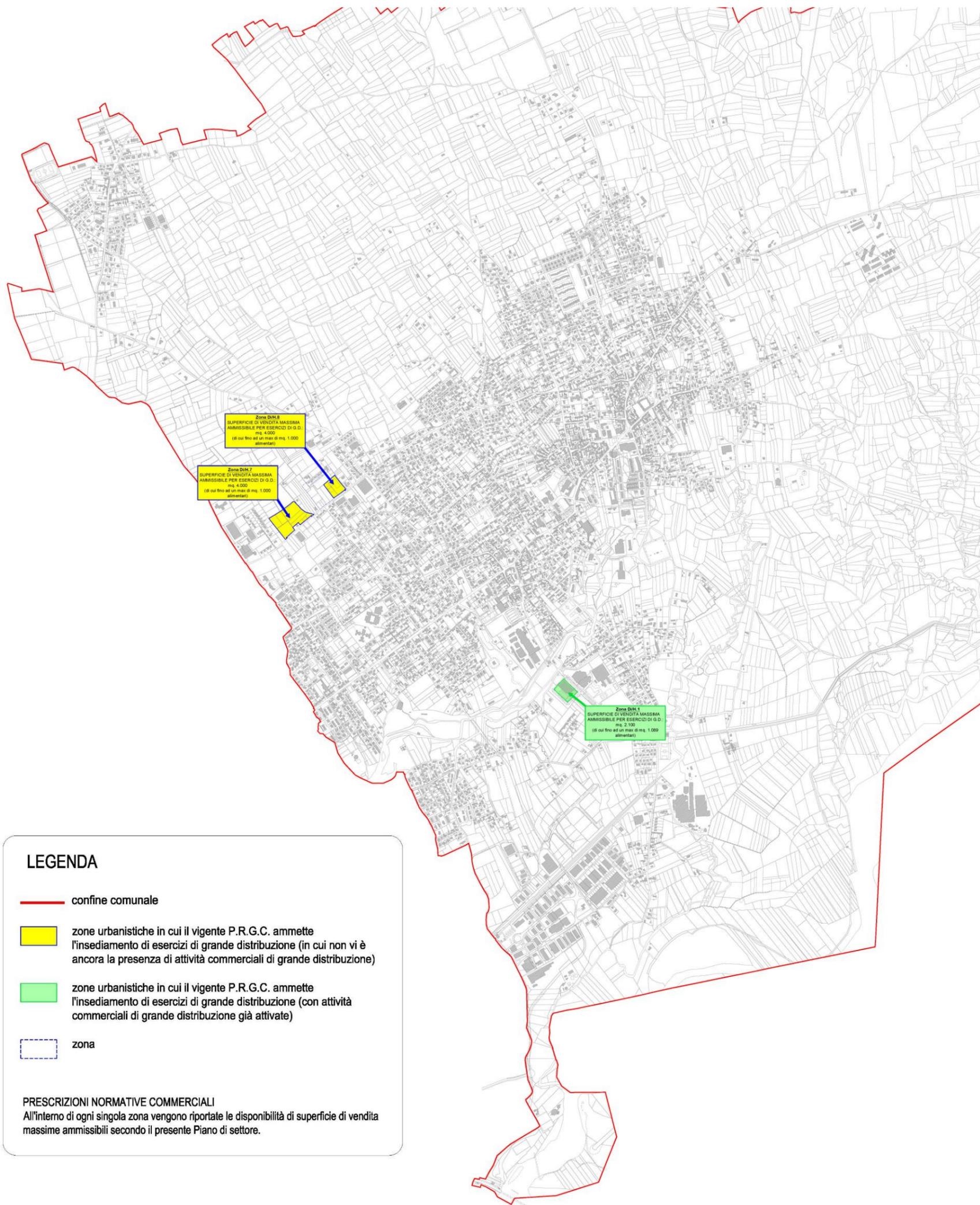
Tabella 20 – Veicoli movimentati nell'ora di punta del giorno di punta per le varie tipologie commerciali proposte per la zona Di./H.8

Come era logico attendersi, la ipotesi “3” (a prevalenza del settore abbigliamento/calzature) sembra essere quella più impattante da un punto di vista viabilistico, quindi “peggiore” da giustificare.

Tali due dati (+227,3 veicoli/ora per la zona Di/H.7 e +135,6 veicoli/ora per la zona Di/H.8, riportati anche nella precedente Tabella 11 a pagina 21), sono stati, quindi, “girati” allo Studio di ingegneria del traffico Honsell&Catalano di Trieste per le verifiche di sostenibilità viabilistica; verifiche che, come riportato nello specifico Studio, hanno dato esito positivo, pur con l'introduzione di precise “prescrizioni” circa la realizzazione, preventiva all'apertura dei negozi, di specifiche opere stradali di mitigazione del loro impatto sulla rete stradale comunale.

<sup>[43]</sup> Al netto dei volumi di traffico già oggi presenti e dovuti al supermercato alimentare.

**I – ZONE COMMERCIALI COMPATIBILI CON L'INSEDIAMENTO DI STRUTTURE DI GRANDE DIMENSIONE E SUPERFICIE DI VENDITA MASSIME AMMISSIBILI**



© Copyright **Dicembre 2015** by **GENERAL PLANNING Srl**

33100 Udine (UD) – Via Treppo 1  
Tel. 0432/509974 – Fax 0432/509975  
e-mail: [generalplanning@iol.it](mailto:generalplanning@iol.it)