



Comunità della
VALLE DI SOLE

PIANO TERRITORIALE DI COMUNITÀ

**PIANO STRALCIO IN MATERIA DI PROGRAMMAZIONE
URBANISTICA DEL SETTORE COMMERCIALE**

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

Redazione:

arch. Daniele Bertolini

in collaborazione con:

Ufficio tecnico Comunità della Valle di Sole, Ufficio di piano

SOMMARIO

1. RIFERIMENTI NORMATIVI

2. ANALISI DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA COMMERCIALE NEL TERRITORIO DELLA COMUNITÀ DELLA VALLE DI SOLE

- L'offerta commerciale e la struttura insediativa
- La domanda commerciale

3. IL PTC - PIANO STRALCIO DEL COMMERCIO: STRUMENTI DI INDIRIZZO E SUPPORTI DI ANALISI

- Il PTC - Piano stralcio del commercio nel quadro della Legge urbanistica provinciale
- Il PTC - Piano stralcio del commercio e il Documento preliminare del PTC
- Il PTC - Piano stralcio del commercio e la Valutazione integrata territoriale

4. IL PTC - PIANO STRALCIO DEL COMMERCIO: LE SCELTE DI PROGETTO

- Grandi Strutture di Vendita esistenti
- Localizzazione di nuove Grandi Strutture di Vendita
- Misure di carattere urbanistico volte a migliorare la competitività della distribuzione commerciale negli insediamenti storici
- Modalità volte a favorire la connessione fra attività commerciali e offerta turistica
- Strategie, obiettivi, azioni: tabella di sintesi

1. RIFERIMENTI NORMATIVI

Il Piano Territoriale della Comunità della Valle di Sole, per la parte relativa al Piano stralcio del commercio, ha i suoi principali riferimenti normativi nelle seguenti disposizioni legislative provinciali:

- Legge provinciale 4 marzo 2008, n.1 (Pianificazione urbanistica e governo del territorio), in particolare l'art. 21, comma 3, lettera j) che indica fra i contenuti essenziali del PTC *“la specificazione e l'integrazione dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale definiti dalla Giunta provinciale in attuazione del piano urbanistico provinciale, e la localizzazione delle grandi strutture di vendita al dettaglio, compresi i centri commerciali, e del commercio all'ingrosso”*.
- Legge provinciale 27 maggio 2008, n. 5 (Approvazione del nuovo piano urbanistico provinciale), in particolare l'art. 32, comma 3 dove si stabilisce che i piani territoriali delle comunità specificano e integrano i criteri di programmazione commerciale definiti con deliberazione della Giunta provinciale e provvedono:
 - a) *alla localizzazione delle grandi strutture commerciali di vendita al dettaglio, compresi i centri commerciali, e del commercio all'ingrosso, anche in relazione alle infrastrutture di collegamento e ai servizi complementari richiesti;*
 - b) *alla promozione di misure di carattere urbanistico atte a migliorare la competitività della distribuzione commerciale negli insediamenti storici;*
 - c) *a favorire modalità di connessione fra attività commerciali e offerta turistica.*
- Legge provinciale 30 luglio 2010, n. 17 (Disciplina dell'attività commerciale), in particolare le definizioni delle tipologie degli esercizi commerciali e le relative soglie dimensionali di cui all'art. 3, comma 1.
- Deliberazione della Giunta provinciale n. 1339 del 1 luglio 2013 (Approvazione dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale), che introducendo le disposizioni attuative della LP 17/2010 fissa le competenze, i criteri e i vincoli di natura urbanistica ed edilizia ai quali devono attenersi le Comunità e i Comuni ai fini dell'adozione o adeguamento dei rispettivi PTC o PRG in materia di insediamenti commerciali.

Dal corpus della normativa sopra richiamata si desume che, come è logico aspettarsi, il PTC nei riguardi della programmazione urbanistica delle attività commerciali si situa al livello intermedio rispetto al Piano urbanistico provinciale e al Piano regolatore generale comunale. In estrema sintesi il PTC deve da una parte conformarsi ai principi ed ai criteri generali stabiliti dal PUP e dalla Deliberazione di Giunta n. 1339 del 2013, dall'altra deve a sua volta porsi l'obiettivo di orientare la pianificazione commerciale al livello del PRG. Come questa seconda funzione debba trovare attuazione è demandato in primo luogo alle competenze assegnate dal legislatore a ciascuno dei due strumenti. Al di sotto della soglia che identifica le "grandi strutture di vendita" (GSV) – che per la classe demografica di appartenenza dei 14 Comuni della Comunità della Valle di Sole è fissata in 800 mq – l'insediamento delle attività commerciali è disciplinato dal PRG ed è sostanzialmente libero, sottoposto al solo vincolo di rispettare le norme di zona e gli standard di parcheggio. Invece al di sopra della soglia degli 800 mq e fino ai 10.000 mq – estremi entro i quali si situano le GSV, le attività commerciali possono trasferirsi o insediarsi solo nelle aree espressamente indicate dal PTC, fatta eccezione per le zone a centro storico che rimangono sottoposte al PRG, come anche le GSV esistenti. Il potere di indirizzo del PTC in materia di pianificazione commerciale si esplica quindi in primo luogo con la localizzazione delle GSV, in grado di condizionare non poco le scelte urbanistiche di livello comunale, senza tuttavia rinunciare ad una serie di azioni di impatto generale demandate esplicitamente dal legislatore aventi l'obiettivo di valorizzare la competitività del territorio (con particolare riguardo ai centri storici) e favorire l'integrazione fra commercio e turismo.

2. ANALISI DELL'OFFERTA E DELLA DOMANDA COMMERCIALE NEL TERRITORIO DELLA COMUNITÀ DELLA VALLE DI SOLE

L'offerta commerciale e la struttura insediativa

In base ai dati più recenti nei 14 Comuni che costituiscono il territorio della Comunità della Valle di Sole risultano attivi in totale 346 esercizi di commercio al dettaglio, per un totale di 31.684 mq di superficie di vendita (fonte: *Applicazione dei criteri della metodologia di valutazione integrata territoriale nei Comuni delle Comunità di valle del Trentino – Rapporto finale di ricerca Comunità della Valle di Sole*, Politecnico e Università di Torino, novembre 2014). La grande maggioranza di essi (per la precisione 304) appartiene alla tipologia degli "esercizi di vicinato" (EV), aventi cioè superficie di vendita inferiore a 150 mq; 38 sono le "medie strutture di vendita" (MSV), aventi superficie di vendita compresa fra 150 mq e 800 mq; solo 4 sono le "grandi strutture di vendita" (GSV) che superano la soglia degli 800 mq di superficie.

Nel suo complesso la superficie di vendita insediata sul territorio della Comunità della Valle di Sole ha subito negli ultimi anni una dinamica negativa, passando dai 32.281 mq di superficie di vendita del 2005 agli attuali 31.684.

Ai nudi dati statistici vanno affiancate alcune considerazioni di ordine qualitativo e sulla struttura distributiva dell'offerta commerciale.

In merito alla consistenza numerica degli esercizi di vicinato vi è da rilevare come essa risulti senz'altro rilevante se rapportata alla popolazione residente (15.607 abitanti nel 2011), tuttavia la densità commerciale (cioè la superficie di vendita in rapporto al numero di abitanti) si presenta alquanto discontinua se si considerano i singoli comuni della Valle. Come è infatti facile constatare la presenza delle attività commerciali è concentrata prevalentemente nei comuni distribuiti lungo le direttrici viarie di fondovalle e, fra questi, maggiormente in quelli a spiccata vocazione turistica: Vermiglio (in particolare al Passo del Tonale), Pejo, Pellizzano, Mezzana, Dimaro, Malé. È infatti in questi comuni che lo studio del Politecnico di Torino individua le 9 agglomerazioni commerciali della valle. Da ciò è possibile trarre una prima conclusione, e cioè che i comuni e gli abitati situati in posizione marginale rispetto ai flussi turistici possiedono scarsa capacità attrattiva nei confronti degli esercizi commerciali pur di piccole dimensioni, i quali si dimostrano sempre meno in grado di reggere la concorrenza e la maggiore capacità di offerta di strutture maggiori poste a solo pochi chilometri di distanza. Quello del progressivo diradarsi dei negozi di vicinato nei paesi di montagna a scarsa o nulla vocazione turistica è del resto un fenomeno lamentato da tempo e che desta serie preoccupazioni, vista la rilevante funzione pubblica e di presidio sociale svolta da queste strutture nell'ambito del tessuto abitativo dei centri minori. E da questo punto di vista la Valle di Sole non costituisce un'eccezione, basti osservare l'esigua presenza di esercizi commerciali in Comuni come Cavizzana, Caldes, Rabbi e nelle frazioni più discoste dalle direttrici di fondovalle (Bolentina, Montes, Termenago, Castello, Ortisé, Menas, Celentino, Comasine, Ossana...) dove – quando esiste – vi è la sola presenza di un punto vendita alimentare. Tra le criticità di cui soffrono le attività commerciali nei centri turistici va invece segnalata la stagionalità legata al turismo.

Quanto rilevato per gli esercizi di vicinato vale a maggior ragione per le medie strutture di vendita. La quasi totalità di queste è infatti insediata nei comuni turistici e soprattutto in quelli più rilevanti per numero di abitanti. Si tratta in genere di negozi alimentari in grado di rivolgersi ad un bacino di utenza di una certa consistenza o di esercizi commerciali specializzati (abbigliamento, ferramenta, articoli per la casa, articoli per il tempo libero, materiali edili ecc.) potenzialmente in grado di attrarre clienti provenienti da tutta la valle o di intercettare i flussi di traffico. Per questo sono generalmente insediati lungo i principali assi viari di fondovalle, privilegiando posizioni al margine degli abitati dove la visibilità e le possibilità di parcheggio sono maggiori.

Per quanto riguarda le GSV, la scarsa incidenza di queste sulla superficie commerciale complessiva (3.559 mq, pari all'11,23% del totale) è evidentemente dovuta alla ridotta consistenza numerica della popolazione ed alla posizione geografica della valle, non interessata da rilevanti flussi di traffico di transito. Non si è perciò verificato il proliferare dei cosiddetti "centri commerciali" sul modello dei *mall* anglosassoni che ha caratterizzato territori a vocazione commerciale ben più spiccata. Le GSV esistenti appartengono di fatto al settore alimentare (2), ponendosi come poli fortemente concorrenziali a dimensione di valle, oppure sono strutture specializzate destinate alla vendita di produzioni artigianali locali o di provenienza industriale (2 mobilifici). Le GSV esistenti si sono insediate in aree urbanisticamente destinate a zone produttive del

settore secondario locale a carattere multifunzionale (3) e in aree destinate specificamente al commercio (1). A questo proposito vi è da rilevare che le GSV, anche se in misura quantitativamente molto minore rispetto agli insediamenti produttivi ed artigianali, hanno contribuito al deterioramento del contesto paesaggistico locale e all'importazione di modelli urbani e tipologie architettoniche estranee alla valle.

Maggiori dettagli sulla struttura distributiva dell'offerta commerciale nella Comunità della Valle di Sole sono desumibili dalla citata *Valutazione integrata territoriale* (d'ora in poi VIT) del Politecnico di Torino, la quale ha elaborato i dati disaggregati per singoli comuni e per tematiche inerenti l'offerta commerciale (consistenza, vocazione, densità, incidenza delle tipologie di esercizio, specializzazione, dinamiche), restituendo inoltre la configurazione spaziale degli insediamenti mediante la costruzione di una cartografia del Sistema informativo territoriale (Sit).

La domanda commerciale

L'altra componente fondamentale del mercato commerciale è la domanda, di cui è opportuno analizzare le dinamiche attuali per interpretarne le linee di tendenza ed impostare una corretta attività di pianificazione.

Per quanto riguarda gli esercizi di vicinato, è stato già sottolineato il ruolo di presidio sociale che essi rivestono, soprattutto nel contesto degli abitati periferici e presso un'utenza "debole" quanto a capacità di mobilità. Unanimemente riconosciuta è inoltre l'importanza che viene loro attribuita quali luoghi di incontro e socialità, spesso gli unici o quasi in diverse frazioni della valle. In queste situazioni è quindi evidente che vanno attuate tutte le misure per salvaguardarne la presenza. Non si tratta naturalmente di ricorrere a misure protezionistiche - che in un regime di libero mercato sarebbero del resto impraticabili - quanto piuttosto di agire "a monte", creando le condizioni per consentirne la sopravvivenza. Cioè agire sul terreno della pianificazione.

Parzialmente diverso è il caso delle piccole attività commerciali presenti nei centri più dinamici dal punto di vista economico, che in Valle di Sole coincidono di fatto con le località a più forte vocazione turistica. Qui diminuisce l'importanza sociale degli esercizi e proporzionalmente aumenta quella economica. Il turista ricerca infatti volentieri l'offerta di prodotti alimentari ed artigianali locali, o di articoli di abbigliamento ed attrezzature legate alla vacanza. E l'offerta è tanto più attraente se inserita in un contesto ben individuato e caratterizzato per identità e tipicità, quali sono ad esempio i centri storici dei paesi, che vanno da questo punto di vista quanto più possibile valorizzati per i benefici che a cascata ne derivano per l'agricoltura, l'artigianato ed evidentemente per il turismo stesso. A maggior ragione se si considera che non solo il turista, ma anche la popolazione locale guarda con favore a questa sorta di "centri commerciali diffusi" che rendono vivo il tessuto socio-economico dei centri storici.

Le medie strutture di vendita, se inserite in un contesto quale quello appena descritto, vanno ad integrare ed ampliare efficacemente l'offerta delle strutture minori, soprattutto nel settore dei prodotti tipici, dell'abbigliamento sportivo e per le vacanze, dell'artigianato locale. In altri casi seguono invece una logica diversa, essendo rivolte soprattutto al soddisfacimento delle esigenze dei residenti e del turismo cosiddetto "delle seconde case" in settori merceologici non legati a produzioni locali (alimentari, elettrodomestici ecc.). Ciò non toglie che essi siano in vario modo utili all'economia di valle ed importanti per ridurre le necessità di mobilità.

Quanto alle GSV, le poche presenti in Val di Sole sono strutturate per la domanda locale, e solo incidentalmente per quella turistica. Soprattutto le GSV della grande distribuzione alimentare sono infatti fortemente apprezzate dai residenti per la capacità di concentrazione di un'offerta assai ampia in termini quantitativi, la concorrenzialità nei prezzi e la facilità di accesso. Se per loro natura le GSV sono in grado di mettere in difficoltà il variegato tessuto degli esercizi di vicinato e delle medie strutture di vendita, non è peraltro da sottovalutare il fatto che - in un corretto regime di pianificazione - esse contribuiscano ad accrescere la competitività del sistema territoriale. La relativa facilità di spostamento di un'ampia parte della popolazione rende infatti temibile la concorrenza dei territori limitrofi, e una forma di pendolarismo per cui "fare la spesa" a Cles o a Trento diventi anche l'occasione per usufruire di una molteplicità di offerte commerciali si rivelerebbe in ultima analisi dannoso anche per le piccole e medie strutture di vendita della valle.

Infine, sembra opportuno accennare a due aspetti finora piuttosto sottovalutati nella programmazione urbanistica commerciale. Si tratta innanzi tutto del nomadismo verso i centri commerciali più *trendy* delle regioni limitrofe (Veneto, Lombardia, Tirolo), vere e proprie cattedrali dello *shopping* che hanno dato vita ad

un turismo commerciale di dimensioni imponenti, e del più recente fenomeno dell'*e-commerce* da parte della popolazione che ha più dimestichezza con le tecnologie informatiche. In entrambi i casi si tratta di pratiche destinate a modificare in profondità le abitudini nella domanda di beni di consumo, in particolare nei settori dell'abbigliamento, dell'editoria, dell'elettronica, degli articoli casalinghi ecc., settori merceologici per i quali in Valle di Sole, in assenza di azioni di contrasto, è lecito supporre nel medio-lungo periodo un'ulteriore contrazione delle superfici commerciali.

3. IL PTC - PIANO STRALCIO DEL COMMERCIO: STRUMENTI DI INDIRIZZO E SUPPORTI CONOSCITIVI

Il PTC - Piano stralcio del commercio nel quadro della Legge urbanistica provinciale

Il PTC - Piano stralcio del commercio della Valle di Sole segue, come peraltro stabilito dalla legge e in quanto piano subordinato al PUP, gli orientamenti di fondo stabiliti dalla Legge urbanistica provinciale, adattandone i principi alla specifica realtà territoriale della Comunità. Vale qui la pena di richiamare almeno brevemente gli obiettivi strategici che la L.P. 1/2008 assegna al PTC (art. 21, comma 1) e che, assieme alle linee operative fissate dalla Deliberazione n. 1339/2013 (Approvazione dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale), concorrono a definire l'impianto su cui si fonda il Piano stralcio del commercio.

La Legge urbanistica provinciale definisce il PTC come lo strumento mediante il quale la Comunità di Valle definisce le strategie per uno sviluppo sostenibile del proprio ambito territoriale, intendendo con "sviluppo sostenibile" che il PTC deve non solo porsi l'obiettivo ormai imprescindibile di contenere il consumo del suolo, ma anche di preservare i valori paesaggistici del territorio, visti come sintesi del rapporto dialettico fra uomo ed ambiente così come si è stratificato nel tempo e quindi come espressione più compiuta dell'identità territoriale. Nella modificazione del concetto di paesaggio da contenitore di forme estetiche a contenitore di valori condivisi collettivi si coglie il senso che la Legge urbanistica assegna al paesaggio, sia come strumento privilegiato di lettura del territorio che come strumento di progettazione alla scala territoriale.

Altro obiettivo che la Legge urbanistica assegna al PTC è quello di conseguire un elevato livello di competitività territoriale, che non vada tuttavia a scapito della coesione sociale, ma punti anzi alla ricomposizione di eventuali situazioni di squilibrio.

Nel caso della Valle di Sole e con specifico riferimento alla programmazione commerciale, gli indirizzi strategici delineati alla Legge urbanistica provinciale non possono che trovare attuazione (sia a livello di PTC che di PRG) in:

- decisa tendenza a contenere il consumo di suolo, anche eventualmente destinando ad attività commerciale aree già urbanizzabili ma con diversa destinazione d'uso (il caso più concreto è quello delle aree destinate ad attività produttive di livello locale);
- indirizzare la pianificazione attuativa verso modelli insediativi e tipologie architettoniche in linea con i valori paesaggistici dei luoghi;
- valorizzare in un'ottica di competitività territoriale le identità locali, senza rincorrere modelli insediativi estranei ai luoghi;
- localizzare nuove GSV solo nel caso in cui apportino un vantaggio territoriale;
- creare le condizioni per la permanenza degli esercizi di vicinato nei centri minori e in quelli geograficamente più marginali;
- favorire il processo di crescita di "centri commerciali diffusi" nei centri storici più attrattivi dal punto di vista turistico;
- favorire ogni iniziativa volta all'integrazione e al fare rete fra il settore turistico e quello del commercio.

Il PTC - Piano stralcio del commercio e il Documento preliminare del PTC

La Legge urbanistica provinciale stabilisce che *"Il piano territoriale della comunità è elaborato in coerenza con i criteri e gli indirizzi definiti dall'accordo-quadro di programma ..."* (art. 21, comma 1).

Nel quadro del processo di formazione del PTC della Valle di Sole è stato elaborato il Documento preliminare finalizzato all'approvazione dell'accordo-quadro di programma, che è stato approvato da:

- Tavolo dei portatori di interesse (17 aprile 2014);
- Conferenza dei Sindaci (10 luglio 2014);
- Assemblea di Comunità (4 agosto 2014);
- Conferenza per la stipulazione dell'accordo-quadro di programma (24 settembre 2014)

Gli strumenti partecipativi previsti dalla legge sono stati quindi posti in atto.

Dal Documento preliminare (pag. 24) risulta che il Tavolo dei portatori di interesse ha discusso di programmazione urbanistica del settore commerciale in due sedute, che hanno avuto luogo rispettivamente in data 21 luglio 2013 e 26 agosto 2013. La relativa scheda di sintesi (pag. 49) è introdotta da una breve dichiarazione d'intenti che evidenzia l'opportunità di intraprendere iniziative *“capaci di favorire il presidio, il mantenimento e la competitività delle imprese locali”* anche mediante la creazione di *“centri commerciali diffusi”* in grado di fare rete e produrre sinergie fra gli operatori. Segue un elenco in forma sintetica di:

- PUNTI DI FORZA dell'offerta commerciale locale (numero elevato di attività commerciali; presenza di prodotti alimentari di nicchia e di piccole aziende di alta qualità; centri storici con discreta presenza di esercizi commerciali; sensibilità crescente alla commercializzazione di prodotti Km 0, alla messa in opera di sinergie con altri settori economici e alla necessità di salvaguardare gli esercizi nei centri più marginali).
- CRITICITÀ dell'offerta commerciale locale (crisi economica e concorrenza dei centri commerciali che penalizza soprattutto gli esercizi nei centri più marginali; stagionalità legata al turismo di molte attività commerciali; scarsa propensione all'acquisto di prodotti locali).
- PROPOSTE OPERATIVE (valorizzare le attività commerciali nei centri minori, anche in sinergia con l'associazionismo locale; incentivare la creazione di *“centri commerciali diffusi”*; no ai grandi centri commerciali e alle aree commerciali *“pure”*; completamento e riordino delle aree commerciali esistenti; favorire lo sviluppo di una filiera corta dei prodotti locali e di un marchio tipico *“Val di Sole”* promuovendone la diffusione negli esercizi locali e presso le amministrazioni pubbliche per le mense scolastiche).

II PTC - Piano stralcio del commercio e la Valutazione integrata territoriale

Al fine di costruire un quadro conoscitivo a supporto della pianificazione commerciale di ciascuna Comunità di Valle, la Provincia autonoma di Trento ha affidato attraverso la controllata Trentino Sviluppo un contratto di consulenza scientifica al Politecnico di Torino sul tema *“Applicazione dei criteri della metodologia di valutazione integrata territoriale (VIT) nei comuni delle Comunità di Valle del Trentino”*. Due erano gli obiettivi principali della consulenza:

- analizzare le potenzialità di sviluppo commerciale delle singole Comunità di Valle;
- valutare i punti di forza e di debolezza dei territori per prospettare lo scenario del commercio ed i relativi indirizzi per la sua attuazione urbanistica, al fine di perseguire lo sviluppo commerciale nell'ottica della valorizzazione del territorio e del paesaggio.

È da premettere che la metodologia VIT rappresenta uno strumento a supporto dei processi di programmazione degli insediamenti commerciali decisamente innovativo, proponendosi il superamento di una pianificazione per singoli episodi in direzione di una visione complessiva del sistema territoriale del commercio, considerato anche in relazione alle tematiche interconnesse (l'assetto insediativo, le attività economiche, gli aspetti ambientali e paesaggistici). Coerentemente con questo approccio, il rapporto finale riguardante la Comunità della Valle di Sole ha selezionato cinque temi di lavoro ritenuti rilevanti per descrivere e valutare (dal punto di vista sia qualitativo che quantitativo) le dinamiche in atto in ciascun comune della Comunità di Valle: 1) struttura distributiva dell'offerta commerciale; 2) turismo; 3) assetto insediativo; 4) ecosistema e paesaggio; 5) progettualità locale.

Una volta costruito il quadro conoscitivo e di valutazione dell'esistente, lo studio è passato ad indicare le strategie, gli obiettivi e le azioni operative attraverso cui la Comunità della Valle di Sole può delineare lo scenario del commercio in una prospettiva di integrazione fra i sistemi commerciale, turistico e paesaggistico del territorio. Le linee di indirizzo sono state infine valutate in rapporto al grado di coerenza con il PUP e con il Documento preliminare del PTC.

A seguito di una richiesta esplicita della Comunità della Valle di Sole e del Comune di Malé, lo studio ha inoltre valutato la proposta di localizzazione di una GSV nel Comune di Malé, descrivendone le potenziali

ricadute nel contesto locale e le azioni da intraprendere per accrescere i vantaggi territoriali attesi dalla sua eventuale realizzazione.

4. IL PTC - PIANO STRALCIO DEL COMMERCIO: LE SCELTE DI PROGETTO

Le scelte di progetto del Piano stralcio del commercio del PTC della Valle di Sole assumono come quadro di riferimento lo “scenario territoriale del commercio” proposto per la Comunità della Valle di Sole dal citato Rapporto VIT del Politecnico di Torino (*Valorizzare l'identità paesaggistica del sistema territoriale progettando politiche commerciali integrate di valorizzazione e sviluppo*), condividendone strategie ed obiettivi riassunti in sintesi nei seguenti punti:

SISTEMA COMMERCIALE

Strategia:

Mantenere, integrare e qualificare l'offerta commerciale, valorizzando le risorse e le identità locali.

Obiettivi:

- Mantenere il presidio commerciale e/o incrementare la consistenza commerciale;
- Qualificare l'offerta commerciale;
- Valorizzare l'offerta commerciale dei centri storici.

SISTEMA TURISTICO

Strategia:

Mantenere e diversificare l'offerta: turismo culturale, sciistico, sportivo, benessere

Obiettivi:

- Promuovere un sistema territoriale di offerta turistica diversificato, integrato ed “esteso” (decongestione e destagionalizzazione rispetto al turismo sciistico dominante) e un'ospitalità di qualità
- Promuovere una mobilità turistica sostenibile ed integrata (piste ciclabili e ferrovia)
- Integrare la fruizione turistica con l'offerta commerciale

SISTEMA PAESAGGISTICO

Strategia:

Conservare e valorizzare il paesaggio: mettere in rete le risorse

Obiettivi:

- Mettere in rete le aree ad elevata naturalità per una cura diffusa del paesaggio
- Limitare il consumo di suolo

Di seguito vengono delineate le scelte del Piano stralcio del commercio adottate per il conseguimento degli obiettivi indicati.

Grandi Strutture di Vendita esistenti

Le 4 GSV esistenti allo stato attuale sul territorio della Comunità sono insediate in:

- a) aree destinate a zone produttive di livello locale a carattere multifunzionale (1 Croviana, 2 Dimaro)
- b) aree a destinazione commerciale specifica (1 Malé)

In entrambi i casi si tratta di localizzazioni antecedenti all'entrata in vigore della Deliberazione della Giunta provinciale n. 1339 del 1 luglio 2013 che fissa gli standard urbanistici ed edilizi ai quali devono attenersi le GSV di nuovo impianto. Dall'esame puntuale di ciascuna delle GSV esistenti si desume che nessuna di esse è conforme ai nuovi standard, se non parzialmente, e neppure è nelle condizioni di adeguarsi (rapporto superficie coperta/superficie del lotto, spazi di parcheggio, superfici a verde ecc.). Quindi gli interventi sulle GSV esistenti prescindono dalla preventiva localizzazione delle rispettive aree da parte del PTC, rimanendo soggette alle disposizioni meno restrittive stabilite dalla legge provinciale sul commercio per le GSV esistenti, in particolare per quanto riguarda gli ampliamenti progressivi e le deroghe agli standard.

Per quanto riguarda invece le previsioni dei PRG in vigore, le norme di questi che ammettono centri commerciali o GSV al di fuori delle zone dove il PTC ne consente l'insediamento sono annullate.

Localizzazione di nuove Grandi Strutture di Vendita

Il PTC localizza un'area per l'insediamento di una GSV, individuata dalle pp. ff. 622/1/2–625/1/2–626/1–627/1/2–683/1/4–688/1/3/4–689/1 del Comune Catastale di Malé. Dal PRG in vigore l'area è destinata a

zona produttiva di livello locale di nuovo impianto a carattere multifunzionale (art. 84 delle Norme di Attuazione).

Come accennato l' idoneità dell' area ad ospitare una GSV è stata valutata dal rapporto VIT del Politecnico di Torino, esaminandone i punti di forza e di debolezza in relazione ai potenziali vantaggi che possono derivare per il sistema territoriale (rapportati alle indicazioni della Delibera 1339/2013) e il quadro di coerenza con le linee di indirizzo per la programmazione commerciale elaborate dallo stesso rapporto VIT e dal Documento preliminare del PTC. Le seguenti matrici valutative attingono in larga parte al citato rapporto.

Localizzazione di una GSV in pp.ff. 622/1/2–625/1/2–626/1–627/1/2–683/1/4–688/1/3/4–689/1 del Comune Catastale di Malé. Punti di forza e di debolezza.

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
ASSETTO INSEDIATIVO ED USO DEL SUOLO		
Localizzazione	<p>L'area interessata dalla GSV è situata in prossimità del centro storico (ca 400 m), in adiacenza ad un'area residenziale di recente impianto (nord-ovest) e ad un'area turistico alberghiera (nord-est).</p> <p>L'area si prefigura come completamento di un'area produttiva a carattere multifunzionale (sud-ovest) rispetto a cui si pone in prossimità</p>	
Coerenza normativa	<p>L'area è già individuata dall'attuale PRG come zona produttiva di livello locale (nuovo impianto) a carattere multifunzionale (commercio e artigianato).</p> <p><i>Rispondenza con art. 5.2, punto c e art. 7 delibera prov. 1339/2013</i></p>	
SISTEMA DELL'ACCESSIBILITÀ		
Gomma	<p>L'area è facilmente accessibile dal traffico veicolare intercomunale tramite accesso diretto dalla SS42 per il traffico proveniente da Cles e tramite accesso da strada locale (via Molini, in sottopasso in corrispondenza della SS42) per il traffico proveniente da Dimaro.</p> <p>L'area è situata a breve distanza dalla fermata del trasporto pubblico intercomunale (ca. 350 m, in via IV novembre).</p> <p><i>Rispondenza con art. 5.2, punto g, d delibera prov. 1339/2013</i></p>	
Ferro	<p>L'area è accessibile tramite ferrovia grazie alla presenza delle vicine stazioni di Malé (ca. 1 km di distanza) e Croviana (ca. 650 m)</p>	
Ciclabile		<p>L'area non è al momento direttamente accessibile dal traffico ciclabile intercomunale. La pista ciclabile che percorre il fondovalle risulta divisa dall'area di progetto (e dall'intero centro urbano di Malé) dalla linea ferroviaria, da una zona produttiva di livello provinciale e dalla SS42.</p> <p>L'area è accessibile dal centro storico, anche se non esistono percorsi specificamente dedicati alle bici.</p> <p><i>Non rispondenza con art. 5.2, punto g, delibera prov. 1339/2013</i></p>

Pedonale	L'area è accessibile pedonalmente dal centro storico <i>Rispondenza con art. 5.2, punto g, delibera prov. 1339/2013</i>	
Parcheggi	L'area ha una superficie compatibile con una quota di parcheggi che rispetta le quantità minime previste dalla delibera prov. 1339/2013. <i>Rispondenza con art. 6.3, delibera prov. 1339/2013</i>	
PAESAGGIO		
Impermeabilizzazione	L'area ha una superficie compatibile con una quota di superficie non impermeabilizzata che rispetta le quantità minime previste dalla delibera prov. 1339/2013. <i>Rispondenza con art. 6.3, delibera prov. 1339/2013</i>	
Emissioni		L'insediamento di una GSV sull'area aumenterebbe l'emissione di macroinquinanti (NOx, PM10, COV, CO) da traffico stradale, già attualmente alta entro il Comune di Malé.
Visuali	L'area non è interessata da fronti di particolare pregio (così come definiti dal PUP) e in cui le visuali da sud (ossia dalla SS42) verso la quinta dei versanti boscati che circonda l'abitato di Malé sono già parzialmente alterate dallo sviluppo di aree residenziali di recente impianto. L'impatto sulle visuali paesaggistiche della GSV, per quanto inevitabilmente presenti trattandosi dell'inserimento di un nuovo volume, è pertanto limitato dai caratteri di un contesto scenico di non elevato pregio e già parzialmente compromesso dall'edificato esistente. L'impatto visivo della struttura può essere mitigato da un volume parzialmente interrato che sfrutta la naturale pendenza del terreno.	
SISTEMA DEL COMMERCIO		
Tipo di offerta	E' opportuno prevedere per la nuova GSV un'offerta di tipo misto, tale da non entrare in competizione con l'offerta del centro storico di Malé, caratterizzato da una netta prevalenza del settore non alimentare (2.136 mq; in particolare tra gli esercizi di vicinato oltre il 75% del settore non alimentare), comparato a quello alimentare (104 mq) e misto (334 mq). Il tipo di offerta misto garantirebbe una buona diversificazione dell'offerta locale e consentirebbe di pervenire ad un buon livello di complementarietà tra GSV e centro storico, a condizione che vengano sviluppate politiche di promozione strategiche tra GSV ed esercizi di vendita del centro storico.	
Integrazione territoriale	Considerata la superficie di vendita edificabile, la localizzazione (fondovalle, Comune capoluogo) e l'elevata accessibilità dell'area, la GSV servirebbe un bacino di utenza	

	territoriale, rispondendo pertanto alla domanda dell'intero ambito della Comunità di Valle.	
ECONOMIA LOCALE		
Occupazione	La realizzazione di una GSV comporterebbe impatti positivi sull'occupazione locale.	

Localizzazione di una GSV in pp. ff. 622/1/2–625/1/2–626/1–627/1/2–683/1/4–688/1/3/4–689/1 del Comune Catastale di Malé. Esame di coerenza interna tra l'insediamento e i principali indirizzi strategici relativi alle tematiche del commercio del Documento preliminare del PTC.

AZIONE	INDIRIZZI STRATEGICI DEL DOCUMENTO PRELIMINARE DEL PTC			
	Valorizzare le piccole attività commerciali presenti nei paesi	Incentivare la creazione di "centri commerciali diffusi"	Evitare centri commerciali – aree commerciali "pure"	Favorire lo sviluppo di una filiera corta dei prodotti locali e di un marchio tipico di provenienza "Valle di Sole"
Insedimento GSV sull'area in oggetto	***	**	**	***

GRADO DI COERENZA:

Alto ***
Medio **
Basso *

Localizzazione di una GSV in pp. ff. 622/1/2–625/1/2–626/1–627/1/2–683/1/4–688/1/3/4–689/1 del Comune Catastale di Malé. Esame di coerenza interna tra l'insediamento e gli indirizzi strategici del PTC - Piano stralcio del commercio.

AZIONE	INDIRIZZI STRATEGICI DI PIANO		
	Mantenere, integrare e qualificare l'offerta: valorizzare le risorse locali		
	Mantenere il presidio territoriale e/o incrementare la consistenza commerciale	Qualificare l'offerta commerciale	Valorizzare l'offerta commerciale dei centri storici
Insedimento GSV sull'area in oggetto	***	***	**

GRADO DI COERENZA:

Alto ***
Medio **
Basso *

Dalle matrici di analisi dei punti di forza e debolezza rispetto all'inserimento nel contesto territoriale e dall'esame di coerenza con gli indirizzi strategici di piano e del Documento preliminare del PTC si evince che la localizzazione di una GSV sull'area indicata è supportata da diversi elementi di forza che ne mettono in evidenza l'indubbio valore potenziale per il completamento ed il rafforzamento dell'intero sistema dell'offerta commerciale, sia in ambito urbano che territoriale. A rendere particolarmente idonea l'area concorrono fattori essenziali quali l'ottima accessibilità, il fatto di essere già destinata all'urbanizzazione, la contiguità ad un'area mista commerciale-servizi e la prossimità al centro storico. Questi aspetti lasciano tra l'altro supporre un positivo effetto-traino che la struttura può esercitare sull'intorno commerciale del centro storico, a patto che l'offerta sia di carattere complementare e non concorrenziale agli esercizi esistenti. Se tuttavia

quest'ultima condizione si sottrae alle leggi urbanistiche, per quanto riguarda invece i modi insediativi e la qualità architettonica dell'insieme il piano attuativo obbligatorio per legge per l'attivazione della GSV dovrà esigere una capacità del nuovo insediamento di armonizzarsi con il contesto esistente. Inoltre, per raggiungere appieno i vantaggi territoriali attesi dall'insediamento della GSV, occorre intraprendere un'azione concertata tra il Comune di Malé e i soggetti proponenti la GSV sia di mitigazione dei fattori di criticità riscontrati, sia di messa in valore della nuova offerta commerciale nel sistema territoriale. È in particolare sui seguenti aspetti che è opportuno concentrare un insieme di azioni progettuali al fine di innalzare, con l'insediamento della GSV, la qualità e la competitività del sistema territoriale nel suo complesso:

- progettare un accesso ciclabile all'area (così come previsto dalla Delib. 1339/2013, art. 5e, punto g);
- monitorare l'aumento delle emissioni da traffico veicolare;
- ideare un pacchetto di azioni commerciali coordinate tra l'offerta della GSV e gli esercizi del centro storico orientata a promuovere l'integrazione con l'offerta locale. È inoltre da prevedere una funzione di "vetrina" del territorio per la nuova GSV, promuovendo al suo interno la vendita di prodotti locali tale da configurarsi come luogo di aggregazione dei produttori agricoli e caseari della valle;
- valutare l'effetto sulle strutture commerciali aventi caratteristiche simili situate nelle vicinanze.

Misure di carattere urbanistico volte a migliorare la competitività della distribuzione commerciale negli insediamenti storici

Ferma restando la competenza in capo al PRG delle scelte di pianificazione commerciale all'interno dei centri storici, il PTC può (e secondo la legge deve) indicare gli indirizzi strategici ai quali dovranno conformarsi in materia gli strumenti comunali di programmazione.

Come si è visto, nello specifico caso della Valle di Sole le problematiche relative alla presenza commerciale nei centri storici riguardano essenzialmente due situazioni:

- a) centri storici di abitati periferici e non interessati da flussi turistici;
- b) centri storici dei paesi più dinamici dal punto di vista del movimento turistico e per numero di abitanti;

In entrambi i casi sia il Documento preliminare del PTC che il rapporto VIT individuano fra gli obiettivi prioritari della programmazione commerciale la necessità di salvaguardare la presenza degli esercizi esistenti, incrementando anzi se possibile la densità commerciale. Si tratta tuttavia di due situazioni assai diverse che richiedono dunque diverse modalità di intervento.

Contro il rischio della "desertificazione" commerciale degli abitati più marginali gli strumenti urbanistici possono incidere solo in parte. Un contributo indiretto può provenire da politiche di miglioramento dell'accessibilità, della vivibilità, dell'arredo urbano e soprattutto dall'incremento degli spazi di parcheggio, per i quali non a caso la legislazione provinciale prevede l'esonero totale per le attività commerciali insediate nei centri storici, qualora ne sia verificata l'irrealizzabilità. Sono forme incentivanti che per conseguire risultati concreti richiedono uno sforzo congiunto da parte delle Amministrazioni pubbliche, delle categorie economiche e dell'associazionismo. La riqualificazione dei centri storici degli abitati marginali (che risultano in genere di pregio e sostanzialmente inalterati nei loro caratteri architettonici ed urbanistici) costituisce inoltre il presupposto per la loro integrazione nella rete dei flussi turistici, mettendo in moto un circolo virtuoso in grado di accrescerne significativamente l'attrattività per l'offerta commerciale.

Anche nel caso dei centri in cui la densità commerciale si mostra già significativa, la riqualificazione urbanistica e architettonica (accessibilità, parcheggi, arredo urbano) è la condizione necessaria per il mantenimento e l'incremento dell'offerta commerciale. In alcuni casi aree degradate nei centri storici o ai margini di essi potrebbero trovare proprio nella destinazione commerciale l'occasione per una riqualificazione. In Valle di Sole è invece da scartare l'ipotesi, pur consentita dalla legge, di insediare GSV nei centri storici perché non sussistono le condizioni che si verificano in altre situazioni (plessi industriali e commerciali dismessi). Soprattutto qui deve però essere maggiormente sentita l'esigenza di fare rete fra gli operatori e fra questi e l'Amministrazione pubblica: maggiore è la concentrazione commerciale e il suo indotto (servizi, terziario, attività ricreative, socialità), maggiore è l'attrattività. Nel caso di Malé, il Comune che vanta quasi un quinto della superficie commerciale della Valle di Sole, la nuova GSV localizzata dal PTC a breve distanza dal centro storico può - come si è visto - contribuire in maniera significativa a rafforzare, in un'ottica di complementarietà e di integrazione, l'attrattività complessiva del sistema commerciale.

Modalità volte a favorire la connessione fra attività commerciali e offerta turistica

Molte delle considerazioni svolte al paragrafo precedente sugli interventi volti a migliorare la competitività commerciale nei centri storici valgono anche a favorire la connessione fra attività commerciali ed offerta turistica. Altre ulteriori misure di carattere urbanistico che procedono in questa direzione sono:

- la cura e la salvaguardia dei valori paesaggistici (solo a titolo di esempio la tutela delle invariati, il contenimento del consumo di suolo, un'attività edilizia rispettosa del carattere dei luoghi, la riduzione delle aree boschive marginali ecc.);
- il completamento e l'incremento della rete delle piste ciclabili, anche sviluppando una mobilità integrata treno-bici;
- la valorizzazione e l'incremento della rete dei parchi e delle riserve naturali, compresa l'istituzione del Parco fluviale del Noce.

Da questo punto di vista appare scontato osservare che la salvaguardia del territorio, in quanto risorsa non riproducibile e non delocalizzabile, concorre in maniera determinante alla competitività del sistema turistico.

È poi necessario agire sul fronte della qualificazione dell'offerta turistica, anche se in questo caso assai scarsi sono i poteri di intervento diretto della pianificazione urbanistica:

- puntare alla riconoscibilità dell'offerta turistica, facendo leva sulla promozione delle identità locali;
- introdurre forme di offerta mirate alla specificità dei flussi turistici, come il commercio temporaneo in occasione di grandi eventi turistici e sportivi;
- organizzare eventi ed iniziative di valorizzazione delle tipicità locali (enogastronomia, prodotti artigianali ecc.), anche ad esempio con la creazione di un marchio "Valle di Sole" e con l'ideazione di un sito web dedicato;
- mantenere la qualità della ricettività;
- potenziare il turismo culturale, del benessere ed enogastronomico;
- individuare proposte volte a destagionalizzare l'offerta.

Strategie, obiettivi, azioni: tabella di sintesi

La sintesi delle strategie, degli obiettivi e delle azioni di progetto del PTC – Piano stralcio del commercio della Comunità della Valle di Sole sopra delineati è riassunta dalla seguente tabella:

STRATEGIE	OBIETTIVI	AZIONI
SISTEMA COMMERCIALE Mantenere, integrare e qualificare l'offerta: valorizzare le risorse locali	Obiettivo 1 Mantenere il presidio territoriale e/o incrementare la consistenza commerciale	Azione 1.a Mantenimento degli esercizi di vendita quali importanti presidi territoriali nei centri contraddistinti da bassa consistenza commerciale e da dinamica stazionaria o negativa (Caldes, Cavizzana, Rabbi). Nei centri a rischio di desertificazione commerciale incentivare le forme territoriali di gestione del commercio come i multiservizi, la vendita a domicilio, i gruppi di acquisto. Attuare interventi di riqualificazione urbana come manutenzione di spazi pubblici, arredo urbano, creazione di parcheggi. Azione 1.b Apertura di nuovi esercizi di vendita (esercizi di vicinato e/o medie strutture di vendita, preferibilmente situati entro o in prossimità dei centri storici), in particolare nei centri con bassa consistenza e densità commerciale e dinamica demografica positiva. Azione 1.c Realizzazione di una GSV nel Comune di Malé, in un'area già destinata dal PRG all'urbanizzazione ed in prossimità del centro storico. Azione 1.d Promozione, nelle zone turistiche, di un'offerta adeguata alla consistenza ed alla specificità dei flussi turistici, ad esempio mediante forme di commercio temporaneo in aree soggette ad elevati flussi turistici ad alta stagionalità.
		Azione 2.a Promozione, rispetto ai nuovi esercizi di vendita, di un'offerta relazionata ai prodotti locali artigianali ed agroalimentari.

	<p>Obiettivo 2 Qualificare l'offerta commerciale</p>	<p>Azione 2.b Organizzazione e potenziamento di forme di commercio temporaneo (mercati contadini a Km 0).</p> <p>Azione 2.c Creazione di una rete di cooperazione tra operatori commerciali e del settore agricolo/caseario e artigianale per la commercializzazione dei prodotti locali.</p>
	<p>Obiettivo 3 Valorizzare l'offerta commerciale dei centri storici</p>	<p>Azione 3.a Promozione di iniziative di valorizzazione dei centri storici in chiave commerciale e di eventi di valorizzazione integrata commercio-turismo.</p> <p>Azione 3.b Creazione di una rete tra operatori commerciali dei centri storici ("centro commerciale diffuso") per aumentarne l'attrattività attraverso azioni di promozione commerciale e di riqualificazione urbana.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">SISTEMA TURISTICO</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Mantenere e diversificare l'offerta: turismo culturale, sciistico, sportivo, benessere</p>	<p>Obiettivo 4 Promuovere un sistema territoriale di offerta turistica diversificato, integrato ed "esteso" (decongestione e destagionalizzazione rispetto al turismo sciistico dominante) e un'ospitalità di qualità</p>	<p>Azione 4.a Mantenimento dell'offerta turistica a carattere sportivo/escursionistico, potenziamento del turismo del benessere (centri termali e centri benessere), culturale (castelli, musei, fortificazioni, chiese ecc.) ed enogastronomico.</p> <p>Messa in rete delle diverse risorse turistiche del territorio per favorire l'unitarietà e la riconoscibilità dell'offerta turistica della Valle di Sole), anche ricercando e valorizzando sinergie con i territori contermini (Valle di Non, Giudicarie, Camonica).</p> <p>Azione 4.b Mantenimento della qualità della dotazione ricettiva sia con la riqualificazione delle singole strutture alberghiere che delle stazioni in quota (Marilleva e Tonale). Adesione al Marchio di Qualità per gli esercizi ricettivi situati nei Comuni interessati dal parco Naturale Adamello Brenta e dal Parco dello Stelvio. Potenziamento dell'agriturismo.</p>
	<p>Obiettivo 5 Promuovere una mobilità turistica sostenibile ed integrata (piste ciclabili e ferrovia)</p>	<p>Azione 5.a Completamento dei tratti di piste ciclabili previsti e non ancora realizzati (tratto Cis-Rabbi e tratto Ossana-Tonale), con previsione di bici grill lungo i percorsi . Integrare Malé, capoluogo di valle, nella rete delle piste ciclabili.</p> <p>Azione 5.b Promozione di una mobilità integrata treno-bici con creazione di aree di scambio treno-bici, bici grill, consolidamento dell'iniziativa treno + bici bus, attuazione di campagne di promozione e sensibilizzazione.</p>
	<p>Obiettivo 6 Integrare la fruizione turistica con l'offerta commerciale</p>	<p>Azione 6.a Organizzazione di eventi di valorizzazione integrata turismo-commercio, a partire dalla promozione di produzioni locali (sagre e mercati contadini) e dalla valorizzazione delle manifestazioni sportive (competizioni sciistiche, fluviali, mountain bike ecc.).</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">SISTEMA PAESAGGISTICO</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Conservare e valorizzare il paesaggio: mettere in rete le risorse</p>	<p>Obiettivo 7 Mettere in rete le aree ad elevata naturalità per una cura diffusa del paesaggio</p>	<p>Azione 7.a Attuazione di azioni sinergiche tra i due Parchi presenti (Parco naturale Adamello Brenta e Parco dello Stelvio) per la conservazione e la valorizzazione del paesaggio.</p> <p>Azione 7.b Attuazione di azioni sinergiche tra amministrazioni di comuni esterni ed interni ai parchi per la conservazione e la valorizzazione del paesaggio.</p> <p>Azione 7.c Realizzazione del progetto del Parco del Noce (Rete delle Riserve).</p> <p>Azione 7.d Valorizzazione in chiave paesaggistica delle arterie stradali di fondovalle con la creazione di aree di sosta panoramiche.</p> <p>Azione 7.e Intervenire per la riduzione delle arre boschive marginali.</p>
	<p>Obiettivo 8 Limitare il consumo di suolo</p>	<p>Azione 8.a Monitoraggio e regolamentazione dei processi trasformativi (urbanizzazione e relativo consumo di suolo).</p>

