

REGIONE PIEMONTE

PROVINCIA DI TORINO

# CITTA' DI TORINO

PROGRAMMA INTEGRATO ex L.R. 18/96 Ambito  
"BOTTICELLI"

## AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

PROPRIETA'



Novacoop

Nova Coop

Via Trieste 104, 28066 GALLIATE (NO)

PROGETTO

COORDINAMENTO GENERALE E CAPOGRUPPO

**promo.ge.co** s.r.l.

via Valletta 1, 10040 LEINI' (TO)

Arch. Antonio Audo

Albo n. 3444 (TO)

PROJECT MANAGEMENT

Arch. Sergio Biancofiore

Albo n. 4290 (TO)

PROGETTO ARCHITETTONICO

Arch. Antonio Audo

Albo n. 3444 (TO)

Arch. Angelo Franciscano

Albo n. 467 (VC)

Arch. Alessandra Perrero

Albo n. 4994(TO)



via MariaVittoria 35, 10123 TORINO (TO)

Arch. Marco Bosio

Albo n. 3659 (TO)

Arch. Alessandra Coscia

Albo n. 3582 (TO)

PROGETTO OPERE DI URBANIZZAZIONE



SI.ME.TE s.r.l.

via Treviso 12, 10144 TORINO (TO)

Ing. Carlo Piantino

STUDIO IMPATTO SULLA VIABILITA'



samep mondo engineering srl

Via Mentana 18, 10133 Torino (TO)

Ing. Piero Mondo

Ing. Ernesto Mondo

VALUTAZIONE PREVISIONALE DI IMPATTO ACUSTICO



eurofins

Modulo Uno

Via Cuorgnè 21, 10156 Torino (TO)

Ing. Antonio Sorrentino

EMISSIONE	DATA EMISSIONE	OGGETTO	ANNOTAZIONI
00	NOVEMBRE 2012	PRIMA_EMISSIONE	NOTE PRIMA EMISSIONE
		AGGIORNAMENTO	NOTE ULTIMA EMISSIONE

TITOLO ELABORATO								PRIMA EMISSIONE
RELAZIONE COMMERCIALE D'INQUADRAMENTO								NOVEMBRE 2012
								ULTIMO AGGIORNAMENTO

PROGETTO					ELABORATO			
INTERVENTO	OGGETTO	SETTORE	LIVELLO	AREA	TIPO	NUMERO	REVISIONE	SCALA
I011	U0	S0	AUT	AR	1REL	A		

IDENTIFICATIVO FILE:

NOTE: LA DIFFUSIONE E RIPRODUZIONE ANCHE PARZIALE DEL SEGUENTE ELABORATO E' VIETATA A TERMINE DI LEGGE.

**ALLEGATO 1**  
***“Relazione commerciale d’inquadramento”***

***CENTRO COMMERCIALE CLASSICO***  
***in***  
**TORINO**  
***“P.R.I.N. Ambito 5.25 Botticelli”***

*Relazione di inquadramento dell'iniziativa commerciale in riferimento agli indirizzi e criteri regionali di cui alla D.C.R. n. 563-13414 del 29.10.99 -“Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, in attuazione del d.lgs. 31.03.1998 114/98” come modificato dalla D.C.R. n. 347-42514 del 23.12.2003 e dalla D.C.R. n. 59-10831 del 24.03.2006.*

**PROMO.GE.CO s.r.l.**  
Via Valletta 1  
10040 - Leinì (TO)  
**Dott.ssa Daniela Cerra**  
**Arch. Giuliana Romano**  
**Coll. Andrea Albano**

**Novembre 2012**

## Indice

1.1	<b>Premessa</b> .....	3
1.2	<b>Descrizione del Centro Commerciale</b> ( <i>art. 8 - art. 6 DCR</i> ) .....	3
1.3	<b>Descrizione dell'offerta commerciale</b> ( <i>art. 7 DCR</i> ) .....	4
1.4	<b>Descrizione della zona d'insediamento commerciale</b> ( <i>art. 12-13-14-30 DCR</i> ) ....	5
1.5	<b>Compatibilità territoriale</b> ( <i>art. 17 D.C.R.</i> ) .....	10
1.6	<b>Valutazione degli impatti economico-sociali</b> ( <i>art. 26 DCR</i> ) .....	11
1.7	<b>Programma di qualificazione urbana o di rivitalizzazione</b> ( <i>art. 18- 19 DCR</i> ) .....	23
1.8	<b>Sussistenza del titolo di priorità</b> ( <i>art. 21 D.C.R.</i> ) .....	23
1.9	<b>Prescrizioni particolari</b> ( <i>art. 20 D.C.R.</i> ) .....	23
1.10	<b>Individuazione dei beni culturali e ambientali</b> ( <i>art. 23 della D.C.R.</i> ) .....	23

## 1.1 Premessa

Il Centro Commerciale oggetto della presente istanza è ubicato nel settore nord – est del territorio comunale di Torino ed è compreso all'interno del territorio della Circoscrizione 6, nel quartiere denominato “Barriera di Milano”.

L'ambito Botticelli è un'area industriale dismessa che ospitava originariamente la succursale torinese dell'Alfa Romeo con attività produttiva di officina meccanica e che ha subito una riconversione urbanistica attraverso l'approvazione di un **Programma Integrato** in variante al P.R.G. denominato "**Ambito 5.25 Botticelli**" approvato da Consiglio Comunale il 14/05/2012 con D.C.C. n. ord. 54-2012 01894/009.

Il progetto di trasformazione dell'area prevede la realizzazione, oltre ad edifici a destinazione residenziale, anche di un fabbricato a destinazione commerciale al cui interno la Società proponente **Nova Coop**, intende attivare un Centro Commerciale di **4'400 mq superficie di vendita**, così come consentito dalla normativa vigente all'atto della presentazione dell'istanza.

La documentazione presente costituisce parte integrante della domanda in senso descrittivo, esplicativo e dimostrativo.

## 1.2 Descrizione del Centro Commerciale (art. 8 - art. 6 DCR)

Il Centro Commerciale previsto in Via Botticelli risulta, ai sensi dell'**art. 6** della Delibera Consiglio Regionale n. 563-13414 del 29/10/99 “Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa in attuazione del D.LGS 114/98 del 31/03/98” così come modificata dalla Delibera Consiglio Regionale n. 347-42514 del 23/12/03 e Delibera Consiglio Regionale n.59-10831 del 34/03/06 “Modifiche ed integrazioni all'allegato A alla DCR n.563-13414 del 29/10/99” (di seguito denominata **DCR**), un **centro commerciale classico** in quanto realizzato all'interno di un unico edificio comprendente una pluralità di esercizi commerciali al dettaglio, ricavato in area a destinazione commerciale e soggetto a concessione edilizia unitaria. Il Progetto architettonico dell'edificio commerciale sarà descritto compiutamente nella relazione tecnico progettuale allegata all'istanza di autorizzazione commerciale.

Si precisa che l'insediamento commerciale sarà separato da viabilità pedonale pubblica, acquisita quale urbanizzazione primaria e secondaria ai sensi dell'art.51 comma1 lett. b) della LR 56/77 smi, dagli altri insediamenti commerciali previsti al piano terreno degli edifici residenziali presenti all'interno della stessa localizzazione L2.

Il centro commerciale risulta classificabile ai sensi dell'**art. 8** della **DCR** come una grande struttura di vendita **G-CC1** con superficie di vendita di mq 4'400 così suddiviso:

- G-SM1 da mq 4'250 di superficie di vendita
- Negozi di vicinato per mq 150 di superficie di vendita.

Le tipologie e le superfici di vendita sono compatibili secondo quanto disposto dal precitato art. 8 in quanto la tipologia G-CC1 ha superficie di vendita che si estende da mq 2'500 a mq 6'000, il G-SM1 da mq 2'501 a mq 4'500 e gli esercizi di vicinato fino a 250 mq.

### 1.3 Descrizione dell'offerta commerciale (art. 7 DCR)

L'offerta commerciale del centro, ai sensi dell'art. 7 della **DCR** è così composta:

- **n. 1 G-SM1** (ipermercato) di mq 4'250 di vendita di offerta mista  
di cui 3'000 mq alimentari (dato indicativo)  
e mq 1'250 non alimentari (dato indicativo)

I reparti di non alimentare trattano, in via indicativa, le seguenti merceologie: abbigliamento, calzature, intimo, bimbo, complementi d'abbigliamento, tessile casa, igiene casa-persona, bazar.

- **n. 4 Esercizi di vicinato** di mq 150 di vendita complessiva non alimentare; merceologia (indicativa): prodotti per la persona, il tempo libero e la casa.

Il centro commerciale incentra la propria offerta sulla tipologia G-SM1, che è un esercizio despecializzato misto (ipermercato) in grado di offrire un'offerta estesa nei prodotti di acquisto ripetitivo alimentari e non alimentari, con assortimento poco profondo e livello di offerta medio/bassa.

L'assortimento dell'ipermercato è composto dai reparti deperibili (carni, latticini-salumi, gastronomia, pesce, prodotti da forno, pasticceria, grill, frutta e verdura) con banchi a servizio diretto e libero servizio, dai generi vari e dai reparti del non alimentare, che trattano le merceologie sopraindicate.

L'offerta dell'ipermercato sarà integrata dalla presenza di **3** esercizi di vicinato specializzati nelle merceologie della persona e complementi, della casa e del tempo libero. N° 1 licenza commerciale di 2 mq sarà richiesta e destinata all'attività artigianale per la vendita dei prodotti strettamente collegati all'attività svolta.

Complessivamente per tipologia e settore merceologico, la superficie di vendita del centro risulta la seguente:

<b>tipologia</b> (art.8 DCR)	<b>numero esercizi</b>	<b>ALIMENTARI</b> mq area vendita	<b>NON ALIMENTARI</b> mq area vendita	<b>Superficie di vendita totali</b>
G-SM 1	1	3'000	1'250	4'250
Es. Vicinato	4		150	150
<b>Totali</b>	<b>5</b>	<b>3'000</b>	<b>1'400</b>	<b>4'400</b>

L'offerta del centro viene rafforzata da:

- **n° 1 esercizio di somministrazione** che disporrà di una superficie lorda di pavimento di circa mq 260.

- **n° 2 attività artigianali di servizio** con superficie lorda complessiva di pavimento di circa mq 70. Una delle due attività artigianali usufruirà di una licenza commerciale di 2 mq per la vendita di prodotto legati all'attività.

Ne consegue che la superficie complessiva delle attività paracommerciali risulta di inferiore al 20% della superficie complessiva di vendita del centro commerciale (330 mq < 880 mq) e pertanto non è necessario applicare lo standard di fabbisogno parcheggi integrativo di cui all'art. 25 comma 4 della **DCR**.

#### **1.4 Descrizione della zona d'insediamento commerciale (art. 12-13-14-30 DCR)**

Il comune di Torino è comune attrattore di una propria area di programmazione commerciale ed appartiene alla categoria dei comuni **polo della rete primaria** come definiti all'art.11, comma 2 della DCR n. 563-13414/99.

La popolazione residente nel comune di Torino è di **907'563 abitanti** (Istat 2010), quindi superiore alla soglia dei 10'000 abitanti che determina rispettivamente, in 250 mq e 2'500 mq di superficie di vendita, le soglie di separazione delle medie strutture di vendita rispetto agli esercizi di vicinato e rispetto alle grandi strutture di vendita. (art.8 DCR n. 563-13414/99).

In ossequio ai disposti della L.R. n. 28/1999 ed a seguito dell'approvazione della D.C.R n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 avente ad oggetto gli indirizzi generali e i criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, la Città di Torino ha recepito, con deliberazione del Consiglio Comunale del 18 maggio 2000, (mecc. 2000 03258/16), esecutiva dal 5 giugno 2000, i criteri regionali per l'adeguamento alla nuova disciplina del commercio.

Successivamente, con deliberazione del Consiglio Comunale del 26 luglio 2000 (mecc. 2000 05687/09), esecutiva dal 10 agosto 2000, la Città ha adottato, ai sensi dell'articolo 17 comma 5 bis L.R. 56/1977 e s.m.i., la variante urbanistica n. 31 finalizzata ad adeguare lo strumento urbanistico generale ai suddetti nuovi criteri; la variante è stata approvata in via definitiva con deliberazione del Consiglio Comunale del 27 marzo 2001 (mecc. 2001 02109/09).

In seguito la Regione Piemonte ha modificato gli indirizzi generali: l'ultima modifica è avvenuta con la D.C.R. 59-10831 del 24 marzo 2006 (pubblicata nel B.U.R. n. 13 del 30 marzo 2006) la quale ha previsto modifiche ed integrazioni all'allegato A della D.C.R n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 e s.m.i. In tale provvedimento si introducono vari elementi di novità e, all'articolo 29, si prevede che i Comuni abbiano a disposizione 180 giorni per adeguare i propri strumenti urbanistici generali ed attuativi ai disposti della deliberazione regionale stessa. Ai sensi dell'articolo 25 si prevede, inoltre, che si applichino le norme sostitutive di cui all'articolo 30 fino a quando i Comuni non abbiano provveduto all'adeguamento.

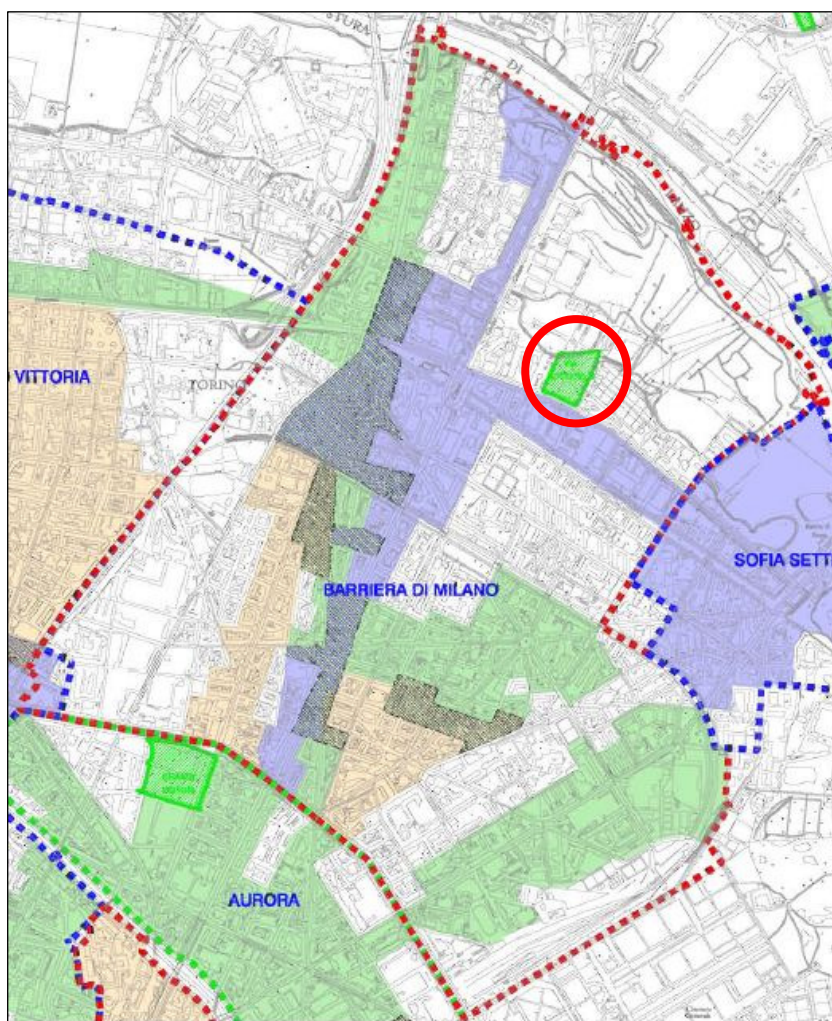
In adempimento a quanto sopra, in data **12 marzo 2007 con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 18** (mecc. 2006 10283/122) sono stati approvati i nuovi **“Criteri Comunali** per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio al dettaglio su aree private”, dando atto al contempo, che con separato provvedimento si sarebbe proceduto ad approvare la relativa variante di adeguamento allo strumento urbanistico con allegata cartografia atta ad individuare specificatamente gli ambiti di insediamento commerciale.

Con **Delibera n°04889** del **31/01/2011** (mecc. 2010 04889/009) il Consiglio Comunale ha approvato la **variante parziale n°160** al Piano Regolatore, ai sensi dell'articolo 17 della L.R. 56/1977, con la quale ha concluso la procedura di adeguamento del PRG ai criteri commerciali comunali approvati con D.C.C. n°18 del 12/03/2007, ai sensi dell'articolo 16.

All'interno della Variante 160 al PRG è stato assolto l'obbligo di effettuazione della **valutazione ex ante** per il riconoscimento della localizzazione di tipo **L2 Botticelli**, inoltre con Determinazione Dirigenziale n°46-27231/2010 del 14/07/2010 è stato rilasciato **parere favorevole della Provincia di Torino** (ai sensi dell'art. 14 della D.C.R.) in relazione alla valutazione ex ante per la L2 in Ambito Botticelli.

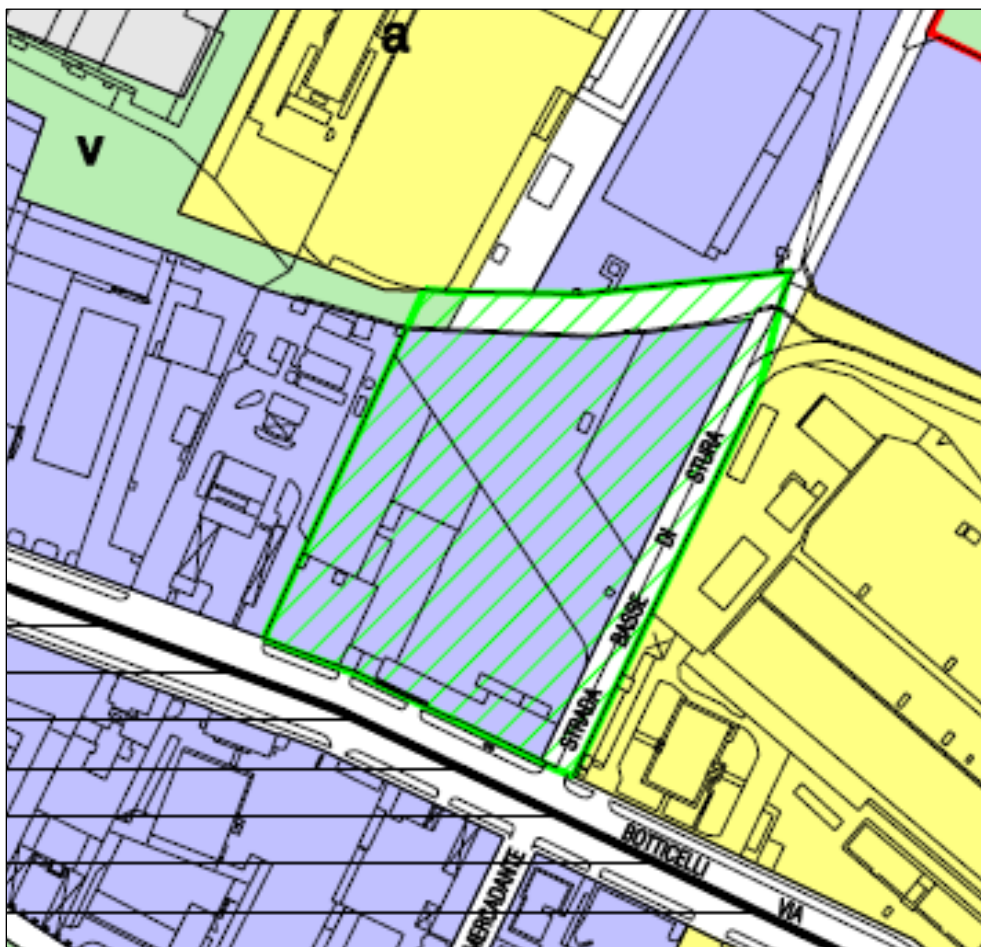
Conformemente a quanto previsto dall'articolo 14 dell'allegato A alla D.C.R. e dall'articolo 12 dei Criteri Comunali, il richiesto **Progetto Unitario di Coordinamento** costituisce parte integrante del PR.IN "Ambito 5.25 Botticelli" approvato da Consiglio Comunale il 14/05/2012 con D.C.C. n. ord. 54-2012 01894/009.

La localizzazione L2 Botticelli fa parte del Sistema commerciale "Barriera di Milano"



*Stralcio della Tav. M del Progetto  
Definitivo Variante 160 al PRGC  
"Ambiti di insediamento commerciale"*





#### LEGENDA



Localizzazioni L2

Stralcio della Tav. N del Progetto Definitivo Variante 160 al PRGC

"Azzonamento con sovrapposizione degli ambiti di insediamento commerciale"

L'Ambito Botticelli è un' area produttivo-industriale dismessa da almeno dieci anni ed è oggetto di un piano di recupero urbano in corso di avvio pertanto può usufruire della facoltà di deroga rispetto ai criteri prefissati dalla normativa commerciale vigente.

Di seguito la verifica dei parametri della L2 Botticelli nel rispetto del dettato regionale, recepito dalla normativa comunale:

- In base a quanto definito nei Criteri regionali il numero di residenti che è necessario abitino vicino all'area interessata ammonta a 1'500 abitanti che devono essere compresi in uno spazio circolare di 1'000 metri di raggio ad una distanza non superiore ai 2'500 metri dal confine dell'area stessa. Considerando una distanza di 0 metri (quindi adiacente all'area – si veda tavola allegata) e disegnando una circonferenza di 1'000 metri di raggio, si ottiene un cerchio al cui interno è contenuta una popolazione pari a 60'741 residenti. (dato Istat 2007). Il parametro regionale **X.2** s'intende, quindi, ampiamente verificato.

Promogeco S.r.l. Via Valletta 1- Leini (TO)

**AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA BOTTICELLI – REGIONE PIEMONTE**

– L'area interessata presenta una dimensione territoriale di 27'502 mq, valore inferiore ai 40'000 mq minimi richiesti dai Criteri. Il parametro regionale **H.2.** si considera in deroga ai sensi dell'art.14, c.4, lett. B) DCR 59-10831/2006, pertanto risulta verificato.

– Ugualmente, i parametri riguardanti la distanza minima da addensamenti A1, A2 ed altre Localizzazioni L2 vanno considerati in deroga sensi dell'art.14, c.4, lett. B) DCR 59-10831/2006, pertanto risultano verificati.

Si riporta di seguito la tabella che consente di evidenziare come tutti i parametri siano rispettati rigorosamente per quanto riguarda la identificazione dell'Ambito Botticelli quale Localizzazione di tipo L2.

LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE URBANO-PERIFERICA (L.2. BOTTICELLI) – VERIFICA PARAMETRI				
LOCALIZZA-ZIONE COMMERCIALE URBANO – PERIFERICA NON ADDENSATA	PARAMETRO	COMUNE METROPOLITANO	L2 BOTTICELLI	NOTE
AMPIEZZA RAGGIO DELLA PERIMETRA-ZIONE ENTRO LA QUALE CALCOLARE I RESIDENTI	Y.2.	mt. 1.000	mt. 1.000	VERIFICATO
NUMEROSITÀ DEI RESIDENTI ENTRO IL RAGGIO DI CUI AL PARAMETRO Y.2.	X.2.	1.500 residenti	60'741 Residenti nelle zone statistiche n..... (comprese nella quasi totalità della perimetrazione di cui al parametro Y.2..	VERIFICATO
DISTANZA STRADALE MASSIMA DALLA PERIMETRA-ZIONE DEL NUCLEO RESIDENZIA-LE DI CUI AL PARAMETRO Y.2	J.2.	mt. 2.500	mt. 0,00	VERIFICATO
DIMENSIONE MINIMA E MASSIMA DELLA LOCALIZZA-ZIONE	H.2.	MIN mq. 40.000 - MAX mq. 170.000	27'502 mq Derogabile in quanto area industriale dismessa da almeno 10 anni e oggetto di piano di recupero	VERIFICATO
DISTANZA MINIMA DA ALTRO ADDENSA-MENTO URBANO A.1., A.2.	W.2.	mt. 2.500	Mt1'430 da A2 Foroni Derogabile in quanto area industriale dismessa da almeno 10 anni e oggetto di piano di recupero	VERIFICATO
DISTANZA STRADALE MINIMA DA ALTRA LOCALIZZA-ZIONE L.2. E DA ALTRA LOCALIZZAZIONE L.3. PREESISTENTE	D.2.	mt. 4.000	mt. 1'820 da L2 Corso Romania mt. 1'960 da L2 Grandi Motori Derogabile in quanto area industriale dismessa da almeno 10 anni e oggetto di piano di recupero	VERIFICATO

## 1.5 Compatibilità territoriale (art. 17 D.C.R.)

Rispetto alla tabella di compatibilità territoriale ex art. 17 D.C.R. 59-10831 del 24.03.2006, l'Amministrazione Comunale ha deciso di non apportare modifiche per le localizzazioni di tipo L2, pertanto nella Localizzazione L2-Botticelli sono consentite le seguenti tipologie di strutture distributive:

TIPI DI STRUTTURE DISTRIBUTIVE	SUPERFICIE DI VENDITA (mq)	L2 BOTTICELLI
VICINATO	Fino a 250	SI
M-SAM1	251-400	SI (1)
M-SAM2	401-900	SI (1)
M-SAM3	901-1'800	SI (1)
M-SAM4	1'801-2'500	SI
M-SE1	251-400	SI
M-SE2	401-900	SI
M-SE3	901-1'800	SI
M-SE4	1'801-2'500	SI
M-CC	251-2'500	NO
G-SM1	2'501-4'500	SI
G-SM2	4'501-7'500	NO
G-SM3	7'501-12'000	NO
G-SM4	>12'000	NO
G-SE1	2'501-3'500	SI
G-SE2	3'501-4'500	NO
G-SE3	4'501-6'000	NO
G-SE4	>6'000	NO
<b>G-CC1</b>	<b>Fino a 6'000</b>	<b>SI</b>
G-CC2	6'001-12'000	SI
G-CC3	12'001-18'000	NO
G-CC4	>18'000	NO

(1) Nei centri commerciali compatibili ai sensi della presente tabella

Il centro commerciale in progetto risulta, quindi, compatibile rispetto alla tabella riportata in quanto rientra nella tipologia di grande struttura di vendita G-CC1, con superficie di vendita fino a 6'000 mq complessivi.

#### **1.6 Valutazione degli impatti economico-sociali (art. 26 DCR)**

Il miglioramento del servizio reso al consumatore è perseguibile attraverso una pluralità d'interventi, parte pubblici e parte privati (meglio specificati negli elaborati di progetto) che raggiungono un unico obiettivo: garantire al consumatore un'offerta competitiva e dinamica. Si considera teoricamente e normativamente, l'offerta adeguatamente competitiva e dinamica quando i canali distributivi (distribuzione Moderna, nelle sue varie forme, Distribuzione Tradizionale e Distribuzione Ambulante) presidiano il territorio in modo tale da garantire al consumatore una pluralità di scelta e quindi una adeguata politica commerciale, che risulta articolarsi nella concorrenza sul prezzo, sull'assortimento e sulla qualità del servizio proposto.

Sulla dinamica concorrenziale opera l'Autorità garante della concorrenza e del mercato il cui scopo istituzionale è garantire che un eccesso di posizione dominante, ai sensi della Legge n.287 del 10 ottobre 1990 "Norme per la tutela della concorrenza del mercato" non pregiudichi la dinamica concorrenziale.

In tal senso la Legge Regionale 28/99 e le successive modificazioni hanno recepito il dettato normativo della L 287 e ad essa fanno riferimento espresso, oltretutto al dettato disposto dall'art. 41 della Costituzione, del d.lgs. 59/2010, del d.l. 201/2011 convertito dalla l. 214/2011 e dell'articolo 1 del d.l. 1/2012 convertito dalla l. 27/2012, perseguendo inoltre l'obiettivo ulteriore di sopperire alle carenze di servizio a scala territoriale con politiche pubbliche di mitigazione attraverso strumenti quali Programmi di qualificazione Urbana e Programmi integrati di rivitalizzazione.

L'analisi che segue per il territorio su cui s'intende insediare una nuova struttura commerciale ha l'obiettivo di dimostrare il miglioramento del servizio reso al consumatore.

##### **a) Miglioramento del servizio reso al consumatore**

Al fine di favorire un miglioramento del servizio consideriamo che il sorgere di nuove superfici di vendita per le tipologie despecializzate extralimentari e alimentari comporta la possibilità di estendere l'assortimento, di prestare un servizio più vario (self service,

assistito e diretto per le stesse referenze) e di avere un'offerta più competitiva per aggredire la concorrenza già insediata.

In tal senso il progetto di Centro Commerciale promosso dalla Società Nova Coop innesca automaticamente un meccanismo di libera concorrenza con i competitori già presenti ed operanti sul territorio.

La libera competizione commerciale, in assenza di posizione dominante da parte di uno dei competitori, aumenta la concorrenza, che si estrinseca, nel libero mercato, in una politica commerciale più aggressiva (politica di prezzo più competitiva e quindi prezzi più bassi) e migliora il livello di servizio, perché le imprese concorrenti nello stesso bacino, per ottenere risultati economici migliori, abbassano solitamente i prezzi (riduzione del margine, campagne promozionali varie, campagne sottocosto), aumentano il livello del servizio offerto, estendendo l'assortimento trattato e specializzandolo per target, fornendo ulteriori servizi di vendita o migliorandoli (assistenza al cliente nella fase di scelta, trasporto ed installazione, carta di fidelizzazione e club d'acquisto), di post vendita (garanzia del distributore, soddisfatto e rimborsato, copertura assicurativa compresa nel prezzo, impegno di riacquisto nel tempo), di pagamento dilazionato (credito al consumo, uso di carte di credito e bancomat, carte di addebito della società), di e-commerce (siti d'appoggio e/o sostitutivi).

Per il consumatore, a dare l'avvio a questo "circuitto virtuoso" è solitamente il nuovo entrato che deve competere da una posizione di debolezza, perché nel nuovo mercato non dispone di fidelizzazione, deve farsi conoscere e quindi investire di più in margine e comunicazione. Inoltre i nuovi progetti, per ottenere una buona probabilità di successo e conseguentemente migliorare il servizio offerto al consumatore, devono disporre di una location ottimale, ovvero in grado di offrire un livello di ospitalità d'eccellenza (migliore connettività con la rete viabilistica per l'utenza, più parcheggio e parcheggio più comodo e funzionale, facile accessibilità con mezzi pubblici e mezzi a basso impatto ambientale).

I competitori già insediati nel territorio reagiscono, in via preventiva, prima dell'avvio del nuovo progetto, al fine di ridurre le potenzialità dei nuovi entranti, con l'avvio di campagne commerciali più aggressive e/o di maggiore fidelizzazione, e operando con ristrutturazioni dell'assortimento e taglio margini.

Le strategie di contenimento vengono usualmente ripartite in due momenti: quella anticipativa, cui si è accennato e quella posticipativa, solitamente ritardata di qualche mese rispetto all'apertura del competitore. Quest'ultima prevede una significativa

campagna di rilevazione prezzi ed uno studio attento della profondità di assortimento del competitore da parte del preesistente, con conseguenti azioni di riposizionamento e di rafforzamento dell'offerta. Questo tipo di competizione commerciale prosegue per tutta la fase di avvio del nuovo impianto (circa tre anni) e abitualmente non consente ritorni a condizioni di margine precedente.

A seconda delle merceologie, delle tipologie e della quota di mercato detenuta dal Commercio Innovativo, il beneficio per il consumatore in termini di taglio dei prezzi è stimabile da un 3% ad un 5% sul Mercato Teorico Potenziale di riferimento. Le percentuali appaiono basse, ma se applicate a MTP di decine di milioni di euro, l'effetto sulla domanda assume una configurazione diversa.

#### b) Rispetto delle condizioni di libera concorrenza

Al fine di dimostrare il rispetto delle condizioni di libera concorrenza nell'area in cui s'intende insediare il nuovo centro commerciale, ci siamo avvalsi di un modello gravitazionale nel tentativo di prevedere le dinamiche di mercato ed i flussi di traffico.

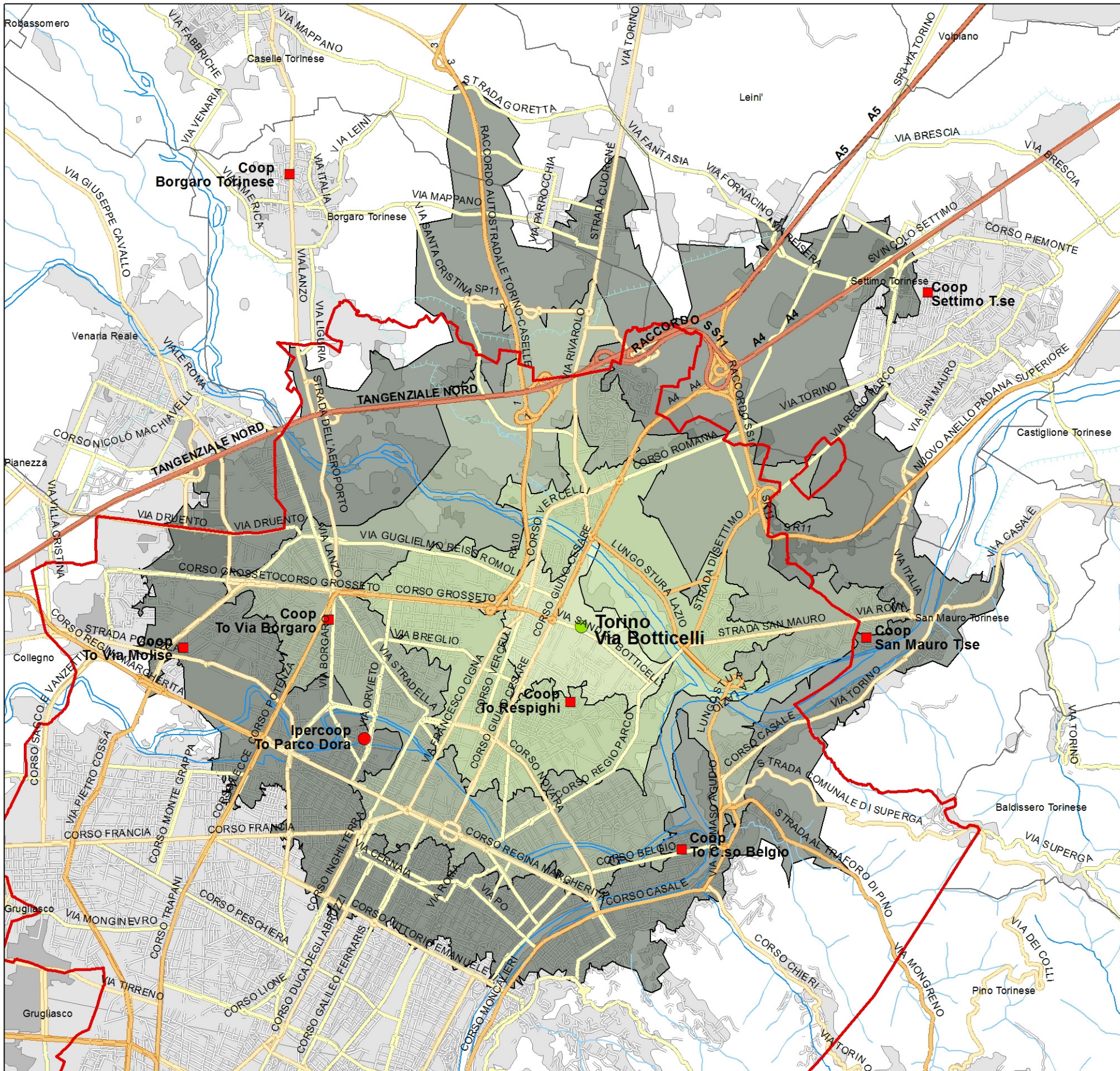
I dati per definire i valori di potenziale di mercato e quindi i consumi per ogni sezione di censimento dei residenti ricadenti all'interno di un determinato bacino, derivano da elaborazioni di dati **Nielsen di giugno 2011**

Il mercato moderno presente nell'area di studio è stato suddiviso in base alle dimensioni dei punti di vendita, nelle seguenti tipologie:

- ipermercati > 4000 mq
- supermercati tra 400 e 4000 mq
- superette tra 200 e 400 mq
- discount

Il **bacino di gravitazione** del Centro Commerciale Classico progettato nel Comune di Torino, conta 284'783 residenti nei Comuni di Torino, Borgaro T.se, San Mauro T.se e Settimo T.se, compresi nelle isocrone dei 5-10-15 minuti di percorrenza auto, ai quali si devono aggiungere 176'473 residenti nell'area compresa tra le isocrone dei 15 e 20 minuti, provenienti anche dal Comune di Caselle, Leini e Venaria Reale, per un totale di **461'256 residenti**, come da prospetto allegato





## Legenda

Isocrone *	Pop.2010: **	Pop.2009: **
5 min.	50.188	50.302
10 min.	147.655	147.970
15 min.	284.783	285.201
20 min.	461.256 ***	461.868 ***

### PdV - Esistenti

■ Coop ● Ipercoop

### PdV - In Progetto

■ Coop ● Ipercoop

\* Bacino calcolato in AVVICINAMENTO al PdV, con condizioni di traffico INTENSO, con percorrenza autostrade DISABILITATA.

\*\* I dati si riferiscono a tutte le sezioni di censimento che intersecano l'area. (Fonte: Istat 2010)

\*\*\* Totale cumulato

Scala 1:50.000



Nelle prime due isocrone (5-10 minuti primi) si concentra il 32% della popolazione gravitante mentre circa il 30% si trova nell'intervallo tra le isocrone dei 10-15 minuti primi; la fascia compresa entro le isocrone dei 15-20 minuti incide per il 38% sul totale della popolazione gravitante. Come si evince dalla tabella allegata, il bacino di gravitazione del centro Commerciale in progetto, corrisponde indicativamente a metà del Comune di Torino.

Isocrone	Comune	Pop. 10	Pop. 09	Fam. 10	Fam. 09	Mercato Teorico Potenziale	Consumi Procapite	Consumi Profamiglia
5	Torino	50.188	50.302	23.562	23.588	€ 125.338.156	€ 2.497	€ 5.320
10	Torino	147.655	147.970	69.796	69.866	€ 369.434.143	€ 2.502	€ 5.293
15	Comuni vari:	284.783	285.201	134.486	134.527	€ 719.630.186	€ 2.527	€ 5.351
	<i>Borgaro Torinese</i>	956	957	364	363	€ 2.240.215	€ 2.343	€ 6.154
	<i>San Mauro Torinese</i>	7.424	7.397	3.123	3.106	€ 19.317.313	€ 2.602	€ 6.185
	<i>Settimo Torinese</i>	923	924	366	364	€ 2.071.485	€ 2.244	€ 5.660
	<i>Torino</i>	275.479	275.922	130.633	130.695	€ 696.001.172	€ 2.527	€ 5.328
20	Comuni vari:	461.256	461.868	219.493	219.468	€ 1.202.443.831	€ 2.607	€ 5.478
	<i>Borgaro Torinese</i>	2.465	2.471	923	920	€ 5.653.097	€ 2.293	€ 6.125
	<i>Caselle Torinese</i>	5.116	4.997	1.993	1.914	€ 11.131.784	€ 2.176	€ 5.585
	<i>Leini'</i>	508	496	193	187	€ 940.816	€ 1.852	€ 4.875
	<i>San Mauro Torinese</i>	17.107	17.112	7.293	7.283	€ 45.248.470	€ 2.645	€ 6.204
	<i>Settimo Torinese</i>	10.437	10.433	4.287	4.256	€ 23.772.653	€ 2.278	€ 5.545
	<i>Torino</i>	418.785	419.544	202.066	202.212	€ 1.099.508.492	€ 2.625	€ 5.441
	<i>Venaria Reale</i>	6.839	6.815	2.738	2.696	€ 16.188.519	€ 2.367	€ 5.913

L'analisi del rispetto delle condizioni di libera concorrenza rileva, merceologia per merceologia, il Mercato Teorico Potenziale (Domanda) presente nel bacino (Popolazione per consumi commercializzati) e l'offerta concorrente (tipologie analoghe per dimensione e profondità di assortimento) presente nel bacino (Offerta). Dalla comparazione dei valori si deducono gli indici elementari con i quali vengono abitualmente esaminati dall'Antitrust i procedimenti di sviluppo delle imprese per concentrazione. Nel caso di specie non si tratta di concentrazione, ma di nuovo impianto.

Si stima, in base a produttività tipizzate per merceologie e tipologia, che il nuovo centro commerciale progettato, nel suo complesso, possa sviluppare un giro d'affari complessivo di 50'000'000 euro, così ripartiti:



<b>tipologia</b> (art.8 DCR)	<b>Superficie di vendita in mq</b>	<b>Euro</b>
G-SM 1	4'250	€ 42.500.000,00
Es. Vicinato	150	€ 7.500.000,00

Si stima che il mercato di riferimento generato nell'area sia complessivamente di 1'202'443'831 di euro, pertanto, l'incidenza del giro d'affari previsto per il nuovo insediamento, rispetto al mercato di riferimento risulta circa del 4,15.%.

Per la misura dei livelli di concorrenza si utilizzano i seguenti indici elementari:

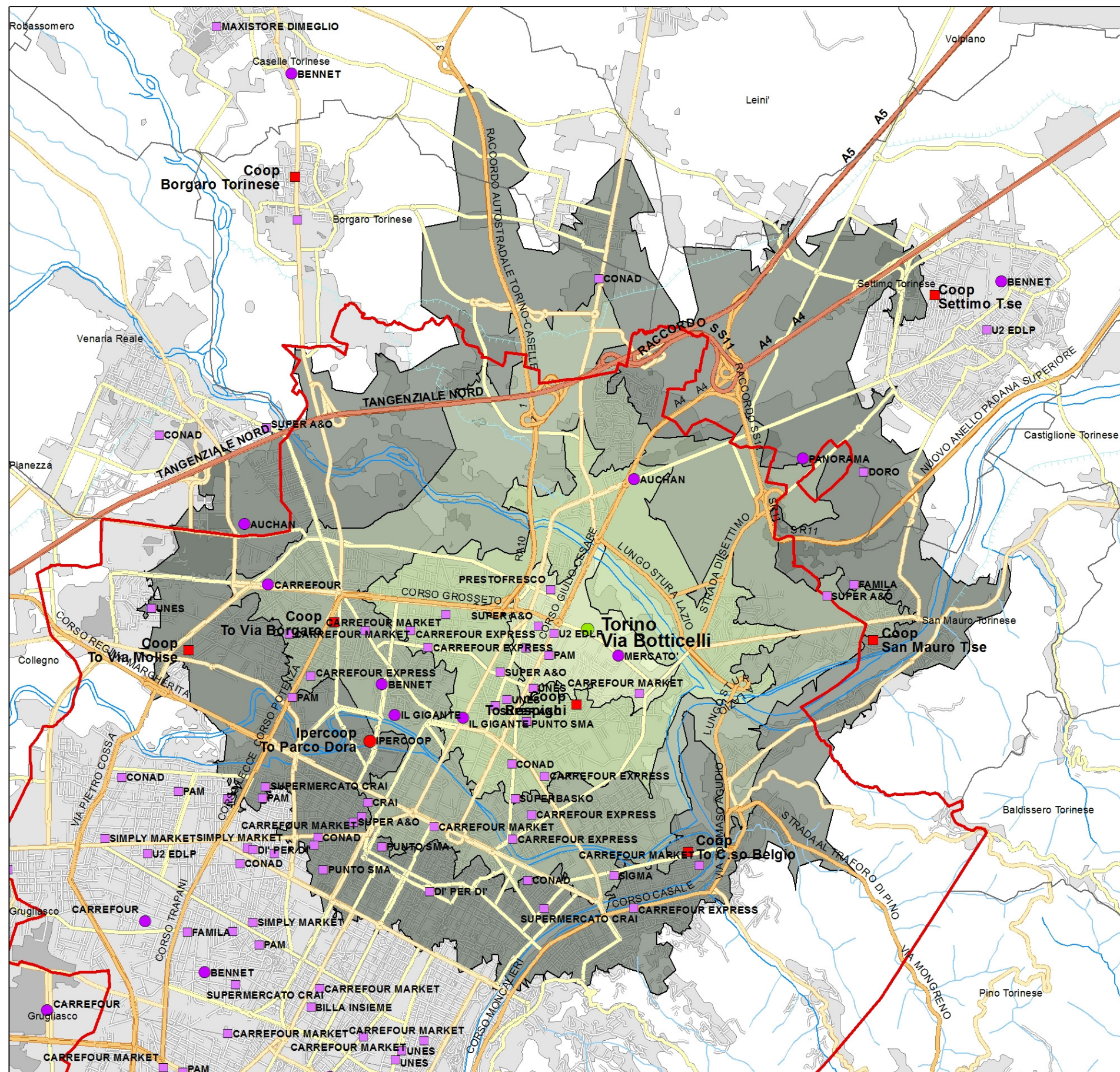
**Q:** per misurare la quota, rispetto all'offerta complessiva, detenuta dall'entità (azienda o punto vendita) considerata;

**C2:** per misurare il rapporto di forza, in termini di superficie, esistente tra le due entità maggiori.

Una situazione caratterizzata dalla manifestazione congiunta dei valori:  $Q < 40\%$ ,  $C2 < 2,5$ , non suscita allarme ai fini della tutela della concorrenza.

La capacità d'attrazione del centro commerciale in progetto, si sviluppa, in sinergia con le altre attività presenti nel centro, all'interno del bacino di gravitazione indicato nella rappresentazione seguente





## Legenda

Isocrone *	Pop.2010: **	Pop.2009: **
5 min.	50.188	50.302
10 min.	147.655	147.970
15 min.	284.783	285.201
20 min.	461.256 ***	461.868 ***

### PdV - Esistenti

■ Coop    ● Ipercoop

### PdV - In Progetto

■ Coop    ● Ipercoop

### Concorrenza - GNLC Nielsen

● IPERMERCATI  
■ SUPERMERCATI  
■ DISCOUNT  
■ LIBERO SERVIZIO

### Concorrenza - Nuove Aperture (dopo dic. 10)

● IPERMERCATI  
■ SUPERMERCATI  
■ SUPERETTE  
■ DISCOUNT

### Concorrenza - Autorizzazioni rilasciate

● IPERMERCATI  
■ SUPERMERCATI  
■ SUPERETTE  
■ DISCOUNT

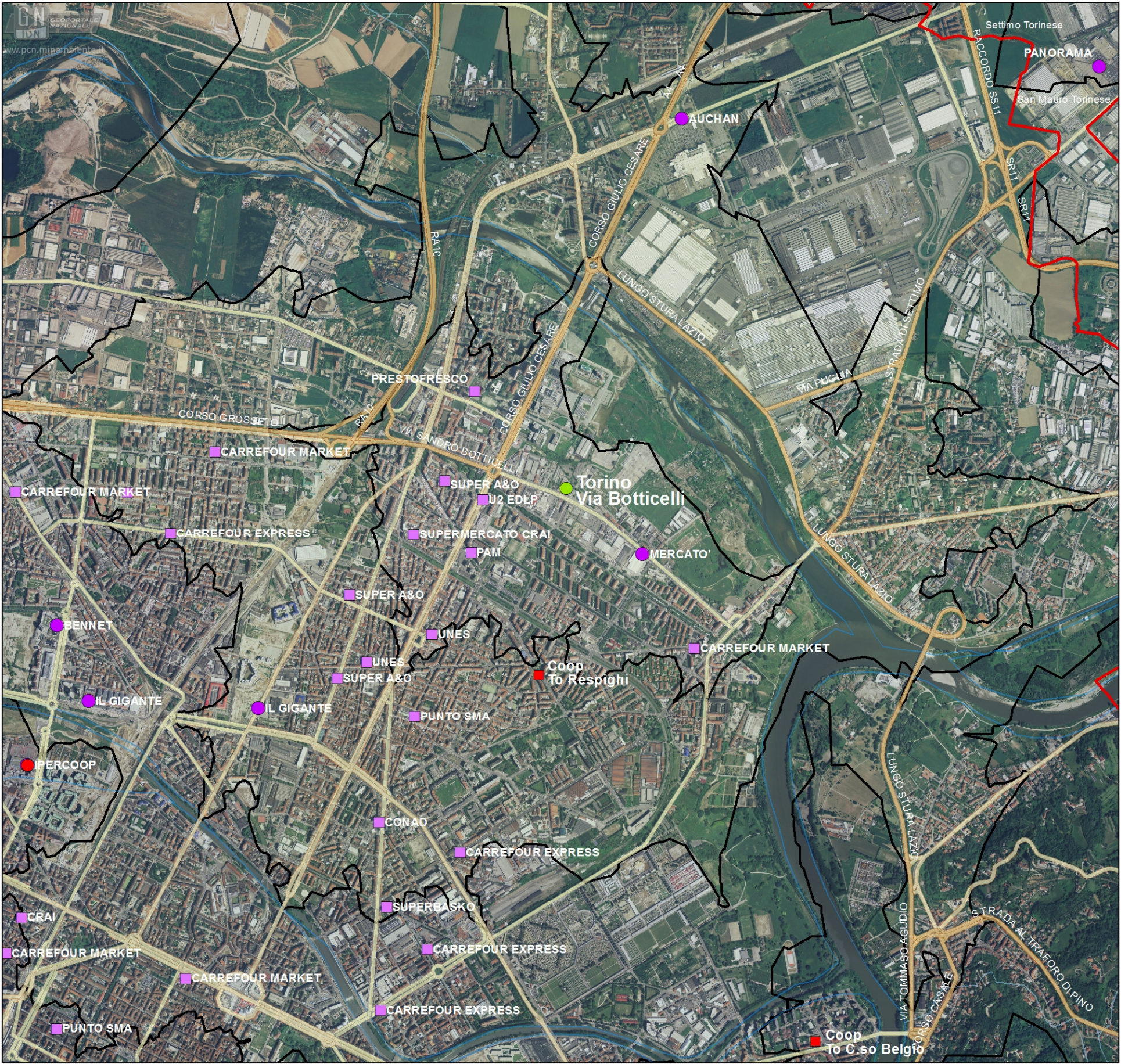
\* Bacino calcolato in AVVICINAMENTO al PdV, con condizioni di traffico INTENSO, con percorrenza autostrade DISABILITATA.

\*\* I dati si riferiscono a tutte le sezioni di censimento che intersecano l'area. (Fonte: Istat 2010)

\*\*\* Totale cumulato

Scala 1:50.000





**Legenda**

Isocrone *	Pop.2010: **	Pop.2009: **
5 min.	50.188	50.302
10 min.	147.655	147.970
15 min.	284.783	285.201
20 min.	461.256 ***	461.868 ***

**PdV - Esistenti**

- Coop    ● Ipercoop

**PdV - In Progetto**

- Coop    ● Ipercoop

**Concorrenza - GNLC Nielsen**

- IPERMERCATI
- SUPERMERCATI
- DISCOUNT
- LIBERO SERVIZIO

**Concorrenza - Nuove Aperture** (dopo dic. 10)

- IPERMERCATI
- SUPERMERCATI
- SUPERETTE
- DISCOUNT

**Concorrenza - Autorizzazioni rilasciate**

- IPERMERCATI
- SUPERMERCATI
- SUPERETTE
- DISCOUNT

\* Bacino calcolato in AVVICINAMENTO al PdV, con condizioni di traffico INTENSO, con percorrenza autostrade DISABILITATA.

\*\* I dati si riferiscono a tutte le sezioni di censimento che intersecano l'area. (Fonte: Istat 2010)

\*\*\* Totale cumulato

Scala 1:50.000



## Grande struttura alimentare / mista

All'interno del bacino teorico calcolato dalle isocrone fino a 20 minuti di percorrenza dal punto vendita in progetto, sono presenti nel settore misto **5** grandi strutture di vendita per complessivi **39'301 mq** di superficie di vendita (fonte Nielsen giugno 2011).

Isocron e	Comune	Insegna	Indirizzo	Tipologia	M. Q.	Potenziale IRI
5	TORINO	PRESTOFRESCO	VIA TROYA 18/C	SUPERMERCATI	404	€ 739.554
5	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	VIA POGGIO GIOVANNI 36/A	SUPERMERCATI	400	€ 1.848.886
5	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO VERCELLI 144	LIBERO SERVIZIO	250	€ 554.666
5	TORINO	SUPER A&O	VIA VALDENGO 16	SUPERMERCATI	800	€ 2.588.440
5	TORINO	UNES	VIA PIER FORTUNATO CALVI 3	SUPERMERCATI	480	€ 2.773.329
5	TORINO	U2 EDLP	PIAZZA DERNA 218	SUPERMERCATI	750	€ 4.529.770
5	TORINO		VIA PORTA CARLO 5	DISCOUNT	735	€ 369.777
5	TORINO	CARREFOUR MARKET	VIA GIOVANNI CRAVERO 51/F	SUPERMERCATI	600	€ 1.848.886
5	TORINO	IN'S DISCOUNT	CORSO GIULIO CESARE 138	DISCOUNT	250	€ 2.218.663
5	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA GOTTARDO 117A	DISCOUNT	570	€ 2.773.329
5	TORINO	EKOM DISCOUNT	CORSO VERCELLI 249	DISCOUNT	480	€ 2.033.774
5	TORINO	LIDL	CORSO VERCELLI 233 A	DISCOUNT	450	€ 2.588.440
5	TORINO	LIDL	VIA SANDRO BOTTICELLI 57	DISCOUNT	800	€ 4.807.103
5	TORINO	MERCATO'	VIA BOTTICELLI 114	IPERMERCATI	2.500	€ 19.690.633
5	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA TARTINI 40	LIBERO SERVIZIO	290	€ 647.110
5	TORINO	PAM	VIA PORPORA NICOLA 38BIS	SUPERMERCATI	1.415	€ 5.823.990
10	TORINO	CRAI	VIA SANTHIA 16F	LIBERO SERVIZIO	235	€ 831.999
10	TORINO	SUPER A&O	VIA MERCADANTE 3/F	LIBERO SERVIZIO	375	€ 1.201.776
10	TORINO	IL GIGANTE	VIA FRANCESCO CIGNA 97	IPERMERCATI	2.500	€ 14.421.309
10	TORINO	AUCHAN	CORSO ROMANIA 460	IPERMERCATI	10.550	€ 144.490.423
10	TORINO	SUPERBASKO	CORSO BRESCIA 51	SUPERMERCATI	1.165	€ 5.916.434
10	TORINO	DORO	STRADA SAN MAURO 81/A	LIBERO SERVIZIO	350	€ 2.680.884
10	TORINO	PUNTO SMA	VIA SANTHIA' 28 F	LIBERO SERVIZIO	320	€ 1.016.887
10	TORINO	PUNTO SMA	VIA MONTEROSA 57	SUPERMERCATI	560	€ 1.756.441
10	TORINO	SUPER A&O	VIA CHATILLON 36	SUPERMERCATI	420	€ 1.109.331
10	TORINO	D-PIU' DISCOUNT	CORSO GIULIO CESARE 105	DISCOUNT	325	€ 1.663.997
10	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA DAMIANO CHIESA 38	LIBERO SERVIZIO	180	€ 1.571.553
10	TORINO	PUNTO SMA	CORSO GIULIO CESARE 44F	LIBERO SERVIZIO	250	€ 369.777
10	TORINO	PUNTO SMA	VIA PAISIELLO 30	LIBERO SERVIZIO	220	€ 831.999
10	TORINO		VIA IVREA 16A	LIBERO SERVIZIO	100	€ 184.889
10	TORINO	CRAI	C.SO GIULIO CESARE 53 BIS	LIBERO SERVIZIO	250	€ 1.109.331
10	TORINO	UNES	VIA LEINI 67	SUPERMERCATI	500	€ 2.773.329
10	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA BOLOGNA 94 F	SUPERMERCATI	500	€ 1.016.887
10	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA RULFI 19	SUPERMERCATI	406	€ 1.756.441
10	TORINO	CARREFOUR MARKET	VIA CHIESA DEL SALUTE 132	SUPERMERCATI	470	€ 3.420.439
10	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA COURMAYEUR 1/D	DISCOUNT	350	€ 2.218.663
10	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA PINEROLO 17	DISCOUNT	925	€ 2.865.773
10	TORINO	IN'S DISCOUNT	CORSO GROSSETO 58/60	DISCOUNT	525	€ 2.403.552
10	TORINO	IN'S DISCOUNT	CORSO VERCELLI 350	DISCOUNT	580	€ 2.865.773
10	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA BOLOGNA 60	DISCOUNT	450	€ 2.033.774
10	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA BRANDIZZO 47	DISCOUNT	660	€ 2.680.884

Promogeco S.r.l. Via Valletta 1- Leini (TO)

**AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA BOTTICELLI – REGIONE PIEMONTE**

10	TORINO	L.D.	VIA BIBIANA 68 E	DISCOUNT	490	€ 3.420.439
10	TORINO	L.D.	STRADA SAN MAURO 51	DISCOUNT	430	€ 1.663.997
10	TORINO	L.D.	VIA MUZIO CLEMENTI 27	DISCOUNT	420	€ 1.294.220
10	TORINO	LIDL	VIA PONCHIELLI AMILCARE 16	DISCOUNT	600	€ 2.958.217
10	TORINO	LIDL	VIA AOSTA 20/22	DISCOUNT	700	€ 4.252.437
10	TORINO	SIMPATIA CRAI	VIA CECCHI ANTONIO 35C	LIBERO SERVIZIO	120	€ 554.666
10	TORINO	META'	VIA BREGLIO 39	LIBERO SERVIZIO	245	€ 1.386.664
10	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	CORSO VERCELLI 105 A	LIBERO SERVIZIO	350	€ 1.479.109
10	TORINO	CONAD	LARGO PALERMO 71	SUPERMERCATI	635	€ 2.865.773
10	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO VERCELLI 16	LIBERO SERVIZIO	370	€ 739.554
10	TORINO	CRAI	VIA MONTE ROSA 84	LIBERO SERVIZIO	140	€ 739.554
10	TORINO	PENNY	VIA CASTELDELFINO 79	DISCOUNT	460	€ 2.403.552
10	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA CHIESA DAMIANO 2	LIBERO SERVIZIO	120	€ 554.666
10	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA BREGLIO 65	SUPERMERCATI	400	€ 1.848.886
10	TORINO	SUPER A&O	CORSO VERCELLI 85	SUPERMERCATI	480	€ 2.126.219
15	SAN MAURO T.SE	SUPER A&O	STRADA CASCINOTTO	SUPERMERCATI	480	€ 1.109.331
15	TORINO	IL GIGANTE	CORSO MORTARA 4	IPERMERCATI	2.600	€ 15.900.418
15	TORINO	CRAI	VIA CASERTA 3/5	LIBERO SERVIZIO	365	€ 1.848.886
15	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	VIA BORGARO 50	LIBERO SERVIZIO	320	€ 1.848.886
15	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA FOGGIA 42	SUPERMERCATI	520	€ 1.571.553
15	TORINO	BENNET	VIA VEROLENGO 13/17	IPERMERCATI	5.185	€ 16.455.083
15	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO REGIO PARCO 20	SUPERMERCATI	400	€ 1.756.441
15	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA PRIocca 8 E	LIBERO SERVIZIO	200	€ 1.016.887
15	TORINO	PUNTO SMA	VIA CHIESA DELLA SALUTE 48	LIBERO SERVIZIO	280	€ 1.571.553
15	TORINO	CRAI	VIA MONTALENGHE 14	LIBERO SERVIZIO	225	€ 924.443
15	TORINO	COMAS SUPERMERCATI	VIA DEL CARMINE 2	LIBERO SERVIZIO	200	€ 1.016.887
15	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA BRAVIN 4	SUPERMERCATI	450	€ 831.999
15	TORINO	CRAI	VIA PINELLI 14 B	SUPERMERCATI	450	€ 1.479.109
15	TORINO	EKOM DISCOUNT	STRADA SETTIMO 362	DISCOUNT	450	€ 1.201.776
15	TORINO	CONAD	VIA LUIGI TARINO 10	SUPERMERCATI	760	€ 4.622.214
15	TORINO	CRAI	VIA VIBO' 42	LIBERO SERVIZIO	210	€ 739.554
15	TORINO	META'	VIA SAN DOMENICO 35C	LIBERO SERVIZIO	380	€ 1.941.330
15	TORINO	CARREFOUR MARKET	CORSO ROSSELLI 110A	SUPERMERCATI	1.480	€ 13.496.866
15	TORINO	CARREFOUR MARKET	VIA STRADELLA 192/194	SUPERMERCATI	1.600	€ 9.983.983
15	TORINO	CARREFOUR MARKET	VIA GIOSUE' BORSI 121/123	SUPERMERCATI	600	€ 4.529.770
15	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA VENARIA 26	LIBERO SERVIZIO	209	€ 831.999
15	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA BORGARO 114/A	DISCOUNT	550	€ 2.495.996
15	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA BENEVAGIENNA 62/A	DISCOUNT	360	€ 2.218.663
15	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA BARBERA GASPARO 4	DISCOUNT	460	€ 2.311.107
15	TORINO	IN'S DISCOUNT	PIAZZA MODENA 16	DISCOUNT	600	€ 2.495.996
15	TORINO	L.D.	CORSO POTENZA 155/A	DISCOUNT	520	€ 3.235.550
15	TORINO	L.D.	VIA URBINO 23 D	DISCOUNT	580	€ 2.680.884
15	TORINO	L.D.	C. REGINA MARGHERITA 65 C	DISCOUNT	660	€ 3.975.104
15	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	LUNGO DORA VOGHERA 28 I	LIBERO SERVIZIO	150	€ 739.554
15	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	CORSO EMILIA 20	LIBERO SERVIZIO	240	€ 1.109.331
15	TORINO		VIA VENARIA 75	LIBERO SERVIZIO	155	€ 184.889
15	TORINO	EKOM DISCOUNT	CORSO BELGIO 101	DISCOUNT	850	€ 4.714.659
15	TORINO	EKOM DISCOUNT	VIA CAMBIANO 3 B	DISCOUNT	650	€ 1.756.441
15	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	PIAZZA MATTIROLO 7 C	LIBERO SERVIZIO	360	€ 2.495.996
15	TORINO	PENNY	CORSO GROSSETO 366/5	DISCOUNT	700	€ 3.143.106
15	TORINO	CARREFOUR	CORSO GROSSETO 330	IPERMERCATI	5.166	€ 28.565.285
15	TORINO	DI' PER DI'	VIA G.M. BOCCARDO 35/37	LIBERO SERVIZIO	290	€ 1.386.664

Promogeco S.r.l. Via Valletta 1- Leini (TO)

**AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA BOTTICELLI – REGIONE PIEMONTE**

15	TORINO	EUROSPIN	VIA LANZO 132	DISCOUNT	725	€ 3.420.439
15	TORINO	EUROSPIN	VIA FORLÌ 166/168	DISCOUNT	750	€ 4.067.549
15	TORINO	DICO	STRADA DEL FORTINO 34BIS	DISCOUNT	620	€ 1.663.997
15	TORINO	SIGMA	VIA ANDORNO 31	SUPERMERCATI	550	€ 2.126.219
20	BORGARO T.SE	CONAD	VIA RIVAROLO 49	SUPERMERCATI	650	€ 2.218.663
20	SAN MAURO T.SE	CARREFOUR EXPRESS	VIA XXV APRILE 110	LIBERO SERVIZIO	320	€ 2.311.107
20	SAN MAURO T.SE	PUNTO SMA	VIA MARTIRI DEL LIBERTA' 24	LIBERO SERVIZIO	285	€ 1.109.331
20	SAN MAURO T.SE	CARREFOUR EXPRESS	VIA SPERANZA 41	LIBERO SERVIZIO	340	€ 2.033.774
20	SAN MAURO T.SE	PANORAMA	STRADA SETTIMO 371	IPERMERCATI	8.400	€ 63.416.782
20	SAN MAURO T.SE	DORO	STRADA SAN MAURO 81	SUPERMERCATI	480	€ 2.680.884
20	SAN MAURO T.SE	FAMILA	VIA AOSTA 16	SUPERMERCATI	1.500	€ 7.672.876
20	SETTIMO T.SE		VIA REGIO PARCO 39A	LIBERO SERVIZIO	110	€ 184.889
20	SETTIMO T.SE	LIDL	VIA MONVISO 17	DISCOUNT	550	€ 3.050.662
20	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	VIA VANCHIGLIA 18	SUPERMERCATI	455	€ 2.865.773
20	TORINO	CONAD	CORSO FRANCIA 31 B	SUPERMERCATI	610	€ 2.958.217
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	V. SANTAROSA SANTORRE 6/B	LIBERO SERVIZIO	300	€ 2.958.217
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	C. GALILEO FERRARIS 37E	LIBERO SERVIZIO	100	€ 831.999
20	TORINO	CRAI	VIA CONTE BOGINO 15	LIBERO SERVIZIO	210	€ 1.386.664
20	TORINO	PUNTO SMA	C. REGINA MARGHERITA 27	LIBERO SERVIZIO	325	€ 739.554
20	TORINO	PUNTO SMA	VIA AVIGLIANA 16 B	SUPERMERCATI	430	€ 2.218.663
20	TORINO	L.D.	VIA LUINI BERNARDINO 173C	DISCOUNT	450	€ 1.663.997
20	TORINO	PUNTO SMA	VIA BOUCHERON 10/M	SUPERMERCATI	506	€ 1.663.997
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA PASSALACQUA 4	LIBERO SERVIZIO	190	€ 1.016.887
20	TORINO	COMAS SUPERMERCATI	VIA GIOLITTI 16/D	LIBERO SERVIZIO	370	€ 1.294.220
20	TORINO	COMAS SUPERMERCATI	VIA MAZZINI 27	LIBERO SERVIZIO	165	€ 1.016.887
20	TORINO	CRAI	VIA MARIA VITTORIA 37	LIBERO SERVIZIO	110	€ 1.109.331
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA MARIA VITTORIA 11	LIBERO SERVIZIO	200	€ 1.941.330
20	TORINO		CORSO R MARGHERITA 280	LIBERO SERVIZIO	100	€ 184.889
20	TORINO	DICO	VIA SACCHI ATRIO STAZIONE	DISCOUNT	385	€ 647.110
20	TORINO	CRAI	VIA FLLI CARLE 42	LIBERO SERVIZIO	115	€ 739.554
20	TORINO	SUPER A&O	VIA DEGLI ARTISTI 14	LIBERO SERVIZIO	355	€ 2.033.774
20	TORINO	CRAI	CORSO V. EMANUELE II 94	LIBERO SERVIZIO	200	€ 2.773.329
20	TORINO	SUPER A&O	VIA CIBRARIO 16	SUPERMERCATI	500	€ 1.848.886
20	TORINO	UNES	VIA DEI MUGHETTI 13	SUPERMERCATI	850	€ 5.546.657
20	TORINO		VIA ASSAROTTI 19D	LIBERO SERVIZIO	100	€ 277.333
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO VINZAGLIO 19 F	LIBERO SERVIZIO	330	€ 2.495.996
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	PIAZZA SAVOIA 2	LIBERO SERVIZIO	270	€ 2.311.107
20	TORINO	CRAI	VIA G.CASALIS 3	LIBERO SERVIZIO	210	€ 1.479.109
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO RICCARDI 15 I	LIBERO SERVIZIO	160	€ 1.016.887
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA BASILICA DI SUPERGA 2	LIBERO SERVIZIO	250	€ 1.479.109
20	TORINO	CARREFOUR MARKET	VIA SAN DONATO 11	SUPERMERCATI	790	€ 9.336.873
20	TORINO	CARREFOUR MARKET	CORSO CADORE 41/43	SUPERMERCATI	910	€ 10.168.872
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA SAN DONATO 68	LIBERO SERVIZIO	270	€ 1.201.776
20	TORINO	DI' PER DI' EXPRESS	VIA CAVOUR 10	LIBERO SERVIZIO	220	€ 1.571.553
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA MONTE DI PIETA' 24	LIBERO SERVIZIO	180	€ 1.756.441
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA SAN MASSIMO 43	LIBERO SERVIZIO	158	€ 1.386.664
20	TORINO	CRAI	VIA SAN QUINTINO 5	LIBERO SERVIZIO	200	€ 2.403.552
20	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA DON BOSCO 76	DISCOUNT	350	€ 2.033.774
20	TORINO	IN'S DISCOUNT	V. PRINCIPESSA CLOTILDE 45	DISCOUNT	700	€ 2.865.773
20	TORINO	IN'S DISCOUNT	VIA VANCHIGLIA 42	DISCOUNT	280	€ 1.941.330
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	C.SO R. MARGHERITA 245/2	LIBERO SERVIZIO	320	€ 1.663.997
20	TORINO	DI' PER DI'	VIA SANTA TERESA 19 F	SUPERMERCATI	500	€ 2.865.773

Promogeco S.r.l. Via Valletta 1- Leini (TO)

**AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA BOTTICELLI – REGIONE PIEMONTE**

20	TORINO	L.D.	VIA DUCHESSA JOLANDA 13 A	DISCOUNT	320	€ 1.756.441
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA CLEMENTE 5	LIBERO SERVIZIO	160	€ 924.443
20	TORINO	LIDL	STRADA PIANEZZA 224	DISCOUNT	1.200	€ 6.008.879
20	TORINO	LIDL	VIA CARLO ALBERTO 22	DISCOUNT	800	€ 3.975.104
20	TORINO	LIDL	CORSO POTENZA	DISCOUNT	1.000	€ 6.378.656
20	TORINO	CRAI	VIA CERNAIA 40	LIBERO SERVIZIO	310	€ 1.571.553
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA DUCHESSA JOLANDA 9	LIBERO SERVIZIO	260	€ 1.386.664
20	TORINO	CRAI	VIA SAN DONATO 49 BI	LIBERO SERVIZIO	120	€ 739.554
20	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	CORSO SVIZZERA 68	SUPERMERCATI	620	€ 4.067.549
20	TORINO	SUPERMERCATO CRAI	VIA A. VASSALLI EANDI 40	SUPERMERCATI	400	€ 2.218.663
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO CASALE 115	SUPERMERCATI	490	€ 6.471.100
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA S. QUINTINO 4	LIBERO SERVIZIO	120	€ 739.554
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	VIA GIULIA DI BAROLO 32	LIBERO SERVIZIO	220	€ 1.479.109
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO SAN MAURIZIO 61	LIBERO SERVIZIO	130	€ 647.110
20	TORINO	PAM	CORSO SVIZZERA 52	SUPERMERCATI	920	€ 11.185.759
20	TORINO	PAM	CORSO POTENZA 60	SUPERMERCATI	1.300	€ 6.008.879
20	TORINO	DICO	VIA DEGLI ABETI 10	DISCOUNT	460	€ 1.663.997
20	TORINO	DORO	VIA MACHERIONE 13/G	LIBERO SERVIZIO	365	€ 2.033.774
20	TORINO	EKOM DISCOUNT	CORSO UMBRIA 45	DISCOUNT	625	€ 3.235.550
20	TORINO	CARREFOUR EXPRESS	CORSO BELGIO 62 A	LIBERO SERVIZIO	210	€ 1.571.553
20	VENARIA REALE	AUCHAN	CORSO GARIBALDI 235	IPERMERCATI	<b>10.000</b>	€ 109.916.259

La richiesta di autorizzazione per ulteriori 4'250 mq di superficie di vendita incrementa il totale fino a **43'551 mq** complessivi.

La quota di mercato acquisita dal nuovo impianto, in termini di superficie, è data da  $4'250 \text{ mq} / 43'551 \text{ mq}$   $Q = 9,7 \text{ } (\leq 40\%)$ .

Considerate le dimensioni del maggiore concorrente, in termini di superficie di vendita, che opera nel bacino (Auchan di 10'550 mq) si ottiene un valore di C2 pari a  $4'250 \text{ mq} / 10'550 \text{ mq}$   $C2 = 0,40 (\leq 2,5)$ .

Risulta, pertanto, che il nuovo punto vendita si colloca molto al di sotto della soglia di allarme ai fini della tutela della dinamica concorrenziale.

### *Esercizi di vicinato*

La galleria commerciale prevede la presenza di 4 esercizi di vicinato per complessivi 150 mq di area vendita. Il numero di esercizi di vicinato nel Comune di Torino è di complessivi 17'434 (Fonte: Osservatorio Regione Piemonte\_ dati statistici 2011).

Il parametro Q, calcolato in termini numerici e non di superficie, risulta al di sotto della soglia critica, perché  $Q = 0.017\%$  ( $< 40\%$ ). Si può dunque concludere che i 4 esercizi di vicinato presenti nella galleria commerciale continuano a non turbare la dinamica concorrenziale della zona.

In conclusione, essendo i parametri Q e C2 compatibili con una situazione di mercato concorrenziale, **il centro commerciale in progetto sembra rispettare le condizioni di libera concorrenza e dimostrare di non sviluppare una posizione dominante** così come vietato dalla L. 287/90 "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato" e dall'ultima L. 27/2012.

### **1.7 Programma di qualificazione urbana o di rivitalizzazione (art. 18- 19 DCR)**

Al momento il Comune di Torino sull'area d'intervento non ha partecipato ad alcun bando di candidatura per l'ottenimento di fondi per finanziare progetti di qualificazione urbana (P.Q.U.) o programmi integrati di rivitalizzazione (P.I.R.).

### **1.8 Sussistenza del titolo di priorità (art. 21 D.C.R.)**

In merito a quanto disposto all'art. 21 della **DCR**, all'intervento in questione non si applicano i criteri di priorità poiché si tratta di richiesta per una nuova apertura di grande struttura di vendita in area che lo strumento urbanistico vigente (generale ed esecutivo) destina a commercio al dettaglio, per la quale è stato approvato un P.U.C. e per la quale s'intende chiedere autorizzazione nel rispetto delle norme dell'art. 15 della DCR secondo le procedure adottate in attuazione della legge regionale sul commercio; Inoltre, ad oggi non risulta esistano domande concorrenti sulla stessa area.

### **1.9 Prescrizioni particolari (art. 20 D.C.R.)**

L'area in oggetto non ricade in addensamento commerciale A1 e A2 né si tratta di ambito individuato quale futuro programma di qualificazione urbana. Inoltre non si è a conoscenza di alcun intendimento da parte della Pubblica Amministrazione circa l'adozione di apposito atto deliberativo in ordine ai contenuti dell'art. 20 degli indirizzi e criteri.

### **1.10 Individuazione dei beni culturali e ambientali (art. 23 della D.C.R.)**

Ai sensi di quanto disposto dall'art. 23 della **DCR** l'area non risulta ospitare e contenere beni culturali di cui alla L. n° 1487/1939 e L. n° 1089/1939.