

164/3-15

CITTA' DI TORINO

Provvedimento del Consiglio Circostrizionale n. 3
"San Paolo, Cenisia Cit Turin, Pozzo Strada"

Estratto del verbale della seduta del

15 DICEMBRE 2015

Il Consiglio di Circostrizione n. 3 "San Paolo, Cenisia Cit Turin, Pozzo Strada" convocato nelle prescritte forme in **1^ convocazione** per la seduta d'urgenza del **15 Dicembre 2015**, alle ore **18,00** nell'aula consiliare in **C.so Peschiera 193** presenti, oltre al Presidente **Francesco DANIELE**, che presiede la seduta,

i Consiglieri: **BOSTICCO, CANELLI, CARDILE, CASCIOLA, DELIZZOS, DONNA, FURNARI, GENINATTI TOGLI, GRASSANO, IANNETTI, MAGAZZU', MILETTO, NOCETTI, OLMEO, PILLONI, RUSSO, STALTERI, STEFANELLI, TORCHIO e TROISE.**

In totale, con il Presidente, n. 21 Consiglieri.

Assenti i Consiglieri: **BELLO, BOLOGNESI, PAOLI e VALLE**

Con l'assistenza del Segretario: Dr. Francesco DANTE

ha adottato in

SEDUTA PUBBLICA

il presente provvedimento così indicato all'ordine del giorno:

C. 3 - PARERE IN MERITO ALLA DELIBERAZIONE "REVISIONE DEL PIANO DEI MERCATI DELLA CITTA' DI TORINO - TRASFORMAZIONE DI ALCUNE AREE MERCATALI IN GRUPPI DI POSTEGGI DESTINATI AD OPERATORI DEL MERCATO. SOPPRESSIONE DI MERCATI NON PIU' ATTIVI. APPROVAZIONE

CITTÀ DI TORINO

CIRC. 3 - SAN PAOLO - CENISIA - POZZO STRADA

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO DI CIRCOSCRIZIONE

OGGETTO: C. 3 - PARERE IN MERITO ALLA DELIBERAZIONE "REVISIONE DEL PIANO DEI MERCATI DELLA CITTA' DI TORINO - TRASFORMAZIONE DI ALCUNE AREE MERCATALI IN GRUPPI DI POSTEGGI DESTINATI AD OPERATORI DEL MERCATO. SOPPRESSIONE DI MERCATI NON PIU' ATTIVI. APPROVAZIONE"

Il Presidente DANIELE, di concerto con il Coordinatore della III Commissione CARDILE, riferisce:

Nel 1998 è stata varata, attraverso l'approvazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, la riforma del commercio, che aveva tra le sue finalità quella di garantire l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete commerciale.

In attuazione di tale decreto legislativo, la Regione Piemonte ha emanato la Legge Regionale 12 novembre 1999, n. 28. L'articolo 3 di tale legge recepiva quanto disposto dall'articolo 6 commi 1 e 2 del D.Lgs. n. 114/1998 che imputava alle regioni la definizione degli indirizzi generali e dei criteri per l'insediamento delle attività commerciali.

Con deliberazione del Consiglio Regionale n. 626 del 1 marzo 2000, il Consiglio Regionale ha approvato gli "Indirizzi regionali per la programmazione del commercio su area pubblica", in attuazione dell'articolo 28 del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114. Con successiva deliberazione n. 32-2642 del 2 aprile 2001, la Giunta Regionale ha emanato, in attuazione del D.Lgs. 114/1998 e della Legge Regionale 12 novembre 1999, n. 28, i criteri per la disciplina delle vicende giuridico-amministrative del commercio su area pubblica. Il Titolo III Capo 1, all'articolo 2 punto b), evidenzia come è presupposto di ogni atto istitutivo la programmazione del sistema distributivo e l'adeguamento alle norme igienico-sanitarie.

Con la deliberazione del Consiglio Comunale del 25 novembre 2002 (mecc. 2002 05897/101) la Città di Torino ha definito le Linee programmatiche per la stesura del piano del sistema dei mercati della Città. In quel documento sono stati individuati gli indirizzi strategici per adeguare l'offerta commerciale su area pubblica a Torino.

Con la deliberazione del Consiglio Comunale del 21 febbraio 2005 (mecc. 2003 12205/101) la Città di Torino ha approvato il Piano Mercati della Città di Torino, strumento di carattere programmatico e strategico di iniziativa pubblica, che consta di tre documenti: il piano di assetto territoriale, l'articolato regolamentare in cui sono contenute le specificazioni delle

modalità attuative ed il programma degli interventi strutturali che rientra all'interno della programmazione delle OO.PP..

Il medesimo provvedimento prevede che il piano debba essere verificato con una cadenza triennale.

Dal punto di vista territoriale, l'ultimo decennio è stato per Torino un periodo di forte trasformazione urbana e demografica. Sono stati fatti grandi investimenti, sia per i trasporti (es. passante, metropolitana), sia per l'edilizia di carattere pubblico e residenziale, ma anche il tessuto sociale e culturale si è notevolmente modificato grazie a nuove comunità che si sono integrate nella città. Questa profonda trasformazione intrapresa dalla città ha fortemente modificato la sua urbanistica e ha generato nuovi modi di vivere la città su un piano socio-culturale.

All'interno di questo contesto, i mercati cittadini rappresentano una realtà rilevante sia come motore di attività economiche, sia come luogo di aggregazione e consumo.

In Torino la distribuzione dei mercati è estremamente diffusa: la Città conta ad oggi 42 aree mercatali attive all'aperto e 6 mercati coperti. Tale configurazione è frutto del ruolo che i mercati hanno storicamente avuto sul territorio torinese: in particolare, nella fascia urbana il mercato da sempre costituisce il luogo centrale intorno al quale è venuta a costruirsi l'identità del territorio.

Le trasformazioni urbane e demografiche subite dalla città, in realtà, hanno modificato culturalmente anche questo tradizionale modello di mercato ed impongono un conseguente adeguamento dell'assetto della distribuzione commerciale. Questa necessità è, inoltre, resa ancor più evidente dai cambiamenti sostanziali della rete distributiva su sede privata che ha modificato gli equilibri tra formati e canali commerciali.

Il Consiglio Comunale, con proprio provvedimento del 12 marzo 2007, ha, altresì, definito una serie di criteri volti a condurre ad una "ripolarizzazione" verso gli addensamenti commerciali della città, favorendo l'insediamento delle attività commerciali nel tessuto commerciale diffuso e l'integrazione dei canali distributivi.

A ciò si aggiunga che l'evoluzione del contesto urbano e commerciale è ancora progredita e, anche nell'ambito UE, le norme richiedono nuovi approcci per le politiche relative al commercio nelle aree pubbliche, rendendo pertanto opportuno un ripensamento del ruolo dei mercati rionali e della loro distribuzione complessiva sul territorio locale.

In anni recenti, peraltro, la crisi dei consumi sta richiedendo a tutti i canali distributivi un ripensamento del loro ruolo e dei loro formati. In particolare, i mercati cittadini soffrono una diminuzione delle concessioni stabili ed un aumento degli "spuntisti", con una significativa insaturazione degli spazi complessivamente dedicati ai mercati ed una generale percezione di crisi del settore.

Il processo innovativo in essere richiede, pertanto, una revisione del piano di assetto territoriale del commercio su aree pubbliche attraverso l'elaborazione di uno studio di carattere programmatico e strategico, accompagnato dalla specificazione delle modalità attuative ed organizzative.

Alla luce delle sopraesposte considerazioni, con determinazione dirigenziale del 27 marzo 2013 (mecc. 2013 41319/016) si approvava l'indizione della procedura di gara per l'affidamento del progetto di analisi dettagliata sullo stato di fatto dei mercati e proposta di rielaborazione del piano mercati cittadino, ai sensi dell'articolo 125, comma 10, del D.Lgs. n. 163/2006 e con le modalità di cui all'articolo 67, comma 2, del medesimo decreto.

Con successiva determinazione dirigenziale del 16 maggio 2013 (mecc. 2013 02222/016) si affidava il progetto di analisi dettagliata sullo stato di fatto dei mercati e proposta di rielaborazione del piano mercati cittadino al Politecnico di Torino, Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione, avente sede in Torino, corso Duca degli Abruzzi, 24 - Codice Fiscale e Partita Iva 00518460019.

Il report condotto dal Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione si è posto l'obiettivo di stabilire le basi per la definizione di un nuovo "piano mercati" per la riqualificazione ed il rilancio dei mercati rionali del comune di Torino su un orizzonte temporale di cinque anni, attraverso due fasi ben distinte:

- a) una prima fase (AS-IS) incentrata su un'analisi dettagliata della situazione attuale dei mercati rionali, per studiarne gli economics, le abitudini del consumatore, il modello di retail, i processi logistici, il rapporto con gli altri canali distributivi, eccetera;
- b) una seconda fase (TO BE) nella quale si è proceduto, oltre che alla definizione dei criteri di pianificazione, alla progettazione di un nuovo piano mercati che definisca strategie di marketing da implementare, eventuali modifiche volte alla razionalizzazione del sistema territoriale (siti, tempistiche, caratterizzazione merceologica, servizi accessori innovativi, eccetera) e nuove logiche di gestione anche in relazione agli altri canali commerciali, al traffico e viabilità, ai sistemi di raccolta rifiuti, eccetera.

Il report effettuato dal Politecnico di Torino, Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione, è giunto ad una classificazione in gruppi principali delle aree mercatali basata sull'analisi della dimensione potenziale (numero di banchi disponibili), del livello di saturazione (rapporto tra numero di banchi occupati e totali) e della quota di mercato effettiva (bacino di clienti effettivo, così come stimato dal modello gravitazionale in relazione al numero di dettaglianti effettivamente presenti), ulteriormente raffinata utilizzando le due variabili di contesto: popolarità (numero di abitanti nel raggio dei 1.000 metri) e concorrenza (metri quadrati di attività commerciali nel raggio di 1.000 metri).

A partire da questi presupposti, sono state analizzate tutte le aree mercatali cittadine al fine di definire una classificazione di queste, che potesse in qualche modo indicare delle priorità d'azione.

Tale classificazione ha sostanzialmente condotto all'individuazione dei seguenti tre gruppi di mercati, mutuamente esclusivi e tendenzialmente omogenei al loro interno, che si distinguono per dimensione, performance e caratterizzazione del contesto:

- mercati eccellenti: all'interno di questa classificazione rientrano i mercati con buone performance, mercati di dimensioni molto grandi (i.e. Porta Palazzo e San Paolo-

Racconigi), medio-grandi con un buon livello di saturazione (ad esempio: Brunelleschi, Foroni e S.Rita-Sebastopoli) e mercati che, nonostante livelli di concorrenza e popolarità piuttosto elevati, riescono ad ottenere ottime performance, indipendentemente dalla dimensione. E' il caso, ad esempio di mercati specializzati in una particolare categoria merceologica (i.e. Benefica, Crocetta e Palestro) e mercati che, a dispetto di una dimensione ridotta, riescono ad avere buone prestazioni (i.e. Chieti);

- mercati medi: in tale gruppo è possibile riconoscere mercati come Barcellona e San Secondo, aventi una concorrenza elevata, ma contemporaneamente un livello di popolarità buono (che quindi non risultano trovarsi in una condizione totalmente sfavorevole) e mercati, posizionati in una zona di per sé non molto favorevole, caratterizzata da una popolarità piuttosto bassa ed una concorrenza medio-alta (ad esempio: Santa Giulia);
- mercati in difficoltà: sono i mercati individuati come problematici, in quanto il numero di posteggi non assegnati giornalmente è quasi pari al totale dei posteggi disponibili. Si tratta dei mercati di:
 - Carlina (Circoscrizione 1)
 - Rua (Circoscrizione 3)
 - Chironi (Circoscrizione 4)
 - Grosseto (Circoscrizione 5)
 - Lucento (Circoscrizione 5)
 - Cena (Circoscrizione 6)
 - Crispi (Circoscrizione 6)
 - Falchera Nuova (Circoscrizione 6)
 - Falchera Vecchia (Circoscrizione 6)
 - Taranto (Circoscrizione 6)
 - Mirafiori Sud (Circoscrizione 10)

Ad eccezione di Taranto, detti mercati, nell'attuale configurazione, non riescono a sopravvivere perché caratterizzati da una dimensione talmente piccola, al di là dei livelli di popolarità e di concorrenza, che non consente loro di funzionare.

Con riferimento al mercato Crispi, atteso che esso è un mercato pomeridiano in fase sperimentale, è necessario attendere la conclusione della sperimentazione per esprimere ponderate valutazioni.

Con riferimento al mercato Cena, mercato a frequenza bisettimanale nei giorni di mercoledì e sabato (difformemente dalla originaria previsione di svolgimento nelle giornate di lunedì, mercoledì e sabato), si rileva che non esiste alla data odierna alcun posteggio assegnato in concessione decennale.

L'identificazione delle azioni di riqualificazione per i mercati di medie prestazioni si è basata, oltre che sugli elementi teorici, sullo studio dettagliato di ogni singolo mercato in termini di caratteristiche strutturali, zona circostante e concorrenza. Questi elementi hanno contribuito alla definizione dell'identità di ciascun mercato. Solo a partire da una definita identità infatti si

possono progettare delle azioni di riqualificazione (come ad esempio: il tema degli orari, la compattazione e la revisione del layout, il tema della comunicazione e promozione e dell'interazione con il commercio fisso, eccetera).

Atteso che le azioni di riqualificazione per i mercati medi non si discostano da quelle per i mercati eccellenti, l'analisi dei primi può offrire notevoli spunti di riflessione anche per migliorare i mercati con buone performance.

Con riferimento ai mercati in difficoltà, lo studio condotto dal Politecnico si è basato sull'analisi delle seguenti prospettive:

- a) quella della Municipalità per valutare il costo che i mercati costituiscono, infatti, ogni mercato comporta una serie di costi e ricavi. Tra le voci di costo, che la Municipalità deve sostenere, rientrano il costo per la pulizia dell'area mercatale, il costo del personale, il costo associato a manutenzioni ordinarie e straordinarie; mentre tra le voci di ricavo, maggiormente rilevanti, sono comprese le quote relative al Canone di occupazione di spazi su area pubblica (Cosap) ed alla Tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani che vengono corrisposte da ciascun dettagliante che opera quotidianamente sui mercati. E' interessante notare che i costi risultano fissi rispetto ai metri quadri dell'area mercatale, mentre i ricavi sono variabili rispetto al numero di dettaglianti presenti. Ne risulta un margine netto, calcolato come differenza tra entrate (ricavi) ed uscite (costi sostenuti), variabile rispetto al numero di dettaglianti effettivamente operanti sull'area. E' evidente, quindi, che più il mercato funziona, tanto maggiore sarà il suo livello di saturazione e tanto maggiore saranno i margini per il Comune. Viceversa, nel caso di mercati con un numero di dettaglianti esiguo (specie su una superficie mercatale piuttosto ampia), il livello di saturazione sarà medio-basso ed il ricavo minore;
- b) quella dei clienti per valutare l'entità del servizio offerto al cittadino ed il bacino di utenza che viene coinvolto dal servizio: dal punto di vista del bacino di clienti coinvolti, è stata fatta un'analisi della situazione attuale in termini di frequenza settimanale, operatori effettivi, layout e localizzazione rispetto alle vie circostanti. Sono state rilevate le frequenze di visita al fine di validare la stima del modello gravitazionale. L'impatto sul servizio al cliente è stato valutato stimando il bacino di clienti danneggiato, verificando la presenza ed il numero di attività commerciali alternative e quanto queste fossero lontane dal mercato in esame;
- c) quella dei dettaglianti per valutare le possibilità di riallocazione delle licenze sui mercati più prossimi.

Da quanto sopra esposto emerge la necessità di procedere ad una revisione del piano di assetto territoriale del commercio su aree pubbliche, provvedendo alla soppressione dei mercati in cui non esiste alla data odierna alcun posteggio assegnato in concessione decennale ed optando, al fine di evitare ogni tipo di impatto per i clienti e i dettaglianti, impatto inevitabile qualora l'area mercatale venisse soppressa, per una conversione dei mercati in difficoltà in aree di copertura commerciale ai sensi della D.C.R. 626-3799 "Indirizzi regionali per la programmazione del

commercio su area pubblica, in attuazione dell'articolo 28 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della Legge 15 marzo 1997, n. 59)".

Parallelamente occorre procedere alle azioni di riqualificazione per i mercati di medie prestazioni, che, come si è innanzi accennato, consistono, sotto il profilo dell'assetto territoriale, nella compattazione e revisione del layout dei mercati.

I mercati di medie prestazioni individuati nello studio del Politecnico sono: Baltimora, Barcellona, Campanella, Casale-Borromini, Di Nanni, Guala, Nitti, Nizza, San Secondo, Santa Giulia e Vallette.

Queste aree mercatali sono caratterizzate da un basso livello di saturazione, che impatta negativamente e pesantemente sull'attrattività delle aree di vendita: l'eccesso di capacità costituisce un problema; non rappresenta un vantaggio, come accade per i sistemi di produzione. Un surplus di capacità genera esternalità negative che devono essere assolutamente mitigate.

Infatti, i mercati regionali sono soggetti ad economie di agglomerazione e variabili strutturali ne spiegano il funzionamento a prescindere dalle condizioni di contesto e concorrenza in cui il mercato si colloca.

La Città ha sempre valorizzato e promosso attività sviluppate a stretto contatto con i commercianti e le associazioni di categoria, sinergicamente, tramite sessioni di brain storming, frequenti incontri presso gli uffici e nelle aree mercatali, coinvolgimento diretto nei progetti.

Con deliberazione della Giunta Comunale del 20 gennaio 2015 (mecc. 2015 00121/016) è stato approvato apposito Protocollo d'intesa tra la Città di Torino e le principali Associazioni di Categoria (Fiva Confcommercio, Confagricoltura, Anva Confesercenti, Confederazione Italiana Agricoltori Torino, Coldiretti Torino) allo scopo di affermare i capisaldi di questo processo innovativo con un atto formale che coinvolga l'impegno e sottolinei la condivisione delle associazioni di categoria.

Il Protocollo individua 9 linee guida che sono la base per le iniziative future e anche per la revisione del Piano Mercati.

Tale documento sancisce l'impegno della Città e delle associazioni firmatarie a valorizzare il processo formativo, la crescita professionale e l'organizzazione dei commercianti, supportare lo sviluppo tecnologico delle aziende che operano su area pubblica, condividere iniziative promozionali (attivando sperimentazioni in materia di orari del mercato, in materia di autogestione attraverso la costituzione di organismi in forme giuridiche appropriate, che consentano di gestire il mercato come un centro commerciale naturale e di realizzare azioni mirate di marketing e di concorrenza, garantendo la possibilità di somministrare prodotti del territorio sui mercati torinesi), incrementare il recupero dei prodotti invenduti, ma soprattutto razionalizzare la rete dei mercati attualmente esistente attraverso la trasformazione di alcuni mercati con un numero ormai esiguo di banchi in "Gruppi di Posteggio" e l'accorpamento di sedi mercatali anche alternando i giorni settimanali di apertura.

L'articolo 4 della D.C.R. 626-3799 "Indirizzi regionali per la programmazione del commercio su area pubblica, in attuazione dell'articolo 28 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della Legge 15 marzo 1997, n. 59)" stabilisce che:

"1. In alternativa o a completamento delle forme mercatali di cui all'articolo 3 sono configurabili, qualora lo richiedano esigenze di miglioramento del servizio al consumatore o altri motivi di interesse pubblico, apposite aree, pubbliche o private, di cui il comune abbia la disponibilità, esterne alle sedi mercatali, da destinare all'esercizio dell'attività, secondo le seguenti tipologie:

- a) posteggi singoli, o gruppi di posteggi, da un minimo di due ad un massimo di sei, anche ad utilizzo stagionale, articolati con cadenza varia, quotidiana o su alcuni giorni della settimana o del mese, per l'offerta al consumo anche specializzata. Dette aree sono soggette a regime di concessione decennale e, in assenza di specifiche richieste di autorizzazione per il loro utilizzo, possono essere assegnate giornalmente ai titolari di autorizzazione ai sensi dell'articolo 28, comma 1, lettera b) del Decreto Legislativo n. 114/1998 e, limitatamente ai giorni in cui non hanno posteggio assegnato, ai titolari di autorizzazione ai sensi dell'articolo 28, comma 1, lettera a) del Decreto Legislativo stesso; possono altresì essere assegnate agli agricoltori, qualora il comune abbia ritenuto opportuno effettuare in merito apposita riserva di spazi;

omissis

2. Gli spazi destinati al commercio su area pubblica nelle forme di cui al comma 1, lettere a) e b) non necessitano di infrastrutture di servizio o aree attrezzate, fatto comunque salvo il rispetto delle norme di igiene e sicurezza."

L'istituzione delle citate aree si rivelerebbe vantaggiosa sia per gli operatori, che potrebbero sperimentare una nuova formula di vendita al dettaglio su area pubblica, sia per l'offerta commerciale ai consumatori, sia per la Città che realizzerebbe la copertura del servizio senza dover affrontare ulteriori oneri per attrezzare i posteggi, come previsto dal citato articolo 4 comma 2 della D.C.R. 626-3799, eliminando, inoltre, una tra le voci di costo a carico della municipalità più consistente: la pulizia dell'area mercatale, che verrebbe affidata direttamente ai dettaglianti dell'area di copertura commerciale stessa.

La medesima disciplina regionale prevede che i comuni, sentite le rappresentanze locali delle parti interessate, assumano, con proprio atto deliberativo, le scelte per l'ubicazione, il dimensionamento e la composizione merceologica dei mercati per lo svolgimento del commercio su area pubblica, così come definiti all'articolo 3, nonché le iniziative in merito all'individuazione delle aree alternative alle forme mercatali di esercizio dell'attività, così come definite all'articolo 4.

L'articolo 8, comma 1, del vigente Regolamento comunale per la disciplina del commercio su area pubblica recita: "Con deliberazione del Consiglio Comunale, previa

consultazione delle Circoscrizioni interessate, della Commissione Consultiva Tecnica nonché delle Commissioni dei mercati oggetto di intervento, possono essere disposti i seguenti interventi modificativi non previsti nel Piano dei Mercati:

- a) soppressioni;
- b) trasferimenti definitivi;
- c) ampliamenti dell'area complessiva;
- d) modifiche delle aree merceologiche;
- e) trasformazioni delle aree in gruppi di posteggi o viceversa."

L'articolo 4, comma 3, del medesimo Regolamento comunale per la disciplina del commercio su area pubblica definisce le aree di copertura a posteggi singoli quali aree in cui, entro un raggio di 750 metri, non è presente alcun mercato per cui non viene garantita la copertura del servizio e prevede che in tali aree sia possibile istituire posteggi singoli per un numero limitato di operatori.

Con riferimento alla sussistenza del requisito stabilito da detto articolo 4, comma 3, si rileva che per quanto concerne il:

- Mercato Carlina (situato sul territorio della Circoscrizione 1) il mercato più vicino è il mercato Madama Cristina che dista 885 metri;
- Mercato Rua (situato sul territorio della Circoscrizione 3) il mercato più vicino è il mercato Brunelleschi che dista 891 metri;
- Mercato Grosseto (situato sul territorio della Circoscrizione 5) il mercato più vicino è il mercato Lucento che dista 1325 metri, anch'esso oggetto del presente provvedimento, in alternativa il mercato Vittoria distante circa 1340 metri oppure il Mercato Cincinnato, distante 1965 metri;
- Mercato Lucento (situato sul territorio della Circoscrizione 5) il mercato più vicino è il mercato Grosseto che dista 1325 metri, anch'esso oggetto del presente provvedimento, in alternativa il mercato Vittoria distante circa 1340 metri, oppure i più distanti i mercati Svizzera, Cincinnato e Barcellona;
- Mercato Cena (situato sul territorio della Circoscrizione 6) il mercato più vicino è il mercato Porpora che dista 987 metri;
- Mercato Mirafiori Sud (situato sul territorio della Circoscrizione 10) il mercato più vicino è il mercato Mirafiori Nord che dista 1685 metri.

Per quanto concerne il Mercato Falchera Nuova (situato sul territorio della Circoscrizione 6, considerato che dista 452 metri dal Mercato Falchera Vecchia, si rende necessario, con il presente provvedimento, prevedere una deroga al criterio dei 750 metri, attesa la collocazione in zona molto periferica e la necessità di garantire comunque un servizio per i consumatori, considerato, inoltre, che il vicino Mercato Falchera Vecchia si svolge un solo giorno a settimana.

Con riferimento al Mercato Falchera Vecchia, anch'esso classificato come "mercato in difficoltà" dallo studio del Politecnico, è opportuno, al fine di non nuocere all'offerta

commerciale e di non pregiudicare il servizio ai consumatori prestato, mantenere la attuale configurazione di area mercatale, atteso che nella unica giornata di svolgimento (mercoledì) gli operatori commerciali presenti continuativamente sono in numero tale da quasi saturare i posteggi disponibili.

Per quanto concerne, infine, il Mercato Chironi (situato sul territorio della Circoscrizione 4) - peraltro ristrutturato nell'occorso della realizzazione di un parcheggio pertinenziale approvata con deliberazione della Giunta Comunale del 22 dicembre 2009 (mecc. 2009 09644/052) -si rende necessario, con il presente provvedimento, prevedere una deroga al criterio dei 750 metri, considerato che il mercato Chironi dista circa 700 metri dal vicino mercato Svizzera, attesa la tipologia della clientela, costituita per lo più da persone anziane altamente fidelizzate.

Le nuove aree di copertura commerciale a posteggi singoli risulteranno composte di sei posteggi, dal lunedì al sabato. L'orario dell'attività di vendita sarà stabilita con successiva ordinanza sindacale.

Fa eccezione l'area Carlina, che sarà composta di due posteggi, come da progetto di riqualificazione superficiale, nell'ambito della realizzazione di un parcheggio pertinenziale dell'intera piazza Carlo Emanuele II, approvato con deliberazione della Giunta Comunale del 22 luglio 2014 (mecc. 2014 03228/052).

Pur non essendo prevista la settorializzazione, al fine di assicurare l'equilibrio della distribuzione in relazione al rapporto domanda-offerta, occorre prevedere che ciascuna area di copertura commerciale a posteggi singoli ospiti la completa articolazione merceologica. Pertanto, in ciascuna area almeno un posteggio sarà riservato alla vendita di prodotti ortofrutticoli da parte di operatori commerciali o produttori agricoli ed almeno un posteggio sarà riservato alla vendita di prodotti alimentari/ittici da parte di operatori commerciali o produttori di alimentari. La vendita di prodotti ittici sarà subordinata al rispetto delle vigenti disposizioni igienico-sanitarie. Le operazioni di spunta, in deroga a quanto disposto con deliberazione della Giunta Comunale del 31 marzo 2015 (mecc. 2015 01336/016), si effettueranno esclusivamente sulla base del criterio del maggior numero di presenze come da graduatorie vigenti.

In ogni caso saranno preservate le situazioni giuridiche soggettive dei già titolari di concessione di posteggio, nonché saranno tenute in considerazione le aspettative degli eventuali operatori non titolari di concessione che, nell'ultimo biennio, hanno maturato nell'arco dell'intera settimana presenze sull'area mercatale oggetto di trasformazione, al fine di minimizzare in tal modo per ciascun dettagliante la perdita di clienti fidelizzati e garantendo un'offerta commerciale maggiormente competitiva.

Per quanto sopra esposto, a seguito della trasformazione dell'area mercatale in area di copertura commerciale a posteggi singoli si rende necessario prevedere la possibilità che ciascun operatore concessionario risultante attivo in ciascun mercato oggetto di trasformazione in area di copertura commerciale a posteggi singoli possa optare di permanere nell'area a copertura commerciale o di trasferirsi presso un'altra area di copertura commerciale a posteggi singoli istituita con il presente provvedimento o altra area mercatale.

A tal fine, si ritiene congruo prevedere un termine di 30 giorni dalla data di esecutività del presente provvedimento, entro il quale ciascun operatore risultante attivo in ogni mercato che viene trasformato in area di copertura commerciale a posteggi singoli potrà presentare, presso il Servizio Innovazione e Sviluppo Aree Pubbliche - Sanità Amministrativa, apposita richiesta scritta per mantenere la concessione sull'area trasformata in gruppo di posteggi, o, in alternativa, istanza di trasferimento del proprio titolo autorizzativo sulle aree di copertura a posteggi singoli istituite con il presente provvedimento, ovvero sui mercati di Baltimora, Barcellona, Campanella, Casale-Borromini, Di Nanni, Guala, Nitti, Nizza, San Secondo, Santa Giulia e Vallette, definiti dallo Studio del Politecnico quale "mercati medi", nonché sul mercato Taranto, mercato in difficoltà necessitante, per il suo sviluppo, di una maggiore presenza di concessionari. Eventuali modifiche non significative saranno approvate con provvedimento dirigenziale.

Le assegnazioni dei posteggi, sia in caso di permanenza sull'area di copertura commerciale a posteggi singoli sia in caso di richiesta di trasferimento seguiranno nell'ordine i criteri sotto riportati:

- a) accordo degli operatori;
- b) maggiore anzianità d'iscrizione al Registro Imprese della Camera di Commercio "con stato attività ATTIVA" del titolare della concessione, al momento della richiesta, in qualità d'impresa esercente il commercio su area pubblica. In caso di gerenza verrà presa in considerazione l'iscrizione più favorevole fra quella del proprietario dell'azienda e del gerente.

In coerenza con la normativa sopra richiamata, attesa la particolare conformazione urbanistica dell'area mercatale Matteotti-Bolzano, area mercatale priva di concessionari di posteggio, che dopo un lungo periodo di inattività, tanto da essere esclusa negli interventi contemplati nel Piano di Lavoro in esecuzione del Contratto di servizio tra la Città ed AMIAT S.p.A., sta riprendendo vigore grazie alle presenze ricorrenti di alcuni operatori spuntisti, si rende opportuno procedere, in luogo della soppressione del mercato a causa dell'assenza di concessionari, alla trasformazione del mercato Matteotti-Bolzano in area di copertura commerciale a posteggi singoli utilizzata con le medesime modalità sopra specificate, fornendo linee di indirizzo per la sua riqualificazione.

In considerazione di quanto sopra esposto, si rende necessario, con il presente provvedimento, prevedere una deroga al criterio dei 750 metri, atteso che con riferimento alla sussistenza del requisito stabilito dall'articolo 4, comma 3, del vigente Regolamento del commercio su aree pubbliche si rileva che il mercato più vicino è il mercato Benefica-Martini, che dista 607 metri.

Data la contiguità con la nuova stazione ferroviaria di Porta Susa, quotidianamente polo attrattivo di migliaia di persone, e considerato che nelle immediate vicinanze recentemente si è insediato il Centro direzionale dell'Istituto Bancario Intesa San Paolo, le prospettive di rilancio del mercato appaiono favorevoli.

Pertanto si rende necessario dare mandato agli uffici affinché siano adottati gli atti amministrativi più idonei, nel rispetto delle procedure sull'evidenza pubblica, al fine di individuare, ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento comunale per la disciplina del commercio su area pubblica, un soggetto interessato all'affidamento della gestione ordinaria delle attività e dei servizi connessi allo svolgimento quotidiano di un mercato da realizzarsi in corso Matteotti-Bolzano, in sostituzione dell'istituenda area di copertura con posteggi singoli.

Per quanto riguarda il mercato Vallette (piazzale Don Giuseppe Pollarolo), mercato classificato come medio dallo studio del Politecnico, si osserva che esso è distante 1073 metri dal Mercato Cincinnato ed è adiacente al mercato coperto di via delle Verbene 11 denominato "Vallette", che con Deliberazione della Giunta Comunale del 26 maggio 2015 (mecc. 2015 01997/016), è stato affidato in concessione per 15 anni, rinnovabili per il medesimo periodo, alla "Cooperativa di Gestione del centro Commerciale Le Vallette di via delle Verbene 11 - Società Cooperativa".

L'area mercatale ed il mercato coperto costituiscono un unico polo commerciale, ed è importante favorire sinergie tra le due strutture di vendita, completando l'offerta commerciale e attivando meccanismi di promozione incrociata.

Infatti, il mercato coperto presenta fattori positivi, quali l'alta presenza del settore alimentare (pane/salumi/formaggi/carne), la presenza di una farmacia e di una tabaccheria, la possibilità di insediamento di servizi (quali ad esempio lavanderia, estetista/acconciatore), che necessitano di essere integrati, per eliminare la negatività costituita dalla scarsa attrattività dell'accesso, da un'offerta di generi di abbigliamento, casalinghi, prodotti per bambini, nonché da una stabile offerta complementare di prodotti ittici che possono trovare collocazione nell'area esterna.

Pertanto si rende necessario dare mandato agli Uffici affinché sia indetta una procedura per richiesta di manifestazione di interesse al fine di individuare, ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento comunale per la disciplina del commercio su area pubblica, un soggetto interessato all'affidamento della gestione ordinaria delle attività e dei servizi connessi allo svolgimento quotidiano di un mercato da realizzarsi in piazzale Don Giuseppe Pollarolo, in sinergia con l'area del mercato coperto Le Vallette di via delle Verbene 11.

Con riferimento all'istituenda area di copertura commerciale a posteggi singoli Grosseto si rileva che con deliberazione della Giunta Comunale del 19 giugno 2012 (mecc. 2012 03162/034) è stato approvato in linea tecnica il progetto definitivo del collegamento della linea ferroviaria Torino-Ceres con la rete RFI lungo la direttrice di corso Grosseto, che prevede la realizzazione di una stazione ferroviaria nell'area attualmente adibita a mercato e la realizzazione di una nuova area mercatale attrezzata nelle immediate vicinanze.

E', pertanto, opportuno con il presente provvedimento fornire linee di indirizzo agli uffici affinché, una volta realizzate e completate le opere di cui al progetto sopra richiamato, siano adottati gli atti amministrativi più idonei, nel rispetto delle procedure sull'evidenza pubblica, al fine di individuare, ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento comunale per la disciplina del

commercio su area pubblica, un soggetto interessato all'affidamento della gestione ordinaria delle attività e dei servizi connessi allo svolgimento quotidiano di un mercato da realizzarsi nella nuova area mercatale, in sostituzione dell'istituenda area di copertura con posteggi singoli Grosseto.

Con riferimento all'istituenda area di copertura con posteggi singoli Grosseto, si rileva che nella giornata di venerdì gli operatori commerciali presenti continuativamente sono in numero tale da saturare i posteggi disponibili. Pertanto, al fine di non nuocere all'offerta commerciale, si prevede di istituire l'area di copertura con posteggi singoli Grosseto per i giorni di lunedì, martedì, mercoledì, giovedì e sabato e di mantenere l'attuale area mercatale nella giornata di venerdì.

Occorre, altresì, provvedere alla formale soppressione di aree mercatali da tempo non più esistenti. Esse sono le aree di mercato: Berino e Chiesa della Salute (situati sul territorio della Circoscrizione 5).

Occorre, inoltre, provvedere alla formale soppressione di aree mercatali da tempo non più attive. Esse sono le aree di mercato: Catania (situato sul territorio della Circoscrizione 7) e, ritenuta conclusa la sperimentazione approvata con deliberazione della Giunta Comunale del 25 maggio 2006 (mecc. 2006 - 04256/016) De Maistre (situato sul territorio della Circoscrizione 10).

Con riferimento al "Piano Territoriale dei Mercati della Città di Torino" approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale del 21 febbraio 2005 (mecc. 2003 12205/101), si deve, inoltre, dare atto che non si sono realizzate, a distanza di un decennio, le previsioni di attivazione dei mercati: Nitti-Baltimora (situato sul territorio della Circoscrizione 2), Servais (situato sul territorio della Circoscrizione 4), CIR e Spina 3 (situati sul territorio della Circoscrizione 5), Zara (situato sul territorio della Circoscrizione 8) e Giambone (situato sul territorio della Circoscrizione 9). E', pertanto, opportuno in sede di revisione del Piano Mercati procedere alla eliminazione della previsione di attivazione di dette aree mercatali.

Infine, atteso l'esito positivo della sperimentazione, occorre confermare l'area di copertura commerciale a posteggi singoli nella zona di Regio Parco - largo Gottardo, istituita con deliberazione del Consiglio Comunale del 2 luglio 2012 (mecc. 2012 02693/016). A tal proposito, gli operatori facenti parte della sperimentazione - titolari di concessione sul mercato Taranto nella stessa giornata in cui partecipano alla sperimentazione su Regio Parco - potranno scegliere se rientrare nel mercato di provenienza di corso Taranto o rimanere presso l'area di copertura commerciale a posteggi singoli Regio Parco con conseguente trasferimento della concessione da Taranto a Regio Parco.

La trasformazione dei mercati Carlina, Cena, Chironi, Falchera Nuova, Grosseto, Lucento, Matteotti-Bolzano, Mirafiori Sud e Rua in aree di copertura commerciale a posteggi singoli, determina una riduzione di circa il 3,8% delle superfici interessate dal servizio di raccolta rifiuti urbani più rifiuti differenziati (con metodo "banco a banco") sulle aree mercatali effettuato da AMIAT S.p.A., con conseguente risparmio per la Città, con riferimento ai prezzi unitari contenuti nel Piano di lavoro 2015 dei servizi forniti alla Città di Torino, di Euro 340.973,16.

Occorre, inoltre, considerare che allo scopo di effettuare una accurata e scientifica ricognizione dell'efficacia delle azioni intraprese per il rilancio dei mercati torinesi con il presente atto con deliberazione della Giunta Comunale del 9 giugno 2015 (mecc. 2015 02467/016), esecutiva dal 25 giugno 2015, è stata siglata apposita convenzione con il Politecnico di Torino, Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione, che formulerà un report circa l'impatto sui dettaglianti e sul servizio al cliente della realizzazione delle azioni poste in essere dall'Amministrazione inerenti alla trasformazione dei mercati in difficoltà di dimensione piuttosto esigua in aree di copertura commerciale ed alla riorganizzazione dei mercati Barcellona, Baltimora, San Secondo e Santa Giulia, comparando i risultati ottenuti con le analoghe rilevazioni effettuate nell'anno 2014.

Da ultimo, attesa la particolare conformazione dell'area di via Plava - via Negarville (area di copertura commerciale Mirafiori Sud), che è caratterizzata dalla presenza di copertura che sovrasta l'intera area mercatale che con il presente provvedimento viene trasformata in area di copertura commerciale costituita da sei posteggi singoli, si rende necessario fornire linee di indirizzo per la riqualificazione dell'intera struttura coperta, considerato che il costo stimato della demolizione della copertura ammonta a 228.000,00 Euro.

L'area di via Plava - via Negarville è situata all'interno dell'addensamento reticolare A4 denominato Plava.

L'allegato A della deliberazione del Consiglio Regionale del 29 ottobre 1999, n. 563-13414 (indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio, in attuazione del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114) all'articolo 18 disciplina gli interventi per la valorizzazione degli addensamenti commerciali urbani e per il recupero delle piccole e medie imprese. La norma citata prevede che i comuni, anche su proposta di soggetti privati e/o con il loro concorso, nel rispetto dei principi del Decreto Legislativo n. 114/1998, sulla base di appositi studi sulle problematiche della distribuzione commerciale locale e sulle interrelazioni con le componenti territoriali ed economiche, adottano specifici programmi di qualificazione urbana (P.Q.U.).

I comuni, sentito il parere delle associazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, approvano con apposito atto deliberativo i suddetti programmi, congiuntamente ad un apposito programma di attuazione che deve contenere, tra l'altro, anche i tempi e le modalità di realizzazione degli interventi.

I programmi di qualificazione urbana possono essere promossi su porzioni di tutto il territorio comunale, interessate dalla presenza di insediamenti commerciali, denominate "luoghi del commercio" o, se ne hanno i requisiti, "centri commerciali naturali", e devono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche le aree mercatali per l'attività di commercio su area pubblica, i pubblici esercizi, le attività turistico-ricettive e di intrattenimento e svago, e di artigianato di servizio. Gli obiettivi del P.Q.U. comportano la realizzazione di interventi sia di carattere strutturale dei luoghi del commercio che di marketing per le attività commerciali e di servizi.

Fra gli interventi attuabili nell'ambito dei P.Q.U. funzionali alla rivitalizzazione del tessuto commerciale, previsti dalla richiamata normativa regionale, è menzionato il:

- recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- recupero di piazze e spazi pubblici da destinare ad aree mercatali per l'attività di commercio su area pubblica;
- ogni altro intervento ritenuto idoneo alla riqualificazione economica ed urbana.

In coerenza con la normativa sopra richiamata, e considerato che nelle immediate vicinanze recentemente si è insediato un significativo polo di uffici direzionali ed amministrativi che comporta la presenza di circa 1800 persone che gravitano nell'area, la riqualificazione dell'area di copertura commerciale Mirafiori Sud può essere attuata mediante la realizzazione, nell'ambito di un P.Q.U. esteso anche alle attività commerciali in sede fissa che insistono nelle immediate vicinanze, di un mercato che si estenda sotto l'intera area di copertura la cui gestione ordinaria delle attività e dei servizi connessi allo svolgimento quotidiano dello stesso sia affidata ad un soggetto terzo, ovvero mediante la realizzazione di mercato coperto affidato in gestione unitariamente ad un ente costituito dagli operatori del mercato stesso, secondo le modalità del Regolamento per la disciplina dei mercati coperti per il commercio al dettaglio, approvato con deliberazione del Consiglio Comunale in data 22 marzo 2010 (mecc. 2009 08992/016), esecutiva dal 5 aprile 2010.

Obiettivo del P.Q.U., oltre alla riqualificazione dell'area mercatale, deve essere anche la creazione di una sinergia tra le attività di vendita in sede fissa e le attività di vendita su area pubblica.

In considerazione di quanto sopra esposto, si ritiene opportuno dare mandato agli Uffici affinché siano adottati gli atti amministrativi più idonei, nel rispetto delle procedure sull'evidenza pubblica, al fine di individuare un soggetto interessato alla progettazione e realizzazione del P.Q.U..

Dato atto che, ai sensi dell'articolo 8 comma 1, del vigente Regolamento comunale per la disciplina del commercio su area pubblica sono state consultate:

- la Circoscrizione 1 in data 17 settembre 2015;
- la Circoscrizione 3 in data 29 settembre 2015;
- la Circoscrizione 4 in data 23 luglio 2015;
- la Circoscrizione 5 in data 20 luglio 2015;
- la Circoscrizione 6 in data 10 giugno 2015;
- la Circoscrizione 10 in data 23 settembre 2015;

interessate dal provvedimento di trasformazione di aree mercatali in area di copertura commerciale a posteggi singoli.

Dato atto che è stata, altresì, consultata in merito la Commissione Consultiva Tecnica nel corso della seduta avvenuta in data 27 maggio 2015, il cui verbale è agli atti del Servizio Innovazione e Sviluppo Aree Pubbliche - Sanità Amministrativa;

Dato atto che i mercati oggetto di trasformazione per il loro attuale ridotto numero di concessionari di posteggio sono privi di commissione di mercato eletta ai sensi del Regolamento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale in data 27 gennaio 2014 (mecc. 2013 06742/016), e che, pertanto, si è provveduto a convocare per la consultazione tutti gli operatori concessionari dei mercati oggetto di trasformazione, come risulta dal verbale dell'incontro avvenuto il giorno 11 giugno 2015, depositato agli atti del Servizio Innovazione e Sviluppo Aree Pubbliche - Sanità Amministrativa.

Il presente provvedimento non comporta oneri di utenza, né oneri finanziari per la Città.

Il presente provvedimento non rientra tra quelli indicati all'articolo 2 delle disposizioni approvate con determinazione n. 59 (mecc. 2012 45155/066) datata 17 dicembre 2012 del Direttore Generale in materia di preventiva valutazione dell'impatto economico delle nuove realizzazioni che comportano futuri oneri, diretti o indiretti, a carico della Città, come da dichiarazione allegata.

Sentita la III Commissione, riunitasi in data 30/11/2015, si ritiene di esprimere **PARERE FAVOREVOLE** in merito alla deliberazione del Consiglio Comunale n. mecc. 2015 05089/016 “Revisione del Piano dei Mercati della Città di Torino – Trasformazione di alcune Aree Mercatali in gruppi di posteggi destinati ad operatori del mercato. Soppressione di mercati non più attivi. Approvazione”.

Tutto ciò premesso,

LA GIUNTA CIRCOSCRIZIONALE

- Visto l'art. 54 dello Statuto della Città di Torino;
- Visto il Regolamento sul Decentramento approvato con deliberazione del Consiglio Comunale 133 (n.mecc. 9600980/49) del 13 maggio 1996, esecutiva 23/07/96 e n. 175 (n. mecc. 9604113/49) esecutiva 23/07/96, il quale dispone, tra l'altro, agli artt. 43 e 44 in merito ai pareri di competenza attribuiti ai Consigli Circoscrizionali, cui appartiene l'attività in oggetto;
- Dato atto che il parere di cui all'art. 49 del Testo Unico sull'Ordinamento degli Enti Locali approvato con D.Lgs 18 agosto 2000 n. 267 è:
 - favorevole sulla regolarità tecnica;Viste le disposizioni di legge sopra richiamate;

PROPONE AL CONSIGLIO CIRCOSCRIZIONALE

di esprimere, per le motivazioni espresse in narrativa, **PARERE FAVOREVOLE** in merito alla proposta di deliberazione del Consiglio comunale n. mecc. 2015 05089/016 “Revisione del Piano dei Mercati della Città di Torino – Trasformazione di alcune Aree Mercatali in gruppi di posteggi destinati ad operatori del mercato. Soppressione di mercati non più attivi. Approvazione”.

Il Presidente del Consiglio di Circoscrizione pone in votazione per alzata di mano il

presente provvedimento.

Accertato e proclamato il seguente esito:

Presenti	21	
Astenuti	3	Bosticco, Iannetti e Miletto
Votanti	18	
Voti favorevoli	16	
Voti contrari	2	

DELIBERA

di esprimere, per le motivazioni espresse in narrativa, **PARERE FAVOREVOLE** in merito alla proposta di deliberazione del Consiglio comunale n. mecc. 2015 05089/016 “Revisione del Piano dei Mercati della Città di Torino – Trasformazione di alcune Aree Mercatali in gruppi di posteggi destinati ad operatori del mercato. Soppressione di mercati non più attivi. Approvazione”.