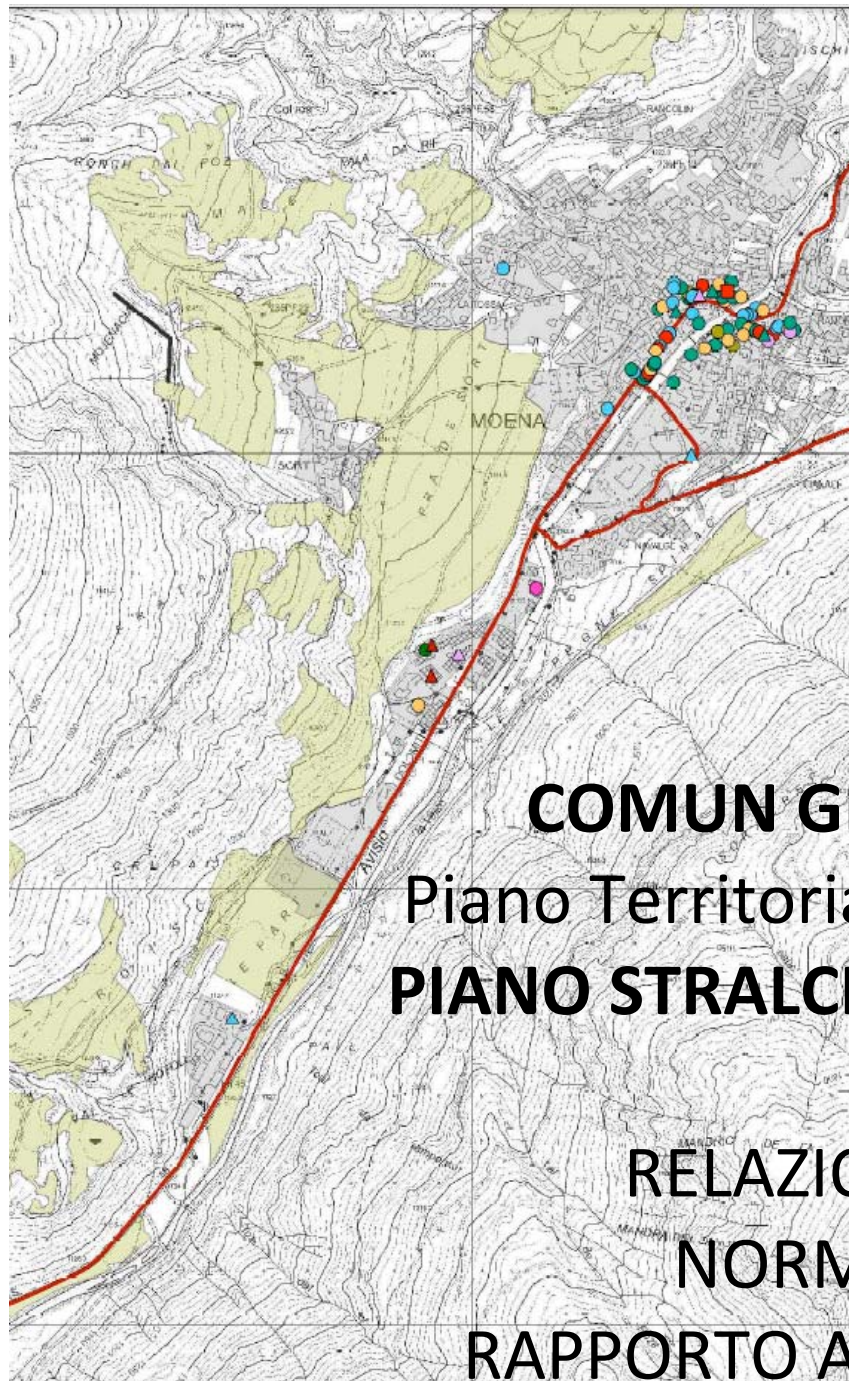




**COMUN GENERAL DI FASCIA**  
Piano Territoriale della Comunità  
**PIANO STRALCIO PER IL SETTORE**  
**COMMERCIALE**  
RELAZIONE ILLUSTRATIVA  
NORME DI ATTUAZIONE  
RAPPORTO AMBIENTALE E VAS

PRIMA ADOZIONE: Deliberazione del Consei General n. 6 del 11 marzo 2015  
ADOZIONE DEFINITIVA: Deliberazione del Consei General n. \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ 2015

Documento elaborato da:  
Arch. Luca Eccheli  
Arch. Andrea Miniucchi

ORDINE DEGLI ARCHITETTI  
DELLA PROV. DI TRENTO

Dott. Arch. LUCA ECCELI  
ISCRIZIONE ALBO N° 748

ORDINE DEGLI ARCHITETTI  
DELLA PROV. DI TRENTO

Dott. Arch. ANDREA MINIUCCHI  
ISCRIZIONE ALBO N° 919

## Sommario

|                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A) INTRODUZIONE .....                                                                                                                        | 2  |
| B) LA NORMATIVA PROVINCIALE .....                                                                                                            | 4  |
| I riferimenti normativi per la stesura del piano commerciale .....                                                                           | 4  |
| Disciplina urbanistica e strumenti di attuazione .....                                                                                       | 8  |
| C) CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER IL COMMERCIO .....                                                                              | 10 |
| Individuazione degli scenari territoriali del commercio .....                                                                                | 10 |
| Esiti della valutazione integrata ambientale .....                                                                                           | 12 |
| D) L'ATTUAZIONE DELLO SCENARIO PER IL COMUN GENERAL DE FASCIA .....                                                                          | 13 |
| La Strategia per il sistema commerciale .....                                                                                                | 16 |
| La Strategia per il sistema turistico .....                                                                                                  | 17 |
| La Strategia per il sistema paesaggistico .....                                                                                              | 18 |
| E) INDICAZIONI OPERATIVE PER LA REDAZIONE DEI PRG .....                                                                                      | 18 |
| F) NORME DI ATTUAZIONE .....                                                                                                                 | 20 |
| Art. 1 - Normativa di riferimento .....                                                                                                      | 20 |
| Art. 2 - Tipologie commerciali .....                                                                                                         | 20 |
| Art. 3 - Localizzazione delle grandi strutture di vendita nei centri storici .....                                                           | 21 |
| Art. 4 - Attività commerciale nelle aree produttive del settore secondario .....                                                             | 21 |
| Art. 5 - Vendita prodotti da parte degli imprenditori agricoli .....                                                                         | 22 |
| Art. 6 - Attività commerciali all'ingrosso .....                                                                                             | 22 |
| Art. 7 - Criteri specifici nel caso di utilizzo di edifici esistenti e aree da bonificare .....                                              | 22 |
| RAPPORTO AMBIENTALE E VALUTAZIONE AMBIENTALE STRATEGIA .....                                                                                 | 23 |
| Riferimenti normativi .....                                                                                                                  | 23 |
| Aspetti procedurali di Rendicontazione urbanistica .....                                                                                     | 23 |
| Valutazione della coerenza delle previsioni del Piano Stralcio .....                                                                         | 24 |
| Coerenza esterna tra indirizzi azioni strategiche delineate per il Piano Commerciale e le strategie vocazionali del PUP. ....                | 24 |
| Coerenza tra indirizzi azioni strategiche delineate per il Piano Stralcio e le strategie vocazionali del DOCUMENTO PRELIMINARE del PTC. .... | 29 |
| DICHIARAZIONE DI SINTESI .....                                                                                                               | 31 |

## **A) INTRODUZIONE**

### **Normativa di riferimento**

L'attività commerciale in materia di adeguamento della pianificazione locale in Provincia di Trento è disciplinata dalla L.P. 30 luglio 2010, n. 17 "Disciplina dell'attività commerciale" e dalla successive deliberazioni a carattere attuativo: la deliberazione della Giunta provinciale n. 1339 del 1 luglio 2013 così come modificata dalla deliberazione della Giunta provinciale n. 678 del 9 maggio 2014 (legge finanziaria) – *Approvazione dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale previsti dall'art. 13 della L.P. 30 luglio 2010, n. 17* con la quale sono state introdotte le disposizioni attuative della legge provinciale 30 luglio 2010, n. 17 - *Disciplina dell'attività commerciale in materia di adeguamento della pianificazione locale alle disposizioni medesime*. Per quanto riguarda i Piani Territoriali della Comunità L'art. 13, comma 3 della L.P. 30 luglio 2010, n. 17 stabilisce che *"Le Comunità e i Comuni, nell'esercizio delle loro funzioni di pianificazione territoriale, si conformano ai criteri di programmazione urbanistica stabiliti dalla deliberazione prevista al comma 1, adottando le eventuali varianti di adeguamento."* per quanto riguarda appunto la disciplina urbanistica dell'attività commerciale.

### **Ambito territoriale del Piano Stralcio**

L'ambito territoriale di riferimento del piano stralcio per il settore commerciale è quello del Comun General de Fascia, che si estende per circa 35 Km (area 318,06 kmq.) e comprende 7 Comuni: Moena, Soraga, Vigo di Fassa, Pozza di Fassa, Mazzin, Campitello di Fassa, Canazei per un totale di circa 10.000 abitanti; il Comune con più abitanti è Moena (2.709 ab.) mentre quello con la minor popolazione è Mazzin ( 498 ab.).

### **Ruolo strategico della pianificazione urbanistica del settore commerciale**

Il Piano urbanistico provinciale, in linea con gli strumenti di indirizzo delle politiche economiche della Provincia, promuove una configurazione del territorio teso a favorire il manifestarsi di forme positive di integrazione tra la produzione industriale, artigianale e agricola, l'offerta turistica e i servizi commerciali, con l'obiettivo di favorire forme integrate e più efficienti di utilizzazione degli spazi, ma anche per creare le condizioni per l'effettiva possibilità dei territori di attivare delle forme di integrazione in grado di mettere a sistema le "esternalità positive" dei diversi comparti produttivi. Compito della pianificazione urbanistica provinciale è, pertanto, quello di orientare l'evoluzione del sistema commerciale provinciale, nel rispetto delle esigenze di tutela degli assetti ambientali e paesaggistici ed in coerenza con le dinamiche degli insediamenti urbani e con le condizioni della mobilità provinciale e intercomunale, in modo tale da garantire l'equilibrio tra le varie tipologie di distribuzione, la valorizzazione delle aree urbane ricomprese negli ambiti insediativi esistenti (e in primo luogo dei centri storici) e la qualità progettuale delle eventuali nuove realizzazioni. In un processo di pianificazione così congeniato anche l'evoluzione del sistema commerciale può e deve essere funzionale al miglioramento della qualità della vita degli abitanti

del Trentino, così come deve anche risultare coerente e con il principio di valorizzazione della qualità insediativa del territorio provinciale, nonché alla razionalizzazione dell'impiego degli spazi e dell'utilizzazione dei servizi pubblici. Deve, infine, rappresentare un fattore di rafforzamento della competitività degli altri settori economici, in primo luogo, per il Comun General di Fascia del turismo e dell'agricoltura, ma anche dell'artigianato e dell'industria; allo stesso tempo il settore commerciale nella sua accezione più ampia dovrà essere in grado di trarre dagli altri settori economici, l'impulso per uno sviluppo equilibrato.

### **Indirizzi per la pianificazione urbanistica del settore commerciale del PTC**

Gli indirizzi strategici e le conseguenti azioni promosse dal piano stralcio sul commercio sono pertanto volte al miglioramento della qualità della vita degli abitanti della Comun General a forte vocazione turistica (e quindi fortemente sensibile alla discontinuità nei flussi di presenza in funzione stagionale) alla valorizzazione della qualità insediativa del territorio anche mediante la razionalizzazione dell'impiego degli spazi e dell'utilizzazione dei servizi pubblici e al rafforzamento dell'integrazione dell'attività commerciale con gli altri settori economici.

### **Contenuti ed Elaborati del Piano stralcio**

Il Piano commerciale è composto dalla seguente documentazione:

#### ***Relazione illustrativa***

#### ***Norme tecniche di attuazione***

#### ***Cartografie (rilievo/analisi e progetto)***

Tav. A Offerta commerciale esistente per settori merceologici Scala 1:5000

- Tav. A.01 – Moena Soraga Vigo di Fassa Pozza di Fassa
- Tav. A.02 - Pera Campitello Gries Canazei Alba

Tav. B Specializzazione dell'offerta commerciale

- Tav. B.01 Moena
- Tav. B.02 Soraga Vigo di Fassa Pozza di Fassa
- Tav. B.03 Pera Mazzin Campitello
- Tav. B.04 Comune di Canazei

#### ***Rapporto Ambientale e Vas***

#### ***Rapporto finale di ricerca – Comun General de Fascia***

## B) LA NORMATIVA PROVINCIALE

### I riferimenti normativi per la stesura del piano commerciale

Nel presente capitolo vengono riportati, e riassunti nei loro elementi fondamentali, tutte le disposizioni normative che regolamentano, in senso lato, la programmazione urbanistica del settore commerciale in provincia di Trento. La lettura dei riferimenti normativi contenuta nel presente capitolo è funzionale all'individuazione dei compiti assegnati al PTC nell'ordinamento urbanistico provinciale, ma è anche funzionale all'individuazione e alla condivisione delle finalità più generali che devono guidare le scelte settoriali di un "piano stralcio", nella consapevolezza che la programmazione urbanistica del settore commerciale è parte di un processo più ampio, funzionale al principio di valorizzazione della qualità insediativa del territorio nel suo complesso.

I riferimenti normativi per la stesura del piano commerciale sono i seguenti:

- legge provinciale 4 aprile 2008 n.1 - art.21;
- legge provinciale 27 maggio 2008, n.5 - PUP art.32;
- legge provinciale 30 luglio 2010, n.17;
- delibera della Giunta provinciale n. 1017 del 13 maggio 2011; delibera della Giunta provinciale n.1339 del 9 luglio 2013; delibera della Giunta provinciale n.678 del 09.05.2014
- legge provinciale 29 agosto 1988, n. 28 (Disciplina della valutazione dell'impatto ambientale e ulteriori norme di tutela dell'ambiente).

**La legge provinciale 4 aprile 2008 n.1** indica, all'art.21, gli "Obiettivi e contenuti del piano territoriale della comunità", tra i quali viene annoverata la regolamentazione urbanistica del settore commerciale. Il PTC dovrà prevedere **"la specificazione e l'integrazione dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale** definiti dalla Giunta provinciale in attuazione del piano urbanistico provinciale, e **la localizzazione delle grandi strutture di vendita al dettaglio**, compresi i centri commerciali e del commercio all'ingrosso".

**La legge provinciale 27 maggio 2008, n.5** "Approvazione del nuovo Piano urbanistico provinciale" indica all'art.32 "Programmazione urbanistica del settore commerciale" prevede che i "criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale debbano essere definiti, secondo quanto previsto dalle norme provinciali in materia, con delibera della Giunta Provinciale. **La previsione di eventuali nuove GSV al dettaglio con superficie superiore a 10.000 mq è subordinata alla loro preventiva localizzazione di massima da parte della Giunta Provinciale, sentiti la comunità e il comune o i comuni interessati**".

Le previsioni contenute nella delibera della Giunta Provinciale prevista dalla L.P. 27 maggio 2008, n.5 , qualora non sia riservato all'ente locale alcun margine di discrezionalità in sede di adeguamento dei piani, prevalgono sugli strumenti di pianificazione territoriale relativamente alle seguenti previsioni:

- a) **compatibilità urbanistica** delle attività ammesse nelle diverse aree in relazione alle tipologie distributive, ai settori merceologici e alle ulteriori funzioni ritenute ammissibili;
- b) **dotazioni minime di parcheggi** pertinenziali e connesse disposizioni.

Compito dei piani territoriali delle comunità è quello di specificare ed integrare i criteri di programmazione commerciale.

In particolare, l'articolo 32, comma 1, dell'Allegato B (Norme di attuazione), del nuovo Piano urbanistico provinciale, stabilisce che "I criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale sono definiti, secondo quanto previsto dalle norme provinciali in materia, con deliberazione della Giunta provinciale".

Il successivo comma 3 del medesimo articolo 32 stabilisce poi che "I piani territoriali delle comunità specificano e integrano i criteri di programmazione commerciale di cui al punto 1 e provvedono:

- a) **alla localizzazione delle grandi strutture commerciali di vendita al dettaglio**, compresi i centri commerciali, e del commercio all'ingrosso, anche in relazione alle infrastrutture di collegamento e ai servizi complementari richiesti;
- b) **alla promozione di misure di carattere urbanistico atte a migliorare la competitività della distribuzione commerciale negli insediamenti storici**;
- c) **a favorire modalità di connessione fra attività commerciali e offerta turistica**.

Come richiamato in premessa il Piano urbanistico provinciale, in linea con gli strumenti di indirizzo delle politiche economiche della Provincia, promuove una configurazione del territorio teso a favorire il manifestarsi di forme positive di integrazione tra tutti i settori economici e con il settore turismo in particolare, soprattutto in contesti territoriali quali la Valle di Fassa. L'obiettivo di tale integrazione è quello di favorire delle forme integrate e più efficienti di utilizzazione degli spazi, ma è soprattutto quello di creare le condizioni per l'effettiva possibilità dei territori di attivare delle forme di integrazione in grado di mettere a sistema le reciproche esternalità positive dei diversi comparti produttivi.

Compito della pianificazione urbanistica provinciale è, pertanto, quello di **orientare l'evoluzione del sistema commerciale provinciale**,

- a) nel rispetto delle esigenze di tutela degli assetti ambientali e paesaggistici,
- b) in coerenza con le dinamiche insediative proprie dei singoli insediamenti urbani
- c) in coerenza con le condizioni della mobilità provinciale e intercomunale.

**L'attenzione posta su questi aspetti è finalizzata a garantire:**

- a) la qualità progettuale delle nuove realizzazioni,
- b) l'equilibrio tra le varie tipologie di distribuzione,
- c) la valorizzazione delle aree e in primo luogo dei centri storici.

L'evoluzione del sistema commerciale per essere funzionale al miglioramento della qualità della vita degli abitanti del Trentino, deve anche risultare coerente ed essere funzionale al principio di valorizzazione della qualità insediativa del territorio provinciale, nonché alla razionalizzazione dell'impiego degli spazi e dell'utilizzazione dei servizi pubblici. Deve, infine, rappresentare un fattore di rafforzamento della competitività degli altri settori economici, in primo luogo di turismo, agricoltura, artigianato e industria, e allo stesso tempo trarre da questi impulso per uno sviluppo equilibrato.

In questo quadro il nuovo Piano urbanistico provinciale evidenzia i seguenti punti di attenzione al fine delle nuove previsioni commerciali nell'ambito dei piani territoriali delle comunità:

- **la localizzazione ottimale delle strutture commerciali** rispetto al territorio della comunità, tenendo conto dell'integrazione con le infrastrutture di collegamento e con i servizi complementari. L'utilizzazione non ottimale degli spazi a causa della piccola dimensione dei Comuni, con interessi non sempre coerenti, e con la conseguente difficoltà di attuare una politica integrata, va superata prevedendo l'equa distribuzione dei vantaggi e degli svantaggi tra le diverse aree coinvolte;
- **la riqualificazione dei centri storici** dei Comuni, anche di dimensioni minori, orientata alla rivitalizzazione delle aree commerciali, anche attraverso il sostegno agli investimenti necessari. Il Piano territoriale della comunità (PTC) deve individuare le misure di carattere urbanistico atte a migliorare la competitività della distribuzione commerciale nei centri storici, favorendo al contempo anche il razionale orientamento verso determinati segmenti di domanda. In questa prospettiva, il centro storico va pensato come parte del "sistema territoriale di offerta commerciale", dove competitività e funzionalità delle attività commerciali svolte al suo interno dipendono dalle condizioni che lo caratterizzano; è attraverso l'azione su queste condizioni che si differenzia l'offerta delle aziende commerciali dei centri storici rispetto ad altre modalità di offerta e si creano elementi di valore, orientando l'insediamento verso segmenti di domanda più idonei; la strategia di sviluppo territoriale deve tenere conto della connessione tra attività commerciali e strutture per il tempo libero, legate in particolare all'offerta turistica. I Piani territoriali delle Comunità sono chiamati ad approfondire tale integrazione, in modo da favorire le potenziali esternalità positive, verificando in particolare che siano assicurate la razionalità della localizzazione rispetto al territorio della Comunità, la vicinanza ai nodi di scambio della rete stradale e ferroviaria, la capacità delle reti infrastrutturali, la vicinanza e le condizioni di accesso agli insediamenti urbani."
- **la riduzione dell'impiego di nuovo territorio** e della riconversione delle aree dismesse, sottolineata al Piano urbanistico provinciale in tema di localizzazione dei complessi produttivi, si pone come prioritario in sede di piano territoriale della comunità per affrontare la pianificazione degli insediamenti commerciali e l'adozione di scelte che agiscano da motore di nuovo sviluppo territoriale.

**Delibera Giunta Provinciale n. 1017 del 13 maggio 2011**

Al fine di disporre dei necessari *elementi conoscitivi riguardanti il territorio provinciale per definire le dinamiche di sviluppo degli insediamenti commerciali in modo integrato con le funzioni e le potenzialità che ciascun ambito territoriale della provincia di Trento può esprimere*, la Giunta provinciale, con deliberazione n. 1017 del 13 maggio 2011, ha affidato al Dipartimento Inter ateneo Territorio del Politecnico di Torino un incarico di consulenza scientifica avente ad oggetto “Applicazione della valutazione integrata territoriale per la costruzione di scenari territoriali del commercio in provincia di Trento”.

Il “rapporto finale di ricerca” dell’Università di Torino redatto dalla Prof.ssa Grazia Brunetta, per la parte relativa al Comun General de Fascia, ha individuato un preciso “scenario territoriale del commercio” che è stato denominato **“Paesaggio – Valorizzare l’identità paesaggistica del sistema territoriale progettando politiche commerciali integrate di valorizzazione e sviluppo”**. Per tale scenario sono state individuate anche delle linee di indirizzo.

Il “rapporto finale di ricerca” è parte integrante degli elaborati del Piano stralcio al PTC per il settore commerciale.

**Legge provinciale 30 luglio 2010, n.17 e Delibera della Giunta provinciale n.1339 del 9 luglio 2013**

In materia di liberalizzazione del commercio, la Provincia Autonoma di Trento ha approvato con Delibera della Giunta provinciale n.1339 del 9 luglio 2013, i criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale previsti dall'art.13 della legge provinciale 30 luglio 2010, n.17.

Per quanto riguarda l'insediamento di grandi strutture di vendita, la delibera della GP n.1339 del 2013 traduce in norme di indirizzo (art.43 e successivi commi) i principi ed i criteri della metodologia VIT (Valutazione Integrata Territoriale), al fine di orientare in ciascuna Comunità di valle il governo del territorio nel settore commerciale. L’articolo 13, comma 3, della L.P. 17/2010 stabilisce infatti che “Le comunità e i comuni, nell'esercizio delle loro funzioni di pianificazione territoriale, si conformano ai criteri di programmazione urbanistica stabiliti dalla deliberazione prevista dal comma 1, adottando le eventuali varianti di adeguamento entro dodici mesi dall'approvazione della deliberazione o delle sue successive modifiche.”.

L’articolo 72, comma 7, della L.P. 17/2010 stabilisce infine che “Fino alla data di pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione della deliberazione prevista dal comma 2, le condizioni per l'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di sede delle grandi strutture di vendita al dettaglio come definite da questa legge sono disciplinate esclusivamente dalle disposizioni transitorie disciplinate da questa legge. A decorrere dalla predetta data e fino alla pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione della deliberazione della Giunta provinciale prevista dall'articolo 13 l'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di sede delle grandi strutture di vendita al dettaglio è comunque consentito nel rispetto dei criteri previsti dal comma 2, salvo il rispetto della normativa vigente in materia ambientale. Dopo la pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione della deliberazione prevista dall'articolo 13 le condizioni per l'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di sede delle grandi strutture di vendita al dettaglio sono regolate dalla disciplina prevista dall'articolo 11 e dai criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale approvati ai sensi dell'articolo 13, fatte salve le disposizioni transitorie.”.

**Delibera della Giunta provinciale n.678 del 09 maggio 2014**

Questo provvedimento modifica l'allegato 1 della deliberazione della Giunta provinciale n.1339/2013 e prevede minori vincoli per la realizzazione di parcheggi in volumi interrati per le medie strutture di vendita e verifica del rispetto delle dotazioni di parcheggi pertinenziali.

**Disciplina urbanistica e strumenti di attuazione**

La localizzazione delle grandi strutture di vendita al dettaglio, compresi i centri commerciali, è quindi effettuata dal piano territoriale della comunità (PTC), come stabilito dall'articolo 32 , comma 3, delle norme di attuazione del PUP e dall'articolo 21, comma 3, lettera j), della legge urbanistica provinciale (L.P. 4 aprile 2008 n.1)

L'articolo 21, comma 5, della stessa legge urbanistica provinciale specifica che *"le previsioni del piano territoriale della comunità ai sensi del comma 3, se considerate vincolanti ai sensi del piano urbanistico provinciale o delle leggi di settore, devono essere osservate anche in deroga alle previsioni dei piani regolatori generali in vigore o soltanto adottati"*.

Il piano territoriale della comunità individua pertanto, nel rispetto degli indirizzi definiti in merito nell'ambito dell'accordo quadro di programma stipulato con i comuni, ai sensi dell'articolo 22 della legge urbanistica provinciale, **le aree idonee alla localizzazione delle grandi strutture di vendita al dettaglio**, anche mediante la definizione delle relative regole insediative e degli indici edilizi di riferimento.

**Legge provinciale 29 agosto 1988, n. 28 e l'autovalutazione dei piani territoriali delle comunità (VAS) e la metodologia per la valutazione integrata territoriale**

Nella localizzazione delle aree per le grandi strutture di vendita le Comunità assicurano il rispetto dei vincoli e del quadro di riferimento del Piano urbanistico provinciale, garantendone la coerenza con la relativa disciplina ed evidenziando, nell'ambito della valutazione strategica, gli elementi di approfondimento. In particolare come specificato dall'articolo 32 delle norme di attuazione del PUP tale localizzazione è condotta dai piani territoriali delle comunità "anche in relazione alle infrastrutture di collegamento e ai servizi complementari richiesti".

L'articolo 10, comma 2 della L.p. 30 luglio 2010, n.17 richiede che i criteri di programmazione urbanistica, nel caso di apertura di grandi strutture di vendita al dettaglio, siano definiti "sulla base di analisi di carattere urbanistico e ambientale che considerino in modo particolare i parametri relativi al contenimento dell'impatto territoriale e ambientale di strutture di elevata dimensione, la promozione della qualità del territorio, del tessuto urbano e dei centri storici nonché le esigenze di tutela dell'ambiente dagli inquinamenti e di tutela della salute. Tali analisi dovranno tener conto, in particolare, degli obiettivi strategici del piano urbanistico provinciale, anche con riguardo al rispetto della carta del paesaggio e del sistema infrastrutturale con l'obiettivo di assicurare un equilibrato rapporto tra territorio libero e territorio costruito.

A tal fine la Provincia autonoma di Trento con deliberazione della Giunta provinciale n. 1017 del 13 maggio 2011 ha incaricato il Politecnico di Torino di elaborare lo specifico studio relativo alla "Applicazione della metodologia di valutazione integrata territoriale per la costruzione di scenari territoriali del commercio in provincia di Trento", con l'obiettivo di definire gli indirizzi disciplinari

e la metodologia per la valutazione necessaria ai fini dell'individuazione degli ambiti territoriali e delle aree destinati alle grandi strutture di vendita al dettaglio. Ne consegue che il rapporto ambientale relativo all'autovalutazione del PTC, previsto dall'articolo 23, comma 2, della legge urbanistica provinciale, contiene anche gli elementi della valutazione integrata territoriale (VIT) al fine della definizione degli scenari per l'insediamento delle grandi strutture di vendita.

Nel caso specifico del Comun General di Fascia sia le indicazioni contenute nello studio del Politecnico di Torino che, allegato agli elaborati del Piano Stralcio al PTC relativo alla disciplina commerciale ne costituisce parte integrante, sia le successive valutazioni condotte autonomamente dal Comun General di Fascia, hanno escluso la possibilità di insediare sul territorio della Comunità delle nuove grandi strutture di vendita al dettaglio. In ogni caso il Piano stralcio al PTC per il settore commerciale è corredato da un rapporto ambientale di supporto al processo di "autovalutazione" al fine di stabilire se le azioni previste rientrino o meno nelle fattispecie di cui all'art. 3 del Regolamento di applicazione della direttiva 1/42/CE, e si possa quindi prescindere o meno dalla sottoposizione del piano alla Valutazione Ambientale Strategica.

Nel rapporto ambientale verrà verificata la coerenza tra le azioni previste nel Piano Stralcio rispetto alle previsioni del PUP e alle indicazioni contenute nel Documento preliminare al PTC e verrà valutata la coerenza tra le azioni previste nel Piano Stralcio o gli obiettivi e le indicazioni per la tutela dell'ambiente e del paesaggio contenute nelle norme di riferimento ed in particolare:

- L'articolo 1, comma a) del d.Lgs. 155/2010, definisce un quadro normativo finalizzato a "individuare obiettivi di qualità dell'aria e dell'ambiente volti a evitare, prevenire o ridurre effetti nocivi per la salute umana e per l'ambiente nel suo complesso";
- L'articolo 63, comma 1 della L.p. 4 marzo 2008, n. 1, stabilisce che "nell'elaborazione degli strumenti di pianificazione e delle loro varianti devono essere tenute in particolare considerazione le esigenze di tutela dall'inquinamento atmosferico, idrico, acustico e di smaltimento dei rifiuti, di stabilità e di sicurezza dei terreni, in relazione alla localizzazione degli interventi sul territorio". L'articolo 67, comma 2 della L.p. 4 marzo 2008, n. 1 stabilisce che "la tutela del paesaggio si attua nelle forme e con le modalità previste da questo capo e nel rispetto della carta delle tutele paesistiche, della carta del paesaggio e delle relative linee guida del piano urbanistico provinciale";
- L'articolo 11, comma 2, della L.p. 27 maggio 2008, n. 5 (Approvazione del nuovo piano urbanistico provinciale) precisa che "la funzione di tutela del paesaggio disciplinata dalla legge urbanistica è esercitata in conformità con la carta del paesaggio, come eventualmente approfondita e interpretata dai piani territoriali delle comunità, con le linee guida per la pianificazione di cui all'articolo 6 comma 3";
- Infine, l'articolo 1, lettere a) e c) della L.p. 23 luglio 2010, n. 16 (Tutela della salute in provincia di Trento) specifica i compiti della Provincia che, assicura la coerenza della legislazione provinciale, in particolare di quella in materia sociale e ambientale, con gli obiettivi di tutela e promozione della salute e vigila sulla tutela dell'ambiente naturale quale fattore determinante per il mantenimento della salute individuale e collettiva".

## **C) CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER IL COMMERCIO**

### **Individuazione degli scenari territoriali del commercio**

La metodologia di valutazione integrata territoriale (VIT) scelta riprende la metodologia proposta dal Politecnico di Torino al fine di garantire omogeneità e continuità rispetto agli studi propedeutici (“applicazione metodologia VIT”) e rispetto all'intero territorio provinciale. Questa metodologia si pone come strumento conoscitivo istituzionale per monitorare e supportare il processo di decisione. Operativamente la proposta si concretizza in un’analisi valutativa e nella simulazione di nuovi scenari territoriali per il commercio.

La metodologia di valutazione, considera tre principali dimensioni valutative:

- territoriale, in relazione alla disponibilità e allo stato della risorsa suolo allo scopo di minimizzarne il consumo;
- ambientale e paesaggistica inerente lo stato delle risorse e degli ecosistemi naturali, i caratteri identitari e culturali del paesaggio locale;
- economica, relativa alle ricadute sulle funzioni economiche trainanti il sistema territoriale locale e le potenziali relazioni tra le attività esistenti e programmate, con particolare attenzione al settore turismo.

### **Il processo di valutazione integrata territoriale**

La metodologia di valutazione integrata territoriale prevede una prima matrice adottando i principi e le linee strategiche del nuovo PUP (identità, sostenibilità, integrazione e competitività) in rapporto a una serie di condizioni (coerenza con le invarianti, relazione con le infrastrutture) e dai criteri strategici fissati dal Documento preliminare definitivo per il PTC.

Nella prospettiva delle tre dimensioni di valutazione e rispetto ai caratteri del territorio provinciale, successivamente, sono stati individuati cinque temi di valutazione, considerati in modo strettamente interconnesso:

- Tema A - Struttura distributiva dell’offerta commerciale;
- Tema B – Turismo;
- Tema C -Assetto insediativo;
- Tema D -Ecosistema e paesaggio;
- Tema E -Progettualità locale.

Questi cinque temi strutturano la matrice degli indicatori allo scopo di analizzare i fenomeni insediativi ritenuti elementi di studio necessari per poter dare attuazione alle visioni strategiche di assetto policentrico del territorio provinciale.

L’esito della valutazione, attraverso l’elaborazione dei dati emersi, è stato riportato in una matrice SWOT finalizzata alla definizione e alla valutazione dei fattori di opportunità e di rischio delle tendenze evolutive in atto relativamente i cinque temi di valutazione della VIT.

**Criteri per la selezione dei territori***a) le condizioni territoriali*

Sono due le condizioni utilizzate per misurare sia l'attrattività del territorio e la sua capacità di carico rispetto a eventuali nuove grandi strutture di vendita, sia la fattibilità dei potenziali nuovi territori del commercio:

- dotazione infrastrutturale: verifica la relazione con la viabilità inter e intra-provinciale, la compresenza di modalità di scambio ferro-gomma;
- integrazione funzionale: misura l'integrazione territoriale tra il settore commerciale (assunto in termini di consistenza e di articolazione di offerta) e il settore turistico.

*b) i criteri*

Vengono approfondite, nella fase di applicazione della metodologia, le potenzialità e le specificità insediative al fine di giungere ai seguenti risultati:

- ordinare i territori della PAT rispetto alla dotazione di alcuni requisiti, da considerarsi quali condizioni necessarie per la localizzazioni di grandi superfici commerciali;
- considerare le specificità e le vocazioni in atto e latenti emerse dalla valutazione integrata delle dinamiche locali, evidenziando ove esistenti le potenzialità di processi autonomi di complementarietà insediativa tra funzioni, dove il commercio è sempre considerato in base alla sua capacità di interazione con il contesto locale di insediamento.

**Tre scenari per i territori del commercio**

In coerenza con gli indirizzi definiti dal PUP, gli scenari verso cui dovrebbe tendere lo sviluppo dei territori e dei paesaggi nel contesto provinciale sono:

- **Commercio:** secondo i criteri di "integrazione" previsti nel PUP, lo scenario persegue la progettazione del sistema territoriale del commercio con particolare riguardo ai requisiti di accessibilità territoriale e integrazione funzionale
- **Marketing:** lo scenario guarda alla progettazione dell'integrazione tra commercio, turismo e territorio in accordo con gli indirizzi del PUP di "integrazione", "competitività" e "sostenibilità"
- **Paesaggio:** lo scenario è finalizzato a valorizzare l'identità paesaggistica del sistema territoriale in accordo con gli indirizzi del PUP di "integrazione", "competitività", "sostenibilità", "identità".

Gli scenari risultanti dallo studio svolto consentono di delineare una prima proposta di condizioni e criteri finalizzati a perseguire un nuovo assetto commerciale nell'ottica della valorizzazione del territorio e del paesaggio, individuando nel commercio una componente funzionale strategica per la competitività e la sostenibilità dell'intero territorio provinciale. In tale prospettiva vengono anche definiti i criteri per l'eventuale localizzazione di nuove GSV al dettaglio

### **Esiti della valutazione integrata ambientale**

Lo studio, in funzione degli indicatori individuati nella VIT, mette a disposizione della pianificazione urbanistica una lunga serie di strumenti a supporto delle strategie urbanistiche che dovranno essere attivate ed operare nei vari livelli della pianificazione secondo le indicazioni dello scenario territoriale individuato. I temi e gli indicatori di Vit relativi alla struttura distributiva dell'offerta commerciale, alle configurazioni spaziali dell'offerta commerciale a scala comunale, al sistema turistico, all'assetto insediativo e all'ecosistema ed il paesaggio, nel caso specifico della Comun General de Fascia dove non si è prevista la localizzazione di nuove grandi strutture di vendita al dettaglio si traduce in un forte ruolo attuativo demandato ai PRG, in particolare per quanto riguarda la valorizzazione dei centro storico e degli ambiti insediativi in senso lato.

## D) L'ATTUAZIONE DELLO SCENARIO PER IL COMUN GENERAL DE FASCIA

Nel Rapporto finale di ricerca dell'Università di Torino redatto dalla Prof.ssa Grazia Brunetta, lo scenario delineato per la Valle di Fassa è stato denominato: **Paesaggio – Valorizzare l'identità paesaggistica del sistema territoriale progettando politiche commerciali integrate di valorizzazione e sviluppo**. Per tale scenario

*... le strategie e le azioni acquistano maggiore senso ed efficacia operativa in una prospettiva attuativa che promuove un rapporto di cooperazione non solo fra comuni interni alla Comun General di Fascia, ma anche fra la Comun General di Fascia ed i territori contermini, ed in articolare la Comunità di Valle della Valle di Fiemme (CV01) e Primiero (Cv02). Le tre comunità di Valle sono infatti contraddistinte da scenari simili ("Paesaggio") e condividono importanti risorse, non solo paesaggistiche (come il Parco naturale Paneveggio Pale di S. Martino) ma anche agroalimentari. **Attuare una valorizzazione coordinata e sistemica tra le CV di tali risorse può garantire ai singoli territori una implementazione adeguata degli scenari del commercio, prefigurando la creazioni di un nuovo sistema territoriale.***

*Nella Comun General di Fascia **il sistema dell'offerta commerciale risulta polarizzato** nei Comuni di Canazei, Moena e Pozza di Fassa, la consistenza commerciale risulta in questi comuni nettamente sopra la media del Comun General di Fascia, con buona varietà di formato, buona specializzazione ed una quantità di esercizi ben proporzionata rispetto alla popolazione residente. La dinamica della superficie di vendita è tendenzialmente positiva per tutta la comunità di Valle, con le eccezioni di Soraga e Vigo di Fassa che presentano una dinamica negativa in termini assoluti nel periodo 2005 2013 e presentano la consistenza commercial più bassa dell'intera Comunità di Valle.*

*La strategia da attuare all'interno di un simile contesto prevede **l'incremento della dotazione commerciale nei Comuni caratterizzati da scarsa presenza di esercizi commerciali** (Mazzin, Soraga e Vigo di Fassa) i nuovi esercizi di vendita dovranno privilegiare l'insediamento **all'interno o in prossimità dei centri storici**, possibilmente sfruttando fabbricati non utilizzati. Occorre inoltre valorizzare le attività commerciali dei Comuni di Moena, Pozza di Fassa e Campitello di Fassa, mirando alla realizzazione di **un'offerta specializzata**, in grado di integrare i prodotti locali dell'artigianato e dell'agricoltura (Puzzone di Moena, formaggio DOP, il "Chèr de Fasha", i ravioli "ciajoncìe", i "fortaes", tipici dolci ladini, e la filiera del legno). Risulta inoltre di fondamentale importanza lo sviluppo di **reti di cooperazione tra gli operatori commerciali, ma soprattutto agricoltori e artigiani**, per la promozione e la commercializzazione delle produzioni locali, creando filiere artigianali altamente specializzate, o un marchio territoriale, identificativo del Comun General de Fascia e dei suoi prodotti, in grado di connotare il territorio e la peculiarità della sua offerta. **I centri urbani consolidati possono svolgere una funzione importante in questo senso, come centri commerciali naturali.** Risulta inoltre importante valorizzare e promuovere, in sinergia con l'ATP e con le Comunità di Valle contermini, in particolare la Val di Fiemme e Primiero, la creazione di **itinerari gastronomici** come la "Strada dei Formaggi delle Dolomiti", percorso che coinvolge caseifici, ristoranti, agriturismi e botteghe in cui è*

*possibile degustare i formaggi tipici. Infine, possono essere ideate strategie di diffusione della vendita dei prodotti tipici nella grande distribuzione, attraverso forme apposite di promozione commerciale, come la creazione di corner.*

*Per quanto concerne il **sistema turistico locale**, come per il sistema commerciale, Moena, Pozza di Fassa e Canazei risultano essere i Comuni con valori di presenze turistiche maggiormente positivi, presentando elevati flussi turistici. Il tasso di turisticità, estivo e invernale, risulta maggiormente elevato nei Comuni di Mazzin, Campitello di Fassa e Canazei. Per quanto concerne invece la dotazione ricettiva, Soraga, Moena, Vigo e Pozza presentano un tasso sotto la media della CV. Emergono dinamiche complessive negative nei Comuni di Mazzin e Vigo di Fassa.*

*La strategia da attuare in questo caso prevede un **incremento della dotazione ricettiva**, potenziando agriturismi, masi e baite, nei Comuni in questa risulta insufficiente (Moena, Soraga, Vigo di Fassa e Pozza di Fassa), tenendo in considerazione le dinamiche positive in termini di presenze turistiche che caratterizzano tali Comuni. Occorre mantenere l'offerta turistica, in particolare a carattere sportivo/escursionistico, che caratterizza la Comunità di Valle, promuovendo l'offerta di turismo di tipo sciistico (Moena, Campitello, Canazei, Vigo di Fassa, Pozza di Fassa), legato al benessere (importante il centro termale di Pozza di Fassa), escursionistico, ciclistico e di sport caratterizzanti (Canazei è sede di una prova del campionato mondiale di skyrunning), gastronomico (prodotti agroalimentari). Di fondamentale importanza la realizzazione del completamento della rete di piste ciclabili, attualmente in fase di progetto, con l'obiettivo di consentire spostamenti lenti tra i Comuni, favorendo anche un circuito di turismo rurale-escursionistico prettamente estivo, entro la Comunità di Valle.*

*La **valorizzazione della cultura locale e dell'identità territoriale**, promuovendo la conoscenza della cultura e della lingua ladina attraverso importanti presidi come l'Istituto Culturale ladino e il Museo ladino, può risultare un'utile azione per attuare la strategia di promozione dell'offerta turistica.*

*Dovrebbero inoltre essere ampliati gli eventi di **promozione turistica e la sinergia tra i poli caratterizzati da turismo sportivo**, enogastronomico e legato al benessere. Si registra a questo proposito la difficoltà di qualificare l'offerta commerciale a fronte di un mercato turistico poco interessato ai prodotti locali. In questo senso potrebbe essere utile considerare l'attuazione di una strategia doppia, orientata da un lato verso la risposta alle esigenze attuali del mercato per non perdere importanti occasioni di crescita economica per la CV, d'altro canto sarebbe utile iniziare operazioni di educazione del turista alla fruizione di prodotti locali.*

*Infine, per quanto concerne il **sistema paesaggistico locale**, le aree di maggior valore paesaggistico si concentrano nei Comuni di Moena e di Pozza di Fassa, i quali emergono per la presenza di aree agricole di pregio e per un'elevata incidenza in termini di invarianti areali. Gli stessi comuni sono contraddistinti anche da un'elevata incidenza di invarianti puntuali; la presenza di beni culturali è notevole anche nei Comuni di Canazei e Campitello di Fassa.*

*La strategia da attuare per concretizzare lo scenario Paesaggio delineato per la CV, deve orientarsi verso la conservazione dell'importante patrimonio dei Comuni di Moena, Pozza di Fassa e Campitello di Fassa, **valorizzando le peculiarità del territorio** in sinergia con le strategie precedenti. In particolare, occorre attuare misure di conservazione e valorizzazione del paesaggio all'interno degli importanti Parchi Provinciali Paneveggio - Pale di San Martino, del Parco Naturale Sciliar-Catinaccio e la riserva integrale di Lusia-Bocche.*

*Necessario, infine, monitorare i processi trasformativi riferiti ai fenomeni di urbanizzazione, in particolare nei Comuni di Soraga e Mazzin, che presentano consumi di suolo notevolmente superiore alla CV, ma anche dove risultano in atto processi di antropizzazione di suolo naturale legato alla costruzione di nuova residenza.*

*Tale processo è in atto dove si evidenziano i flussi turistici più intensi ed è connesso alla crescente richiesta di seconde case (ad esempio nel Comune di Canazei).*

## La Strategia per il sistema commerciale

| Strategia                                                       | Obiettivi                                                                      | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SISTEMA COMMERCIALE</b><br>Integrare e qualificare l'Offerta | <b>Obiettivo 1</b><br><br>Incrementare la consistenza commerciale.             | <b>Azione 1.a</b><br>Apertura di nuovi esercizi di vendita, di vicinato, e/o medie strutture, in particolare nei centri con bassa consistenza e densità commerciale (Soraga, Mazzin e Vigo di Fassa), ma anche nei territori caratterizzati da dinamica demografica positiva. I nuovi esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita, localizzati preferibilmente entro o in prossimità del centro storico, potrebbero fermare l'evasione commerciale e intercettare la domanda dei residenti che acquistano fuori valle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                 | <b>Obiettivo 2</b><br><br>Qualificare e promuovere l'offerta commerciale.      | <b>Azione 2.a</b><br>Qualificare l'offerta commerciale migliorando la specializzazione degli esercizi commerciali, promuovendo rispetto ai nuovi, potenziali esercizi di vendita di vicinato e/o medie strutture, un'offerta altamente specializzata, relazionata ai prodotti locali, come il Puzone di Moena (formaggio DOP), il "Chè de Fasha" (Cuore di Fassa, formaggio prodotto dal Caseificio Sociale Val di Fassa), i canederli, i ravioli "ciajoncì", i "fortaes", tipici dolci ladini.<br><b>Azione 2.b</b><br>Creazione di un marchio territoriale, identificativo del Comun General de Fascia e dei suoi prodotti, in grado di connotare il territorio e la peculiarità della sua offerta. Questa azione, oltre alla valorizzazione commerciale delle produzioni tipiche, potenzia l'offerta turistica, la cui domanda è sempre più attenta ai temi della gastronomia e dei prodotti agroalimentari di alta qualità.<br><b>Azione 2.c</b><br>Valorizzare e promuovere, in sinergia con l'ATP Val di Fassa, la creazione di itinerari gastronomici, come la "Strada dei Formaggi delle Dolomiti", percorso che vede una collaborazione tra le Valli di Fassa, Fiemme e Primiero e coinvolge caseifici, ristoranti, agriturismi e botteghe in cui è possibile degustare i formaggi tipici.<br><b>Azione 2.d</b><br>Complementarietà tra le medie e le grandi strutture di vendita (misto) e il centro storico, sia attraverso azioni materiali (condivisione parcheggi e spazi pubblici) sia tramite forme apposite di promozione commerciale (come la previsione di corner d'offerta di prodotti locali che hanno il loro punto vendita principale nel centro urbano). |
|                                                                 | <b>Obiettivo 3</b><br><br>Valorizzare l'offerta commerciale dei centri storici | <b>Azione 3.a</b><br>Creazione di una rete di cooperazione tra operatori commerciali dei centri storici ai fini di aumentare l'attrattività commerciale, attraverso azioni di promozione commerciale e di riqualificazione, quali la manutenzione degli spazi pubblici prospicienti gli esercizi di vendita e la riqualificazione dell'arredo urbano (es. centro urbano di Canazei, centro commerciale naturale)<br><b>Azione 3.b</b><br>Promozione di iniziative di valorizzazione dei centri storici in chiave commerciale, in particolare nei comuni di Mazzin (che ad oggi non registra esercizi aderenti all'iniziativa provinciale delle botteghe storiche), Soraga e Campitello di Fassa. Mantenimento del quadro positivo della progettualità locale che caratterizza i restanti comuni, mediante l'organizzazione di eventi, di valorizzazione integrata commercio-turismo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## COMUN GENERAL DI FASCIA

PTC - Piano Territoriale della Comunità - PIANO STRALCIO PER IL SETTORE COMMERCIALE

### La Strategia per il sistema turistico

| Strategia                                                              | Obiettivi                                                                                              | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SISTEMA TURISTICO</b><br>Mantenere e promuovere l'offerta turistica | <b>Obiettivo 4</b><br>Progettare un sistema territoriale d'offerta turistica diversificato e integrato | <b>Azione 4.a</b><br>Mantenimento dell'offerta turistica a carattere sportivo/escursionistico che caratterizza la Comunità di Valle, promuovendo l'offerta di turismo di tipo sciistico (Moena, Campitello, Canazei, Vigo di Fassa, Pozza di Fassa), legato al benessere (importante il centro termale di Pozza di Fassa), escursionistico, ciclistico e di sport caratterizzanti (Canazei è sede di una prova del campionato mondiale di skyrunning), gastronomico (prodotti agroalimentari).<br><br><b>Azione 4.b</b><br>Incremento della dotazione ricettiva dei Comuni caratterizzati da buoni flussi, in particolare Moena e Pozza di Fassa (anche tramite il potenziamento di agriturismi e la riqualificazione di masi e baite).<br><br><b>Azione 4.c</b><br>Mantenimento della qualità della dotazione ricettiva nei Comuni in cui essa presenta una buona offerta (Campitello, Canazei, Mazzin). |
|                                                                        | <b>Obiettivo 5</b><br>Promuovere una mobilità turistica sostenibile e integrata                        | <b>Azione 5.a</b><br>Completamento della rete di piste ciclabili, attualmente in fase di progetto, con l'obiettivo di consentire spostamenti lenti tra i Comuni, favorendo anche un circuito di turismo rurale-escursionistico prettamente estivo, entro la Comunità di Valle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                        | <b>Obiettivo 6</b><br>Promuovere la cultura locale                                                     | <b>Azione 6.a</b><br>Valorizzazione della cultura locale e dell'identità territoriale, promuovendo la conoscenza della cultura e della lingua ladina (Istituto Culturale ladino e Museo ladino).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                        | <b>Obiettivo 7</b><br>Integrare la fruizione turistica con l'offerta commerciale                       | <b>Azione 7.a</b><br>Organizzazione di eventi di valorizzazione integrata turismo-commercio, a partire dalla promozione delle produzioni locali e dalla valorizzazione delle manifestazioni sportive presenti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## La Strategia per il sistema paesaggistico

| Strategia                                                      | Obiettivi                                                 | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SISTEMA PAESAGGISTICO<br>Conservare e Valorizzare il Paesaggio | <b>Obiettivo 8</b><br>Tutelare e valorizzare il paesaggio | <b>Azione 8.a</b><br>Attuare misure di conservazione e valorizzazione del paesaggio all'interno dei Parchi Provinciali Paneveggio-Pale di San Martino, del Parco Naturale Sciliar-Catinaccio e la riserva integrale di Lusia-Bocche, realizzando azioni di coordinamento tra amministrazioni comunali esterne e interne alle aree naturali protette. |
|                                                                | <b>Obiettivo 9</b><br>Monitorare il consumo di suolo      | <b>Azione 9.a</b><br>Monitoraggio dei processi trasformativi riferiti ai fenomeni di urbanizzazione, in particolare nei comuni di Soraga e Mazzin.                                                                                                                                                                                                   |

## E) INDICAZIONI OPERATIVE PER LA REDAZIONE DEI PRG

Le strategie e le azioni degli scenari contenuti nel piano stralcio così come determinati dallo scenario *Paesaggio – “Valorizzare l’identità paesaggistica del sistema territoriale progettando politiche commerciali integrate di valorizzazione e sviluppo”*, necessitano di una coerente implementazione nei singoli PRG chiamati ad attuare quanto previsto dal Piano stralcio. Il ruolo dei PRG, come si è detto, è ancora più importante alla luce della scelta fondamentale contenuta nel Piano stralcio che è quella di non prevedere nuove grandi strutture di vendita.

Ai temi relativi alla VIT, contenuti nel rapporto finale di ricerca a cui si rimanda, sono declinati per i singoli comuni e riportati nelle tavole di sintesi di ogni tema. Nelle tavole di sintesi i punti di forza e di debolezza sono “organizzati” per singolo comune. L’insieme di questi temi ed indicatori devono diventare il supporto ad ogni singola decisione urbanistica.

Lo studio è corredato da una attenta analisi delle strutture insediative attuali e da una specifica valutazione delle “configurazioni spaziali di offerta commerciale nella Comun Genera de Fascia”. *Al fine di giungere ad una rappresentazione territoriale della struttura distributiva dell’offerta commerciale sono state individuate classificate le morfologie di insediamento del commercio, vale a dire quegli ambiti in cui si concentrano diversi formati commerciale (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita) formando configurazioni spaziali caratterizzati da tipi di insediamenti di offerta dotati di una struttura riconoscibile e consolidata.*

La griglia di classificazione propone il riconoscimento di concentrazioni commerciali di livello territoriale e di tre tipi di configurazione spaziale insediamento urbano:

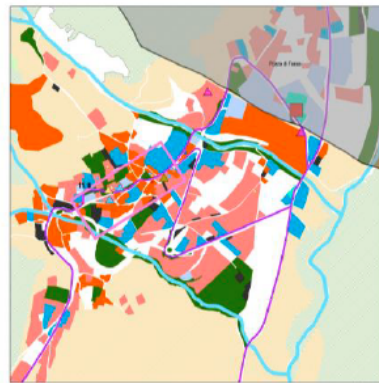
- 1) **agglomerazione lineare** - aggregati di strutture commerciali localizzate lungo le direttrici di viabilità comunale e intercomunale (ad esempio la cosiddetta “strada mercato”);

## COMUN GENERAL DI FASCIA

PTC - Piano Territoriale della Comunità - PIANO STRALCIO PER IL SETTORE COMMERCIALE

- 2) **agglomerazione concentrata** - aggregati di strutture commerciali localizzate in prossimità dell'incrocio di infrastrutture di viabilità primaria del centro urbano consolidato (centro storico e aree verdi urbane);
- 3) **localizzazione unitaria** - grandi strutture commerciali singole in aree periurbane.

Lo studio riporta nella tabella B le configurazioni spaziali dell'offerta commerciale a scala comunale riferite ai singoli comuni:

|                                          |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Agglomerazione 11.I</b> (Tavola III)  |    | L'agglomerazione 11.I è un'agglomerazione lineare periurbana localizzata nel comune di Moena che si sviluppa lungo la strada Riccardo Lowy. Dal punto di vista dell'offerta commerciale, l'agglomerazione è composta da tre medie strutture di vendita, di cui un non alimentare (mobili) di 318 mq e due di tipo misto (rispettivamente 750 mq e 769 mq), sono inoltre presenti due esercizi di vicinato, un alimentare di 20 mq e un non alimentare di 29 mq.                                                                                                                              |
| <b>Agglomerazione 11.II</b> (Tavola III) |  | L'agglomerazione 11.II è un'agglomerazione concentrata localizzata nel comune di Moena che si sviluppa, anche in questo caso, lungo la strada Riccardo Lowy, all'interno del centro storico. Dal punto di vista dell'offerta commerciale, l'agglomerazione è attiva ed è composta da due medie superfici di vendita, di tipo non alimentare (entrambe relative al settore del tempo libero, da 192 e 320 mq) e da ventotto esercizi di vicinato, di cui quattro di tipo misto, cinque alimentari e diciannove non alimentari (in prevalenza tempo libero, 562 mq e settore tessile, 294 mq). |
| <b>Agglomerazione 11.III</b> (Tavola IV) |  | L'agglomerazione 11.III è un'agglomerazione lineare urbana localizzata nel comune di Vigo di Fassa. Dal punto di vista dell'offerta commerciale, l'agglomerazione è attiva ed è composta da quattro medie superfici di vendita (un alimentare da 152 mq e tre non alimentari da 181, 198 e 260 mq) e da dieci esercizi di vicinato di cui un misto da 27 mq, tre alimentari da 80 mq totali e sei non alimentari, tutti relativi al settore tempo libero, da 297 mq totali.                                                                                                                  |

## **F) NORME DI ATTUAZIONE**

### **Art. 1 - Normativa di riferimento**

1. Le presenti disposizioni costituiscono adeguamento della disciplina urbanistica del Piano territoriale della Comunità alla normativa provinciale in materia di commercio ai sensi della legge provinciale 30 luglio 2010 n.17 "Disciplina dell'attività commerciale" nonché alle relative disposizioni attuative stabilite con deliberazione della Giunta provinciale n.1339 del 01 luglio 2013 (criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale e allegato parte integrante) di seguito: criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale. Il Piano disciplina il settore commerciale dei comuni di Moena, Soraga, Vigo di Fassa, Pozza di Fassa, Mazzin, Campitello di Fassa e Canazei
2. Qualora le disposizioni normative richiamate dovessero subire delle modifiche, l'adeguamento avverrà d'ufficio senza necessità di adottare alcuna variante d'adeguamento.

### **Art. 2 - Tipologie commerciali**

1. Per i fini di cui alla presente disciplina, le definizioni degli esercizi di vendita sono descritte nei criteri di programmazione urbanistica dl settore commerciale (D.G.P. n.1339/2013) e s.m.i. Ulteriori specificazioni sono contenute nel Decreto del Presidente della Provincia 23 aprile 2013 n.6-108/Leg. e ss.mm.. In particolare si intende:
  - a) commercio al dettaglio: l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
  - b) commercio all'ingrosso: l'attività svolta da chiunque acquista professionalmente merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, a utilizzatori professionali o ad altri utilizzatori in grande.
  - c) superficie di vendita: l'area destinata all'esposizione e alla vendita delle merci al pubblico, compresa quella destinata alla sosta e al transito del pubblico all'interno dell'esercizio;
  - d) grandi strutture di vendita (GSV): gli esercizi di vendita al dettaglio aventi superficie di vendita superiore a 800 mq e fino a 10.000 mq;
  - e) centro commerciale al dettaglio (CC): una grande struttura di vendita nella quale almeno due esercizi commerciali al dettaglio sono inseriti in una struttura, anche fisicamente discontinua, a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni o spazi di servizio coperti o scoperti gestiti unitariamente; rientra in ogni caso nelle infrastrutture comuni la viabilità di accesso diversa da quella pubblica; rientrano in ogni caso negli spazi di servizio gestiti unitariamente tutti i locali e spazi coperti o scoperti destinati alla sosta o al transito del pubblico all'interno o all'esterno della

struttura edilizia, compresi i parcheggi pertinenziali; in considerazione delle peculiari caratteristiche del tessuto urbano, con riferimento ai centri storici il regolamento di esecuzione può derogare alla definizione prevista da questa lettera.

### **Art. 3 - Localizzazione delle grandi strutture di vendita nei centri storici**

1. Negli insediamenti storici, individuati dalla perimetrazione cartografica dei piani regolatori generali, è ammessa la possibilità di insediamento di esercizi commerciali di qualsiasi tipologia e superficie, quindi anche di grandi strutture di vendita e di centri commerciali al dettaglio.
2. L'insediamento delle grandi strutture di vendita e di centri commerciali nell'ambito degli edifici soggetti alla categoria del restauro e di quelli vincolati ai sensi del decreto legislativo n. 42/2004, è subordinato alla presentazione di uno specifico studio che illustri gli impatti diretti, indiretti ed indotti, sia quelli ambientali che tecnico realizzativi determinati dall'intervento. Per quanto attiene alla dotazione di spazi parcheggio, il rispetto dei parametri igienico sanitari, l'accessibilità alle persone disabili ed eventuali deroghe valgono le disposizioni dei PRG e le disposizioni di cui al punto 2 "Esercizi commerciali negli insediamenti storici individuati dai PRG" allegato n.1 della Delibera della Giunta provinciale 1339/2013.
4. Nelle altre aree è ammessa la permanenza e l'ampliamento delle grandi strutture di vendita esistenti nei limiti consentiti dalla normativa provinciale.
5. Ai fini delle presenti disposizioni, il trasferimento di strutture di vendita al dettaglio già attivate, equivale all'apertura di nuovi esercizi commerciali.

### **Art. 4 - Attività commerciale nelle aree produttive del settore secondario**

1. Nelle aree produttive del settore secondario di livello provinciale e di livello locale è ammessa l'attività di commercializzazione dei relativi prodotti nonché di prodotti affini nel rispetto delle disposizioni stabilite dal Piano regolatore comunale e fatta salva la prevalenza dell'attività produttiva e la gestione unitaria rispetto a ciascun insediamento, come stabilito dall'articolo 33, comma 2 delle norme di attuazione del PUP.
2. Nelle aree produttive del settore secondario di livello provinciale e di livello locale sono inoltre ammessi esercizi commerciali sia al dettaglio che all'ingrosso nei seguenti casi:
  - a) esercizi di commercio per la vendita di materiali, componenti e macchinari impiegati nell'industria delle costruzioni di cui all'articolo 33, comma 1, lettera g), delle norme di attuazione del PUP;
  - b) esercizi di commercio per la vendita di autoveicoli alle condizioni e nei limiti di cui all'articolo 33, comma 6, lettera c), delle norme di attuazione del PUP.
3. Nelle aree produttive del settore secondario di livello locale aventi carattere multifunzionale specificatamente individuate dal piano regolatore generale sono ammessi esercizi di vicinato e medie strutture di vendita al dettaglio per ogni merceologia. Le zone con carattere multifunzionale possono inoltre essere individuate dal Piano territoriale della comunità come compatibili

all'insediamento delle grandi strutture di vendita con le procedure di localizzazione stabilite con riferimento a tale tipologia commerciale.

**Art. 5 - Vendita prodotti da parte degli imprenditori agricoli**

1. Nel territorio della Comunità sono ammesse attività di vendita dei prodotti agricoli e caseari nel rispetto del Piano urbanistico provinciale e nei limiti previsti dall'art. 2135 del Codice Civile ("Imprenditore agricolo") e dal Decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228 e ss.mm. ("Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'art.7 legge 5 marzo 2001").

**Art. 6 - Attività commerciali all'ingrosso**

1. Il commercio all'ingrosso è in generale una attività compatibile con le zone individuate al fine dell'insediamento del commercio al dettaglio qualora esercitato congiuntamente con il commercio al dettaglio stesso. Il comune, attraverso il piano regolatore comunale, può escludere delle aree destinate prevalentemente alla residenza dall'insediamento di attività di commercio all'ingrosso relativo a merci ingombranti e che comportano afflussi e movimentazione di mezzi anche pesanti.

2. I piani regolatori generali, anche in assenza di indirizzi e criteri generali del piano territoriale della comunità, possono riservare specifiche zone per l'insediamento di commercio all'ingrosso nelle aree produttive del settore secondario di livello locale, ai sensi dell'articolo 33, comma 11, delle norme di attuazione del PUP.

**Art. 7 - Criteri specifici nel caso di utilizzo di edifici esistenti e aree da bonificare**

1. Nell'ottica del risparmio del consumo di territorio e della riqualificazione territoriale, paesaggistica o ambientale di contesti edificati esistenti, per gli interventi finalizzati all'ampliamento delle grandi strutture di vendita o delle medie strutture di vendita oltre la soglia dimensionale utilizzando edifici esistenti, si applica il punto 6.5, secondo capoverso, dei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale approvati con la deliberazione della Giunta provinciale n. 1339 del 1 luglio 2013.

## **RAPPORTO AMBIENTALE E VALUTAZIONE AMBIENTALE STRATEGIA**

### **Riferimenti normativi**

La valutazione degli effetti di determinati piani e programmi sull'ambiente - definita come Valutazione Ambientale Strategica (VAS) – è stata introdotta con la Direttiva Europea 2001/42/CE, poi recepita a livello provinciale con il Decreto del Presidente della Provincia 14 settembre 2006, n. 15-68/Leg.

L'obiettivo della Valutazione ambientale strategica (VAS) è quello di intervenire a monte delle altre procedure di valutazione ambientale (Valutazione di impatto ambientale e Valutazione di incidenza), integrando la dimensione ambientale all'atto dell'elaborazione e adozione di piani e programmi configurandosi in tal modo come processo contestuale all'iter di pianificazione o programmazione oltre che come strumento di supporto alle decisioni.

La VAS in Provincia di Trento è stata recepita come “processo di autovalutazione inserito nel procedimento di adozione dei piani e dei programmi preordinata all'integrazione di considerazioni ambientali all'atto dell'elaborazione e dell'adozione dei predetti piani e programmi”.

La valutazione strategica è condotta direttamente dal soggetto deputato all'adozione del piano o del programma, ed è costruita insieme allo stesso, come elemento integrante e funzionale alle scelte contenute nella pianificazione.

Le procedure previste dalla normativa provinciale in materia di VAS sono le seguenti:

- verifica di assoggettabilità;
- valutazione ambientale strategica o VAS;
- rendicontazione urbanistica.

### **Aspetti procedurali di Rendicontazione urbanistica**

L'articolo 3 della norma provinciale individua i piani e programmi sottoposti ai procedimenti di VAS e di rendicontazione urbanistica, distinguendo quelli sempre sottoposti a VAS o rendicontazione urbanistica e le fattispecie di esclusione da quelli invece sottoposti a VAS/rendicontazione urbanistica solo in esito a una valutazione preventiva finalizzata a verificare se lo specifico piano o programma possa avere effetti significativi sull'ambiente.

Coerentemente con quanto previsto dalla Direttiva comunitaria 42/2001/CE sulla VAS e con quanto previsto dal Testo Unico in materia ambientale (DLgs. n.152/2006 e s.m.i.), il presente documento costituisce il Rapporto Ambientale per la “Valutazione di sostenibilità ambientale e territoriale” delle scelte fatte nel Piano stralcio del Commercio all'interno della più ampia programmazione del Piano Territoriale di Comunità. Il Rapporto Ambientale è stato condotto tenendo conto dei “*Criteri per la determinazione dei possibili effetti significativi*” di cui all'Allegato 2 e delle Appendici 1, 3 e 5 delle “*linee guida per l'autovalutazione degli strumenti di pianificazione territoriale*” del PUP.

Il presente documento si configura come **fase di screening per le verifica di assoggettabilità e contiene l'analisi delle azioni programmatiche (obiettivi generali e specifici) che si intendono conseguire con il Piano stralcio.**

Solo in esito alla procedura di Verifica, ai sensi dell'art 3, comma 4, del Regolamento, emergeranno le indicazioni necessarie per stabilire se il Piano stralcio in materia di commercio debba essere assoggettato o meno alla procedura di valutazione strategica.

Sotto il profilo operativo, in considerazione delle **modeste azioni di trasformazioni derivanti dalle previsioni contenute nel Piano Stralcio al PTC**, ed in considerazione del fatto che **le proposte del piano ricadono in contesti antropizzati**, nonché alla luce dello studio per la Valutazione Integrata Territoriale (VIT) realizzato Politecnico ed Università di Torino, integrato anche dalla verifica di coerenza interna ed esterna delle proposte, si è ritenuto di assumere le conclusioni contenute nello studio citato ed integrarle con una valutazione di coerenza rispetto ai contenuti del Documento Preliminare al PTC.

### **Valutazione della coerenza delle previsioni del Piano Stralcio**

Le strategie e le azioni degli scenari VIT trovano rispondenza in gran parte degli indirizzi delineati dalla pianificazione provinciale e di Comunità, mostrando una significativa coerenza esterna e interna.

Va ribadito che, essendo la VIT, un'azione di meta-valutazione, essa ha una rilevanza di natura strategica dal punto di vista della progettazione del quadro conoscitivo di riferimento per la pianificazione e il monitoraggio dei fenomeni del commercio, rimanendo di fatto uno strumento ex ante – a supporto della decisione che ciascuna Comunità prenderà nei Piani Stralcio del commercio – e di monitoraggio strategico dei processi di insediamento e trasformabilità che si intenderanno promuovere nei Piani a partire dagli scenari di VIT.

Di seguito vengono riportate le matrici di valutazione della coerenza tra le strategie dello scenario individuato per la Comun General de Fascia e le strategie del PUP (matrice coerenza esterna, Tabella 2) e tra le strategie dello scenario individuato per la Comunità e gli indirizzi strategici, correlati al tema commercio, del Documento preliminare del Piano Territoriale (matrice coerenza interna, Tabella 3).

### **Coerenza esterna tra indirizzi azioni strategiche delineate per il Piano Commerciale e le strategie vocazionali del PUP.**

Il PUP fissa gli obiettivi della pianificazione a livello provinciale secondo i principi dell'integrazione, della competitività, della sostenibilità e dell'identità, ovvero: sviluppo sostenibile del territorio, competitività del sistema socioeconomico anche attraverso l'integrazione tra attività economiche, valorizzazione delle identità locali e coesione sociale.

Gli indirizzi e le strategie suggerite dal piano provinciale sono così declinate:

- promuove una configurazione del territorio che favorisca il manifestarsi di forme positive di integrazione tra produzione industriale, artigianale e agricola, offerta turistica, servizi commerciali, garantendo nel contempo la qualità progettuale delle nuove realizzazioni. L'integrazione è fattore di rafforzamento della competitività degli altri settori economici, in

primo luogo di turismo, agricoltura, artigianato e industria, tenendo conto dell'integrazione con le infrastrutture di collegamento e con i servizi complementari. La strategia di sviluppo territoriale deve tenere conto anche della connessione tra attività commerciali e strutture per il tempo libero, legate in particolare all'offerta turistica;

- promuovere la riduzione dell'uso del suolo tema sia mediante la riduzione dell'impiego di nuovo territorio evitando l'espansione dei singoli centri abitati ma anche attraverso la valorizzazione dei processi di riconversione delle aree dismesse e la ricerca di equilibrio tra le varie tipologie di distribuzione valorizzando la qualità insediativa mirando alla razionalizzazione dell'impiego degli spazi e dell'utilizzazione dei servizi pubblici;
- promuovere la valorizzazione e la riqualificazione dei centri storici, anche di dimensioni minori, finalizzate al miglioramento della qualità della vita dei residenti anche attraverso la rivitalizzazione delle aree commerciali favorendo, al contempo, anche il razionale orientamento della rete commerciale e distributiva verso determinati segmenti di domanda. In questa prospettiva, il centro storico è visto come parte del "sistema territoriale di offerta commerciale".

# COMUN GENERAL DI FASCIA

PTC - Piano Territoriale della Comunità - PIANO STRALCIO PER IL SETTORE COMMERCIALE

**Tabella 2 Valutazione del grado di coerenza**

| SCENARIO PROSPETTICO                                                                                                                     | INDIRIZZI AZIONI STRATEGICHE VIT                                                                                                                                                                                                                                                                     | INDIRIZZI E STRATEGIE DEL PUP                                            |                                                         |                                                 |                                                                             |                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INTEGRARE POLITICHE SVILUPPO TURISTICO PER VALORIZZARE RISORSE PAESAGGIO | PERSEGUIRE USO SOSTENIBILE DELLE RISORSE PAESAGGISTICHE | PERSEGUIRE SVILUPPO ORDINATO DEGLI INSEDIAMENTI | ORGANIZZARE POLI SERVIZI E TERZIARIO ANCHE IN RELAZIONE AI FLUSSI TURISTICI | ORGANIZZARE RETE INFRASTRUTTURALE ANCHE IN RELAZIONE AI FLUSSI TURISTICI |
| <b>PAESAGGIO</b><br><br><b>Valorizzare l'identità paesaggistica del sistema territoriale progettando politiche commerciali integrate</b> | <b>Integrare e qualificare l'Offerta</b><br>Incrementare la consistenza commerciale.<br>Qualificare e promuovere l'offerta commerciale.<br>Valorizzare l'offerta commerciale dei centri storici.                                                                                                     | +++                                                                      | +++                                                     | +++                                             | +++                                                                         | +++                                                                      |
|                                                                                                                                          | <b>Mantenere e promuovere l'offerta turistica</b><br>Progettare un sistema territoriale d'offerta turistica diversificato e integrato.<br>Promuovere una mobilità turistica sostenibile e integrata.<br>Promuovere la cultura locale.<br>Integrare la fruizione turistica con l'offerta commerciale. | +++                                                                      | +++                                                     | +++                                             | +++                                                                         | +++                                                                      |
|                                                                                                                                          | <b>Conservare e Valorizzare il Paesaggio</b><br>Tutelare e valorizzare il paesaggio.<br>Monitorare il consumo di suolo.                                                                                                                                                                              | +++                                                                      | +++                                                     | +++                                             | +++                                                                         | +++                                                                      |

Grado di coerenza

Alto +++

Medio ++

Basso +

### Indicatori per il monitoraggio

Per il perseguimento degli obiettivi, attraverso le azioni sopra delineate, è necessario, nella fase attuativa, monitorare alcune dinamiche che concorrono alla realizzazione degli scenari territoriali del commercio. Di seguito sono riportati gli indicatori della Valutazione integrata territoriale (VIT) che dovrebbero essere monitorati per una più efficace attuazione degli scenari territoriali del commercio. I simboli riportati accanto agli indicatori segnalano il comportamento ottimale di ogni singolo indicatore per il raggiungimento dello scenario [l'indicatore deve presentare valori in crescita (+) rispetto all'anno zero di valutazione (2015); indicatore deve presentare valori in decrescita (-) rispetto all'anno zero di valutazione (2015); l'indicatore deve presentare valori costanti (=) rispetto all'anno zero di valutazione (2015)].

| Strategia                                                       | Obiettivi                                                                 | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Monitoraggio                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SISTEMA COMMERCIALE</b><br>Integrare e qualificare l'Offerta | <b>Obiettivo 1</b><br><br>Incrementare la consistenza commerciale.        | Azione 1.a<br>Apertura di nuovi esercizi di vendita, di vicinato, e/o medie strutture, in particolare nei centri con bassa consistenza e densità commerciale (Soraga, Mazzin e Vigo di Fassa), ma anche nei territori caratterizzati da dinamica demografica positiva. I nuovi esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita, localizzati preferibilmente entro o in prossimità del centro storico, potrebbero fermare l'evasione commerciale e intercettare la domanda dei residenti che acquistano fuori valle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>+A.01</b><br>Consistenza<br><b>+A.04</b> Incidenza EV                                                                                    |
|                                                                 | <b>Obiettivo 2</b><br><br>Qualificare e promuovere l'offerta commerciale. | Azione 2.a<br>Qualificare l'offerta commerciale migliorando la specializzazione degli esercizi commerciali, promuovendo rispetto ai nuovi, potenziali esercizi di vendita di vicinato e/o medie strutture, un'offerta altamente specializzata, relazionata ai prodotti locali, come il Puzone di Moena (formaggio DOP), il "Chè de Fasha" (Cuore di Fassa, formaggio prodotto dal Caseificio Sociale Val di Fassa), i canederli, i ravioli "ciajoncie", i "fortaes", tipici dolci ladini.<br><br>Azione 2.b<br>Creazione di un marchio territoriale, identificativo del Comun General de Fascia e dei suoi prodotti, in grado di connotare il territorio e la peculiarità della sua offerta. Questa azione, oltre alla valorizzazione commerciale delle produzioni tipiche, potenzia l'offerta turistica, la cui domanda è sempre più attenta ai temi della gastronomia e dei prodotti agroalimentari di alta qualità.<br><br>Azione 2.c<br>Valorizzare e promuovere, in sinergia con l'ATP Val di Fassa, la creazione di itinerari gastronomici, come la "Strada dei Formaggi delle Dolomiti", percorso che vede una collaborazione tra le Valli di Fassa, Fiemme e Primiero e coinvolge caseifici, ristoranti, agriturismi e botteghe in cui è possibile degustare i formaggi tipici.<br><br>Azione 2.d<br>Complementarietà tra le medie e le grandi strutture di vendita (misto) e il centro storico, sia attraverso azioni materiali (condivisione parcheggi e spazi pubblici) sia tramite forme apposite di promozione commerciale (come la previsione di | <b>+A.01</b><br>Consistenza<br><b>-A.06</b> Misto<br><b>+A.07</b> Non alimentare<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><b>+E.02</b> Eventi |

## COMUN GENERAL DI FASCIA

PTC - Piano Territoriale della Comunità - PIANO STRALCIO PER IL SETTORE COMMERCIALE

|  |                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                       |
|--|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|  |                                                                                | corner d'offerta di prodotti locali che hanno il loro punto vendita principale nel centro urbano).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                       |
|  | <b>Obiettivo 3</b><br><br>Valorizzare l'offerta commerciale dei centri storici | Azione 3.a<br>Creazione di una rete di cooperazione tra operatori commerciali dei centri storici ai fini di aumentare l'attrattività commerciale, attraverso azioni di promozione commerciale e di riqualificazione, quali la manutenzione degli spazi pubblici prospicienti gli esercizi di vendita e la riqualificazione dell'arredo urbano (es. centro urbano di Canazei, centro commerciale naturale).<br><br>Azione 3.b<br>Promozione di iniziative di valorizzazione dei centri storici in chiave commerciale, in particolare nei comuni di Mazzin (che ad oggi non registra esercizi aderenti all'iniziativa provinciale delle botteghe storiche), Soraga e Campitello di Fassa. Mantenimento del quadro positivo della progettualità locale che caratterizza i restanti comuni, mediante l'organizzazione di eventi, di valorizzazione integrata commercio-turismo. | <b>+E.01</b> Botteghe storiche<br><b>+E.02</b> Eventi |

| Strategia                                                                  | Obiettivi                                                                                                  | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Monitoraggio                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SISTEMA TURISTICO</b><br><br>Mantenere e promuovere l'offerta turistica | <b>Obiettivo 4</b><br><br>Progettare un sistema territoriale d'offerta turistica diversificato e integrato | Azione 4.a<br>Mantenimento dell'offerta turistica a carattere sportivo/escursionistico che caratterizza la Comunità di Valle, promuovendo l'offerta di turismo di tipo sciistico (Moena, Campitello, Canazei, Vigo di Fassa, Pozza di Fassa), legato al benessere (importante il centro termale di Pozza di Fassa), escursionistico, ciclistico e di sport caratterizzanti (Canazei è sede di una prova del campionato mondiale di skyrunning), gastronomico (prodotti agroalimentari).<br>Azione 4.b<br>Incremento della dotazione ricettiva dei Comuni caratterizzati da buoni flussi, in particolare Moena e Pozza di Fassa (anche tramite il potenziamento di agriturismi e la riqualificazione di masi e baite).<br>Azione 4.c<br>Mantenimento della qualità della dotazione ricettiva nei Comuni in cui essa presenta una buona offerta (Campitello, Canazei, Mazzin). | <b>+B.01</b> Arrivi<br><b>+B.02</b> Presenze<br><b>+B.03</b> Tasso di turisticità<br><br><br><b>+B.06</b> Ricettività<br><br><b>=B.06</b> Ricettività |
|                                                                            | <b>Obiettivo 5</b><br><br>Promuovere una mobilità turistica sostenibile e integrata                        | Azione 5.a<br>Completamento della rete di piste ciclabili, attualmente in fase di progetto, con l'obiettivo di consentire spostamenti lenti tra i Comuni, favorendo anche un circuito di turismo rurale-escursionistico prettamente estivo, entro la Comunità di Valle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>+B.08</b> Piste ciclabili                                                                                                                          |
|                                                                            | <b>Obiettivo 6</b><br><br>Promuovere la cultura locale                                                     | Azione 6.a<br>Valorizzazione della cultura locale e dell'identità territoriale, promuovendo la conoscenza della cultura e della lingua ladina (Istituto Culturale ladino e Museo ladino).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                       |
|                                                                            |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                       |

## COMUN GENERAL DI FASCIA

PTC - Piano Territoriale della Comunità - PIANO STRALCIO PER IL SETTORE COMMERCIALE

|  |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                         |                     |
|--|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|  | <b>Obiettivo 7</b><br>Integrare la fruizione turistica con l'offerta commerciale | Azione 7.a<br>Organizzazione di eventi di valorizzazione integrata turismo-commercio, a partire dalla promozione delle produzioni locali e dalla valorizzazione delle manifestazioni sportive presenti. | <b>+E.02</b> Eventi |
|--|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|

| Strategia                                                             | Obiettivi                                                 | Azioni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Monitoraggio                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SISTEMA PAESEGGISTICO</b><br>Conservare e Valorizzare il Paesaggio | <b>Obiettivo 8</b><br>Tutelare e valorizzare il paesaggio | Azione 8.a<br>Attuare misure di conservazione e valorizzazione del paesaggio all'interno dei Parchi Provinciali Paneveggio-Pale di San Martino, del Parco Naturale Sciliar-Catinaccio e la riserva integrale di Lusia-Bocche, realizzando azioni di coordinamento tra amministrazioni comunali esterne e interne alle aree naturali protette. | <b>=D.01</b> Invarianti Areali<br><b>+D.02</b> Aree Agr. Pregio<br><b>=D.04</b> Fronti di Pregio |
|                                                                       | <b>Obiettivo 9</b><br>Monitorare il consumo di suolo      | Azione 9.a<br>Monitoraggio dei processi trasformativi riferiti ai fenomeni di urbanizzazione, in particolare nei comuni di Soraga e Mazzin.                                                                                                                                                                                                   | <b>-D.08</b> Estensione Urb.<br><b>-D.09</b> Consumo                                             |

### Coerenza tra indirizzi azioni strategiche delineate per il Piano Stralcio e le strategie vocazionali del DOCUMENTO PRELIMINARE del PTC.

Esame di coerenza esterna tra indirizzi azioni strategiche delineate per il Piano Commerciale e le strategie vocazionali del DOCUMENTO PRELIMINARE del PTC.

Gli scenari contenuti nel documento preliminare al PTC - SCENARIO n. 1 - IL SISTEMA DI FONDOVALLE URBANO E RURALE: il riequilibrio nella trasformazione; SCENARIO n. 2 IL PATRIMONIO NATURALE, LE RISORSE AMBIENTALI, I PAESAGGI STRAORDINARI: la responsabilità di gestire un contesto eccezionale; SCENARIO n. 3 - La vivibilità – risultano del tutto coerenti con gli obiettivi e le strategie contenute nel Piano Stralcio del settore commerciale. Temi quali il contenimento dell'uso del suolo e riutilizzo dell'esistente, il contenimento del perimetro degli abitati esistenti evitando le espansioni con il rischio di saldatura dei centri, la valorizzazione dei centri storici e recupero del patrimonio edilizio esistente a fini anche commerciali, la destagionalizzazione del turismo anche al fine di determinare una massa critica il più possibile costante che consenta l'apertura annuale delle attività commerciali ecc. sono ampiamente trattati nel Documento Preliminare

*La forte crescita insediativa ed infrastrutturale che ha caratterizzato il territorio della valle di Fassa non è stata accompagnata da una adeguata attenzione per la qualità degli insediamenti. L'espansione insediativa ha comportato un importante consumo di suolo agricolo compromettendo la continuità degli spazi aperti. In*

*alcuni casi si è assistito alla saldatura dei centri abitati a danno della riconoscibilità dei luoghi e dell'identità territoriale (es. Pozza – Pera o San Giovanni).*

*Lo scenario punta a istituire un limite all'espansione degli insediamenti e individuare la qualità del paesaggio quale obiettivo di eccellenza a cui tendere. A tal fine si possono ipotizzare diverse strategie, intervenendo con politiche urbanistiche di riequilibrio, recupero, riorganizzazione territoriale. Accanto a ciò vanno favorite politiche culturali per approfondire la conoscenza del territorio e politiche di promozione e valorizzazione che possano accrescere l'efficacia di queste azioni pianificatorie.*

*Pianificare il territorio non può limitarsi ad attribuire una mera destinazione d'uso ai suoli bensì deve essere un'azione orientata a creare spazi urbani di qualità, valorizzando gli spazi aperti, integrando e connettendo zone e funzioni (area residenziali con produttive etc.) I PRG dovranno prevedere la riqualificazione dei luoghi di vita dei residenti prima ancora che rispondere a esigenze puntuali di fabbisogno abitativo.*

*L'obiettivo è quello di contenere il consumo di suolo e riequilibrarne l'uso, creando spazi di qualità per i residenti per un territorio più vivibile e più attrattivo per tutti.*

*La revisione degli spazi urbani sotto il profilo qualitativo, attraverso strumenti ispirati alla perequazione e compensazione urbanistica, può dare risposte alle nuove esigenze insediative senza compromettere la continuità degli spazi aperti esistenti.*

*Imporre una definizione dei limiti degli insediamenti significa mantenere l'identità paesaggistica e contemporaneamente contribuire a contenere la proliferazione degli alloggi secondari. Ciò non può avvenire con la sola imposizione di vincoli, ma valorizzando gli spazi aperti come risorsa territoriale.*

*Politiche di integrazione con l'agricoltura possono contribuire ad aspetti di competitività territoriale, valorizzazione dell'identità e della sostenibilità ambientale.*

*Il ruolo delle aree agricole di pregio è cruciale nel mantenimento dell'identità paesaggistica fassana. Nella definizione del PUP Esse sono aree "caratterizzate, di norma, dalla presenza di produzioni tipiche nonché da un particolare rilievo paesaggistico, la cui tutela territoriale assume un ruolo strategico sia sotto il profilo economico-produttivo che paesaggistico -ambientale, tenuto conto della normativa comunitaria relativa alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli".*

*Potenziare riorganizzare la città pubblica in una prospettiva di maggior vivibilità, sostenibilità ambientale e attrattività turistica con una prospettiva sovracomunale in modo da integrare meglio servizi e infrastrutture, ottimizzare i costi, risparmiare territorio.*

*La prospettiva della sovracomunalità va intesa non solo come "livello di governance" o di pianificazione, ma anche di concreta attuazione dei progetti, che*

*devono poter essere gestiti in una prospettiva di integrazione di autorizzazioni , di norme e di regolamenti fra i diversi uffici ed enti che operano sul territorio.*

*Per creare nuovi spazi di relazione e di “efficienza urbana” è possibile valutare la creazione di un sistema di mobilità alternativa interna alla valle per i turisti e per i residenti (vedi anche vivibilità).*

*È necessario completare ed integrare i percorsi pedonali e ciclopeditoni esistenti. Anche alla luce degli esiti del piano stralcio, è opportuno pianificare una revisione del sistema di accesso ai paesi, di parcheggi e di intermodalità con il trasporto pubblico, con il sistema degli impianti a fune e con l'utilizzo della pista ciclabile.*

## **DICHIARAZIONE DI SINTESI**

Dalle verifiche sopra menzionate emerge che il Piano stralcio del PTC del Comun General de Fascia per il in materia di commercio è coerente con gli indirizzi strategici del PUP, volti ad orientare l'utilizzazione del territorio verso uno sviluppo sostenibile che attraverso contenendo i processi di consumo del suolo, salvaguardando e valorizzando gli aspetti paesaggistici nonché i valori storici, culturali.

Sulla scorta delle azioni di verifica intraprese si può quindi affermare che, dall'attuazione delle previsioni introdotte dal presente Piano stralcio del PTC, non scaturiranno effetti significativi sull'ambiente.

Si ritiene altresì che le modifiche introdotte, non rientrino nelle fattispecie di cui all'art. 3 del Regolamento di applicazione della direttiva 1/42/CE, e si possa quindi prescindere dalla sottoposizione del piano alla Valutazione strategica.