



Piano territoriale della Comunità della Valle dei Laghi

Piano stralcio del commercio

Relazione

SOMMARIO

1	Premessa	1
1.1	I compiti dell'urbanistica commerciale	1
1.2	Le grandi superfici di vendita: collocazione urbana e tipologia architettonica	1
1.3	Possibilità localizzative: territorio insediabile sotto gli 800 m ² , ambiti commerciali per le GSV	2
1.4	Gli standard urbanistici del commercio: effetti incentivanti e orientanti	3
2	Struttura insediativa e rete commerciale	4
2.1	La dinamica commerciale	4
2.2	Ubicazione e consistenza degli agglomerati commerciali	4
3	Le scelte del PTC	5
3.1	I diversi ruoli delle aggregazioni commerciali: domanda sociale, locale, attratta	5
3.2	La localizzazione dei poli commerciali: i nuclei urbani e le loro estensioni	6
3.3	Sinergie del commercio: l'indotto dell'utenza commerciale, incrementi di attrattività	7
4	Gli ambiti commerciali previsti dal PTC	7
4.1	Criteri localizzativi	7
4.2	Vezzano	8
4.3	Sarche di Calavino	8
5	Appendice	9
5.1	Prescrizioni vincolanti e indicazioni orientative	9
5.2	Medie strutture di vendita, merci ingombranti e zone miste	10

1 PREMESSA

1.1 I compiti dell'urbanistica commerciale

L'accesso al commercio è ormai libero, per disposizioni legislative e normative di livello europeo, statale e provinciale. Ciò significa che non possono essere poste barriere protettive che impediscano a nuovi imprenditori di affacciarsi sul mercato, aprendo nuovi negozi. Significa anche che non possono essere posti limiti all'ampliamento dei negozi esistenti, né restrizioni merceologiche.

Tuttavia, ciò non implica che le attività commerciali possano insediarsi sul territorio a loro piacimento. Un conto è la libertà d'impresa e di mercato, un altro è la compatibilità urbanistica, cioè la coerenza tra strutture commerciali e strutture urbane.

Sarebbe un grave errore utilizzare le norme urbanistiche per surrogare l'abolito sistema programmatico, usando zone e indici per creare artificiali barriere a protezione del mercato. Per due ragioni: in primo luogo si violerebbe, di fatto, la legge; in secondo luogo - aspetto qui più rilevante - si distorcerebbero le finalità degli strumenti urbanistici, con effetti indesiderabili, come si dimostrerà più avanti.

Occorre dunque mettere da parte le questioni tipiche della pianificazione economica (cosa e quanto) e concentrarsi invece su due questioni proprie della pianificazione urbanistica: dove e come. Vale a dire: in che parti del territorio urbanizzato è opportuno che si sviluppino le più rilevanti attività commerciali? In che tipo di strutture edilizie e con quali rapporti con le altre funzioni urbane?

Di questo si occuperà il piano stralcio del commercio.

1.2 Le grandi superfici di vendita: collocazione urbana e tipologia architettonica

La questione riguarda principalmente le grandi strutture di vendita (di seguito GSV) e i cosiddetti "centri commerciali", che appaiono oggi - stando all'opinione corrente - la tipica struttura commerciale contemporanea, invisa ad alcuni ma apprezzata da molti - quantomeno secondo utenza e fatturato.

Il fenomeno "centro commerciale" richiede uno sguardo retrospettivo. La civiltà urbana ha prodotto, nei secoli, la strada commerciale (porticata e non), la piazza e la loggia mercantile. A queste si sono aggiunti, nell'ottocento, le gallerie commerciali e i grandi magazzini. Quell'ammirevole tradizione, onore e vanto delle città italiane, è il prodotto del consapevole impegno posto dai governanti nel promuovere e organizzare la funzione che ha dato vita alla città: lo scambio di beni e - in seguito - di servizi.

Il disinteresse dei pianificatori moderni per le attività commerciali ha posto fine a quella tradizione: con l'avvento dell'urbanistica "scientifica" l'attività fondante la città è stata esiliata dall'ambito disciplinare e rimossa dai piani urbanistici.

La scomparsa del commercio tra gli interessi dell'urbanistica moderna e la nascita dei cosiddetti "centri commerciali" sono eventi strettamente correlati: il disinteresse pubblico ha indotto il settore commerciale - e quello immobiliare - a organizzarsi "privatamente": sul piano

urbanistico, trovando possibili localizzazioni nei varchi dell'apparato pianificatorio; sul piano edilizio, adottando un modello volto a minimizzare l'investimento.

Sorgono così in Italia - e anche in Trentino - nelle periferie a ridosso delle zone già urbanizzate, o lungo le strade percorse dai principali flussi veicolari (come le Sarche), contenitori commerciali di forma scatolare, introversi e circondati da piazzali di parcheggio: i cosiddetti "centri commerciali", spesso copie ridotte dei *mall* statunitensi e delle loro repliche europee.

Questa soluzione ha indubbi aspetti positivi per l'utenza, ma comporta anche una serie di gravi svantaggi generali, che la rendono indesiderabile. Tra i vantaggi per gli utenti, l'efficienza (prodotta dalla concentrazione), l'ampiezza della gamma merceologica (prodotta dalla composizione dei negozi), la vastità dell'assortimento (grazie alla presenza delle GSV). Per gli esercenti delle GSV, la possibilità di trovare una collocazione; per gli altri commercianti, l'occasione di sfruttare la capacità attrattiva delle GSV e di beneficiare dell'effetto cumulativo dell'offerta commerciale.

A fronte di questi vantaggi, i centri commerciali - del tipo sopra descritto - producono anche notevoli svantaggi. In primo luogo, a causa della loro collocazione marginale o separata, non solo non producono benefici per le altre attività economiche cittadine (commercio, servizi, ristorazione, intrattenimento) ma determinano per esse gravi effetti depressivi, contrastandone la capacità attrattiva. La forza attrattiva del commercio non solo viene così sprecata, ma si ritorce contro le attività economiche esistenti.

In secondo luogo, a dispetto della loro compattezza edilizia, incrementano il consumo di suolo per le ampie superfici di parcheggio necessarie (i centri commerciali periferici sono generalmente accessibili quasi esclusivamente in automobile) e producono incrementi nei flussi di traffico.

Sembra dunque opportuno orientare diversamente lo sviluppo del commercio, cercando innanzitutto di valorizzare l'attrazione commerciale della GSV, promuovendone l'integrazione con il resto della rete e le possibili sinergie con le altre attività economiche, mediante scelte localizzative il più possibile vicine ai centri urbani.

1.3 Possibilità localizzative: territorio insediabile sotto gli 800 m², ambiti commerciali per le GSV

Al di sotto della soglia che identifica le GSV - che per la classe demografica cui appartengono i sei Comuni della Comunità è stabilita in 800 m² - le norme attuali consentono agli esercizi commerciali d'insediarsi su gran parte del suolo urbanizzato o urbanizzabile, con il solo vincolo di rispettare le norme di zona e gli standard di parcheggio.

Quindi, gran parte della rete commerciale si può insediare liberamente, al di fuori di un preciso indirizzo urbanistico. E una volta insediati, gli esercizi commerciali sotto la soglia delle GSV possono crescere progressivamente, oltrepassando la soglia, senza obbligo di trasferirsi.

Solo i trasferimenti o i nuovi esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 800 m² sono condizionati dalle scelte urbanistiche, potendosi insediare esclusivamente entro le zone dichiarate idonee dal PTC.

Le GSV costituiscono ancora una quota relativamente modesta delle superfici commerciali, ma destinata a crescere per far fronte ai nuovi standard di servizio sia per l'esposizione delle merci (la vendita a *self-service* richiede ampi spazi per la presentazione e valorizzazione della merce e ridotte superfici di magazzino), sia per offrire un assortimento adeguato.

Le GSV costituiscono inoltre la parte più polarizzante della rete commerciale, e possono quindi essere un utile traino sia per gli esercizi con minore capacità attrattiva, sia per le altre attività economiche, presenti e future. Per questo la scelta degli ambiti urbani entro i quali è

consentito l'insediamento delle GSV non può essere dettata da fattori contingenti, ma rappresenta una fondamentale strategia urbanistica, che dev'essere decisa cercando di massimizzare i benefici derivabili dalle iniziative commerciali, in termini di sinergie e ricadute.

1.4 Gli standard urbanistici del commercio: effetti incentivanti e orientanti

1.4.1 Medie strutture ed esercizi di vicinato

Per quanto attiene gli esercizi commerciali sotto la soglia delle GSV, il principale fattore con cui si può tentare di orientarne la localizzazione è costituito dai parcheggi. Le scelte localizzative dipendono da fattori difficilmente controllabili, come il costo delle locazioni o d'acquisto, l'accessibilità, la disponibilità di locali con superfici di area adeguata e la presenza di altri esercizi che aiutino a "fare massa". I primi tre fattori tendono a rendere sempre più periferico il commercio, poiché è nei margini urbani che si trovano più facilmente ampi spazi comodamente accessibili e a costo inferiore.

Se a questi tre fattori si aggiunge anche la necessità di dotarsi di un rilevante numero di parcheggi pertinenziali, la periferia diviene una scelta localizzativa obbligata. Molto opportunamente, il legislatore provinciale ha pensato di utilizzare proprio la leva dei parcheggi per indurre gli esercenti a insediarsi invece nei centri storici, eliminando in questi ambiti l'obbligo di disporre di parcheggi propri.

L'esenzione da tale obbligo, insieme alla prossimità di altri esercizi - generalmente presenti nei nuclei centrali - possono essere un efficace strumento di orientamento delle scelte localizzative.

1.4.2 Le norme insediative per le GSV

Nel caso delle GSV, i poteri d'indirizzo della Comunità sono più stringenti, dal momento che tali esercizi si possono trasferire o insediare solo nelle zone dichiarate idonee dal PTC.

Come già anticipato in premessa, è opportuno evitare di utilizzare la perimetrazione di tali zone, e i relativi indici, per limitare l'estensione delle nuove superfici commerciali. Oltre al già citato conflitto con gli orientamenti legislativi europei, italiani e trentini, le conseguenze urbanistiche che ne derivano sono indubbiamente negative.

Se si riducono al minimo la superficie territoriale o fondiaria, l'indice di utilizzazione e quindi le superfici utili lorde, in modo da predeterminare le superfici di vendita che si potranno realizzare, s'impone di fatto la realizzazione di una struttura monofunzionale, scarsamente integrata nel tessuto urbano e nel tessuto economico, dove ogni altra attività si troverà compressa e compromessa dalla necessità di sfruttare fino all'ultimo il limitato spazio concesso.

Se poi a questo aggiungiamo le relevantissime dotazioni di parcheggi richieste dalle norme provinciali, l'esito finale di questa impostazione non può discostarsi molto da ciò che - in genere - si vorrebbe evitare: un nuovo centro commerciale nella ben nota forma di una struttura scatolare circondata da parcheggi, tendenzialmente periferica (o comunque scarsamente integrata), accontentandosi di qualche spazio verde di mitigazione.

Se, al contrario, si vuole che le GSV si integrino con i centri abitati, con la rete commerciale esistente - di cui potrebbero essere il traino - e con le altre attività economiche; se si vuole che siano un'occasione di riqualificazione urbanistica, che generino una parte urbana vissuta anche al di fuori dell'orario di vendita; se si vuole ridurre al minimo i flussi di traffico e l'impatto sulle infrastrutture; allora ci si deve astenere da limitazioni surrettizie e inquadrare le presenze commerciali in un contesto più ampio, inclusivo di altre funzioni terziarie e residenziali.

Un elemento essenziale in questa strategia è dato dal fatto che l'attivazione di una GSV richiede a monte un piano attuativo, che dovrebbe essere preferibilmente un piano di recupero o di riordino urbanistico. Ed è in tale processo che - per auspicabile metamorfosi - un "centro commerciale" potrebbe trasformarsi in una parte urbana.

1.4.3 Aspetti infrastrutturali: accessibilità e parcheggi

L'impatto infrastrutturale e il fabbisogno di parcheggi delle GSV dipendono dalle scelte localizzative. Approssimativamente, si può sostenere che essi sono proporzionali alla distanza delle GSV dal centro urbano o da un efficace sistema di trasporto collettivo.

I centri storici forniscono in genere ottimi esempi di come le attività commerciali, anche di dimensione singolarmente o complessivamente rilevante, possono insediarsi senza generare acuti problemi di congestione stradale e senza richiedere vasti parcheggi di pertinenza: una GSV insediata in una zona centrale ha un fabbisogno di parcheggi molto inferiore rispetto ad un'analogha struttura ubicata ai margini del territorio edificato.

Il PTC dovrà quindi tenere conto del diverso impatto delle GSV sulle infrastrutture a seconda della loro localizzazione, sia preferendo collocazioni centrali, sia modulando gli standard di parcheggio, ricorrendo se necessario ad analisi puntuali.

In caso di carenza di parcheggi pubblici nelle parti centrali, i piani attuativi necessari per l'insediamento delle GSV potranno essere utilizzati per la realizzazione dei parcheggi mancanti.

2 STRUTTURA INSEDIATIVA E RETE COMMERCIALE

2.1 La dinamica commerciale

Le analisi prodotte dal Politecnico di Torino sulla dinamica della rete commerciale della Comunità della Valle dei Laghi presentano alcuni risultati interessanti: la consistenza della rete commerciale mostra un lieve decremento dal 2005 al 2013 (poco meno del 2 per cento, da 9811 a 9656 m²), ma nello stesso periodo le variazioni all'interno dei Comuni sono notevoli.

Infatti, in otto anni le superfici di vendita di Padergnone si sono dimezzate, quelle di Lasino e di Vezzano si sono ridotte di un quarto. Per contro, Calavino (Sarche) e Terlagio hanno incrementato di un quarto le loro superfici e Cavedine è cresciuta commercialmente di poco meno di un decimo.

Insomma, in un periodo relativamente breve, oltre un quinto delle superfici di vendita si sono riposizionate in un gioco a somma zero, che ha visto: crescere il polo delle Sarche nel Comune di Calavino; contrarsi la rete distributiva dei Comuni a esso più vicini (Lasino, Padergnone e Vezzano); espandersi quelle dei Comuni più lontani (Terlagio e Cavedine). Il senso di questo spostamento è evidente: nonostante le Sarche siano meno accessibili rispetto a Vezzano (in termini di tempo, distanza e dislivello), per gli abitanti di Lasino, Padergnone e dello stesso Calavino l'offerta commerciale "a bassa quota" (249 m s.l.m.) ha esercitato una forte attrazione a danno dei negozi dei Comuni limitrofi, sebbene più vicini e ubicati alla stessa quota.

2.2 Ubicazione e consistenza degli agglomerati commerciali

Nonostante i recenti, sensibili cambiamenti nella distribuzione sul territorio, l'offerta commerciale, nel suo complesso, è ancora polarizzata attorno a due nuclei: quello storico di

Vezzano e quello recente delle Sarche. I due nuclei costituiscono le due sole agglomerazioni commerciali individuate dallo studio del Politecnico.

2.2.1 Vezzano

Vezzano è il crocevia storico su cui convergevano gli altri Comuni per i loro collegamenti esterni, in particolare in direzione di Trento. Su Vezzano convergevano (e in gran parte ancora convergono) i flussi provenienti da sud, diretti a nord (da Cavedine, Lasino, Calavino, Padergnone) e da nord (Terlago), diretti a sud. Si potrebbe dire che Vezzano ha avuto in passato un ruolo di crocevia commerciale analogo a quello delle Sarche di oggi, se non fosse per il fatto di avere avuto anche una significativa utenza residente. Nonostante la concorrenza delle Sarche, Vezzano conserva comunque un ruolo importante nella rete di vendita della Comunità, in particolare per l'utenza interna.

L'aggregazione rilevata dal Politecnico è composta da 10 esercizi (tra cui due medie strutture di vendita) per complessivi 933 m². La dimensione media degli esercizi è dunque poco superiore a 90 m².

2.2.2 Sarche di Calavino

I negozi del Comune di Calavino sono in massima parte localizzati alle Sarche, il cui recente sviluppo commerciale non ha tratto impulso dalle necessità degli abitanti di quella frazione (né, in primo luogo, dagli abitanti nella Comunità) ma dai flussi in transito verso le Giudicarie e il Garda.

Infatti, le Sarche sono un importante incrocio tra flussi pendolari e turistici che si originano al di fuori della Comunità, e da questi si derivano le sue potenzialità commerciali. Tuttavia, la concentrazione di negozi alle Sarche, nata sfruttando un bacino d'utenza esterno, oggi esercita una certa attrazione anche sul bacino interno, in concorrenza con il ruolo commerciale di Vezzano.

L'aggregazione rilevata dal Politecnico è composta da 9 esercizi (tra cui due medie e una grande struttura di vendita) per complessivi 2110 m². Metà di questa superficie (1008 m²) è concentrata in un unico esercizio, tolto il quale ciò che rimane ha pressappoco la consistenza e la dimensione media dell'aggregazione di Vezzano.

2.2.3 Il resto del territorio

Nel resto della Comunità il Politecnico non individua altre aggregazioni commerciali significative: la rete distributiva è composta da esercizi sparsi negli insediamenti minori - in particolare nella Val Cavedine - con funzioni "di vicinato" (indipendentemente dalla dimensione della loro superficie) prevalentemente per la vendita di generi di largo consumo.

3 LE SCELTE DEL PTC

3.1 I diversi ruoli delle aggregazioni commerciali: domanda sociale, locale, attratta

Il piano territoriale della Comunità si confronta con diversi livelli d'accesso ai servizi commerciali e con diversi bacini d'utenza.

Si dovrebbe in primo luogo garantire un agevole approvvigionamento (quantomeno per i beni di largo consumo) alla più vasta parte della popolazione, e in particolare alle sue fasce più deboli. Tuttavia, sul piano urbanistico, nelle norme e nelle tavole del PTC, non v'è molto che si possa predisporre - oltre a quanto già previsto dalle norme provinciali - per conseguire questo obiettivo.

Si deve inoltre favorire la riqualificazione della rete di vendita per offrire ai residenti della Comunità un'offerta adeguata per assortimento, qualità delle merci e del servizio, accessibilità e - in termini più generali - le condizioni più opportune per migliorare la loro esperienza come clienti e per ridurre il rischio di un incremento dell'evasione commerciale.

Oltre ciò, si può cercare di migliorare l'offerta commerciale rivolta agli utenti al di fuori della Comunità, con particolare riferimento agli ingenti flussi turistici e pendolari che attraversano le Sarche, da e per il Garda e le Giudicarie.

3.2 La localizzazione dei poli commerciali: i nuclei urbani e le loro estensioni

Per perseguire questi due ultimi obiettivi, le scelte urbanistiche - pur non essendo, da sole, sufficienti - sono, tuttavia, fondamentali. Soddisfare adeguatamente la domanda locale e attrarre nuovi clienti richiede, dal punto di vista localizzativo, la stessa strategia, basata sulla concentrazione dei servizi commerciali di rango elevato - e sulla loro più stretta integrazione con gli altri servizi - in luoghi già dotati di una propria capacità attrattiva. Maggiore la concentrazione, la vicinanza tra elementi attrattivi, maggiore sarà l'effetto complessivo, la portata dei servizi, l'estensione - per così dire - del loro "campo gravitazionale".

Che sia necessario aggregare, quanto più intimamente possibile, le strutture commerciali ai centri storici (come suggerisce opportunamente la disciplina provinciale del settore) è determinato da due fattori. In primo luogo, dal fatto che - come dimostra anche lo studio del Politecnico - qui sono già presenti le principali aggregazioni commerciali. In secondo luogo, perché i centri storici rimangono ancora - per caratteri urbani e architettonici, per contenuti storici e culturali - le zone più attraenti del territorio.

La debolezza dell'offerta commerciale del centro storico sta nella dimensione dei negozi, difficilmente incrementabile a causa della stessa struttura edilizia, e nella difficoltà d'accesso, accompagnata dalla carenza di parcheggi. Nuovi esercizi commerciali, incluse le GSV, localizzati nelle immediate vicinanze, integrandosi alla rete esistente possono contribuire a migliorare entrambi i problemi, accrescendo notevolmente l'attrattività complessiva.

Ovviamente, i nuovi insediamenti commerciali dovranno essere realizzati in modo da non incidere negativamente né sulla qualità urbana del centro storico, né sulla rete commerciale esistente. Ciò richiede attenzione sia alla capacità dei nuovi insediamenti di armonizzarsi con i caratteri del contesto, sia al carattere complementare - piuttosto che concorrenziale - dei nuovi servizi offerti.

Se la seconda condizione sfugge in gran parte al dominio urbanistico, la prima gli è tipicamente propria. La scelta dei modi insediativi e la qualità architettonica degli edifici possono essere adeguatamente ricercate e controllate attraverso le tecniche del disegno urbano, da porre alla base dei piani attuativi che necessariamente devono essere redatti per l'insediamento delle GSV.

3.3 Sinergie del commercio: l'indotto dell'utenza commerciale, incrementi di attrattività

Il richiamo prodotto dalle attività commerciali costituisce una ricchezza potenziale che sarebbe insensato non tentare di raccogliere: infatti, non sono solo i commercianti che potrebbero trarre vantaggio da un aggregato commerciale fortemente attrattivo, a patto che la sua utenza sia messa nelle condizioni di giovare di altri servizi e di altre opportunità.

I primi ad avvantaggiarsi degli effetti della concentrazione commerciale sono gli stessi utenti. Lo dimostrano le forme di socialità che si attivano spontaneamente in luoghi - in genere non particolarmente suggestivi - come i "centri commerciali": il piacere di ritrovarsi, incontrarsi, fare nuove conoscenze è uno dei primi vantaggi che la concentrazione dei negozi produce (avvicinando a sua volta le persone) e che può essere incentivato dalla presenza di opportuni luoghi di sosta e di ristoro.

In secondo luogo, i servizi di rango elevato - servizi professionali, finanziari, sanitari ecc. non disponibili nei nuclei urbani minori - dovrebbero anch'essi essere localizzati nelle vicinanze dei servizi commerciali, per comodità dell'utenza, reciproco vantaggio, riduzione degli spostamenti e razionalizzazione del trasporto collettivo.

Infine, le attività ricreative, culturali, legate al benessere fisico e psichico della persona, dovrebbero essere presenti per completare il quadro e potenziare l'attrattività generale.

Maggiore la concentrazione commerciale e il suo indotto, maggiore l'attrattività. Maggiore l'attrattività, maggiori le possibilità di sviluppo quantitativo e di evoluzione qualitativa dei servizi offerti.

Lasciare che i servizi commerciali di rango elevato si disperdano in luoghi sparsi sul territorio, a distanze reciproche superabili solo con un mezzo di trasporto, senza effetti sinergici e cumulativi, significa sprecare un patrimonio potenziale dal quale potrebbe dipendere una parte del reddito e del benessere degli abitanti della Comunità.

4 GLI AMBITI COMMERCIALI PREVISTI DAL PTC

4.1 Criteri localizzativi

Da quanto precede dovrebbe risultare evidente che le GSV, e in generale i servizi commerciali di maggiore portata, dovrebbero collocarsi quanto più possibile vicino agli aggregati commerciali dei principali centri abitati della Comunità.

Questo criterio, associato alle caratteristiche della rete di vendita e alla struttura degli insediamenti esistenti, restringe le possibili localizzazioni nel territorio della Comunità a un solo centro abitato: Vezzano. Gli ambiti urbani degli altri Comuni non hanno infatti né la consistenza commerciale, né il bacino d'utenza, né la collocazione territoriale che rendono utile e opportuno l'insediamento di GSV.

Tuttavia, l'aggregazione commerciale delle Sarche di Calavino non può certamente essere trascurata, non fosse altro che per la sua dimensione. Il suo ruolo è tuttavia diverso, almeno in parte, e la motivazione del suo riconoscimento come zona disponibile per la GSV sta proprio nella possibilità di specializzare ulteriormente, soprattutto in funzione turistica, il suo ruolo commerciale.

4.2 Vezzano

Come si è detto, in passato la principale concentrazione commerciale della Comunità era situata a Vezzano, punto d'innesto della Val Cavedine sulla Valle dei Laghi.

La deviazione del traffico passante sulla nuova tangenziale ha privato Vezzano del flusso diretto verso il Garda e le Giudicarie (e del relativo riflusso). Tuttavia questa perdita ha anche un risvolto positivo: il ridotto volume di traffico rende oggi possibile muoversi per via Roma in condizioni certamente più piacevoli, a tutto vantaggio delle attività che vi si affacciano.

Via Roma, via Dante, piazza San Valentino, piazza mons. Perli, formano un nucleo urbano coerente e compatto, che s'interrompe verso sud con il palazzo che ospita il Municipio. La cortina edilizia sul lato ovest di via Roma prosegue ancora per un centinaio di metri, alta (4 o 5 piani) e compatta, fronteggiando il disordinato lato opposto, dove si susseguono spazi di parcheggio, zone per la raccolta dei rifiuti, l'ufficio postale e un negozio di elettrodomestici incassati rispetto alla quota stradale, un piccolo supermercato, edifici residenziali isolati nei loro lotti, piazzali, altri parcheggi, frammenti di campagna.

La transizione tra nucleo urbano ed espansione suburbana non potrebbe essere più accidentata e incompiuta, in stridente contrasto con la composta integrità dell'edificazione storica che si sviluppa parallelamente sull'altro lato di via Roma.

Il tema del riordino e della riqualificazione urbanistica di questa parte si porrebbe comunque, a prescindere dalla presenza in essa di attività commerciali. Tuttavia, se non si vuole abbandonare il più importante nucleo storico della Comunità a un inevitabile declino, riqualificazione urbanistica e potenziamento dell'offerta commerciale non possono che andare di pari passo, essendo l'una condizione indispensabile dell'altra.

Non è possibile, infatti, ipotizzare che Vezzano possa elevare il rango delle sue attività commerciali al di fuori di un intervento di riqualificazione della sua parte più prossima al nucleo storico; ed è difficile, per contro, che l'opportunità e le risorse necessarie per questa riqualificazione si possano trovare senza il concorso dell'iniziativa commerciale.

Naturalmente, la possibilità d'insediare GSV non fornisce, di per sé, alcuna certezza sul fatto che tali iniziative di riqualificazione urbanistica e di rilancio del ruolo commerciale di Vezzano abbiano effettivamente luogo. Tale possibilità può però favorire indubbiamente questa auspicabile trasformazione, di cui costituisce, almeno in pare, la necessaria premessa.

È opportuno evidenziare che questa previsione localizzativa non sostituisce direttamente l'attuale zonizzazione del PRG, ma - sovrapponendosi ad essa - consente al PRG, o direttamente alla pianificazione attuativa (comunque necessaria) di predisporre un nuovo scenario urbanistico, in cui gli spazi urbani del nucleo storico (e in particolare le sue piazze) si integrino con nuovi punti di aggregazione sociale, con le parti aperte, attraverso un circuito pedonale che fornisca un rapido collegamento tra le funzioni terziarie interne ed esterne al nucleo storico, e una piacevole transizione dagli spazi chiusi e definiti del centro verso il riqualificato margine dell'edificato.

In tal senso, è auspicabile che si realizzi un collegamento pedonale da via Picarel verso la chiesa parrocchiale, parallelo al margine orientale del piano di lottizzazione 4, che riorganizzi più adeguatamente i rapporti tra gli spazi di parcheggio e le superfici verdi ormai intercluse.

4.3 Sarche di Calavino

Se nel caso di Vezzano vi è la possibilità di insediare GSV in una posizione adiacente al centro storico, nel caso delle Sarche - insediamento sostanzialmente privo di un centro storico, seppure embrionale - il piano prevede due localizzazioni, a nord e a sud del nucleo più antico, aggregato attorno alla chiesa.

Per la parte sud, su via Garda, la perimetrazione prevista dal PTC coincide sostanzialmente con la zona commerciale esistente. Il piano intende promuoverne la riqualificazione, senza espandere la superficie fondiaria destinata all'edificazione, ma integrando questa con gli spazi pubblici più a nord: la piazza Cason Ros e il parco ad essa collegato.

Anche in questo caso, l'estensione del perimetro della zona non intende sostituire la sottostante zonizzazione del PRG, né - ovviamente - rendere edificabili il parco e la piazza. Il piano stralcio commerciale vuole solamente promuovere un'utile sinergia tra attività commerciali da riqualificare e spazi pubblici da rivitalizzare.

In altri termini: da un lato il parco e la piazza possono diventare un ulteriore elemento attrattivo per l'aggregazione commerciale; dall'altro, gli utenti del centro commerciale (in particolare i turisti) possono contribuire ad animare il giardino e la piazza, facendone luoghi socialmente vivaci e frequentati. Saranno per questo determinanti non solo la qualità architettonica degli edifici, ma soprattutto la qualità degli spazi esterni e la continuità e gradevolezza dei percorsi pedonali.

Altro elemento rilevante per l'attrattività dell'insediamento è il fronte su via Garda, con gli spazi aperti interamente occupati dai parcheggi e gli edifici in posizione ribassata rispetto alla strada, dominati dalla Cantina di Toblino, che si erge su un terreno rialzato. Sarà quindi compito primario della pianificazione attuativa predisporre una più gradevole sistemazione degli spazi antistanti, una più adeguata collocazione dei parcheggi e un migliore effetto architettonico dell'insieme.

Per la parte nord, su via Toblino, la perimetrazione coincide con l'isolato di via Toblino su cui insistono oggi tre strutture di vendita specializzate in prodotti e attrezzature per l'agricoltura e il giardinaggio.

Sono attività commerciali rivolte in primo luogo all'utenza locale, e in particolare agli agricoltori della piana. Tuttavia, possono esercitare una certa attrazione anche sui flussi turistici e pendolari in transito. Il PTC si propone di promuovere questa potenzialità, soprattutto attraverso la riqualificazione urbanista ed edilizia dell'intero isolato, da ristrutturare nelle parti edificate e in quelle aperte secondo un piano attuativo dei fornisci un assetto coerente all'intero isolato.

Valgono nuovamente le avvertenze già espresse per Vezzano: il piano stralcio crea le condizioni perché tutto questo possa accadere, ma l'effettivo conseguimento degli obiettivi dipende sostanzialmente dall'interazione tra la capacità imprenditoriale di esercenti e proprietari e la capacità di guida delle istituzioni politiche del Comune e della Comunità.

5 APPENDICE

5.1 Prescrizioni vincolanti e indicazioni orientative

Come si è detto, le indicazioni del PTC sono vincolanti per l'insediamento delle GSV, mentre al di sotto di tale soglia l'insediamento del commercio è sostanzialmente libero su gran parte del territorio urbanizzato, a eccezione di alcune zone specializzate, come quelle produttive.

Per le zone produttive di livello locale - tuttavia - le norme provinciali consentono ai Comuni la loro conversione - totale o parziale - in zone miste dove è ammesso il commercio. Sebbene tale decisione spetti ai PRG comunali, si ritiene opportuno che il PTC inquadri questa opzione in una valutazione complessiva dell'articolazione della rete commerciale, e fornisca quindi delle indicazioni volte a coordinare e orientare l'eventuale riconversione di tali zone.

5.2 Medie strutture di vendita, merci particolari e zone miste

Non sembra opportuno che tutte le attività commerciali - per le caratteristiche stesse dei generi merceologici trattati - si localizzino nelle vicinanze dei centri urbani, o in aggregazioni commerciali con una vocazione turistica. Alcune merci particolari sono già state considerate dalle norme provinciali, che ne prevedono la localizzazione nelle zone produttive: materiali da costruzione e autoveicoli.

Oltre a queste, vi sono altre merci che necessitano di ampie superfici di vendita, a costi inferiori a quelli delle zone centrali, che potrebbero insediarsi nelle zone "a capannoni" con generale vantaggio: arredamento, ferramenta, prodotti agricoli, hard discount, outlet ecc..

Le norme provinciali prevedono che i piani regolatori comunali possano individuare nelle zone produttive del settore secondario di livello locale "zone multifunzionali" dove le attività commerciali sono ammesse sino alla soglia delle GSV. I comuni potrebbero opportunamente utilizzare questa possibilità per creare, entro le zone produttive, delle zone multifunzionali dove sia consentito insediare le attività che condividono la tipologia a capannone (incluse palestre, discoteche ecc.) assieme alle strutture di vendita che potrebbero contribuire a riqualificare le zone produttive, anziché deprimere quelle commerciali.

Tuttavia, l'insediamento indiscriminato del commercio in queste zone - anche sotto la soglia delle GSV - potrebbe avere effetti negativi sia sulla rete commerciale sia sul loro assetto urbanistico ed edilizio. La disponibilità di spazi commerciali a basso costo rischia di creare, da un lato, una sorta di rete commerciale alternativa e dequalificata; dall'altro, rischia di degradare ulteriormente la qualità urbana e architettonica - già precaria - delle zone nate a scopo produttivo.

Perché ciò non accada, è necessario che anche queste zone si "specializzino", dandosi un ruolo specifico e integrato nella rete commerciale della Comunità.

5.2.1 Vezzano

A ovest della SS 45 bis, il PRG di Vezzano prevede un'ampia zona produttiva di livello locale - e in parte commerciale - grande quanto il centro storico. In quest'ambito si potrebbe concentrare la vendita di materiali per l'edilizia, macchinari per l'agricoltura, forniture per il giardinaggio, l'hobbistica ecc., cogliendo due obiettivi: favorire la razionalizzazione della rete di vendita e - auspicabilmente - favorire la riqualificazione dell'ingresso nord delle Sarche (SS 45 bis - via Toblino).

In un'ottica di migliore integrazione funzionale, sarebbe inoltre opportuno evitare che il lotto affacciato sulla SS 45 bis, destinato ad "area commerciale d'interesse locale", dia luogo a uno pseudo-centro commerciale, che non produrrebbe alcuna ricaduta sul resto della rete commerciale di Vezzano a causa della barriera costituita dalla SS 45 bis.

Questa prospettiva sembrerebbe cancellata dalla variante del PRG adottata, che destina a commercio all'ingrosso le aree disciplinate dall'articolo 47 (quindi anche quelle già edificate su via Roma e via Nazionale, il che potrebbe costituire un problema per il futuro).

Non v'è dubbio che l'insediamento accidentale di un grumo di negozi isolati dal contesto urbano vada opportunamente evitato; tuttavia, per le ragioni già esposte, non sarebbe inopportuno consentire nel complesso dell'attuale zona produttivo-commerciale sia il commercio all'ingrosso, sia il commercio al dettaglio di specifici generi merceologici.

5.2.2 Cavedine

Una riflessione analoga potrebbe essere proposta per la zona produttiva di Cavedine, che trovandosi nel mezzo di un vasto territorio agricolo, potrebbe contenere attività commerciali

specificamente legate alla produzione agro-alimentare, sia per quanto riguarda materiali e macchinari per la produzione, sia per quanto riguarda la vendita dei prodotti.

Anche in questo caso, l'eventuale disciplina urbanistica di queste attività esula dai limiti del piano stralcio del commercio, non solo perché si tratta di superfici al di sotto della soglia delle GSV, ma anche perché - trattandosi di zone produttive di livello provinciale - ogni eventuale modifica (parziale declassamento o permuta con l'adiacente zona produttiva di livello locale) è demandata al PTC.