



PIANO STRUTTURALE COMUNALE  
DI REGGIO EMILIA



# P3.1

## Obiettivi, strategie e azioni del piano

### Proposta di Variante

ADOTTATO DAL C.C. CON DELIBERA N. 5835/87 DEL 06/04/2009  
APPROVATO DAL C.C. CON DELIBERA N. 5167/70 DEL 05/04/2011  
VARIANTE APPROVATA DAL C.C. CON DELIBERA N. 1278/8 DEL 21/01/2013  
VARIANTE APPROVATA DAL C.C. CON DELIBERA N. 168 DEL 21/09/2015  
VARIANTE APPROVATA DAL C.C. CON DELIBERA N. 71 DEL 15/05/2017  
VARIANTE APPROVATA DAL C.C. CON DELIBERA N. 170 DEL 13/11/2017  
VARIANTE ADOTTATA DAL C.C. CON DELIBERA N. 171 DEL 13/11/2017

VARIANTE ADOTTATA DAL C.C. CON DELIBERA N. ... DEL .../.../.....  
VARIANTE APPROVATA DAL C.C. CON DELIBERA N. ... DEL .../.../.....

SINDACO  
**LUCA VECCHI**

ASSESSORE RIGENERAZIONE URBANA E DEL TERRITORIO  
**ALEX PRATISSOLI**

DIRETTORE AREA COMPETITIVITA' E INNOVAZIONE SOCIALE  
**Massimo Magnani**

COORDINAMENTO GENERALE E RUP  
DIRIGENTE DEL SERVIZIO RIGENERAZIONE E QUALITA' URBANA  
**Elisa Iori**

#### Equipe di progettazione

##### coordinamento urbanistico

progettazione urbana

Marco Bertani

Matilde Bianchi

Raffaele Fenderico, Maddalena Fortelli, Marina Parmiggiani,  
Devis Sbarzaglia, Anna Scuteri

valsat

elaborazione dati territoriali

Aldo Treville

Andrea Anceschi, Stella Ferrari, Carlotta Morini, Mariapia Tereziani

##### coordinamento amministrativo

Giovanna Vellani

Claudia Bortolani, Cristina Romani

##### servizio mobilità

Stefano Poma, Rossana Cornia, Laura Degl'incerti Tocci

##### servizio sportello

attività produttive e edilizia

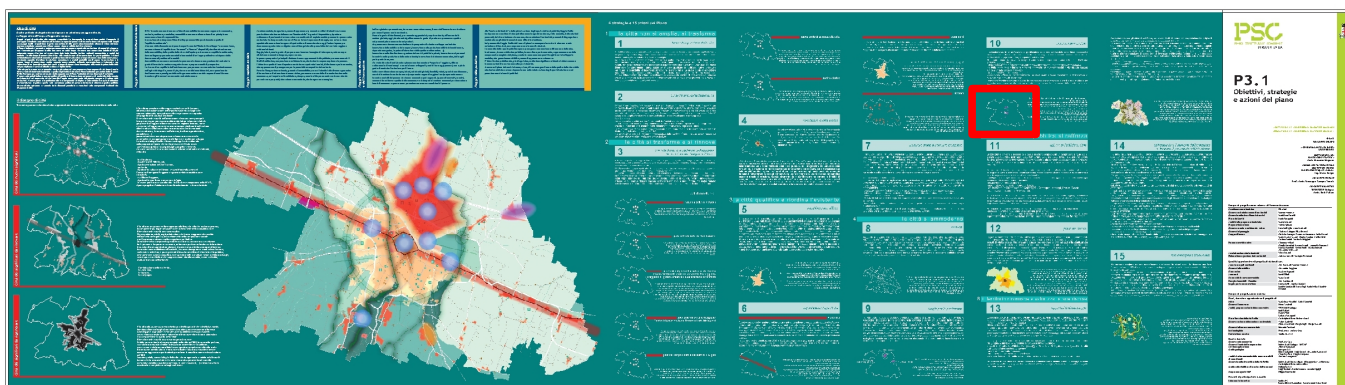
Lorena Belli, Edi Colli

consulente per i documenti programmatici e di indirizzo

MATE Engineering



 Inquadramento della proposta di Variante sull'elaborato P3.1 vigente



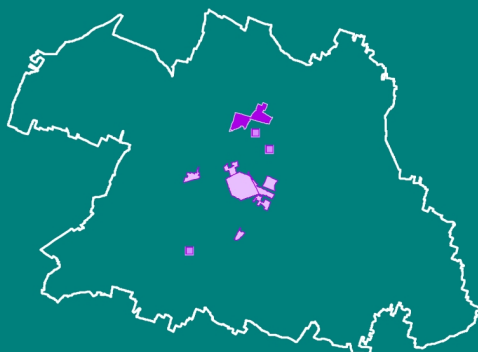
## 10

### sistema commerciale

Il potenziamento, la diversificazione e qualificazione della rete commerciale sono fattori necessari a rendere più competitivo il territorio locale a fronte della capacità concorrenziale crescente delle aree di servizio presenti (e programmate) in regione e fuori regione.

Si pongono dunque esigenze nuove sia per il centro storico che per le aree esterne. Le scelte di sviluppo di muovono sulle direttrici:

- allargare la capacità di attrazione del centro storico, integrandone il mix tipologico e merceologico;
- a livello locale, nei quartieri e nelle frazioni, consentire iniziative commerciali di vicinato che possono svolgere un ruolo sociale e di servizio; □
- potenziare l'offerta nell'area sud della città;
- riqualificare l'offerta dei centri commerciali esistenti, eventualmente prevedendo la ricollocazione di talune strutture in ambiti più strategici;
- contenere l'evasione commerciale verso le altre province anche attraverso la previsione di strutture extra alimentari monomarca ad attrattività sovraterritoriale, attraverso la conversione delle attuali previsioni di PRG;



Le scelte operative individuate sono state differenziate per i tre diversi ambiti del territorio comunale.

**Ambito nord**, che può ospitare le strutture di vendita più complesse, in grado di esercitare un'attrazione su scala regionale. Occorre tuttavia evitare l'imitazione di politiche omologanti che prevedono la diffusione di ipermercati, a favore di un commercio maggiormente specialistico.

**Ambito sud**, in cui si propongono alcune strutture di vendita in grado di rafforzare l'offerta locale e intercettare i flussi provenienti dal bacino pedecollinare e della montagna.

**Centro storico**, la cui valorizzazione dell'intera rete ed il costituirsi di eventuali polarità commerciali di pregio devono contribuire alla qualificazione complessiva dell'intero ambito.

## Proposta di Variante

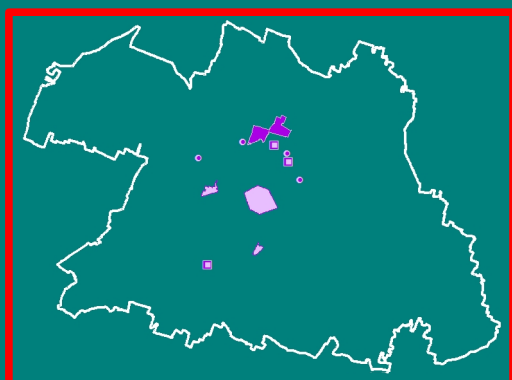
# 10

### *sistema commerciale*

Il potenziamento, la diversificazione e qualificazione della rete commerciale sono fattori necessari a rendere più competitivo il territorio locale a fronte della capacità concorrenziale crescente delle aree di servizio presenti (e programmate) in regione e fuori regione.

Si pongono dunque esigenze nuove sia per il centro storico che per le aree esterne. Le scelte di sviluppo di muovono sulle direttrici:

- allargare la capacità di attrazione del centro storico, integrandone il mix tipologico e merceologico;
- a livello locale, nei quartieri e nelle frazioni, consentire iniziative commerciali di vicinato che possono svolgere un ruolo sociale e di servizio; □
- potenziare l'offerta nell'area sud della città;
- riqualificare l'offerta dei centri commerciali esistenti, eventualmente prevedendo la ricollocazione di talune strutture in ambiti più strategici;
- contenere l'evasione commerciale verso le altre province anche attraverso la previsione di strutture extra alimentari monomarca ad attrattività sovraterritoriale, attraverso la conversione delle attuali previsioni di PRG;



Le scelte operative individuate sono state differenziate per i tre diversi ambiti del territorio comunale.

**Ambito nord**, che può ospitare le strutture di vendita più complesse, in grado di esercitare un'attrazione su scala regionale. Occorre tuttavia evitare l'imitazione di politiche omologanti che prevedono la diffusione di ipermercati, a favore di un commercio maggiormente specialistico.

**Ambito sud**, in cui si propongono alcune strutture di vendita in grado di rafforzare l'offerta locale e intercettare i flussi provenienti dal bacino pedecollinare e della montagna.

**Centro storico**, la cui valorizzazione dell'intera rete ed il costituirsi di eventuali polarità commerciali di pregio devono contribuire alla qualificazione complessiva dell'intero ambito.