

COMUNE DI ARCONATE
PROVINCIA DI MILANO

Studio redatto da:

**Società di
Ricerca e Pianificazione**

di Anzini Mauro & C. S.n.c.

Mauro Anzini

Via Candiani, 125

20158 Milano (MI)

Tel. 02/29524040

E-mail: studioanzini@libero.it

**Quadro conoscitivo
del territorio comunale**

Componente commerciale

**Allegato al Documento di Piano
Piano di Governo del Territorio
(L.R. 12/2005 ss.mm.ii.)**



INDICE

1. Oggetto dell'analisi	pag. 1
2. Quadro normativo di riferimento	pag. 4
2.1 LE ATTIVITA' COMMERCIALI	pag. 4
2.1.1 <i>Definizioni e forme</i>	pag. 4
2.1.2 <i>Tipologie</i>	pag. 4
2.1.3 <i>La programmazione commerciale regionale</i>	pag. 5
2.1.4 <i>La programmazione commerciale provinciale</i>	pag. 6
2.2 I CENTRI DI TELEFONIA IN SEDE FISSA	pag. 10
2.2.1 <i>Normativa di riferimento</i>	pag. 10
2.3 RETE DISTRIBUTIVA CARBURANTI	pag. 12
2.3.1 <i>Premessa</i>	pag. 12
2.3.2 <i>I distributori di carburante</i>	pag. 12
3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico	pag. 14
3.1 <i>Inquadramento territoriale</i>	pag. 14
3.2 <i>Inquadramento demografico</i>	pag. 16
4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale	pag. 22
4.1 <i>Evoluzione del sistema distributivo</i>	pag. 22
4.2 <i>Lo stato di fatto del sistema distributivo comunale</i>	pag. 27
4.3 <i>La distribuzione territoriale dei punti di vendita</i>	pag. 30
4.4 <i>Verifica della dotazione di punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 33
4.5 <i>Centri di telefonia in sede fissa presenti sul territorio</i>	pag. 34
4.6 <i>Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio</i>	pag. 34
5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale e conclusioni	pag. 35

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo	pag. 39
Allegato 2 – Nota metodologica	pag. 50
0,	

1. Oggetto dell'analisi

La L.R. 12/05 s.m.i. ha introdotto un nuovo strumento di pianificazione comunale, il Piano di Governo del Territorio (P.G.T.), articolato in tre distinte componenti: il Documento di Piano, il Piano dei Servizi, il Piano delle Regole.

Il rapporto tra la programmazione in campo commerciale e il nuovo strumento urbanistico è definito dalla D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352 "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale (articolo 3, comma 1, della L.R. 23 luglio 1999, n. 14)".

In particolare, "*... le problematiche relative alla distribuzione commerciale si rapportano:*

→ *con il Documento di Piano per quanto riguarda:*

- *la costruzione del quadro conoscitivo del territorio comunale (art. 8, comma 1, lettera b), nell'ambito del quale deve essere evidenziata la strutturazione esistente del settore commerciale;*
- *la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale (art. 8, comma 2, lettere a e b), dove devono essere evidenziate le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale;*
- *la determinazione delle politiche di settore (art. 8, comma 2, lettera c), dove particolare attenzione deve essere posta al comparto della distribuzione commerciale nelle sue varie componenti tipologiche;*
- *l'evidenziazione delle previsioni di carattere commerciale che presentano ricadute a scala sovracomunale (art. 8, comma 2, lettere c ed e), da evidenziare specificamente;*
- *la valutazione ambientale e paesaggistica delle strategie e delle azioni di piano;*

→ *con il Piano dei Servizi ed il Piano delle Regole per quanto riguarda:*

- *la necessità di integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature di interesse generale offerte alla popolazione locale;*
- *la necessità di coerenzare le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani sia centrali che periferici, con particolare attenzione alle azioni di recupero degli ambiti degradati e da riconvertire a nuovi usi;*

→ *con gli strumenti attuativi di pianificazione comunale nonché con gli atti di programmazione negoziata con valenza territoriale, previsti dall'articolo 6 della l.r. 12/2005 per quanto riguarda:*

- *gli aspetti di concreto inserimento territoriale, paesaggistico ed ambientale della progettazione dei nuovi insediamenti e l'eventuale valutazione di impatto ambientale".*

Sempre la già citata D.C.R. 8/352 precisa che "... nel Documento di Piano pertanto deve essere garantita specifica attenzione al sistema commerciale locale ed in particolare a:

- *la funzionalità complessiva della rete commerciale;*
- *la distribuzione sul territorio comunale degli esercizi commerciali e le relative potenzialità o carenze;*
- *la presenza e localizzazione delle diverse tipologie di vendita;*
- *la consistenza della rete commerciale nei nuclei di antica formazione, evidenziando l'eventuale presenza di esercizi "storici" o di aree urbane a specifica funzionalità commerciale da valorizzare. ..."*

In caso di nuove previsioni di carattere commerciale di rilevanza sovracomunale (con riferimento, quindi, alle grandi strutture di vendita), gli elementi sopra indicati dovranno essere integrati da valutazioni a scala sovracomunale, "... in relazione a:

- l'accertamento dell'ambito di gravitazione della struttura commerciale da insediare;
- la verifica della consistenza del sistema economico commerciale (esistente o previsto) nell'ambito territoriale di gravitazione così come sopra determinato;
- la necessità di valutare preventivamente le ricadute e gli impatti generati sia a scala locale che sovracomunale e sotto i vari aspetti di possibile incidenza (infrastrutturale, ambientale, paesaggistico, di dotazione dei servizi), nonché attraverso uno studio di prefattibilità che, anche ricorrendo a modelli matematici di simulazione, documenti lo stato di criticità della rete viabilistica esistente ed il grado di incidenza dell'indotto derivante dall'attuazione dell'intervento programmato;
- il riconoscimento del livello di accessibilità della localizzazione prescelta per l'intervento dal punto di vista dei servizi pubblici di trasporto;
- la verifica di coerenza con le valutazioni di sostenibilità derivanti dal contemporaneo processo, da condursi all'interno del Documento di Piano, di Valutazione Ambientale Strategica (VAS).

Ancora, con riferimento ai rapporti tra programmazione commerciale e Piano dei Servizi, la D.C.R. 8/352 sottolinea: "*il Piano dei Servizi rappresenta lo strumento atto a promuovere una corretta integrazione delle funzioni commerciali*

con i servizi pubblici di interesse generale per la comunità; può definire infatti scelte idonee a valorizzare il comparto, quali:

- l'integrazione con i servizi per il tempo libero, rispondendo all'esigenza di fornire attrezzature che coniughino shopping e svago, sia all'interno delle città che in luoghi esterni opportunamente dedicati;
- il coordinamento con la realizzazione di parcheggi, aree di sosta e di interscambio;
- l'integrazione con programmi comunali e sovracomunali di ricostruzione di connessioni verdi e di reti ciclo – pedonali;
- l'eventuale raccordo con l'attivazione di servizi culturali o ricreativi nei centri urbani;
- l'interazione con le previsioni del Piano Urbano del Traffico e del Programma triennale delle opere pubbliche;
- la promozione della partecipazione delle associazioni del commercio nella realizzazione esecutiva, gestionale e finanziaria dei servizi di qualificazione dell'offerta commerciale locale".

Quanto al Piano delle Regole, la Delibera 8/352 specifica: "il Piano delle Regole si connota come lo strumento di promozione della qualità urbana e territoriale e, in particolare rappresenta lo strumento attraverso cui si può assicurare l'integrazione tra le diverse componenti del tessuto edificato. E' quindi all'interno del Piano delle Regole che deve essere ricercato il corretto dimensionamento e posizionamento delle attività commerciali in rapporto all'assetto urbano consolidato, considerandole come una risorsa importante a disposizione della pianificazione ai fini del raggiungimento di obiettivi generali di qualificazione di parti di città e di tessuto urbano, di risanamento e rivitalizzazione dei centri storici, di recupero e integrazione urbana di ambiti degradati, compromessi o abbandonati.

Il Piano delle Regole dettaglierà pertanto le caratteristiche degli interventi commerciali consentiti per le diverse situazioni urbane presenti nell'ambito comunale: centri di antica formazione ed aree urbane centrali, aree perturbane o periferiche, aree extraurbane di interesse sovracomunale, normando puntualmente le modalità di inserimento di tali strutture nel contesto territoriale, avendo particolare attenzione a:

- la disciplina dell'assetto morfologico in rapporto alle caratteristiche funzionali, insediative, paesistiche ed ambientali e le potenzialità di riorganizzazione urbanistica locale conseguenti all'insediamento dell'attività commerciale;
- la specificazione delle categorie commerciali non ammissibili in determinati contesti;
- la prescrizione di parametri qualitativo – prestazionali riguardanti materiali, tecnologie, elementi costruttivi finalizzati ad assicurare la

qualità degli interventi in rapporto all'efficacia energetica, alla riduzione dell'inquinamento, al risparmio di risorse naturali;
- *l'incentivazione delle attività commerciali di vicinato”.*

La **presente analisi** si propone, in particolare, come sviluppo del rapporto tra pianificazione commerciale e Documento di Piano: saranno condotte indagini specifiche ed articolate, che terranno conto della domanda espressa dai consumatori, con riferimento alla popolazione residente, a quella fluttuante, ai turisti, ai pendolari ecc.; delle evasioni per acquisti verso l'esterno e delle gravitazioni rivolte all'interno; dell'offerta presente nell'area presa in considerazione e nelle aree vicine.

Il tutto, naturalmente, raccordato con un'analisi del divenire e della possibile evoluzione dell'offerta distributiva nel Comune.

Prima di sviluppare le indagini sopra indicate, si propone un riassunto delle normative nazionali e regionali di riferimento, che determinano il quadro di azione e di sviluppo del settore commerciale.

2. Quadro normativo di riferimento

2.1 LE ATTIVITA' COMMERCIALI

2.1.1 Definizioni e forme

Le definizioni delle diverse attività commerciali sono contenute nell'art. 4 del decreto legislativo 114/98; si tratta di definizioni di valore generale, poiché ricalcano le espressioni usate nelle direttive CEE in materia.

La presente analisi riguarda specificamente le attività di commercio al dettaglio in sede fissa, cioè l'attività esercitata da chi acquista merci e le rivende direttamente al consumatore finale, cioè al pubblico in generale.

2.1.2 Tipologie

Il d.lgs. 114/98 individua due soli settori merceologici, alimentare e non alimentare, ed una suddivisione dei negozi in classi dimensionali, su base demografica e per superficie di vendita, come riassunto nella successiva tabella:

Classi dimensionali dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa

Classe dimensionale	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Esercizio di vicinato	fino a 150 mq. di vendita	fino a 250 mq. di vendita
Media struttura	da 151 mq. a 1.500 mq. di vendita	da 251 mq. a 2.500 mq. di vendita
Grande struttura	oltre 1.500 mq. di vendita	oltre 2.500 mq. di vendita

La Regione Lombardia ha articolato (D.G.R. 4 luglio 2007, n. VIII/5054 s.m.i., Allegato 2, tavola1) le grandi strutture di vendita in quattro sottocategorie:

Classi dimensionali delle grandi strutture di vendita – Regione Lombardia

Classe dimensionale	Superficie di vendita
Grande struttura a rilevanza comunale	da 1.501/2.501 mq. a 5.000 mq.
Grande struttura a rilevanza provinciale	da 5.001 mq. a 10.000 mq.
Grande struttura a rilevanza interprovinciale	da 10.001 mq. a 15.000 mq.
Grande struttura a rilevanza regionale	oltre 15.000 mq.

Medie e grandi strutture di vendita possono assumere la forma del centro commerciale, quando “... *più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente*” (D.Lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lettera g).

La Regione Lombardia (D.G.R. 4 luglio 2007, n. VIII/50554 s.m.i., punto 4.2.1, comma 2 lettere a e b) ha articolato la definizione del centro commerciale nelle seguenti*:

- Centro commerciale tradizionale
- Centro commerciale multifunzionale
- Factory outlet centre
- Parco commerciale

2.1.3 La programmazione commerciale regionale

La disciplina “quadro” dettata dal d.lgs. 114/98 e dalla Legge Regionale 2 febbraio 2010 n. 6 (Testo Unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere, che sostituisce la precedente l.r. 14/99) è integrata e completata dal “Programma Triennale (ora Pluriennale – n.d.r.) per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008” (di cui alla D.C.R. 2 ottobre 2006 n. VIII/215) e dalle sue Modalità applicative (di cui alla D.G.R. 4 luglio 2007 n. VIII/5054 s.m.i.), che pongono specifica attenzione agli elementi di programmazione commerciale, ai criteri di urbanistica commerciale, alle procedure per il rilascio delle autorizzazioni per le medie e grandi strutture di vendita.

In particolare, nel Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale, allo scopo di consentire la razionalizzazione e la modernizzazione della rete distributiva, controllandone l’impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale, il territorio della Regione è stato suddiviso in ambiti territoriali (l.r. 06/10, art. 3), considerando la presenza di aree metropolitane omogenee e di aree sovracomunali configurabili come unico bacino d’utenza.

Gli ambiti territoriali individuati sul territorio regionale sono i seguenti:

* Per la corretta definizione delle diverse forme di centro commerciale si rimanda alla normativa regionale citata

- ambito commerciale metropolitano
- ambito di addensamento commerciale metropolitano
- ambito della pianura lombarda
- ambito montano
- ambito lacustre
- ambito urbano dei capoluoghi.

Per ciascun ambito sono individuati specifici indirizzi di sviluppo nel triennio. In particolare, per il Comune di Arconate, compreso nell'ambito commerciale metropolitano, gli indirizzi di sviluppo sono i seguenti:

- *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *forte disincentivo all'eccessivo ampliamento di grandi strutture di vendita realizzate mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;*
- *promozione della localizzazione della media distribuzione in contesti ad alta densità abitativa purchè integrati ad interventi di riqualificazione complessiva e di salvaguardia del commercio di vicinato;*
- *disincentivo al consumo di aree libere ed attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi, da realizzarsi esclusivamente in quelle aree in cui sia certificato il non superamento dei valori limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;*
- *consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive, con particolare attenzione alla rete distributiva di prossimità;*
- *integrazione delle attività commerciali con i diversi sistemi produttivi locali;*
- *attenzione al rapporto con il movimento delle persone e delle merci e alle scelte di localizzazione degli spazi logistici.*

2.1.4 *La programmazione commerciale provinciale*

Sul B.U.R.L. Serie Avvisi e Concorsi n. 28 dell' 11 luglio 2012 è stato pubblicato l'avviso di adozione del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP) della Provincia di Milano adeguato alla L.R. 12/2005, avvenuta nella seduta del Consiglio Provinciale del 7 giugno 2012, con Deliberazione n.16.

Il nuovo PTCP individua una serie di macro obiettivi e di obiettivi specifici per il sistema insediativo che, in estrema sintesi, anche per quanto riguarda il sistema economico, punta a rafforzare il policentrismo milanese, articolato in una "città centrale", costituita da Milano e dai 24 Comuni che compongono il suo hinterland, e in 13 poli attrattori intermedi.

Inoltre, per le attività commerciali, sono previsti specifici obiettivi, individuati all'art. 76 delle Norme di Attuazione del PTCP:

Art.76 - Il sistema del commercio

1. Oltre ai macro-obiettivi di cui all'art. 3, agli obiettivi specifici per il sistema insediativo di cui all'art. 69, il PTCP definisce i seguenti ulteriori obiettivi per il sistema del commercio:

- a) Agevolare i processi di razionalizzazione e ammodernamento dell'offerta commerciale negli ambiti urbani;
- b) Sostenere lo sviluppo e la qualificazione dei sistemi commerciali urbani, dei centri commerciali naturali, degli esercizi di vicinato anche favorendo condizioni di equilibrio tra le diverse tipologie e formule commerciali;
- c) Disincentivare il consumo di aree libere in contesti extraurbani per la localizzazione di nuove funzioni commerciali, in particolare medie e grandi strutture di vendita, privilegiando la localizzazione in contesti urbani, prioritariamente connessi alla riqualificazione di comparti urbani con presenza di idonei mix funzionali;
- d) Agevolare la complessiva integrazione del sistema distributivo commerciale con il sistema della mobilità e in particolare con il trasporto pubblico, favorendo interventi che risolvano criticità pregresse.

2. Qualora il Comune preveda la localizzazione di nuove grandi strutture di vendita nel proprio territorio, il PGT supporta tale scelta con adeguate valutazioni condotte a una scala più ampia rispetto al territorio comunale, in relazione all'ambito di gravitazione, al sistema economico commerciale e alle potenziali ricadute, in particolare rispetto a:

- a) Riutilizzo del tessuto urbano consolidato e riduzione dell'impermeabilizzazione complessiva dei suoli;
- b) Contributo al potenziamento, alla razionalizzazione e al coordinamento del sistema dei servizi, in particolare nei Comuni Polo Attrattore (Abbiategrasso, Binasco, Cassano d'Adda – Trezzo d'Adda, Vaprio d'Adda, Castano Primo, Gorgonzola – Melzo, Legnano, Magenta, Melegnano, Paullo, Rho; n.d.r.);
- c) Rispetto dei parametri di riferimento di cui all'art. 71, comma 4 (consumo di suolo; n.d.r.);
- d) Contributo alla sostenibilità delle condizioni di mobilità; e) Contributo all'attuazione dei progetti strategici di rete ecologica provinciale e grandi dorsali territoriali, all'attuazione dei parchi locali di interesse sovracomunale, allo sviluppo di meccanismi di compensazione ambientale delle trasformazioni, in particolare in rapporto alla attuazione di interventi di qualificazione energetica, paesistica e ambientale del territorio.

3. Le previsioni di localizzazioni di nuove grandi strutture di vendita devono essere orientate prioritariamente nei Comuni individuati come Polo Attrattore ai sensi dell'art. 72 o comunque in Comuni già dotati di grandi strutture di vendita con la finalità di potenziare e razionalizzare il sistema distributivo esistente.

4. È, di norma, incompatibile la localizzazione e la realizzazione di aree commerciali all'interno di siti della Rete natura 2000, parchi naturali, riserve naturali regionali, monumenti naturali, parchi regionali – ad esclusione delle zone IC del Parco Lombardo della Valle del Ticino.

Questo articolo vuole dare attuazione alle proposte emerse nell'approfondimento dedicato alla pianificazione del sistema commerciale (*"Il commercio nella Provincia di Milano. Geografia e indirizzi strategici per un Piano di settore"* della collana dei Quaderni del Piano territoriale, Quaderno n. 27), che propone di valutare l'insediamento e la programmazione commerciale in modo sempre più integrato con la pianificazione territoriale; il quadro delineato nell'approfondimento ha messo in evidenza la dimensione sovracomunale del settore del commercio e la conseguente necessità di forti azioni di coordinamento per definire le localizzazioni e per governare al meglio gli effetti degli insediamenti sul territorio, soprattutto per quanto riguarda il paesaggio, il consumo di suolo, la pressione sulle reti infrastrutturali e della mobilità.

Attualmente, in attesa del provvedimento di adozione consiliare e l'entrata in vigore del PTCP approvato si applicano, a titolo di salvaguardia, le previsioni con efficacia prescrittiva e prevalente ai sensi dell'art.18 della LR 12/2005 e s.m.i., che non riguardano tuttavia le attività commerciali. Pertanto, al momento attuale, la programmazione delle attività commerciali a livello provinciale rimane disciplinata dagli articoli 75, 76, 77, 87, 88 e 89, del PTCP vigente, come approvato con Delibera Consiglio Provinciale n. 55 del 14 Ottobre 2003, pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia, Serie Inserzioni, n. 45 del 5 Novembre 2003; questi articoli riguardano le attività commerciali e nello specifico le grandi strutture di vendita, nonché gli aspetti viabilistici connessi con l'insediamento di queste attività.

Rispetto alla pianificazione in materia commerciale, il PTCP 2003 detta indirizzi ai Comuni con riguardo, in particolare, a:

- a) dotazioni di servizi, attrezzature pubbliche e di uso pubblico
- b) mobilità urbana e sovracomunale
- c) integrazione funzionale
- d) qualità della progettazione urbanistica ed architettonica
- e) aree di rilevanza paesistico – ambientale
- f) disposizioni e parametri quantitativi per la realizzazione di spazi a verde in funzione di un'adeguata mitigazione ambientale" (Norme di Attuazione, Parte II, Titolo III, Capo II, Art. 87).

In particolare, si stabilisce che *"La programmazione del sistema distributivo nel rispetto delle esigenze di tutela del sistema paesistico – ambientale e coerentemente ai sistemi insediativi e della mobilità provinciale, costituisce obiettivo generale del PTCP. Al fine di garantirne il raggiungimento, attraverso le*

previsioni proprie degli strumenti urbanistici comunali, il PTCP fissa i seguenti obiettivi specifici:

- a) garantire l'integrazione con il sistema della mobilità;
- b) favorire l'integrazione e il collegamento con altre funzioni di servizio e collettive;
- c) promuovere iniziative commerciali anche nell'attuazione di strumenti di programmazione negoziata di cui all'art. 12 (Piani attuativi di interesse sovracomunale, n.d.r.) al fine di garantire adeguati mix funzionali;
- d) realizzare condizioni di equilibrio tra le diverse tipologie e formule commerciali attraverso il mirato reinvestimento degli oneri/tributi corrisposti. In particolare i Comuni prevedono, all'interno dei propri atti amministrativi, indicazioni atte a favorire il reinvestimento di quote significative relative agli oneri di urbanizzazione e ai tributi derivanti dall'insediamento di Grandi Strutture di Vendita da destinarsi alla realizzazione di infrastrutture, quali parcheggi e opere di arredo urbano, e servizi, a sostegno degli esercizi di vicinato già presenti o da localizzare in altre parti del territorio comunale, con particolare riferimento ai centri storici e ai quartieri residenziali monofunzionali" (NdA, Parte II, Titolo III, Capo II, Art. 88).

Ancora, in tema di grandi strutture di vendita precisa che "è esclusa la localizzazione di Grandi Strutture di Vendita all'interno di Parchi naturali, Riserve naturali regionali, Monumenti naturali, Parchi regionali, Parchi Locali di Interesse Sovracomunale, ambiti tutelati ai sensi del D.Lgs. 490/1999" (Parte II, Titolo III, Capo II, Art. 89, comma 2).

E prosegue: "Al fine di garantire la coerenza delle localizzazioni delle Grandi Strutture di Vendita con l'assetto complessivo del sistema della mobilità, gli strumenti urbanistici comunali tengono conto degli indirizzi per le trasformazioni del territorio di cui all'art. 20, e alle direttive di cui all'art. 76, relative alla realizzazione delle connessioni e all'edificazione lungo la viabilità extraurbana.

Gli strumenti urbanistici comunali prevedono apposite norme relative all'equipaggiamento delle fasce di rispetto stradale secondo quanto previsto al precedente art. 76 comma 3.

Fermo restando il divieto, di cui al Regolamento regionale, della localizzazione di Grandi Strutture di Vendita tra loro antistanti, gli strumenti urbanistici comunali prevedono altresì idonee fasce inedificate di mitigazione ambientale di ampiezza non inferiore a mt 100 tra insediamenti commerciali contigui.

La realizzazione degli interventi di mitigazione ambientale, di cui ai precedenti commi 4 e 5, è posta in capo ai proponenti, anche con riferimento alle indicazioni contenute al Repertorio B.

Per le Grandi Strutture di Vendita da realizzarsi in ambiti extraurbani o in ambiti di trasformazione urbana, gli strumenti urbanistici comunali prevedono la realizzazione dei relativi parcheggi in strutture multipiano o interrate per una quota

non inferiore rispettivamente al 30% ovvero al 60% delle aree a standard richieste. La rimanente quota di standard da destinarsi a parcheggi dovrà essere adeguatamente piantumata anche secondo le modalità di cui al Repertorio B.

Gli strumenti urbanistici comunali, avuto riguardo alla localizzazione di Grandi Strutture di Vendita in ambiti di trasformazione urbana, perseguono l'obiettivo della destinazione a verde attrezzato e di fruizione di una quota delle aree classificate a standard, fatti salvi i parcheggi, tendendo per quanto possibile al raggiungimento della percentuale del 50%.

Gli strumenti urbanistici comunali promuovono l'integrazione tra le diverse funzioni urbane, indicando, per le Grandi Strutture di Vendita localizzate in ambiti di trasformazione urbana, la previsione di mix funzionali di residenza e terziario, ovvero, per quelle localizzate in ambiti extraurbani, la produzione di beni e servizi e attività ricreative e del tempo libero" (Parte II, Titolo III, Capo II, Art. 89, commi da 3 a 9).

2.2 I CENTRI DI TELEFONIA IN SEDE FISSA

2.2.1 *Nomativa di riferimento*

La normativa riguardante i Centri di telefonia fissa è dettata dal Decreto Legislativo 259 del 1° agosto 2003 "Codice delle comunicazioni elettroniche" (che recepisce la direttiva n. 2002/21/CE). In particolare, il rilascio delle autorizzazioni è disciplinato dall'art. 25, comma 4 che recita: "L'impresa interessata presenta al Ministero una dichiarazione resa dalla persona fisica titolare ovvero dal legale rappresentante della persona giuridica, o da soggetti da loro delegati, contenente l'intenzione di iniziare la fornitura di reti o servizi di comunicazione elettronica, unitamente alle informazioni strettamente necessarie per consentire al Ministero di tenere un elenco aggiornato dei fornitori di reti e di servizi di comunicazione elettronica, da pubblicare sul proprio Bollettino ufficiale e sul sito internet. Tale dichiarazione costituisce denuncia di inizio attività e deve essere conforme al modello di cui all'allegato n. 9. L'impresa è abilitata ad iniziare la propria attività a decorrere dall'avvenuta presentazione della dichiarazione e nel rispetto delle disposizioni sui diritti di uso stabilite negli articoli 27, 28 e 29. Ai sensi dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni, il Ministero, entro e non oltre sessanta giorni dalla presentazione della dichiarazione, verifica d'ufficio la sussistenza dei presupposti e dei requisiti richiesti e dispone, se del caso, con provvedimento motivato da notificare agli interessati entro il medesimo termine, il divieto di prosecuzione dell'attività. Le imprese titolari di autorizzazione sono tenute all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione di cui all'articolo 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249".

Il 22 dicembre 2008 la Giunta regionale lombarda con delibera n. VIII/8778 ha approvato un documento in cui vengono fornite indicazioni agli enti interessati in merito all'insediamento di centri di telefonia in sede fissa (Phone Center).

La delibera suddetta precisa che *“qualora nel caso concreto si verifichi che il centro di telefonia svolga, nel medesimo locale, anche un'attività commerciale, troverebbe applicazione tutta la disciplina del commercio in sede fissa, e in particolare:*

- *la l.r. 1/2007 e i successivi provvedimenti attuativi volti alla sostituzione di atti autorizzativi con la dichiarazione di inizio attività produttive (DIAP), solo qualora l'esercizio rientri nella tipologia degli esercizi di vicinato;*
- *la l.r. 14/99 relativamente alle modalità di esercizio dell'attività;*
- *la l.r. 22/2000 relativamente alle vendite straordinarie e agli orari;*
- *il d.lgs. 114/98 per tutto ciò che non è ancora disciplinato da leggi regionali”.*

Con riferimento alla predisposizione dei Piani di Governo del territorio (P.G.T.), la delibera regionale stabilisce che:

“in sede di Documento di Piano, nell'ambito delle analisi delle caratteristiche della rete commerciale esistente e delle politiche commerciali da perseguire, dovranno essere puntualmente individuati gli esercizi destinati a centri di telefonia in sede fissa esistenti, nonché precisati gli ambiti territoriali nei quali potranno essere ammessi nuovi insediamenti tenendo conto della necessità:

- *d'integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature offerte alla popolazione locale;*
- *di coerenza le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani sia centrali che periferici;”*

“in sede di Piano delle Regole, dovranno essere puntualmente disciplinate:

- *il posizionamento e il dimensionamento di queste attività in rapporto all'esigenza di assicurare un equilibrato e razionale assetto del tessuto urbano e del raggiungimento di obiettivi generali di qualificazione di parti di città con la conseguente possibilità di prevedere la non ammissibilità del loro insediamento in determinati contesti (centri storici, aree ambientali di rilevante valore, ecc.);*

le caratteristiche e i parametri qualitativo-prestazionali sia di tipo urbanistico: obbligo di disponibilità di parcheggi pertinenziali adeguati, condizioni di viabilità di accesso adeguate; sia di tipo edilizio: uso di materiali, di tecnologie, di elementi costruttivi finalizzati ad assicurare qualità agli interventi in rapporto all'inserimento urbano che all'efficacia energetica e alla riduzione dell'inquinamento”.

2.3 RETE DISTRIBUTIVA CARBURANTI

2.3.1 Premessa

Le attività oggetto della presente relazione non possono essere inquadrare nella fattispecie degli esercizi di commercio al minuto in sede fissa, come definite all'art. 4 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, "*Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59*"; le attività di distribuzione di carburanti sono disciplinate in uno specifico Capo della Legge Regionale 2 febbraio 2010 n. 6 (Testo Unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere, che sostituisce la precedente legge regionale 24/04) e dai relativi provvedimenti attuativi, meglio noti come "Programma di razionalizzazione della rete di distribuzione dei carburanti".

2.3.2 I distributori di carburante

Nel corso dell'anno 2008 il precedente sistema di programmazione, finalizzato alla riduzione in termini numerici della rete di distributori di carburante è stato radicalmente modificato.

Se in precedenza era ammessa l'attivazione solo previa dismissione di altri impianti in rapporto alla dotazione riferita a un'intorno territoriale di riferimento, denominato bacino di utenza, individuato nel Programma di razionalizzazione della rete di distribuzione dei carburanti Regionale, che poteva essere deficitario, in equilibrio o eccedentario, questo comunque nel rispetto di parametri legati alla distanza del nuovo impianto da altri distributori di carburante già esistenti e attivi, attualmente l'attivazione di un nuovo impianto di distribuzione carburanti è sempre possibile purchè l'interessato si impegni ad inserire tra i prodotti erogati il metano. Questa procedura resterà valida fino al raggiungimento di un numero minimo di impianti di erogazione di gas stabilito dalla Regione per la rete ordinaria di ciascun bacino d'utenza individuato.

E' evidente la volontà della Regione Lombardia di promuovere una mobilità sostenibile e salvaguardare l'ambiente, attraverso incentivi all'acquisto di veicoli a basso impatto ambientale, quali quelli alimentati a gas metano, che deve necessariamente passare attraverso il miglioramento della struttura distributiva e di erogazione di questo carburante.

Gli intenti dichiarati dalla Regione sono quelli di estendere al maggior numero di cittadini i vantaggi garantiti dai carburanti puliti, vantaggi che non si esauriscono in una indiscutibile convenienza economica ma comprendono anche elementi valoriali quali la libertà di movimento e la sicurezza. Secondo la Regione, infatti, passare al metano infatti non significa solamente poter acquistare un mezzo a prezzi scontati o risparmiare sul costo del carburante; significa soprattutto

produrre bassissime emissioni, circolare 365 giorni all'anno, anche nei giorni di blocco del traffico, poter parcheggiare con assoluta indipendenza,, il tutto con la massima affidabilità in quanto le auto a metano garantiscono le stesse prestazioni e gli stessi standard di sicurezza di quelle a benzina o diesel.

Tutto ciò è tuttavia legato alla possibilità per gli automobilisti di scegliere sempre di più modelli prodotti per questo tipo di alimentazione e di poterli rifornire di carburante.

Per quanto riguarda gli aspetti procedurali, le disposizioni sono tutt'ora quelle di cui alla d.g.r. 11 giugno 2009, n. 8/9590 "Procedure amministrative relative all'installazione degli impianti e all'esercizio dell'attività di distribuzione di carburanti", che dettagliano puntualmente sia i tempi, sia le competenze, sia la documentazione da produrre ai fini del rilascio delle autorizzazioni.

Acquisita la conformità urbanistica della localizzazione, i tempi e gli adempimenti sono quelli legati all'attivazione di un impianto che eroghi anche metano, di cui agli artt. 12 e seguenti, d.g.r. 7/20635, e quindi a conferenza di servizi cui devono essere chiamati a partecipare ASL, ARPA, Comando provinciale dei Vigili del Fuoco, Ente proprietario della strada lungo cui si colloca l'impianto, UTF, Regione Lombardia, quest'ultima con parere vincolante di conformità.

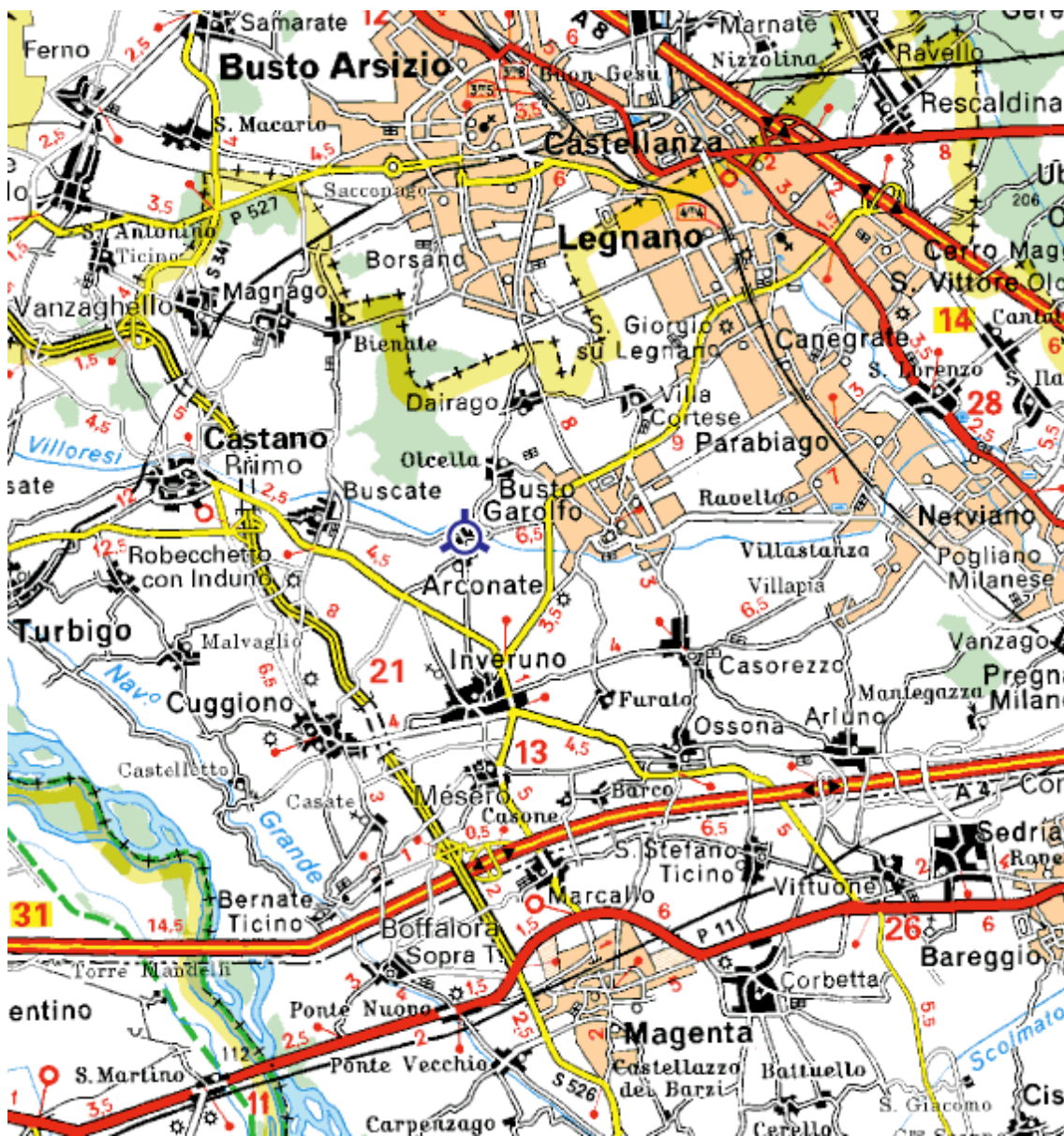
In ogni caso, a meno che l'interessato non dimostri che ciò è dovuto a impedimenti o ritardi non imputabili alla sua volontà, l'apertura dell'impianto nella sua totalità è legata all'inizio dell'erogazione del metano.

3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

3.1 Inquadramento territoriale

Arconate è un Comune della Provincia di Milano, posto a circa 35km ad ovest del Capoluogo di Provincia e di Regione, Milano.

Confina a nord con Dairago, a est con Busto Garolfo, a sud con Inveruno e a ovest con Buscate e Cuggiono.



Arconate si situa in quella parte di territorio della Provincia di Milano conosciuto come Altomilanese, in un'area densamente urbanizzata, al confine tra le Provincie di Milano e di Varese, all'interno di un'ampia conurbazione che include importanti poli commerciali, come Rescaldina e Castellanza.

L'abitato tradizionale si situa sorto al nucleo di antica formazione posto a sud del tracciato del Canale Villoresi; è presente una parte di più recente edificazione residenziale, localizzata a nord del Villoresi, dove risiedono circa 2.300 persone; non sono presenti frazioni e località distinte.

Sempre nella parte a nord del Canale Villoresi, lo sviluppo industriale e la prossimità ad una buona rete di infrastrutture hanno portato alla nascita, in Comune, di numerose attività produttive, collocate nella zona delimitata dal tracciato delle strade provinciali che collegano Arconate alla vicina S.P. 12 Inveruno-Legnano e alla S.P. 129 che porta alla vicina frazione di Olcella di Busto Garolfo.

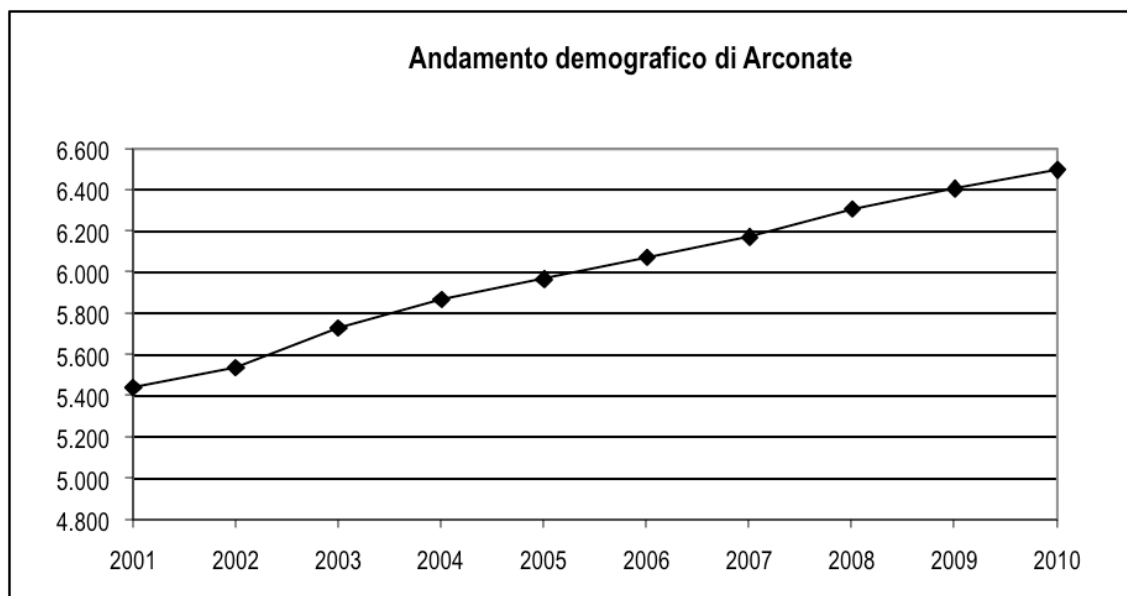
All'offerta del commercio in sede fissa si aggiunge quella ambulante, con la presenza di un mercato che conta circa 15 posteggi, che si tiene nella mattina del sabato nell'area a parcheggio posta all'incrocio tra le vie Silvio Pellico e Pasubio.

3.2 *Inquadramento demografico*

anno	Abitanti	Famiglie
2001	5.443	nd
2002	5.541	nd
2003	5.733	2.212
2004	5.871	2.275
2005	5.969	2.318
2006	6.075	2.387
2007	6.173	2.419
2008	6.307	2.479
2009	6.406	2.556
2010	6.499	2.615
2011	6.570	n.d

Fonte: ISTAT e Ufficio Anagrafe Comune di Arconate

Come si può osservare nella tabella, nel corso periodo compreso tra il 2001 e il 2010 la popolazione di Arconate è aumentata, con un saldo positivo di 1.056 abitanti (+ 19,4%).



Tale incremento è verosimilmente dovuto all'insediamento di famiglie di nuova formazione in larga parte provenienti dai centri urbani di maggiori dimensioni vicini ad Arconate, come Legnano e Busto Arsizio, ma anche da Milano e dal suo

hinterland; sicuramente questi soggetti hanno trovato più comodo e conveniente, in termini non solo economici ma anche di qualità della vita, cercare in Arconate, comune dotato di un'adeguata dotazione di servizi, la propria abitazione.

In questa situazione, appare importante considerare il fattore relativo alla composizione della popolazione; infatti, i livelli di spesa, e la ripartizione della spesa stessa sono differenti, anche in misura molto rilevante, a seconda della composizione del nucleo familiare e dell'età dei suoi componenti. Basti pensare che mentre un pensionato, mediamente, ha una spesa mensile di poco superiore ai 1.400 euro, di cui quasi il 50% destinato a spese per l'abitazione, un single di età inferiore ai 35 anni ha una spesa di poco inferiore a 1.900 euro, dei quali circa un terzo destinato all'abitazione.

Le successive tabelle mostrano quindi la spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale al 2008.

	Spesa media mensile/euro
single età <35	1.881
single età 35-64	2.004
single età >64	1.406
coppia con pr <35	2.834
coppia con pr 35-64	2.815
coppia con pr >64	2.175
coppia con 1 figlio	2.993
coppia con 2 figli	3.140
coppia con 3 o più figli	3.244
famiglie monogenitore	2.427
altre tipologie	2.758
MEDIA PER FAM.	2.485

Fonte: ISTAT, dati anno 2008

	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli					
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro
single età <35	15,5	6,7	32,5	17,6	6,3	21,4
single età 35-64	16,3	5,5	36,2	15,6	4,6	21,8
single età >64	21,6	3,1	46,1	7,3	3,2	18,7
coppia con pr <35	13,2	6,1	28,3	22,7	4,9	24,8
coppia con pr 35-64	16,9	6,4	31,3	17,1	4,6	23,7
coppia con pr >65	21,9	4,1	40,0	11,4	3,5	19,1
coppia con 1 figlio	18,6	6,8	29,0	18,2	5,7	21,7
coppia con 2 figli	19,4	7,2	27,1	18,8	6,4	21,1
coppia con 3 o più figli	21,1	7,2	25,9	18,1	7,0	20,7
famiglie monogenitore	19,3	5,7	31,6	17,1	5,7	20,6
altre tipologie	21,0	5,5	30,8	17,1	5,4	20,2
MEDIA PER FAM.	19,1	6,0	32,2	16,4	5,3	21,0

Fonte: ISTAT, dati anno 2008

Analizzeremo la composizione della popolazione comparando i dati riferiti al Comune di Arconate con quelli regionali e provinciali.

I dati demografici di riferimento più recenti sono quelli delle elaborazioni ISTAT al 1° gennaio 2010, che riguardano l'età e lo stato civile della popolazione residente. Come abbiamo già segnalato, si tratta di aspetti estremamente significativi, poiché, ad esempio, ad una popolazione più anziana corrisponde una spesa minore, e, all'opposto, un'incidenza maggiore di persone non coniugate potrebbe comportare un incremento significativo della domanda di beni da acquistare.

Per quanto riguarda il primo aspetto, ovvero l'incidenza di ultra sessantacinquenni, che definiamo "indice di vecchiaia", possiamo rilevare che la popolazione di Arconate risulta molto più "giovane" rispetto alla Provincia e alla Regione; si deve ritenere pertanto che la disponibilità di spesa in Comune sia superiore a quella media provinciale e regionale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.854.961	79,90	1.971.180	20,10	9.826.141	3,98
Provincia di Milano	2.466.963	78,99	656.242	21,01	3.123.205	3,76
Comune di Arconate	5.421	84,62	985	15,38	6.406	5,50

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2010

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo “propensione al matrimonio”, risulta inferiore a quello analogo regionale e provinciale, evidenziando quindi una propensione al matrimonio leggermente superiore al dato medio (si tratta infatti di un dato “controintuitivo”, ad un valore più elevato corrisponde infatti una minor incidenza media dei coniugati).

	celibi nubili	% su totale	coniugati divorziati vedovi	% su totale	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	4.017.413	40,88	5.808.728	59,12	9.826.141	0,69
Provincia di Milano	1.287.364	41,22	1.835.841	58,78	3.123.205	0,70
Comune di Arconate	2.559	39,95	3.847	60,05	6.406	0,66

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2010

Un'altra caratteristica influente sulla domanda generata in un determinato ambito territoriale è senza dubbio la presenza di flussi turistici, in particolare se legati all'utilizzo di seconde case: almeno in determinati periodi dell'anno il mercato teorico aumenta proprio grazie agli acquisti effettuati dai turisti, soprattutto se possono contare su un'abitazione (è ormai consuetudine consolidata e registrata in differenti realtà turistiche che questi ultimi portano dai rispettivi luoghi d'origine la cosiddetta “spesa grossa”, in particolare alimentari a lunga conservazione e articoli non alimentari come prodotti per la cura della persona e per l'igiene della casa; tuttavia, la spesa per i generi “freschi” viene generalmente effettuata “in loco”).

Per valutare il peso delle abitazioni non occupate da residenti in Arconate, confrontiamo il dato comunale con la media provinciale e regionale (Fonte: Istat, 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, dati ottobre 2001).

	Abitazioni occupate da residenti	Altre abitazioni	Totale	% abitazioni occupate da residenti
Regione Lombardia	3.576.182	462.063	4.038.245	88,6%
Provincia di Milano	1.491.917	90.776	1.582.693	94,3%
Arconate	2.004	175	2.179	92,0%

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT, 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, dati ottobre 2001

La quota di abitazioni occupate dai residenti in Comune di Arconate è di poco superiore al valore mediamente registrato in Regione Lombardia mentre è leggermente inferiore a quello registrato in Provincia di Milano.

Nel complesso, per i parametri considerati, si tratta di dati a che si discostano in misura non rilevante dai valori medi provinciali e regionali; pertanto, prudentemente, non si ritiene di dover procedere a un incremento dei valori relativi alla domanda espressa all'interno del Comune.

L'ultimo aspetto da verificare, per inquadrare meglio le eventuali esigenze riguardanti i centri di telefonia in sede fissa, è quello riguardante la rilevanza della popolazione straniera nel Comune, dal momento che i Phone Center sono utilizzati in via quasi esclusiva dalla popolazione straniera residente in Italia.

Ad Arconate risiedono 277 stranieri, pari al 4,3% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Arconate	6.406	277	4,3

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2010

La quota di popolazione straniera a Arconate è di molto inferiore, meno della metà, rispetto al valore mediamente registrato in Provincia di e in regione Lombardia, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente all'11,2% e al 10,0%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Milano	3.123.205	349.521	11,19%
Regione Lombardia	9.826.141	982.225	10,00%

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2010

La popolazione straniera residente a Arconate risulta in decisa crescita, come riassunto nella successiva tabella, che evidenzia come nel periodo considerato sia più che triuplicata:

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	116	--	--
2004	136	+17,2%	+17,2%
2005	181	+33,1%	+56,0%
2006	193	+6,6%	+66,4%
2007	212	+9,8%	+82,8%
2008	224	+5,7%	+93,1%
2009	247	+10,3%	+112,9%
2010	277	+13,2%	+138,8%

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT popolazione straniera al 1° gennaio

I valori riguardanti la popolazione extracomunitaria residente risultano decisamente inferiori rispetto al dato medio provinciale e regionale, sicuramente a causa delle caratteristiche del territorio, e in particolare del fatto che Arconate non è attraversato da strade di comunicazione di livello sovra provinciale e i servizi di trasporto pubblico sono assicurati unicamente da una rete di autobus con intensa frequenza solo negli orari scolastici e lavorativi.

Al fine di permettere una migliore valutazione del mercato di riferimento, si richiamano i risultati di una ricerca MoneyGram – Osservatorio sugli immigrati e i mezzi di comunicazione (su un campione di 2.000 intervistati di età compresa tra i 18 e i 70 anni - fonte: Sole 24 Ore, 24 aprile 2010), che individua la telefonia mobile quale principale mezzo di comunicazione, con un utilizzo esteso al 95% del campione considerato ed una spesa media mensile di 40 euro, mentre il telefono fisso ha una penetrazione ancora bassa, meno del 40% degli intervistati lo possiede, sebbene sia in forte crescita (con un incremento superiore al 5% per il 2007 e una spesa media per bimestre di poco inferiore ai 65 euro). La diffusione di tariffe particolarmente convenienti per effettuare chiamate all'estero da cellulari e telefoni fissi, a detta degli intervistati, ha incrementato l'utilizzo di sistemi di comunicazione di proprietà rispetto ai centri di telefonia.

Hanno risposto di utilizzare comunque il telefono fisso presso il phone center il 35% degli intervistati, che, per Arconate, significherebbe poco più di 90 individui; attribuendo a ciascuno di questi una spesa media mensile di 50 euro, si avrà un potenziale mercato annuo di poco inferiore ai 55.000 euro, che utilizzeremo come riferimento per valutare le potenzialità del settore.

4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

4.1 Evoluzione del sistema distributivo

Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Arconate, in termini di numero di esercizi presenti sul territorio, faremo in primo luogo riferimento ai rilievi effettuati dall'Osservatorio Regionale del Commercio e raccolti nella Banca Dati Commercio Regione Lombardia; i primi rilievi risalgono al 30.06.2003 e sono poi stati condotti annualmente: l'ultimo dato ad oggi disponibile pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia è quello al 30.06.2010.

Le successive tabelle e i relativi grafici mostrano l'evoluzione del numero degli esercizi e delle relative superfici di vendita riferiti al Comune di Arconate.

ALIMENTARI E MISTI

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	12	--	--
2004	11	-1	-8,3
2005	11	--	--
2006	11	--	--
2007	12	+1	+9,1
2008	12	--	--
2009	11	-1	-8,3
2010	12	+1	+9,1

NON ALIMENTARI

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	25	--	--
2004	25	--	--
2005	28	+3	+12
2006	28	--	--
2007	30	+2	+7,1
2008	28	-2	-6,6
2009	29	+1	+3,6
2010	26	-3	-10,3

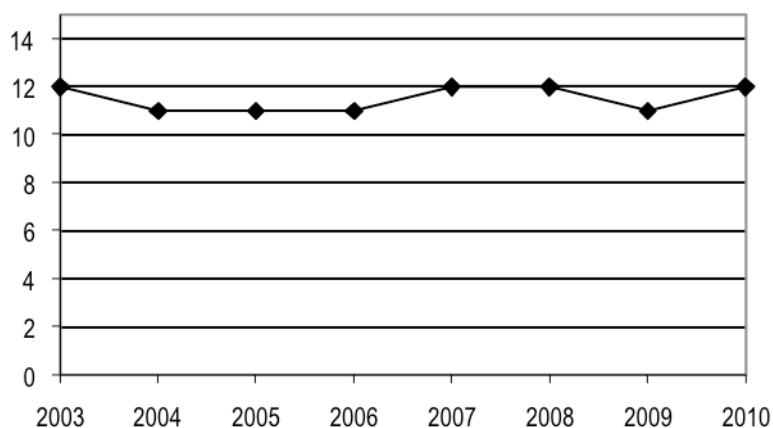
TOTALE

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	37	--	--
2004	36	-1	-2,7
2005	39	+3	+8,3
2006	39	--	--
2007	42	+3	+7,7
2008	40	-2	-4,8
2009	40	--	--
2010	38	-2	-5

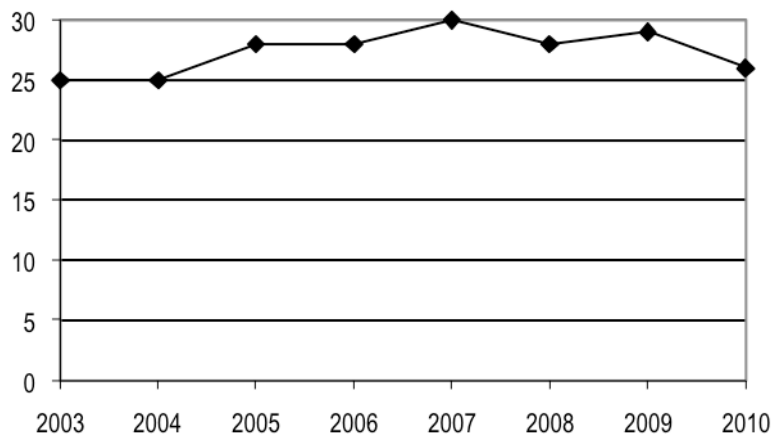
Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Commercio Regione Lombardia

Nel complesso del periodo considerato, il saldo è stato di fatto nullo. L'andamento è stato discontinuo, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare, che, conseguentemente, per il complesso della rete di vendita.

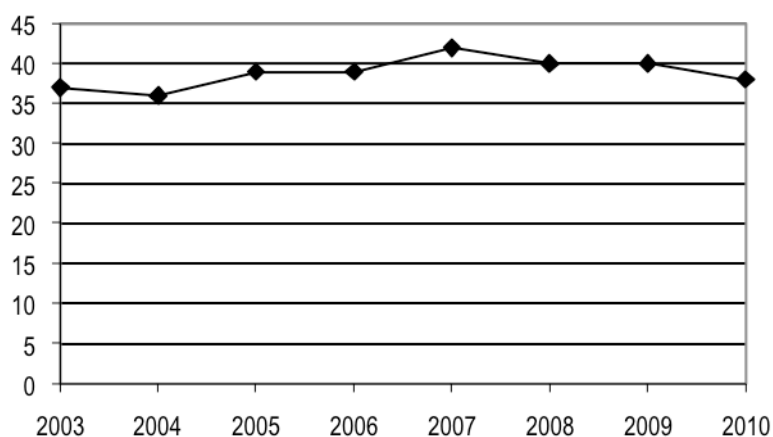
**Evoluzione del sistema distributivo
 Numero di esercizi ALIMENTARI e MISTI**



**Evoluzione del sistema distributivo
 Numero di esercizi NON ALIMENTARI**



**Evoluzione del sistema distributivo
 Numero di esercizi TOTALE**



ALIMENTARI E MISTI

Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	985	--	--
2004	980	-5	
2005	980	--	--
2006	980	--	--
2007	1.006	+26	
2008	1.006	--	--
2009	938	-68	
2010	962	+24	

NON ALIMENTARI

Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	2.689	--	--
2004	2.539	-150	-5,6
2005	2.777	+238	+9,4
2006	2.777	--	--
2007	3.082	+305	+11,0
2008	2.971	-111	-3,6
2009	3.059	+88	+3,0
2010	2.340	-719	-23,5

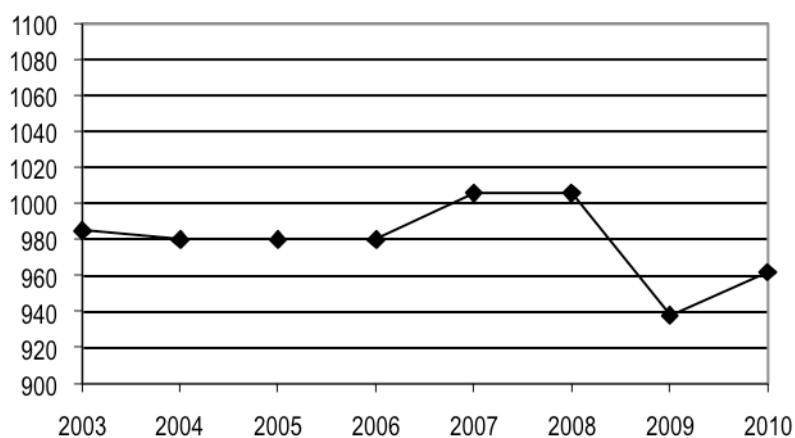
TOTALE

Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	3.674	--	--
2004	3.519	-155	-4,2
2005	3.757	+238	+6,8
2006	3.757	--	--
2007	4.088	+331	+8,8
2008	3.977	-111	-2,7
2009	3.997	+20	+0,5
2010	3.302	-695	-17,4

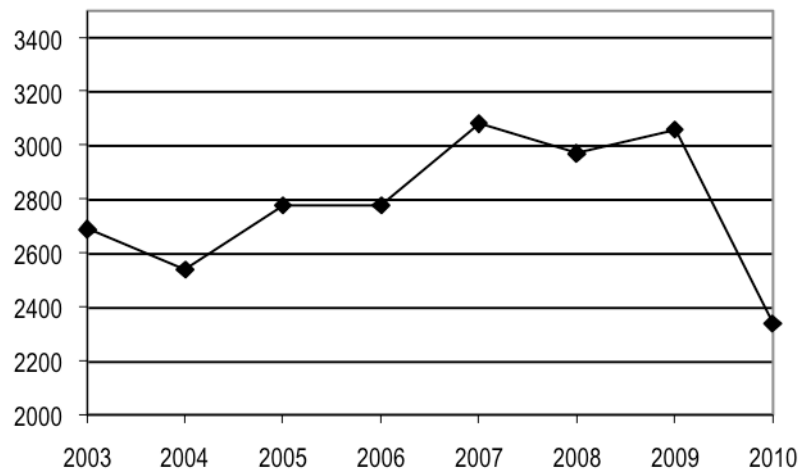
Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Commercio Regione Lombardia

Per quanto riguarda le superfici di vendita, il periodo considerato mostra una sostanziale stabilità fino all'anno 2009. Nel corso dell'anno 2010 si è registrata una contrazione, in termini di superfici di vendita, con riferimento al settore non alimentare: dobbiamo tuttavia segnalare che tale contrazione è solo in minima parte dovuta alla chiusura di 2 attività verificatesi nel corso di tale anno, mentre la gran parte della riduzione della superficie è imputabile al conteggio degli spazi di vendita riferito a diverse attività che da tempo esercitavano negli stessi locali vendita congiunta all'ingrosso e al minuto, che, sulla base di una disposizione regionale entrata in vigore in questo periodo, deve essere computata nella misura di $\frac{1}{2}$ della superficie lorda di pavimento dell'attività, che si riduce ad $\frac{1}{8}$ per il caso di vendita di merci ingombranti e non immediatamente amovibili (es. autoveicoli, materiali per l'edilizia, mobili).

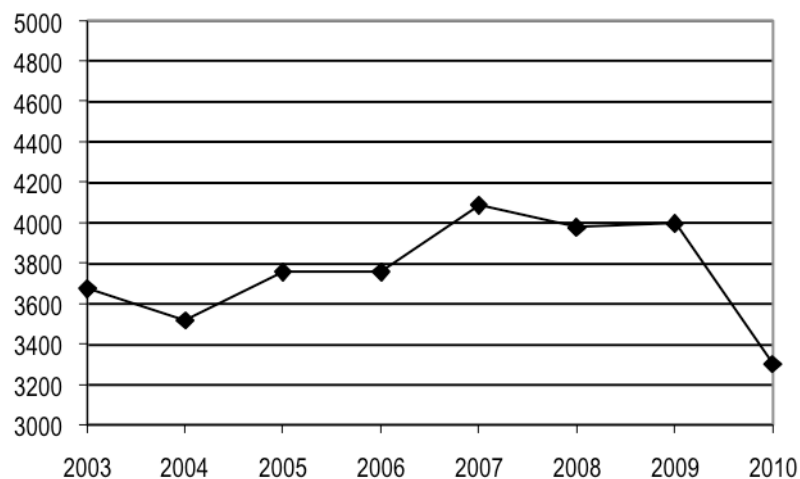
**Evoluzione del sistema distributivo
 Superfici di vendita ALIMENTARI e MISTI**



**Evoluzione del sistema distributivo
Superfici di vendita NON ALIMENTARI**



**Evoluzione del sistema distributivo
Superfici di vendita TOTALI**



Si può quindi parlare di una situazione di tenuta della rete distributiva, con una contrazione, sia in termini di numero di attività che di superfici di vendita, con una tendenza alla contrazione solo nell'anno 2010, in corrispondenza del periodo di maggior crisi economica a livello nazionale e internazionale.

Si deve sottolineare che la tenuta della rete distributiva di Arconate in un periodo in cui a livello generale questa si riduce significativamente è da attribuire all'incremento della domanda nel Comune, dovuta ad un aumento dei consumatori di quasi il 20% nel decennio.

4.2 *Lo stato di fatto del sistema distributivo comunale*

Al fine di avere un quadro più dettagliato della rete di vendita di Arconate, andremo ad escludere dal numero dei negozi le autorizzazioni amministrative per la vendita al minuto abbinate ad altra attività prevalente (distributore di carburante, tabaccherie, pizzeria da asporto, pasticceria e gelateria); per le attività di vendita di merci ingombranti, quali mobilifici, autoconcessionari, ecc., la superficie di vendita è stata conteggiata nella misura di 1/10 o di 1/8 della superficie effettivamente utilizzata.

La rete distributiva comunale è quindi costituita da 36 esercizi per complessivi 3.002 mq. di vendita* (dati Comune di Arconate), e quindi due in meno rispetto a quelle inserite nella Banca Dati Regionale.

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	8	874
Non alimentare	28	2.128
Totale	36	3.002

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 36 esercizi di Arconate si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
7	389	1	485	0	0

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
26	1.775	2	353	0	0

* Per le attività di vendita non alimentari di meno recente attivazione, che non riportano la superficie di vendita nel provvedimento autorizzatorio o che riportano solo la superficie complessiva (comprensiva degli spazi a magazzino), si è considerata una superficie di vendita "convenzionale" pari alla superficie media delle attività commerciali presenti in Arconate, pari a 65 mq.

Per valutare l'offerta commerciale del Comune, confrontiamo la realtà comunale con quella media regionale e provinciale; per gli esercizi di vicinato confronteremo il numero medio di abitanti per singolo negozio nelle tre realtà territoriali (i punti di vendita misti saranno attribuiti al settore alimentare) quindi un valore più basso del rapporto indica una migliore dotazione di punti di vendita; per medie e grandi strutture di vendita confronteremo la disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti per i due settori merceologici nelle tre realtà territoriali, quindi un valore più elevato indica una superiore dotazione di attività.

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.866.124	27.863	354
Provincia di Milano	3.135.770	8.275	379
Arconate	6.570	7	939

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.866.124	85.530	115
Provincia di Milano	3.135.770	29.110	108
Arconate	6.570	26	253

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2010; Comune di Arconate 2011

Per la dotazione di esercizi di vicinato, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare, si riscontra in Arconate un numero di punti di vendita molto inferiore sia alla media provinciale sia a quella regionale.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.866.124	1.235.777	125
Provincia di Milano	3.135.770	304.364	97
Arconate	6.570	485	75

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.866.124	3.913.778	396
Provincia di Milano	3.135.770	977.968	311
Arconate	6.570	353	55

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2010; Comune di Arconate 2011

Anche per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, il Comune di Arconate risulta avere una dotazione nettamente inferiore rispetto alle medie regionali e provinciali sia per quanto riguarda il settore alimentare sia, in misura molto maggiore, per quello non alimentare.

Per quanto riguarda, infine, le grandi strutture di vendita, in assenza di attività non risulta possibile effettuare utili comparazioni.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.866.124	848.135	86
Provincia di Milano	3.135.770	238.599	76
Arconate	6.570	0	0

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.866.124	2.723.601	276
Provincia di Milano	3.135.770	933.096	298
Arconate	6.570	0	0

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2010; Comune di Arconate 2011

In sintesi, per tutte le classi di attività e per entrambi i settori, alimentare e non alimentare, in Arconata l'offerta risulta decisamente inferiore rispetto alla situazione media sia provinciale sia regionale.

4.3 *La distribuzione territoriale dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa*

Come si è detto, ad Arconate sono presenti 36 esercizi per complessivi 3.002 mq. di vendita.

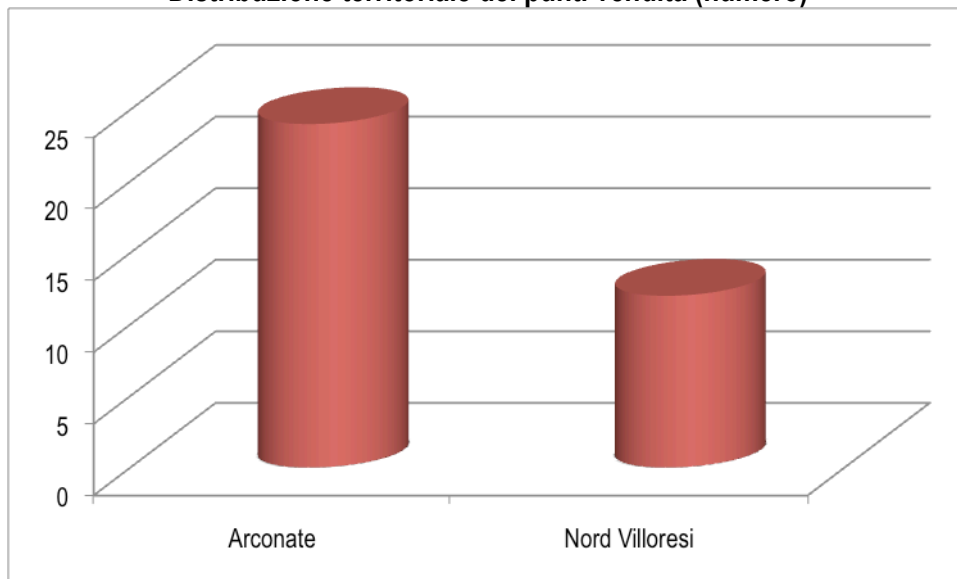
Dal punto di vista territoriale, come evidenziato in sede di inquadramento, il Comune, attraversato per tutta la sua larghezza dal Canale Villoresi, presenta un nucleo abitato principale localizzato a sud del Canale, e una parte di più recedente edificazione, occupata in larga parte da attività produttive, situata a nord del Villoresi.

La successiva tabella indica il numero di esercizi presenti in ciascun ambito sopra individuato, con le rispettive superfici di vendita complessive.

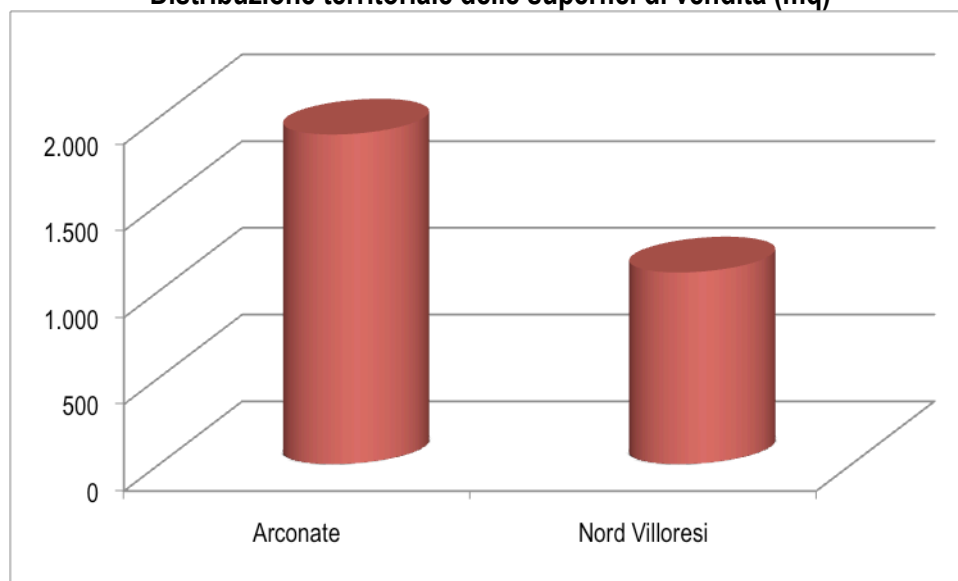
Totale punti di vendita

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Arconate	24	1.900
Nord Villoresi	12	1.105
Totale Comune	36	3.002

Distribuzione territoriale dei punti vendita (numero)



Distribuzione territoriale delle superfici di vendita (mq)



Si nota immediatamente che nell'ambito dell'abitato di Arconate si concentrano i due terzi delle attività esistenti, sia in termini di numero di negozi che di superfici di vendita.

Di seguito andremo ad esaminare la situazione della distribuzione territoriale delle attività e delle superfici di vendita per ciascuno dei due settori merceologici, alimentare e non alimentare.

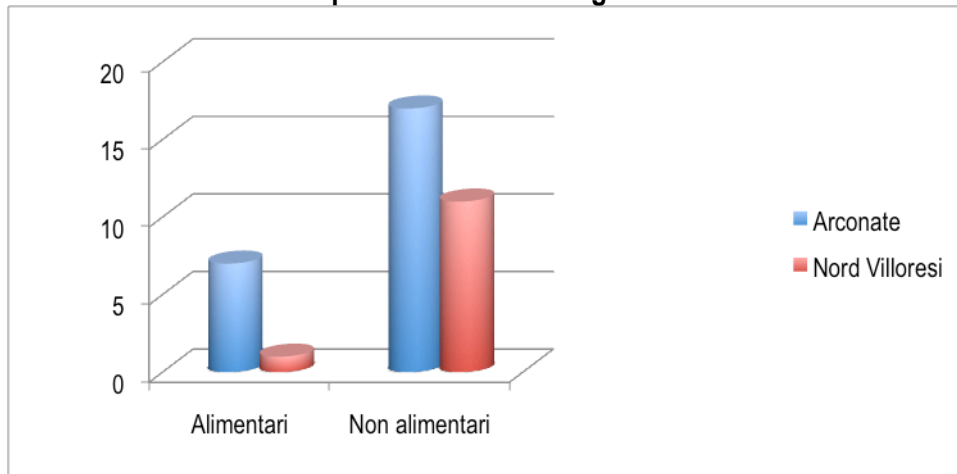
Esercizi alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Arconate	7	853
Nord Villoresi	1	21
Totale Comune	7	874

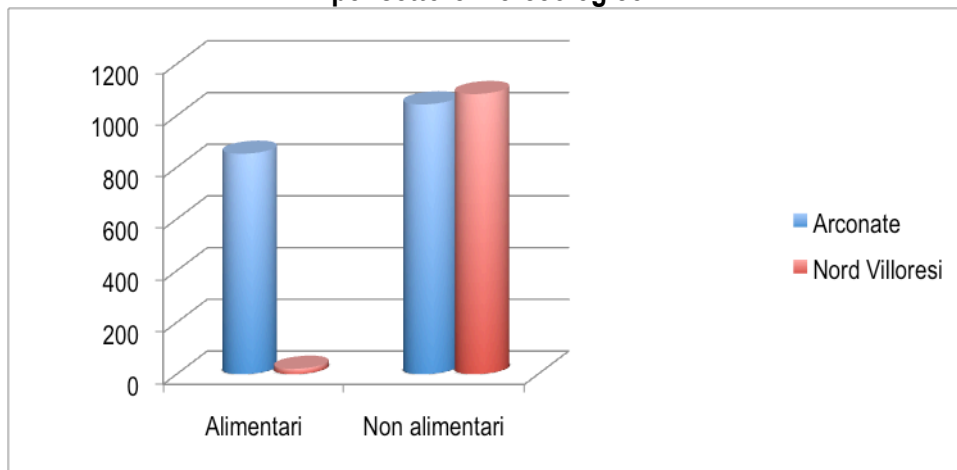
Esercizi non alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Arconate	17	1.044
Nord Villoresi	11	1.084
Totale Comune	28	2.128

**Distribuzione territoriale dei punti vendita (numero)
per settore merceologico**



**Distribuzione territoriale delle superfici di vendita (mq)
per settore merceologico**



Esaminando separatamente i due settori merceologici, la situazione si modifica sensibilmente: se alla concentrazione delle attività di vendita alimentari nella zona di Arconate corrisponde analoga concentrazione delle superfici di vendita, diversa è la situazione per il settore non alimentare, dove oltre la metà delle superfici di vendita è localizzata nella parte di territorio a nord del Villoresi, nonostante il numero di esercizi sia superiore nella parte a sud del Canale stesso, ad indicare che in questo ambito gli esercizi di vendita anche se più numerosi, sono di dimensioni minori.

4.4 Verifica della dotazione di punti di vendita al dettaglio in sede fissa

I dati di riferimento per la verifica della dotazione strutture di vendita al dettaglio in sede fissa sono tratti dal Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3 s.m.i., come spiegato nella Nota metodologica allegata.

Si utilizzano i valori di spesa e le soglie di produttività calcolati per l'Unità Territoriale 6 – Busto Arsizio, di cui Arconate faceva parte.

La spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrisponde rispettivamente a 1.587,50 euro e a 1.293,31 euro.

Il mercato teorico complessivo, calcolato nell'ipotesi che tutti i residenti acquistino in Comune (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), corrisponde a 18,722 milioni di euro, di cui 10,317 milioni di euro per il settore alimentare e 8,405 milioni di euro per il settore non alimentare.

Mercato teorico

Settore alimentare	1.587,50 euro x 6.570 abitanti =	10,430 milioni di euro
Settore non alimentare	1.293,31 euro x 6.570 abitanti =	8,497 milioni di euro
Domanda totale		18,927 milioni di euro

Le condizioni di produttività del sistema distributivo comunale saranno calcolate a partire dalle seguenti soglie di produttività:

	Vicinato	Medie Strutture		Grandi Strutture	
		1°livello	2°livello	Sovracom.	Area estesa
Alimentari	2.530,64	2.737,22	5.681,03	7.230,40	8.986,35
Non alim.	1.032,91	1.084,56	1.962,54	2.737,22	3.821,78

Sulla base di tali dati (ricordiamo che i valori della spesa procapite e della produttività al mq sono entrambi riferiti all'anno 2003, si tratta quindi di valori omogenei, che pertanto non si è proceduto ad inflazionare; per gli esercizi di vicinato si è applicata a tutta la superficie di vendita la soglia di produttività riferita al settore alimentare, maggiore di quella non alimentare), la potenzialità di spesa necessaria è di 4,527 milioni di euro, di cui 2,311 milioni di euro per il settore alimentare e 2,216 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito:

Settore alimentare		
Vicinato	2.530,64 euro x 389 mq. =	0,984 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq)	2.737,22 euro x 485 mq. =	1,327 milioni di euro
Totale alimentare		2,311 milioni di euro
Settore non alimentare		
Vicinato	1.032,91 euro x 1.775 mq. =	1,833 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq)	1.084,56 euro x 353 mq. =	0,383 milioni di euro
Totale non alimentare		2,216 milioni di euro
Totale		4,527 milioni di euro

Complessivamente, l'offerta è nettamente inferiore rispetto alla domanda generata dai consumatori residenti del Comune di Arconate; la situazione non cambia se si considerano separatamente i due settori merceologici.

I consumatori evadono massicciamente la rete distributiva del Comune per i loro acquisti verosimilmente anche perchè la rete di vendita comunale è costituita esclusivamente da attività di dimensioni limitate.

4.5 Centri di telefonia in sede fissa presenti sul territorio

Nel Comune di Arconate non sono presenti centri di telefonia in sede fissa.

4.6 Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio

In Comune di Arconate è presente un impianto di distribuzione al pubblico di carburanti per autotrazione localizzato lungo viale 2 giugno.

5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale e conclusioni

Come si è detto, il rapporto tra pianificazione commerciale e Piano di Governo del Territorio, con riferimento, in particolare, al Documento di piano, include *“la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale (art. 8, comma 2, lettere a e b), dove devono essere evidenziate le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale”* (D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352).

Arconate è un Comune della Provincia di Milano, posto a circa 35km ad ovest del Capoluogo stesso, in quella parte di territorio della Provincia di Milano conosciuto come Altomilanese.

Il territorio Comunale è attraversato per intero, da est a ovest, dal corso del Canale Villoresi, barriera fisica che divide il centro storico del Comune, posto a sud del Canale, dalla zona di più recente edificazione, comprensiva di un'ambito prevalentemente produttivo; a nord del Villoresi risiedono circa 2.300 consumatori.

La verifica della dotazione di servizi commerciali evidenzia una situazione di forte carenza dell'offerta in rapporto alla domanda di servizi commerciali anche considerando che il loro bacino d'utenza è rappresentato dai soli residenti di Arconate. Il commercio ambulante, che propone un mercato di 15 posteggi, dei quali 5 destinati alla vendita di prodotti alimentari, può sopperire solo in parte a questa carenza. Tale sottodotazione appare tanto più rilevante se si considera che nell'ultimo quinquennio il Comune ha conosciuto importanti incrementi demografici, che hanno portato i residenti a passare dai 5.400 del 2001 agli oltre 6.500 attuali.

In questa situazione, la corretta ipotesi di sviluppo riteniamo sia quella che permetta uno sviluppo e una modernizzazione della rete di vendita, anche permettendo l'insediamento di attività di media struttura di vendita, sia per il settore alimentare e misto con prevalenza alimentare, sia per quello non alimentare. Non si ritiene di poter prevedere l'inserimento di grandi strutture di vendita, che, considerate le attuali caratteristiche territoriali, sociali ed economiche del Comune, andrebbero a inserire forti elementi destabilizzanti e di criticità nell'esistente, oltre a trovare una domanda scarsa per le loro intrinseche caratteristiche.

Naturalmente, considerate le caratteristiche del territorio, gli interventi di dimensioni rilevanti dovranno essere localizzati nelle zone produttive esterne all'abitato oppure all'interno degli ambiti di trasformazione, e quindi dove i problemi

viabilistici legati all'incremento di traffico non vadano ad aggravare o compromettere situazioni già congestionate.

Per le previsioni di sviluppo per i centri di telefonia in sede fissa, come si è visto, sul territorio di Arconate non sono presenti attività di questo tipo.

La popolazione straniera residente in Arconate, pari a 4,3%, è molto inferiore rispetto al dato Provinciale (11,2%) e Regionale (10%). Si deve tuttavia segnalare che, nel corso dell'ultimo quinquennio, il numero di residenti stranieri è più che raddoppiato.

L'ipotesi di programmazione comunque corretta è di escludere l'insediamento di nuove attività di telefonia in sede fissa per la limitatezza della domanda.

Infine, per quanto riguarda la localizzazione degli impianti di distribuzione carburante, come abbiamo segnalato, non sussiste discrezionalità per quanto riguarda gli aspetti amministrativi e procedurali, ferma restando la necessità di individuare specificamente, dal punto di vista urbanistico, le opportune localizzazioni per queste attività.

Peraltro, le previsioni normative regionali, che permettono l'attivazione di nuovi impianti unicamente a fronte dell'inserimento di erogatori di gas metano, e quindi interventi con finalità promozionali di una mobilità maggiormente sostenibile dal punto di vista ambientale, riteniamo impongano agli Amministratori di valutare la possibilità di individuare possibili localizzazioni possibili per tali attività, privilegiando gli ambiti oggetto di interventi complessi di ristrutturazione e riqualificazione esterne all'abitato consolidato, dove potranno essere assicurate adeguate condizioni viabilistiche per la fruibilità dell'impianto.

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo

La rete distributiva regionale risulta significativamente meno polverizzata di quella nazionale, indice di una più accentuata modernizzazione del sistema distributivo; infatti, la disponibilità di punti di vendita ogni 10.000 abitanti è in Italia pari a 129, valore che in Lombardia scende a 93, come illustrato nella seguente tabella:

Rete distributiva italiana e lombarda al 31 dicembre 2005

Specializzazione	LOMBARDIA		ITALIA	
	Totale pdv	Pdv x 10.000 ab.	Totale pdv	Pdv x 10.000 ab.
Carburanti	2.954	3,1	23.502	4,0
Non specializzati	615	0,6	3.056	0,5
Non specializzati prevalenza alimentare	8.913	9,4	86.685	14,8
Non specializzati prevalenza non alim.	1.060	1,1	10.389	1,8
Frutta e verdura	2.548	2,7	22.400	3,8
Carne e prodotti a base di carne	2.873	3,0	37.140	6,3
Pesci crostacei molluschi	223	0,2	8.274	1,4
Pane pasticceria dolciumi	2.025	2,1	12.958	2,2
Bevande (vini oli birra e altre)	651	0,7	4.852	0,8
Tabacco e altri generi di monopolio	3.131	3,3	26.833	4,6
Altri esercizi specializzati alimentari	2.481	32,6	19.807	3,4
Farmacie	2.660	2,8	17.449	3,0
Articoli medicali e ortopedici	440	0,5	4.440	0,8
Cosmetici e articoli di profumeria	2.664	2,8	22.931	3,9
Prodotti tessili e biancheria	3.158	3,3	25.565	4,4
Abbigliamento e accessori pellicceria	14.229	15,0	120.919	20,6
Calzature e articoli di cuoio	3.129	3,3	26.338	4,5
Mobili casalinghi illuminazione	6.008	6,3	50.913	8,7
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	2.169	2,3	18.719	3,2
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3.447	3,6	38.803	6,6
Libri giornali cartoleria	6.839	7,2	44.411	7,6
Altri es. specializzati non alimentari	15.853	16,7	130.909	22,3
Articoli di seconda mano	593	0,6	4.295	0,7
TOTALE	88.663	93,6	761.588	129,6

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Considerando le diverse specializzazioni si nota per il settore alimentare in generale una minore disponibilità di punti di vendita, con valori particolarmente accentuati per esercizi specializzati nella vendita di carne e prodotti a base di carne (3,0 ogni 10.000 abitanti rispetto al valore nazionale di 6,3) e nella vendita di pesci crostacei molluschi (0,2 rispetto a 1,4).

Considerando la Regione Lombardia, si nota un'accentuata differenziazione a livello provinciale, con un numero di esercizi ogni 10.000 abitanti più elevato nelle aree a bassa densità di popolazione.

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31 dicembre 2005 – n. esercizi

Specializzazione	BG	BS	CO	CR	LC
Carburanti	311	487	120	149	85
Non specializzati	29	44	139	5	69
Non specializzati prevalenza alimentare	1.085	1.453	634	456	373
Non specializzati prevalenza non alim.	79	119	98	8	60
Frutta e verdura	349	464	143	119	87
Carne e prodotti a base di carne	348	467	140	127	77
Pesci crostacei molluschi	14	39	10	6	8
Pane pasticceria dolciumi	184	209	66	73	41
Bevande (vini oli birra e altre)	46	141	33	22	21
Tabacco e altri generi di monopolio	368	505	246	146	134
Altri esercizi specializzati alimentari	360	333	63	71	58
Farmacie	272	332	173	133	96
Articoli medicali e ortopedici	31	57	23	15	11
Cosmetici e articoli di profumeria	267	363	112	83	70
Prodotti tessili e biancheria	417	466	198	123	109
Abbigliamento e accessori pellicceria	1.389	2.072	711	503	431
Calzature e articoli di cuoio	271	461	174	100	85
Mobili casalinghi illuminazione	655	766	366	234	198
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	170	345	121	82	65
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	336	521	216	127	92
Libri giornali cartoleria	611	780	346	236	181
Altri es. specializzati non alimentari	1.772	2.156	837	537	462
Articoli di seconda mano	40	88	15	29	10
TOTALE	9.404	12.668	4.984	3.384	2.823

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31.12.2005 – n. esercizi

Specializzazione	LO	MI	MN	PV	SO	VA
Carburanti	89	1.042	180	218	54	219
Non specializzati	5	279	11	15	4	15
Non specializzati prevalenza alimentare	212	2.063	461	837	451	888
Non specializzati prevalenza non alim.	34	402	57	53	14	136
Frutta e verdura	55	785	175	164	51	156
Carne e prodotti a base di carne	68	1.028	158	161	84	215
Pesci crostacei molluschi	1	87	16	16	5	21
Pane pasticceria dolciumi	42	1.088	76	121	20	105
Bevande (vini oli birra e altre)	8	197	25	56	23	79
Tabacco e altri generi di monopolio	71	939	191	217	66	248
Altri esercizi specializzati alimentari	64	1.247	63	100	27	95
Farmacie	75	954	132	213	62	218
Articoli medicali e ortopedici	10	176	24	41	16	36
Cosmetici e articoli di profumeria	61	1.143	127	168	68	202
Prodotti tessili e biancheria	69	1.118	140	192	92	234
Abbigliamento e accessori pellicceria	293	5.832	650	783	423	1.142
Calzature e articoli di cuoio	62	1.316	130	182	92	256
Mobili casalinghi illuminazione	111	2.370	277	347	138	546
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	30	902	112	115	55	172
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	69	1.137	232	309	90	318
Libri giornali cartoleria	149	3.228	248	389	111	560
Altri es. specializzati non alimentari	283	6.510	629	928	395	1.344
Articoli di seconda mano	6	306	26	29	8	36
TOTALE	1.867	34.149	4.140	5.654	2.349	7.241

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31.12.2005 – pdv x 10.000 ab.

Specializzazione	BG	BS	CO	CR	LC
Carburanti	3,0	4,1	2,1	4,3	2,6
Non specializzati	0,3	0,4	2,5	0,1	2,1
Non specializzati prevalenza alimentare	10,5	12,3	11,2	13,1	11,5
Non specializzati prevalenza non alim.	0,8	1,0	1,7	0,2	1,8
Frutta e verdura	3,4	3,9	2,5	3,4	2,7
Carne e prodotti a base di carne	3,4	3,9	2,5	3,6	2,4
Pesci crostacei molluschi	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2
Pane pasticceria dolciumi	1,8	1,8	1,2	2,1	1,3
Bevande (vini oli birra e altre)	0,4	1,2	0,6	0,6	0,6
Tabacco e altri generi di monopolio	3,6	4,3	4,3	4,2	4,1
Altri esercizi specializzati alimentari	3,5	2,8	1,1	2,0	1,8
Farmacie	2,6	2,8	3,1	3,8	3,0
Articoli medicali e ortopedici	0,3	0,5	0,4	0,4	0,3
Cosmetici e articoli di profumeria	2,6	3,1	2,0	2,4	2,2
Prodotti tessili e biancheria	4,0	3,9	3,5	3,5	3,4
Abbigliamento e accessori pellicceria	13,4	17,5	12,5	14,4	13,3
Calzature e articoli di cuoio	2,6	3,9	3,1	2,9	2,6
Mobili casalinghi illuminazione	6,3	6,5	6,5	6,7	6,1
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	1,6	2,9	2,1	2,4	2,0
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3,2	4,4	3,8	3,6	2,8
Libri giornali cartoleria	5,9	6,6	6,1	6,8	5,6
Altri es. specializzati non alimentari	17,1	18,2	14,8	15,4	14,2
Articoli di seconda mano	0,4	0,7	0,3	0,8	0,3
TOTALE	91,0	107,1	87,9	97,1	86,9

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31 dicembre 2005 – pdv x 10.000 ab.

Specializzazione	LO	MI	MN	PV	SO	VA
Carburanti	4,2	2,7	4,6	4,2	3,0	2,6
Non specializzati	0,2	0,7	0,3	0,3	0,2	0,2
Non specializzati prevalenza alimentare	10,0	5,3	11,7	16,2	25,1	10,5
Non specializzati prevalenza non alim.	1,6	1,0	1,4	1,0	0,8	1,6
Frutta e verdura	2,6	2,0	4,4	3,2	2,8	1,8
Carne e prodotti a base di carne	3,2	2,7	4,0	3,1	4,7	2,5
Pesci crostacei molluschi	0,1	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2
Pane pasticceria dolciumi	2,0	2,8	1,9	2,3	1,1	1,2
Bevande (vini oli birra e altre)	0,4	0,5	0,6	1,1	1,3	0,9
Tabacco e altri generi di monopolio	3,3	2,4	4,9	4,2	3,7	2,9
Altri esercizi specializzati alimentari	3,0	3,2	1,6	1,9	1,5	1,1
Farmacie	3,5	2,5	3,4	4,1	3,4	2,6
Articoli medicali e ortopedici	0,5	0,5	0,6	0,8	0,9	0,4
Cosmetici e articoli di profumeria	2,9	3,0	3,2	3,3	3,8	2,4
Prodotti tessili e biancheria	3,3	2,9	3,6	3,7	5,1	2,8
Abbigliamento e accessori pellicceria	13,8	15,1	16,5	15,2	23,5	13,5
Calzature e articoli di cuoio	2,9	3,4	3,3	3,5	5,1	3,0
Mobili casalinghi illuminazione	5,2	6,1	7,0	6,7	7,7	6,4
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	1,4	2,3	2,8	2,2	3,1	2,0
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3,3	2,9	5,9	6,0	5,0	3,7
Libri giornali cartoleria	7,0	8,3	6,3	7,5	6,2	6,6
Altri es. specializzati non alimentari	13,3	16,8	16,0	18,0	22,0	15,8
Articoli di seconda mano	0,3	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4
TOTALE	88,1	88,3	105,2	109,7	130,7	85,3

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

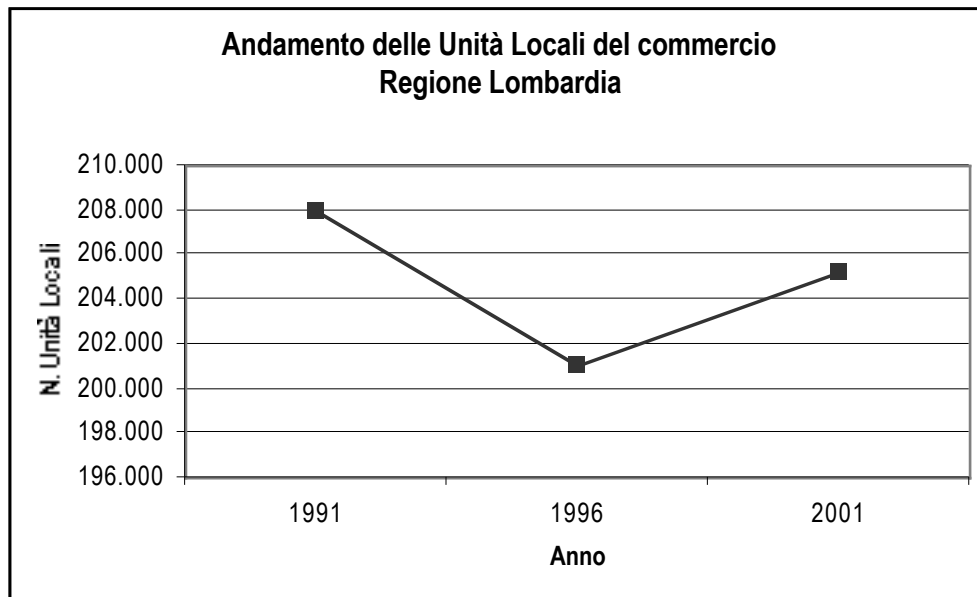
Nella prima parte degli anni '90 la rete del commercio al minuto ha conosciuto un processo di ridimensionamento quantitativo, più noto sotto il nome di “crisi del commercio”, con particolare riferimento al commercio cosiddetto tradizionale, ovvero alle attività di piccole dimensioni, distinte quindi dalla grande distribuzione e dalla distribuzione organizzata, ovvero dalle grandi superfici e dalle attività facenti capo alle maggiori società del settore; la situazione lombarda non si è allontanata in modo significativo dal trend nazionale.

Nella seconda metà degli anni '90, ed in particolare dal 1999, anno successivo alla riforma del settore commerciale (la cosiddetta “Riforma Bersani”), si è assistito ad una progressiva ripresa del settore, come sintetizzato nella successiva tabella:

Unità locali del Commercio – Regione Lombardia

Settore	Anno		
	1991	1996	2001
G50 Comm., manut. e rip. autov. e motocicli	25.144	23.508	23.517
G51 Comm. ingr e interm. del comm. escl. autov.	53.805	75.387	80.463
G52 Comm. dett. escl. autov.; rip. beni pers.	128.959	102.121	101.276
TOTALE COMMERCIO	207.908	201.016	205.253

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.16



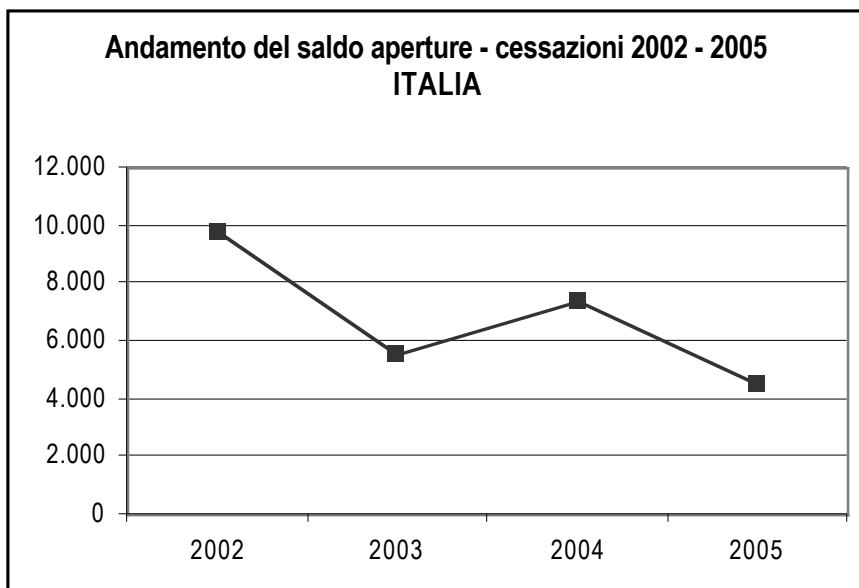
Nei primi anni del 2000 il saldo tra nuove imprese e cessazioni d'attività, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, è tornato su valori positivi, sia in Italia sia in Lombardia.

Come mostrano i dati delle successive tabelle, il recupero lombardo è stato più lento di quello italiano nel suo complesso, ma resta comunque evidente che il settore commerciale è in pieno sviluppo.

Attività commerciali – Italia

Anno	Iscritti	Cancellati	Saldo
2002	62.305	52.551	+ 9.754
2003	55.478	49.896	+ 5.582
2004	62.812	55.449	+ 7.363
2005	64.010	59.492	+ 4.518

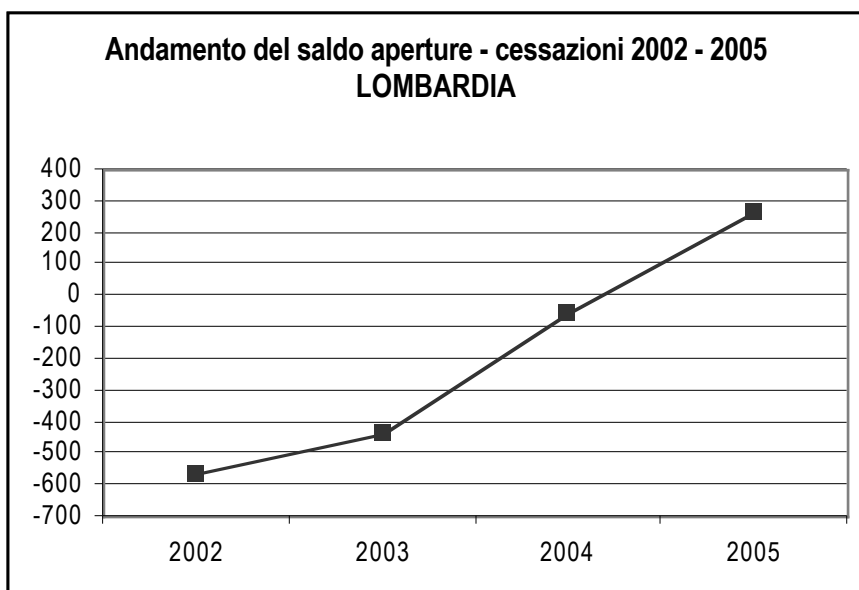
Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



Attività commerciali – Lombardia

Anno	Iscritti	Cancellati	Saldo
2002	6.103	6.668	- 565
2003	5.674	6.110	- 436
2004	6.687	6.745	- 58
2005	7.281	7.015	+ 266

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



La seguente tabella riporta il valore del saldo delle imprese commerciali per l'anno 2005 nelle diverse Regioni italiane:

Saldo aperture – cessazioni attività commerciali anno 2005

REGIONE	APERTURE	CESSAZIONI	SALDO
Abruzzo	1.605	1.420	+ 185
Basilicata	764	659	+ 105
Calabria	2.425	2.827	- 402
Campania	8.612	6.917	+ 1.695
Emilia Romagna	4.478	4.273	+ 205
Friuli Venezia Giulia	1.201	1.339	- 138
Lazio	6.086	5.397	+ 689
Liguria	2.134	2.197	- 63
Lombardia	7.281	7.015	+ 266
Marche	1.632	1.579	+ 53
Molise	408	385	+ 23
Piemonte	4.580	4.655	- 75
Puglia	5.049	4.096	+ 953
Sardegna	2.135	1.959	+ 176
Sicilia	5.282	4.483	+ 799
Toscana	4.310	4.237	+ 73
Trentino Alto Adige	799	798	+ 1
Umbria	1.018	895	+ 123
Valle d'Aosta	159	149	+ 10
Veneto	4.052	4.212	- 160
ITALIA	64.010	59.492	+ 4.518

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive

In Lombardia gli “effetti positivi” derivanti dalla Riforma Bersani stanno proseguendo, diversamente da quanto avviene in altre regione italiane.

Deve poi essere registrato un consistente aumento delle attività “moderne”: la grande distribuzione diventa sempre più grande, sia in termini di presenza sul territorio sia in termini di superficie media; la successiva tabella evidenzia lo sviluppo degli ipermercati (ovvero delle attività con oltre 2.500 mq di superficie di vendita) in Italia dal 1° gennaio 1995 al 1° gennaio 2005.

Evoluzione della presenza di ipermercati - Italia

1° gennaio	numero ipermercati	var. % su rilevazione precedente	superficie ipermercati (mq.)	var. % su anno precedente
1995	246	--	1.195.562	--
2001	420	+ 70,7%	2.160.967	+ 80,7%
2005	417	- 0,7%	2.452.440	+ 13,5%

Fonte: ns. elaborazione su dati Faid e Ministero delle Attività Produttive

La situazione risulta fortemente differenziata all'interno del territorio nazionale, come mostra la successiva tabella:

Distribuzione degli ipermercati in Italia al 1° gennaio 2005 – Regioni

Regione	N. ipermercati	Superficie di vendita (mq.)	Superficie media (mq.)
Abruzzo	11	75.273	6.843
Basilicata	2	9.910	4.955
Calabria	7	35.114	5.016
Campania	12	72.208	6.017
Emilia Romagna	33	204.684	6.202
Friuli V.G.	14	66.066	4.719
Lazio	21	118.456	5.640
Liguria	5	30.760	6.152
Lombardia	112	724.999	6.473
Marche	21	107.547	5.121
Molise	2	9.700	4.850
Piemonte	54	279.132	5.169
Puglia	15	124.731	8.315
Sardegna	8	44.369	5.546
Sicilia	10	53.156	5.315
Toscana	28	162.626	5.808
Trentino A.A.	7	21.967	3.138
Umbria	5	27.738	5.547
Valle d'Aosta	2	15.075	7.537
Veneto	48	268.929	5.602
Totale Italia	417	2.452.440	5.881

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Distribuzione degli ipermercati in Italia al 1° gennaio 2005 – Ripartizione geografica

Ripartizione geografica	N. ipermercati	Superficie di vendita (mq.)	Superficie media (mq.)
Nord Ovest	173	1.049.966	6.069
Nord Est	102	561.646	5.506
Centro	75	416.367	5.551
Sud + Isole	67	424.461	6.335
Totale Italia	417	2.452.440	5.881

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Poiché non è dato di dubitare che le realtà territoriali dove il comparto distributivo è più moderno ed efficiente siano quelle del Nord e del Centro Italia, possiamo affermare che la tendenza è a una modernizzazione, intesa come crescita sia nel numero delle strutture sia nella loro superficie media; si passa dall'apertura di nuove strutture di vendita, ai diversi ampliamenti della superficie di vendita delle strutture esistenti, senza tralasciare la tendenza delle moderne

catene della grande distribuzione ad affiancare alla “locomotiva” alimentare altre strutture di vendita di prodotti non alimentari di dimensioni medio grandi, realizzando di fatto un’offerta complessiva che copra la maggior parte dei generi di più frequente consumo (abbigliamento, calzature, fai da te, elettrodomestici).

A queste tendenze la distribuzione “tradizionale” risponde con la specializzazione degli esercizi, soprattutto non alimentari, e con una valorizzazione del contenuto di servizio, sia in termini di assistenza al consumatore che di prossimità allo stesso.

I dati del Ministero delle Attività Produttive relativi alla presenza di supermercati ed ipermercati nel 2005 in Italia e in Lombardia mettono bene in evidenza la peculiarità del sistema distributivo lombardo, che, oltre ad essere generalmente più dotato di strutture appartenenti a questo settore, vede anche un’ingente presenza di grandi supermercati di ipermercati.

Supermercati e ipermercati 2005

CLASSE DIMENSIONALE DELL’ESERCIZIO	LOMBARDIA		ITALIA	
	Numero	Sup. (mq.)	Numero	Sup. (mq.)
Supermercati 401 – 1.500 mq.	2.193	1.795.222	12.611	10.058.652
Supermercati 1.501– 2.500 mq.	207	425.416	1.032	2.111.137
Ipermercato 2.501 – 5.000 mq.	124	433.440	670	2.329.816
Ipermercati > 5.000 mq.	70	677.411	341	2.997.914
TOTALE	2.594	3.331.489	14.654	17.497.519

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Il peso degli ipermercati è in Lombardia superiore al valore medio nazionale: sul totale di queste due tipologie di esercizi, infatti, numericamente gli ipermercati in Lombardia hanno un peso del 7,5% contro il 6,9% in Italia.

Sempre per gli ipermercati e per i supermercati, la realtà lombarda presenta una disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti nettamente superiore alla media nazionale:

Superficie supermercati e ipermercati ogni 1.000 abitanti – anno 2005

CLASSE DIMENSIONALE DELL'ESERCIZIO	LOMBARDIA (ab. 9.475.202) *		ITALIA (ab. 58.751.711) *	
	Superficie totale (mq.)	Mq. x 1.000 ab.	Superficie totale (mq.)	Mq. x 1.000 ab.
Supermercati 401 – 1.500 mq.	1.795.222	189,46	10.058.652	171,21
Supermercati 1.501– 2.500 mq.	425.416	44,90	2.111.137	35,93
Ipermercato 2.501 – 5.000 mq.	433.440	45,74	2.329.816	39,66
Ipermercati > 5.000 mq.	677.411	71,49	2.997.914	51,03
TOTALE	3.331.489	351,60	17.497.519	297,82

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

* Fonte: Istat, al 31.12.2005

Allegato 2 – NOTA METODOLOGICA

La Regione Lombardia ha emanato i provvedimenti “attuativi” della delega conferita dal D.Lgs. 114/98 in prima battuta con il Regolamento n. 3 del 2000 (e successive modifiche: R.R. 9/2001 e R.R. 10/2002), di attuazione della legge Regione Lombardia 14/99.

Tale Regolamento prevedeva la suddivisione del territorio lombardo in 21 Unità Territoriali, individuate sulla base delle caratteristiche socio – economiche della popolazione, della distribuzione insediativa e dell’infrastrutturazione del territorio, delle caratteristiche geografiche, delle caratteristiche della rete distributiva ..., secondo la metodologia descritta nell’Allegato 1 del citato Regolamento.

La suddivisione territoriale della Regione Lombardia permetteva di indicare le potenzialità di spesa della popolazione residente in ciascuna della Unità Territoriali, ricavata mediante variabili di dettaglio quali il valore commerciale dei fabbricati, indagini campionarie effettuate presso la popolazione residente nelle diverse zone della Regione, valutazione puntuale dei prodotti acquistati compresi nei diversi capitoli di spesa, autoproduzioni ..., con una differenziazione molto articolata, come ben illustrato dai dati contenuti nella seguente tabella:

UNITA' TERRITORIALE	ABITANTI	DOMANDA PROCAPITE - EURO		DOMANDA PROCAPITE - LIRE	
		alimentari	non alimentari	alimentari	non alimentari
1 Milano	2.435.017	1.854,57	1.578,74	3.590.941	3.056.870
2 Brescia	579.214	1.621,25	1.343,96	3.139.170	2.602.265
3 Bergamo	730.358	1.610,21	1.333,62	3.117.805	2.582.256
4 Varese	356.680	1.616,97	1.323,05	3.130.890	2.561.786
5 Como	463.089	1.623,23	1.343,61	3.143.020	2.601.586
6 Busto Arsizio	770.053	1.587,50	1.293,31	3.073.829	2.504.205
7 Pavia	247.368	1.744,97	1.411,06	3.378.742	2.732.196
8 Cremona	234.371	1.732,01	1.393,05	3.353.637	2.697.389
9 Vigevano	208.500	1.722,77	1.367,35	3.335.753	2.647.561
10 Mantova	276.465	1.647,96	1.340,54	3.190.896	2.595.652
11 Lecco	221.989	1.704,48	1.396,36	3.300.343	2.703.733
12 Lodi	405.839	1.524,20	1.254,36	2.951.267	2.428.787
13 Voghera	122.334	1.866,77	1.472,57	3.614.565	2.851.286
14 Vimercate	921.093	1.567,28	1.311,75	3.034.683	2.539.902
15 Desenzano del Garda	197.615	1.907,10	1.613,56	3.692.657	3.124.286
16 Sondrio	110.753	1.812,79	1.522,96	3.510.057	2.948.858
17 Chiari	325.864	1.550,18	1.284,27	3.001.573	2.486.691
18 Viadana	56.239	1.684,78	1.359,08	3.262.191	2.631.543
19 Luino	67.640	1.787,84	1.439,26	3.461.737	2.786.795
20 Darfo Boario Terme	164.277	1.830,44	1.500,61	3.544.233	2.905.585
21 Morbegno	100.064	1.687,14	1.361,30	3.266.600	2.635.758

Fonte: ns. elaborazione su tabb. 3.10 e 3.11, Allegati a Reg. Regione Lombardia 3/2000

Oltre alle potenzialità di spesa della popolazione residente, la Regione Lombardia indicava anche, sempre nel Regolamento 3/2000 s.m.i., le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi, alimentari e non alimentari, in ognuna della 21 Unità Territoriali; al fine di individuare l'attrattività dei punti di vendita e di attribuire agli stessi più corrette soglie di produttività, la Regione Lombardia aveva inoltre articolato le due classi di medie e grandi strutture di vendita in due sub – categorie, come riportato nella seguente tabella:

	Comuni con meno di 10.000 ab.	Comuni con oltre 10.000 ab.
Vicinato	fino a 150 mq	fino a 250 mq
Medie strutture 1	da 150 a 600 mq	da 250 a 600 mq
Medie strutture 2	da 601 a 1.500 mq	da 601 a 2.500 mq
Grandi strutture sovracomunali	da 1.501 a 5.000 mq	da 2.501 a 5.000 mq
Grandi strutture area estesa	oltre i 5.000 mq	oltre i 5.000 mq

Alla data di redazione della presente analisi, le potenzialità di spesa della popolazione residente e le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi nei due settori merceologici indicate dalla Regione Lombardia nel Regolamento

Regionale 3/2000 s.m.i. sono i dati più attendibili e specifici per le diverse realtà regionali a disposizione; pertanto, al fine di compiere una valutazione corretta e puntuale del rapporto tra domanda ed offerta in Arconate ci riferiremo ai valori indicati per la ex Unità Territoriale 6 – Busto Arsizio, cui apparteneva il Comune in oggetto.

Precisiamo che i valori, coerenti tra loro, non saranno aggiornati, poiché l'aggiornamento manterrebbe in ogni caso costante il rapporto tra domanda e offerta.