

COMUNE DI PREGNANA MILANESE
PROVINCIA DI MILANO

Studio redatto da:

**Società di
Ricerca e Pianificazione**

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

*Via degli Scipioni,5
20129 Milano (MI)
Tel. 02/29524040
Fax. 02/29515111
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 s.m.i.)**



INDICE

1. Oggetto dell'analisi	pag. 1
2. Quadro normativo di riferimento	pag. 5
2.1 LE ATTIVITA' COMMERCIALI	pag. 5
2.1.1 <i>Definizioni e forme</i>	pag. 5
2.1.2 <i>Tipologie</i>	pag. 5
2.1.3 <i>La programmazione commerciale regionale</i>	pag. 6
2.1.4 <i>La programmazione commerciale provinciale</i>	pag. 7
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. 24
4.3 <i>Rapporto tra domanda e offerta</i>	pag. 27
4.4 <i>Centri di telefonia in sede fissa presenti sul territorio</i>	pag. 29
4.5 <i>Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio</i>	pag. 29
5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale e conclusioni	pag. 30

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo	pag. 32
Allegato 2 – Nota metodologica	pag. 45

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 (ex l.r. 14/99, art. 2 e successive modifiche), 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:

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

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

Per ciascun ambito sono individuati specifici indirizzi di sviluppo nel triennio. In particolare, per il Comune di Pregnana Milanese, 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*

In Provincia di Milano il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale è stato approvato con Delibera di Consiglio n. 55 del 14 ottobre 2003 e pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia – Serie Inserzioni n. 45 del 5.11.2003.

Rispetto alla pianificazione in materia commerciale, il PTCP 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).

Si segnala che la Giunta Provinciale, con Deliberazione n. 884 del 15.11.2005 ha formalmente avviato il procedimento di adeguamento del P.T.C.P. alla Legge Regionale 12/05 s.m.i.

Il Consiglio Provinciale ha approvato in data 13.07.2006, con Deliberazione n. 26/2006 il "Documento di indirizzo e linee guida per l'adeguamento del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale vigente".

Tale Documento prevede, dal punto di vista commerciale, che, alla luce della nuova normativa regionale in materia (per ultimo, Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008, di cui alla D.C.R. 2 ottobre 2006, n. 8/215), "nell'ambito dell'adeguamento il PTCP fornisca indirizzi e approfondimenti

che consentano alla Provincia di mettere in atto politiche di controllo degli impatti territoriali, sociali e commerciali dovuti alla localizzazione di GSV (grandi strutture di vendita, n.d.r.). I contenuti di dettaglio di tali approfondimenti, già in buona parte avviati attraverso uno specifico approfondimento condotto in collaborazione con il Politecnico di Milano, potranno riguardare:

- *individuazione comparti territoriali interessati da nuove localizzazioni*
- *indicazioni circa le priorità di insediamento sul territorio*
- *eventuale individuazione di bacini commerciali di livello sub – provinciale* (“Documento di indirizzo e linee guida per l’adeguamento del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale vigente”, par. 3.2, pag. 29).

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 inquadrate 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 febbraio 2005, n. 7/20635 "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

Pregnana Milanese è un Comune della Provincia di Milano, lambito, nella parte Sud del territorio, dal tracciato dell'Autostrada Milano - Torino.

Confina con i Comuni di Pregnana Milanese, Rho, Cornaredo, Bareggio, Sedriano, Arluno e Vanzago.



Fonte: www.viamichelin.it

L'abitato presenta di fatto un unico nucleo, che si sviluppa senza soluzione di continuità nella parte di territorio compresa tra il tracciato della ferrovia F.S. Milano – Varese – Sempione e quello della ferrovia F.S. Milano – Novara, barriere fisiche che dividono l'edificato in modo molto netto; oltre tali barriere sono localizzate due zone industriali di ampie dimensioni, che, dopo un periodo di declino, grazie ai nuovi interventi infrastrutturali (sia di livello locale, con la realizzazione di un sistema tangenziale al nucleo abitato di Vanzago, che di area estesa, con il potenziamento del sistema ferroviario regionale e di alta velocità), stanno conoscendo rilancio ed espansione.

Come già accennato, le comunicazioni con i Comuni limitrofi sono buone, assicurate da diverse Strade provinciali: la S.P. 172, la S.P. 214 e la S.P. 239.

Anche per quel che riguarda i servizi di trasporto pubblico il territorio comunale risulta ben servito: è infatti stata recentemente aperta la stazione ferroviaria del Sistema Passante Regionale, denominata appunto Pregnana Milanese, sulla linea Milano-Novara; per i trasporti su ruota, sono presenti anche linee extraurbane che collegano regolarmente Pregnana Milanese a Milano e Rho.

All'offerta del commercio in sede fissa si aggiunge quella ambulante, con la presenza di un mercato, che conta 39 posteggi, in larga parte destinati alla vendita di prodotti alimentari, che si tiene nella mattina del venerdì lungo la via Leopardi; dei posteggi istituiti, ne risultano formalmente assegnati (e quindi regolarmente occupati) 25, dei quali 12 alimentari; è presente un posteggio riservato all'attività di battitore.

3.2 *Inquadramento demografico*

ANNO	ABITANTI	FAMIGLIE
1999	6.000	2.212
2000	5.980	2.210
2001	5.968	2.238
2002	5.955	2.255
2003	5.965	2.279
2004	5.962	2.298
2005	6.008	2.340
2006	6.168	2.462
2007	6.271	2.533
2008	6.481	2.642
2009	6.824	2.858

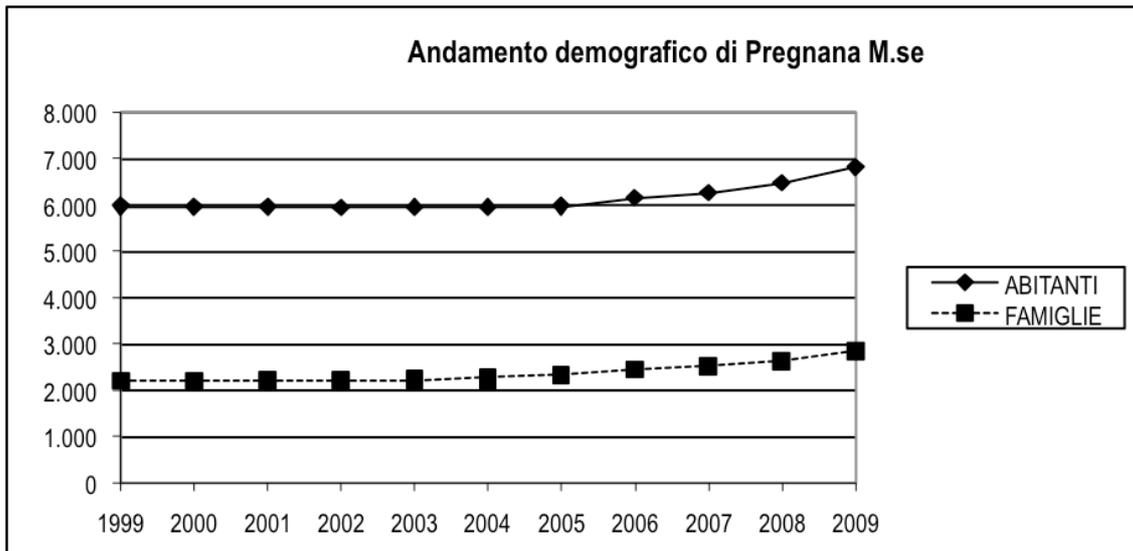
Fonte: Ufficio Anagrafe Comune – demo.istat.it

Come si può osservare nella tabella, nel decennio compreso tra il 1999 e il 2009 la popolazione di Pregnana Milanese è aumentata, con un saldo positivo complessivo del 13,7%, pari a 824 abitanti; al periodo di sostanziale stabilità compreso tra il 1998 e il 2005, è seguiti un forte incremento demografico, che dura tutt'ora.

Nel medesimo periodo anche il numero delle famiglie è aumentato, con un incidenza ancora maggiore, del 29,2%, pari a 646 nuclei.

Tale incremento è verosimilmente dovuto all'insediamento di famiglie di nuova formazione in larga parte provenienti da Milano e dal suo hinterland, che hanno trovato più comodo e conveniente, in termini soprattutto economici, cercare in Pregnana Milanese, comune ben collegato a Milano e con un'adeguata dotazione di servizi, la propria abitazione.

Il successivo grafico visualizza più immediatamente l'andamento demografico del Comune nel periodo considerato:



Un altro fattore da considerare è quello 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 Pregnana Milanese con quelli regionali e provinciali.

I dati demografici di riferimento più recenti sono quelli delle elaborazioni ISTAT al 1° gennaio 2009, 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 Pregnana Milanese risulta, anche se non di molto, più "giovane" rispetto alla Provincia e alla Regione; si deve ritenere pertanto che la disponibilità di spesa in Comune sia allineata, o di poco 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	7.799.254	80,0	1.943.422	20,0	9.742.676	4,01
Provincia di Milano	3.124.316	79,5	806.029	20,5	3.930.345	3,88
Comune di Pregnana M.se	5.311	81,9	1.170	18,1	6.481	4,54

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2009

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo “propensione al matrimonio”, risulta allineato alle medie regionale e provinciale.

	celibi nubili	% su totale	coniugati divorziati vedovi	% su totale	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	3.954.609	40,6	5.788.067	59,4	9.742.676	0,68
Provincia di Milano	1.599.872	40,7	2.330.473	59,3	3.930.345	0,69
Comune di Pregnana M.se	2.578	39,8	3.903	60,2	6.481	0,66

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2009

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 Pregnana Milanese, confrontiamo il dato comunale con le medie 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%
Pregnana Milanese	2.232	102	2.334	95,6%

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 Pregnana Milanese è nettamente superiore al valore mediamente registrato in Regione Lombardia mentre è di poco superiore a quello registrato in Provincia di Milano.

Nel complesso, per tutti i parametri considerati, si tratta di dati allineati o che si discostano di poco dai valori medi provinciali e regionali; pertanto, non appare

necessario procedere a una modifica 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.

A Pregnana Milanese risiedono 283 stranieri, pari al 4,37% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Pregnana Milanese	6.481	283	4,37%

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2009

La quota di popolazione straniera a Pregnana Milanese è di molto inferiore al valore mediamente registrato in Provincia di e in regione Lombardia, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente al 9,46% e al 9,29%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Milano	3.930.345	371.670	9,46%
Regione Lombardia	9.742.676	904.816	9,29%

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2008

La popolazione straniera residente a Pregnana Milanese risulta però in decisa crescita, come riassunto nella successiva tabella, che evidenzia come nel periodo considerato sia più che raddoppiata:

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	95	--	--
2004	138	+45,3%	+45,3%
2005	173	+25,4%	+82,1%
2006	162	-6,4%	+70,5%
2007	204	+25,9%	+114,7%
2008	248	+21,6%	+161,0%

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

Si tratta comunque di valori non elevati, corrispondenti a un numero limitato di nuclei familiari tali da non configurare in prima istanza una domanda concentrata, tale da giustificare socialmente e economicamente un'offerta di servizi di telefonia aggiuntiva rispetto a quella domestica.

4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

4.1 Evoluzione del sistema distributivo

Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Pregnana Milanese, 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 30.06.2009.

Le successive tabelle mostrano l'evoluzione del numero degli esercizi e delle relative superfici di vendita riferiti al Comune di Pregnana Milanese.

ALIMENTARI E MISTI

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	10	--	--
2004	10	--	--
2005	10	--	--
2006	10	--	--
2007	10	--	--
2008	10	--	--
2009	8	- 2	-20,0

Anno	Superficie vendita	Variazione superficie su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	677	--	--
2004	677	--	--
2005	677	--	--
2006	677	--	--
2007	677	--	--
2008	677	--	--
2009	612	-65	-9,6

NON ALIMENTARI

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	22	--	--
2004	22	--	--
2005	22	--	--
2006	22	--	--
2007	22	--	--
2008	22	--	--
2009	19	-3	-13,6

Anno	Superficie vendita	Variazione superficie su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	1.408	--	--
2004	1.408	--	--
2005	1.408	--	--
2006	1.408	--	--
2007	1.408	--	--
2008	1.408	--	--
2009	1.316	-92	-6,5

Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Commercio Regione Lombardia

Nel complesso del periodo considerato, il saldo è stato di - 5 attività, che corrispondono a una percentuale del -15,6%.

Anche per quanto riguarda le superfici di vendita, complessivamente il periodo considerato mostra una contrazione, seppure meno rilevante in termini percentuali rispetto a quella legata al numero di attività, in quanto evidentemente legata alla dismissione di attività di vicinato; in linea generale possiamo affermare che si tratta di un dato che evidenzia una crescita delle superfici medie delle attività commerciali, e quindi un miglioramento del livello qualitativo dell'offerta.

In definitiva, si può parlare di una situazione di sostanziale stabilità e tenuta della rete distributiva.

4.2 *Lo stato di fatto del sistema distributivo comunale*

Al momento attuale la rete di vendita di Pregnana Milanese è costituita da 29 esercizi per complessivi 2.350 mq. di vendita.

Il dato è diverso da quello precedentemente indicato ottenuto dalla Banca Dati Regionale in quanto nel conteggio non viene compresa l'attività di media struttura autorizzata presso un'industria che produce articoli per illuminazione, che effettua la vendita in un solo periodo dell'anno; sono invece ricomprese le superfici di vendita della farmacia e delle edicole (attività escluse dalla banca dati regionale) che abbinano ai prodotti farmaceutici ed editoriali la vendita di numerosi altri prodotti non alimentari (profumeria, cartolibreria); la superficie della media struttura specializzata nella vendita di prodotti di ferramenta è stata conteggiata nella misura di 465 mq (a fronte dei 198 mq indicati nella banca dati regionale); infine, si segnala che la media struttura di vendita alimentare risulta attualmente sospesa.

Di questi esercizi, 8 (per 612 mq) appartengono al settore alimentare e/o misto a prevalenza alimentare e 21 (per 1.738 mq di vendita) a quello non alimentare.

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	8	612 mq
Non alimentare	21	1.738 mq
Totale	29	2.350 mq

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 29 esercizi di Pregnana Milanese 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>sup.vendita</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>sup.vendita</u>
7	232	1	380	0	0

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>sup.vendita</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>sup.vendita</u>
19	923	2	815	0	0

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, sia in termini numerici che di superficie di vendita), 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 (in questo caso, le superfici appartenenti a punti di vendita misti saranno conteggiate per lo specifico settore alimentare o non alimentare, quindi nella tabella riguardante gli esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare non sono conteggiate le superfici di vendita non alimentari presenti nei negozi stessi; si segnala inoltre che, per le grandi strutture di vendita, sono comprese tutte le superfici autorizzate, anche se non attivate) nelle tre realtà territoriali.

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.690.453	27.321	355
Provincia di Milano	3.917.143	9.082	431
Pregnana Milanese	6.824	7	974

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.690.453	86.193	112
Provincia di Milano	3.917.143	34.399	114
Pregnana Milanese	6.824	19	359

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009; Comune di Pregnana M.sa

Per la dotazione di esercizi di vicinato si riscontra in Pregnana Milanese una dotazione di punti di vendita decisamente più bassa della media regionale e di quella provinciale sia per il settore alimentare, che per il settore non alimentare.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.690.453	1.175.461	121
Provincia di Milano	3.917.143	373.252	95
Pregnana Milanese	6.824	380	56

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.690.453	3.862.641	399
Provincia di Milano	3.917.143	1.378.453	352
Pregnana Milanese	6.824	815	119

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009; Comune di Pregnana M.sa

Anche la disponibilità di superfici di vendita appartenenti a medie strutture, conteggiata in termini di mq ogni 1.000 abitanti, risulta essere decisamente inferiore sia alla media provinciale e, in modo più marcato, a quella regionale, e questo sia per il settore alimentare che per quello non alimentare.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.690.453	827.627	85
Provincia di Milano	3.917.143	301.298	77
Pregnana Milanese	6.824	0	0

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.690.453	2.561.170	264
Provincia di Milano	3.917.143	1.078.950	275
Pregnana Milanese	6.824	0	0

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009; Comune di Pregnana M.sa

L'assenza di grandi strutture di vendita nel Comune di Pregnana, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare, non permette di effettuare utili comparazioni con la dotazione di superfici regionale e provinciale.

Sicuramente, dai dati sopra considerati, emerge una forte sottodotazione, in termini quantitativi, della rete di vendita di Pregnana Milanese, da non sottovalutare considerato che la carenza di attività di vicinato non è compensata dalla presenza di importanti medie o di grandi strutture di vendita, come avviene in altre realtà.

Per quanto riguarda la distribuzione territoriale della rete di vendita, tutti gli esercizi si inseriscono nella parte di territorio compresa tra i due rami ferroviari; nelle zone industriali non sono presenti esercizi commerciali effettivamente operanti.

4.3 *Rapporto tra domanda ed offerta*

I dati di riferimento per il calcolo del rapporto tra domanda ed offerta 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 1 – Milano, di cui Pregnana Milanese era parte.

La spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrisponde rispettivamente a 1.854,57 euro e a 1.578,74 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 23,429 milioni di euro, di cui 12,656 milioni di euro per il settore alimentare e 10,773 milioni di euro per il settore non alimentare.

Mercato teorico

Settore alimentare	1.854,57 euro x 6.824 abitanti =	12,656 milioni di euro
Settore non alimentare	1.578,74 euro x 6.824 abitanti =	10,773 milioni di euro
Domanda totale		23,429 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	2.220,76	2.375,70	4.957,99	6.300,77	7.850,14
Non alim.	877,98	929,62	1.704,31	2.375,70	3.305,32

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 tutte le medie strutture 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 2,986 milioni di euro, di cui 1,418 milioni di euro per il settore alimentare e 1,568 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito:

Settore alimentare		
Vicinato	2.220,76 euro x 232 mq. =	0,515 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq) *	2.375,70 euro x 380 mq. =	0,903 milioni di euro
Totale alimentare		1,418 milioni di euro
Settore non alimentare		
Vicinato	877,98 euro x 923 mq. =	0,810 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq) *	929,62 euro x 815 mq. =	0,758 milioni di euro
Totale non alimentare		1,568 milioni di euro
Totale		2,986 milioni di euro

* per il vicinato e la media struttura "mista" (peraltro attualmente sospesa) le superfici appartenenti ai due settori merceologici sono state conteggiate interamente nel settore alimentare, che propone la soglia di produttività più elevata.

Complessivamente, l'offerta è meno del 15% rispetto alla domanda generata dai consumatori residenti del solo Comune di Pregnana Milanese; la situazione cambia solo marginalmente considerando separatamente i due settori merceologici, infatti per il settore alimentare l'offerta rappresenta poco più dell'11% della domanda espressa dai consumatori residenti, mentre per il settore non alimentare la quota percentuale sale al 14,5%.

Appare evidente che i residenti di Pregnana Milanese evadono dalla rete distributiva del Comune per completare i propri acquisti, e questo soprattutto per il settore alimentare; la rete di vendita comunale è costituita infatti da esercizi di vicinato e da un'unica media struttura di piccole dimensioni (che attualmente ha sospeso l'attività), e quindi in Comune non sono presenti punti di vendita che possano fornire una risposta adeguata alle esigenze di acquisto dei residenti.

Appare pertanto necessario ed opportuno migliorare il servizio offerto ai consumatori, anche per limitare e recuperare le evasioni; per fare ciò, si dovrà modernizzare il sistema distributivo comunale, attraverso la realizzazione in Pregnana Milanese di strutture di vendita della moderna distribuzione organizzata "miste" (alimentari e non alimentari); questa tipologia di attività permetterà ai consumatori presenti in Comune di accedere ad un'offerta più completa ed articolata, non solo per l'assortimento delle referenze, ma anche per la gamma dei prezzi; è infatti caratteristica dei punti di vendita "moderni" affiancare ai prodotti "di marca" le cosiddette "private label" e gli articoli "primo prezzo".

4.4 *Centri di telefonia in sede fissa presenti sul territorio*

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

4.5 *Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio*

In Comune di Pregnana Milanese sono presenti 3 impianti di distribuzione al pubblico di carburanti per autotrazione:

Total Italia S.p.A.	via per Cornaredo
Shell	via Marconi, 36
Tamoil Petroli S.p.A.	via Giovanni XXIII, 12

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).

Pregnana Milanese è un Comune della Provincia di Milano, situato a pochi km ad ovest del capoluogo, in corrispondenza del tracciato dell'Autostrada Venezia-Milano-Torino.

il territorio Comunale è attraversato per intero dalle linee ferroviarie Milano-Varese e Milano-Novara, barriere che di fatto separano l'abitato del Comune, posto in posizione baricentrica nel territorio, dalle zone industriali, localizzate oltre tali barriere.

La rete commerciale di Pregnana Milanese, risulta penalizzata dalla situazione di “isolamento” dell'abitato del Comune dalle principali vie di comunicazione, che non hanno permesso alle sue attività di contare su apporti da parte di residenti in altre località, anche se occupati in aziende di Pregnana Milanese; a questa situazione si è aggiunta, in tempi più recenti, la concorrenza delle attività commerciali più moderne ed attrattive, e soprattutto di maggiori dimensioni localizzate nei Comuni limitrofi, a partire da Rho e a tutto il sistema commerciale localizzato lungo l'asse della S.S. 33 del Sempione e il sistema tangenziale di Milano.

Il rapporto domanda – offerta evidenzia una situazione di forte carenza dell'offerta presente in rapporto al valore della spesa potenziale del bacino d'utenza rappresentato dai soli residenti di Pregnana Milanese.

La rete distributiva risulta pertanto sottodimensionata rispetto alle dimensioni demografiche del Comune, e questo benchè il territorio di Pregnana Milanese, grazie a una situazione infrastrutturale ottimale (vicinanza a Milano e al sistema autostradale e ferroviario), si sia proposto, nel periodo di maggior sviluppo industriale della metà del secolo scorso come sede di attività industriali di rilevanza nazionale e internazionale, in parte tutt'ora presenti e in parte dismesse o in corso di dismissione (tra le prime citiamo la Artemide S.p.A., il Centro Ricambi Citroen, tra le altre la Bull, ora Eutelia, e il deposito Agip).

Questo sviluppo (e declino) delle attività produttive non ha tuttavia avuto riflessi sullo sviluppo del nucleo residenziale e delle attività commerciali inserite nello stesso, verosimilmente a causa della rigida separazione dell'abitato dalle zone industriali. Il commercio ambulante, che propone un mercato di dimensioni significative, con una presenza importante di vendita di prodotti alimentari, può sopperire solo in parte a questa carenza.

Atteso che la rete di vendita presente in Pregnana Milanese appare quindi assolutamente sottodimensionata in rapporto al numero di abitanti del Comune, 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 6.000 del 2005 agli oltre 6.800 attuali, e che recentemente vi sono stati aumenti delle convergenze da parte di residenti in altri Comuni, in corrispondenza dell'apertura della stazione ferroviaria appunto di Pregnana Milanese, situata sulla linea S6 (Novara-Pioltello) del sistema ferroviario del Passante Regionale.

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, che 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.

Per entrambi i settori le medie strutture, alimentari e non alimentari potranno generalmente esprimersi al massimo su una superficie di vendita di 400 mq., al fine di non creare problemi di carattere viabilistico.

Per quanto riguarda attività di dimensioni maggiori, per il settore alimentare, riteniamo che debba essere confermata, quale unica localizzazione potenziale per l'inserimento di una media struttura di vendita di ampie dimensioni (fino al limite massimo di 1.500 mq previsto per questo tipo di strutture), l'ambito di nuova edificazione situato a ridosso della Stazione Ferroviaria di Pregnana Milanese, posto immediatamente a ridosso dell'abitato addensato, interessato anche da interventi residenziali, dalle convergenze di consumatori provenienti da altri Comuni e comunque dotato di ampie aree a parcheggio (che peraltro vedono un

periodo di basso utilizzo da parte dell'utenza pendolare, nella giornata di sabato, in corrispondenza del momento di maggior utilizzo commerciale).

Per quanto riguarda le medie strutture di vendita non alimentari, riteniamo possano essere ammesse, se di dimensioni superiori ai 400 mq di vendita, unicamente all'esterno del nucleo urbano consolidato, e in particolare all'interno di quegli ambiti di trasformazione dove la funzione produttiva risulta dismessa, 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 Pregnana Milanese non sono presenti attività di questo tipo; il peso percentuale della popolazione straniera residente in Pregnana Milanese, pari a 4,37%, è molto inferiore rispetto al dato Provinciale (9,46%) e Regionale (9,29%), nonostante si debba segnalare che, nel corso dell'ultimo quinquennio, il numero di residenti stranieri sia costantemente aumentato, di fatto ben più che raddoppiando.

In tale situazione l'ipotesi di sviluppo corretta sembra poter essere quella che, nell'ambito della programmazione urbanistica comunale, escluda l'insediamento di nuove attività di telefonia in sede fissa, considerato che, dal punto di vista socio economiche la domanda di tale servizio appare, come già segnalato, estremamente limitata.

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 ulteriori localizzazioni possibili per tali attività, privilegiando sicuramente gli ambiti oggetto di interventi complessi di ristrutturazione e riqualificazione esterne all'abitato consolidato, dove potranno realizzarsi sicuramente essere assicurate adeguate condizioni viabilistiche e di 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

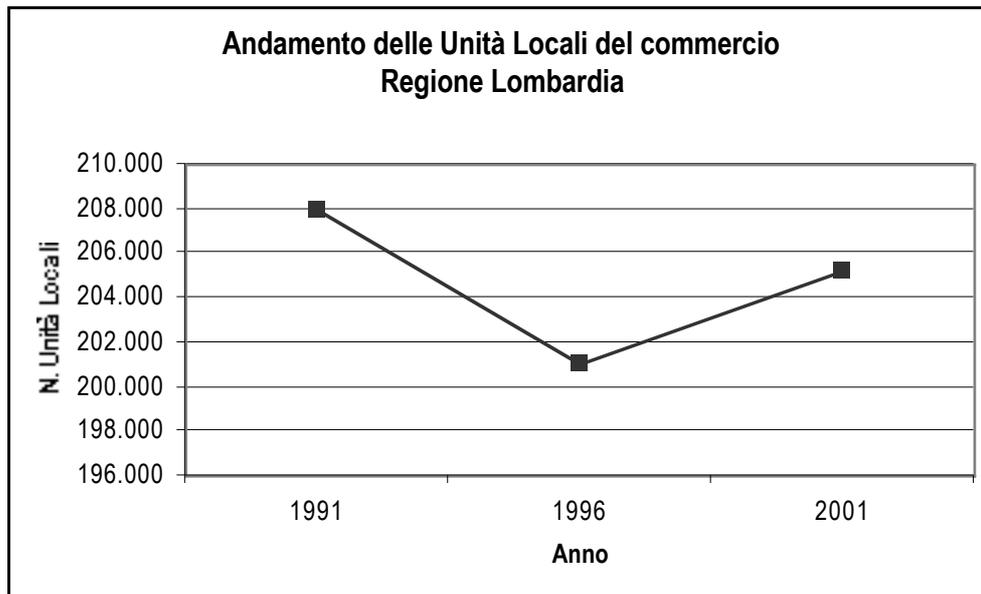
Nella prima parte degli anni '90 la rete del commercio al minuto ha conosciuto un processo di ridimensionamento quantitativo, più noto sotto il nome di “crisi del commercio”, con particolare riferimento al commercio cosiddetto tradizionale, ovvero alle attività di piccole dimensioni, distinte quindi 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



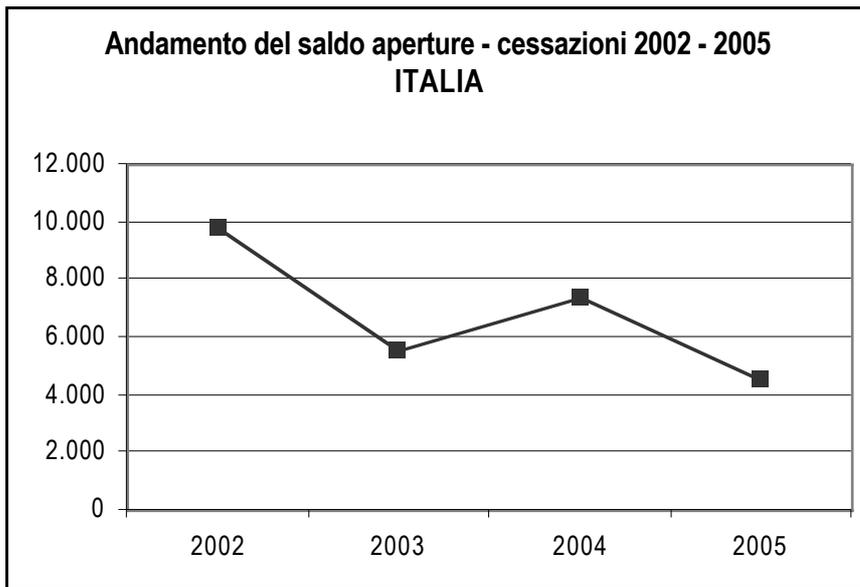
Nei primi anni del 2000 il saldo tra nuove imprese e cessazioni d'attività, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, è tornato su valori positivi, sia in Italia sia in Lombardia.

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

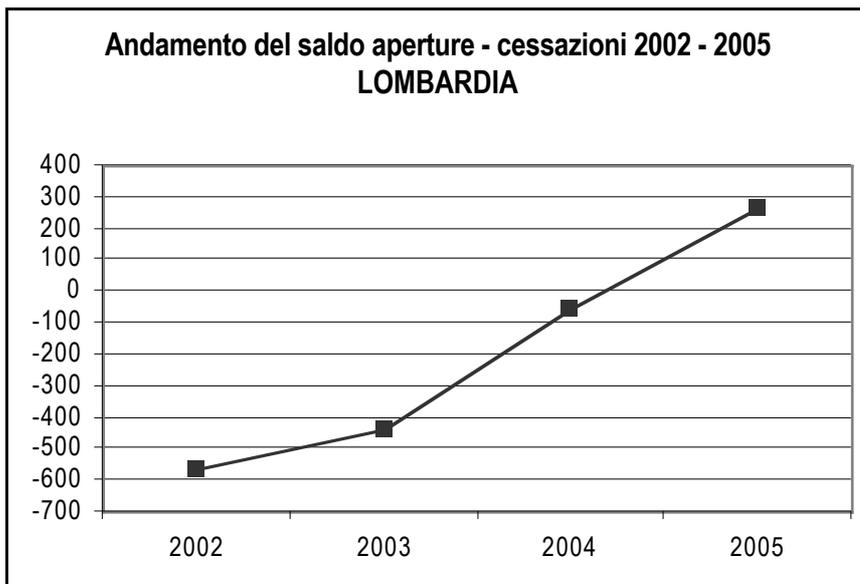
Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



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 Pregnana Milanese ci riferiremo ai valori indicati per la ex Unità Territoriale 1 – Milano, 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.