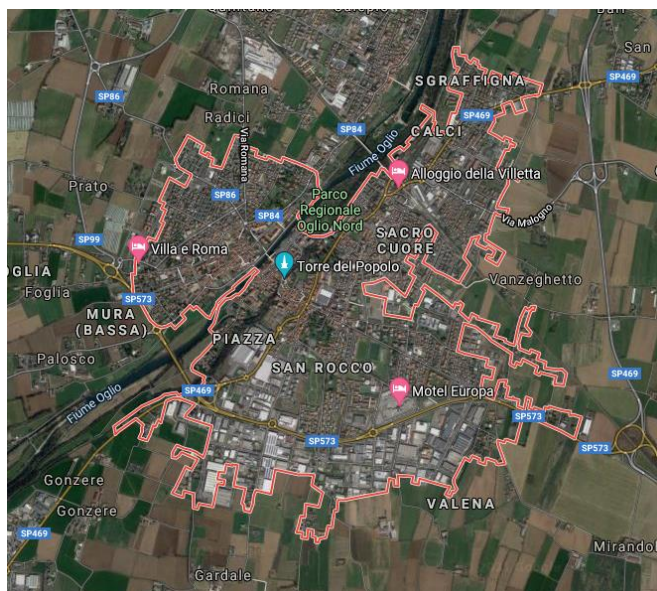




COMUNE DI PALAZZOLO sull' Oglio
(Provincia di Brescia)



**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

RELAZIONE TECNICA

D.lgs 114/98 – articolo 8

Dgr 6024/2007

Dgr 1193/2013

Aprile 2021



INQUADRAMENTO NORMATIVO

LA PROGRAMMAZIONE URBANISTICO-COMMERCIALE

La disciplina del commercio varata con il D.lgs 31/3/1998 n. 114 ha stabilito alcuni punti fermi per disciplinare l'insediamento delle attività commerciali nei territori comunali.

L'articolo 6 di quel provvedimento, infatti, stabilisce che "...le regioni fissano i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici comunali individuino le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio ed i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali nei centri storici...".

Regione Lombardia ha poi adempiuto alle proprie competenze, attraverso la l.r.14/1999 ed una serie di delibere di Giunta Regionale, alcune delle quali tuttora vigenti, in particolare la D.C.R. 13/3/2007 n. 352 e la d.g.r. 21/11/2007 n. 5913. In tali provvedimenti si precisano contenuti e modalità della programmazione urbanistico-commerciale, da attuarsi attraverso i PGT (piani di governo del territorio).

La programmazione urbanistico-commerciale acquista tuttavia la sua valenza decisiva con il D.lgs 59/2010, comunemente denominato Direttiva Bolkestein, in forza del quale "...l'accesso e l'esercizio delle attività economiche e dei servizi costituiscono espressione della libertà di iniziativa economica e non possono essere sottoposti a limitazioni non giustificate o discriminatorie.." (articolo 10) e sono vietati "...l'applicazione caso per caso di una verifica di natura economica che subordina il rilascio del titolo autorizzatorio alla prova dell'esistenza di un bisogno economico o di una domanda di mercati o alla valutazione degli effetti economici potenziali effettivi dell'attività" (articolo 11). Tale divieto non concerne i requisiti di programmazione che non perseguono obiettivi economici, ma che sono dettati da motivi imperativi di interesse generale quali "...l'ordine e la sicurezza pubblica, la sanità pubblica, la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano..." (articolo 8).

Con il successivo D.L. 24/1/2012 n. 1 vengono abrogate le norme che prevedono limiti numerici, autorizzazioni, nulla osta o preventivi atti di assenso per l'avvio di un'attività economica non giustificati da un interesse generale e le tutte le norme che pongono divieti e restrizioni alle attività economiche non adeguati e non proporzionati alle finalità pubbliche perseguite e si fa obbligo ai Comuni, Province e Regioni di adeguamento a questi principi e queste regole entro il 31/12/2012, fermi restando i poteri sostitutivi dello Stato.

La possibilità, o la non possibilità di insediamento delle attività commerciali, dunque, è interamente affidata al PGT, ed alla sua pianificazione attuativa, essendo decaduti tutti gli altri vincoli o contingenti caratterizzati da valutazioni di ordine commerciale, concorrenziale ed economico.

Sulla base del D.lgs 59/2010 lo Stato e, nello specifico, Regione Lombardia, provvedono ad adeguare la normativa commerciale, in particolare il D.lgs 114/98, la L.r. 6/2010 e ad emanare una nuova d.g.r. 1193/2013.

Nello specifico la d.g.r. 1193/2013, di fatto, fa obbligo ai comuni di procedere all'adeguamento dei propri strumenti di pianificazione del territorio in base alle nuove disposizioni normative, prevedendo che, in caso di mancata classificazione delle tipologie commerciali secondo la disciplina vigente, sia ammessa esclusivamente la localizzazione di esercizi di vicinato (negozi inferiori ai 150 mq nei Comuni con meno di 10.000 abitanti ed a 250 mq negli altri Comuni).

Per quanto attiene le medie strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita fino a 1.500 mq nei comuni con meno di 10.000 abitanti ed a 2.500 mq negli altri comuni) vanno individuate in modo preciso le zone urbanistiche in cui ne è ammesso l'insediamento ed ai fini della loro autorizzabilità i comuni debbono altresì procedere a dotarsi di appositi "criteri", come prescritto dalla d.g.r. 6024/2007 e s.m.i. ed in coerenza con le indicazioni del PGT.

Infine per le grandi strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita superiore a 1.500 mq nei comuni con meno di 10.000 abitanti e 2.500 mq negli altri comuni) le previsioni insediative debbono essere "puntuali" e supportate da appositi studi di impatto a carattere ambientale e viabilistico. Per questa tipologia la procedura autorizzativa avviene mediante una conferenza di servizi (articolo 9 del D.lgs 114/98) che deve

coinvolgere Regione e Provincia (con diritto di voto), oltre ai Comuni contermini (con pareri consultivi).

In funzione della liberalizzazione insediativa attuata dal D.lgs 59/2010, la l.r. 2/2/2010 n. 6 e s.m.i., all'articolo 4 e 4 bis, accorda ai comuni la possibilità di stabilire, in sede di PGT o con apposito atto di programmazione commerciale, avente durata quadriennale, particolari criteri autorizzativi nelle zone storico monumentali dei centri urbani, procedendo all'individuazione delle attività non compatibili anche all'interno delle specifiche tipologie (esercizi di vicinato, pubblici esercizi, artigianato di servizio, ecc.) con divieto di insediamento. La presente relazione si propone di analizzare la situazione in atto nella rete comunale del commercio al dettaglio e della sua evoluzione con la finalità di definire un quadro d'insieme, con le proprie precipue caratteristiche fondamentali e con le linee di sviluppo. I valori di riferimento inerenti la consistenza distributiva presente sul territorio comunale sono ripartiti per settore merceologico e per tipologia ex D.Lgs. 114/1998: la fonte di riferimento è costituita dalle anagrafiche delle autorizzazioni riportate nell'Osservatorio per il commercio istituito e gestito dalla Regione Lombardia. I dati sono stati inoltre aggiornati al 2019 direttamente dall'Ufficio Commercio del Comune che ha effettuato un controllo e una sistematizzazione degli stessi, sia per gli esercizi al dettaglio che per le medie strutture di vendita.

LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Secondo l'articolo 4, comma 1, lettera e) del D.lgs 114/98 per media struttura di vendita (d'ora in poi MSV) si intende un esercizio avente superficie di vendita superiore a 150 mq e fino a 1.500 mq nei Comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e superiore a 250 mq e fino a 2.500 mq nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

La MSV può assumere anche la tipologia di "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. La superficie di vendita del "centro commerciale" è data dalla somma della superficie di vendita dei singoli esercizi, che non deve essere superiore a 1.500 (Comuni con meno di 10.000 abitanti) o 2.500 mq (Comuni con più di 10.000 abitanti).

Le MSV devono essere autorizzate dal Comune in cui le stesse hanno sede.

Il Comune deve adottare (anche con delibera di Giunta) un provvedimento denominato "criteri per il rilascio delle autorizzazioni delle MSV" e definire, anche nello stesso provvedimento, le "norme del procedimento" concernente le domande di MSV (articolo 8 - D.lgs 114/98).

Le indicazioni regionali attinenti tali criteri sono state definite con d.g.r. 5/12/2007 n. 6024 e s.m.i. Le aree e gli immobili nei quali possono insediarsi le MSV sono individuate nel Piano di Governo del Territorio (PGT) e l'ammissibilità deve essere indicata con l'esplicita classificazione tipologica.

I "criteri" definiscono invece le modalità attuative con cui le MSV possono insediarsi, le verifiche di impatto che si ritengono eventualmente necessarie (viabilità, occupazione, ambiente, ecc.) e le caratteristiche del procedimento, stabilendo il termine entro il quale le istanze si intendono accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, termine comunque non superiore a 90 giorni (art. 8 – D.lgs 114/98).

In tale provvedimento vanno inoltre definite le condizioni per le quali più MSV adiacenti configurano l'ipotesi di centro commerciale, generando quindi una grande struttura di vendita (GSV).

IL PROGRAMMA PLURIENNALE REGIONALE

Con la D.C.R. 215/2006 Regione Lombardia ha definito il programma per lo sviluppo del settore commerciale, tuttora vigente ed efficace. In tale provvedimento, tra l'altro, si definiscono i criteri di sviluppo articolati per tipologie commerciali e per ambiti territoriali.

Alle medie strutture di vendita è dedicato uno specifico paragrafo nel quale si afferma che "...la rete della medie distribuzione rappresenta una componente essenziale per l'equilibrio della distribuzione commerciale nel territorio regionale. Lo sviluppo di questa tipologia deve trovare uno spazio adeguato nelle aree urbane lombarde, per fornire ai consumatori un'offerta articolata nella gamma, contenuta nei prezzi e ampiamente distribuita nel territorio....".

Gli indirizzi generali per tale sviluppo sono i seguenti:

- Preferenza degli interventi di ammodernamento e razionalizzazione della rete distributiva esistente rispetto alle nuove aperture;
- In caso di nuove aperture le stesse devono essere giustificate dalla necessità di garantire un servizio al consumatore in zone del territorio Comunale in cui la domanda non risulta soddisfatta dalla rete distributiva esistente, anche fornendo alcuni parametri di corrispondenza tra domanda e offerta in termini di domanda non soddisfatta;
- In caso di nuove aperture le richieste di autorizzazione devono essere assoggettate a verifica preventiva che certifichi che le aree oggetto di richiesta di autorizzazione il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;
- Possibilità di prevedere limiti quantitativi di sviluppo delle medie strutture per i Comuni montani e le zone meno densamente abitate della pianura in relazione alla particolare connotazione territoriale e socio-economica del contesto di riferimento;
- Possibilità di stabilire limiti dimensionali per le medie strutture in misura correlata alla domanda esistente nell'area di attrazione dell'insediamento;
- Priorità nella localizzazione delle medie strutture a quelle previste in aree urbane dimesse – previa certificazione relativa che comprovi il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale – o sottoutilizzate od oggetto di progetti di riqualificazione commerciale;
- Valutazione delle domande, da parte dei Comuni, avvalendosi di criteri e parametri socio-economici identificati, di intesa con la Regione, sulla base degli indirizzi di cui al presente Programma;

- Contenimento della presenza di medie strutture su aree già destinate a grandi strutture di vendita e lasciate libere da rilocalizzazioni e da trasferimenti in uscita;
- Adozione di procedure autorizzative specifiche per le medie strutture inserite in interventi di programmazione negoziata, fino a prevedere la modalità della conferenza di servizi nel caso in cui la sommatoria delle superfici delle medie strutture previste equivalga o superi quella di una GSV.

Per quanto attiene alle indicazioni territoriali, la DCR 215/2006 colloca Palazzolo Sull'Oglio nell'**ambito commerciale metropolitano**, con i seguenti indirizzi programmatori:

- Riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;
- Forte disincentivo alla apertura e 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 di concentrazione 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.

RELAZIONE TECNICA

LA SITUAZIONE TERRITORIALE DI PALAZZOLO SULL'OGLIO

Ricognizione sulla struttura distributiva esistente

La rete commerciale di Palazzolo sull'Oglio in essere è stata rappresentata in un quadro sintetico derivante dall'analisi dei dati rilevati al giugno 2020 e, allo stesso tempo, si è delineata l'evoluzione che ha caratterizzato il settore in un arco temporale quinquennale con riferimento specifico agli anni 2015-2020, anche in correlazione con l'andamento demografico.

Gli esercizi commerciali sono stati classificati in base alla merceologia alimentare e non alimentare, definita secondo il criterio della prevalenza delle superfici di vendita.

Le attività commerciali al dettaglio del Comune sono attualmente 232, delle quali 64 sono alimentari e 168 non alimentari. Se si osserva la composizione percentuale, il 27,59% dei punti vendita appartenente al settore alimentare, mentre il 72,41% ai non alimentari.

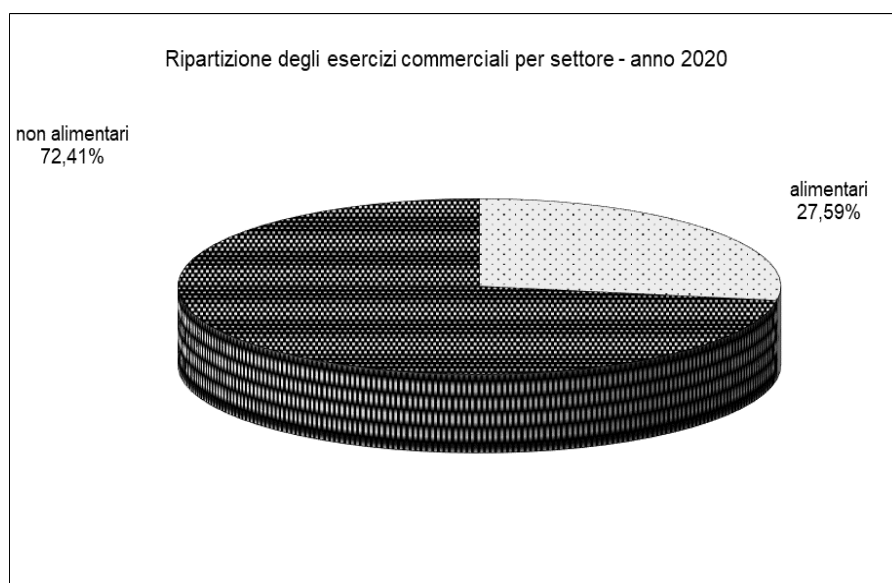


Grafico 1: ripartizione % degli esercizi commerciali per settore anno 2020

L'evoluzione della rete distributiva in sede fissa nell'arco di tempo 2015-2020, mette in luce una diminuzione dell'offerta, dato che i negozi passano dai 266 del 2015 ai 232 del 2020.

Tabella 1: evoluzione del numero degli esercizi commerciali

	2015	2020
ALIMENTARI	58	64
NON ALIMENTARI	208	168
TOTALE	266	232

A livello di incidenza percentuale tra settori, il comparto alimentare ha assunto via via maggiore importanza nel tessuto commerciale comunale, come meglio evidenziato nel grafico che segue.

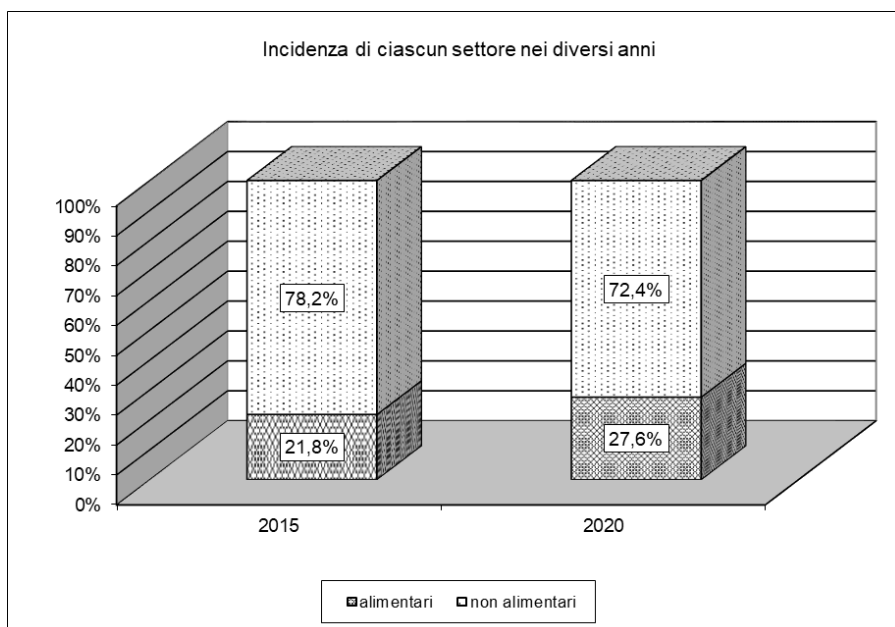
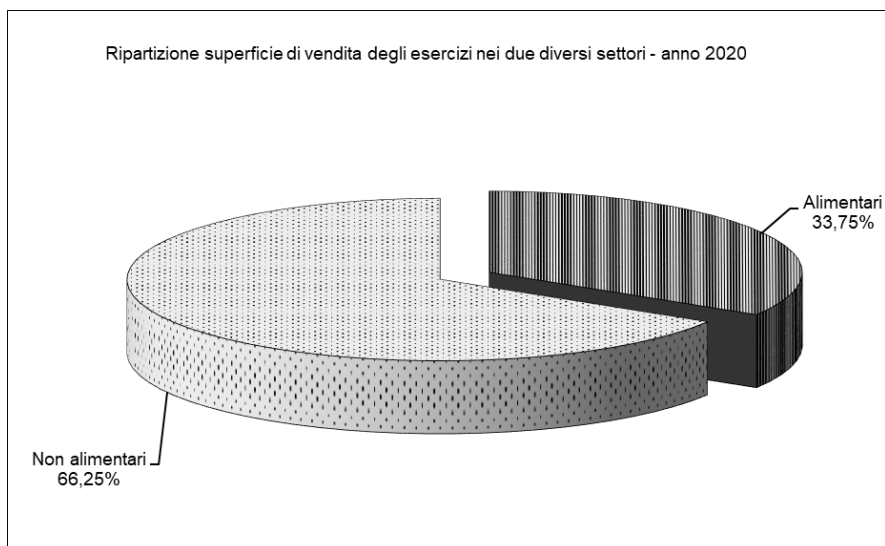


Grafico 2: incidenza di ciascun settore nel 2015 e nel 2020

Altre caratteristiche della rete commerciale sono importanti per poter valutare l'offerta distributiva: accanto al numero degli esercizi, infatti, va considerata la superficie di vendita occupata globalmente e quella dei due diversi settori.

Attualmente la superficie di vendita totale dei negozi operanti nel Comune è di 50.219 mq, ripartita fra i 16.947 mq del settore alimentare e i 33.272 mq di quello non alimentare.

In termini percentuali, gli esercizi alimentari coprono quasi il 34% del totale, mentre a quelli non alimentari spetta quasi il 66%.



Dal raffronto della situazione attuale con quella passata, si evidenzia che dal 2015 al 2020 il settore commercio è stato caratterizzato da una contrazione della superficie di vendita totale. Tale valore passa infatti dai 56.303 mq del 2015 ai 50.219 mq del 2020.

	2015	2020
ALIMENTARI	19.108	16.947
NON ALIMENTARI	37.195	33.272
TOTALE	56.303	50.219

Tabella 2: Superficie di vendita in mq ed evoluzione nel decennio

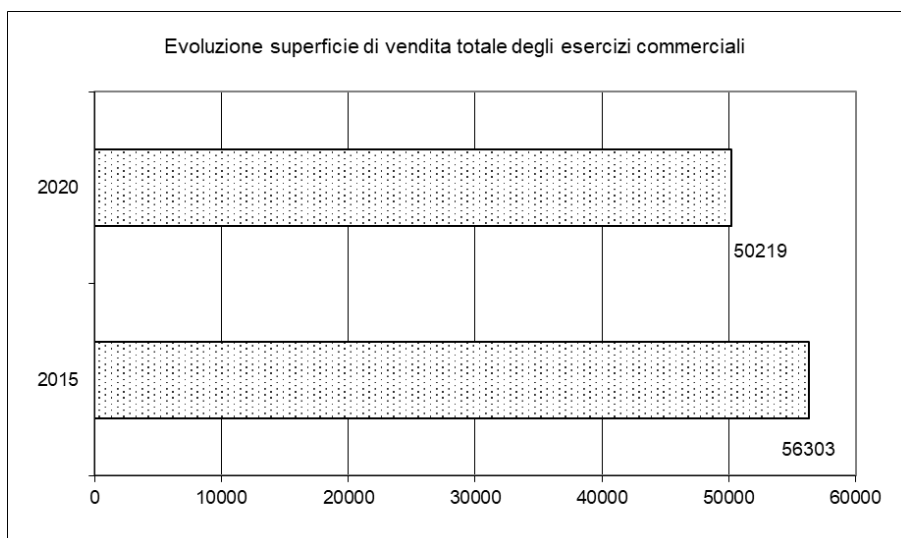


Grafico 4: evoluzione superficie di vendita totale

Le superfici dei due settori merceologici presentano un andamento analogo.

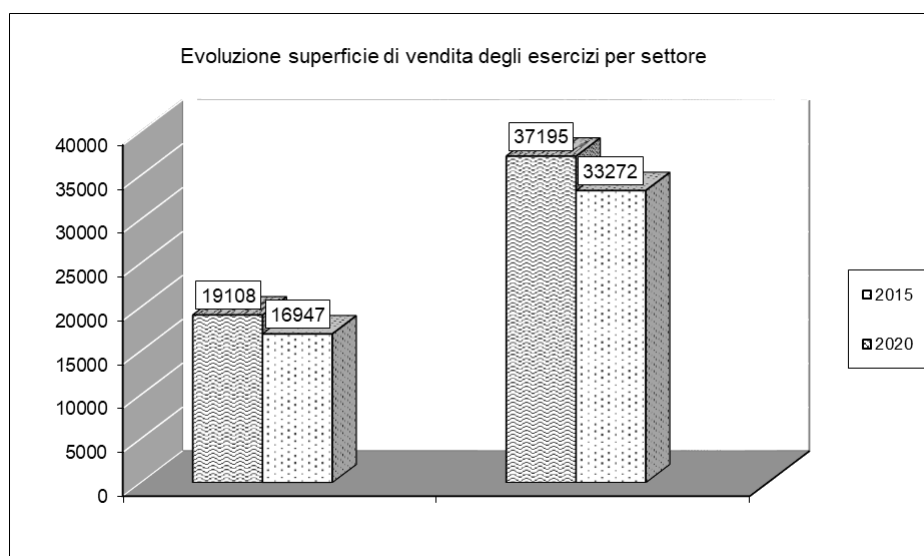


Grafico 4: evoluzione superficie di vendita degli esercizi per settore

La superficie media complessiva degli esercizi commerciali del Comune dal 2015 ad oggi è diminuita, da 211 mq del 2015, a 216 mq nel 2020.

I dati riferiti alla **densità commerciale del territorio comunale** (ovvero al rapporto fra il numero degli abitanti e gli esercizi disponibili), mostrano una variazione negativa, sia a livello totale che settoriale, fra il 2005 e il 2015: da 93 abitanti per esercizio nel 2005 a 115 nel 2015, con una riduzione in termini di servizio, determinata anche dalla crescita demografica del periodo.

Densità per esercizio commerciale	2015	2020
Abitanti per esercizio alimentare	524	549
Abitanti per esercizio non alimentare	112	145
Abitanti per esercizio (complessivo)	93	115

Tabella 3: Densità commerciale abitanti per esercizio commerciale

Un ulteriore elemento significativo di misurazione della densità commerciale è quello riferito al rapporto mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti.

Densità mq	2015	2020
Superficie alimentare x 1000 abitanti	941	834
Superficie non alimentare x 1000 abitanti	1.831	1.662
Superficie totale x 1000 abitanti	2.771	2.496

Tabella 4: mq. di superficie di vendita per 1000 abitanti

Dal raffronto dei valori odierni con quelli del 2015, si rileva che la dotazione commerciale complessiva in termini di superficie ogni mille abitanti si riduce passando da 2.771 a 2.496.

La contrazione della quantità di servizio commerciale a disposizione dei residenti è dovuta interamente alla tipologie degli esercizi di vicinato, per entrambi i settori, alimentare e non alimentare, mentre l'area di vendita delle medie strutture cresce e restano stabili i valori di riferimento delle grandi strutture di vendita-centri commerciali.

Altro elemento di valutazione è costituito dal raffronto con le situazioni territoriali più ampie: zona omogenea, Provincia e Regione, dal quale emergono valori di densità commerciale più significativi, determinati in buona parte dalla presenza delle strutture di grande distribuzione di vendita.

Densità mq.	Palazzolo	Zona omogenea	Provincia Brescia	Regione Lombardia
Superficie alimentare x 1000 abitanti	834	588	498	396
Superficie non alimentare x 1000 abitanti	1.662	1.428	1.398	1.245
Superficie totale x 1000 abitanti	2.498	2.016	1.896	1.641

Tabella 5: raffronto tra diverse realtà territoriali

Classificazione della rete distributiva ai sensi del D.lgs 114/98

La rete commerciale di Palazzolo sull'Oglio è stata ripartita, ai sensi del D.Lgs. 114/1998, in:

- esercizi di vicinato (EV), con superficie di vendita fino a 250 mq;
- medie strutture di vendita (MSV), con superficie di vendita compresa tra 250 e 2.500 mq;
- grandi strutture di vendita (GSV), i negozi che superano la soglia dei 2.500 mq.

Sulla base di questi criteri si rileva la seguente distribuzione commerciale:

- 213 EV (pari al 91,8% del totale);
- 17 MSV (pari al 7,3% del totale);
- 2 GSV (pari allo 0,9 del totale).

Dei 213 esercizi di vicinato, 55 (il 25,8%) fanno capo del settore alimentare, mentre i restanti 158 (il 74,2%) appartengono al settore non alimentare.

La situazione riepilogativa è la seguente:

	alimentari		Non alimentari		Totale	
	n°	mq	n°	mq	N°	mq
EV	55	2.953	158	12.392	213	15.345
MSV	7	4.534	10	10.712	17	15.246
GSV	2	9.460	0	10.168	2	19.628
TOTALE	64	16.947	168	33.272	232	50.219

Tabella 6: rete commerciale del Comune

Se si analizzano i dati sotto il profilo della superficie di vendita, lo spazio occupato dalle medie strutture di vendita è di mq. 15.246, pari al 30,3% del totale. L'incidenza percentuale della superficie di vendita degli esercizi di vicinato è pari al 30,6% e quella delle grandi strutture è pari al restante al 39,1%.

La specificità delle medie struttura di vendita

La situazione odierna vede la presenza nel territorio comunale di 17 unità della media distribuzione, suddivisa tra 7 facenti capo al settore alimentare e 10 a quello non alimentare.

Sotto il profilo dimensionale la superficie di vendita occupata da tale tipologia è pari a mq. 15.246, dei quali mq 4.534 riservati alla vendita di prodotti alimentari.

Si tratta di una incidenza sul settore del commerciale al dettaglio pari al 7,32% come unità di vendita, ed al 30,36% come superficie di vendita. Assumendo quest'ultimo come termine di raffronto fra le diverse tipologie si registra un'equilibrata articolazione della rete commerciale locale: 30,56% come esercizi di vicinato e 39,08% per le grandi strutture di vendita. Va precisato che entrambe le grandi strutture di vendita presenti nel territorio comunale annoverano al proprio interno altre 7 medie strutture di vendita, tutte del settore non alimentare.

Confrontando i valori di densità commerciale delle medie strutture di vendita (mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti) del territorio comunale con quelli dei contesti territoriali di riferimento (zona omogenea, provincia di Brescia, Regione Lombardia) si ricava la seguente situazione:

Densità mq.	Palazzolo	Zona omogenea	Provincia Brescia	Regione Lombardia
Superficie alimentare x 1000 abitanti	224	276	203	155
Superficie non alimentare x 1000 abitanti	551	570	493	420
Superficie totale x 1000 abitanti	775	846	696	575

Tabella 6: raffronto tra le densità commerciali delle diverse aree geografiche

Come si può vedere la dotazione di servizio in termini di superficie di vendita appare più contenuta su scala sovracomunale, mentre è allineata sui valori provinciali e più significativa sul livello regionale. La situazione è analoga per entrambi i settori, alimentare e non alimentare.

Dal punto di vista del trend evolutivo dell'ultimo decennio, le medie strutture di vendita rappresentano l'unico elemento di

dinamicità: si passa dalle 12 unità del 2010 alle attuali 15, e l'area di vendita occupata dalla media distribuzione cresce di 4.443 mq, passando da 10.803 a mq 15.246. Tale crescita compensa la riduzione dell'area di vendita avvenuta nel segmento degli esercizi di vicinato (- 2.729 mq; da 18.074 mq a 15.345 mq), e consente al commercio al dettaglio complessivamente considerato di presentare un saldo positivo di mq 1.714 (da mq 48.305 a mq 50.219). Stabile la presenza della grande distribuzione: mq 19.628 a fronte di mq 19.428.

La localizzazione territoriale delle medie strutture di vendita vede una elevata concentrazione delle stesse sull'asse di Viale Europa, qui sono infatti ubicate 10 delle 17 medie strutture di vendita, che si affiancano alle due grandi strutture di vendita-centri commerciali che, a loro volta, contengono altre 7 medie strutture di vendita.

Gli altri punti vendita hanno una dislocazione puntiforme, non connotata da particolari funzioni aggregative commerciali, ma organizzata in funzione di presidio territoriale.

IL RAPPORTO DOMANDA OFFERTA

Premesso che non sono disponibili studi analitici sui comportamenti d'acquisto delle famiglie e di conseguenza sulle gravitazioni commerciali da e per il Comune di Palazzolo sull'Oglio, l'analisi di tale aspetto all'interno delle indagini preliminari previste per la definizione e redazione del presente provvedimento verrà condotta in via indiretta: si utilizzerà quindi la ricognizione sull'offerta commerciale locale, contenuta nei paragrafi precedenti, insieme ad alcuni valori di riferimento indicati dalla Regione Lombardia attinenti alla produttività stimata delle diverse tipologie commerciali e l'unità territoriale di ubicazione.

In un quadro di sintesi è possibile raffrontare i valori di consumo dei residenti ricavabili dall'Osservatorio Regionale sul Commercio (2.477 euro annui pro-capite per gli alimentari e 3.290 euro non alimentari) con i dati dimensionali della rete di vendita ed i relativi indici di produttività: da ciò si deduce che l'evasione di spesa fuori dal territorio comunale (il valore degli acquisti di beni commercializzati effettuato in strutture commerciali fuori dal territorio comunale) è inesistente per quanto attiene i generi alimentari: in questo caso i valori dell'offerta sono di gran lunga superiori a quelli della domanda e connotano la rete commerciale di Palazzolo sull'Oglio, ed in particolare quella connotata dalla tipologia "grandi struttura di vendita" come fattore di attrazione verso l'area esterna. Tale funzione attrattiva non emerge per quanto attiene il settore non alimentare, area di consumi nella quale i comportamenti di consumo fuori dal territorio comunale rappresentano circa il 30% dei consumi famigliari, evidenziando una quota ininteressante di potenzialità di recupero di spesa.

Tabella 6: evasione dei spesa

stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale					
(fonte: banca dati Regione Lombardia)					
abitanti		19.975			
consumi					
	pro-capite	totali			
alimentari €	2.477	49.478.075			
non alimentari €	3.290	65.717.750			
totali €	5.767	115.195.825			
struttura distributiva					
alimentari					
	esv	msv	msv2	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	2.953	1.022	3.512	9.460	
produttività a mq. €	2.014	2.117	4.442	5.681	
fatturato totale €	5.947.342	2.163.574	15.600.304	53.742.260	77.453.480
non alimentari					
	esv	msv	msv2	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	12.392	1.710	9.002	10.168	
produttività a mq. €	826	826	1.549	2.117	
fatturato totale €	10.235.792	1.412.460	13.944.098	21.525.656	47.118.006
evasione di spesa					
	alimentari	non alim.	totale		
mercato teorico residenti €	49.478.075	65.717.750	115.195.825		
fatturato rete di vendita €	77.453.480	47.118.006	124.571.486		
evasione di spesa €	-27.975.405	18.599.744	-9.375.661		
evasione di spesa %	-56,54%	28,30%	-8,14%		

Legenda: ESV – esercizi di vicinato (inferiori a 250 mq)
 MSV – medie strutture di vendita (250-2500 mq)
 GSV – grandi strutture di vendita (oltre 200 mq)

INDICAZIONI PER I CRITERI E LE PROCEDURE

Secondo l'articolo 8 del D.lgs 114/98 i Comuni devono definire i criteri e le procedure per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita in un apposito atto deliberativo che, ai sensi della risoluzione ministeriale prot. 506085 del 4/5/200, può essere approvato dalla Giunta Comunale.

Tale obbligo è richiamato anche dalla d.g.r. 6024/2007 con la previsione di modalità e criteri di valutazione delle domande di autorizzazione che tengano conto degli effetti di impatto delle medie strutture di vendita sul contesto territoriale, urbanistico, paesistico ed ambientale. Tali aspetti tuttavia, sono già stati considerati in sede di pianificazione urbanistica (PGT), laddove si è definita l'ammissibilità o meno della tipologia "media struttura di vendita" in una determinata zona.

Del resto, in base all'attuazione del D.lgs 59/2010, concernente la liberalizzazione degli insediamenti delle attività economiche, sono solo i "motivi imperativi di interesse generale" tra i quali "l'ambiente, ivi compreso quello urbano" che possono disporre divieti e/o vincoli insediativi.

Gli aspetti che il PGT non può oggettivamente prevedere e sui quali i criteri, fatta salva l'ammissibilità urbanistica di fondo, possono richiedere approfondimenti progettuali o gestionali, al fine di "mitigare" gli impatti sono quelli di tipo "commerciale ed occupazionale" e di "natura viabilistica e di accessibilità".

A tale scopo appare opportuna la presentazione contestualmente all'istanza di specifici elaborati che tengano conto di non aggravare il procedimento sia in termini economici (costi) che temporali (complessità). Tale risultato può essere ottenuto mediante una diversa articolazione degli approfondimenti in base alla dimensione della media struttura di vendita (inferiore a 600 mq; da 600 mq a 1.500 mq; da 1.500 mq a 2.500 mq) e del settore merceologico (alimentare e non alimentare), che sono fattori in grado di influenzare l'entità dei flussi di visitatori e la periodicità di fruizione della struttura e, di conseguenza, consentono una valutazione più accurata dell'impatto e delle eventuali misure da predisporre per la mitigazione dello stesso.

Nella tabella allegata si propone un'articolazione delle modalità e delle aree di valutazione di impatto.

Tipologie: MSV	IMPATTI			
	urbanistico	viabilistico	acustico	economico occupazionale
> 250 < 600 alimentare	PdC - PA convenzionato in zone A	no relazione - mai monetizzazione standard parcheggio	relazione se in centro storico	no
> 250 < 600 non alimentare	PdC - PA convenzionato in zone A	no relazione - non monetizzazione standard parcheggio fuori da centro storico	nessuno, salvo per particolari merceologie nel centro storico	no
600 / 1500 alimentare	PdC convenzionato - PA convenzionato in zone A	relazione generale - mai monetizzazione standard parcheggio	relazione se in un contesto di centro abitato	relazione
600 / 1500 non alimentare	PdC convenzionato - PA convenzionato in zone A	relazione generale - non monetizzazione standard parcheggio fuori da centro abitato	nessuno, salvo per particolari merceologie nel centro storico	relazione
1500 / 2500 alimentare	Piano Attuativo	studio sul traffico e sui flussi (accessibilità e inquinamento atmosferico) - verifica congruità standard parcheggio	relazione se in un contesto di centro abitato	relazione
1500 / 2500 non alimentare	Piano Attuativo	relazione generale - mai monetizzazione standard parcheggio	autocertificazione	relazione

Vi sono poi ulteriori elementi da considerare e definire in sede di “criteri”:

- Il carattere sovracomunale della struttura: la d.g.r. 6024/2007 prevede un determinato indicatore, oltre il quale è necessario acquisire il parere dei Comuni contermini. Il provvedimento tuttavia non precisa come tale parere debba essere utilizzato in sede di procedimento autorizzatorio: quindi è opportuno definire su cosa il parere deve essere espresso da parte dei Comuni contermini e come viene valutato;

- la configurazione di centro commerciale: la localizzazione delle medie strutture di vendita non deve configurare l'ipotesi di centro commerciale, così come disciplinato dal D.lgs 114/98 e dalla d.g.r. 1193 /2013. Sulla materia la normativa è generica e la giurisprudenza molto ampia: è quindi opportuno definire con precisione quando più medie strutture di vendita si presentano come struttura organizzata in forma unitaria e, di contro, quali sono le condizioni perché non lo siano;

- la variazione di settore merceologico: secondo la d.g.r. 1193/2013 la variazione di settore merceologico comporta un vero e proprio procedimento autorizzatorio. Tuttavia in essa si precisa che “...non costituisce variazione del settore merceologico anche la vendita di prodotti alimentari che occupano una superficie di vendita inferiore al 5% di quella complessivamente autorizzata per la vendita dei soli prodotti del settore non alimentare. Tale disposizione è finalizzata a consentire un minimo di integrazione merceologica per alcune tipologie (es. integratori alimentari, alimenti per l'infanzia, ecc.). E' bene disciplinare questo aspetto nei particolari;

- le merci ingombranti: per alcune categorie merceologiche (mobilitici, concessionarie di automobili e di altri veicoli a motore, rivendite di legnami, materiali edili e tipologie simili alle precedenti) viene stabilita dalla d.g.r. 1193/2013 una modalità convenzionale di conteggio della superficie di vendita (1/8 della s.l.p.). E' un elemento da recepire e normare in modo più dettagliato di quanto previsto dalla d.g.r.;

- il commercio al dettaglio ed all'ingrosso svolto congiuntamente: la normativa sopravvenuta con il D.lgs 147/2012 consente sempre lo svolgimento congiunto del dettaglio e dell'ingrosso, a condizione che i locali di vendita siano dotati di autorizzazione per la vendita al dettaglio per

l'intera superficie di vendita. Per alcune categorie merceologiche la d.g.r. 1193/2013 ammette una deroga, calcolando la superficie di vendita nella misura di $\frac{1}{2}$ della superficie lorda di pavimentazione complessivamente utilizzata per la vendita. Anche questo elemento deve essere oggetto di specifica modulazione.

- la procedura: i tempi procedurali nella loro estensione massima (90 giorni dalla data di presentazione della richiesta) sono definiti dall'articolo 8 del D.lgs 114/98. Si tratta di valutarne la congruità e soprattutto di precisare in modo chiaro le modalità di integrazione, ed i termini di interruzione/ripresa del procedimento.