

COMUNE DI COCQUIO TREVISAGO
PROVINCIA DI VARESE

Studio redatto da:

**Società di
Ricerca e Pianificazione**

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

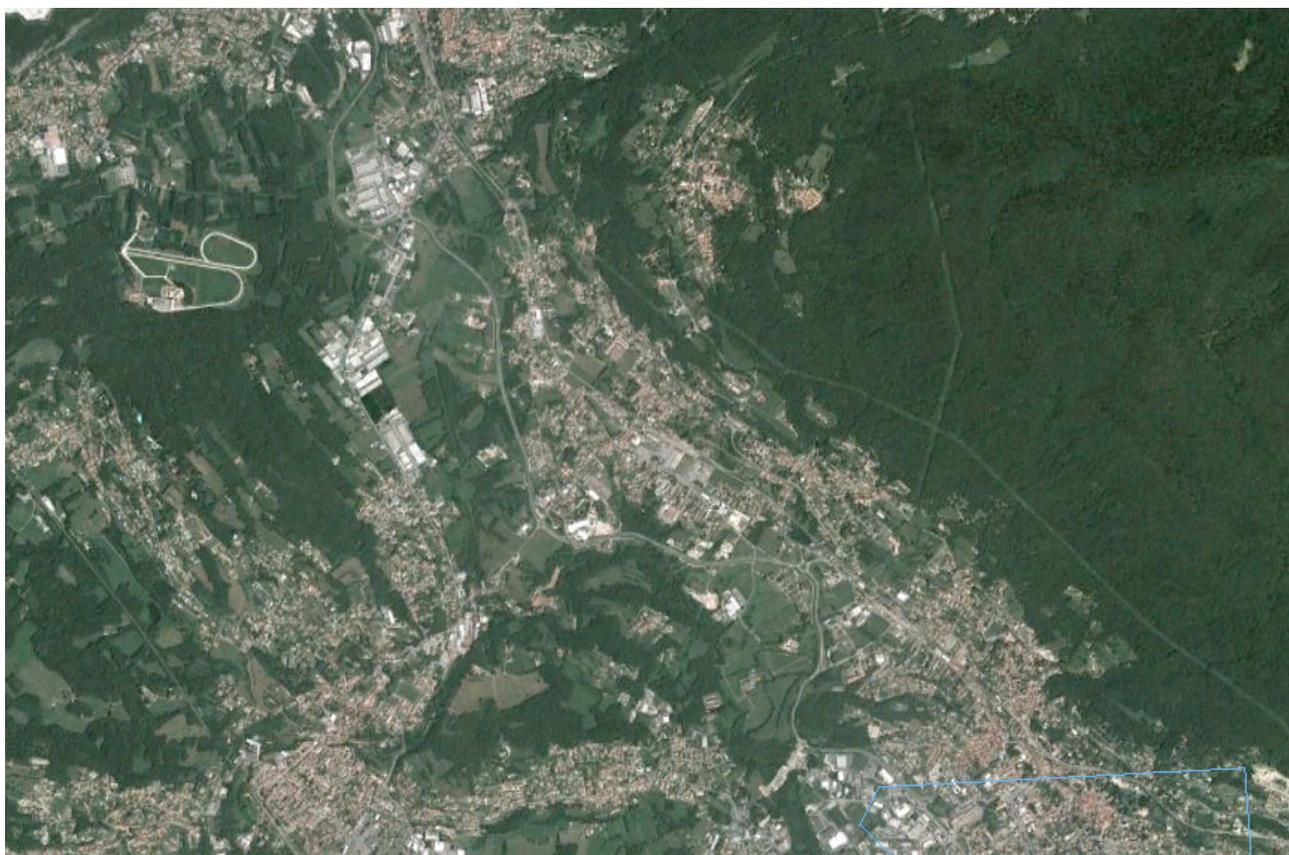
Via Candiani, 125
20158 Milano (MI)
Tel. 02/29524040

E-mail: studioanzini_@libero.it

**Quadro conoscitivo
del territorio comunale**

Componente commerciale

**Allegato al 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. 6
2.1	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme</i>	pag. 6
2.2	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie</i>	pag. 6
2.3	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale</i>	pag. 7
2.4	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale</i>	pag. 10
2.5	Centri di telefonia fissa (Phone Center)	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. 15
4.	Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale	pag. 21
4.1	<i>Evoluzione del sistema distributivo</i>	pag. 21
4.2	<i>Lo stato di fatto del commercio al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 24
4.3	<i>La distribuzione territoriale dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 25
4.3.1	<i>Le medie e la grande struttura di vendita</i>	pag. 26
4.4	<i>Confronto con la dotazione provinciale e regionale</i>	pag. 27
4.5	<i>Lo stato di fatto dei centri di telefonia fissa</i>	pag. 31
5.	Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale	pag. 32
6.	Conclusioni	pag. 33

ALLEGATO

Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo	pag. 35
---	---------

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 periurbane 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 e articolate, che terranno conto dei 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.

Un altro aspetto da esaminare in sede di Piano di Governo del Territorio riguarda i centri di telefonia in sede fissa (Phone Center).

Infatti, 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.

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".*

Nella presente analisi, pertanto, verrà condotta un'indagine relativa alla presenza dei phone center sul territorio comunale, prospettando lo sviluppo di tale servizio, considerando le dinamiche della popolazione residente in termini popolazione straniera, le caratteristiche urbanistiche e viabilistiche del territorio ecc ...

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. Commercio al dettaglio in sede fissa: 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.

2.2 Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie

Il d.lgs. 114/98 individua due soli settori merceologici, alimentare e non alimentare, e 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/5054 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

2.3 *Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale*

La disciplina “quadro” dettata dal d.lgs. 114/98 e dalla Legge Regionale. 14/99 è integrata e completata dal Programma Triennale 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 Cocquio Trevisago, compreso nell'ambito montano, gli indirizzi di sviluppo sono i seguenti:

- *qualificazione dell'offerta nei poli di gravitazione commerciale di fondovalle, sia mediante la razionalizzazione di insediamenti commerciali già esistenti le cui dimensioni siano congruenti con l'assetto fisico del territorio, sia attraverso la valorizzazione delle attività integrate dei centri storici (anche a tutela del paesaggio e della biodiversità), e con le caratteristiche della domanda commerciale;*
- *nessuna previsione di apertura di grandi strutture di vendita realizzate anche mediante l'utilizzo di superficie di vendita esistente;*
- *disincentivo delle medie strutture di vendita di maggiore dimensione e valorizzazione di quelle strutture di vendita le cui dimensioni siano correlate e compatibili con i contesti locali e con la promozione di servizi di supporto ai centri minori;*
- *integrazione delle strutture commerciali con i sistemi turistici locali e con l'artigianato delle valli;*
- *individuazione, sperimentazione e promozione i nuovi modelli di punti di vendita, per le frazioni, i nuclei minori e le zone di minima densità insediativa, favorendo la cooperazione tra dettaglio tradizionale e GDO;*
- *valorizzazione dell'offerta commerciale ambulante e della presenza di aree dedicate agli operatori ambulanti;*
- *attenzione alla vendita di prodotti locali, tipici e caratteristici dell'ambiente montano e integrazione con i sistemi produttivi e artigianali tipici locali, in particolare riferiti al comparto agro-alimentare;*
- *ubicazione di nuovi punti di vendita di vicinato e della media distribuzione in aree abitate, comunque con attenzione alla valorizzazione del tessuto commerciale preesistente e alla conservazione dei caratteri ambientali;*
- *possibilità di autorizzare, in un solo esercizio l'attività commerciale e altre attività di interesse collettivo.*

La presente indagine si propone di giungere all' "... *individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali ...*" attraverso un'articolata analisi commerciale e viabilistica del "contesto urbano comunale" nonché, nel caso in cui sia possibile l'insediamento di grandi strutture di vendita, del contesto territoriale sovracomunale.

Le previsioni urbanistiche devono essere riferite specificamente alle categorie indicate dal d.lgs. 114/98, fermo restando che “... *la generica destinazione d'uso ad attività di tipo terziario o di ammissibilità commerciale consente esclusivamente la localizzazione di esercizi di vicinato*” (D.G.R. 8/4581 del 18.04.2007).

2.4 *Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale*

In Provincia di Varese il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale è stato approvato con Delibera di Consiglio n. 27 dell'11 aprile 2007 e pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia – Serie inserzione e concorsi n. 18 del 2.05.2007.

Rispetto alla pianificazione in materia commerciale, *“Il PTCP assume l'attività commerciale quale componente fondamentale del sistema economico provinciale e individua l'esigenza di coniugare le iniziative commerciali con gli obiettivi di sviluppo socio-economico e tutela ambientale, e si pone l'obiettivo dell'integrazione territoriale degli insediamenti commerciali di livello sovracomunale”* (Norme di Attuazione, Capo III, Art. 36, comma 1).

In particolare, il PTCP stabilisce che *“nel definire le politiche di sviluppo delle strutture commerciali i Comuni assumono ad orientamento generale i seguenti indirizzi:*

- a) *favorire l'integrazione degli insediamenti commerciali, soprattutto per Grandi Strutture di Vendita, con le reti di trasporto collettivo;*
- b) *garantire un'adeguata dotazione di servizi (infrastrutture di accesso, parcheggi, opere di arredo urbano, etc.) ai nuovi insediamenti, e utilizzare l'occasione di tali nuovi insediamenti per integrare la dotazione in argomento a supporto degli esercizi di vicinato già presenti sul territorio comunale, con particolare riguardo ai centri storici ed ai quartieri a prevalente destinazione residenziale;*
- c) *stabilire le condizioni per consentire la diffusione degli esercizi commerciali in aree a diversa destinazione funzionale, al fine di garantire la compresenza di funzioni;*
- d) *assicurare che la localizzazione di aree per insediamenti commerciali sia prevista dai PGT in coerenza con disposizioni, indirizzi e contenuti paesaggistici del PTCP, anche definendo specifiche norme che orientino i progetti verso un approccio rispettoso dei caratteri morfologici, costruttivi e percettivi del contesto nella definizione di: manufatti edilizi, spazi aperti ed equipaggiamenti vegetali, aree a parcheggio, viabilità di accesso e cartellonistica”* (NdA, Capo III, art. 39).

Ancora, il PTCP “*si raccorda con il Piano di Settore per il Commercio (PSC) approvato con d.c.p. 14.09.2004, n. 51*” (Norme di Attuazione, Capo III, Art. 36, comma 2).

Il Piano di Settore per il Commercio della Provincia di Varese riprende gli indirizzi di sviluppo indicati dal Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2003 – 2005 per i singoli ambiti territoriali in cui è diviso il territorio.

In tema di grandi strutture di vendita indica le priorità di insediamento, come riassunto nella successiva tabella (ripresa dal Piano di Settore del Commercio della provincia di Varese, pag, 73):

Ambiti territoriali	Indirizzi	GD Alim.	GD Non-Alim.
Ambito commerciale metropolitano	Contenimento del Tasso di crescita	Si	Si
Ambito di addensamento commerciale metropolitano	Incentivo alla riqualificazione Disincentivo al consumo di aree libere Priorità alle aree di recupero	Si ma con vincoli	Si ma con vincoli
Ambito montano	Disincentivo alla grande distribuzione	No	NO
Ambito lacustre		No	NO
Ambito urbano dei capoluoghi	Incentivo alla riqualificazione Disincentivo al consumo di aree libere Priorità alle aree di recupero	Si ma con vincoli	Si ma con vincoli

Cocquio Trevisago, come si è detto, è compreso nell’ambito montano: l’insediamento di grandi strutture di vendita sul territorio comunale non è ammesso.

2.5 Centri di telefonia fissa (Phone Center)

Il centro di telefonia fissa (Phone Center) è un'impresa che fornisce a terzi servizi di comunicazione elettronica.

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"*.

La citata D.G.R. VIII/8778 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”.*

3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

3.1 Inquadramento territoriale

Cocquio Trevisago è un Comune della Provincia di Varese, posto a una decina di km. dal Capoluogo.

Confina a Nord con i Comuni di Gemonio di Azzio e di Orino, a Est con i Comuni di Orino di Cuvio e di Gavirate, a Sud con i Comuni di Gavirate di Besozzo, a Ovest con i Comuni di Besozzo e di Gemonio.



Fonte: www.viamichelin.it

Il territorio è attraversato dalla S.S. 394, lungo la quale si è sviluppato l'abitato; un secondo nucleo, Caldana, si trova invece in posizione discosta.

3.2 *Inquadramento demografico*

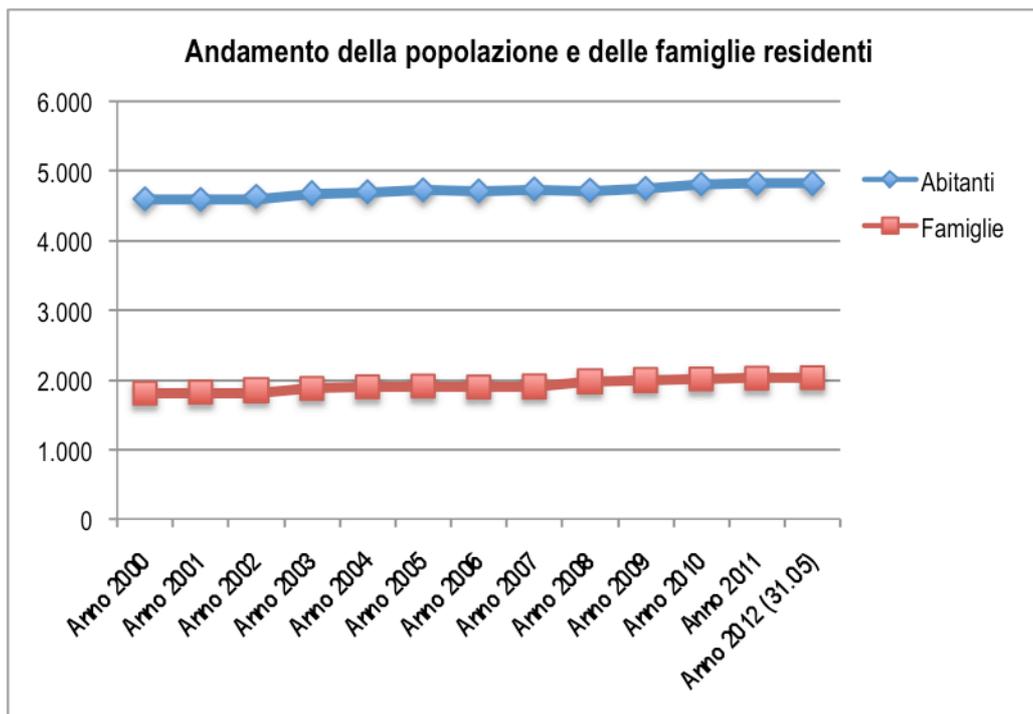
ANNO	ABITANTI	FAMIGLIE
2000	4.599	1.806
2001	4.590	1.822
2002	4.634	1.850
2003	4.680	1.875
2004	4.701	1.898
2005	4.727	1.909
2006	4.712	1.896
2007	4.741	1.903
2008	4.723	1.977
2009	4.749	1.995
2010	4.813	2.011
2011	4.821	2.022
2012 (31.05)	4.825	2.029

Fonte: Comune di Cocquio Trevisago

Come si può osservare nella tabella, nel periodo compreso tra il 2000 e il mese di maggio 2012, la popolazione di Cocquio Trevisago è cresciuta; in termini numerici, nell'arco di tempo considerato si è verificato un incremento della popolazione di 226 unità, pari a una crescita del 4,9%.

Nello stesso periodo, le famiglie residenti sono aumentate, passando da 1.806 a 2.029, con un saldo positivo di 223 nuclei, pari al 12,3%.

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



Un 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 2011.

	Spesa media mensile/euro
single età <35	1.914
single età 35-64	2.064
single età >64	1.507
coppia con pr <35	2.622
coppia con pr 35-64	2.716
coppia con pr >64	2.283
coppia con 1 figlio	2.960
coppia con 2 figli	3.226
coppia con 3 o più figli	3.229
famiglie monogenitore	2.407
altre tipologie	2.687
MEDIA PER FAM.	2.488

Fonte: ISTAT, dati anno 2011

	Alimentari bevande	Vestiaro calzature	Abitazione energia	Arreda menti	Sanità	Trasporti comuni cazione	Tempo libero istruzione	Altre spese
single età <35	16,9	6,1	33,0	4,9	1,9	17,4	6,0	13,6
single età 35-64	16,0	5,1	37,0	4,9	2,5	16,6	4,8	13,2
single età >64	21,3	2,8	48,1	5,8	4,8	7,3	3,2	6,6
coppia con pr <35	15,0	6,9	28,9	7,5	2,5	20,1	5,1	13,9
coppia con pr 35-64	17,9	5,4	34,7	5,0	3,9	16,8	4,5	11,8
coppia con pr >64	21,4	3,4	39,8	5,3	5,6	12,8	3,5	8,3
coppia con 1 figlio	19,0	6,2	31,2	4,7	3,9	17,7	5,7	11,5
coppia con 2 figli	19,1	6,5	28,4	5,4	3,3	18,5	6,8	12,1
coppia con 3 o più figli	20,5	6,6	28,2	5,0	3,1	18,1	6,9	11,7
famiglie monogenitore	19,4	5,3	34,0	4,6	3,4	15,9	6,1	11,3
altre tipologie	21,2	5,0	32,0	5,4	3,8	17,0	5,2	10,5
MEDIA PER FAM.	19,2	5,4	34,1	5,1	3,7	16,1	5,3	11,1

Fonte: ISTAT, dati anno 2011

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

I dati demografici di riferimento più recenti sono quelli delle elaborazioni ISTAT al 1° gennaio 2011, 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 Cocquio Trevisago risulta leggermente meno "giovane" rispetto alle medie provinciale e regionale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.854.961	79,94	1.971.180	20,06	9.826.141	3,98
Provincia Varese	701.437	79,41	181.848	20,59	883.285	3,86
Cocquio Trevisago	3.755	78,02	1.058	21,98	4.813	3,55

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2011

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo "propensione al matrimonio", evidenzia una incidenza di celibi e nubili leggermente inferiore alla media regionale e leggermente superiore a quella provinciale.

	celibi nubili	% su totale popolazione	coniugati divorziati vedovi	% su totale popolazione	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	4.017.413	40,88	5.808.728	59,12	9.826.141	0,69
Provincia Varese	352.767	39,94	530.518	60,06	883.285	0,66
Cocquio Trevisago	1.956	40,64	2.857	59,36	4.813	0,68

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2011

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 Cocquio Trevisago, 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
Lombardia	3.576.182	462.063	4.038.245	88,6%
Provincia di Varese	320.775	34.043	354.818	90,4%
Cocquio Trevisago	1.804	215	2.019	89,3%

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 Cocquio Trevisago è sostanzialmente in linea con il valore mediamente registrato in Regione Lombardia e in Provincia di Varese, a indicare che il mercato teorico non conta su apporti determinati dalle presenze turistiche.

Un altro aspetto da considerare riguarda l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti. A Cocquio Trevisago risiedono 395 stranieri, pari all'8,21% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Cocquio Trevisago	4.813	395	8,21%

Fonte: Istat, al 31.12.2010

La quota di popolazione straniera a Cocquio Trevisago è in linea con il valore mediamente registrato in Provincia di Varese e inferiore a quello della Regione Lombardia nel suo complesso, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente all'8,11% e al 10,73%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Varese	883.285	71.634	8,11%
Regione Lombardia	9.917.714	1.064.447	10,73%

Fonte: Istat, al 31.12.2010

La popolazione straniera residente a Cocquio Trevisago risulta in aumento, come riassunto nella successiva tabella:

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente
2002	161	--
2003	187	+ 16,1%
2004	212	+ 13,4%
2005	249	+ 17,4%
2006	232	- 6,8%
2007	273	+ 17,7%
2008	302	+ 10,6%
2009	318	+ 5,3%
2010	395	+ 24,2%

Fonte: Istat, al 31 dicembre

4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

4.1 Evoluzione del sistema distributivo

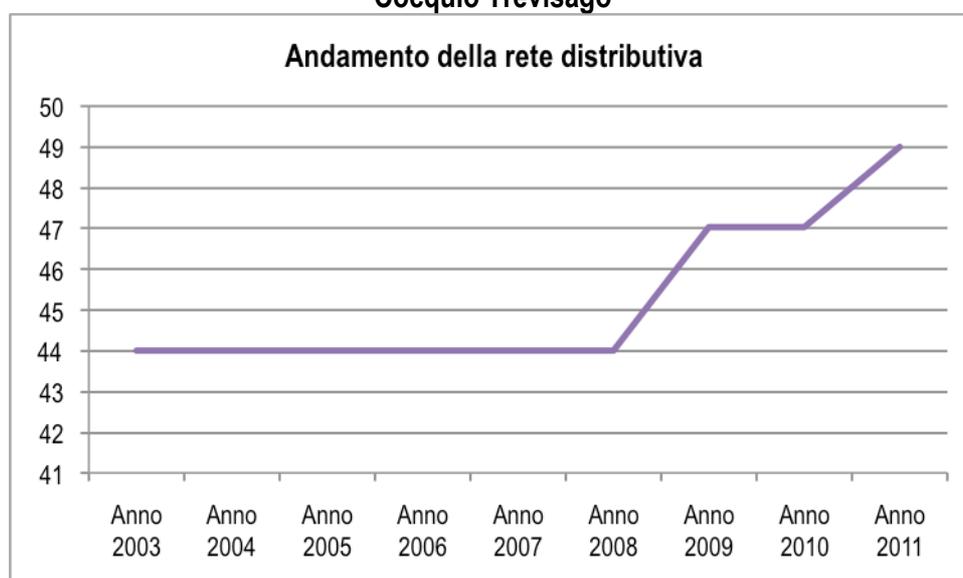
Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Cocquio Trevisago, in termini di numero di esercizi presenti sul territorio, faremo riferimento ai rilievi effettuati dall'Osservatorio Regionale del Commercio e raccolti nella Banca Dati Commercio Regione Lombardia; i primi rilievi risalgono al 30.06.2003 e sono poi stati condotti annualmente: l'ultimo dato a oggi disponibile è quello al 30.06.2011. Riportiamo i dati nella successiva tabella.

Cocquio Trevisago

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	44	--	--	--
2004	44	--	--	--
2005	44	--	--	--
2006	44	--	--	--
2007	44	--	--	--
2008	44	--	--	--
2009	47	+ 3	+ 6,8%	+ 6,8%
2010	47	--	--	+ 6,8%
2011	49	+ 2	+ 4,2%	+ 11,4%

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni dal 2003 al 2011

Cocquio Trevisago



Nel periodo considerato, il sistema distributivo comunale ha conosciuto un incremento significativo.

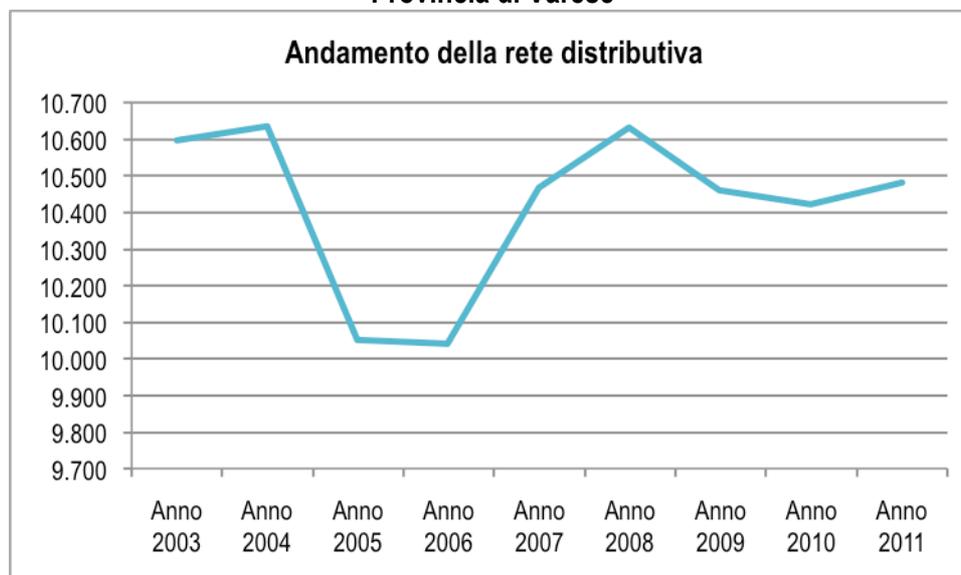
La situazione di Cocquio Trevisago si scosta sensibilmente da quella della Provincia di Varese presa nel suo complesso, come dimostrano i dati contenuti nella seguente tabella: in Provincia di Varese si è avuto un modesto decremento in termini di numero di esercizi.

Provincia di Varese

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	10.595	--	--	--
2004	10.635	+ 40	+ 0,4%	+ 0,4%
2005	10.051	- 584	- 5,5%	- 5,1%
2006	10.041	- 10	- 0,1%	- 5,2%
2007	10.464	+ 423	+ 4,2%	- 1,2%
2008	10.630	+ 166	+ 1,6%	+ 0,3%
2009	10.459	- 171	- 1,6%	- 1,3%
2010	10.421	- 38	- 0,4%	- 1,6%
2011	10.478	+ 57	+ 0,5%	- 1,1%

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni dal 2003 al 2010

Provincia di Varese



Segnaliamo che il vertiginoso calo del numero di punti di vendita in Provincia di Varese tra la rilevazione dell'anno 2004 e quella dell'anno 2005 è per la quasi totalità legato ai dati relativi al Comune di Gallarate, per il quale si passa

da 808 a 5 esercizi di vicinato “misti” (si è trattato, probabilmente, di un errore nella trasmissione dei dati).

4.2 Lo stato di fatto del commercio al dettaglio in sede fissa

La rete di vendita di Cocquio Trevisago è costituita da 31 esercizi per complessivi 14.575 mq. di vendita; di questi esercizi, 9 (per 9.793 mq.) appartengono al settore alimentare e/o misto e 22 (per 4.782 mq.) a quello non alimentare ¹.

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	9 *	9.793
Non alimentare	22	4.782
Totale	31	14.575

* incluso il centro commerciale in Contrada Tagliabò

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 31 esercizi di Cocquio Trevisago si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
7	417	1	1.173	1 *	8.203

* si tratta del centro commerciale di Contrada Tagliabò

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
17	1.129	5	3.653	--	--

¹ Dati a ottobre 2012. Dal conteggio sono state escluse le autorizzazioni abbinate ad attività in cui il commercio al dettaglio in sede fissa non risulta essere l'attività prevalente.

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

Come si è detto, a Cocquio Trevisago sono presenti 31 esercizi, per complessivi 14.575 mq. di vendita.

L'analisi della distribuzione dei negozi sul territorio comunale indica che in Caldana sono presenti pochissimi esercizi di commercio al dettaglio in sede fissa, mentre tutta la rete di vendita si concentra in Cocquio Trevisago.

Totale punti di vendita

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Cocquio Trevisago	29	14.505
Caldana	2	70
Totale Comune	31	14.575

Precisiamo che, considerando separatamente i due settori merceologici, alimentare e non alimentare, si nota come entrambi gli esercizi presenti in Caldana appartengano al settore alimentare, evidentemente destinati a soddisfare i bisogni di prima necessità quotidiana

:

Alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Cocquio Trevisago	7	9.723
Caldana	2	70
Totale Comune	9	9.793

Non alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Cocquio Trevisago	22	4.782
Caldana	--	--
Totale Comune	22	4.782

La maggior parte degli esercizi presenti nel nucleo di Cocquio Trevisago è posta lungo la S.S. 394, nel tratto che prende il nome di via Milano – via Verdi, come riassunto di seguito:

Ambito territoriale	N. esercizi	Mq. esercizi
S.S. 394	21	11.960
Resto di Cocquio Trevisago	8	2.545
Totale Nucleo	29	14.505

4.3.1 *Le medie e la grande struttura di vendita*

Come si è visto, in Cocquio Trevisago sono presenti 6 medie strutture, per complessivi 4.826 mq. di vendita; 1 di queste, per 1.173 mq., appartiene al settore “misto” a prevalenza alimentare, 5, per complessivi 3.653 mq., appartengono al settore non alimentare.

A queste strutture si aggiunge la grande struttura – centro commerciale di Contrada Tagliabò, di 8.203 mq.

Tutte le medie strutture nonché la grande si trovano nel nucleo di Cocquio Trevisago; precisamente, due medie strutture e la grande si affacciano sulla S.S. 394 (Il centro commerciale di Contrada Tagliabò, infatti, è direttamente collegato alla via Milano):

Ambito territoriale	N. esercizi	Mq. esercizi
S.S. 394	3	10.646
Resto di Cocquio Trevisago	4	2.383
Totale Nucleo	7	13.029

Alcune medie strutture e la grande struttura – centro commerciale, si collocano a ridosso di una via di comunicazione di primaria importanza, la S.S. 394, di accesso al territorio comunale per chi proviene da fuori Comune: è evidente che tali esercizi hanno una funzione commerciale anche di portata sovracomunale.

4.4 *Confronto con la dotazione provinciale e regionale*

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) 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 (le superfici appartenenti a punti di vendita misti saranno conteggiate per lo specifico settore alimentare o non alimentare) nelle tre realtà territoriali.

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

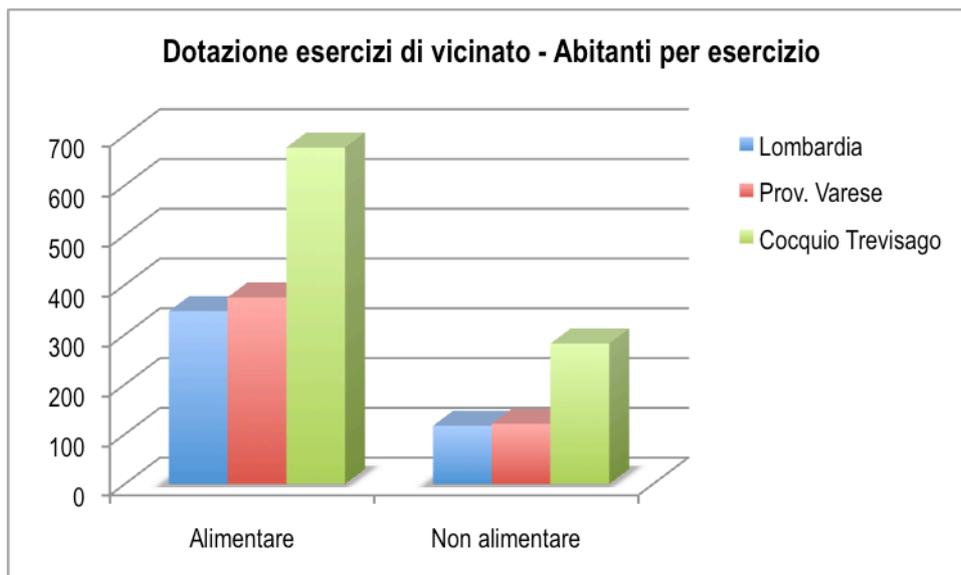
	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.957.394	28.674	347
Provincia di Varese	885.755	2.363	375
Comune di Cocquio Trevisago	4.735	7	676

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione e Provincia di Varese, ottobre 2012 per Comune di Cocquio Trevisago

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.957.394	85.051	117
Provincia di Varese	885.755	7.321	121
Comune di Cocquio Trevisago	4.797	17	282

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione e Provincia di Varese, ottobre 2012 per Comune di Cocquio Trevisago



Per gli esercizi di vicinato si riscontra in Cocquio Trevisago una dotazione di punti di vendita sensibilmente inferiore alla media regionale e a quella provinciale, per entrambi i settori merceologici, in misura particolarmente accentuata per il non alimentare.

Medie strutture – settore alimentare

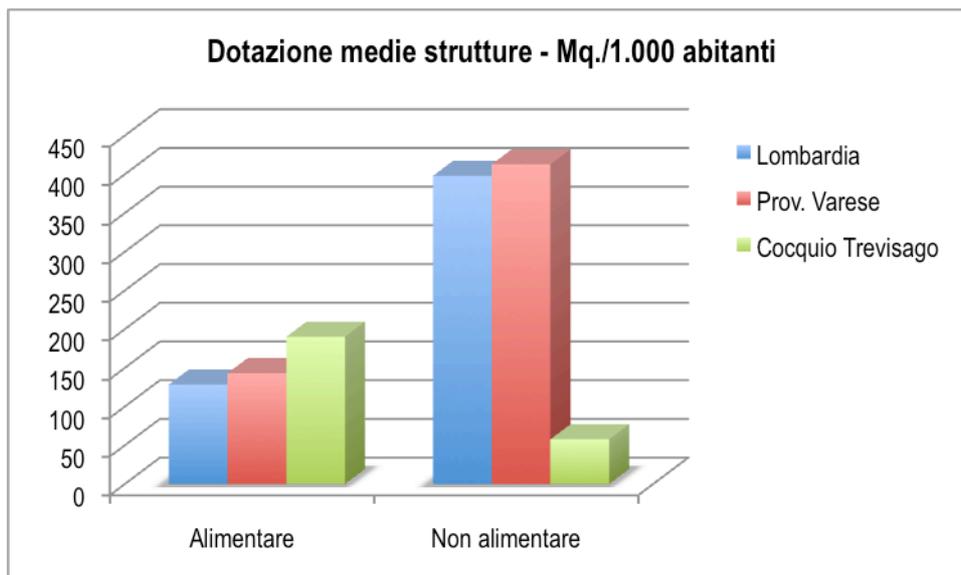
	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	1.280.318	128,58
Provincia di Varese	885.755	126.813	143,17
Comune di Cocquio Trevisago	4.735	900	190,07

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione e Provincia di Varese, ottobre 2012 per Comune di Cocquio Trevisago

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	3.963.781	398,07
Provincia di Varese	885.755	365.741	412,91
Comune di Cocquio Trevisago	4.735	273	57,66

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione e Provincia di Varese, ottobre 2012 per Comune di Cocquio Trevisago



La dotazione di medie strutture di vendita a Cocquio Trevisago è di poco superiore ai valori medi regionale e provinciale per il settore alimentare, mentre è sensibilmente inferiore per il non alimentare.

Grandi strutture – settore alimentare

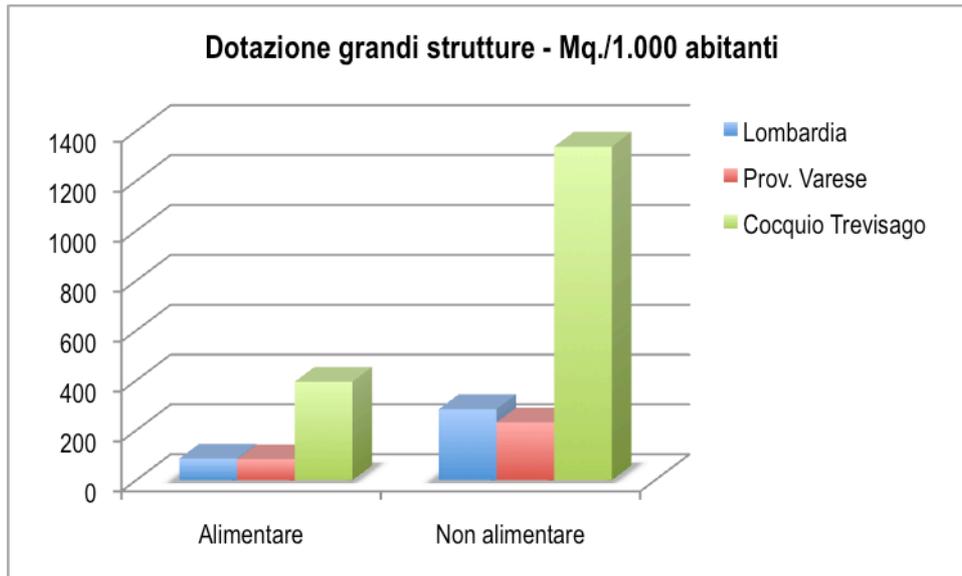
	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	866.038,5	86,97
Provincia di Varese	885.755	73.954	83,49
Comune di Cocquio Trevisago	4.735	1.870	394,93

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione e Provincia di Varese, ottobre 2012 per Comune di Cocquio Trevisago

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	2.836.479,5	284,86
Provincia di Varese	885.755	204.934	231,37
Comune di Cocquio Trevisago	4.735	6.333	1.337,49

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione e Provincia di Varese, ottobre 2012 per Comune di Cocquio Trevisago



La dotazione di grandi strutture di Cocquio Trevisago è sensibilmente superiore al dato medio provinciale e regionale: è evidente che l'offerta può contare sulla convergenza di consumatori provenienti da fuori Comune.

4.5 *Lo stato di fatto dei Centri di telefonia fissa*

In Comune di Cocquio Trevisago non sono presenti centri di telefonia fissa (Phone Center).

5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale

Come si è visto, oltre ai tradizionali esercizi di vicinato, in Comune si affiancano 6 medie strutture (una “mista” e 5 non alimentari) e una grande struttura “mista” (alimentare e non alimentare) espressa nella forma del centro commerciale.

Il confronto con la dotazione media regionale e provinciale indica che Cocquio Trevisago può contare su un sistema distributivo abbastanza articolato, con l'importante presenza della grande struttura che certamente attrae consumatori provenienti anche da fuori Comune.

In una situazione quale quella descritta, appare necessario mantenere il buon livello del servizio offerto ai consumatori residenti; per fare ciò, si potrà continuare la modernizzazione del sistema distributivo comunale, attraverso la realizzazione di nuove medie strutture di vendita, per entrambi i settori merceologici.

Le nuove medie strutture potranno localizzarsi su tutto il territorio comunale, limitate però ai 600 mq. di vendita all'interno delle aree produttive, al fine di non creare problemi di viabilità e di parcheggio.

Medie strutture di dimensioni maggiori, fino a 1.500 mq. di vendita andranno localizzate possibilmente in prossimità delle maggiori vie di comunicazione che attraversano il territorio comunale, dove potranno essere agevolmente raggiungibili e anche attrarre consumatori provenienti da altri Comuni; in particolare, a tal proposito, potrà essere opportunamente sviluppata la vocazione commerciale delle nuove aree polifunzionali lungo la Provinciale Gemonio – Besozzo, che passa per Cocquio Trevisago nella parte a Nord-Est del territorio.

Inoltre, è opportuno valutare la possibilità di insediare sul territorio anche una nuova grande struttura di vendita, in risposta alla vocazione commerciale di un territorio attraversato da importanti vie di comunicazione. Naturalmente tale possibilità dovrà essere attentamente ponderata e dovrà svilupparsi in aree dotate di adeguata accessibilità.

Naturalmente, non dovranno essere trascurati gli esercizi di vicinato, di fondamentale importanza per il servizio di prossimità al consumatore: ove possibile, dovranno essere previste misure di sostegno per questa classe di negozi.

6. Conclusioni

Cocquio Trevisago è un Comune della Provincia di Varese, posto a una decina di chilometri dal Capoluogo.

Nel corso dell'ultimo decennio si è verificato un incremento della popolazione residente.

Il sistema distributivo, è costituito da esercizi di vicinato cui si affiancano una sola media struttura non alimentare e una grande struttura – centro commerciale.

Il confronto con la dotazione media lombarda e provinciale indica che la rete di vendita locale è ben dotata per grandi strutture, mentre sono carenti le medie.

Date le premesse, si prevede uno sviluppo del sistema distributivo anche in chiave moderna, attraverso la realizzazione di medie strutture, al fine di mantenere il livello di offerta in essere. Potrà essere presa in considerazione la realizzazione di una nuova grande struttura di vendita.

Particolare attenzione dovrà essere inoltre destinata al sostegno degli esercizi di vicinato, che offrono il fondamentale servizio di prossimità al consumatore.

Il dettaglio dello sviluppo è riportato con precisione al paragrafo precedente.

Naturalmente, lo sviluppo in chiave “moderna” previsto dovrà tenere in debita considerazione le peculiarità viabilistiche e ambientali del territorio, con particolare attenzione ai possibili effetti sul traffico e sull'eventuale congestionamento delle aree a parcheggio.

A tal proposito sarà opportuno armonizzare l'insediamento di tutte le attività commerciali: anche per i nuovi pubblici esercizi si dovrà tenere in considerazione la necessità di adeguati spazi di sosta, al fine di non aumentare le criticità.

ALLEGATO

Quadro del sistema distributivo lombardo

Alla fine del 2011 presso le Camere di Commercio lombarde risultavano registrate 212.012 attività appartenenti alla categoria "G: Commercio all'ingrosso e al dettaglio²; riparazione di autoveicoli e motocicli" ³, distribuite nelle diverse Province come indicato nella successiva tabella:

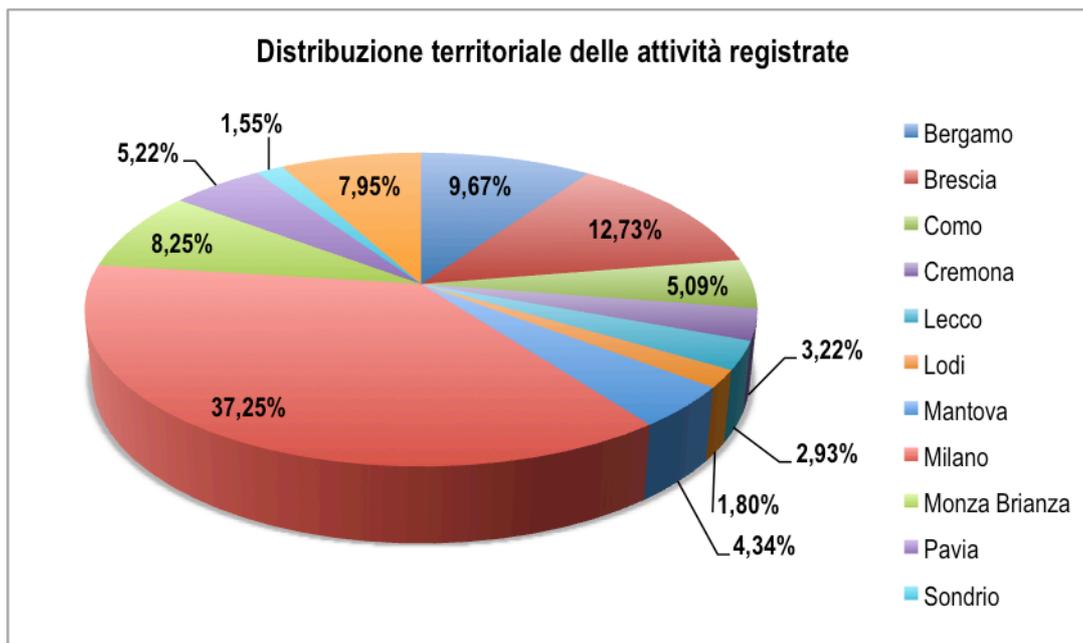
N. Attività Registrate commercio – Anno 2011

Provincia	Attività registrate	% su tot. Regione
Bergamo	20.493	9,67
Brescia	26.983	12,73
Como	10.796	5,09
Cremona	6.818	3,22
Lecco	6.209	2,93
Lodi	3.820	1,80
Mantova	9.210	4,34
Milano	78.971	37,25
Monza Brianza	17.499	8,25
Pavia	11.070	5,22
Sondrio	3.292	1,55
Varese	16.851	7,95
Totale Regione	212.012	100,00

Fonte: Movimprese

² Fonte: Movimprese

³ Codici Ateco 2007



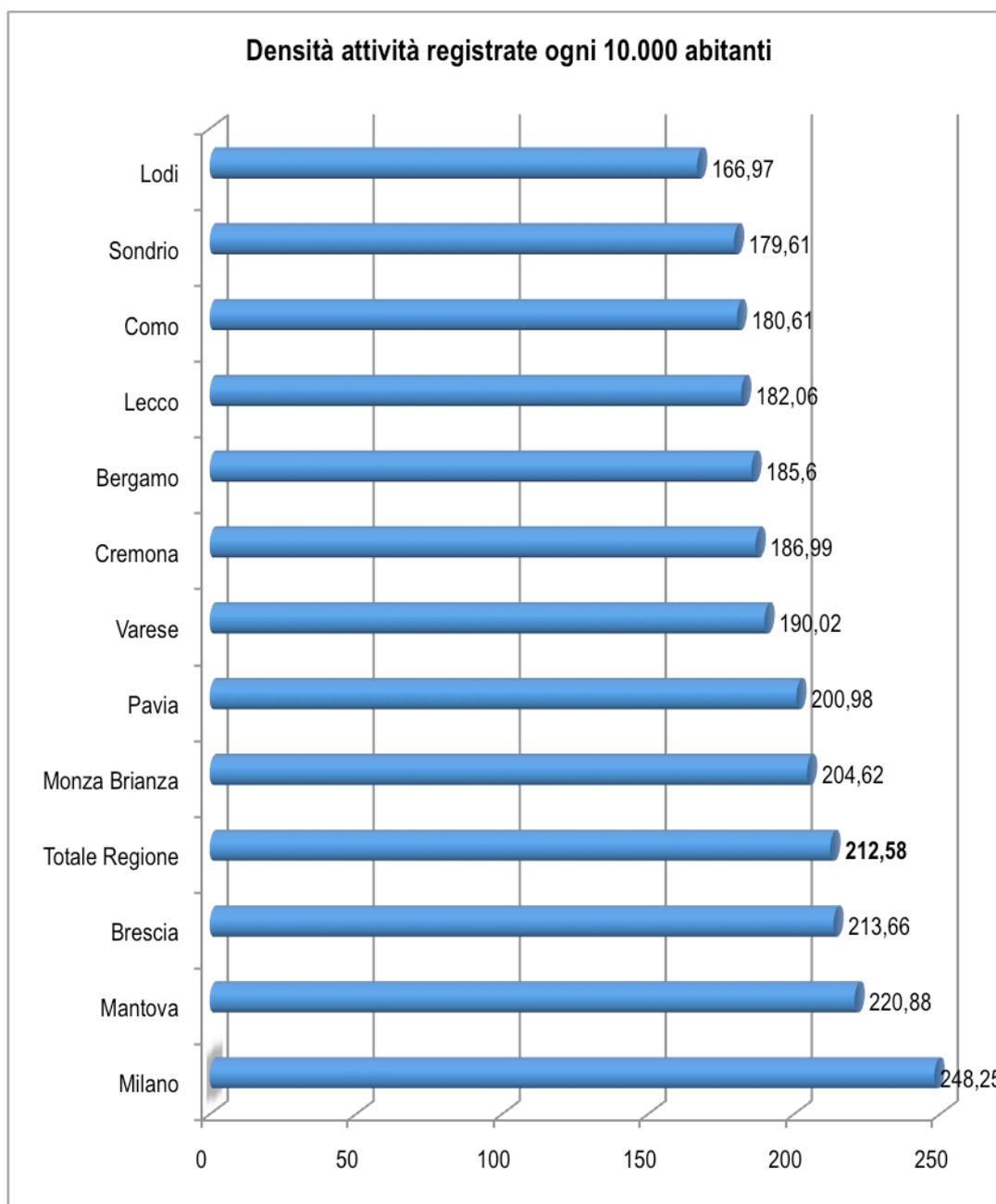
Un'idea più precisa del peso delle attività commerciali (così come precedentemente definite) nelle diverse Province lombarde è fornita dalla densità delle stesse, data dal rapporto del numero di attività registrate ogni 10.000 residenti⁴, come riassunto nella successiva tabella:

N. Attività Registrate commercio – Anno 2011

Provincia	Attività registrate	n. residenti	Densità (registrate/10.000 ab.)
Bergamo	20.493	1.104.139	185,60
Brescia	26.983	1.262.869	213,66
Como	10.796	597.746	180,61
Cremona	6.818	364.621	186,99
Lecco	6.209	341.038	182,06
Lodi	3.820	228.782	166,97
Mantova	9.210	416.974	220,88
Milano	78.971	3.181.152	248,25
Monza Brianza	17.499	855.188	204,62
Pavia	11.070	550.812	200,98
Sondrio	3.292	183.286	179,61
Varese	16.851	886.788	190,02
Totale Regione	212.012	9.973.395	212,58

⁴ Fonte: Istat al 30.09.2011, ultimo disponibile

A fronte di una densità media regionale pari a 212,58 attività registrate ogni 10.000 abitanti, le Province di Brescia Mantova e Milano registrano valori superiori (rispettivamente 213,66 220,88 e 248,25 attività registrate ogni 10.000 abitanti), mentre tutte le altre Province hanno una densità inferiore alla media lombarda; fanalino di coda la Provincia di Lodi, con 166,97 attività registrate ogni 10.000 abitanti.



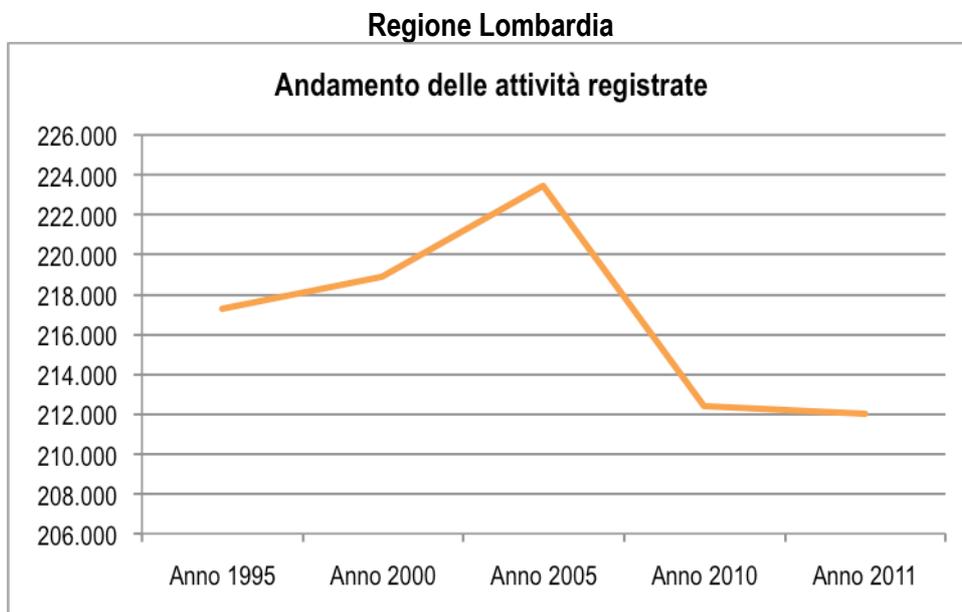
Un dato importante per valutare il trend del settore commercio (ricordiamo che i dati a nostra disposizione non distinguono tra ingrosso e dettaglio, tuttavia

l'andamento generale fornisce un quadro corretto) è dato dal confronto del numero di imprese registrate nel corso degli anni. Per una valutazione che tenga conto degli importanti cambiamenti avvenuti nel tempo, prenderemo in considerazione: il 1995, anno antecedente alla liberalizzazione degli esercizi di vicinato dettata dal D.Lgs. 114/98, cosiddetto Decreto Bersani; il 2000, anno che fornisce indicazioni sulla primissima applicazione del D.Lgs. 114/98; il 2005, anno in cui ormai è in pieno regime la nuova "normativa" commerciale dettata dal Bersani; il 2010, primo anno di inizio della crisi economica a livello mondiale; il 2011, anno in cui la crisi economica ha trovato fortissima espressione.

Lombardia

	N. attività registrate
1995	217.234
2000	218.832
2005	223.446
2010	212.367
2011	212.012

Fonte: Movimprese



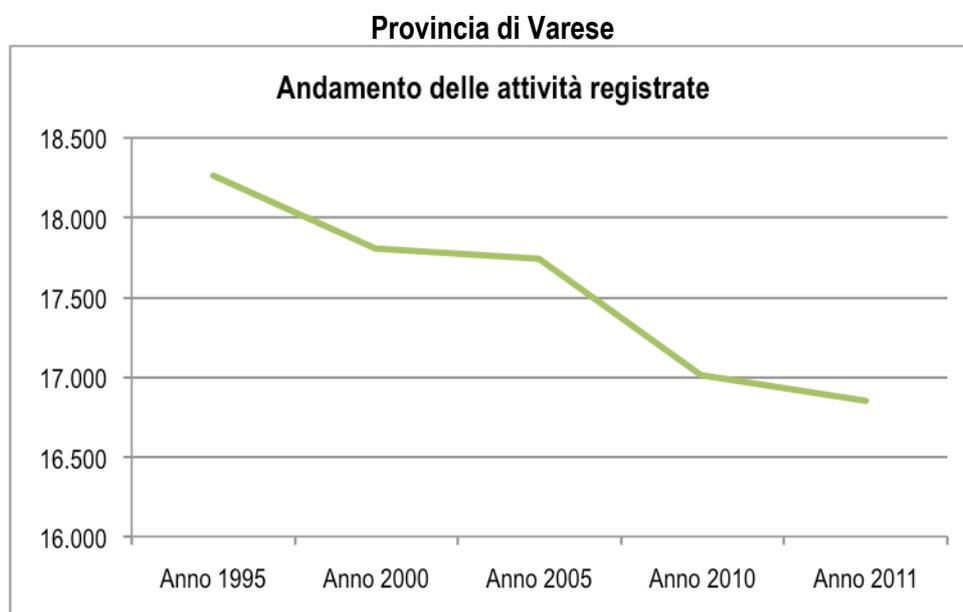
Dopo un decennio di crescita, a partire dal 2005 si è assistito a una contrazione delle attività commerciali registrate, trend che è continuato tra il 2010 e il 2011, certamente legato alla crisi economica in atto.

In Provincia di Varese si è seguito un andamento diversa da quello regionale, con una contrazione costante, come dimostrano i dati riportati di seguito:

Provincia di Varese

	N. attività registrate
1995	18.263
2000	17.798
2005	17.735
2010	17.009
2011	16.851

Fonte: Movimprese

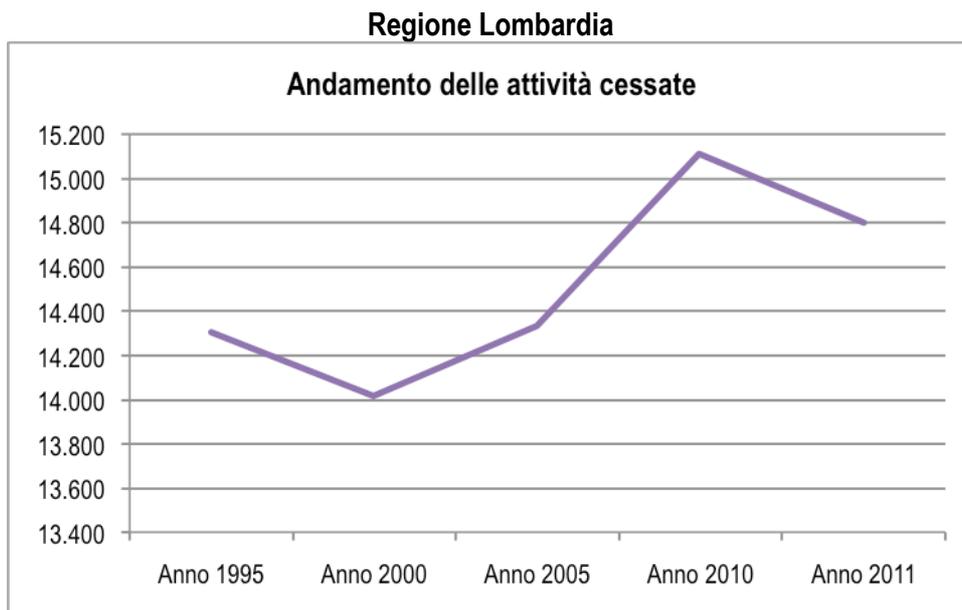


Un secondo dato significativo relativo all'andamento del sistema distributivo è fornito dal numero delle cessazioni registrate.

Lombardia

	N. attività cessate
1995	14.300
2000	14.016
2005	14.328
2010	15.111
2011	14.798

Fonte: Movimprese



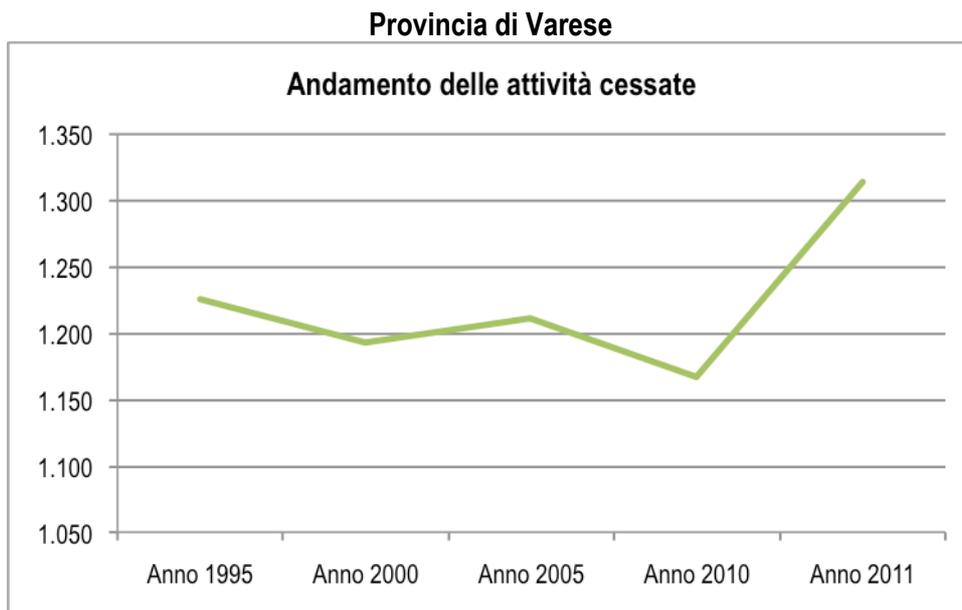
Come ben illustra il grafico, dopo una riduzione delle cessazioni tra il 1995 e il 2000, a partire da quell'anno si è avuto un incremento delle stesse, che ha toccato il valore più alto, nel periodo considerato, alla fine del 2010.

Diversa la situazione in Provincia di Varese, dove, a fronte di un andamento altalenante fino al 2010, tra il 2010 e il 2011 si è registrata una crescita significativa delle stesse:

Provincia di Varese

	N. attività cessate
1995	1.225
2000	1.192
2005	1.210
2010	1.167
2011	1.314

Fonte: Movimprese

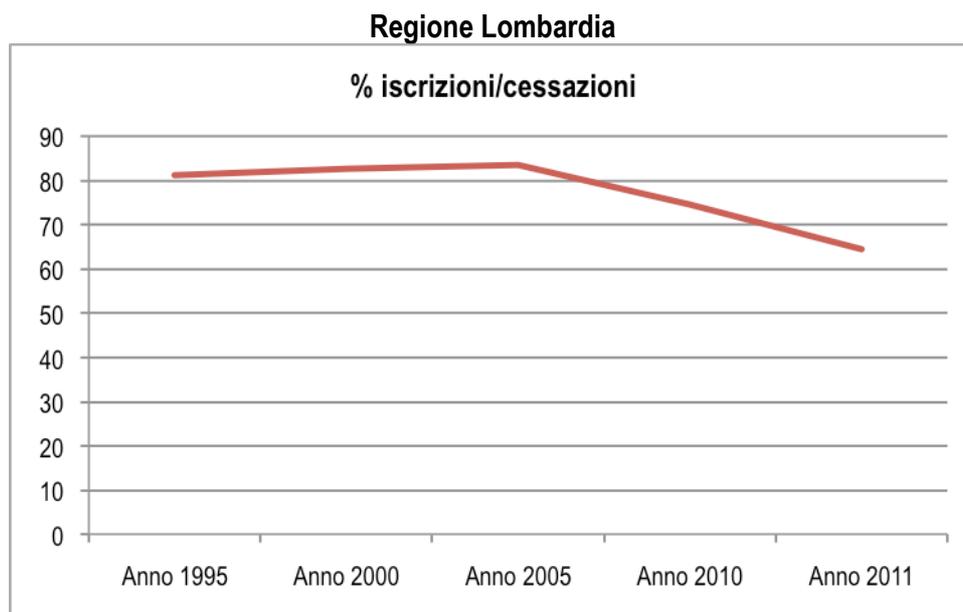


Per finire considereremo il dato relativo al rapporto tra numero di cessazioni e numero di iscrizioni in CCIAA, così da valutare la dinamicità del settore commercio; si considera il valore percentuale delle iscrizioni rispetto alle cessazioni.

Lombardia

	% iscrizioni/cessazioni
1995	81,11%
2000	82,34%
2005	83,49%
2010	74,39%
2011	64,44%

Fonte: Movimprese



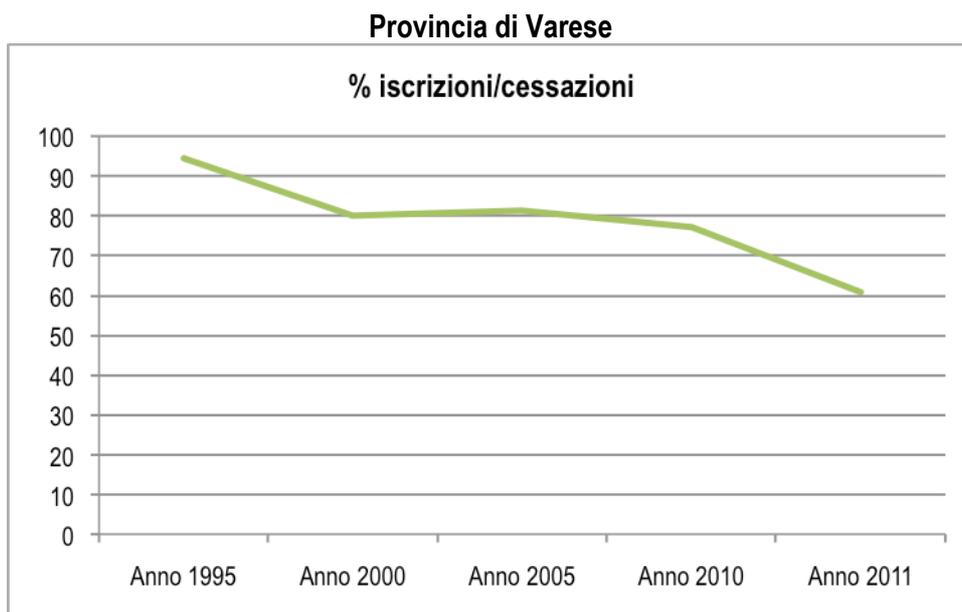
Fino al 2005 il peso delle nuove iscrizioni rispetto al numero di attività cessate era superiore all'80%; come era facile intuire, tale dato ha subito un brusco arresto tra il 2005 e il 2010, per poi calare di 10 punti percentuali tra il 2010 e il 2011: è evidente che la crisi economica in atto ha fortemente ridimensionato la dinamicità del settore commerciale, con un arresto degli investimenti.

Simile dinamica in Provincia di Varese, dove la differenza tra il 2010 e il 2011 super addirittura i 15 punti percentuali:

Provincia di Varese

	% iscrizioni/cessazioni
1995	94,45
2000	79,70
2005	81,07
2010	76,86
2011	60,81

Fonte: Movimprese



Da tutti i dati analizzati risulta evidente che il settore commerciale, dopo un periodo di florido sviluppo, legato anche alle prime liberalizzazioni introdotte dal D.Lgs. 114/98 , ha conosciuto un progressivo rallentamento fino ad arrivare a una contrazione importante, certamente legata alla crisi economica in atto a livello mondiale.