



Città di Legnano

PGT

Piano di Governo del Territorio
Presenti al futuro

PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO 2010



DOCUMENTO DI PIANO

DA10

Quadro conoscitivo del territorio comunale

COMPONENTE COMMERCIALE

18 aprile 2011

Responsabile del Procedimento

SETTORE 3 GOVERNO E GESTIONE DEL TERRITORIO,
AMBIENTE E SPORTELLI IMPRESA
URBANA
URBANA
(Dott. Arch. Gian Carlo Morelli)

Progettisti

ORDINE DEGLI ARCHITETTI, PIANIFICATORI,
PAESAGGISTI E CONSERVATORI
DELLA PROVINCIA DI MILANO
APRA' FRANCO
architetto
3426

ORDINE DEGLI ARCHITETTI, PIANIFICATORI,
PAESAGGISTI E CONSERVATORI
DELLA PROVINCIA DI MILANO
ENGEL MARCO
architetto
2371

Sindaco

IL SINDACO

Dott. Lorenzo Vitali

Assessore Assetto e Gestione del Territorio

L'ASSESSORE DELEGATO
(Reg. Gianbattista Fratus)

Gruppo di lavoro

Progettazione urbanistica:
Morfologia e paesaggio
Mobilità
Attività commerciali

Franco Aprà e Marco Engel con Massimo Bianchi e Fabrizio Calloni
Alessandro Isastia
POLINOMIA – Alfredo Drufuca, e Damiano Rossi con Valentina Motta e Stefano Battaiotto.
Società di Ricerca e Pianificazione – Mauro Anzini, e Alessandra Della Porta

Consulenza giuridica

Tiziano Ugoccioni

Comune di Legnano:

Giancarlo Morelli
Paola Ferri
Ufficio Pianificazione generale e attuativa

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 – analisi per settore merceologico</i>	pag. 25
4.3	<i>La distribuzione territoriale dei punti di vendita</i>	pag. 29
4.3.1	<i>Medie e grandi strutture di vendita</i>	pag. 33
4.4	<i>Rapporto tra domanda e offerta</i>	pag. 39
4.5	<i>Centri di telefonia in sede fissa presenti sul territorio</i>	pag. 41
4.6	<i>Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio</i>	pag. 42
5.	Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale e conclusioni	pag. 43

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo	pag. 50
Allegato 2 – Nota metodologica	pag. 61

1. Oggetto dell'analisi

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

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

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

→ con il Documento di Piano per quanto riguarda:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- la verifica di coerenza con le valutazioni di sostenibilità derivanti dal contemporaneo processo, da condursi all'interno del Documento di Piano, di Valutazione Ambientale Strategica (VAS).

Ancora, con riferimento ai rapporti tra programmazione commerciale e Piano dei Servizi, la D.C.R. 8/352 sottolinea: *"il Piano dei Servizi rappresenta lo strumento atto a promuovere una corretta integrazione delle funzioni commerciali con i servizi pubblici di interesse generale per la comunità; può definire infatti scelte idonee a valorizzare il comparto, quali:*

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

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

Il Piano delle Regole dettaglierà pertanto le caratteristiche degli interventi commerciali consentiti per le diverse situazioni urbane presenti nell'ambito comunale: centri di antica formazione ed aree urbane centrali, aree perturbane o

periferiche, aree extraurbane di interesse sovracomunale, normando puntualmente le modalità di inserimento di tali strutture nel contesto territoriale, avendo particolare attenzione a:

- la disciplina dell'assetto morfologico in rapporto alle caratteristiche funzionali, insediative, paesistiche ed ambientali e le potenzialità di riorganizzazione urbanistica locale conseguenti all'insediamento dell'attività commerciale;*
- la specificazione delle categorie commerciali non ammissibili in determinati contesti;*
- la prescrizione di parametri qualitativo – prestazionali riguardanti materiali, tecnologie, elementi costruttivi finalizzati ad assicurare la qualità degli interventi in rapporto all'efficacia energetica, alla riduzione dell'inquinamento, al risparmio di risorse naturali;*
- l'incentivazione delle attività commerciali di vicinato".*

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

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

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

2. Quadro normativo di riferimento

2.1 LE ATTIVITA' COMMERCIALI

2.1.1 Definizioni e forme

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

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

2.1.2 Tipologie

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

Classi dimensionali dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa

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

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

Classi dimensionali delle grandi strutture di vendita – Regione Lombardia

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

Medie e grandi strutture di vendita possono assumere la forma del centro commerciale, quando "... più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a

destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente" (D.Lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lettera g).

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

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

2.1.3 *La programmazione commerciale regionale*

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

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

Gli ambiti territoriali individuati sul territorio regionale sono i seguenti:

- 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 Legnano, compreso nell'ambito di addensamento 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 degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *disincentivo al consumo di aree libere e attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi;*
- *incremento della presenza di esercizi di vicinato e di media distribuzione, di maggiore accessibilità diretta da parte dell'utenza;*
- *prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico;*
- *valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico e architettonico e integrazione della funzione commerciale con le altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, artigianali, pubbliche) e promozione del loro servizio commerciale unitario.*

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 interrato 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., atto rinnovato nel corso del 2009 con confermato con Deliberazione Giunta Provinciale n. 606 del 28 luglio; l'iter procedimentale è tuttora in fase di svolgimento, secondo il processo che è possibile seguire in tempo reale sul sito istituzionale della Provincia stessa, www.provincia.milano.it.

2.2 I CENTRI DI TELEFONIA IN SEDE FISSA

2.2.1 Normativa di riferimento

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

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

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

- *la l.r. 1/2007 e i successivi provvedimenti attuativi volti alla sostituzione di atti autorizzativi con la dichiarazione di inizio attività produttive (DIAP), solo qualora l'esercizio rientri nella tipologia degli esercizi di vicinato;*
- *la l.r. 14/99 relativamente alle modalità di esercizio dell'attività;*

- la l.r. 22/2000 relativamente alle vendite straordinarie e agli orari;
- il d.lgs. 114/98 per tutto ciò che non è ancora disciplinato da leggi regionali”.

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

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

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

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

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

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

2.3 RETE DISTRIBUTIVA CARBURANTI

2.3.1 Premessa

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

2.3.2 I distributori di carburante

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

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

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

Gli intenti dichiarati dalla Regione sono quelli di estendere al maggior numero di cittadini i vantaggi garantiti dai carburanti puliti, vantaggi che non si esauriscono in una indiscutibile convenienza economica ma comprendono anche elementi valoriali quali la libertà di movimento e la sicurezza. Secondo la Regione, infatti, passare al metano infatti non significa solamente poter acquistare un mezzo a prezzi scontati o risparmiare sul costo del carburante; significa soprattutto produrre bassissime emissioni, circolare 365 giorni all'anno, anche nei giorni di blocco del traffico, poter parcheggiare con assoluta indipendenza,, il tutto con la massima affidabilità in quanto le auto a metano garantiscono le stesse prestazioni e gli stessi standard di sicurezza di quelle a benzina o diesel.

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

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

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

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

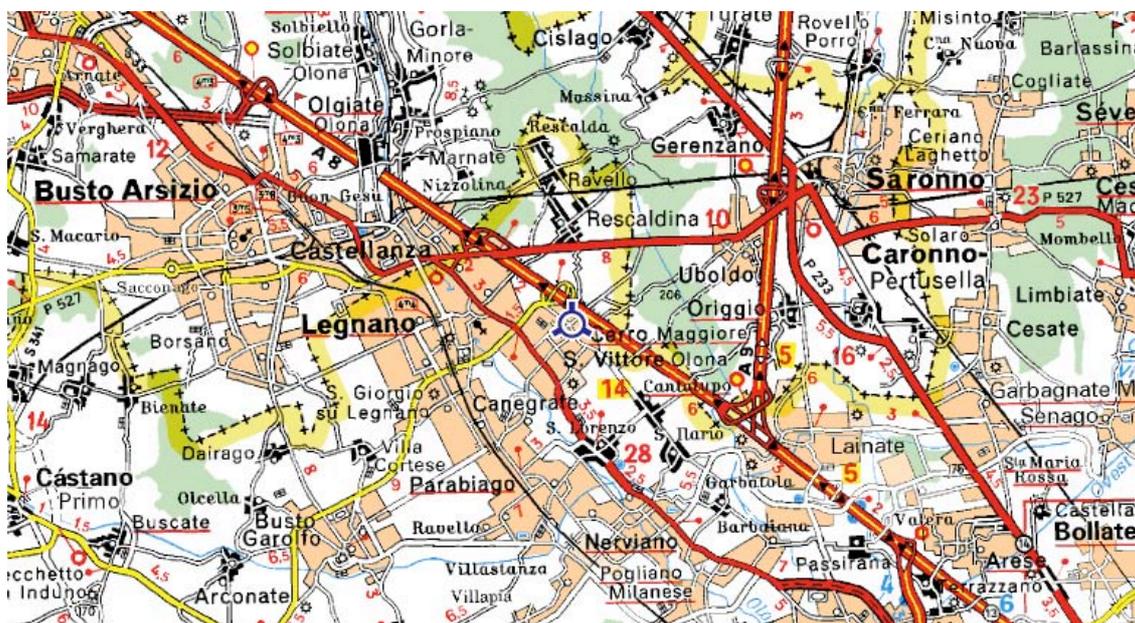
3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

3.1 Inquadramento territoriale

Legnano è un Comune della Provincia di Milano, posto a circa 25 km a nord ovest del Capoluogo, cui è collegato dal tracciato dell'Autostrada A8 dei Laghi, ramo Milano-Varese, dalla S.S. 33 del Sempione e dalla linea ferroviaria Milano Varese.

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

Confina con i Comuni di Rescaldina, Cerro Maggiore, S. Vittore Olona, Canegrate, S. Giorgio su Legnano, Villa Cortese e Dairago in Provincia di Milano e con Busto Arsizio e Castellanza in Provincia di Varese.



Fonte: www.viamichelin.it

L'abitato presenta di fatto un unico nucleo, che si sviluppa senza soluzione di continuità dal confine con il Parco Alto Milanese fino al limite del tracciato autostradale: l'espansione residenziale ha infatti portato l'abitato a inglobare tutte quelle cascine e località situate ai confini del territorio comunale, che prima della metà del XX secolo si configuravano quali realtà a sé stanti, come Cascina Mazzafame e Cascina Olmina.

Sono tuttavia presenti due barriere fisiche che dividono l'edificato in modo molto netto, la linea ferroviaria Milano-Varese e la Statale del Sempione, e che individuano una ripartizione tradizionale del territorio in tre nuclei principali: la zona dell'"oltre stazione", situata a sud-ovest della ferrovia; la zona "centro", che include il centro storico propriamente detto, compresa tra la ferrovia e la Statale del Sempione; infine, l'"oltresempione", situato appunto a nord-est della S.S. 33 del Sempione.

Legnano svolge un'importante funzione di centralità rispetto ai Comuni del suo intorno, proponendosi come punto di riferimento e sede di numerosi servizi di portata sovralocale, sia pubblici (scolastici, socio sanitari, amministrativi, fiscali, ecc.), che privati, professionali e imprenditoriali. Questa consolidata funzione di polarità commerciale è peraltro attestata dal riconoscimento regionale della qualifica di Distretto del Commercio all'ambito centrale del territorio cittadino (citando la stessa Regione Lombardia, "*... i Distretti del Commercio sono ambiti in cui cittadini, imprese e corpi sociali liberamente aggregati e collaboranti sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione, di coesione sociale e di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone un territorio. Promuovono la competitività delle polarità commerciali urbane e la rigenerazione del contesto in cui si collocano, secondo una modalità di intervento il più possibile integrata, condivisa e concertata tra le istituzioni di governo del territorio, le autonomie funzionali e le rappresentanze economiche, politiche e sociali che vi operano ...*").

Le comunicazioni sono ottime: come già detto, il territorio comunale è attraversato per intero dal tracciato dell'autostrada A8, che presenta due svincoli, il primo in corrispondenza del confine con Cerro Maggiore, denominato "Legnano" il secondo al confine con il Comune di Castellanza, del quale assume il nome.

A questa si aggiungono due importanti direttrici di traffico sovracomunale, la S.S. 33 del Sempione e la S.S. 527 Bustese, che collega Busto Arsizio a Saronno e di qui a Monza.

Anche per quel che riguarda i servizi di trasporto pubblico il territorio comunale risulta ottimamente servito: è infatti presente una stazione ferroviaria, denominata appunto Legnano, sulla linea Milano-Varese; per i trasporti su ruota, sono presenti diverse linee extraurbane che collegano regolarmente Legnano a Milano, Gallarate, e a tutti i centri del Magentino.

All'offerta del commercio in sede fissa si aggiunge quella ambulante, con la presenza di un importante mercato, che conta quasi 170 posteggi, che si tiene due volte la settimana e per l'intera giornata il martedì e il sabato, nell'area prospiciente l'ingresso principale del Parco Castello.

3.2 Inquadramento demografico

ANNO	ABITANTI
1991	49.742
1992	50.167
1993	50.835
1994	51.857
1995	52.199
1996	52.652
1997	53.110
1998	53.190
1999	53.428
2000	53.532
2001	53.650
2002	53.809
2003	54.051
2004	54.854
2005	56.157
2006	56.622
2007	56.726
2008	56.942
2009	57.852
2010	58.319

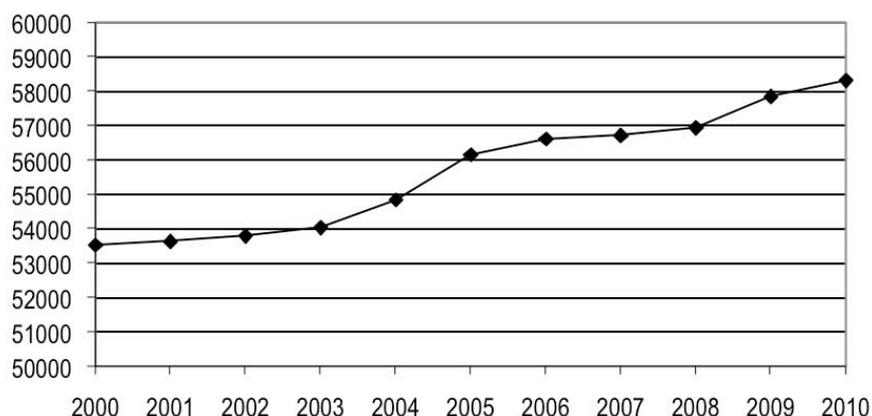
Fonte: demo.istat.it – dati al 1 gennaio

Al 30 giugno 2010 gli abitanti del Comune erano 58.552; l'ultimo dato disponibile (settembre 2010) è di 58.968 residenti.

Come si può osservare nella tabella, nel corso periodo compreso tra il 1° gennaio 1991 e il 1° gennaio 2010 la popolazione di Legnano è costantemente aumentata, con un saldo positivo di oltre 8.500 abitanti (e precisamente 8.577 in 19 anni, che equivalgono a una media di oltre 450 nuovi residenti l'anno). Prendendo più puntualmente in considerazione l'ultimo decennio (1 gennaio 2000 – 2010), si conferma l'andamento positivo, con un incremento di 4.787 abitanti, ed un picco

negli anni 2004 e 2005 e nell'ultimo biennio, meglio visualizzato nella successiva tabella.

Andamento demografico di Legnano



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 Legnano 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 Legnano risulta di pochissimo più "giovane" rispetto alla Provincia e perfettamente allineata alla Regione; si deve ritenere pertanto che la disponibilità di spesa in Comune sia analoga 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 Legnano	46.478	80,34	11.374	19,66	57.852	4,09

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

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo "propensione al matrimonio", risulta assolutamente 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 Legnano	23.382	40,42	34.470	59,58	57.852	0,68

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

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 Legnano, 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%
Legnano	21.627	1.818	23.445	92,2%

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 Legnano è superiore al valore mediamente registrato in Regione Lombardia mentre è di poco inferiore a quello registrato in Provincia di Milano.

Nel complesso, per tutti i parametri considerati, si tratta di dati allineati ai valori medi provinciali e regionali, in base ai quali 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 Legnano risiedono 4.970 stranieri, pari all'8,59% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Legnano	57.852	4.970	8,59%

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

Anche la quota di popolazione straniera a Legnano è leggermente inferiore al valore mediamente registrato in Provincia di e/o 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 2009

La popolazione straniera residente a Legnano risulta però in decisa crescita, come riassunto nella successiva tabella, che evidenzia come nel periodo considerato sia, di fatto, quasi triplicata:

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	1.693	--	--
2004	2.294	+35,5%	+35,5%
2005	2.947	+28,5%	+74,1%
2006	3.451	+17,1%	+103,8%
2007	4.001	+15,9%	+136,3%
2008	4.319	+7,9%	+155,1%
2009	4.970	+15,1%	+193,6%

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

Si tratta di valori elevati, corrispondenti a un numero di soggetti che sicuramente è significativo che potrebbe configurare una domanda economicamente rilevante di servizi di telefonia anche aggiuntiva rispetto a quella domestica.

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

Hanno risposto di utilizzare comunque il telefono fisso presso il phone center il 35% degli intervistati, che, per Legnano, significherebbe poco più di 1.500 individui; attribuendo a ciascuno di questi una spesa media mensile di 50 euro, si avrà un potenziale mercato annuo di poco inferiore al milione di euro, che utilizzeremo come riferimento per valutare le potenzialità del settore.

4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

4.1 Evoluzione del sistema distributivo

Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Legnano, 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. E' altresì disponibile l'aggiornamento on line di questi dati che, per il Comune di Legnano, comprende le autorizzazioni rilasciate fino al 28 luglio 2010 (www.osscom.regione.lombardia.it).

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

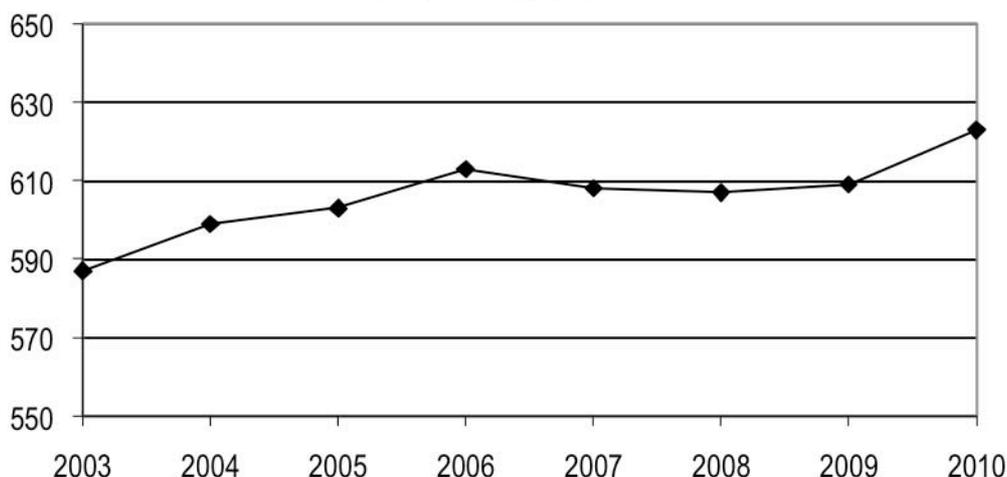
Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	587	--	--
2004	599	+ 12	+ 2,0
2005	603	+ 4	+ 0,7%
2006	613	+ 10	+ 1,7%
2007	608	- 5	- 0,8%
2008	607	- 1	- 0,2%
2009	609	+ 2	+ 0,3%
2010	623	+14	+ 2,3 %

Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Osservatorio Commercio Regione Lombardia

Nel complesso del periodo considerato, il saldo numerico delle attività è stato di + 36 attività, che corrispondono a una percentuale del +6,1%.

L'andamento è stato discontinuo, con una lieve crescita fino al 2006, cui è seguita un altrettanto lieve contrazione e, nel corso dell'ultimo biennio, variazioni prima così limitate da dover essere considerate di sostanziale stabilità, seguite da un incremento che, per cautela, non riteniamo di poter definire "ripresa".

Evoluzione del sistema distributivo numero di esercizi

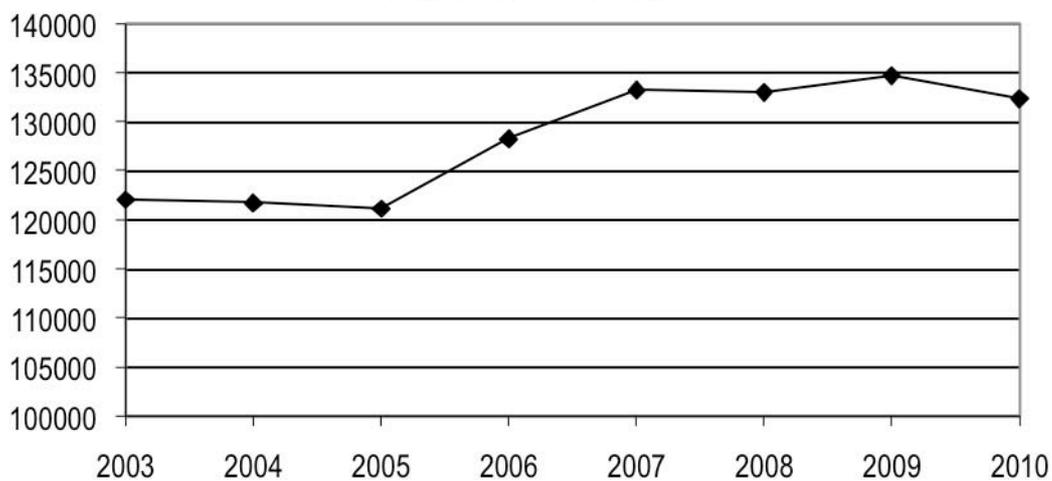


Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	122.090	--	--
2004	121.757	- 333	-0,3%
2005	121.184	- 573	- 0,5%
2006	128.309	+ 7.125	+5,9%
2007	133.262	+ 4.953	+3,9%
2008	133.022	- 240	- 0,2%
2009	134.738	+ 1.716	+ 1,3%
2010	132.370	- 2.368	- 1,8%

Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Osservatorio Commercio Regione Lombardia

Anche per quanto riguarda le superfici di vendita, complessivamente il periodo considerato mostra un andamento positivo della rete di vendita, con un incremento di 10.280 mq, corrispondente ad un +8,4% e quindi leggermente superiore, in termini percentuali, rispetto alla crescita numerica delle attività; si tratta di un dato che evidenzia una crescita delle superfici medie delle attività commerciali, sebbene il valore positivo del dato riferito al complesso del periodo non sia confermato per l'anno appena trascorso, che ha visto una riduzione nelle superfici di vendita complessive, e quindi una cessazione di attività anche di dimensione significativa.

Evoluzione del sistema distributivo superfici di vendita



Nel complesso, si può parlare di una situazione di sostanziale stabilità e tenuta della rete distributiva, con una crescita, sia in termini di numero di attività, che di superfici di vendita, sebbene più modesta e contenuta.

4.2 Lo stato di fatto del sistema distributivo comunale – analisi per settore merceologico

Alla data del 31 luglio 2010, ultimo aggiornamento on line dei dati dell'Osservatorio Regionale del Commercio, la rete di vendita di Legnano era costituita da 623 esercizi per complessivi 132.370 mq. di vendita.

Di questi esercizi, 132 appartengono al settore alimentare e/o misto a prevalenza alimentare e 491 a quello non alimentare.

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	132	28.104 mq
Non alimentare	491	104.266 mq
Totale	623	132.370 mq

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita) ed al settore merceologico, i 623 esercizi di Legnano 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 alimentare</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>sup.vendita alimentare</u>
110	6.044	19	12.722	3	9.338

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>sup.vendita non alimentare</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>sup.vendita non alimentare</u>
454	33.119	34	37.632	3	33.515

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, sia per le medie che per le grandi strutture di vendita, sono comprese tutte le superfici autorizzate, anche se non attivate o sospese.

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.789.389	27.869	351
Provincia di Milano*	3.951.362	9.739	405
Comune di Legnano	58.968	110	536

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.789.389	85.469	114
Provincia di Milano*	3.951.362	34.974	113
Comune di Legnano	58.968	454	130

Per gli esercizi di vicinato si riscontra in Legnano una dotazione di punti di vendita più bassa della media regionale e di quella provinciale sia per il settore alimentare che per quello non alimentare, sebbene meno marcata per quest'ultimo, che registra una dotazione non molto inferiore a quella di Regione e Provincia.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.389	1.215.338	124
Provincia di Milano*	3.951.362	389.453	99
Comune di Legnano	58.968	12.722	215

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.389	3.948.793	403
Provincia di Milano*	3.951.362	1.415.376	358
Comune di Legnano	58.968	37.632	638

La disponibilità di superfici di vendita appartenenti a medie strutture, conteggiato in termini di mq ogni 1.000 abitanti, è decisamente superiore sia alla media regionale sia, in modo più marcato, a quella provinciale, 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	9.789.389	835.774	85
Provincia di Milano*	3.951.362	302.136	76
Comune di Legnano	58.968	9.338	158

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.389	2.688.281	275
Provincia di Milano*	3.951.362	1.154.503	292
Comune di Legnano	58.968	33.515	568

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009; Comune di Legnano settembre 2010

Anche per le grandi strutture di vendita la dotazione di superfici per ciascun settore merceologico, alimentare e non alimentare, è decisamente superiore alle medie regionali e provinciali, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare.

Un primo aspetto che emerge è che la rete di vendita di Legnano mostra un tasso elevato di presenza di moderne strutture di vendita, la carenza di attività di vicinato è in concreto compensata dalla presenza di medie e grandi strutture di vendita.

In ogni caso, si deve considerare che Legnano esercita una importante funzione di centralità per ogni tipologia di acquisto nei confronti dei residenti dei Comuni limitrofi (che contano quasi 54.000 abitanti**, escludendo Busto Arsizio,

* In attesa che l'ISTAT elabori il dato riferito alla sola Provincia di Milano, alla stessa rimangono attribuiti i Comuni ricompresi nella nuova Provincia di Monza e Brianza.

** E precisamente 53.871, così suddivisi (fonte: demo.istat.it, 30 aprile 2010):

Canegrate	12.401
Cerro Maggiore	14.698
Dairago	5.602
S. Giorgio su Legnano	6.696
S. Vittore Olona	8.257
Villa Cortese	6.217

Castellanza e Rescaldina, ovvero i centri dotati di un'offerta commerciale di grandi strutture di vendita attrattiva e competitiva anche rispetto all'esistente di Legnano).

Sommando questi consumatori con quelli di Legnano, e quindi raddoppiando il numero di consumatori che utilizzano la rete commerciale delle medie e grandi strutture di vendita cittadina, i rapporti si ridimensionano e tendono verso la situazione media provinciale e regionale.

4.3 *La distribuzione territoriale dei punti di vendita*

Per verificare l'effettiva distribuzione territoriale della rete di vendita, assumeremo la suddivisione del territorio comunale già illustrata in sede di inquadramento territoriale (paragrafo 3.1), che individua, in Legnano, i seguenti nuclei:

- la zona dell'"oltre stazione", situata a sud-ovest della ferrovia;
- la zona "centrale", compresa tra la ferrovia e la Statale del Sempione, nella quale si inserisce l'ambito a più elevata densità commerciale, corrispondente ad un centro storico "allargato", delimitato dalle vie della Vittoria, Pontida, Sempione, Matteotti, Gilardelli, Guerciotti, Gorizia, S. Giovanni Bosco, Alberto da Giussano, c.so Italia, p.zza Monumento e dalla linea ferroviaria (che corrisponde in sostanza all'ambito individuato quale Distretto del Commercio di Legnano);
- infine, l'"oltresempione", situato appunto a nord-est della S.S. 33 del Sempione*.

La successiva tabella indica il numero di esercizi presenti negli ambiti individuati, con le rispettive superfici di vendita.

* Si tratta di una suddivisione diversa rispetto a quella adottata in occasione della predisposizione delle Indagini Conoscitive predisposte ai sensi dell'art. 5, comma 2, Regolamento Regionale 3/00, nell'ambito dell'adeguamento del P.R.G. 2000 alle disposizioni di cui al R.R. 3/00 stesso; questa zonizzazione si discostava solo in modo marginale da quella già utilizzata dal precedente strumento di programmazione del commercio, ovvero il Piano Commerciale formulato ai sensi della l. 426/71 ss.mm.ii., strumento che prevedeva una programmazione prevalentemente "quantitativa", attraverso il cosiddetto contingentamento delle attività, e non "qualitativa", qual'è quella territoriale prevista dal Piano di Governo del Territorio.

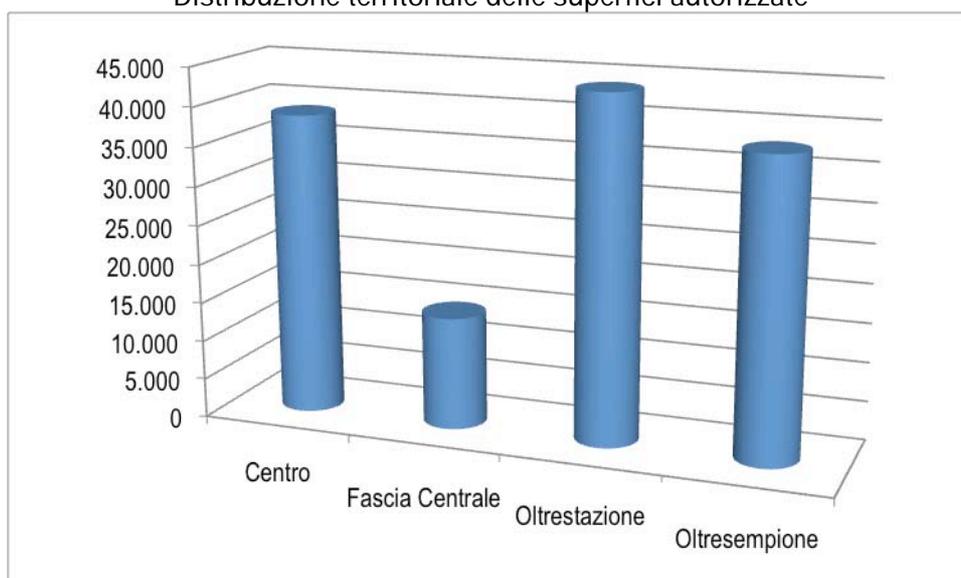
Totale punti di vendita

Zona	N. esercizi	Mq. autorizzati
Centro	282	37.990
Fascia Centrale	101	14.164
Oltrestazione	121	43.020
Oltresempione	119	37.196
Totale Comune	623	132.370

Distribuzione territoriale dei punti di vendita



Distribuzione territoriale delle superfici autorizzate



E' possibile notare che, ad un elevata concentrazione delle attività di vendita in termini numerici all'interno della zona Centro, non corrisponde un'analogia

concentrazione della superficie di vendita autorizzata, ad indicare che gli esercizi di questo ambito sono numerosi ma, spesso, di dimensioni ridotte, anche a causa dei vincoli edilizi e del pregio (e costo) degli immobili disponibili.

Segnaliamo, per la zona Oltresempione, che concentra una quota rilevante delle superfici di vendita autorizzate, che la gran parte delle stesse sono localizzate lungo l'asse della S.S. Saronnese, e sono per la totalità attivate. Diversa è la situazione della zona dell'Oltrestazione, dove una quota rilevante delle superfici di vendita sono riferite ad una singola autorizzazione per grande struttura non ancora attivata.

Per meglio approfondire la situazione delle diverse zone del Comune, andremo ora a considerare separatamente i due settori merceologici, alimentare (nel quale includeremo gli esercizi "misti" a prevalenza alimentare) e non alimentare; per le medie e grandi strutture che vendono anche prodotti del settore alimentare, il settore prevalente sarà sempre quello alimentare in presenza di una superficie di vendita alimentare superiore al 10% del totale della superficie autorizzata (vengono di fatto escluse la media struttura di p.zza Morelli, Gallerie Commerciali Cantoni, che dispone di 34 mq di vendita alimentari su un totale di 2.390 mq autorizzati e l'attività MercatoneUno, che conta 100 mq per il settore alimentare su 2.400 complessivi):

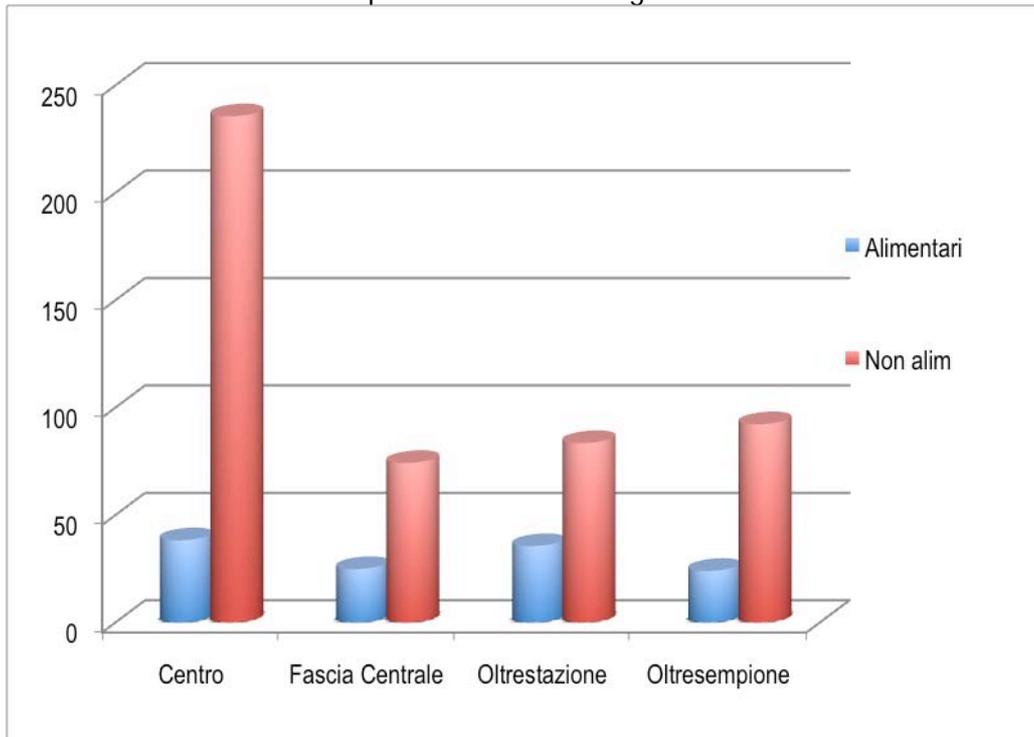
Esercizi alimentari

Zona	N. esercizi	Mq. autorizzati
Centro	41	6.576
Fascia Centrale	27	3.626
Oltrestazione	39	13.770
Oltresempione	25	4.132
Totale Comune	132	28.104

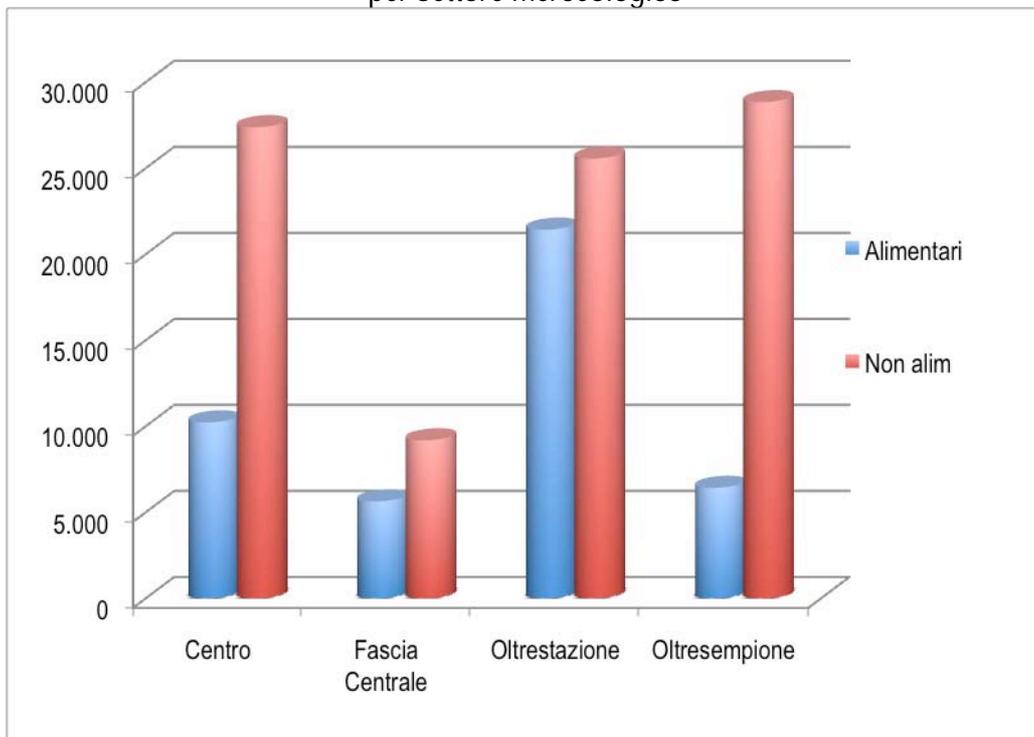
Esercizi non alimentari

Zona	N. esercizi	Mq. autorizzati
Centro	238	31.384
Fascia Centrale	75	10.531
Oltrestazione	85	29.299
Oltresempione	93	33.052
Totale Comune	491	104.266

Distribuzione territoriale dei punti di vendita
per settore merceologico



Distribuzione territoriale delle superfici di vendita
per settore merceologico



Se per il settore merceologico non alimentare si conferma quanto rilevato per il complesso della rete distributiva, ovvero che a un'elevata concentrazione in termini numerici di attività all'interno della zona Centro non corrisponde analoga concentrazione delle superfici di vendita, che vedono invece una concentrazione nella zona dell'Oltresempione, ad indicare che gli esercizi di maggiori dimensioni e destinati ad un'utenza sovracomunale sono localizzati in tale ambito (ed in particolare lungo l'asse della Saronnese), per il settore alimentare la situazione appare meno netta, in quanto la presenza di attività commerciali miste con prevalenza alimentare di rilevanti dimensioni (Bennet e Esselunga) assicura una diffusione territoriale sicuramente più equilibrata, aspetto che diventa ancor più rilevante se si considera che una larga parte delle superfici presenti nella zona dell'Oltrestazione sono da attribuire ad un'unica grande struttura di vendita autorizzata ma non attivata.

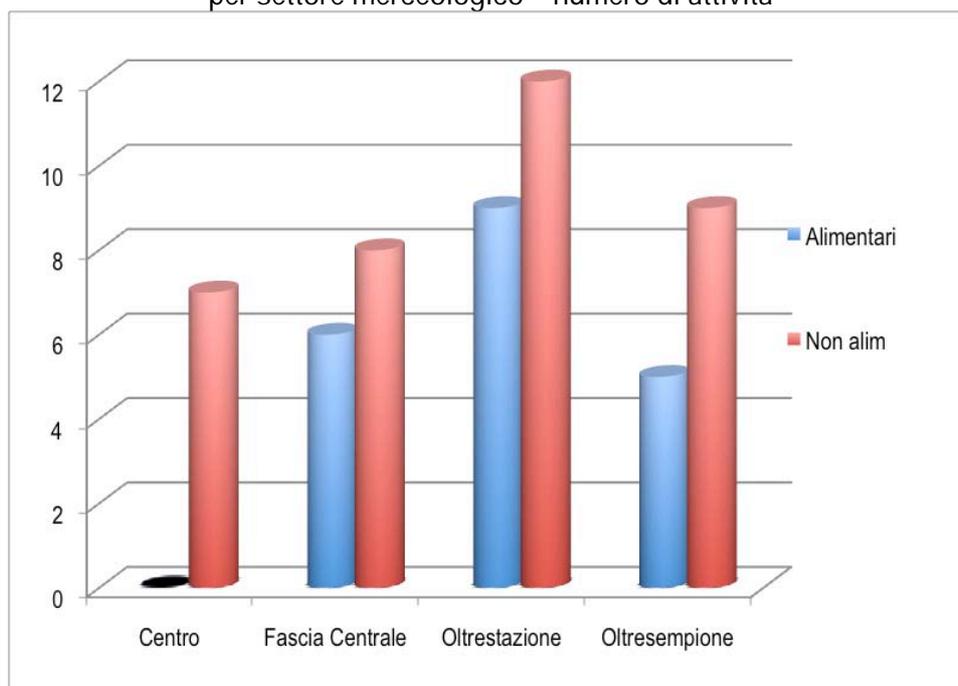
4.3.1 Medie e grandi strutture di vendita

In Legnano, sulla base dei rilievi effettuati dall'Osservatorio Regionale del Commercio e raccolti nella Banca Dati Commercio Regione Lombardia; aggiornamento on line Comune di Legnano al 28 luglio 2010 (www.osscom.regione.lombardia.it), sono presenti 53 medie strutture di vendita, delle quali 19 appartenenti al settore alimentare e/o "misto" con prevalenza alimentare e 34 a quello non alimentare; sono inoltre presenti 6 grandi strutture di vendita, delle quali 3 miste e altrettante non alimentari; tali esercizi, che rappresentano il sistema distributivo più "moderno", si distribuiscono sul territorio come segue:

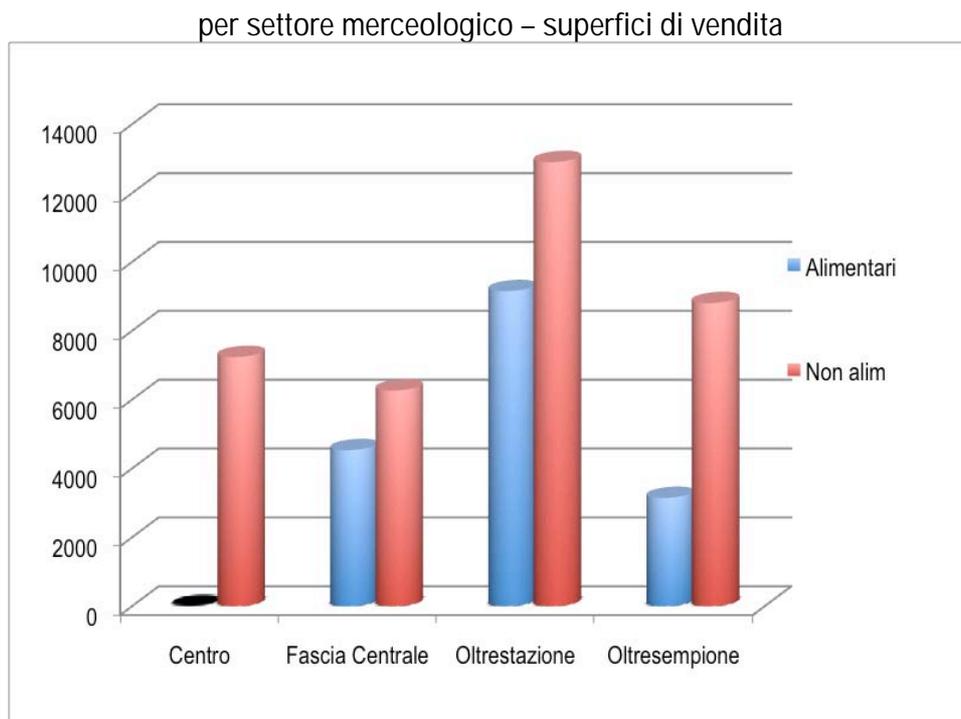
Medie strutture

Zona	Alimentari/Miste		Non alimentari		TOTALE	
	N. es.	Sup vendita totale	N. es.	Sup vendita totale	N. es.	Sup. vendita
Centro	0	0	5	6.153	5	6.153
Fascia Centrale	5	4.090	8	6.311	13	10.401
Oltrestazione	9	8.962	12	12.889	21	21.851
Oltresempione	5	3.082	9	8.867	14	11.949
Totale Comune	19	16.134	34	34.220	53	50.354

Distribuzione territoriale delle medie strutture di vendita per settore merceologico – numero di attività



Distribuzione territoriale delle medie strutture di vendita

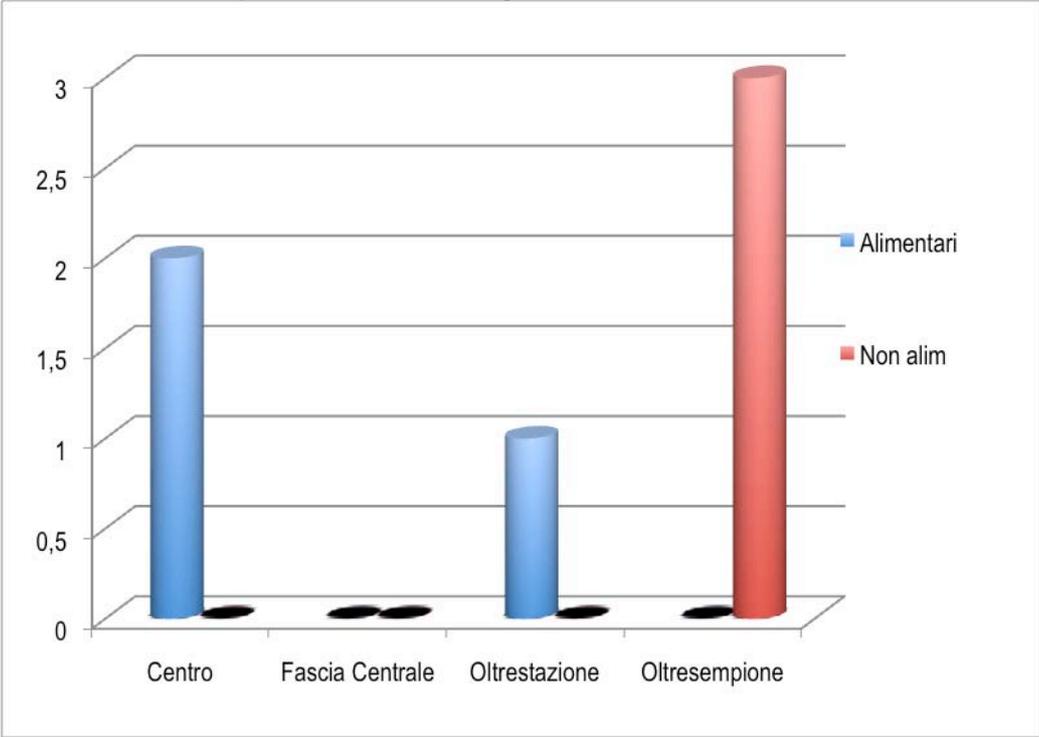


Per le medie strutture di vendita il principale aspetto che emerge dall'analisi della situazione delle diverse zone è che, diversamente da quanto registrato per la rete di vendita nel suo complesso, la zona che concentra il maggior numero di attività non è quella del centro, ma sono gli ambiti dell'oltresempione per quanto riguarda la dotazione in termini numerici e l'oltrestazione per le superfici di vendita; anzi, la zona del centro è del tutto sprovvista di medie strutture di vendita alimentari.

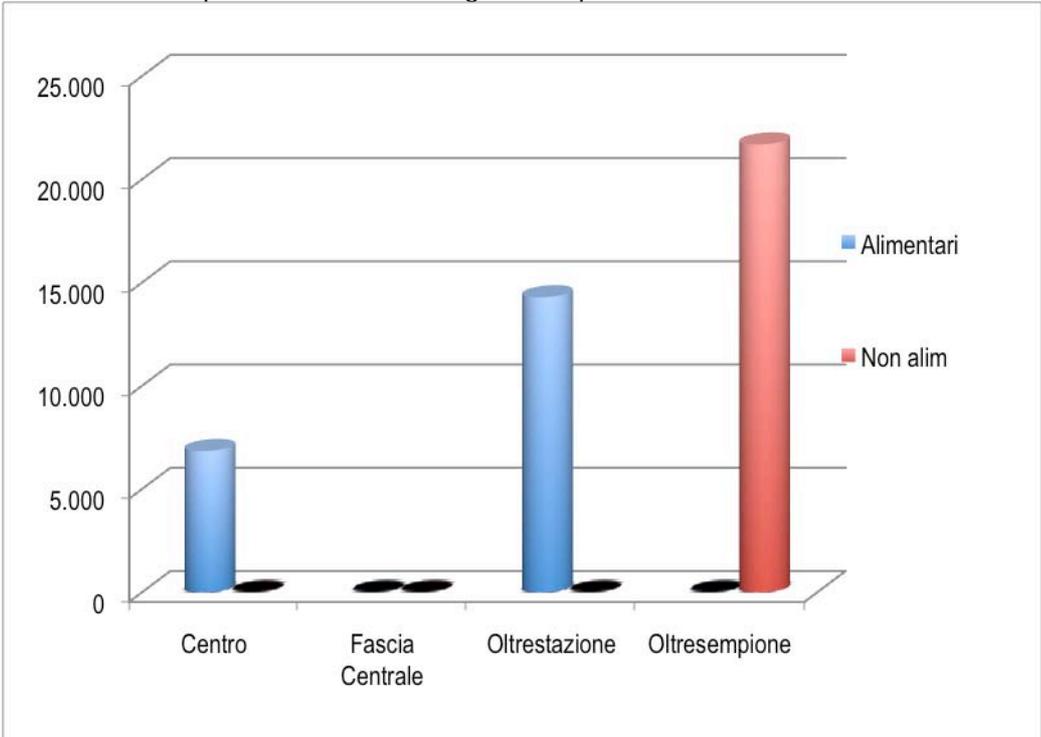
Grandi strutture

Zona	Alimentari/Miste		Non alimentari		TOTALE	
	N. es.	Sup vendita totale	N. es.	Sup vendita totale	N. es.	Sup. vendita
Centro	2	6.853	0	0	2	6.853
Fascia Centrale	0	0	0	0	0	0
Oltrestazione	1	14.300	0	0	1	14.300
Oltresempione	0	0	3	21.700	3	21.700
Totale Comune	3	21.153	3	21.700	6	42.853

Distribuzione territoriale delle grandi strutture di vendita
per settore merceologico – numero di attività



Distribuzione territoriale delle grandi strutture di vendita
per settore merceologico – superfici di vendita



Ancora diversa, e meno articolata, andando a considerare solo 6 esercizi (dei quali uno autorizzato e non attivato), è la situazione delle grandi strutture di vendita: la rete di vendita alimentare si concentra nella zona del Centro, con punto vendita Bennet e la struttura Esselunga inserita nel complesso delle Gallerie Cantoni, e si propone quindi come servizio destinato ai residenti e ai cosiddetti "city users", mentre la rete non alimentare, totalmente localizzata lungo una direttrice di traffico sovracomunale di attraversamento, la S.S. Saronnese, appare sicuramente diretta ad un'utenza sovracomunale.

4.4 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 6 – Busto Arsizio, di cui Legnano era parte.

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

Il mercato teorico complessivo, calcolato nell'ipotesi che tutti i residenti acquistino in Comune (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), corrisponde a 169,876 milioni di euro, di cui 93,612 milioni di euro per il settore alimentare e 76,264 milioni di euro per il settore non alimentare.

Mercato teorico

Settore alimentare	1.587,50 euro x 58.968 abitanti =	93,612 milioni di euro
Settore non alimentare	1.293,31 euro x 58.968 abitanti =	76,264 milioni di euro
Domanda totale		169,876 milioni di euro

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

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

Sulla base di tali dati (ricordiamo che i valori della spesa procapite e della produttività al mq sono entrambi riferiti all'anno 2003, si tratta quindi di valori omogenei, che pertanto non si è proceduto ad inflazionare; per 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 327,678 milioni di euro, di cui 153,570 milioni di euro per il settore alimentare e 174,108 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito (prudentemente abbiamo considerato gli ultimi dati ufficiali disponibili

pubblicati sul BURL, ovvero quelli 30 giugno 2009, Decreto Dirigente Unità Organizzativa n. 12113 del 26 novembre 2009):

Settore alimentare		
Vicinato	2.530,64 euro x 6.379mq. =	16,143 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq) *	2.737,22 euro x 4.747 mq. =	12,993 milioni di euro
MS2 (da 601 a 2.500 mq) *	5.681,03 euro x 8.226 mq. =	46,732 milioni di euro
GS sovracom. (fino a 5.000 mq) *	7.230,40 euro x 3.538 mq. =	25,581 milioni di euro
GS A.E. (oltre i 5.000 mq) *	8.986,35 euro x 5.800 mq. =	52,121 milioni di euro
Totale alimentare		153,570 milioni di euro
Settore non alimentare		
Vicinato	1.032,91 euro x 38.688 mq. =	39,961 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq) *	1.084,56 euro x 8.932 mq. =	9,687 milioni di euro
MS2 (da 601 a 2.500 mq) *	1.962,54 euro x 28.594 mq. =	56,117 milioni di euro
GS sovracom. (fino a 5.000 mq) *	2.737,22 euro x 3.315 mq. =	9,074 milioni di euro
GS A.E. (oltre i 5.000 mq) *	1.962,54 euro x 30.200 mq. =	59,269 milioni di euro
Totale non alimentare		174,108 milioni di euro
Totale		327,678 milioni di euro

* per gli esercizi "misti" le superfici appartenenti ai due settori merceologici sono state conteggiate separatamente

Complessivamente, l'offerta è quasi doppia rispetto alla domanda generata dai consumatori residenti del solo Comune di Legnano; la situazione non cambia considerando separatamente i due settori merceologici.

Il dato appena esaminato tuttavia non considera tuttavia alcuni aspetti, che, nel loro complesso, permettono sicuramente di recuperare questo squilibrio:

- in primo luogo la funzione di centralità che Legnano esprime nei confronti dei Comuni del suo intorno, ovvero del Legnanese, e sicuramente nei confronti dei 53.871 residenti dei Comuni limitrofi (escludendo, come già visto, Busto Arsizio, Castellanza e Rescaldina, che dispongono di strutture ampie e attrattive analoghe a quelle di Legnano); questi consumatori esprimono una domanda complessiva di 155,192 milioni di euro, dei quali 85,520 milioni di euro per l'acquisto di prodotti del settore alimentare e di 69,672 milioni di euro per articoli non alimentari;
- il dato evidenziato non considera neppure che gran parte della superficie di vendita ricompresa nella tipologia delle grandi strutture di vendita di area estesa (e precisamente la totalità della superficie alimentare di 5.800 mq e 8.500 mq di

superficie di vendita non alimentare) è da attribuire ad un'unica struttura autorizzata ma non attivata, che non rappresenta quindi un'offerta esistente rispetto alla domanda espressa dai consumatori di Legnano e del Legnanese; la quota di fatturato assorbita da tale attività è pari a 69,103 milioni di euro, dei quali 52,121 milioni di euro per il settore alimentare e 16,681 milioni di euro per quello non alimentare; qualora si escludesse dall'offerta la grande struttura localizzata nella zona dell'oltrestazione, autorizzata ma non attivata, la rete distributiva effettivamente presente nel Comune di Legnano sarebbe quella evidenziata nella successiva tabella:

Settore alimentare		
Vicinato	2.530,64 euro x 6.379mq. =	16,143 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq) *	2.737,22 euro x 4.747 mq. =	12,993 milioni di euro
MS2 (da 601 a 2.500 mq) *	5.681,03 euro x 8.226 mq. =	46,732 milioni di euro
GS sovracom. (fino a 5.000 mq) *	7.230,40 euro x 3.538 mq. =	25,581 milioni di euro
Totale alimentare		101,449 milioni di euro
Settore non alimentare		
Vicinato	1.032,91 euro x 38.688 mq. =	39,961 milioni di euro
MS1 (fino a 600 mq) *	1.084,56 euro x 8.932 mq. =	9,687 milioni di euro
MS2 (da 601 a 2.500 mq) *	1.962,54 euro x 28.594 mq. =	56,117 milioni di euro
GS sovracom. (fino a 5.000 mq) *	2.737,22 euro x 3.315 mq. =	9,074 milioni di euro
GS A.E. (oltre i 5.000 mq) *	1.962,54 euro x 21.700 mq. =	42,287 milioni di euro
Totale non alimentare		157,126 milioni di euro
Totale		258,575 milioni di euro

* per gli esercizi "misti" le superfici appartenenti ai due settori merceologici sono state conteggiate separatamente

- ultimo, il dato di più difficile quantificazione, ovvero che le grandi strutture di vendita non alimentari, per la loro collocazione, sono rivolte a un mercato decisamente più ampio di quello di Legnano e dei Comuni limitrofi, e quindi ottengono una larga parte del loro fatturato attraverso acquisti effettuati da consumatori residenti in Comuni anche distanti da Legnano.

Evidentemente, anche senza tentare di quantificare la rilevanza sovracomunale delle grandi strutture non alimentari localizzate lungo l'asse della S.S. Saronnese, appare possibile affermare che il rapporto tra domande ed offerta espresso nel bacino di riferimento appare sostanzialmente equilibrato.

4.5 Centri di telefonia in sede fissa presenti sul territorio

Nel Comune di Legnano sono presenti i seguenti centri di telefonia in sede fissa:

Royal Enterprise	via A. Da Giussano, 4
Amici Telephone Center	via Pontida, 1/C
Liu Jinxiong	via della Vittoria, 4
Villa Giancarlo	via XXIX Maggio, 108 E/F
D.S.E.	c.so Sempione, 116

Segnaliamo che una attività di centro di telefonia in sede fissa ha cessato la propria attività nel primo trimestre del 2010; evidentemente la maggior convenienza, e quindi diffusione delle tariffe per chiamate all'estero, sia dalla rete mobile che da quella fissa domestica, ha inciso sul mercato di queste attività.

In ogni caso tutti i phone center presenti sono collocati nella zona centrale del Comune o immediatamente a ridosso della stessa, e comunque in ambiti ottimamente serviti dai servizi pubblici di linea, automobilistici ed anche, per qualche attività, ferroviari.

Non sono presenti attività di phone center nella zona dell'Oltrestazione.

4.6 *Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio*

In Comune di Legnano sono presenti 20 impianti di distribuzione al pubblico di carburanti per autotrazione:

Total Italia S.p.A.	v.le Cadorna, 34/a
Shell Italia S.p.A.	v.le Cadorna, 58
Eni S.p.A. (Agip)	v.le Cadorna, 60
Mazzitelli Caterina (IP)	via Castello angolo v.le Gorizia
Anonima Petroli Italiana	via per Busto Arsizio, 48
Eni S.p.A. (Agip)	v.le Sabotino angolo via Novara
Tamoil Petroli S.p.A.	v.le Sabotino, 156
Shell Italia S.p.A.	v.le Sabotino, 75
Italiana Petroli	C.so Sempione, 226 angolo via S. Francesco
Tamoil Petroli S.p.A.	c.so Sempione angolo via Calini
Reteitalia S.p.A.	c.so Sempione, 252
Shell Italia S.p.A.	c.so Sempione, 160 angolo via Volta
Ambrogio Moro S.p.A. (Q8)	v.le Toselli, 36
Shell Italia S.p.A.	v.le Toselli, 46
Eni S.p.A. (Agip)	Via Saronnese, 32
Total Italia S.p.A.	via Saronnese, 45
Shell Italia	via XX Settembre, 84
Erg Petroli S.p.A.	via XXIX Maggio, 212
Total Italia S.p.A.	via per San Giorgio s.n.c.
Metano Legnano	via Pergolesi, 11

Di questi impianti, uno eroga esclusivamente metano per autotrazione; nessuno eroga anche il prodotto GPL.

Evidentemente, a seguito dell'applicazione delle normative nazionali e regionali in materia di impianti di distribuzione di carburante, finalizzate ad una riduzione del numero di impianti, la rete dei distributori ha conosciuto una razionalizzazione, attraverso la dismissione delle strutture di minori dimensioni e localizzate nelle aree interne dell'abitato, mentre sono stati mantenuti, ed anzi talvolta potenziati e ristrutturati, gli impianti localizzati lungo gli assi viari principali.

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).

Legnano è un Comune della Provincia di Milano, situato a nord ovest, al confine con la Provincia di Varese; il territorio Comunale è attraversato per intero dal corso del fiume Olona, fatto che lo ha proposto come localizzazione ottimale, fin dall'800, per le prime attività industriali tessili sorte nella Regione (erano presenti in Legnano i principali gruppi tessili, Bernocchi, Cantoni, De Angeli Frua), cui è seguito, in tempi più recenti, nella prima metà del XX secolo, lo sviluppo di attività meccaniche e manifatturiere, ora in larga parte dismesse o in corso di dismissione; nel corso degli ultimi decenni Legnano ha sviluppato una vocazione all'insediamento di attività terziarie e direzionali, pur senza tralasciare la vocazione *“produttiva”*.

Il territorio Comunale è attraversato dalle principali direttrici di traffico della zona: in primo luogo l'autostrada A8, con due svincoli proprio nel Comune, il primo denominato appunto Legnano, posto al confine con il Comune di Cerro Maggiore, il secondo chiamato Castellanza, e posto appunto al confine con il territorio di questo Comune; a questo si aggiungono le strade statali 33 del Sempione che attraversa per intero l'abitato, e la 527 detta Saronnese, in prossimità del confine nord; infine, la tratta delle Ferrovie dello Stato Milano-Varese-Gallarate, con una stazione nel Comune, attraversa per intero l'abitato.

Grazie a questa situazione geografica e infrastrutturale ottimale e alla sua dimensione demografica, Legnano ha sviluppato un'indiscussa funzione di centralità rispetto ai Comuni del suo intorno, sia come referente per la richiesta di servizi pubblici (in Legnano sono presenti sedi decentrate dell'INPS, dell'Agenzia delle Entrate, le caserme dei Carabinieri, della Guardia di Finanza e della Polizia dello Stato, l'Azienda Ospedaliera, scuole superiori), professionali, sia come referente commerciale: in Legnano oltre alle numerose attività commerciali, è presente anche un importante mercato ambulante, che si tiene due volte la settimana e che conta la presenza di quasi 170 posteggi.

L'abitato comunale è tradizionalmente suddiviso in 3 zone, denominate Oltrestazione, Centro e Oltresempione; all'interno della zona Centro è possibile individuare un'ulteriore subzona, dove si concentrano la gran parte dei servizi commerciali, corrispondente di fatto ad un ambito a elevata densità commerciale, corrispondente ad un centro storico "allargato" (in concreto delimitato dalle vie della Vittoria, Pontida, Sempione, Matteotti, Gilardelli, Guerciotti, Gorizia, S. Giovanni Bosco, Alberto da Giussano, c.so Italia, p.zza Monumento e dalla linea ferroviaria).

Le caratteristiche del sistema distributivo sono naturalmente diverse nelle diverse zone del Comune: nella fascia centrale è presente e radicata una rete di vendita "tradizionale", costituita prevalentemente da esercizi di vicinato e da medie strutture di vendita di piccole dimensioni, concentrate nella gran parte all'interno del centro storico propriamente detto o immediatamente a ridosso dello stesso (zona Centro); a questa rete di vendita tradizionale, tuttavia, si è affiancata, per il settore alimentare, una rete di vendita moderna, con la presenza delle uniche due grandi strutture di vendita autorizzate ed attive nel Comune.

Anche la zona cosiddetta dell'Oltrestazione, situata appunto al di là del tracciato ferroviario, presenta un sistema distributivo in larga parte tradizionale, composto da attività di dimensioni limitate localizzate lungo l'asse di p.zza del Popolo/via Venegoni, cui si affianca una rete di medie strutture di vendita di piccole dimensioni inserita nel tessuto urbano, ed una rete sempre di medie strutture di vendita ma di dimensioni maggiori, localizzata lungo l'asse del viale Sabotino; questa rete di vendita interessa sia il settore alimentare che quello non alimentare: Risulta tuttora in attesa di attivazione la previsione di una grande struttura di vendita mista di dimensioni rilevanti ed articolata nella forma del centro commerciale, localizzata a ridosso della S.P. Inverunese.

Infine, la zona dell'Oltresempione, posta a nord est della S.S. 33, è caratterizzata da una forte valenza commerciale, vocata all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita non alimentari, corrispondente alle aree in fregio alla S.S. 527 meglio conosciuta come Saronnese, lungo la quale si collocano la totalità delle grandi strutture di vendita non alimentari autorizzate ed attive in Legnano.

Il rapporto domanda – offerta evidenzia una situazione di equilibrio tra l'offerta presente e il bacino d'utenza rappresentato da Legnano e dai Comuni limitrofi privi di offerta realmente alternativa (con esclusione quindi di Busto Arsizio,

Castellanza e Rescaldina) considerato anche che la grande struttura di vendita di maggiori dimensioni risulta autorizzata ma non attivata.

In altri termini, nonostante la rete commerciale di Legnano abbia sicuramente subito la concorrenza delle attività commerciali più moderne ed attrattive, e soprattutto di maggiori dimensioni, localizzate nei Comuni limitrofi, a partire da Castellanza e Rescaldina, l'importante funzione di centralità svolta dal Comune gli ha permesso di fronteggiare questa concorrenza, sviluppando una rete di servizi commerciali adeguata rispetto alla sua importanza.

In questa situazione, la corretta ipotesi di sviluppo riteniamo sia quella che si proponga il mantenimento dell'equilibrio attuale, contemperando le esigenze di sviluppo, promozione, rafforzamento, valorizzazione e modernizzazione del settore, con quelle di tutela della rete di vendita tradizionale, di minori dimensioni, non solo in ambito centrale ma anche e soprattutto nelle zone periferiche.

In tale ottica, il Piano di Governo del Territorio dovrà, in primo luogo, proporsi l'obiettivo di potenziare l'offerta di prossimità e riqualificare, razionalizzare ed ammodernare il sistema distributivo all'interno del tessuto urbano consolidato: questo potrà avvenire attraverso l'inserimento di medie strutture di dimensioni limitate, auspicando che ciò avvenga soprattutto per ampliamento dell'esistente, senza tuttavia escludere l'insediamento sul territorio comunale di esercizi di nuova attivazione, soprattutto all'interno degli edifici già esistenti, e tra questi in quelli che già ospitavano attività commerciali.

In concreto, riteniamo debbano essere articolate, per entrambi i settori merceologici, alimentare e non alimentare, puntuali classi dimensionali per le medie strutture di vendita: la prima potrebbe essere quella delle medie strutture di vendita di rilevanza "locale" con superficie di vendita non superiore ai 400 mq, che potranno essere localizzate anche all'interno dell'abitato, individuando, anche in sede di Piano dei Servizi, le disposizioni opportune ad agevolarne eventualmente l'apertura; una seconda classe dimensionale sarà quella delle attività con superficie superiore ai 401 mq, che, qualora ammessa, dovrà essere limitata a ambiti puntualmente individuati, già sede di attività commerciali oppure oggetto di recupero e riqualificazione, per i quali dovranno essere realizzati progetti articolati che considerino specificamente gli effetti dell'inserimento della funzione commerciale, e permettano di escludere esternalità negative, in termini di traffico o di tensione concorrenziale, rispetto all'esistente, sia per quanto riguarda gli aspetti

socio economici che quelli urbanistici e viabilistici (e questo soprattutto per il settore alimentare, che può indurre maggiori carichi di traffico veicolare), e dovrà essere attentamente valutata anche per quanto riguarda il settore merceologico, atteso che l'impatto socio economico delle attività alimentari e non alimentari sarà sostanzialmente diverso.

In tal senso, un discorso puntuale riteniamo debba essere fatto per l'inserimento delle medie strutture negli ambiti di trasformazione: potrà essere ammesso l'insediamento delle attività con superficie di vendita superiore ai 400 mq unicamente negli ambiti di maggiori dimensioni, e, nella gran parte in queste realtà, riteniamo debba essere proposto un limite complessivo di 2.500 mq per le attività commerciali, anche se articolate in più attività di vendita; superfici di vendita complessivamente superiori a tale limite, e purchè non articolate nella forma della struttura unitaria, potranno essere inserite solo negli ambiti di trasformazione localizzati lungo la viabilità con maggiore vocazione commerciale (Sabotino, Sempione, Saronnese) e purchè gli interventi infrastrutturali sulla viabilità siano tali da assicurarne la compatibilità territoriale.

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, riteniamo che ogni eventuale sviluppo della rete non possa che essere subordinato all'effettiva attivazione di quanto autorizzato; come abbiamo visto, infatti, la dotazione attuale appare correttamente dimensionata rispetto al livello di rilevanza gerarchica del Comune di Legnano, tuttavia la principale delle grandi strutture autorizzate non è ancora stata attivata.

In questa situazione, riteniamo che la corretta proposta debba essere quella di una verifica delle attuali localizzazioni, atteso che i ritardi nell'attivazione del complesso commerciale autorizzato potrebbero anche essere non solo "contingenti", ovvero legati alla non favorevole congiuntura economica di questi ultimi anni, ma anche strutturali, legati a una diversa presenza di medie e grandi strutture di vendita nel Comune e nel suo intorno.

In ogni caso, ove possibile, il Piano di Governo del Territorio dovrà prevedere ogni intervento volto a favorire una conferma e un potenziamento del ruolo della funzione commerciale all'interno del territorio e soprattutto nel suo ambito centrale, la cui valenza di polo attrattore è stata formalmente riconosciuta attraverso l'istituzione del Distretto del Commercio di Legnano, sia attraverso miglioramenti dell'arredo urbano, che attraverso la creazione di idonee possibilità di

accesso e parcheggio rispetto alle attività commerciali, sia in sede fissa che ambulanti.

Per quanto riguarda le previsioni di sviluppo per i centri di telefonia in sede fissa, come si è visto, sul territorio di Legnano sono presenti 5 centri di telefonia, tutti collocati nella zona centrale del Comune o immediatamente a ridosso della stessa, in localizzazioni ad elevata accessibilità pedonale, in quanto poste anche nelle immediate vicinanze di fermate dei mezzi pubblici di linea.

Il peso percentuale della popolazione straniera residente in Legnano è comunque leggermente inferiore rispetto al dato Provinciale (9,46%) e Regionale (9,29%), nonostante si debba segnalare che, nel corso dell'ultimo periodo, il numero di residenti stranieri sia costantemente aumentato, di fatto quasi triplicando, mentre, dal punto di vista del servizio, appare tuttavia calata la domanda, in corrispondenza di un incremento delle offerte di connessione internazionale effettuate dagli operatori di telefonia mobile.

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 nella zona centrale e soprattutto nel Centro Storico, dove peraltro il servizio è già presente, e dove l'addensamento delle attività economiche e di servizio e le caratteristiche di pregio edilizio del centro storico a nostro avviso non consentono l'insediamento di ulteriori attività; per le rimanenti parti del territorio, l'insediamento di queste attività dovrà comunque avvenire in presenza delle opportune condizioni urbanistiche, in particolare per quanto riguarda gli aspetti legati alla sosta e di accessibilità che dovranno essere tali da assicurare una reale fruibilità del servizio da parte degli utenti e nel contempo dovranno garantire la compatibilità dell'esercizio rispetto alla funzione prevalente nella zona (in particolare attenzione nel rispetto della funzione residenziale e delle esigenze di controllo degli Enti Pubblici a ciò preposti).

Per quanto riguarda gli 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.

La rete di distributori di carburante del Comune ha visto la dismissione delle attività inserite all'interno dell'abitato, fatto questo che appare coerente con le finalità di razionalizzazione e riqualificazione complessiva del sistema proposte dal legislatore nazionale e regionale.

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, dove potranno realizzarsi le condizioni viabilistiche e infrastrutturali adeguate.

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

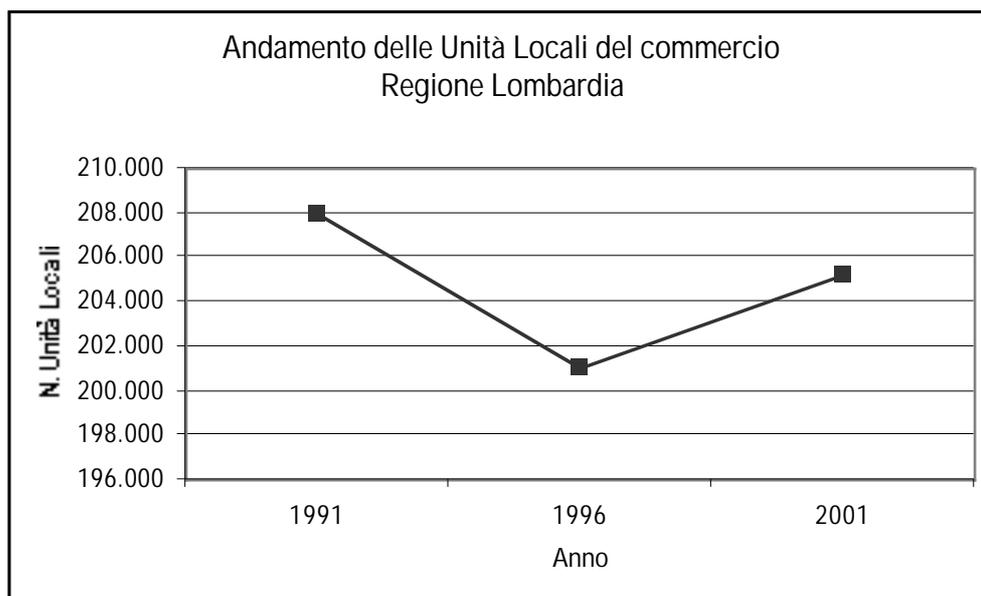
Nella prima parte degli anni '90 la rete del commercio al minuto ha conosciuto un processo di ridimensionamento quantitativo, più noto sotto il nome di "crisi del commercio", con particolare riferimento al commercio cosiddetto tradizionale, ovvero alle attività di piccole dimensioni, distinte quindi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



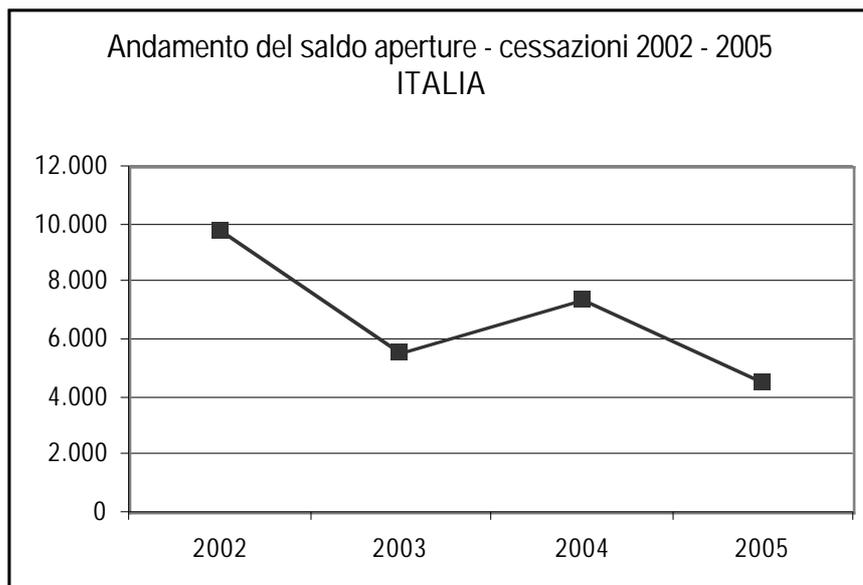
Nei primi anni del 2000 il saldo tra nuove imprese e cessazioni d'attività, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, è tornato su valori positivi, sia in Italia sia in Lombardia.

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

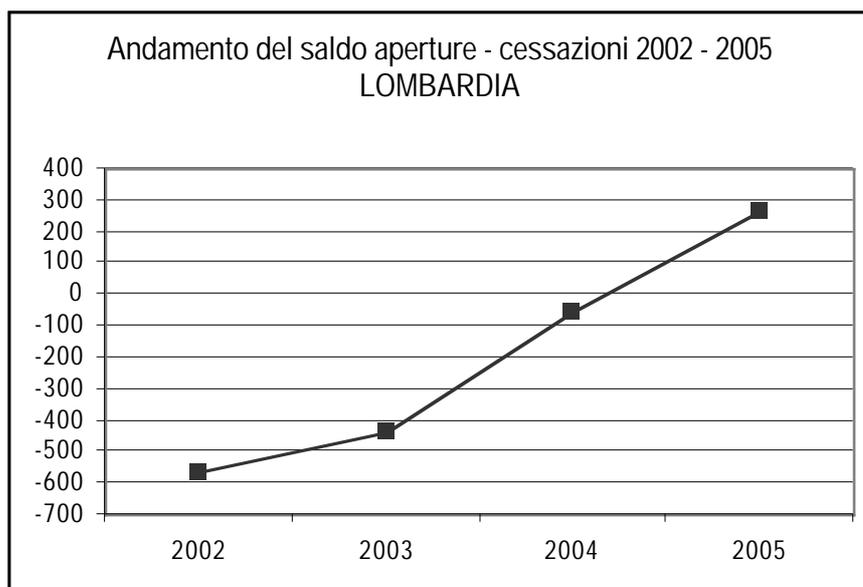
Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



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 Legnano ci riferiremo ai valori indicati per la ex Unità Territoriale 6 – Busto Arsizio, cui apparteneva il Comune in oggetto.

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