

COMUNE DI LUISAGO
PROVINCIA DI COMO

Studio redatto da:

**Società di
Ricerca e Pianificazione**

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

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

E-mail: studioanzini_@libero.it

**Quadro conoscitivo
del territorio comunale**

Studio della
**Componente commerciale
del Piano di Governo del Territorio**

INDICE

1.	Oggetto dell'analisi	pag. 1
2.	Quadro normativo di riferimento	pag. 6
2.1	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme</i>	pag. 6
2.2	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie</i>	pag. 6
2.3	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale</i>	pag. 7
2.4	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale</i>	pag. 8
2.5	<i>Centri di telefonia fissa (Phone Center)</i>	pag. 10
2.6	<i>I distributori di carburante</i>	pag. 12
2.6.1	<i>Inquadramento normativo</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. 21
4.1	<i>Evoluzione del sistema distributivo</i>	pag. 21
4.2	<i>Lo stato di fatto del commercio al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 24
4.3	<i>La distribuzione territoriale dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 27
4.4	<i>Lo stato di fatto dei centri di telefonia fissa</i>	pag. 28
4.5	<i>Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio</i>	pag. 28
4.6	<i>Verifica della dotazione di punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 28
5.	Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale	pag. 30

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo	pag. 33
Allegato 3 – Nota metodologica	pag. 44

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".

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.

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

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

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

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

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

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

- *il posizionamento e il dimensionamento di queste attività in rapporto all'esigenza di assicurare un equilibrato e razionale assetto del tessuto urbano e del raggiungimento di obiettivi generali di*

qualificazione di parti di città con la conseguente possibilità di prevedere la non ammissibilità del loro insediamento in determinati contesti (centri storici, aree ambientali di rilevante valore, ecc.);
- le caratteristiche e i parametri qualitativo-prestazionali sia di tipo urbanistico: obbligo di disponibilità di parcheggi pertinenziali adeguati, condizioni di viabilità di accesso adeguate; sia di tipo edilizio: uso di materiali, di tecnologie, di elementi costruttivi finalizzati ad assicurare qualità agli interventi in rapporto all'inserimento urbano che all'efficacia energetica e alla riduzione dell'inquinamento".

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

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

2. Quadro normativo di riferimento

2.1. Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme

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

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

2.2 Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie

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

Classi dimensionali dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa

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

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

Classi dimensionali delle grandi strutture di vendita – Regione Lombardia

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

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

La Regione Lombardia (D.G.R. 4 luglio 2007, n. VIII/5054 s.m.i., punto 4.2.1, comma 2 lettere a e b) ha articolato la definizione del centro commerciale nelle seguenti*:

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

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

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

In particolare, nel Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale, allo scopo di consentire la razionalizzazione e la modernizzazione della rete distributiva, controllandone l’impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale, il territorio della Regione è stato suddiviso in ambiti territoriali (ex l.r. 14/99, art. 2 e successive modifiche), considerando la presenza di aree metropolitane omogenee e di aree sovracomunali configurabili come unico bacino d’utenza.

Gli ambiti territoriali individuati sul territorio regionale sono i seguenti:

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

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

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

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

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

In Provincia di Como il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale è stato approvato con Delibera di Consiglio n. 59/35993 del 2 agosto 2006 e pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia – Serie inserzione e concorsi n. 38 del 20.09.2006.

Rispetto alla pianificazione in materia commerciale, *“Il intende promuovere un giusto equilibrio del sistema distributivo commerciale, consentendone la modernizzazione nel rispetto dell'equilibrio territoriale e paesistico”* (Norme Tecniche di Attuazione, Titolo IV, Art. 56, comma 1).

In particolare, il PTCP individua, sulla base delle caratteristiche demografiche, socio-economiche e del sistema distributivo, cinque classi di Comuni (Comune con minima valenza commerciale – Comune con bassa valenza commerciale – Comune con valenza commerciale comunale – Comune con

valenza commerciale sovracomunale – Comune polo commerciale) e suddivide il territorio provinciale in due settori, Nord e Sud.

La programmazione dello sviluppo commerciale è sviluppata diversamente per settore territoriale e per classe di Comune; specificamente, nelle Norme Tecniche di Attuazione, al Titolo IV, art. 56, commi 2 e 3, è previsto quanto segue:

“ **Settore Nord:**

- 1) *in tutti i Comuni è possibile l'insediamento di medie strutture di vendita, alimentari e non alimentari, con superficie di vendita massima pari a 800 mq.;*
- 2) *nei Comuni definiti “Comune con valenza commerciale locale”; “Comune con valenza commerciale sovracomunale” e “Comune polo commerciale” (di cui alla sottostante tabella) le medie strutture, alimentari e non alimentari, potranno raggiungere la superficie di vendita massima di 1.500 mq.;*
- 3) *nei Comuni definiti come “Polo commerciale” sarà possibile insediare grandi strutture non alimentari, con superficie di vendita massima pari a 4.000 mq.*

Comuni con valenza commerciale locale	Argegno, Bellagio, Canzo, Castiglione d'Intelvi, Cernobbio, Domaso, Dongo, Gravedona, Griante, Lanzo d'Intelvi, Lasnigo, Lenno, Menaggio, S. Fedele Intelvi, S. Nazzaro Val Cavargna, S.Siro, Sormano, Zelbio
Comuni con valenza commerciale sovracomunale	Consiglio di Rumo, Pello Intelvi
Comuni Polo commerciale	Carlazzo, Grandola ed Uniti, Porlezza

Settore Sud:

- 1) *in tutti i Comuni è consentita la realizzazione di medie strutture con superficie di vendita massima pari a 1.500 mq. per il settore alimentare (Il 30% massimo della superficie potrà essere destinato a referenze non alimentari) e fino a 1.500 mq. (2.500 mq. nei Comuni che superano la soglia dei 10.000 abitanti) per quello non alimentare;*
- 2) *nei Comuni definiti “Comune con valenza commerciale locale”, “Comune con valenza commerciale sovracomunale” e “Comune polo commerciale” (di cui alla sottostante tabella) potranno essere realizzate grandi strutture di vendita alimentari esclusivamente come ampliamento e/o trasferimento di punti di vendita già esistenti e grandi strutture non alimentari con superficie*

massima di 4.000 mq. se realizzate “ex novo” e di 5.000 mq. se frutto di ampliamento e/o trasferimento di esercizi già esistenti.

Comuni con valenza commerciale locale	<i>Fino Mornasco, Mariano Comense, Parè, San Fermo della Battaglia</i>
Comuni con valenza commerciale sovralocale	<i>Alzate Brianza, Anzano del Parco, Arosio, Bizzarone, Cassina Rizzardi, Grandate, Inverigo, Lipomo, Limido Comasco, Merone, Montano Lucino, Solbiate, Tavernerio, Turate, Vertemate con Minoprio, Villa Guardia</i>
Comuni Polo commerciale	<i>Cantù, Cermenate, Como, Erba, Olgiate Comasco</i>

Il Comune di Luisago si trova nel Settore Nord del territorio provinciale ed è classificato come Comune con valenza commerciale locale.

2.5 Centri di telefonia fissa (Phone Center)

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".

2.6 *I distributori di carburante*

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".

2.6.1 Inquadramento normativo

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.

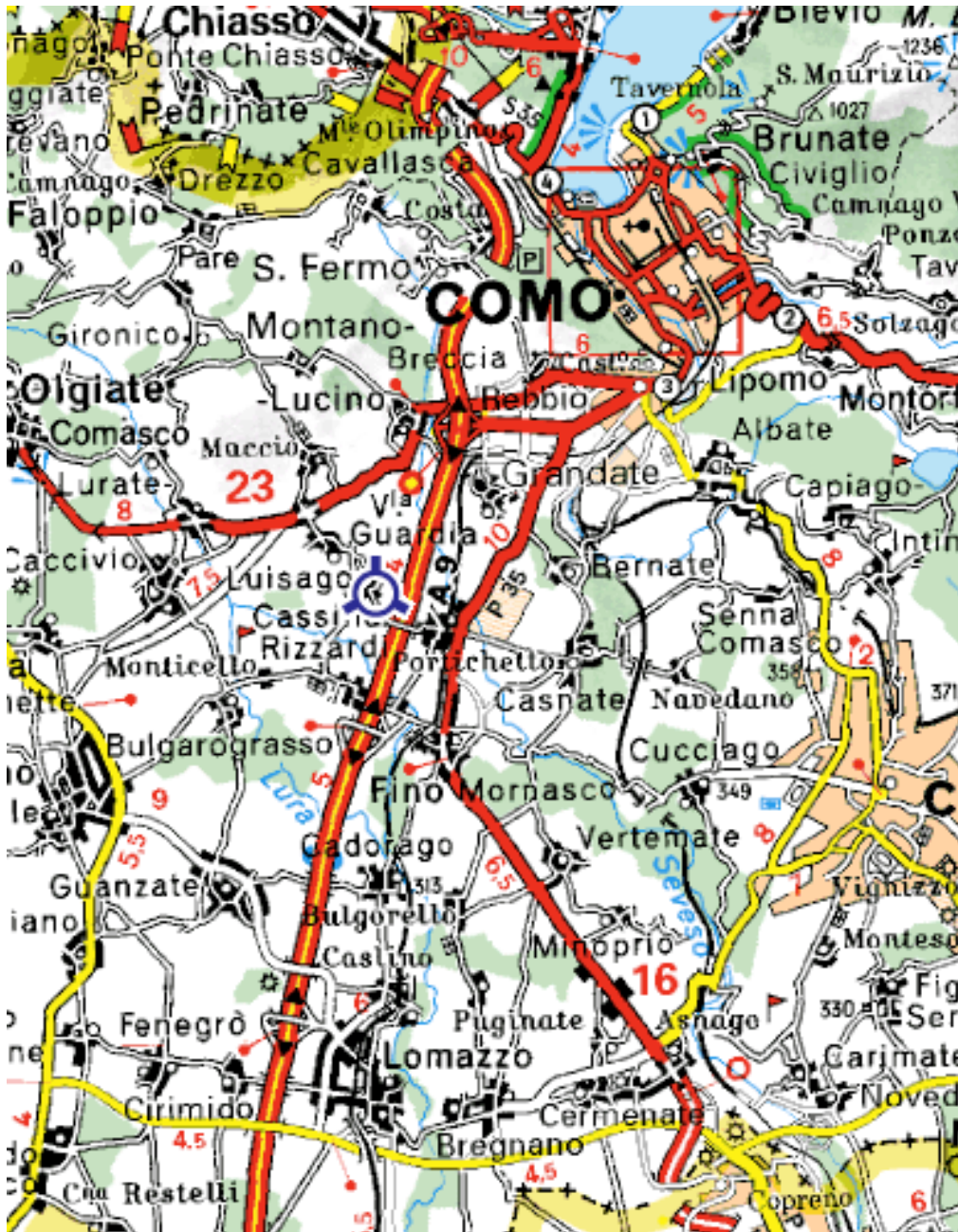
Acquisita la conformità urbanistica della localizzazione, i tempi e gli adempimenti sono quelli legati all'attivazione di un impianto che eroghi anche metano, di cui agli artt. 12 e seguenti, d.g.r. 7/20635, e quindi a conferenza di servizi cui devono essere chiamati a partecipare ASL, ARPA, Comando 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

Luisago è un comune della Provincia di Como, posto circa 5 km a nord ovest del capoluogo di Provincia; confina con i Comuni di Grandate, Casnate con Bernate, Fino Mornasco, Cassina Rizzardi e Villa Guardia.



Fonte: www.viamichelin.it

Le comunicazioni con i Comuni limitrofi sono ottime: la parte est del territorio comunale è infatti attraversata dalle tre principali infrastrutture che collegano la Città di Como con il capoluogo di Regione, Milano: l'autostrada A9 Milano-Como, la S.S. 35 dei Giovi e la linea ferroviaria "leNord". L'autostrada, pur non avendo caselli nel territorio di Luisago è facilmente raggiungibile in corrispondenza dello svincolo di Fino Mornasco; ad est della A9 scorre il tracciato della S.S. 35 "dei Giovi", che rappresenta uno dei principali assi di collegamento da e per i Comuni del nord Milano, nonché la direttrice dove si concentra la gran parte del traffico di breve e media percorrenza che interessa la zona; infine, nella parte di territorio compresa tra la A9 e la S.S. 35 corre la linea ferroviaria de "leNord" Milano-Saronno-Como, con una stazione nel territorio di Luisago.

A queste direttrici si aggiunge una fitta rete di strade provinciali e comunali che collegano il Comune ai centri limitrofi.

Il tracciato della A9 divide l'abitato del Comune in due nuclei distinti, il capoluogo e la frazione di Portichetto, posta a cavallo della S.S. 35; è proprio la frazione di Portichetto che, grazie alla presenza della stazione ferroviaria e della Statale, ha conosciuto le maggiori trasformazioni, tanto che, al suo interno, è possibile individuare due distinti aggregati, il nucleo "storico" che comprende, oltre all'abitato residenziale di più antica edificazione, gli insediamenti produttivi localizzati tra la linea ferroviaria e il confine comunale, e una zona residenziale di più recente espansione, delimitata dal tracciato della A9 e dalla linea ferroviaria.

3.2 *Inquadramento demografico*

Anno	Abitanti	Famiglie
2001	2.372	941
2002	2.439	970
2003	2.482	988
2004	2.532	1.023
2005	2.536	1.022
2006	2.587	1.051
2007	2.646	1.081
2008	2.711	1.123
2009	2.676	1.131
2010	2.702	1.145
2011	2.739	1.165
2012 al 29.02	2.752	1.174

Fonte: Ufficio Anagrafe Comune di Luisago e Istat

Alla data del 31 dicembre 2011, gli abitanti risultavano suddivisi come segue nelle diverse frazioni del Comune:

Luisago 747 abitanti
 Portichetto 1.992 abitanti

Come si può osservare nella tabella, nel periodo 2001-2011 la popolazione di Luisago è aumentata, con un saldo complessivo di 367 abitanti (+15,5%). Nello stesso periodo le famiglie sono aumentate di 224 unità, pari in percentuale a +23,8%. Tale incremento è verosimilmente dovuto all'insediamento di famiglie di nuova formazione in larga parte provenienti da Como ma anche da Milano e dal suo hinterland; sicuramente questi soggetti hanno trovato più comodo e conveniente, in termini non solo economici ma anche di qualità della vita, cercare in Luisago, comune ben infrastrutturato e dotato di un'adeguata dotazione di servizi, la propria abitazione.

Per valutare correttamente la dotazione di servizi commerciali, appare importante considerare il fattore relativo alla composizione della popolazione; infatti, i livelli di spesa, e la ripartizione della spesa stessa sono differenti, anche in misura molto rilevante, a seconda della composizione del nucleo familiare e dell'età

dei suoi componenti. Basti pensare che mentre un pensionato, mediamente, ha una spesa mensile di circa 1.650 euro, di cui quasi il 40% destinato a spese per l'abitazione, un single di età inferiore ai 35 anni ha una spesa di poco inferiore a 1.950 euro, dei quali meno del 30% destinato all'abitazione.

Le successive tabelle mostrano quindi la spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale e nell'Italia Nord Ovest al 2009.

	Spesa media mensile/euro	
	Italia	Nord Ovest
single età <35	1.817	1.936
single età 35-64	2.005	2.260
single età >64	1.415	1.640
coppia con pr <35	2.648	2.792
coppia con pr 35-64	2.671	2.971
coppia con pr >64	2.153	2.470
coppia con 1 figlio	2.966	3.422
coppia con 2 figli	3.110	3.664
coppia con 3 o più figli	3.238	4.612
famiglie monogenitore	2.381	2.883
altre tipologie	2.682	2.883
MEDIA PER FAM.	2.442	2.764

Fonte: ISTAT, dati anno 2009

	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli					
	Italia Nord Ovest					
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro
single età <35	15,5	6,3	26,2	12,7	4,5	34,7
single età 35-64	13,8	4,8	28,4	12,0	3,9	37,0
single età >64	18,1	2,6	34,4	4,7	2,8	37,3
coppia con pr <35	13,6	6,7	22,1	17,2	4,1	36,2
coppia con pr 35-64	15,5	5,2	25,1	14,4	3,8	36,1
coppia con pr >65	19,0	3,2	29,6	8,6	3,0	36,6
coppia con 1 figlio	15,8	5,4	22,3	13,0	3,8	39,7
coppia con 2 figli	16,2	6,2	19,8	13,7	3,7	40,5
coppia con 3 o più figli	15,0	5,3	15,4	10,8	3,0	50,6
famiglie monogenitore	15,6	4,7	22,7	11,1	3,5	42,4
altre tipologie	19,4	5,1	23,8	13,7	4,0	34,1
MEDIA PER FAM.	16,7	5,1	24,7	12,2	3,7	37,6

Fonte: ISTAT, dati anno 2009

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

I dati demografici di riferimento più recenti sono quelli delle elaborazioni ISTAT al 1° gennaio 2011, che riguardano l'età e lo stato civile della popolazione residente. Come abbiamo già segnalato, si tratta di aspetti estremamente significativi, poiché, ad esempio, ad una popolazione più anziana corrisponde una spesa minore, e, all'opposto, un'incidenza maggiore di persone non coniugate potrebbe comportare un incremento significativo della domanda di beni da acquistare.

Per quanto riguarda il primo aspetto, ovvero l'incidenza di ultra sessantacinquenni, che definiamo "indice di vecchiaia" (si tratta di un indice cosiddetto "controintuitivo", è minore quando maggiore è l'incidenza della popolazione anziana), possiamo rilevare che l'età media della popolazione di Luisago è inferiore rispetto alla media regionale e provinciale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.927.231	79,9%	1.990.483	20,1%	9.917.714	3,98
Provincia di Como	477.666	80,3%	117.322	19,7%	594.988	4,07
Comune di Luisago	2.188	81,0%	514	19,0%	2.702	4,26

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

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo "propensione al matrimonio", risulta invece allineato rispetto al dato regionale e soprattutto provinciale.

	celibi nubili	% su totale	coniugati divorziati vedovi	% su totale	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	4.090.641	41,3%	5.827.073	58,7%	9.917.714	0,70
Provincia di Como	246.967	41,5%	348.021	58,5%	594.988	0,71
Comune di Luisago	1.100	40,7%	1.602	59,3%	2.702	0,69

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

Un'altra caratteristica influente sulla domanda generata in un determinato ambito territoriale è senza dubbio la presenza di flussi turistici, in particolare se legati all'utilizzo di seconde case: almeno in determinati periodi dell'anno il mercato teorico aumenta proprio grazie agli acquisti effettuati dai turisti, soprattutto se

possono contare su un'abitazione (è ormai consuetudine consolidata e registrata in differenti realtà turistiche che questi ultimi portano dai rispettivi luoghi d'origine la cosiddetta "spesa grossa", in particolare alimentari a lunga conservazione e articoli non alimentari come prodotti per la cura della persona e per l'igiene della casa; tuttavia, la spesa per i generi "freschi" viene generalmente effettuata "in loco"). Per valutare il peso delle abitazioni non occupate da residenti in Luisago, 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 Como	209.884	44.521	254.405	82,5%
Luisago	922	104	1.026	89,9%

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

Com'era prevedibile, la quota di abitazioni occupate dai residenti del Comune di Luisago, che non si colloca in un ambito territoriale a particolare vocazione turistica, è allineato al valore mediamente registrato in Regione Lombardia ma inferiore a quello della Provincia di Como, a indicare che il mercato teorico, cioè i consumi complessivi dei residenti sul suo territorio, non possono contare su un apporto determinante imputabile alle presenze turistiche.

Nel complesso, per tutti i parametri considerati, si tratta di valori che si compensano, in base ai quali non si ritiene necessario procedere a una modifica dei valori relativi alla domanda espressa all'interno del Comune.

L'ultimo aspetto da considerare riguarda l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti.

A Luisago risiedono 141 stranieri, pari al 5,23% della popolazione totale.

La quota di popolazione straniera a Luisago risulta inferiore sia al valore mediamente registrato in Provincia di Como che a quello della Regione Lombardia, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente al 7,94% e al 10,73%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Como	594.988	47.271	7,94%
Regione Lombardia	9.917.714	1.064.447	10,73%

Fonte: Istat, al 01.01.2011

La popolazione straniera residente a Luisago risulta in costante aumento, con l'unica eccezione dell'anno 2010, nel quale si è verificata una contrazione, recuperata nel corso del 2011, come riassunto nella successiva tabella:

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente
2003	42	--
2004	48	+14,3
2005	85	+77,1
2006	97	+14,1
2007	99	+2,1
2008	129	+30,3
2009	141	+9,3
2010	125	-11,3
2011	141	+12,8

Fonte: Istat, dati al 1 gennaio

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

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 Luisago, significherebbe 50 individui; attribuendo a ciascuno di questi una spesa media mensile di 50 euro, si avrà un potenziale mercato annuo di 30.000 euro, che utilizzeremo come riferimento per valutare le potenzialità del settore.

4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

4.1 Evoluzione del sistema distributivo

Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Luisago, 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 30.06.2011.

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

ALIMENTARI E MISTI

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	2	--	--
2004	2	--	--
2005	2	--	--
2006	4	+2	+100,0%
2007	5	+1	+25,0%
2008	5	--	--
2009	5	--	--
2010	4	-1	-20,0%
2011	4	--	--

NON ALIMENTARI

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	15	--	--
2004	14	-1	-6,7%
2005	13	-1	-7,1%
2006	14	+1	+7,6%
2007	15	+1	+7,1%
2008	14	-1	-6,7%
2009	14	--	--
2010	12	-2	-14,3%
2011	10	-2	-16,7%

TOTALE

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	17	--	--
2004	16	-1	-5,9%
2005	15	-1	-6,3%
2006	18	+3	+20,0%
2007	20	+2	+11,1%
2008	19	-1	-5,0%
2009	19	--	--
2010	16	-3	-15,8%
2011	14	-2	-12,5%

Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Commercio Regione Lombardia

Nel complesso del periodo considerato, il Comune ha conosciuto una crescita nel numero degli esercizi alimentari, limitata in valore assoluto ma rilevante in termini percentuali, mentre per il settore non alimentare si è registrata una contrazione, superiore in valore assoluto ma meno rilevante in termini percentuali; nel complesso quindi, il saldo è stato negativo con un andamento discontinuo che tuttavia ha comportato un saldo negativo di 3 esercizi negli anni di rilevazione 2003-2011, pari al -17,6%.

Per le superfici di vendita, per il settore alimentare, si conferma il dato di crescita rilevante in termini percentuali ma non in valore assoluto già rilevato con riferimento al numero delle attività; per il settore non alimentare, l'andamento risulta negativo nel periodo 2003-2005, nel quale si è verificata la chiusura di due strutture di vendita di piccole dimensioni, quindi discontinuo fino al 2011, anno nel quale si è registrato un forte incremento in corrispondenza dell'attivazione di 2 nuove medie strutture di vendita.

L'andamento complessivo della rete distributiva comunale, come già avvenuto per il numero dei negozi, riflette l'andamento della rete non alimentare. L'incremento di superficie complessivo è stato di 906 mq negli anni considerati, pari al 55,6%.

ALIMENTARI E MISTI

Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	87	--	--
2004	87	--	--
2005	87	--	--
2006	207	+120	+137,9%
2007	267	+60	+29,0%
2008	267	--	--
2009	267	--	--
2010	207	-60	-22,5%
2011	193	-14	-6,8%

NON ALIMENTARI

Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	1.541	--	--
2004	1.141	-400	-26,0%
2005	981	-160	-14,0%
2006	1.124	+143	+14,6%
2007	1.138	+14	+1,2%
2008	1.070	-68	-6,0%
2009	1.070	--	--
2010	950	-120	-11,2%
2011	2.341	+1.391	+146,4%

TOTALE

Anno	Superficie di vendita	Variazione mq su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2003	1.628	--	--
2004	1.228	-400	-24,6%
2005	1.068	-160	-13,0%
2006	1.331	+263	+24,6%
2007	1.405	+74	+5,6%
2008	1.337	-68	-4,8%
2009	1.337	--	--
2010	1.157	-180	-13,5%
2011	2.534	+1.377	+119,0%

Fonte: ns. elaborazione su Banca Dati Commercio Regione Lombardia

Si può quindi parlare di una situazione di tenuta della rete distributiva, con un recupero nel corso dell'ultimo periodo rispetto alla contrazione registrata in corrispondenza dei periodi di maggior crisi economica a livello nazionale e internazionale.

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

Sulla base dei dati forniti al fine della predisposizione del Piano di Governo del Territorio, la rete di vendita di Luisago al febbraio 2012 è costituita da 15 esercizi per complessivi 4.034 mq. di vendita.

Rispetto al dato regionale giugno 2011 sono state attivate 2 medie strutture di vendita non alimentare.

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	4	193 mq
Non alimentare	11	3.841 mq
Totale	15	4.034 mq

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 15 esercizi di Luisago si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
4	193	--	--	--	--

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
7	521	4	3.320	--	--

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: un valore più basso del rapporto indica una migliore dotazione di punti di vendita; per medie e grandi strutture di vendita confronteremo la disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti per i due settori merceologici (le superfici appartenenti a punti di vendita misti saranno conteggiate per lo specifico settore, alimentare o non alimentare).

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.957.394	28.385	351
Provincia di Como	596.829	1.441	414
Luisago	2.752	4	688

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Como; Comune di Luisago dati comunali febbraio 2012

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.957.394	85.051	117
Provincia di Como	596.829	4.604	130
Luisago	2.752	7	393

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Como; Comune di Luisago dati comunali febbraio 2012

Per la dotazione di esercizi di vicinato si riscontra in Luisago un numero di punti di vendita decisamente inferiore sia alla media regionale che a quella provinciale, e questo sia per quanto riguarda il settore non alimentare che, soprattutto, quello alimentare.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	1.280.318	128
Provincia di Como	596.829	65.619	110
Luisago	2.752	--	--

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Como; Comune di Luisago dati comunali febbraio 2012

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	3.963.781	398
Provincia di Como	596.829	224.304	376
Luisago	2.752	3.320	1.206

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Como; Comune di Luisago dati comunali febbraio 2012

Per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, l'assenza di attività alimentari impedisce di effettuare una comparazione per questo settore; per il settore non alimentare il Comune di Luisago risulta avere una dotazione nettamente superiore alla medie regionale e provinciale, che compensa, seppur parzialmente, la sottodotazione riferita alla rete di vicinato.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	866.039	87
Provincia di Como	596.829	51.049	85
Luisago	2.752	--	--

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Varese; Comune di Luisago dati comunali dicembre 2011

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.394	2.836.479	285
Provincia di Como	596.829	119.405	200
Luisago	2.752	--	--

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Varese; Comune di Luisago dati comunali dicembre 2011

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, l'assenza di questa tipologia nel Comune non permette di effettuare utili comparazioni.

In sintesi, in Luisago la dotazione di servizi commerciali risulta inferiore rispetto alla situazione media sia provinciale sia regionale per il settore alimentare, mentre, per quello non alimentare la carenza riferita alla rete di vicinato è parzialmente compensata dalla dotazione nettamente superiore registrata per le medie superfici.

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

Come si è detto, a Luisago sono presenti 15 esercizi, per complessivi 4.034 mq. di vendita.

Dal punto di vista territoriale, come già evidenziato in sede di inquadramento territoriale (paragrafo 3.1), il Comune è caratterizzato dalla presenza di una direttrice di traffico sovracomunale, la Strada Provinciale ex S.S. 35 dei Giovi, che lo attraversa da per tutta la sua estensione in corrispondenza di Portichetto; in questo nucleo si concentra la gran parte della rete distributiva, al servizio dei residenti dell'intero comune oltre che dei consumatori provenienti da altre località. Quindi al fine di acquisire maggiori informazioni sulla rete distributiva di Luisago, andremo ad analizzare i dati riferiti il numero di esercizi presenti in Luisago e in Portichetto.

Totale punti di vendita

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Luisago	3	274
Portichetto	12	3.760
Totale Comune	15	4.034

Si nota immediatamente che la distribuzione territoriale delle attività di vendita vede una netta prevalenza del nucleo di Portichetto sia in termini di numero di attività che di superfici di vendita.

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

Esercizi alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Luisago	2	87
Portichetto	2	106
Totale Comune	4	193

Esercizi non alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Luisago	1	168
Portichetto	10	3.673
Totale Comune	11	3.841

Esaminando separatamente i due settori merceologici, la situazione risulta estremamente diversa.

Per le attività di vendita alimentari emerge una suddivisione equivalente tra i due nuclei, e questo sia in termini di numero di attività che di superficie di vendita.

Invece gli esercizi non alimentari sono concentrati in modo pressoché esclusivo nel nucleo di Portichetto, dove sono localizzate anche 3 medie strutture di dimensioni rilevanti (1.500 mq di vendita ciascuna).

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

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

4.5 *Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio*

Nel Comune di Luisago è presente un unico impianto di distribuzione al pubblico di carburanti per autotrazione, situato in via Risorgimento (Strada Provinciale 17) in corrispondenza del civico 9.

4.6 *Verifica della dotazione di punti di vendita al dettaglio in sede fissa*

I dati di riferimento per il calcolo del rapporto tra esercizi presenti e necessità di acquisto dei residenti 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 5 – Como, di cui Luisago era parte.

La spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrisponde rispettivamente a 1.623,23 euro e a 1.343,61 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 8,165 milioni di euro, di cui 4,467 milioni di euro per il settore alimentare e 3,698 milioni di euro per il settore non alimentare.

Mercato teorico

Settore alimentare	1.623,23 euro x 2.752 abitanti =	4,467 milioni di euro
Settore non alimentare	1.343,61 euro x 2.752 abitanti =	3,698 milioni di euro
Domanda totale		8,165 milioni di euro

Le condizioni di produttività del sistema distributivo comunale sono assicurate da una potenzialità di spesa pari a 8,609 milioni di euro, di cui 0,578 milioni di euro per il settore alimentare e 8,031 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito:

Settore alimentare		
Vicinato	2.995,45 euro x 193 mq. =	0,578 milioni di euro
Settore non alimentare		
Vicinato	1.239,50 euro x 521 mq. =	0,646 milioni di euro
MS1	1.291,14 euro x 320 mq. =	0,413 milioni di euro
MS2	2.324,06 euro x 3.000 mq. =	6,972 milioni di euro
Totale non alimentare		8,031 milioni di euro
TOTALE		8,609 milioni di euro

Complessivamente, l'offerta equivale alla spesa generata dai consumatori residenti del solo Comune di Luisago; la situazione tuttavia cambia considerando separatamente i due settori merceologici.

Per il settore alimentare, appare evidente che i residenti di Luisago evadono dalla rete distributiva del Comune per completare i propri acquisti; la rete di vendita comunale è costituita infatti da esercizi di vicinato, quindi in Comune non sono presenti punti di vendita che possano fornire una risposta adeguata alle moderne esigenze di acquisto dei residenti. Diversa è la situazione per il settore non alimentare, che propone strutture di vendita evidentemente destinate ad un'utenza composta prevalentemente da consumatori provenienti da altri Comuni che utilizzano la Statale dei Giovi per il loro spostamenti.

Nel successivo paragrafo sono illustrate le proposte di sviluppo del settore distributivo comunale.

5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale

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).

Luisago è un Comune della Provincia di Como situato a 5 km a sud del capoluogo, lungo il tracciato della Strada Provinciale ex S.S. 35 dei Giovi, direttrice largamente utilizzata sia dal traffico locale sia da quello di medio lunga percorrenza. Questa strada si caratterizza per una spiccata vocazione commerciale all'insediamento di strutture di vendita di portata sovracomunale, tra cui spicca il centro commerciale Iper di Grandate, situato a pochi km a nord del nostro Comune.

L'abitato presenta più nuclei abitati tradizionalmente individuati, separati tra loro dal tracciato dell'autostrada A9, Luisago, posto a ovest dell'autostrada, e Portichetto, localizzato lungo la Statale dei Giovi.

La rete commerciale di Luisago si esprime in modo importante proprio in Portichetto, dove può raccogliere sia la domanda espressa dai residenti che quella riferita ai consumatori in transito, ed è caratterizzata, per il settore alimentare, da attività di dimensioni limitate al vicinato, che svolgono esclusivamente servizio di prossimità; diversa è la situazione per il settore non alimentare, per il quale sono presenti diversi esercizi specializzati nella vendita di prodotti di meno frequente consumo (bricolage, autoconcessionari, mobilifici, materiali per l'edilizia), destinati ad un bacino d'utenza più ampio di quello comunale.

La verifica della dotazione di servizi commerciali ha comprensibilmente evidenziato una situazione di carenza dell'offerta in rapporto alla domanda di servizi commerciali per il settore alimentare, mentre per quello non alimentare l'offerta risulta positivamente ricca ed articolata.

In questa situazione, la corretta ipotesi di sviluppo riteniamo sia quella che permetta una crescita e una modernizzazione della rete di vendita, permettendo l'insediamento di attività di media struttura, che dovranno tuttavia rispettare le

caratteristiche del territorio e non indurre elementi di problematicità o esternalità negative.

All'interno dell'abitato e dell'edificabile saranno pertanto ammesse solo medie strutture di vendita con superficie fino a 1.500 mq sia per il settore alimentare e misto con prevalenza alimentare, sia per quello non alimentare. Tale superficie consente infatti di realizzare attività anche se localizzate nell'abitato denso (beninteso subordinatamente alla possibilità di dotarsi di parcheggio sufficiente e di una viabilità senza grosse criticità) senza impattare in modo eccessivo sul territorio; l'attivazione di una media struttura, anche alimentare, con queste dimensioni appare particolarmente auspicabile con riferimento al nucleo di Luisago, e a tal fine si consiglia di individuare disposizioni volte a favorirne l'insediamento in sede di definizione delle Norme Tecniche di Attuazione del Piano delle Regole e nel Piano dei Servizi.

Per i phone center, come si è visto, sul territorio di Luisago non sono presenti centri di telefonia in sede fissa; il peso della popolazione straniera residente in Luisago è del 5,23% del totale, dato inferiore a quello Provinciale (circa 8%) e a quello Regionale (10,73%). In termini economici, abbiamo stimato che la domanda espressa da questi soggetti ammonta a 30.000 euro annui, cifra sicuramente esigua.

Non si evidenziano quindi esigenze relativamente all'insediamento di nuove attività di telefonia in sede fissa.

Infine, per quanto riguarda la localizzazione degli impianti di distribuzione carburante, come abbiamo segnalato, non sussiste necessità di ulteriori impianti.

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

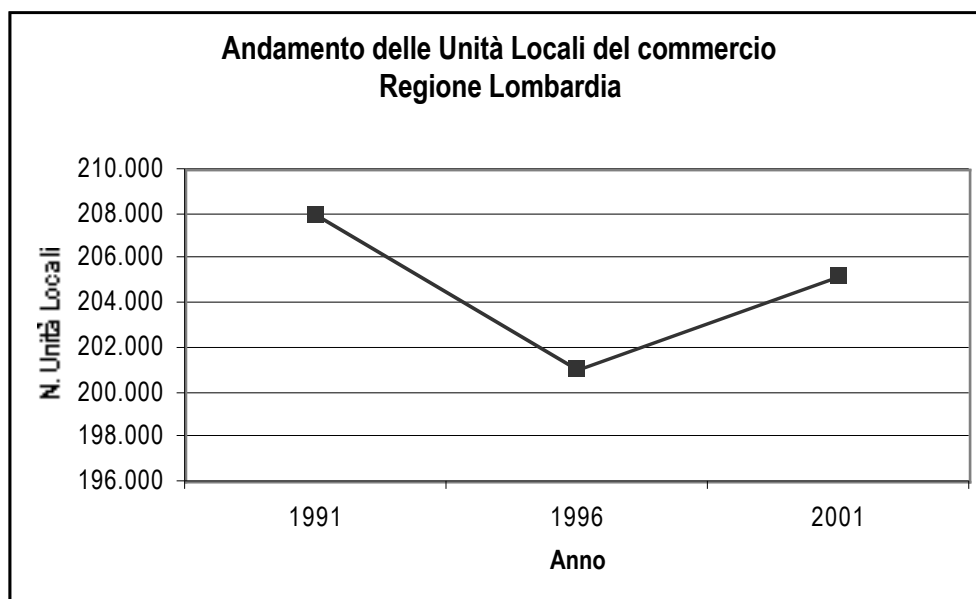
Nella prima parte degli anni '90 la rete del commercio al minuto ha conosciuto un processo di ridimensionamento quantitativo, più noto sotto il nome di “crisi del commercio”, con particolare riferimento al commercio cosiddetto tradizionale, ovvero alle attività di piccole dimensioni, distinte quindi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



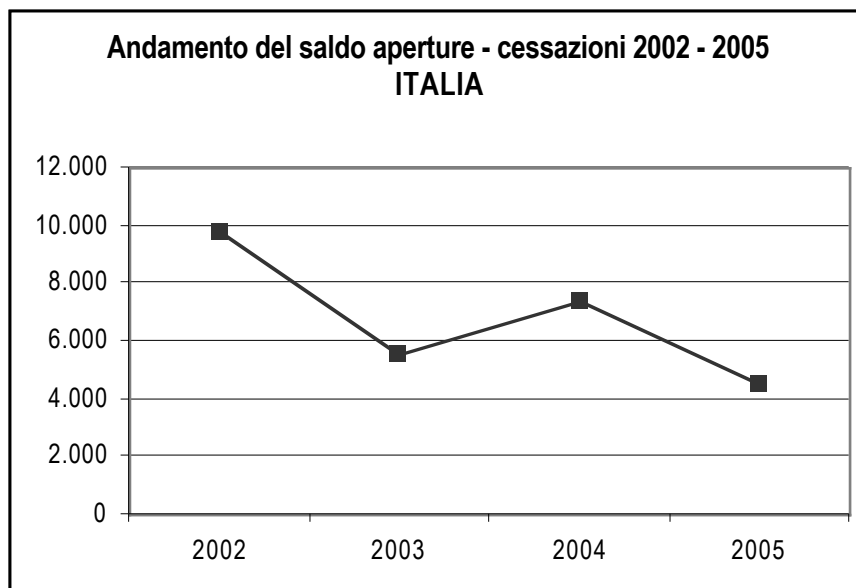
Nei primi anni del 2000 il saldo tra nuove imprese e cessazioni d'attività, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, è tornato su valori positivi, sia in Italia sia in Lombardia.

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

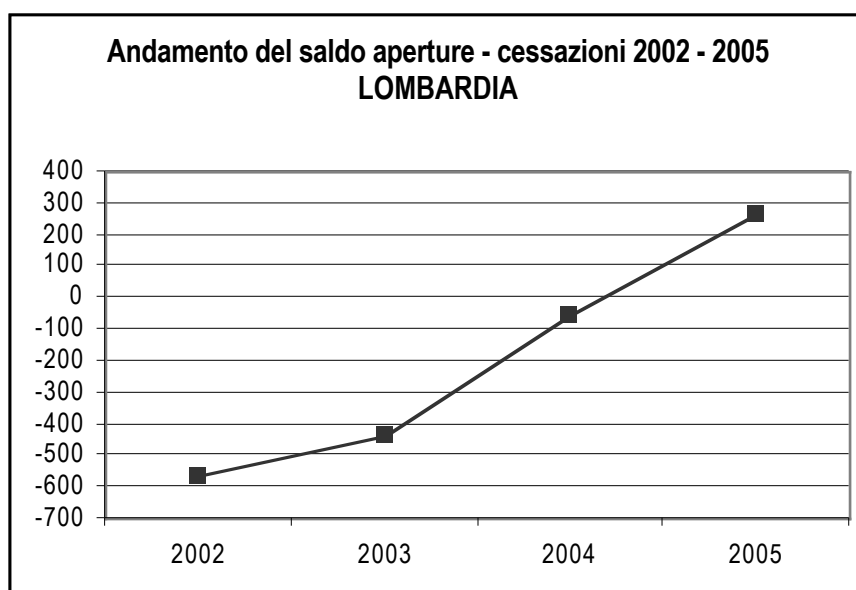
Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



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 Luisago ci riferiremo ai valori indicati per la ex Unità Territoriale 5 – Como, 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.