



COMUNE DI VERGIATE

(Provincia di Varese)

P.G.T.

PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO

DOCUMENTO DI PIANO

Servizio Urbanistica e del Sistema Informativo Territoriale

UFFICIO DI PIANO

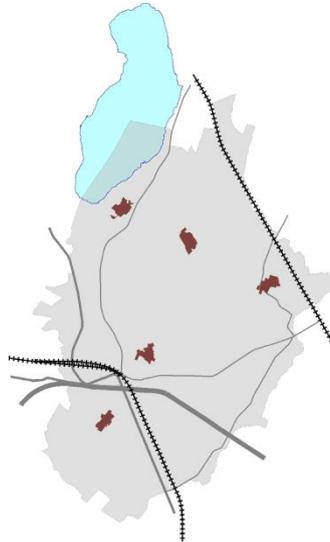
Responsabile Tecnico Scientifico
Arch. Giuseppe Barra

Responsabile Redazione VAS
Arch. Giorgio Baldizzone

Responsabile Direttivo Tecnico U.P.
Arch. Gabriella Seganfredo

ESPERTI DI SETTORE

Arch. Silvio Gobbi - Mobilità e Reti
Dott. Mario Lolla - Geologo
Dott. Alessandro Nicoloso - Agronomo
Forestale
PRASSICOOP - Pianificazione Commerciale



RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
Geom. Graziano Magni

SINDACO
Maurizio Leorato

Relazione sul Sistema Commerciale

Delibera di Adozione n° del
Delibera di Approvazione n° del

DATA: DICEMBRE 2013

DP C7

HANNO COLLABORATO ALLA STESURA :

RENATO CAVALLI

Coordinamento Generale Lavoro

GIANNI PANTOLI

Coordinamento Ricerche

THOMAS MAMBRINI

Consulenza Legale

FRANCESCA AIMETTI

Consulenza Economica

ROBERTO MURACA

Consulenza Urbanistica

PATRIZIA GRISI

Cartografia GIS

ORNELLA PECORARI

Coordinamento Segreteria

PATRIZIA FERRARIO

Segreteria

Si ringrazia sentitamente per la collaborazione il personale dell'Amministrazione Comunale. In particolare

SIGLA PRATICA: PGT 2933

FILE : \\Sbs2k8\dati\PRATICHE\PGT\VERGIATE PGT 2933\RELAZIONE VERGIATE PGT COMMERCIO_dic2013.docx

prassicoop

società cooperativa

*Servizi Integrati per il Commercio e il Terziario
Architettura, Urbanistica, Consulting Engineering*

www.prassicoop.it

20124 Milano, via G.B. Pergolesi, 8, Tel. 0270005491 (R.A.) Fax 0270009022
21100 Varese, via Piave 3, Tel. e Fax 0332/231340
C.F. 00530390129 - P. IVA 12887850159 - R.I. CCIAA MI 00530390129

SOMMARIO

HANNO COLLABORATO ALLA STESURA :	V
SOMMARIO.....	I
INDICE TABELLE.....	III
INDICE GRAFICI	V
INDICE FIGURE	VI
INDICE CARTINE	VII
PREMESSA.....	1
A. INQUADRAMENTO GIURIDICO	2
A.1 LA NORMATIVA DEL SETTORE COMMERCIO	3
A.1.1 <i>Disposizioni Nazionali</i>	5
<i>Disposizioni Regionali</i>	6
A.1.1.1 Le norme quadro (Testo Unico del Commercio).....	6
A.1.1.2 Il Programma Pluriennale	8
A.1.1.2.1 Le Disposizioni Applicative.....	9
A.1.1.3 La legge sul Governo del Territorio.....	13
A.1.2 <i>Atti di Pianificazione Sovraccomunale</i>	14
A.1.2.1 Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP)	14
A.2 L'ATTUALE PGT E LA NORMATIVA COMMERCIALE	17
B. STUDI PRELIMINARI	18
B.1 TERRITORIO.....	18
B.1.1 <i>Collocazione e Appartenenza</i>	18
B.1.2 <i>Caratteristiche degli Insediamenti</i>	18
B.2 ANALISI DEMOGRAFICA	21
B.2.1 <i>Caratteristiche generali</i>	21
B.2.2 <i>Andamento demografico</i>	21
B.2.3 <i>Distribuzione per classi di età</i>	23
B.2.4 <i>Indici Demografici</i>	25
B.2.4.1 Indice di vecchiaia.....	25
B.2.4.2 Indice di dipendenza totale	25
B.2.4.3 Indice di dipendenza giovanile	26
B.2.4.4 Indice di dipendenza degli anziani	26
B.2.4.5 Indice di carico familiare.....	26
B.2.4.6 Indice di struttura della popolazione in età lavorativa	27
B.2.4.7 Indice di ricambio della popolazione in età lavorativa	27
B.3 ANALISI DELLA DOMANDA.....	28
B.3.1 <i>Stima dei Redditi</i>	28
B.3.1.1 Metodologia e Fonti	28
B.3.2 <i>Stima dei Consumi</i>	29
B.3.2.1 Metodologia e Fonti	29
B.3.2.2 I Consumi Locali	40
B.4 ANALISI DELL'OFFERTA.....	41
B.4.1 <i>Offerta Commerciale al dettaglio</i>	41
B.4.1.1 Commercio Fisso	41
B.4.1.1.1 Offerta a Scala Sovraccomunale	42
B.4.1.1.1.1 La Struttura del Commercio Lungo l'Asse del Sempione.....	46
B.4.1.1.2 Offerta a Scala Comunale	48
B.4.1.1.2.1 Entità e Caratteristiche.....	48

B.4.1.1.2.1.1	Confronti	49
B.4.1.1.3	Distribuzione Territoriale	52
B.4.1.1.3.1	Distribuzione in base ai sistemi commerciali	52
B.4.1.1.4	Andamento temporale del servizio.....	61
B.4.1.2	Commercio su Aree Pubbliche	66
B.4.2	<i>Attività di Commercio all'Ingresso</i>	67
B.4.3	<i>Attività di Somministrazione di Alimenti e bevande</i>	68
B.4.4	<i>Attività Paracommerciali (Assimilate)</i>	70
B.4.5	<i>Aspetti Occupazionali</i>	72
B.5	CONFRONTO DOMANDA / OFFERTA	74
B.5.1	<i>Metodologia</i>	74
B.5.2	<i>Quantificazione dell'offerta locale</i>	75
B.5.3	<i>Rapporto Domanda/Offerta</i>	75
B.6	VIABILITÀ ED ACCESSIBILITÀ	77
C.	SCELTE PROGETTUALI	78
C.1	OBIETTIVI	78
C.2	STRATEGIE DI INTERVENTO	78
C.2.1	<i>Valorizzazione del servizio di vicinato</i>	78
C.2.2	<i>Regolamentazione in base all'impatto effettivo</i>	79
C.2.2.1	Il valore delle sinergie	79
C.2.3	<i>La Riqualificazione Commerciale del Sempione</i>	80
C.3	IL MODELLO DISTRIBUTIVO	85
C.3.1	<i>Le previsioni del PGT</i>	88
D.	APPENDICE	89
D.1	DEFINIZIONE DEI SISTEMI COMMERCIALI.....	89
D.2	ARTICOLAZIONE COMMERCIALE SUL TERRITORIO.....	89
D.2.1	<i>Aree di insediamento commerciale</i>	89
D.2.1.1	Sistemi commerciali	90
D.2.1.1.1	SCL Sistemi commerciali lineari	90
D.2.1.1.2	SCA Sistemi commerciali areali.....	90
D.2.1.1.2.1	SCAP Sistemi commerciali areali programmati	91
D.2.1.1.2.2	SCANP Sistemi commerciali areali non programmati:.....	91
D.2.2	<i>Aree tendenzialmente non commerciali</i>	92
D.2.2.1	ANCE Aree tendenzialmente non commerciali	92
D.2.2.2	ANCN Aree esclusivamente non commerciali.....	93
E.	TABELLE STATISTICHE	94

INDICE TABELLE

Tabella 1 Inquadramento Territoriale	18
Tabella 2 Variazione demografica ultimo triennio e nel decennio	23
Tabella 3 indici demografici	25
Tabella 4 - Redditi pro capite per Provincia della Lombardia – anno 2008	28
Tabella 5 – Consumi pro capite per voci a livello di macro regioni - 2009	32
Tabella 6 – Consumi pro capite per raggruppamenti a livello regionale 2009	34
Tabella 7 – Calcolo incidenze percentuali per raggruppamenti di voci 2009	35
Tabella 8 – Consumi pro capite per provincia della Lombardia anno 2009 - indici	36
Tabella 9 – Consumi pro capite per provincia in Lombardia anno 2009 – Valori Assoluti	36
Tabella 10 – Spesa complessiva per consumi nelle province lombarde anno 2009 (Milioni di €)	37
Tabella 11 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2009	37
Tabella 12 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2011	38
Tabella 13 – Provincia di VARESE valori dei consumi anno 2011	38
Tabella 14 – Comune di VERGIATE valori dei consumi anno 2011	40
Tabella 15 Esercizi di vicinato autorizzati e loro superficie, in Lombardia al 30 giugno 2011	43
Tabella 16 Esercizi di vicinato autorizzati in Lombardia al 30 giugno 2011- Densità	43
Tabella 17 Superfici ed esercizi autorizzati di Medie Strutture di vendita Lombardia 30 giugno 2011	44
Tabella 18 Medie Strutture di vendita autorizzate in Lombardia al 30 giugno 2011 - Densità	44
Tabella 19 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2011	45
Tabella 20 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2011- Densità	45
Tabella 21 - Elenco grandi strutture presenti nell’ambito di una percorrenza di circa 20/ 25 minuti	46
Tabella 22 Unità Locali con attività prevalente di commercio al dettaglio al 13 dicembre 2013	48
Tabella 23 Esercizi di vicinato – valori assoluti	49
Tabella 24 Esercizi di vicinato - indici	49
Tabella 25 Medie strutture – valori assoluti	49
Tabella 26 Medie strutture – indici	49
Tabella 27 Grandi strutture – valori assoluti	49
Tabella 28 Grandi strutture - indici	49
Tabella 29 Totale commercio al dettaglio in sede fissa- valori assoluti	50
Tabella 30 Composizione percentuale dell’offerta per tipologie commerciali	50
Tabella 31 Totale commercio al dettaglio in sede fissa - indici	50
Tabella 32 Peso percentuale dei valori comunali sui totali provinciali e regionali	50
Tabella 33 Caratteristiche dimensionali degli esercizi di vicinato – superficie media	50
Tabella 34 Caratteristiche dimensionali delle Medie strutture – superficie media	50
Tabella 35 Caratteristiche dimensionali delle Grandi strutture – superficie media	50
Tabella 36 Caratteristiche dimensionali degli esercizi nel complesso – superficie media	51
Tabella 37 Sistemi commerciali – consistenze commercio fisso	57
Tabella 38 Sistemi commerciali – consistenze di tutte le attività economiche	58
Tabella 39 Commercio in sede fissa Regione Lombardia serie storica dei valori dal 2003 al 2011	61
Tabella 40 Variazioni del numero punti vendita Commercio in sede fissa Regione Lombardia	61
Tabella 41 Variazioni delle superfici autorizzate Commercio in sede fissa Regione Lombardia	62
Tabella 42 Commercio fisso Provincia di VARESE–serie storica dei valori dal 2003 al 2011	62
Tabella 43 Variazioni del numero punti vendita – Commercio in sede fissa Provincia di VARESE	62
Tabella 44 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Provincia di VARESE	63
Tabella 45 Commercio fisso Comune di VERGIATE–serie storica dei valori dal 2003 al 2011	63
Tabella 46 Variazioni del numero punti vendita – Commercio in sede fissa Comune di VERGIATE	63
Tabella 47 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Comune di VERGIATE	64
Tabella 48 Provincia di VARESE Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011	64
Tabella 49 COMUNE DI VERGIATE Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011	64
Tabella 50 Elenco e caratteristiche dei mercati su area pubblica	66
Tabella 51 Consistenza Ingrosso (censimento 2001)	67
Tabella 52 Consistenza Attività di Somministrazione	68
Tabella 53 Consistenza Attività Paracommerciali	70
Tabella 54 Addetti – valori assoluti e indici per macrosettori e settori economici	72
Tabella 55 Addetti - attività di commercio fisso	73
Tabella 56 Incasso medio a metro quadro in €	74

VERGIATE

Tabella 57 Offerta Alimentari.....	75
Tabella 58 Offerta Non Alimentari.....	75
Tabella 59 Vicinato Misto	75
Tabella 60 Rapporto Domanda/Offerta Locale.....	76

INDICE GRAFICI

Grafico 1 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 1	21
Grafico 2 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 2	22
Grafico 3 piramide dell'età intera popolazione residente.....	23
Grafico 4 Distribuzione per classi di età	24
Grafico 5 Distribuzione tipologie attività per sistemi commerciali	59
Grafico 6 – consistenze delle attività di somministrazione di alimenti e bevande	68
Grafico 7 – consistenze delle attività paracommerciali.....	71

INDICE FIGURE

Figura 1 Frazioni e aree di studio	20
Figura 2 Sistemi Commerciali Lineari assi a fruizione pedonale	53
Figura 3 Sistemi Commerciali Lineari assi di attraversamento o penetrazione	54
Figura 4 Sistemi Commerciali Areali Programmati –Aree per grandi strutture, Aree per medie strutture livello 2...	55
Figura 5 Sistemi Commerciali Areali Non Programmati - Addensamenti commerciali consolidati	56
Figura 6 Isocrone e bacini di studio viabilità	83
Figura 5 Schema completo dei sistemi commerciali previsti dal PGT	86

PREMESSA

Il Piano di Governo del Territorio (P.G.T.) è il nuovo strumento attraverso il quale l'Amministrazione comunale pianifica lo sviluppo urbanistico della città ed è l'erede del vecchio Piano Regolatore Generale (P.R.G.).

Il passaggio dal P.R.G. al P.G.T. è stato previsto dalla legge regionale n. 12/2005 ed i comuni lombardi hanno avuto quattro anni di tempo dalla data di entrata in vigore della legge per sostituire i propri piani regolatori generali con il piano di governo del territorio. Con successivi provvedimenti, la scadenza è stata prorogata al 31 marzo 2012.

Il Comune di VERGIATE ha conferito incarico a Prassicoop per la redazione degli studi commerciali per la redazione del PGT con determinazione N° 233 Del 03/05/2010 Del Responsabile Dell'area 4 Assetto Ed Uso Del Territorio.

La strategia proposta da Prassicoop per la stesura della componente commerciale del PGT è di affrontare la tematica della programmazione delle strutture commerciali ed assimilate in base ad un meccanismo innovativo, che parte dalla constatazione dell'inadeguatezza dei meccanismi tradizionali basati sul concetto di "zoning".

Vi sono, infatti, due punti fondamentali in cui le logiche di sviluppo del commercio entrano in conflitto con la logica dello zoning.

Innanzitutto il commercio si distribuisce naturalmente per assi, punti o poli, e non per aree territoriali estese, e quindi non si presta ad essere regolamentato con meccanismi che fissano disposizioni uniformi per zone omogenee.

In secondo luogo, lo zoning tende a raggruppare territorialmente funzioni tendenzialmente omogenee, mentre il commercio tende a prosperare in situazioni di mescolanza di funzioni diverse, al punto tale che anche i centri commerciali, che sembravano nati per realizzare delle concentrazioni commerciali omogenee, si stanno sempre più trasformando in strutture polifunzionali integrate.

L'intuizione di tale inadeguatezza non è un fatto nuovo: era già stata evidenziata all'inizio degli anni '70 dall'Arch. Gentili, pioniere dell'urbanistica commerciale in Italia.

L'avanzamento dello stato dell'arte ha portato ad un consolidamento di questa prospettiva, ultimamente riconfermata nell'editoriale dell'Arch. Alfonso Alvarez Mora al numero 10 della rivista "Ciudades" edita in collaborazione tra il Politecnico di Milano e l'Università di Valladolid, ed avente come tema monografico "Generatori di nuova urbanità: gli spazi commerciali".

Il modo alternativo di affrontare i problemi della pianificazione del commercio, che è quello che proponiamo per il PGT, consiste invece nel partire dall'analisi della realtà commerciale locale per individuarne le caratteristiche distributive in rapporto al territorio ed in particolare verificare l'esistenza e le caratteristiche di veri e propri "sistemi commerciali", che innervino la struttura distributiva presente sul territorio, in alternativa ad una distribuzione pressoché casuale rispetto all'edilizia presente sul territorio.

A. Inquadramento Giuridico

In Lombardia l'attuazione della riforma del Commercio, che prevede l'introduzione della normativa commerciale all'interno degli strumenti di pianificazione territoriale sta attraversando l'avvio della seconda fase che, superato il periodo delle varianti commerciali ai PRG, prevede l'inserimento delle disposizioni sulla localizzazione delle attività commerciali direttamente nel Piano di Governo del Territorio.

Sostanzialmente, con la riforma del 1998 il legislatore ha teso a superare la netta distinzione tra pianificazione urbanistica e programmazione commerciale, riconducendo quest'ultima, pur nel rispetto delle sue specificità e peculiarità, nell'ambito più generale della pianificazione territoriale, o meglio ancora, secondo la terminologia usata dalla Regione Lombardia, del Governo del Territorio.

Il presente strumento definisce di conseguenza le scelte strategiche del Comune in materia di politiche commerciali, scelte cui verrà data attuazione anche con altri strumenti "ad hoc", quali i piani attuativi del PGT, i regolamenti e criteri di cui all'Art.6 del D.Lgs 114/98, i regolamenti di settore, l'INDIVIDUAZIONE del Distretto del Commercio e gli ulteriori strumenti consentiti dalla legislazione vigente, tra cui assume particolare importanza il "provvedimento di programmazione comunale del commercio introdotto dall'Art. 4 bis della L.R. 6/2010 in sede delle ultime modifiche apportate in sede di approvazione della L.R. 3/2012, teso a disciplinare "le modalità di applicazione, con riguardo alle zone da sottoporre alla tutela, e i criteri qualitativi indicati dalla programmazione regionale in riferimento all'inserimento delle nuove attività commerciali..."

A.1 La Normativa del Settore

Commercio

Al di là del rispetto della normativa urbanistica generale, per quanto riguarda il commercio il PGT deve tenere conto di una serie di norme specifiche di settore:

A livello nazionale:

- D. Lgs 114/98
Riforma della Disciplina Relativa al Settore del Commercio, a Norma dell'Art.4, c. 4, della L. 15 03 1997, n. 59
- DECRETO-LEGGE 4 luglio 2006, n.223
«Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale.» convertito in legge 4 agosto 2006, n. 248

A livello regionale:

- Legge Regione Lombardia N.6 del 2 febbraio 2.010 “**Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere**” e successive modifiche e integrazioni.
- Legge regionale 27 febbraio 2012 - n. 3 “**Disposizioni in materia di artigianato e commercio e attuazioni della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 relativa ai servizi nel mercato interno. Modifiche alle leggi regionali 30 aprile 2009, n. 8 (Disciplina della vendita da parte delle imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione per il consumo immediato nei locali dell’azienda) e 2 febbraio 2010, n. 6 (Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere)**” .
- **Programma Pluriennale di sviluppo del Settore Commerciale (PTSSC):**
 - DCR 2 ottobre 2006 n. VIII/205 Programma Triennale di sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008 (APPROVATO IL 2/10/2006 dal Consiglio Regionale)
Con la legge 9/09, poi riassorbita nel Testo Unico, la durata è stata portata a tempo indeterminato, per cui ora si parla di Programma Pluriennale (Art. 4 L.R. 6/10)
- **Provvedimenti attuativi del Programma Pluriennale**
 - DELIBERA GIUNTA REGIONALE n° VIII 5054 del 04/07/2007
Modalità applicative del programma triennale di sviluppo del settore commerciale 2006/08
 - DELIBERA GIUNTA REGIONALE n° VIII 5641 del 23/10/2007
Programma triennale di sviluppo del settore commerciale 2006/08. Modifica della delimitazione degli ambiti territoriali
 - Delibera Giunta Regionale Lombardia n° VIII/5913 del 21 novembre 2007
Criteri urbanistici per l’attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (Art.3, c. 3 L.R. n: 14/99)
 - Delibera Giunta Regionale Lombardia 5 dicembre 2007 n. 8/6024 e s.m.i.
Medie strutture di vendita: disposizioni attuative del Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006-08
 - DECRETO DIRETTORE GENERALE n. 970 del 07/02/2008
Indicazioni relative ai criteri e ai parametri di valutazione della compatibilità e della sostenibilità ai sensi della dgr VIII/5054
 - Delibera Giunta Regionale VIII/7182 del 24 Aprile 2008
Criteri di valutazione delle grandi strutture di vendita previste in strumenti di programmazione negoziata o in piani d’area o in altri progetti di rilievo regionale, di cui al paragrafo 5.3 quinto capoverso della D.C.R. 2 ottobre 2006 n° VIII/215 “Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale2006-2008” e successive modificazioni e integrazioni.
 - Decreto Direttore Generale n° 15387 del 19 dicembre 2008
“Indicazioni operative relative alla valutazione della sostenibilità e di altri aspetti riguardanti le domande di autorizzazione delle grandi strutture di vendita di cui alle DD.GG.RR. n° 5054/2007 e n° 7182/2008”
- **Legislazione Urbanistica Regionale**
 - Legge regionale Lombardia n. 12 dell’11 marzo 2005
“Legge per il governo del territorio” e relative integrazioni e modifiche

- Delibera Consiglio Regionale Lombardia VIII 0352 del 13 marzo 2007
INDIRIZZI GENERALI PER LA PROGRAMMAZIONE URBANISTICA DEL SETTORE COMMERCIALE
- Delibera Giunta Regionale VIII/5913 del 21 Novembre 2007
Criteri Urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (Art.3, c.3 L.R.14/99)

N.B. E' in corso in questi giorni l'aggiornamento della normativa regionale sul commercio, di cui è stato finora approvato solo un primo provvedimento di indirizzo.

La nuova normativa potrebbe implicare l'esigenza di alcuni adeguamenti alle disposizioni introdotte nel PGT relativamente alla materia commerciale. Da quanto è dato di conoscere si tratterà di modifiche abbastanza marginale, che potranno essere introdotte in sede di osservazioni.

A.1.1 Disposizioni Nazionali

La legislazione nazionale, attraverso il D.Lgs 114/98, ha stabilito gli obiettivi generali della Programmazione della Rete Distributiva (Art.6, comma 1), assegnando alle Regioni il compito di definire gli indirizzi generali delle attività commerciali in ottemperanza a tali obiettivi.

Il comma 2 dello stesso articolo prescrive che gli strumenti urbanistici comunali individuino, in base ai criteri fissati dalla Regione:

a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;

b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, nonché dell'arredo urbano, ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;

c) i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita;

d) la correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di immobili e dell'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita, eventualmente prevedendone la contestualità.

Risulta quindi evidente che l'obbligo di disciplinare in sede urbanistica l'insediamento delle attività commerciali riguarda "particolarmente" ma non esclusivamente le medie e grandi strutture di vendita. Anche le attività di vicinato dovrebbero essere oggetto di una specifica regolamentazione urbanistica.

Il Decreto Legge 4 luglio 2006, n.223 e la successiva legge di conversione, non hanno apportato alcuna modificazione diretta al D.Lgs 114/98 e tantomeno alle disposizioni urbanistiche, ma hanno introdotto il criterio che (Art.3):

"...le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e di somministrazione di alimenti e bevande sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

b) il rispetto di distanze minime obbligatorie tra attività commerciali appartenenti alla medesima tipologia di esercizio;

d) il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale; "

Questo criterio va quindi rispettato, evitando di introdurre, anche nelle normative urbanistiche, disposizioni che possano entrare in contrasto con le suddette disposizioni.

Tutti i decreti successivi (salva Italia, Cresci Italia e semplificazione) hanno ulteriormente specificato ed implementato i detti criteri, prescrivendo il recepimento dei relativi principi in sede di modifiche alle normative locali, da attuarsi entro il 30 settembre 2012

Disposizioni Regionali

Come previsto dalla legislazione nazionale, le disposizioni operative da rispettare sono quelle contenute nella legislazione regionale.

La normativa regionale sul commercio era stata concepita prima dell'approvazione della nuova legge regionale sul governo del territorio (L.R. 12/05) e faceva quindi riferimento ad un quadro programmatico basato sulla precedente legislazione urbanistica. Con il testo Unico del Commercio sono stati recepiti i rimandi alla suddetta legge 12/05 s.m.i., ai quali faremo quindi riferimento nel prosieguo.

A.1.1.1 Le norme quadro (Testo Unico del Commercio)

La L.R. 6/2.010 costituisce la normativa quadro regionale sul commercio, e di conseguenza fissa gli obiettivi generali in adempimento alle disposizioni nazionali, nonché le procedure per la programmazione regionale.

Il Testo Unico ha riaggregato tutte le norme di rango legislativo in materia di commercio vigenti in Regione, ripulendole di errori ed eventuali incongruenze e raccordandole tra di loro e con la legislazione nazionale avente valore imperativo.

L'Art.2, comma 1, nel fissare gli obiettivi generali, stabilisce fra l'altro che fra gli obiettivi vi siano quelli di:

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che assicuri *la qualità dei servizi da rendere ai consumatori e la qualità della vita della popolazione, nonché la migliore produttività del sistema;*
- b) integrare la pianificazione territoriale e urbanistica e la programmazione commerciale per un equilibrato ed armonico assetto del territorio e delle diverse tipologie di vendita al dettaglio *con particolare attenzione alla tutela e alla valorizzazione delle piccole e medie imprese commerciali;*
- c) salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale, favorendo un'integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;
- d) valorizzare la funzione commerciale al fine di una riqualificazione del tessuto urbano e dei centri storici;
- e) assicurare il rispetto della libera concorrenza favorendo lo sviluppo della presenza delle varie formule organizzative della distribuzione e, all'interno di queste, tra le varie imprese, al fine di garantire un corretto equilibrio tra imprese di diverse dimensioni;

L'articolo 4bis (programmazione comunale) introdotto dalla L.R. 3/2012, ha istituito un nuovo strumento comunale di programmazione quadriennale del commercio che rimane distinto dallo strumento urbanistico. La regione dovrà emanare indirizzi e criteri che i comuni dovranno introdurre in tale strumento.

Nelle more dell'emanazione di questi criteri non è possibile ovviamente provvedere all'attuazione degli obiettivi fissati dalle nuove norme, né precostituire all'interno dello strumento urbanistico le disposizioni (di recente introdotti a modifica degli articoli 149 e 150), per cui si renderà successivamente necessaria una variante del PC dei principi propedeutica alla assunzione di tale delibera di criteri.

Riportiamo comunque per chiarezza il testo del nuovo articolo 4 bis:

1. Al fine di migliorare la funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali, nonché consentire uno sviluppo sostenibile, i comuni, valutate le caratteristiche della distribuzione commerciale ed in coerenza con gli indirizzi regionali di cui all'articolo 4, adottano, sentite le associazioni dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale e le

organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti, un atto di programmazione, avente durata quadriennale, che disciplina le modalità di applicazione, con riguardo alle zone da sottoporre a tutela, dei criteri qualitativi individuati dalla programmazione regionale in riferimento all'insediamento delle nuove attività commerciali, ivi comprese quelle che somministrano alimenti e bevande, nonché quelle che vendono direttamente, in locali adiacenti a quelli di produzione, gli alimenti di propria produzione per il consumo immediato di cui alla l.r. 8/2009, tenendo conto delle diverse caratteristiche del proprio territorio e della differente incidenza degli esercizi secondo il settore e la tipologia di appartenenza. Tali criteri comunali si basano sui motivi imperativi di interesse generale di cui all'articolo 4, comma 1 connessi a ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità che rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo in particolare per il consumo di alcolici e per il contrasto al degrado urbano, e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità e tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico.

2. I comuni, in coerenza con i criteri adottati dalla Giunta regionale e in relazione alla previsione di nuovi insediamenti commerciali, individuano nel piano di governo del territorio:

- a) le aree da ritenersi sature rispetto alla possibilità di localizzarvi nuovi insediamenti in considerazione delle condizioni di sostenibilità ambientale, infrastrutturale, logistica e di mobilità relative a specifici ambiti territoriali;
- b) le aree di localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita, ivi compresi i centri commerciali;
- c) le prescrizioni cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché all'arredo urbano, nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- d) le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;
- e) le prescrizioni e gli indirizzi di natura urbanistica ed in particolare quelle inerenti alla disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita.

3. Le determinazioni dei comuni di cui ai commi 1 e 2 possono essere differenziate in relazione a singole parti del territorio comunale o zone ed alla tipologia degli esercizi commerciali. In particolare la strumentazione urbanistica può disporre limitazioni all'insediamento di attività commerciali in base a specifiche classificazioni, anche dimensionali, che i comuni individuano in relazione alle medie e grandi strutture di vendita.

4. In coerenza con l'atto di programmazione di cui al comma 1, i comuni, previa valutazione delle problematiche della distribuzione commerciale nei centri storici e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, con apposito atto, promuovono:

- a) la crescita, il ricambio e la diversificazione delle attività, in raccordo con gli strumenti urbanistici comunali;
- b) la permanenza degli esercizi storici e tradizionali, ivi compresi quelli artigianali, con particolare attenzione alle merceologie scarsamente presenti, anche mediante incentivi ed apposite misure di tutela;
- c) l'individuazione di porzioni di territorio ubicate in aree limitrofe funzionalmente collegate con il centro storico;
- d) la valorizzazione e la salvaguardia delle aree o degli edifici aventi valore storico, archeologico, artistico e ambientale attraverso anche l'individuazione in base all'articolo 145 di particolari condizioni per l'esercizio del commercio.

5. I comuni, per le finalità di cui al comma 4, possono:

- a) differenziare le attività commerciali con riferimento a specifiche classificazioni di carattere dimensionale, merceologico e qualitativo per contribuire ad un ampliamento di opportunità di insediamento nel centro storico;
- b) disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora questa costituisca un contrasto con la tutela di valori artistici, storici o ambientali;
- c) limitare nei centri storici e zone limitrofe l'insediamento di attività che non siano tradizionali o qualitativamente rapportabili ai caratteri storici, architettonici e urbanistici dei centri medesimi;
- d) adottare, nell'ambito della programmazione comunale, un piano di tutela delle attività tradizionali per il centro storico, eventualmente suddiviso a sua volta in tessuti territoriali e zone omogenee, che consente, in caso di cessazione delle attività tutelate nelle zone localizzate, la sola attivazione, per un arco temporale fino a cinque anni, di una o più delle medesime attività appartenenti allo stesso settore alimentare o non alimentare.

6. Le disposizioni di cui al comma 5 possono essere applicate dai comuni, per le finalità di cui al comma 4, anche in relazione a zone del territorio differenti dal centro storico a fronte di motivate ragioni di utilità sociale derivanti dall'esigenza di garantire la riqualificazione e valorizzazione del tessuto urbano attraverso uno sviluppo armonioso, equilibrato e sostenibile delle attività economiche, nonché la permanenza di una offerta variegata di beni e servizi.

Le disposizioni relative alla pianificazione a livello locale sono contenute nel TITOLO VI Disciplina urbanistica del commercio, Capo I Pianificazione urbanistica del commercio, in particolare negli Artt. 149 e 150, che sono state ulteriormente integrate dalla L.R. 3 del 27 febbraio 2012.

Art. 150 (Programmazione urbanistica riferita al settore commerciale dei comuni e delle province)

1. I comuni definiscono i contenuti attinenti agli insediamenti commerciali nei propri piani urbanistici e negli strumenti di programmazione commerciale tenuto conto delle finalità di cui al titolo II, capo I, sezione I e capi II e III del presente testo unico, della l.r. 8/2009 e delle indicazioni stabilite nel programma pluriennale ed indirizzi di cui all'art. 4 e nei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale di cui all'art. 149. In particolare i comuni possono individuare:

a) i criteri qualitativi per l'insediamento delle nuove attività commerciali, comprese quelle che somministrano alimenti e bevande, e delle attività di vendita delle imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione per il consumo immediato nei locali dell'azienda, tenendo conto delle diverse caratteristiche del proprio territorio e della differente incidenza degli esercizi secondo il settore merceologico di appartenenza;

b) le zone da sottoporre a tutela, tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, nonché delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche, con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico.

2. I piani territoriali di coordinamento delle province dettano disposizioni in materia di grandi strutture di vendita tenuto conto degli obiettivi indicati dal programma pluriennale regionale. In assenza dei piani territoriali di coordinamento, le varianti di adeguamento dei piani urbanistici comunali concernenti le grandi strutture di vendita sono trasmesse, dopo l'adozione e contestualmente al deposito, alle province che formulano osservazioni nei termini previsti dalla vigente normativa.

3. Al fine di integrare la pianificazione territoriale ed urbanistica generale con la programmazione commerciale, i comuni favoriscono:

- una integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;
- un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;
- una integrazione delle attività commerciali con le altre attività lavorative al fine di garantire la presenza continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste con la presenza di funzioni produttive, funzioni di servizio, funzioni commerciali, funzioni direzionali, funzioni ricettive e di spettacolo; tali zone sono prioritariamente individuate nelle aree dismesse e degradate, se presenti;
- un equilibrato rapporto tra la rete viaria e gli insediamenti commerciali in modo da evitare fenomeni negativi sulla rete viaria esistente;
- la creazione di uno o più centri commerciali nei centri storici agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti nel comune.

4. (ABROGATO)

5. In adeguamento ai criteri urbanistici di cui all'articolo 149, comma 2, gli strumenti urbanistici comunali e relative varianti, devono prevedere che le aree destinate a grandi strutture di vendita siano dotate di attrezzature pubbliche o di uso pubblico almeno nella misura del 200 per cento della superficie lorda di pavimento degli edifici previsti, di cui almeno la metà deve essere destinata a parcheggi di uso pubblico.

Le norme applicative da rispettare sono da ritrovarsi nel programma pluriennale e nelle relative disposizioni applicative.

A.1.1.2 Il Programma Pluriennale

È vigente il Programma Pluriennale 2006/8, che sostituisce il precedente 2003/5.

Con la LR 9/09, poi riconfermata nei contenuti dal Testo Unico, la durata del piano è stata resa indeterminata (cioè fino ad eventuali modifiche).

La normativa è stata costruita nel rispetto di tali disposizioni che, a livello generale, si limitano a stabilire degli obiettivi specifici, in base ai quali i comuni debbono regolarsi nella stesura dei piani e le conferenze di servizi nel rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture.

Tali obiettivi sono differenziati in funzione dell'ambito territoriale di appartenenza dei comuni. Il Comune di VERGIATE risulta appartenere all'ambito **AMBITO COMMERCIALE METROPOLITANO**.

In particolare, per tale ambito, gli obiettivi del programma pluriennale sono così definiti:

- contenimento del tasso di crescita della grande distribuzione rispetto al periodo più recente;
- consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive;
- 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;
- stretto raccordo con le politiche insediative, con priorità al recupero delle aree dismesse e all'utilizzo di aree inserite nel contesto urbano, e di ammodernamento infrastrutturale.

Il piano stabilisce poi, in via generale, gli obiettivi per la regolamentazione delle medie strutture di vendita:

- preferenza degli interventi di ammodernamento e di razionalizzazione della rete distributiva esistente rispetto alle nuove aperture;
- in caso di nuove aperture le stesse devono essere giustificate dalla necessità di garantire un servizio al consumatore in zone del territorio comunale in cui la domanda non risulta soddisfatta dalla rete distributiva esistente, anche fornendo alcuni parametri di corrispondenza tra domanda e offerta in termini di domanda non soddisfatta;
- possibilità di prevedere limiti quantitativi di sviluppo delle medie strutture per i comuni montani e le zone meno densamente abitate della pianura in relazione alla particolare connotazione territoriale e socio-economica del contesto di riferimento;
- possibilità di stabilire limiti dimensionali per le medie strutture in misura correlata alla domanda esistente nell'area di attrazione dell'insediamento;
- priorità nella localizzazione delle medie strutture a quelle previste in aree urbane dismesse o sottoutilizzate od oggetto di progetti di riqualificazione commerciale;
- valutazione delle domande, da parte dei Comuni, avvalendosi di criteri e parametri socio-economici identificati, di intesa con la Regione, sulla base degli indirizzi di cui al presente Programma;
- contenimento della presenza di medie strutture su aree già destinate a grandi strutture di vendita e lasciate libere da rilocalizzazioni e da trasferimenti in uscita;
- adozione di procedure autorizzatorie specifiche per le medie strutture inserite in interventi di programmazione negoziata, fino a prevedere la modalità della conferenza di servizi nel caso in cui la sommatoria delle superfici delle medie strutture previste equivalga o superi quella di una GSV.

Il programma richiama inoltre:

- la necessità che, per gli esercizi appartenenti a questa tipologia di vendita, siano previste modalità di considerazione degli eventuali effetti generati a scala sovracomunale;
- le opportunità connesse con il recupero di aree urbane dismesse o sottoutilizzate;
- la corretta applicazione delle norme in materia di autorizzazioni commerciali, non consentendo la realizzazione di punti di vendita della grande distribuzione mediante il rilascio di diverse autorizzazioni a punti di vendita di media distribuzione, artificialmente distinti.

A.1.1.2.1 Le Disposizioni Applicative

In materia di urbanistica commerciale gli indirizzi di sviluppo e raccordo tra la pianificazione comunale e quella sovra locale sono stabiliti dalla DCR VIII/352 del 13 marzo 2007.

Gli indirizzi generali per la valutazione ambientale di piani e programmi ai sensi dell'articolo 4, comma 1 della L.R. 11 marzo 2005, n. 12, sono quelli stabiliti dalla DCR VIII/351 del 13 marzo 2007 e successivi atti di programmazione.

Le disposizioni attuative del PTSSC (DGR 8/5258 del 2/8/07) prevedono che:

Negli strumenti di pianificazione comunale gli insediamenti commerciali devono essere individuati sulla base della classificazione di cui al precedente capitolo 2, primo comma (medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita, centri commerciali) e del successivo sottoparagrafo 4.2.1 primo comma (articolazione delle tipologie di strutture di vendita organizzate in forma unitaria).

In relazione a tale individuazione è verificata la conformità urbanistica dell'insediamento con gli atti del Piano Regolatore Generale (d'ora innanzi anche: PRG) o del Piano di Governo del Territorio. A tal fine, la generica destinazione d'uso ad attività di tipo terziario o di ammissibilità commerciale consente esclusivamente la localizzazione di esercizi di vicinato.

Ne consegue logicamente che il cuore dell'adeguamento dello strumento urbanistico consiste nell'individuazione delle aree in cui possono essere ammessi insediamenti commerciali, distintamente per ognuna delle tipologie:

commercio di vicinato (nella fattispecie di VERGIATE fino a 150 mq)

medie strutture di vendita (nella fattispecie di VERGIATE oltre 150 mq e fino a 1.500 mq)

grandi strutture di vendita (nella fattispecie di VERGIATE oltre 1.500 mq)

strutture di vendita organizzate in forma unitaria, suddivise tra medie e grandi e secondo le tipologie di cui al Punto 4.2.1 delle Modalità Applicative.

Nella scelta di tali aree andranno rispettate le indicazioni dei criteri regionali, in particolare quelli della D.G.R. n° VIII/5913 del 21 novembre 2007.

Vanno quindi tenute in considerazione alcune esigenze generali:

- la minimizzazione del consumo di suolo;
- l'elevata compatibilità ambientale;
- l'adeguatezza del livello di accessibilità e di dotazione di servizi;
- la riqualificazione e il recupero di aree compromesse, e/o degradate collocate in contesti già urbanizzati;
- l'utilizzo dell'attività commerciale come elemento di riqualificazione del tessuto urbano, attraverso l'integrazione col sistema dei servizi;
- la congruenza delle previsioni urbanistiche con il livello di gerarchia urbana che contraddistingue il Comune;
- la salvaguardia dell'equilibrio tra le diverse tipologie distributive;
- la conservazione e la valorizzazione degli esercizi e delle aree commerciali storiche;
- la qualificazione delle diverse forme di concentrazioni commerciali o distretti commerciali urbani presenti in tutto l'ambito comunale.

In aggiunta vanno anche considerate alcune disposizioni ed obiettivi differenziati in funzione delle varie parti del territorio comunale:

a) Nuclei di antica formazione e ambiti centrali urbani e consolidati

- Valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico ed architettonico, attraverso l'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, pubbliche, artigianali, servizi, ecc.).
- Insediamento di attività commerciali che per caratteristiche qualitative siano idonee a conservare ed arricchire il ruolo trainante del centro urbano come luogo commerciale e di aggregazione sociale (come storicamente avvenuto nella gran parte dei comuni lombardi).
- Sviluppo degli esercizi di vicinato, attraverso azioni di sostegno a questa categoria di attività commerciale che più pesantemente ha subito le ricadute negative dell'avvento dei nuovi format distributivi ma che rappresenta l'attività commerciale più radicata e compenetrata nei nuclei storici e centrali.
- Qualificazione dei negozi storici anche per migliorarne l'integrazione con il sistema dei servizi e della mobilità.
- Attenzione alle nuove previsioni di medie strutture di vendita in coerenza con le disposizioni del vigente Programma Triennale del Commercio.

b) Ambiti di margine dei centri urbani medio - piccoli

- Attenzione alla riqualificazione e concentrazione sui principali assi commerciali degli esercizi di vendita nonché alla riqualificazione dei nuclei di servizio già esistenti.
- Priorità alle azioni di razionalizzazione, riconversione o ammodernamento di strutture esistenti, mediante operazioni di riqualificazione urbana anche comportanti previsioni di insediamento di medie strutture di vendita attraverso la concentrazione di esercizi di vicinato.
- Attenzione all'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, pubbliche, artigianali, servizi, ecc.).
- Ricerca nelle nuove localizzazioni di attività commerciali di elementi di ricucitura e ricomposizione dei bordi urbani mediante progettualità che privilegino il verde, urbano e attrezzato, ed il sistema della mobilità sostenibile, ciclabile e pedonale, come elementi di qualità urbanistica e di connessione con il contesto costruito circostante.
- Assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici, sia come componente essenziale delle attrezzature pubbliche e di interesse pubblico, sia come elemento qualificante della sistemazione delle aree scoperte e permeabili di proprietà privata (per cui si consiglia una piantumazione nella misura di 2 essenze d'altro fusto ogni 100 mq. di superficie fondiaria, oltre alla messa a dimora di essenze arbustacee quali componenti di un coerente progetto di sistemazione delle aree libere dall'edificazione), sia come elemento di arredo e di qualificazione ambientale nelle aree destinate a parcheggio e lungo i bordi esterni dell'intervento, dove si consiglia di prevedere spazi a verde per una profondità di almeno 10 metri;
- Attenzione, in corrispondenza di eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso, alla previsione di fasce libere da edificazioni di adeguata ampiezza e che eventuali recinzioni prospettanti su tali passaggi debbano essere mascherate da componenti verdi (essenze ad alto fusto e siepi);
- Esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico - ambientale quali i parchi naturali regionali, le riserve naturali regionali, i monumenti naturali ed i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo eccezioni eventualmente contemplate dai Piani Territoriali di Coordinamento.

c) e d) Ambiti consolidati periurbani delle aree metropolitane e ambiti di trasformazione extraurbani

- Razionalizzazione delle aree in cui si siano formate nel tempo, a volte in modo del tutto spontaneo e non programmato, aggregazioni di grandi o medie strutture, nelle quali ulteriori insediamenti possano consentire e assicurare il miglioramento del sistema degli accessi, dei parcheggi, dei percorsi pedonali e ciclabili, dei servizi comunali, della qualità architettonica e dell'inserimento paesaggistico.
- Utilizzazione degli strumenti di programmazione negoziata per il recupero e riqualificazione di aree dismesse che possono essere validamente destinate ad un mix funzionale, comprendente le funzioni commerciali, qualora ne fosse verificato il fabbisogno, e comunque nel rispetto dell'equilibrio della rete distributiva. Contestualmente dovranno essere previste opere di integrazione ambientale, con il sistema dei servizi e dell'accessibilità.
- Priorità alle concentrazioni commerciali sui nodi di interscambio del trasporto pubblico e privato.
- Qualificazione dell'offerta commerciale in contesti che presentino significativa erosione dell'offerta commerciale, e/o condizione di degrado fisico e sociale.
- Esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico - ambientale quali i parchi naturali regionali, le riserve naturali regionali, i monumenti naturali ed i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo eccezioni eventualmente contemplate dai Piani Territoriali di Coordinamento.
- Assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici, sia come componente essenziale delle attrezzature pubbliche e di interesse pubblico, sia come elemento qualificante della sistemazione delle aree scoperte e permeabili di proprietà privata (per cui si consiglia una piantumazione nella misura di 2 essenze d'altro fusto ogni 100 mq. di superficie fondiaria, oltre alla messa a dimora di essenze arbustacee quali componenti di un coerente progetto di sistemazione delle aree libere dall'edificazione), sia come elementi di arredo e di qualificazione ambientale nelle aree destinate a parcheggio e lungo i bordi esterni dell'intervento, dove si consiglia di prevedere spazi a verde per una profondità di almeno 10 metri;
- Attenzione, in corrispondenza di eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso, alla previsione di fasce libere da edificazioni di adeguata ampiezza e che eventuali recinzioni prospettanti su tali passaggi debbano essere mascherate da componenti verdi (essenze ad alto fusto e siepi).

Il significato di tale disposizione è di rendere indispensabile l'approvazione di una specifica variante di piano per potere consentire l'insediamento di medie e/o grandi strutture di vendita, le quali risultano invece incompatibili con la generica destinazione d'uso "commerciale".

Questo non implica in alcun modo che gli esercizi di vicinato debbano obbligatoriamente essere ammissibili in tutto il territorio comunale, ma solo che sono genericamente ammessi in ogni zona genericamente definita come commerciale. Questo non implica che il PRG non possa rivedere le generiche disposizioni che ritengono il commercio come destinazione complementare ammessa in quasi tutte le zone urbanistiche, scegliendo di individuare anche per il commercio di vicinato situazioni compatibili e situazioni incompatibili.

La suddetta D.G.R. n° VIII/5913 del 21 novembre 2007 definisce anche quali sono le indagini conoscitive di carattere urbanistico territoriale su cui basare le conseguenti scelte localizzative, differenziandole in funzione del contesto urbano comunale o sovracomunale (livello di cui è obbligatorio tenere conto in caso di previsioni di grande distribuzione). I contenuti richiesti sono:

a) per il contesto urbano comunale:

- l'analisi della domanda commerciale comunale mediante appropriate indagini sulla popolazione residente e la popolazione fluttuante, quali turisti, pendolari e simili, sulla relativa composizione (età, condizione socio - economica, composizione professionale e altro) e le relative valutazioni dell'incidenza della componente gravitazionale attratta o rivolta all'esterno del territorio comunale;
- l'analisi dell'offerta globale del settore commerciale riferita alle categorie delle strutture di vendita previste dal d.lgs n. 114/1998, formulata esaminando la distribuzione nel territorio comunale degli esercizi commerciali, la loro funzionalità urbanistica, le tipologie localizzative;
- l'esame delle tendenze evolutive nella localizzazione degli esercizi commerciali e le valutazioni delle eventuali ricadute negative sull'offerta commerciale al dettaglio in funzione di assicurare un conveniente assetto urbanistico a tutte le diverse parti dell'organismo urbano;
- il confronto tra la domanda e l'offerta commerciale;
- le indagini sulle caratteristiche della viabilità urbana (in accordo con il Piano Urbano del Traffico), dei flussi origine - destinazione, con la verifica dei livelli di soddisfacimento della domanda di trasporto pubblico, in relazione alla tematica commerciale;
- la valutazione del fabbisogno di spazi per la sosta e per il carico e scarico delle merci, sia in rapporto alle medie e grandi strutture di vendita sia alle varie concentrazioni commerciali o ai distretti commerciali urbani. Le suddette indagini sono riferite all'intero territorio comunale, eventualmente suddiviso in ambiti o settori urbani, secondo livelli di approfondimento correlati con la soglia demografica del Comune, le caratteristiche della rete distributiva locale, le dinamiche commerciali in atto.

b) Per il contesto territoriale sovracomunale

- l'indagine sulla rete viaria, sulle caratteristiche dei flussi di traffico (matrice origine - destinazione) e di attraversamento del contesto urbano, sull'accessibilità ai vari settori urbani che documenta le relazioni con le politiche di sviluppo commerciale da realizzare nel Comune, in particolare per quanto attiene l'incidenza sulla stessa rete dell'indotto derivante dagli insediamenti programmati;
- l'evidenziazione del livello di accessibilità derivante dai servizi pubblici di trasporto;
- la verifica della presenza e dei reciproci influssi di grandi strutture di vendita o di centri commerciali localizzati o previsti nelle aree di gravitazione degli insediamenti programmati, in caso di ipotesi di previsione di grandi strutture di vendita.
- Sulla base delle indagini condotte, di cui verrà dato puntuale riscontro negli elaborati dello strumento urbanistico, si procederà alla definizione delle conseguenti politiche di assetto urbanistico per il settore commerciale, in debito raccordo con le più generali scelte di sviluppo e in conformità agli "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale".
- Le scelte che i PGT effettueranno dovranno altresì tener conto e coerenza con le indicazioni contenute nei Piani Territoriali di Coordinamento Provinciale, attraverso un processo di acquisizione, interpretazione e declinazione locale delle disposizioni generali ivi contenute.

Le suddette indagini sono riferite all'intero territorio comunale, eventualmente suddiviso in ambiti o settori urbani, secondo livelli di approfondimento dipendenti dalla soglia demografica del comune e/o dall'appartenenza ad aree ad elevata concentrazione di attività economiche e di insediamenti residenziali.

Nell'effettuazione degli studi preliminari alla presente variante sono state seguite, compatibilmente alle risorse ed alle informazioni ed ai tempi di decisione disponibili, le suddette indicazioni.

Vengono poi individuate le norme procedurali per l'adeguamento degli strumenti urbanistici, indicando come strumento preferenziale la variante semplificata di cui alla LR 23/97, ma consentendo anche il ricorso a strumenti di programmazione integrata e negoziata (Punto 3), e quindi introducendo la possibilità di limitare l'adeguamento commerciale soltanto a singole porzioni del territorio.

Per quanto riguarda gli aspetti procedurali dell'adeguamento, le Disposizioni attuative del PTSS prescrivono che:

I Comuni procedono all'adeguamento degli strumenti di pianificazione del territorio sulla base degli indirizzi di programmazione urbanistica del settore commerciale di cui alla sopra richiamata DCR VIII/352 del 13 marzo 2007 entro i termini e con le modalità stabilite dalla legge regionale 11 marzo 2005 n. 12.

A.1.1.3 La legge sul Governo del Territorio

La Legge Regionale 12/05 sul "Governo del Territorio" contiene indicazioni molto limitate in materia specificatamente commerciale, ma costituisce comunque la disposizione quadro a cui fare riferimento per le procedure urbanistiche in generale.

L'elemento fondamentale della nuova legge è la sostituzione obbligatoria dei PRG con il PGT, Piano di Governo del Territorio. Nell'attesa dell'approvazione di tali nuovi strumenti, la legge consente comunque ai Comuni di effettuare variazioni ai PRG, sia pure con notevoli limitazioni.

Un altro punto significativo della nuova legge è la regolamentazione delle destinazioni d'uso e delle relative modifiche contenuta nell'Art.51. Particolarmente significativo è l'aspetto definitorio contenuto nel comma 1:

"1. Costituisce destinazione d'uso di un'area o di un edificio la funzione o il complesso di funzioni ammesse dagli strumenti di pianificazione per l'area o per l'edificio. E' principale la destinazione d'uso qualificante; è complementare od accessoria o compatibile la destinazione d'uso che integra o rende possibile la destinazione d'uso principale. Le destinazioni principali, complementari, accessorie o compatibili possono coesistere senza limitazioni percentuali ed è ammesso il passaggio dall'una all'altra, nel rispetto del presente articolo, salvo quelle eventualmente escluse dal PGT." (o del PRG, fintantoché vigente, ai sensi della modifica introdotta dalla LR 12/06) Come si vede, tale normativa non fa più riferimento alle grandi categorie (residenza, produttivo, terziario, ecc) contenute nella normativa nazionale, e lascia piena libertà ai comuni di definire le singole destinazioni, sul principio della libera fungibilità delle modifiche di destinazioni senza opere che non comportino differenza di impatto in termini di standard (comma 2), con l'eccezione delle attività commerciali eccedenti il vicinato, e la possibilità, previo adeguamento degli standard, di cambi di destinazione d'uso salvo che riguardino destinazioni espressamente vietate.

In base a tale logica, nel presente piano è stata individuata una casistica molto dettagliata delle destinazioni d'uso di tipo commerciale o affine, allo scopo di regolamentarne la compatibilità nelle diverse parti del territorio.

A.1.2 Atti di Pianificazione Sovracomunale

A.1.2.1 Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP)

Il PTCP (approvato con D.C.P. 27/2007) demanda alla predisposizione di un apposito piano di settore la definizione delle politiche insediative e di sviluppo delle attività commerciali.

In particolare, il piano di settore definisce i “Criteri per lo sviluppo” e le “Linee guida”, focalizzando la propria attenzione ad aspetti legati sì alla localizzazione delle Grandi Strutture di Vendita, ma anche al loro impatto paesaggistico, alla loro efficienza energetica, all’equilibrio insediativo tra Medie/Grandi strutture di Vendita e rete degli esercizi di vicinato, al conseguimento di intese od accordi tra Comuni, nell’ottica di far condividere alle comunità interessate le decisioni volte ad insediare un’attività commerciale di forte impatto per il territorio, e di far sì che i benefici per una comunità non si traducano in solo in costi per le comunità contermini.

Il PTCP non compie scelte localizzative, ma definisce un quadro delle precondizioni atte alla localizzazione degli insediamenti commerciali, nel tentativo di fornire indirizzi utili al controllo delle ricadute territoriali connesse alla rete della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alle seguenti tematiche: vivibilità, qualità e sicurezza dei centri urbani, conservazione di negozi ed ambienti commerciali aventi rilevanza architettonica o storico-culturale ed articolazione degli orari di vendita.

Relativamente agli ambiti territoriali individuati dal PSSC il PTCP definisce le priorità d’insediamento della grande distribuzione, sintetizzati in tabella:

Ambiti territoriali	Indirizzi
<i>Ambito commerciale metropolitano</i>	<i>Contenimento del tasso di crescita</i>
<i>Ambito di addensamento commerciale metropolitano</i>	<i>Incentivo alla riqualificazione; Disincentivo al consumo di aree libere Priorità alle aree di recupero</i>
<i>Ambito montano</i>	<i>Disincentivo alla grande distribuzione</i>
<i>Ambito lacustre</i>	<i>Disincentivo alla grande distribuzione</i>
<i>Ambito urbano dei capoluoghi</i>	<i>Priorità alle aree di recupero</i>

I parametri che il PSC ha stabilito per l’individuazione a livello comunale delle aree dedicate alla media/grande distribuzione ed ai centri commerciali, devono, pertanto, assumere valore di riferimento nei confronti dei PGT anche in relazione al bacino gravitazionale di tali strutture, quale elemento fondamentale in relazione al quale operare la valutazione degli effetti derivanti dall’impatto socio-economico.

Nel dettaglio, i Comuni nel definire le politiche di sviluppo delle strutture commerciali devono seguire i seguenti indirizzi:

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

In linea generale, deve essere evitata la previsione di aree destinate alla localizzazione di GSV, nei seguenti casi:

- a) aree direttamente gravanti sulla rete di livello sovracomunale, così come identificata dal PTCP, e non adeguatamente raccordati alla viabilità pubblica;
- b) in prossimità di nodi (intersezioni, svincoli, raccordi) e aste di viabilità il cui livello di servizio evidenzia criticità nel grado di saturazione rilevato attraverso le indagini di cui all'art. 38;
- c) aree nelle quali la localizzazione potrebbe determinare interazioni negative con insediamenti aventi diverse destinazioni d'uso, ciò con particolare riferimento ad insediamenti pubblici, sensibili e di rilievo sovracomunale (es.: aree che per la presenza di altre Medie o Grandi Strutture di Vendita presentino livelli di compromissione della struttura urbana e territoriale);
- d) all'interno di Parchi Naturali, Parchi Locali di Interesse Sovracomunale, Riserve Naturali Regionali, Monumenti Naturali, Siti di Interesse Comunitario, Zone di Protezione Speciale, siti di interesse archeologico o paleografico, nonché nelle zone di protezione delle acque superficiali e sotterranee destinate al consumo umano, di cui all'art. 21, comma 8, del D.Lgs. 152/1999 "Disposizioni sulla tutela delle acque dall'inquinamento...";
- e) in aree poste a meno di 500 m da discariche di rifiuti urbani.

Il PSC definisce, inoltre, i criteri di sviluppo ai quali i Comuni devono attenersi nella definizione dei propri strumenti urbanistici. In particolare:

1. favorire l'integrazione e il collegamento con altre funzioni di servizio e collettive: aree con presenza di altre funzioni compatibili appartenenti al Sistema di attività miste.
2. indirizzare l'insediamento sulle direttrici di trasporto pubblico e privato salvaguardando l'impatto ambientale e territoriale: assi della mobilità sovracomunale e nodi infrastrutturali del sistema territoriale.
3. valorizzare le potenzialità commerciali nei confronti della riqualificazione urbana: aree dismesse e degradate poste sul telaio portante il sistema territoriale - urbano.
4. rivitalizzare aree urbane semicentrali, aree periferiche, aree di valenza turistica anche valorizzando il tessuto economico diffuso: localizzare le "locomotive" per la rete urbana di valorizzazione integrata.
5. garantire forme di autoregolamentazione del mercato dei suoli con destinazione per MSV - GSV: pluralità di offerta di aree per GSV nel territorio comunale attuate con il ricorso agli strumenti negoziati, Programmi Integrati d'Intervento L.R. n. 9/99.

VERGIATE

6. promuovere la connessione con filiere locali a forte valenza tipica: aree nei distretti culturali, produttivi, artigianali, agricoli e alimentari.
7. contenere l'erosione dei siti agricoli e il consumo della risorsa: territorio: aree di attrazione, comprese tra le isocrone di 10' – 20' – 30', connotate da presenza di residenti e di reddito attratto adeguati alle opportunità insediabili.
8. perseguire progettualità articolate nelle trasformazioni urbane inerenti anche il commercio:
⊗ aree inseribili in Programmi urbani complessi (PRUSST, CdQ, ecc).
9. mantenere equilibrate relazioni tra rete di commercio-territorio e le opportunità di sviluppo delle diverse tipologie e formule senza creare condizioni di vantaggio: reinvestire in infrastrutture di valorizzazione urbana parte degli onere/tributi.

A.2 L'Attuale PGT e la Normativa Commerciale

Attualmente risulta vigente in comune di VERGIATE la variante generale al PRG approvata con delibera n. 14 del 20 aprile 2004 e pubblicata sul B.U.R.L. n. 18 del 28 aprile 2004.

Tale normativa risponde, nei suoi requisiti minimi, a criteri di adeguamento alla normativa regionale sul commercio, in quanto già individua separatamente l'ammissibilità degli esercizi di vicinato, delle medie e delle grandi strutture.

Non viene affrontato, invece, l'argomento della rispondenza agli indirizzi di ambito previsti dal Programma Pluriennale del Commercio, né quello della suddivisione tipologica dei centri commerciali introdotta dalle Disposizioni Applicative del Programma Triennale stesso.

La normativa vigente presenta invece l'elemento di pregio di essersi posta il problema di evitare la dispersione incontrollata sul territorio delle attività commerciali di vicinato, individuando alcune aree od assi in cui concentrarne lo sviluppo.

B. Studi Preliminari

B.1 Territorio

Per l'analisi generale della struttura e delle caratteristiche del territorio di VERGIATE si fa rimando a quanto contenuto nella relazione generale del PGT.

B.1.1 Collocazione e Appartenenza

Il Comune di VERGIATE fa parte delle seguenti aggregazioni geografiche ed amministrative:

Tabella 1 Inquadramento Territoriale	
REGIONE	LOMBARDIA
PROVINCIA	VARESE
AMBITO TERRITORIALE PTSSC	AMBITO COMMERCIALE METROPOLITANO
COMUNITA' MONTANA	NESSUNA

B.1.2 Caratteristiche degli Insedimenti

Per le caratteristiche generali della struttura insediativa nel territorio comunale si fa rimando alla relazione generale del PGT.

Il comune di VERGIATE, pur avendo una consistenza demografica limitata, presenta una serie di consistenti differenze tra i singoli insediamenti che lo compongono.

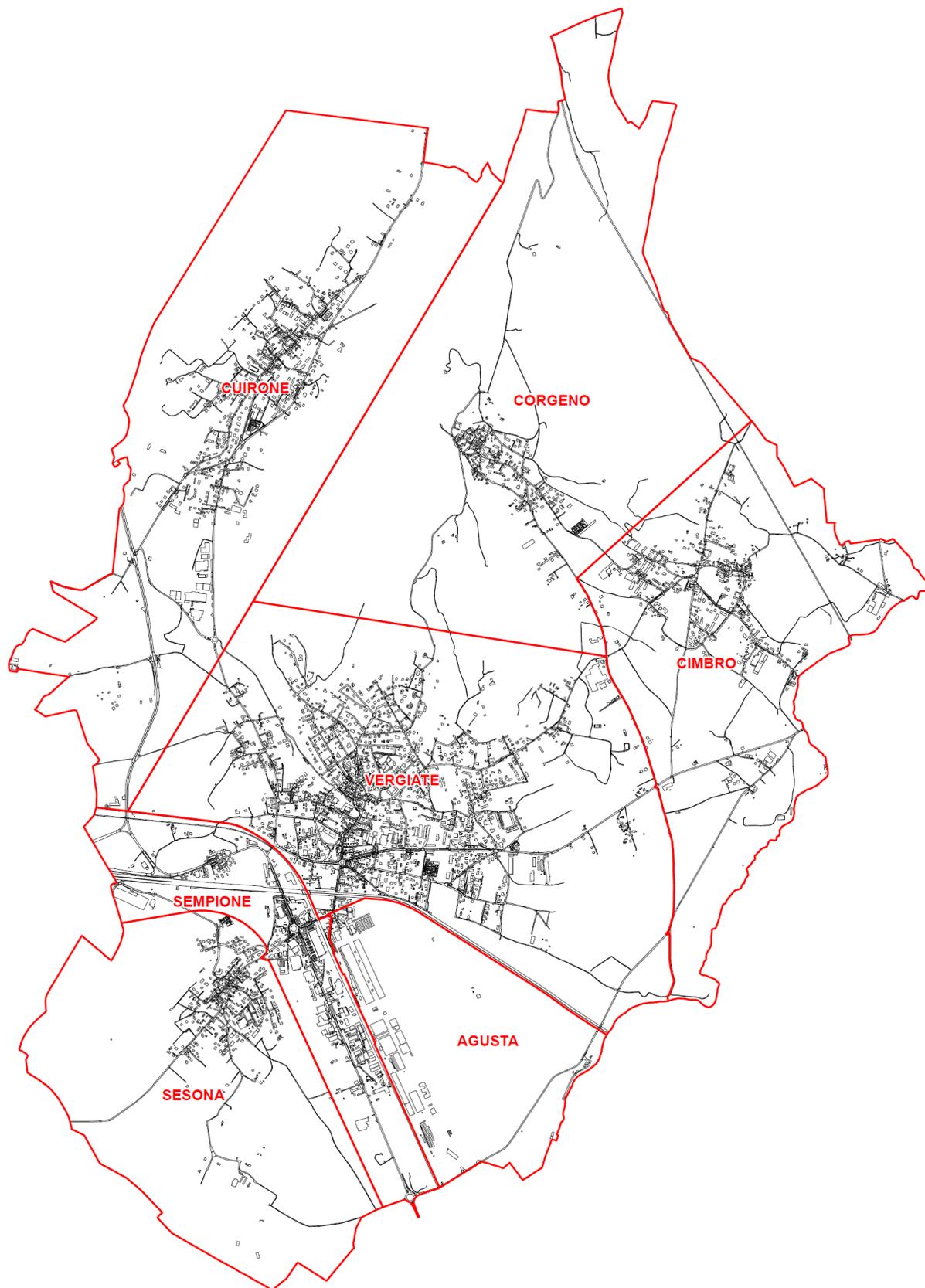
In particolare possiamo individuare le seguenti aree differenziate, corrispondenti in gran parte alle frazioni in cui è storicamente ripartito il territorio:

Questo implica l'esigenza di una attenta programmazione del servizio commerciale sul territorio, differenziata non solo in base alle classiche tipologie urbanistiche riscontrabili, ma anche in funzione delle specifiche caratteristiche residenziali e socio economiche di ogni zona.

Riportiamo qui di seguito uno schema della ripartizione e i relativi dati demografici.

frazione	abitanti
Vergiate capoluogo	4808
Cuirone	570
Sesona	921
Cimbro	1165
Corgeno	1340
Asse Sempione	181
Stabilimento Augusta	0
TOTALE	8985

Figura 1 Frazioni e aree di studio



B.2 Analisi Demografica

L'analisi demografica è stata condotta solo a grandi linee, più che altro per potere identificare eventuali parametri anomali che possano fare individuare caratteristiche o disomogeneità territoriali tali da richiedere particolari correttivi o esigenze a livello di rete distributiva, in quanto un'analisi più dettagliata è già contenuta negli studi generali condotti per il PGT.

B.2.1 Caratteristiche generali

I dati ufficiali ISTAT (utilizzati per svolgere gli studi di seguito esposti) al 1° gennaio 2011 registrano una popolazione di 9.014 abitanti di cui 4.592 femmine (49%) e 4.422 maschi (51%), distribuiti in 3.743 nuclei familiari (numero medio componenti: 2,04).

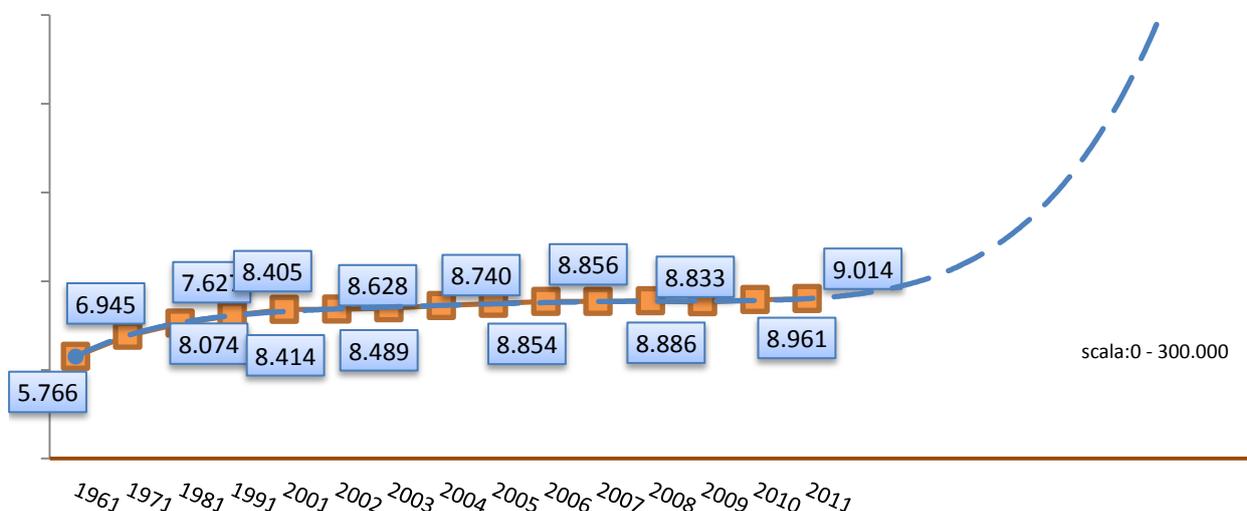
B.2.2 Andamento demografico

Il primo elemento, ovviamente, è dato dall'andamento generale della popolazione. Nell'allegata tabella D1 vengono evidenziati i totali di popolazione residente a partire dal 1961, negli anni di censimento fino al 1991, e poi di anno in anno fino al 2011.

L'andamento rilevato viene rappresentato graficamente nelle tavole sottoriportate. I grafici sono stati realizzati considerando due diverse scale dimensionali.

Nel primo grafico la scala utilizzata per la dimensione della popolazione (asse verticale) va da 0 a 25.000 abitanti. Una scala ampia (rispetto alla dimensione della popolazione) consente di rilevare una certa costanza nel trend tra il 1961 e il 2011, che comunque risulta essere positivo. La variazione in valori assoluti è stata pari a 3.248 abitanti ovvero, percentualmente il + 36% rispetto al 1961.

Grafico 1 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 1

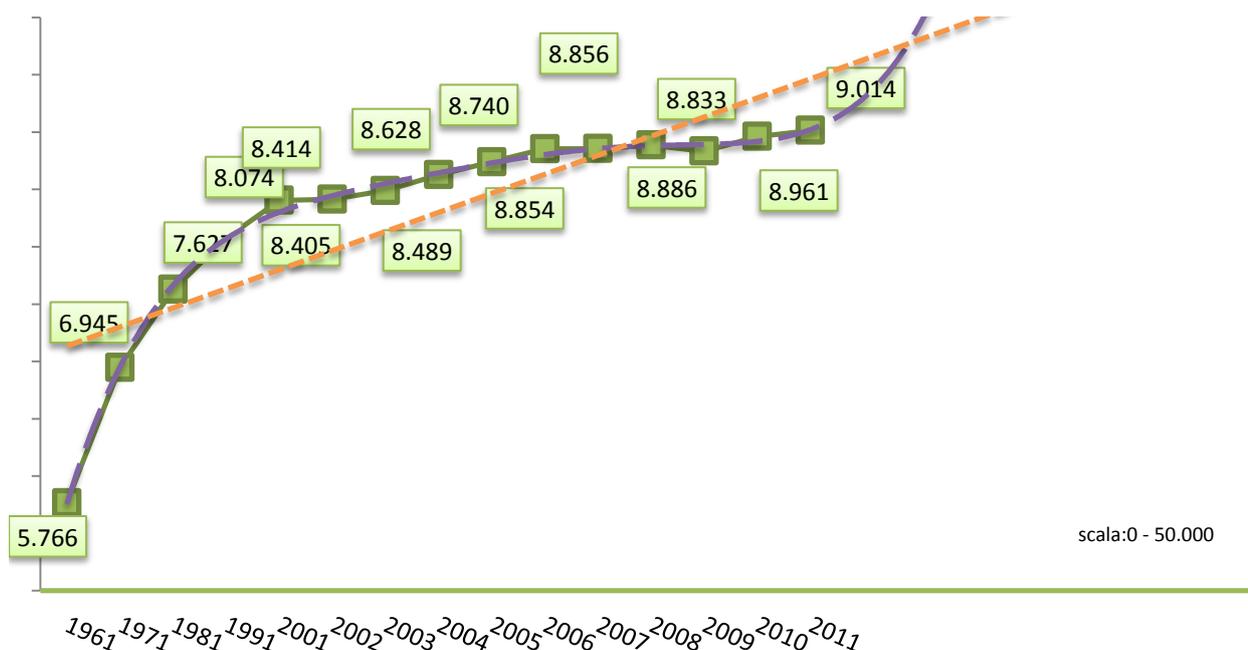


Dal censimento del 1991 al 2001 è ancora più evidente questo tipo di andamento infatti lo scostamento dal valore medio, che si attesta a 8.680, è molto basso e fa registrare un coefficiente di variazione pari al 3,11%¹.

Il secondo grafico presenta gli stessi dati riportati nel precedente; quel che cambia è la scala di riferimento per la popolazione (5.000 - 10.000) appositamente scelta per evidenziare l'andamento e le variazioni rilevate intorno al valore medio.

Negli anni di riferimento la popolazione non ha subito oscillazioni rilevanti in aumento ed in diminuzione ma è evidente come la funzione che ne rappresenta l'andamento non abbia coefficiente angolare costante, e conseguentemente non possa considerarsi di tipo rettilineo. La sua interpolazione, però, fornisce una retta con coefficiente angolare positivo, il che indica un andamento lineare della popolazione residente crescente nel tempo; nell'ultimo decennio l'incremento percentuale è stato infatti pari a 7,13 punti.

Grafico 2 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 2



Nello stesso periodo (come evidenziato nella sottoriportata tabella) la popolazione della Provincia di VARESE è cresciuta del 8,65%, quella della Lombardia del 9,79% e quella nazionale del 6,44%. Ci troviamo quindi di fronte ad una comunità in crescita ma con ritmi inferiori rispetto ai raggruppamenti territoriali di cui fa parte.

¹ il coefficiente di variazione è pari al rapporto in valore assoluto tra lo scarto quadratico medio (o deviazione standard) ed il valore medio di una popolazione di dati. Esso è un indice di dispersione relativo, pertanto rispetto ad una qualsiasi unità di misura, più il valore del CV è vicino allo zero e minore è la dispersione dei dati rilevati rispetto al loro valore medio.

Tabella 2 Variazione demografica ultimo triennio e nel decennio

AREA	Variazione % decennio	Variazione % triennio
Comune di VERGIATE	7,13%	2,05%
Provincia di VARESE	8,65%	1,36%
Regione LOMBARDIA	9,79%	1,80%
Italia	6,44%	0,97%

Esaminando invece l'andamento dell'ultimo triennio, vediamo una tendenza nettamente diversa, in cui la popolazione di VERGIATE ha preso a crescere ad un ritmo superiore rispetto a quello degli ambiti presi come riferimento.

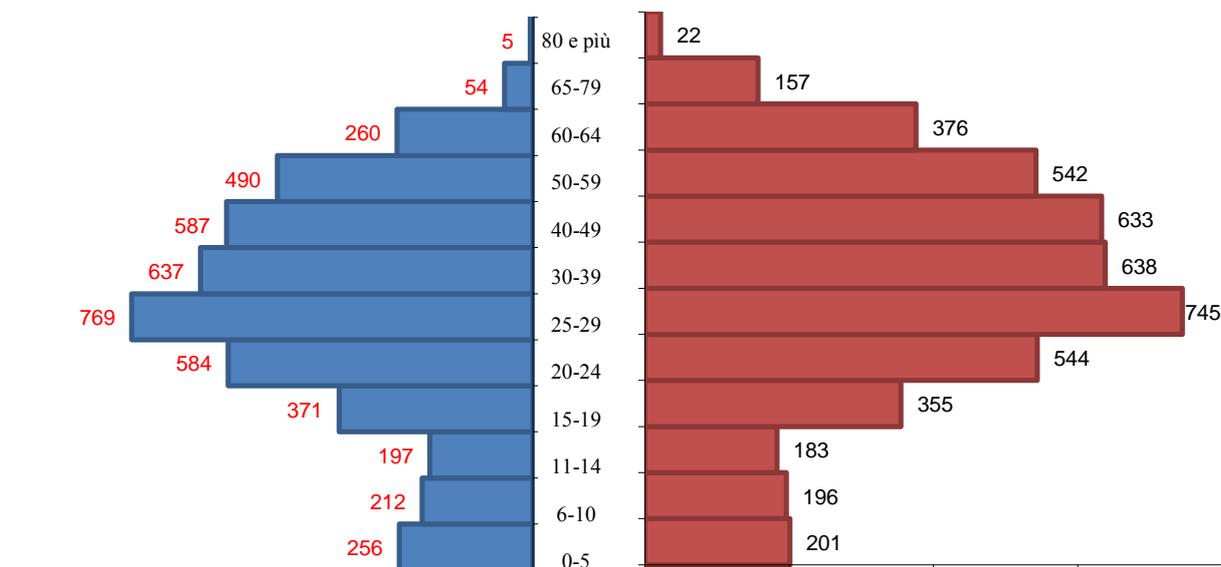
B.2.3 Distribuzione per classi di età

Il secondo elemento che viene preso in considerazione è quello della distribuzione della popolazione per classi di età, con il calcolo dei principali indici demografici in uso. L'analisi approfondita relativa a questi aspetti demografici è contenuta nelle allegate tabelle del gruppo D2.

Di seguito riportiamo il dato di struttura della popolazione in valori assoluti ed in percentuali nei grafici relativi alle cosiddette piramidi delle età.

Grafico 3 piramide dell'età intera popolazione residente

Valori assoluti



Tali rappresentazioni consentono di intuire come la popolazione, nell'anno di rilevazione, è strutturata per sesso e fasce d'età. I due diagrammi affiancati rappresentano la popolazione per sesso, convenzionalmente i maschi sono a sinistra e le femmine a destra.

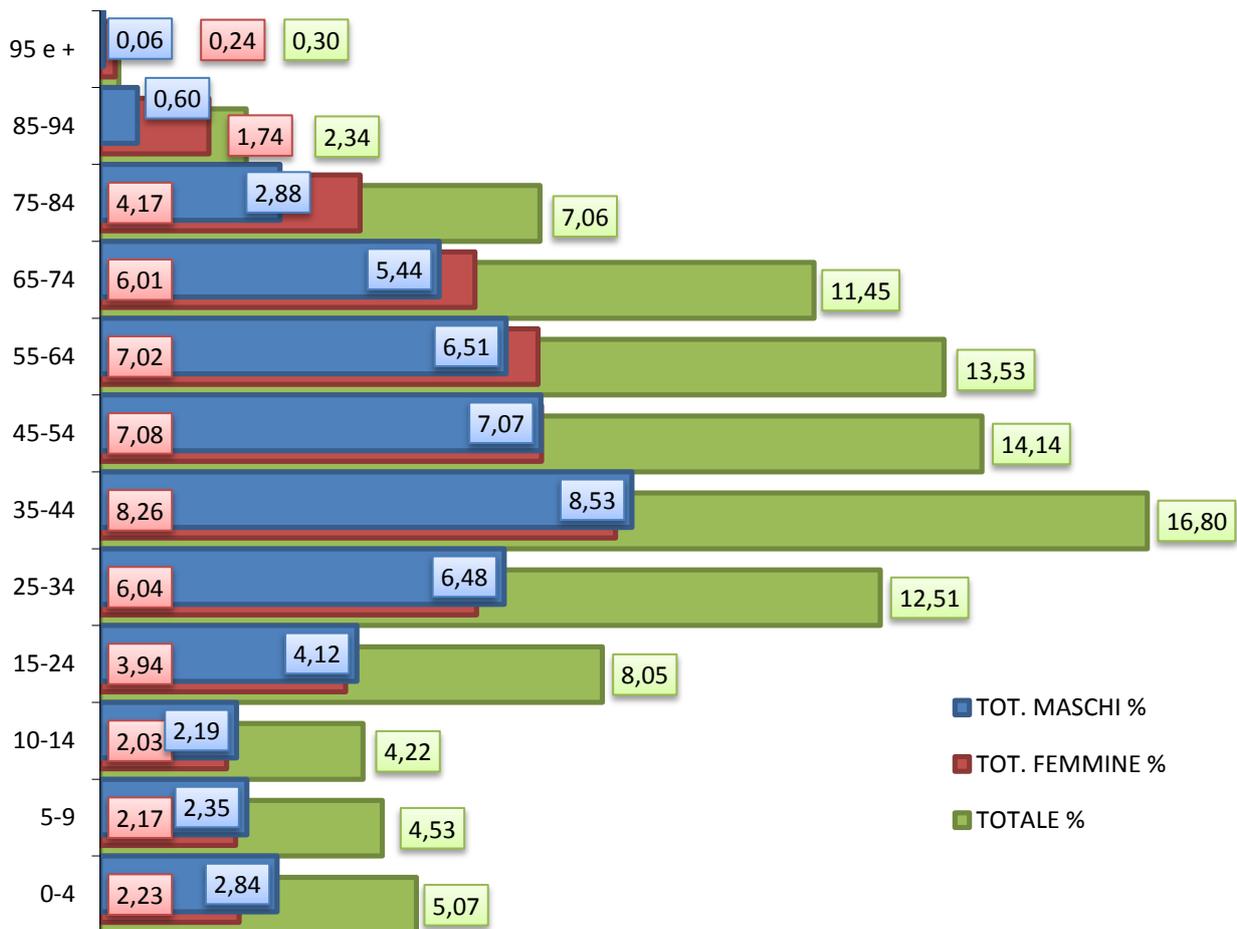
Le barre orizzontali che compongono i diagrammi hanno come dimensioni: in altezza la fascia d'età considerata, e in lunghezza il numero dei maschi e delle femmine in quel gruppo di età. La progressione dei Gruppi di età è rappresentata dal basso verso l'alto (i bambini in basso; gli anziani verso l'alto).

Normalmente l'andamento della piramide per le piccole popolazioni assume forma a "conifera" dove la popolazione è caratterizzata da un distribuzione irregolare sia per quanto riguarda l'età che il sesso, anche se solitamente è più accentuata la diversità per età e meno quella per sesso.

Nel caso di VERGIATE la forma assunta denota infatti delle irregolarità che però possono essere interpretate attraverso i fenomeni che hanno influenzato lo sviluppo della popolazione nel secolo scorso (la prima e la seconda guerra ed il baby boom degli anni 60/70). La forma comunque permette di rilevare che la natalità è più elevata della mortalità e la crescita è positiva.

Allo scopo di rendere ancora più chiara la conformazione demografica della popolazione di VERGIATE abbiamo voluto fornire anche una rappresentazione atipica della struttura della popolazione per sesso ed età:

Grafico 4 Distribuzione per classi di età



B.2.4 Indici Demografici

Sono stati calcolati i principali indici demografici, dai quali si possono dedurre, anche in via comparativa rispetto alla provincia ed alla Regione, le caratteristiche strutturali che determinano alcuni potenziali modelli di comportamento e di crescita della popolazione stessa. Gli indici utilizzati, ed i relativi significati sono i seguenti:

INDICE	VERGIATE	Provincia di VARESE	LOMBARDIA	ITALIA
di vecchiaia	153,09	147,74	141,11	144,50
di dipendenza totale	53,74	52,72	52,19	52,28
di dipendenza giovanile	21,23	21,28	21,65	21,38
di dipendenza degli anziani	32,51	31,44	30,54	30,90
di carico familiare	28,16	26,62	27,20	25,24
di struttura della popolazione in età lavorativa	124,98	122,59	122,19	116,48
di ricambio della popolazione in età lavorativa	180,00	147,40	145,61	130,35

Da un primo e superficiale sguardo alla tabella soprariportata si evince che tutti gli indici calcolati a livello comunale delineano una situazione strutturale peggiore rispetto a quanto tracciato dagli stessi indicatori calcolati sulle aree più vaste e di riferimento per il comune di VERGIATE.

B.2.4.1 Indice di vecchiaia

Rapporto percentuale tra la popolazione di 65 anni e più e la popolazione fino a 14 anni di età. Questo indice esprime il grado di invecchiamento della popolazione; valori superiori a 100 indicano una maggiore presenza di soggetti anziani rispetto ai molto giovani. Un valore basso dell'indice indica una elevata natalità ed una ridotta percentuale delle classi anziane.

A VERGIATE, il valore di 153,09 raggiunto dall'indice di vecchiaia, indica che a fronte di 100 bambini in età compresa tra 0 e 14 anni ci sono 153 anziani, (65 anni e oltre).

B.2.4.2 Indice di dipendenza totale

Rapporto percentuale tra la popolazione in età non attiva (0-14 anni e 65 anni e più) e la popolazione in età attiva (15-64 anni). Questo indice misura il divario tra la popolazione potenzialmente lavorativa rispetto a quella non lavorativa (bambini e anziani). Infatti il denominatore rappresenta la fascia di popolazione che dovrebbe provvedere al sostentamento della fascia rappresentata al numeratore. E' un indice sensibile alla struttura economica della società anche se le fasce di età prescelte sono del tutto convenzionali, infatti nei paesi economicamente avanzati sono numerose le persone che pur essendo in età lavorativa risultano dipendenti da altri (studenti, disoccupati o precocemente disoccupati).

Quanto più l'indice si avvicina a 100 tanto più è consistente la parte di popolazione non lavorativa, rispetto a quella lavorativa. In linea di massima a indici di dipendenza elevati corrispondono contesti all'interno dei quali la popolazione non attiva domina su quella attiva con conseguente ricaduta in termini di occupazione, redistribuzione del reddito e consumi.

L'indice di dipendenza, pari a 53,74, indica che a VERGIATE, a fronte di 100 persone in età lavorativa ce ne sono circa 54 che non hanno ancora l'età per entrare nel mondo del lavoro o che ne sono già uscite avendo superato i 65 anni di età.

Si può analizzare il dato fornito dall'indice di dipendenza totale andando a verificare l'indice di dipendenza giovanile, nonché l'indice di dipendenza degli anziani.

B.2.4.3 Indice di dipendenza giovanile

Rapporto percentuale tra la popolazione di 0-14 anni e la popolazione in età attiva (15-64 anni), cioè quanti giovani dipendono dalla popolazione attiva.

L'indice, pari a 21,23, indica che le persone che non hanno ancora l'età per entrare nel mondo del lavoro sono 21 ogni 100 soggetti in età lavorativa.

B.2.4.4 Indice di dipendenza degli anziani

Rapporto percentuale tra la popolazione di età 65 anni e più e la popolazione in età attiva (15-64 anni), cioè quanti ultrasessantacinquenni pesano sulla popolazione attiva. A VERGIATE, a fronte di 100 persone in età lavorativa ci sono circa 33 che ne sono già uscite avendo superato i 65 anni di età.

B.2.4.5 Indice di carico familiare

Rapporto percentuale tra la popolazione di 0-4 anni e l'ammontare della popolazione residente femminile in età feconda (tra i 16 e i 44 anni). Indica il numero di figli (moltiplicato per 100) per donna in età feconda, quindi un indice di 28,16 indica che ogni donna ha a carico 0,28 figli. In alcuni casi l'indice può non essere un buon informatore. Questo si verifica quando le comunità subiscono il condizionamento di meri effetti congiunturali (fenomeno delle gravidanze tardive: i tanti bambini sono in realtà i figli tardivi di donne delle generazioni numerose del baby-boom); dunque non può essere considerato un'indicazione del cambio di tendenza nei comportamenti riproduttivi che hanno caratterizzato le donne italiane, e in particolare lombarde, negli ultimi anni.

B.2.4.6 Indice di struttura della popolazione in età lavorativa

Rapporto percentuale tra la popolazione di 40-64 anni e la popolazione di 15-39 anni. Il denominatore di questo indice rappresenta le 25 generazioni più giovani in attività destinate a sostituire le 25 generazioni più anziane anch'esse in attività. Un indice di struttura inferiore al 100 indica una popolazione in cui la fascia in età lavorativa è giovane; in questo caso si avrebbe un vantaggio in termini di dinamismo e capacità di adattamento e sviluppo della popolazione ma potrebbe anche considerarsi in modo negativo per il pericolo rappresentato dalla ridotta disponibilità di posti di lavoro lasciati liberi dagli anziani che divengono pensionati.

Per VERGIATE questo indicatore ha raggiunto il valore di 124,98, il che significa che tra la popolazione attiva prevalgono gli anziani (40-64) rispetto agli altri (15-39 anni).

B.2.4.7 Indice di ricambio della popolazione in età lavorativa

Rapporto percentuale tra la popolazione di 60-64 anni e la popolazione di 15-19 anni ovvero tra le classi di età che stanno per uscire dal mercato del lavoro e quelle che vi sono entrate più recentemente e rappresenta una estremizzazione del precedente indice di struttura.

Considerando due classi di età, la prima ad entrare (15/19 anni) e l'ultima ad uscire (60/64 anni) dal mercato del lavoro, risulta molto variabile in quanto i giovani possono trovare occupazione non solo in funzione dei pensionamenti, ma anche per l'espansione economica.

È da sottolineare che questo è un indice piuttosto instabile, soprattutto quando stimato in piccoli comuni, poiché considera solo 5 generazioni al numeratore e 5 al denominatore.

In generale un valore dell'indice pari a 100 indica una situazione di equilibrio del mercato (tanti giovani sono entrati, quanti "anziani" sono prossimi all'uscita).

Nel territorio VERGIATE l'indice è di 180.

B.3 Analisi della Domanda

Stante le norme di liberalizzazione introdotte nella legislazione italiana a seguito del recepimento della Direttiva Europea Servizi (D.Lgs. 59/2010), e delle specificazioni introdotte dai decreti legge susseguiti nel 2011 e 2012, in particolare il DL. 1/2012 che hanno confermato l'abrogazione di:

“a) le norme che prevedono limiti numerici, autorizzazioni, licenze, nulla osta o preventivi atti di assenso dell'amministrazione comunque denominati per l'avvio di un'attività economica non giustificati da un interesse generale, costituzionalmente rilevante e compatibile con l'ordinamento comunitario nel rispetto del principio di proporzionalità;

b) le norme che pongono divieti e restrizioni alle attività economiche non adeguati o non proporzionati alle finalità pubbliche perseguite, nonché le disposizioni di pianificazione e programmazione territoriale o temporale autoritativa con prevalente finalità economica o prevalente contenuto economico, che pongono limiti, programmi e controlli non ragionevoli, ovvero non adeguati ovvero non proporzionati rispetto alle finalità pubbliche dichiarate e che in particolare impediscono, condizionano o ritardano l'avvio di nuove attività economiche o l'ingresso di nuovi operatori economici ponendo un trattamento differenziato rispetto agli operatori già presenti sul mercato, operanti in contesti e condizioni analoghi, ovvero impediscono, limitano o condizionano l'offerta di prodotti e servizi al consumatore, nel tempo nello spazio o nelle modalità, ovvero alterano le condizioni di piena concorrenza fra gli operatori economici oppure limitano o condizionano le tutele dei consumatori nei loro confronti. “

L'analisi della domanda e dell'offerta non può costituire più un meccanismo automatico per la determinazione delle quantità di servizi commerciali da inserire sul territorio, ma solo uno strumento metodologico da cui derivare delle indicazioni e degli obiettivi essenzialmente di natura qualitativa.

B.3.1 Stima dei Redditi

B.3.1.1 Metodologia e Fonti

Per quanto riguarda i redditi, la fonte più autorevole di riferimento è quella pubblicata dall'Istituto Tagliacarne, la cui edizione più recente si riferisce al 2008.

In base a tali dati abbiamo le seguenti stime di redditi pro-capite A LIVELLO PROVINCIALE, per le quali abbiamo calcolato anche gli indici fatto 100 rispettivamente il valore nazionale e quello regionale.

Tabella 4 - Redditi pro capite per Provincia della Lombardia - anno 2008.

Provincia	Reddito disp. Procapite	Percentuali (Italia=100%)	Percentuali (lombardia=100%)
BERGAMO	19.567,17	108,07%	90,53%
BRESCIA	20.082,46	110,92%	92,91%
COMO	19.070,30	105,33%	88,23%
CREMONA	20.463,42	113,02%	94,68%
LECCO	19.726,47	108,95%	91,27%

LODI	17.884,29	98,78%	82,74%
MILANO	24.309,09	134,26%	112,47%
MANTOVA	20.799,99	114,88%	96,23%
PAVIA	19.965,15	110,27%	92,37%
SONDRIO	20.907,17	115,47%	96,73%
VARESE	19.520,00	107,81%	90,31%
LOMBARDIA	21.614,06	119,38%	100,00%
ITALIA	18.105,92	100,00%	83,77%

Fonte: Nostre elaborazioni sui dati Istituto Tagliacarne

Non esistono invece stime attendibili sui livelli di reddito a livello sub provinciale, almeno con riferimenti a dati sufficientemente recenti.

È infatti da qualche decennio che non vengono più pubblicati dati relativi a stime di reddito e/o di consumi a livello comunale.

B.3.2 Stima dei Consumi

B.3.2.1 Metodologia e Fonti

Per quanto riguarda i consumi la fonte ufficiale dei dati è L'ISTAT (indagine sui consumi delle famiglie condotta annualmente sulle famiglie italiane di fatto²) tale indagine rappresenta la fonte informativa per poter descrivere, analizzare e interpretare i comportamenti di spesa delle famiglie residenti in Italia ed inoltre svolge un ruolo fondamentale nella determinazione degli aggregati (trimestrali e annuali) per la Contabilità nazionale, nelle stime per la ponderazione del paniere di beni e servizi degli indici dei prezzi al consumo e nelle stime della povertà.

I dati diffusi dall'ISTAT fanno generalmente riferimento alla spesa media mensile, ottenuta rapportando al numero delle famiglie residenti la spesa totale (somma delle spese sostenute dalle famiglie) per l'acquisto di un determinato bene, servizio o per gruppi di essi. Il livello di dettaglio merceologico varia a seconda dei raggruppamenti territoriali.

Dal punto di vista delle voci di consumo il maggior dettaglio del dato viene reso a livello di Macro-Regioni, mentre a livello di Regioni vengono diffusi dati di consumo aggregati per grandi categorie di spesa che non consentono di distinguere il totale dei consumi commercializzati di beni da quello dei servizi.

² L'unità di rilevazione dell'indagine è la famiglia di fatto, intesa come un insieme di persone coabitanti e legate da vincoli affettivi, di matrimonio, parentela, affinità, adozione e tutela. Sono considerate appartenenti alla famiglia, come membri aggregati, tutte le persone che, a qualsiasi titolo, convivono abitualmente con essa. Sono escluse dalla rilevazione le persone che vivono nelle comunità (caserme, ospedali, brefotrofi, istituti religiosi, convitti, eccetera), quelle presenti ma non residenti sul territorio nazionale e le famiglie che non sono in grado di distinguere le proprie spese da quelle relative alla conduzione di un'eventuale attività lavorativa.

Anche l'Istituto Guglielmo Tagliacarne da qualche anno ha ricominciato a pubblicare stime sui consumi che sono riprese e pubblicate dal Ministero delle attività produttive nel sito dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Questi ultimi dati, differentemente dai dati ISTAT, arrivano al livello di dettaglio provinciale, e sono quindi maggiormente disaggregati dal punto di vista territoriale ma non da quello delle voci di consumo, infatti anche questi sono diffusi per macrovoci di consumo.

La principale differenza tra stime Tagliacarne e stime ISTAT deriva dalla diversa metodologia di rilevazione ed elaborazione dei dati.

Il metodo ISTAT basa la rilevazione sulle le spese sostenute per acquistare beni e servizi destinati al diretto soddisfacimento dei propri bisogni (consumo) dalle famiglie residenti escludendo quelle presenti ma non residenti sul territorio nazionale.

Il metodo Tagliacarne fa riferimento ad una rilevazione diretta dei consumi interni (compresi quindi quelli di turisti, pendolari, ecc.). Di conseguenza nel calcolo dei dati Tagliacarne i consumi pro-capite comprendono quelli dei non residenti, spalmati sul saldo totale dei residenti.

In sostanza, il dato Tagliacarne misura i consumi effettivamente effettuati all'interno del territorio regionale, anche se sono effettuati da non residenti, e quindi tiene in qualche modo conto dei consumi della popolazione cosiddetta "fluttuante".

E' evidente che, dal momento che la rilevazione non è effettuata a livello comunale, il dato non tiene conto degli effettivi consumi della popolazione fluttuante locale, né, tantomeno, delle evasioni o convergenze di consumi dall'esterno del territorio comunale derivanti dalla ricchezza o scarsità della rete distributiva locale.

Tali correttivi, se necessari, potrebbero essere apportati a livello locale solo tramite studi svolti "ad hoc".

In funzione della citata metodologia di calcolo il dato rilasciato dall'Istituto Tagliacarne risulta leggermente superiore a quello ISTAT.

Al livello regionale, in Lombardia, esiste un'ulteriore fonte di dati: la Regione Lombardia, per le valutazioni in sede di conferenza di servizi, utilizza un valore, ricostruito dai suoi uffici, che tiene conto di una ridotta gamma di consumi.

Da tale stima sono esclusi non solo i servizi e i beni commercializzati da reti distributive specifiche (carburanti, farmaci, ecc), ma anche parte dei beni commercializzati dalla rete di vendita al dettaglio con strutture "particolari", quali quelle specializzate nella vendita di beni ingombranti o a consegna differita (es. autoveicoli, materiali edili, ecc.)

Per i nostri fini e visto che la programmazione del commercio deve tenere conto di tutto il sistema distributivo e non solo delle voci usate dalla regione per le valutazioni in rapporto alla concorrenza della grande distribuzione, occorre utilizzare i dati ISTAT da cui è possibile ricostruire la gamma completa dei beni commercializzati dalla rete commerciale ordinaria (con la sola esclusione, quindi, dei carburanti e dei servizi). Tale dato, però, non può essere direttamente ricostruito a livello regionale, e tantomeno provinciale, in quanto la disaggregazione dei dati regionali ISTAT non è sufficiente.

Abbiamo dovuto quindi procedere per approssimazioni successive:

- 1) Percentualizzazione delle singole voci di consumo (Macro Regione Nord Ovest – fonte ISTAT) rispetto al totale consumi (Tabella 5).

- 2) Raggruppamento delle percentuali analitiche nelle voci di dettaglio più significative usate dall'ISTAT a livello regionale (Tabella 7).
- 3) Calcolo degli indici dei consumi pro capite provinciali (fatta 100 la media regionale) dedotta dai dati di consumo Ministero/Tagliacarne (Tabella 8).
- 4) Stima dei consumi pro capite per i vari raggruppamenti merceologici e per provincia, ottenuta moltiplicando il totale dei consumi pro capite regionali ISTAT per gli indici di ciascuna provincia (Tabella 8) e ripartendoli per le merceologie in base alle percentuali di cui alla Tabella 7. I dati così ottenuti sono riportati nella Tabella 9
- 5) Calcolo di consumi globali per merceologia e provincia, ottenuto moltiplicando i dati pro capite di cui alla Tabella 9 per gli abitanti di ogni provincia. I dati così ottenuti sono riportati nella Tabella 10.

Tabella 5 – Consumi pro capite per voci a livello di macro regioni - 2009

Gruppi e categorie di consumo	Consumi mensili per famiglia		Pro capite annuo		% Voci di spesa sul totale	
	Italia	Nord-ovest	Italia	Nord-ovest	Italia	Nord-ovest
Pane e cereali	80,06	82,67	400,30	450,93	3,28%	2,99%
Pane, grissini e crackers	31,46	32,45	157,30	177,00	1,29%	1,17%
Biscotti	9,97	10,34	49,85	56,40	0,41%	0,37%
Pasta e riso	16,80	16,56	84,00	90,33	0,69%	0,60%
Pasticceria e dolciumi	12,61	13,12	63,05	71,56	0,52%	0,47%
Carne	104,91	106,64	524,55	581,67	4,30%	3,86%
Carne bovina	42,02	42,42	210,10	231,38	1,72%	1,53%
Carne suina	11,10	8,19	55,50	44,67	0,45%	0,30%
Pollame, conigli e selvaggina	20,90	21,80	104,50	118,91	0,86%	0,79%
Salumi	24,58	28,55	122,90	155,73	1,01%	1,03%
Pesce	40,07	35,54	200,35	193,85	1,64%	1,29%
Latte, formaggi e uova	62,94	65,16	314,70	355,42	2,58%	2,36%
Latte	18,23	16,78	91,15	91,53	0,75%	0,61%
Formaggi	28,31	31,49	141,55	171,76	1,16%	1,14%
Uova	5,39	5,01	26,95	27,33	0,22%	0,18%
Oli e grassi	16,20	16,98	81,00	92,62	0,66%	0,61%
Olio di oliva	11,98	12,30	59,90	67,09	0,49%	0,45%
Patate, frutta e ortaggi	83,27	84,02	416,35	458,29	3,41%	3,04%
Frutta	41,21	42,93	206,05	234,16	1,69%	1,55%
Zucchero, caffè e drogheria	32,55	33,80	162,75	184,36	1,33%	1,22%
Zucchero	3,30	2,93	16,50	15,98	0,14%	0,11%
Caffè, tè e cacao	12,76	13,07	63,80	71,29	0,52%	0,47%
Gelati	6,71	7,59	33,55	41,40	0,27%	0,27%
Bevande	41,06	45,72	205,30	249,38	1,68%	1,65%
Vino	11,66	14,96	58,30	81,60	0,48%	0,54%
Birra	4,73	4,56	23,65	24,87	0,19%	0,16%
Acqua minerale	12,50	13,55	62,50	73,91	0,51%	0,49%
Alimentari e bevande	461,06	470,53	2.305,30	2.566,53	18,88%	17,02%
Tabacchi	20,58	19,39	102,90	105,76	0,84%	0,70%
Abbigliamento e calzature	142,23	140,45	711,15	766,09	5,82%	5,08%
Abbigliamento	100,97	96,97	504,85	528,93	4,14%	3,51%
Calzature	33,73	34,65	168,65	189,00	1,38%	1,25%
Riparazioni di abbigliamento e calzature	3,29	4,14	16,45	22,58	0,13%	0,15%
Abitazione (principale e secondaria)	683,52	779,60	3.417,60	4.252,36	27,99%	28,21%
Affitto	67,24	78,07	336,20	425,84	2,75%	2,82%

Fitto figurativo	511,63	550,67	2.558,15	3.003,65	20,95%	19,92%
Acqua e condominio	35,46	48,59	177,30	265,04	1,45%	1,76%
Manutenzione ordinaria	19,73	26,71	98,65	145,69	0,81%	0,97%
Manutenzione straordinaria	41,05	59,89	205,25	326,67	1,68%	2,17%
Combustibili ed energia	135,29	151,56	676,45	826,69	5,54%	5,48%
Energia elettrica	48,29	42,23	241,45	230,35	1,98%	1,53%
Gas	66,46	76,88	332,30	419,35	2,72%	2,78%
Riscaldamento centralizzato	10,03	21,41	50,15	116,78	0,41%	0,77%
Mobili, elettrod. e servizi per la casa	133,15	157,31	665,75	858,05	5,45%	5,69%
Elettrodomestici	7,31	9,90	36,55	54,00	0,30%	0,36%
Mobili	31,79	43,50	158,95	237,27	1,30%	1,57%
Articoli di arredamento	4,48	5,50	22,40	30,00	0,18%	0,20%
Biancheria per la casa	6,18	7,84	30,90	42,76	0,25%	0,28%
Detersivi	19,51	18,85	97,55	102,82	0,80%	0,68%
Pentole, posate ed altre stoviglie	3,43	3,66	17,15	19,96	0,14%	0,13%
Tovaglioli/ piatti di carta, cont. alluminio ecc.	9,51	7,29	47,55	39,76	0,39%	0,26%
Lavanderia e tintoria	9,96	10,16	49,80	55,42	0,41%	0,37%
Servizi domestici	20,60	26,93	103,00	146,89	0,84%	0,97%
Riparazioni di mobili, elettrod. e biancheria	7,03	8,37	35,15	45,65	0,29%	0,30%
Sanità	88,20	96,99	441,00	529,04	3,61%	3,51%
Medicinali	40,77	44,30	203,85	241,64	1,67%	1,60%
Visite mediche generiche e specialistiche	29,03	32,80	145,15	178,91	1,19%	1,19%
Trasporti	335,96	393,33	1.679,80	2.145,44	13,76%	14,23%
Acquisto di auto	61,49	91,80	307,45	500,73	2,52%	3,32%
Acquisto di moto e scooter	2,16	..	10,80	..	0,09%	..
Assicurazioni mezzi di trasporto	60,32	63,26	301,60	345,05	2,47%	2,29%
Pezzi di ricambio, olio e lubrificanti	20,26	22,52	101,30	122,84	0,83%	0,81%
Carburanti per veicoli	121,49	125,11	607,45	682,42	4,98%	4,53%
Manutenzione e riparazioni	37,30	39,78	186,50	216,98	1,53%	1,44%
Tram, autobus e taxi	5,86	8,08	29,30	44,07	0,24%	0,29%
Altri trasporti	17,91	25,25	89,55	137,73	0,73%	0,91%
Comunicazioni	48,58	51,88	242,90	282,98	1,99%	1,88%
Telefono	37,92	39,59	189,60	215,95	1,55%	1,43%
Acquisto apparecchi per telefonia	1,90	2,42	9,50	13,20	0,08%	0,09%
Istruzione	23,91	27,06	119,55	147,60	0,98%	0,98%
Libri scolastici	4,20	3,82	21,00	20,84	0,17%	0,14%
Tasse scolastiche, rette e simili	15,81	20,52	79,05	111,93	0,65%	0,74%
Tempo libero, cultura e giochi	101,60	124,89	508,00	681,22	4,16%	4,52%
Giochi e giocattoli	8,88	9,66	44,40	52,69	0,36%	0,35%

Radio, televisore, Hi-Fi e videoregistratore	3,94	5,76	19,70	31,42	0,16%	0,21%
Computer, macchine da scrivere, calcolatori	3,64	4,79	18,20	26,13	0,15%	0,17%
Libri non scolastici	4,56	5,60	22,80	30,55	0,19%	0,20%
Giornali e riviste	10,18	11,78	50,90	64,25	0,42%	0,43%
Dischi, cassette e videocassette	2,35	2,58	11,75	14,07	0,10%	0,09%
Cancelleria	2,87	3,33	14,35	18,16	0,12%	0,12%
Abbonamento radio-televisione e internet	10,17	11,69	50,85	63,76	0,42%	0,42%
Lotto e lotterie	5,61	5,19	28,05	28,31	0,23%	0,19%
Animali domestici	8,62	10,73	43,10	58,53	0,35%	0,39%
Piante e fiori	8,14	8,57	40,70	46,75	0,33%	0,31%
Riparazioni radio, televisore, computer ecc.	3,44	4,21	17,20	22,96	0,14%	0,15%
Altri beni e servizi	267,69	350,94	1.338,45	1.914,22	10,96%	12,70%
Prodotti per la cura personale	38,42	39,02	192,10	212,84	1,57%	1,41%
Barbiere, parrucchiere, istituti di bellezza	31,19	36,11	155,95	196,96	1,28%	1,31%
Argenteria, gioielleria, bigiotteria e orologi	6,29	8,74	31,45	47,67	0,26%	0,32%
Borse, valige ed altri effetti personali	4,66	5,95	23,30	32,45	0,19%	0,22%
Assicurazioni vita e malattie	19,21	25,15	96,05	137,18	0,79%	0,91%
Onorari liberi professionisti	15,36	17,20	76,80	93,82	0,63%	0,62%
Alberghi, pensioni e viaggi organizzati	61,50	110,71	307,50	603,87	2,52%	4,01%
Pasti e consumazioni fuori casa	81,18	94,60	405,90	516,00	3,32%	3,42%
Non alimentari	1.980,71	2.293,39	9.903,55	12.509,40	81,12%	82,98%
TOTALE	2.441,77	2.763,92	12.208,85	15.075,93	100%	100%

Fonte: nostra elaborazione sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) Consumi delle Famiglie – Italia Nord-Ovest

Tabella 6 – Consumi pro capite per raggruppamenti a livello regionale 2009

Gruppi e categorie di consumo	Consumi mensili per famiglia		Consumi mensili pro capite		Consumi annuali pro capite	
	Italia	Lombardia	Italia	Lombardia	Italia	Lombardia
Pane e cereali	80,06	82,35	33,36	35,80	400,30	429,65
Carne	104,91	108,89	43,71	47,34	524,55	568,12
Pesce	40,07	34,93	16,70	15,19	200,35	182,24
Latte, formaggi e uova	62,94	64,27	26,23	27,94	314,70	335,32
Oli e grassi	16,20	16,08	6,75	6,99	81,00	83,90
Patate, frutta e ortaggi	83,27	81,85	34,70	35,59	416,35	427,04
Zucchero, caffè e drogheria	32,55	33,52	13,56	14,57	162,75	174,89
Bevande	41,06	47,21	17,11	20,53	205,30	246,31
Alimentari e bevande	461,06	469,09	192,11	203,95	2.305,30	2.447,43
Tabacchi	20,58	19,16	8,58	8,33	102,90	99,97
Abbigliamento e calzature	142,23	151,82	59,26	66,01	711,15	792,10

Abitazione (principale e secondaria)	683,52	826,54	284,80	359,37	3.417,60	4.312,38
Combustibili ed energia	135,29	153,10	56,37	66,57	676,45	798,78
Mobili, elettrodomestici e servizi per la casa	133,15	164,94	55,48	71,71	665,75	860,56
Sanità	88,20	98,52	36,75	42,83	441,00	514,02
Trasporti	335,96	437,04	139,98	190,02	1.679,80	2.280,21
Comunicazioni	48,58	53,74	20,24	23,37	242,90	280,38
Istruzione	23,91	28,49	9,96	12,39	119,55	148,64
Tempo libero, cultura e giochi	101,60	128,50	42,33	55,87	508,00	670,43
Altri beni e servizi	267,69	386,72	111,54	168,14	1.338,45	2.017,67
Non alimentari	1.980,71	2.448,59	825,30	1.064,60	9.903,55	12.775,25
TOTALE	2.441,77	2.917,68	1.017,40	1.268,56	12.208,85	15.222,68

Fonte: nostra elaborazione sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) Consumi delle Famiglie – Italia - Lombardia

Tabella 7 – Calcolo incidenze percentuali per raggruppamenti di voci 2009

Voci di spesa	NORD OVEST Spesa procapite 2009 (euro)	% sul totale spesa
1) Totale –Alimentari	2.500,28	17,34%
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	817,72	5,67%
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	540,63	3,75%
4) Altri prodotti non alimentari	3.754,43	26,04%
5) Totale – Non Alimentari	7.613,06	52,79%
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	732,31	5,08%
7) Carburanti	8.345,37	57,87%
8) Totale – BENI (6+7)	6.075,08	42,13%
9) Servizi	14.420,45	100,00%
10) Totale SPESA (8+9)	2.500,28	17,34%

Fonte: nostra elaborazione sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) Consumi delle Famiglie – Nord-Ovest

Tabella 8 – Consumi pro capite per provincia della Lombardia anno 2009 - indici

Province	Consumi finali pro capite 2009	Percentuali (Italia=100%)	Percentuali (Nord Ovest=100%)	Percentuali (Lombardia=100%)
Bergamo	12.258,90	100,41%	85,01%	80,53%
Brescia	13.950,63	114,27%	96,74%	91,64%
Como	13.510,91	110,66%	93,69%	88,75%
Cremona	14.059,25	115,16%	97,50%	92,36%
Lecco	12.945,57	106,03%	89,77%	85,04%
Lodi	13.893,09	113,80%	96,34%	91,27%
Mantova	13.049,91	106,89%	90,50%	85,73%
Milano	17.754,03	145,42%	123,12%	116,63%
Pavia	14.526,79	118,99%	100,74%	95,43%
Sondrio	15.169,49	124,25%	105,19%	99,65%
Varese	13.484,81	110,45%	93,51%	88,58%
LOMBARDIA	15.222,73	124,69%	105,56%	100,00%
NORD OVEST	14.420,45	118,11%	100,00%	94,73%
ITALIA	12.208,85	100,00%	84,66%	80,20%

FONTE: Ns elaborazioni sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011)e Ministero dello sviluppo economico anno 2008 (PUBBLICATI 2010)

Tabella 9 – Consumi pro capite per provincia in Lombardia anno 2009 – Valori Assoluti

Province	Spesa pro capite per prodotti commercializzati euro 2009						Spese per servizi	Totale
	Alimentari	Vestituario, Calzature pellicce	Mobili elettrod. spese varie per la casa	Altri prodotti	Carburanti	Totale Prodotti		
Bergamo	2.125,50	695,15	459,59	3.191,66	622,54	7.094,44	5.164,45	12.258,90
Brescia	2.418,82	791,08	523,01	3.632,11	708,45	8.073,48	5.877,15	13.950,63
Como	2.342,58	766,15	506,53	3.517,63	686,12	7.819,00	5.691,90	13.510,91
Cremona	2.437,65	797,24	527,08	3.660,39	713,97	8.136,34	5.922,91	14.059,25
Lecco	2.244,56	734,09	485,33	3.370,44	657,41	7.491,84	5.453,74	12.945,57
Lodi	2.408,84	787,82	520,86	3.617,13	705,53	8.040,18	5.852,91	13.893,09
Mantova	2.262,65	740,00	489,24	3.397,61	662,71	7.552,22	5.497,69	13.049,91
Milano	3.078,27	1.006,75	665,60	4.622,35	901,60	10.274,58	7.479,46	17.754,03
Pavia	2.518,72	823,75	544,61	3.782,12	737,71	8.406,91	6.119,88	14.526,79
Sondrio	2.630,15	860,20	568,71	3.949,45	770,35	8.778,86	6.390,63	15.169,49
Varese	2.338,05	764,67	505,55	3.510,84	684,80	7.803,90	5.680,91	13.484,81
Lombardia	2.639,38	863,22	570,70	3.963,31	773,06	8.809,67	6.413,06	15.222,73

FONTE: Ns elaborazioni sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011)e Ministero dello sviluppo economico anno 2008 (PUBBLICATI 2010)

Tabella 10 – Spesa complessiva per consumi nelle province lombarde anno 2009 (Milioni di €)

Province	Spesa totale per prodotti commercializzati Milioni di €						Spese per servizi	Totale
	Alimentari	Vestiario, Calzature pellicce	Mobili elettrod. spese varie per la casa	Altri prodotti	Carburanti	Totale Prodotti		
Bergamo	2.310,85	755,77	499,67	3.469,99	676,83	7.713,10	5.614,81	13.327,93
Brescia	3.006,41	983,25	650,06	4.514,43	880,55	10.034,71	7.304,84	17.339,56
Como	1.382,24	452,07	298,88	2.075,58	404,85	4.613,60	3.358,51	7.972,11
Cremona	882,58	288,65	190,84	1.325,28	258,50	2.945,85	2.144,45	5.090,31
Lecco	758,46	248,06	164,00	1.138,91	222,15	2.531,58	1.842,88	4.374,46
Lodi	543,98	177,91	117,62	816,84	159,33	1.815,67	1.321,73	3.137,41
Mantova	933,58	305,33	201,86	1.401,87	273,44	3.116,09	2.268,38	5.384,47
Milano	9.614,07	3.144,29	2.078,81	14.436,55	2.815,88	32.089,62	23.359,89	55.449,48
Pavia	1.370,76	448,31	296,39	2.058,34	401,48	4.575,29	3.330,62	7.905,91
Sondrio	480,55	157,17	103,91	721,60	140,75	1.603,98	1.167,63	2.771,60
Varese	2.049,78	670,39	443,22	3.077,97	600,37	6.841,72	4.980,48	11.822,20
Lombardia	25.934,92	8.482,12	5.607,78	38.944,04	7.596,20	86.565,06	63.015,63	149.580,69

FORNITE: Ns elaborazioni sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) e Ministero dello sviluppo economico anno 2008 (PUBBLICATI 2010)

Riepilogando avremo per la regione Lombardia i seguenti valori per i consumi anno 2009 (Totale abitanti al 31.12.2009 – 9.826.141– fonte ISTAT):

Tabella 11 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2009

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.639,38	25.934.926.109,59
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	863,22	8.482.077.060,97
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	570,70	5.607.814.873,08
4) Altri prodotti non alimentari	3.963,31	38.944.060.824,81
5) Totale – Non Alimentari	5.397,23	53.033.952.758,85
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	8.036,61	78.968.878.868,44
7) Carburanti	732,07	7.193.423.041,87
8) Totale – BENI (6+7)	8.809,67	86.565.027.252,78
9) Servizi	6.413,06	63.015.668.404,38
10) Totale SPESA (8+9)	15.222,73	149.580.695.657,17

I consumi totali per l'anno 2011, sono stati stimati moltiplicando il valore dei consumi pro-capite al 2009 per il numero di abitanti (fonte ISTAT) all'ultimo aggiornamento pubblicato ovvero 30.06.2011, pari a 9.957.394.

Tabella 12 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2011

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.639,38	26.281.346.575,72
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	863,22	8.595.421.648,68
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	570,70	5.682.684.755,80
4) Altri prodotti non alimentari	3.963,31	39.464.239.214,14
5) Totale – Non Alimentari	5.397,23	53.742.345.618,62
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	8.036,61	80.023.692.194,34
7) Carburanti	732,07	7.289.509.425,58
8) Totale – BENI (6+7)	8.809,67	87.721.355.199,98
9) Servizi	6.413,06	63.857.365.165,64
10) Totale SPESA (8+9)	15.222,73	151.578.720.365,62

I dati così ottenuti ci consentono di individuare l'entità dei consumi dei beni che vengono commercializzati dalla rete di vendita ordinaria (esclusi i distributori di carburanti).

Tali dati riguardano i soli consumi dei residenti, indipendentemente da dove sono effettuati, e costituiscono quindi la base di calcolo del cosiddetto Mercato Teorico, cioè la potenzialità commerciale espressa dai residenti, al netto di eventuali evasioni o convergenze.

I confronti successivi verranno effettuati in base a tale potenzialità di mercato e consentiranno di valutare se le potenzialità teoriche della rete commerciale (offerta teorica) sono sufficienti, insufficienti o eccedenti rispetto al fabbisogno locale.

Applicando gli stessi calcoli ai valori di spesa pro-capite risultanti per la provincia di VARESE avremo quindi come stima di spesa nell'anno 2011 (abitanti al 01.01.2011 - fonte ISTAT 883.285) i seguenti valori

Tabella 13 – Provincia di VARESE valori dei consumi anno 2011

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.338,05	2.065.166.956,25
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	764,67	675.417.589,11
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	505,55	446.543.549,95
4) Altri prodotti non alimentari	3.510,84	3.101.068.698,54
5) Totale – Non Alimentari	4.781,05	4.223.029.837,60
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	7.119,10	6.288.196.793,85
7) Carburanti	684,80	604.872.154,71
8) Totale – BENI (6+7)	7.803,90	6.893.068.948,56
9) Servizi	5.680,91	5.017.861.842,55
10) Totale SPESA (8+9)	13.484,81	11.910.930.791,11

Ricordiamo che la spesa delle famiglie, dalla quale abbiamo inizialmente derivato quella pro capite, comprende tutte le spese per il consumo di beni e servizi.

In particolare la specificazione della componente più direttamente “commercializzata” comprende le spese per beni (escluso l’acquisto di abitazioni) effettuate nel territorio della provincia, sia dai cittadini che vi risiedono stabilmente, sia dalle persone che vi soggiornano per turismo, affari e simili; mentre esclude, per contro, le analoghe spese che i residenti sostengono nei loro soggiorni in altre province o all’estero.

È da tener presente, inoltre, che i consumi pro capite riportati nelle tabelle in calce debbono essere interpretati con una certa cautela, potendo (come nel caso delle province ad alta intensità turistica o ad alto saldo di pendolarismo in entrata) fornire risultati approssimati.

B.3.2.2 I Consumi Locali

Non esistono strumenti analitici affidabili per estendere a livello comunale una stima differenziata dei consumi, in quanto da anni nessun istituto di ricerca pubblica più stime del reddito a livello subprovinciale (salvo alcuni studi della Regione Piemonte, ovviamente limitati al proprio ambito territoriale di competenza).

Per stimare la spesa della popolazione attuale residente in VERGIATE, abbiamo quindi preso come riferimento la spesa provinciale procapite nell'anno 2011 per tipologia di prodotto commercializzato e per servizi.

I consumi comunali totali per l'anno 2011 sono dati dal prodotto tra il numero degli abitanti residenti nel Comune al 30.06.2011 (ultimo dato ufficiale Istat disponibile) e tale reddito pro-capite.

Non trattandosi di comune turistico, si da per scontato che la popolazione residente costituisca un dato esaustivo, in quanto non vi è presenza significativa di seconde case o di cittadini presenti ma non residenti.

Avremo di conseguenza, per il Comune di VERGIATE:

Abitanti al 30.06.2011 - fonte ISTAT: 9.028

Tabella 14 - Comune di VERGIATE valori dei consumi anno 2011

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.338,05	21.107.940,56
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	764,67	6.903.400,37
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	505,55	4.564.093,32
4) Altri prodotti non alimentari	3.510,84	31.695.826,61
5) Totale – Non Alimentari	4.781,05	43.163.320,30
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	7.119,10	64.271.260,87
7) Carburanti	684,80	6.182.359,95
8) Totale – BENI (6+7)	7.803,90	70.453.620,82
9) Servizi	5.680,91	51.287.247,85
10) Totale SPESA (8+9)	13.484,81	121.740.868,67

Va comunque tenuto in considerazione che il livello medio di reddito sia nella Provincia che nel Comune di VERGIATE è sicuramente superiore alla media regionale. Anche se non si dispone di strumenti per quantificare questa differenza di reddito, non possiamo non tenerne conto nella valutazione finale di livello qualitativo.

B.4 Analisi dell'Offerta

L'analisi è stata effettuata non solo sulle attività commerciali propriamente dette (cioè quelle assoggettate al D.Lgs. 114/98 (Decreto Bersani), ma anche sulle attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, di cui alla L.287/91 ed alla L.R. 6/10 Titolo II, Capo III, ed a parte delle attività che definiamo come assimilabili al commercio (paracommerciali.), quelle che vengono ancora impropriamente definite come "artigianato di servizio"

Dal momento che solo poche di queste attività sono assoggettate ad autorizzazione amministrativa, e che parte di tali autorizzazioni non sono di competenza comunale, l'accuratezza di tali dati è sicuramente inferiore a quella conseguita per i negozi e gli esercizi pubblici.

B.4.1 Offerta Commerciale al dettaglio

N.B. I DATI REGIONALI CONTEGGIANO LE STRUTTURE COMMERCIALI UNITARIE COME UN'ENTITA' UNICA SENZA ENTRARE NEL MERITO DELLA LORO COMPOSIZIONE E DEL NUMERO DI ATTIVITA' OPERANTI, IL CHE PUO' PORTARE A CONSIDERAZIONI FUORVIANTI, SPECIALMENTE NEL SENSO DI NON RENDERE CHIARAMENTE COMPRESIBILE IL NUMERO EFFETTIVO DI OPERATORI COMMERCIALI PRESENTI SUL TERRITORIO.

B.4.1.1 Commercio Fisso

Si premette che i dati di riferimento, desunti dal censimento annuale della Regione, derivano dai dati di fonte comunale.

Tali dati, frutto di un accumulo "storico" di informazioni acquisite di anno in anno e non di un censimento diretto, scontano due particolari aspetti di criticità:

- 1) la disomogeneità nelle modalità di valutazione e conteggio dei dati succedutisi nel tempo, ed in particolare il fatto che, dopo la riforma Bersani del 1998 e l'introduzione della SCIA per i negozi di vicinato, non essendo più necessario titolo autorizzativo per l'avvio degli esercizi di vicinato, non sono state effettuate verifiche analitiche sui dati, per cui i numeri potrebbero risultare gonfiati dal fatto che non tutti gli esercizi per cui sono state presentate SCIA sono stati effettivamente attivati, e che parecchi esercizi operanti siano di fatto subingressi ad attività preesistenti, ma non sono stati dichiarati come tali per motivi di natura fiscale (potendo aprire liberamente un'attività è più conveniente fare risultare una cessazione ed una nuova apertura piuttosto che un subingresso, soggetto a costi notarili e ad imposta di registro). Inoltre parecchie chiusure potrebbero non essere state dichiarate o non esattamente scaricate dai dati.
- 2) In molti casi la dichiarazione di inizio di un'attività commerciale non dà luogo ad un vero e proprio esercizio autonomo, ma potrebbe essere un'attività complementare ad esercizi di altra natura (bar, artigiani, vendita diretta dei produttori, ecc.). Non esistendo un meccanismo di verifica, è verosimile che i dati sui negozi di vicinato risultino sovrastimati rispetto alla realtà.

Di conseguenza, pur trovandoci sicuramente in presenza di una rete commerciale di notevole consistenza, l'impressione di un sovradimensionamento dell'offerta rispetto alla domanda potrebbe risultare fuorviante.

B.4.1.1.1 Offerta a Scala Sovracomunale

I dati sull'offerta commerciale di scala sovracomunale, ossia relativi alle grandi strutture ed a quelle medie comunque di dimensione significativa, site nei comuni del circondario, sono dedotti dal Censimento Regionale delle attività commerciali, che nella sua ultima edizione riporta i dati aggiornati al 30/06/2011.

Tali dati sono stati pubblicati dalla Regione Lombardia con D.D.U.O. del 12 dicembre 2011 n°12244. I suddetti dati, per la fascia di territorio più prossima al comune di VERGIATE, sono mappati nell'allegato cartografico S2.

A titolo di riferimento e raffronto, possiamo utilizzare i dati medi regionali e provinciali, nonché quelli dei comuni contermini, che fanno anch'essi riferimento a tale censimento.

Dato che il potenziale bacino di influenza commerciale di Vergiate comprende anche una parte della Regione Piemonte, abbiamo analizzato l'offerta almeno di grande distribuzione, presente in prossimità di Vergiate, per una fascia ad Est di circa 35 minuti di percorrenza, come indicato dalla norme regionali.

A tale scopo abbiamo utilizzato i dati della Regione Piemonte, anche se meno dettagliati di quelli della Lombardia, ricostruendo anche, sia pure in via approssimativa, la georeferenziazione delle grandi strutture.

Tabella 15 Esercizi di vicinato autorizzati e loro superficie, in Lombardia al 30 giugno 2011

Prov.	n° alim	n° non alim	n° Misti	n° totale	Sup. Alim	Sup. non alim	Sup. misti	sup totale
BERGAMO	2.259	8.510	1.281	12.050	111.157	606.070	84.563	801.790
BRESCIA	2.865	12.358	1.707	16.930	153.551	897.958	111.173	1.162.682
COMO	859	4.604	582	6.045	39.764	295.667	35.157	370.588
CREMONA	740	2.785	404	3.929	34.285	168.814	25.998	229.097
LECCO	548	2.549	307	3.404	29.615	178.032	19.688	227.335
LODI	663	2.496	138	3.297	24.314	124.239	10.713	159.266
MONZA BRIANZA	1.199	5.738	402	7.339	67.321	443.490	28.606	539.417
MILANO	5.993	27.826	2.108	35.927	238.411	1.780.132	135.712	2.154.255
MANTOVA	902	4.116	469	5.487	36.500	245.257	31.321	313.078
PAVIA	1.214	4.484	765	6.463	59.494	277.571	34.700	371.765
SONDRIO	507	2.264	403	3.174	24.731	140.263	27.001	191.995
VARESE	1.636	7.321	723	9.680	71.529	506.398	42.354	620.281
Regione Lombardia	19.385	85.051	9.289	113.725	890.672	5.663.891	586.986	7.141.549

Fonte: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale e nostre elaborazioni

Tabella 16 Esercizi di vicinato autorizzati in Lombardia al 30 giugno 2011- Densità

Prov.	Residenti al 1/1/11	Ab/n° alim	Ab/n° non alim	Ab/n° misti	Ab/n° totale	m2 alim/ 1.000 Ab	m2 Nalim/ 1.000 Ab	m2 misti/ 1.000 Ab	m2 Tot /1.000 Ab
BERGAMO	1.098.740	486	129	858	91	101,17	551,60	76,96	729,74
BRESCIA	1.256.025	438	102	736	74	122,25	714,92	88,51	925,68
COMO	594.988	693	129	1022	98	66,83	496,93	59,09	622,85
CREMONA	363.606	491	131	900	93	94,29	464,28	71,50	630,07
LECCO	340.167	621	133	1108	100	87,06	523,37	57,88	668,30
LODI	227.655	343	91	1650	69	106,80	545,73	47,06	699,59
MONZA BRIANZA	849.636	709	148	2114	116	79,24	521,98	33,67	634,88
MILANO	3.156.694	527	113	1497	88	75,53	563,92	42,99	682,44
MANTOVA	415.442	461	101	886	76	87,86	590,35	75,39	753,60
PAVIA	548.307	452	122	717	85	108,50	506,23	63,29	678,02
SONDRIO	183.169	361	81	455	58	135,02	765,76	147,41	1.048,19
VARESE	883.285	540	121	1222	91	80,98	573,31	47,95	702,24
Regione Lombardia	9.917.714	512	117	1068	87	89,81	571,09	59,19	720,08

Fonte: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale e nostre elaborazioni

Tabella 17 Superfici ed esercizi autorizzati di Medie Strutture di vendita Lombardia 30 giugno 2011

Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV	C.C.			
BERGAMO	99	1001	1100	1088	12	49.508	569.222	618.730
BRESCIA	124	1195	1319	1319	0	70.356	745.855	816.211
COMO	29	496	525	522	3	16.693	273.230	289.923
CREMONA	26	289	315	314	1	14.518	198.465	212.983
LECCO	40	171	211	207	4	18.087	109.532	127.619
LODI	17	147	164	164	0	9.319	103.224	112.543
MONZA BRIANZA	11	685	696	691	5	5.176	485.419	490.595
MILANO	103	1704	1807	1793	14	68.262	1.229.968	1.298.230
MANTOVA	38	424	462	459	3	27.153	308.740	335.893
PAVIA	38	406	444	438	6	26.405	292.074	318.479
SONDRIO	27	266	293	293	0	15.217	115.122	130.339
VARESE	77	669	746	734	12	43.329	449.225	492.554
Regione Lombardia	629	7.453	8.082	8.022	60	364.023	4.880.076	5.244.099

Fonte: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale e nostre elaborazioni

Tabella 18 Medie Strutture di vendita autorizzate in Lombardia al 30 giugno 2011 - Densità

Prov.	Residenti al 01/01/2011	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv totali	Residenti / n°pdv singoli	Residenti / n° CC	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	1.098.740	11.098	1.098	999	1.010	91.562	45,06	518,07	563,13
BRESCIA	1.256.025	10.129	1.051	952	952	-	56,01	593,82	649,84
COMO	594.988	20.517	1.200	1.133	1.140	198.329	28,06	459,22	487,28
CREMONA	363.606	13.985	1.258	1.154	1.158	363.606	39,93	545,82	585,75
LECCO	340.167	8.504	1.989	1.612	1.643	85.042	53,17	321,99	375,17
LODI	227.655	13.391	1.549	1.388	1.388	-	40,93	453,42	494,36
MONZA BRIANZA	849.636	77.240	1.240	1.221	1.230	169.927	6,09	571,33	577,42
MILANO	3.156.694	30.648	1.853	1.747	1.761	225.478	21,62	389,64	411,26
MANTOVA	415.442	10.933	980	899	905	138.481	65,36	743,16	808,52
PAVIA	548.307	14.429	1.351	1.235	1.252	91.385	48,16	532,68	580,84
SONDRIO	183.169	6.784	689	625	625	-	83,08	628,50	711,58
VARESE	883.285	11.471	1.320	1.184	1.203	73.607	49,05	508,58	557,64
Regione Lombardia	9.917.714	15.767	1.331	1.227	1.236	165.295	36,70	492,06	528,76

Fonte: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale e nostre elaborazioni

Tabella 19 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2011

Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV	C.C.			
BERGAMO	7	37	44	27	17	108.885	345.266	454.150
BRESCIA	19	62	81	41	40	135.520	455.777	591.297
COMO	10	25	35	16	19	51.049	119.405	170.454
CREMONA	1	10	11	8	3	22.546	73.642	96.188
LECCO	5	10	15	8	7	29.713	52.585	82.298
LODI	1	12	13	9	4	23.960	74.086	98.046
MONZA BRIANZA	9	28	37	17	20	70.466	218.979	289.445
MILANO	25	111	136	54	82	244.331	1.017.121	1.261.452
MANTOVA	5	20	25	15	10	42.778	109.973	152.751
PAVIA	6	16	22	10	12	49.870	132.275	182.145
SONDRIO	1	7	8	5	3	12.967	32.437	45.404
VARESE	14	34	48	19	29	73.954	204.934	278.888
Regione Lombardia	103	372	475	229	246	866.039	2.836.480	3.702.518

Fonte: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale e nostre elaborazioni

Tabella 20 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2011- Densità

Prov.	Residenti al 01/01/2011	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv TOTALI	Residenti / n°pdv	Residenti / n° CC	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	1.098.740	156.963	29.696	24.971	40.694	64.632	99,10	314,24	413,34
BRESCIA	1.256.025	66.107	20.258	15.506	30.635	31.401	107,90	362,87	470,77
COMO	594.988	59.499	23.800	17.000	37.187	31.315	85,80	200,68	286,48
CREMONA	363.606	363.606	36.361	33.055	45.451	121.202	62,01	202,53	264,54
LECCO	340.167	68.033	34.017	22.678	42.521	48.595	87,35	154,59	241,93
LODI	227.655	227.655	18.971	17.512	25.295	56.914	105,25	325,43	430,68
MONZA BRIANZA	849.636	94.404	30.344	22.963	49.979	42.482	82,94	257,73	340,67
MILANO	3.156.694	126.268	28.439	23.211	58.457	38.496	77,40	322,21	399,61
MANTOVA	415.442	83.088	20.772	16.618	27.696	41.544	102,97	264,71	367,68
PAVIA	548.307	91.385	34.269	24.923	54.831	45.692	90,95	241,24	332,20
SONDRIO	183.169	183.169	26.167	22.896	36.634	61.056	70,79	177,09	247,88
VARESE	883.285	63.092	25.979	18.402	46.489	30.458	83,73	232,01	315,74
Regione Lombardia	9.917.714	96.288	26.661	20.879	43.309	40.316	87,32	286,00	373,32

Fonte: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale e nostre elaborazioni

Abbiamo individuato le grandi strutture di vendita presenti nell'ambito di una percorrenza di circa 30 minuti in auto dal centro di VERGIATE. L'elenco con le caratteristiche è riportato nella tabella 8 degli allegati statistici: in calce a tale tabella sono individuate anche le grandi strutture autorizzate ma non ancora attivate.

B.4.1.1.1.1 La Struttura del Commercio Lungo l'Asse del Sempione.

La comprensione della struttura insediativa del commercio a scala sovra comunale è un passaggio chiave per cogliere la valenza strategica di questa particolare attività economica nel suo rapporto con il territorio.

Emergono oggi, infatti, alcune rilevanti criticità connesse:

- ad un'evidente inadeguatezza livelli di governo territoriali preposti alla programmazione e al governo del fenomeno a scala vasta (non stiamo facendo valutazioni sulla qualità delle scelte di governo, ma sulla inadeguatezza derivanti dalla non coincidenza di scala dei livelli di governo e dei fenomeni da governare);
- alla sottovalutazione del fenomeno gravitazionale del commercio, che rischia d'indebolire interessanti sperimentazioni di intese pubblico-privato nel governo sovracomunale.

Abbiamo individuato le grandi strutture di vendita presenti nell'ambito di una percorrenza di circa 20/ 25 minuti in auto dal centro di VERGIATE. L'elenco con le caratteristiche è riportato nella tabella che segue che comprende anche le eventuali grandi strutture autorizzate ma non ancora attivate.

È evidente che la maggiore concentrazione di offerta sia, come grandi che come medie strutture di vendita, sia localizzata lungo la SS. 33 del Sempione, sia nel tratto lombardo che in quello piemontese.

Le considerazioni che riportiamo sono focalizzate sul tratto della statale tra Busto Arsizio e Arona.

La collocazione di tali strutture sul territorio è indicata nell'allegato cartografico S2.

Tabella 21 - Elenco grandi strutture presenti nell'ambito di una percorrenza di circa 20/ 25 minuti

COD	TITOLARE	COMUNE	INDIRIZZO	PROV INCIA	M2_ ALI M	M2_N ON_AL I	M2_TO T	REGIONE
57	CC IL GIGANTE	DAVERIO	SP VARESE-VERGIATE	VARE SE	1476	5694	717 0	LOMBARDIA
81	CENTRO COMMERCIALE TICINO	BUSTO ARSIZIO	VIA DELLE ALLODOLE	VARE SE	2320	930	325 0	LOMBARDIA
82	CITY GARMENTS	BUSTO ARSIZIO	VIA FAGNANO OLONA	VARE SE	0	8000	800 0	LOMBARDIA
83	LE TORRI/ STORE HOUSE LOMBARDO SRL	BUSTO ARSIZIO	SS 33 SEMPIONE	VARE SE	0	3300	330 0	LOMBARDIA
89	CENTRO COMMERCIALE LAGHI	GALLARATE	VIA VARESE, 22	VARE SE	1060	2759	381 9	LOMBARDIA
90	S.S.C. SRL - CARREFOUR	GALLARATE	VIALE MILANO, 163	VARE SE	4981	3321	830 2	LOMBARDIA
91	IMMOBILIARE NUOVA VENEGONI SRL	GALLARATE	VIA VENEGONI ANGOLO VIALE LOMBARDA	VARE SE	1285	5010	629 5	LOMBARDIA
104	ESSELUNGA SPA	VENEGONO INFERIORE	VIA KENNEDY/ANG. VIA CHIESA	VARE SE	2075	2805	488 0	LOMBARDIA
105	TONAZZO LUIGI	VENEGONO INFERIORE	VIA D.CHIESA	VARE SE	0	10658	106 58	LOMBARDIA
111	CONFORAMA ITALIA SPA	VERGIATE	VIA SEMPIONE, 64	VARE	0	5390	539	LOMBARDIA

Tabella 21 - Elenco grandi strutture presenti nell'ambito di una percorrenza di circa 20/ 25 minuti

				SE			0	
112	CONFORAMA ITALIA SPA	VERGIATE	VIA SEMPIONE, 63	VARE SE	0	3061	3061	LOMBARDIA
113	BALCONI GUERINO LEGNAMI SNC	VERGIATE	VIA SEMPIONE, 51	VARE SE	0	1728	1728	LOMBARDIA
167	LEROY MERLIN ITALIA SRL	SOLBIATE ARNO	VIA DEL LAVORO, 40	VARE SE	0	9840	9840	LOMBARDIA
175	IL GIGANTE SPA	SOMMA LOMBARDO	V. SORAGANA, 1	VARE SE	1960	7533	9493	LOMBARDIA
217	ESSELUNGA SPA	OLGIATE OLONA	VIA FAGNANO, 10	VARE SE	2985	1390	4375	LOMBARDIA
219	CORTI SRL	OLGIATE OLONA	VIA DELLA REPUBBLICA, 5	VARE SE	0	3425	3425	LOMBARDIA
262	FACIB DI CORTESI & C SPA	SOLBIATE OLONA	VIA PER FAGNANO, 11	VARE SE	0	1800	1800	LOMBARDIA
263	IPER MONTEBELLO SPA	SOLBIATE OLONA	VIA PER BUSTO ARSIZIO 11	VARE SE	5000	6682	11682	LOMBARDIA
345	F.LLI RIGOLIO SNC	CARDANO AL CAMPO	VIA GARIBALDI, 4	VARE SE	0	3320	3320	LOMBARDIA
456	CONSORZIO AGRARIO PROVINCIALE - CASA ARREDO GALLARATE	GALLARATE	VIA AMBROSOLI,14	VARE SE	0	3720	3720	LOMBARDIA
457	MEDIAMARKET SPA	GALLARATE	VIALE MILANO, 99	VARE SE	0	3130	3130	LOMBARDIA
458	SSC.SRL - CENTRO COMMERCIALE MAPLENSA UNO -	GALLARATE	VIAL LARIO,37	VARE SE	3090	2431	5521	LOMBARDIA
470	TIGROS SPA	SOLBIATE ARNO	VIA DEL LAVORO, 45	VARE SE	1950	2050	4000	LOMBARDIA
500	BENNET	CASTELLETT O TICINO	VIA SEMPIONE, 140	NOVARA	0	0	4999	PIEMONTE
501	ESSELUNGA	CASTELLETT O TICINO	VIA SEMPIONE LOCALITA' TRE STRADE	NOVARA	0	0	4498	PIEMONTE
502	BRICO CENTER	CASTELLETT O TICINO	VIA SEMPIONE- LOCALITA' TRE STRADE	NOVARA	0	2504	2504	PIEMONTE
503	CARREFOUR (EUROSPIN)	CASTELLETT O TICINO	VIA SEMPIONE KM 58.600	NOVARA	0	0	2099	PIEMONTE
504	CC VELA	DORMELLETT O	CORSO CAVOUR 35	NOVARA	0	0	2785	PIEMONTE
505	IL GIGANTE	VARALLO POMBIA	LOCALITA' MIRABELLA - S.S. N. 32 TICINESE	NOVARA	0	0	4500	PIEMONTE
506	MERCATONE UNO	POMBIA	VIA MOLINO ROSSO 9/C	NOVARA	0	3500	3500	PIEMONTE
507	ITALSAPO	COMIGNAGO	LOC.PULICE 12	NOVARA	0	3500	3500	PIEMONTE
508	COROLLA (RISPARMIONE)	SUNO	VIA BORGOMANERO 12	NOVARA	0	7680	7680	PIEMONTE
509	CARREFOUR	BORGOMANERO	VIALE KENNEDY 51	NOVARA	0	0	3000	PIEMONTE
510	ESSELUNGA	BORGOMANERO	VIALE KENNEDY	NOVARA	0	0	3747	PIEMONTE
511	NOVACOOP (IPERCOOP)	BORGOMANERO	VIA DELLA REPUBBLICA 1	NOVARA	0	0	4500	PIEMONTE

B.4.1.1.2 Offerta a Scala Comunale

I dati sull'offerta commerciale esistente in Comune sono stati reperiti tramite i registri delle autorizzazioni tenuti dallo Sportello Unico Attività Produttive del Comune.

Per garantire l'uniformità di criteri con i dati pubblicati dalla Regione, che considerano i centri commerciali come un'unica struttura, indipendentemente dalle attività che ne fanno parte, tutte le tabelle generali considerano ogni struttura dotata di Autorizzazione Commerciale Unitaria come un'unica unità locale. Per consentire un'analisi realistica della situazione, sono poi state inserite le tabelle di dettaglio con la composizione delle forme unitarie ed una tabella generale di riepilogo.

La localizzazione delle attività è riportata nella Tavola allegata S1.

B.4.1.1.2.1 Entità e Caratteristiche

In questa sezione esaminiamo l'entità e le caratteristiche strutturali della rete di vendita al dettaglio esistente in comune (numero, merceologie, dimensioni, ecc) individuando i più significativi indici strutturali e di densità in rapporto alla popolazione, ed operando confronti con le entità di scala maggiore più significative per le quali esistono dati comparabili.

Tabella 22 Unità Locali con attività prevalente di commercio al dettaglio al 13 dicembre 2013

COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO	N. TOT.	N. ALIMENTARE	N. NON ALIMENTARE
VICINATO	53	15	38
MEDIE STRUTTURE	19	12	17
GRANDI STRUTTURE	3	0	3
FORME UNITARIE (MS)	1	1	0
FORME UNITARIE (GS)	0	0	0
TOTALE	76	18	58

B.4.1.1.2.1.1 Confronti

Confronto tra la rete commerciale di Vergiate e quella provinciale, regionale e dei comuni contermini (dati al 30/06/2011).

Tabella 23 Esercizi di vicinato – valori assoluti

	n° alim	n° non alim	n° Misti	n° totale	Sup. Alim	Sup. non alim	Sup. misti	sup totale
Comune di Vergiate	21	58	6	85	809	3.053	459	4.321
Provincia di VARESE	1.636	7.321	723	9.680	71.529	506.398	42.354	620.281
Regione Lombardia	19.385	85.051	9.289	113.725	890.672	5.663.891	586.986	7.141.549

Tabella 24 Esercizi di vicinato - indici

	Residenti / pdv	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Misti/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
Comune di Vergiate	106,05	89,75	338,70	50,92	479,37
Provincia di VARESE	91,25	80,98	573,31	47,95	702,24
Regione Lombardia	87,21	89,81	571,09	59,19	720,08

Tabella 25 Medie strutture – valori assoluti

	n°PDV	n°C.C.	N° totale	Sup. alim	Sup.non alim	Sup. Totale
Comune di Vergiate	19	1	20	2.224	6.292	8.516
Provincia di VARESE	734	12	746	43.329	449.225	492.554
Regione Lombardia	8.022	60	8.082	1.280.318	3.963.781	5.244.099

Tabella 26 Medie strutture – indici

	Residenti / n° CC	Residenti / n°pdv	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
Comune di Vergiate	9.014,00	450,70	246,73	698,03	944,75
Provincia di VARESE	73.607,08	1.184,03	49,05	508,58	557,64
Regione Lombardia	165.295,23	1.227,14	129,09	399,67	528,76

Tabella 27 Grandi strutture – valori assoluti

	Residenti al 01/01/2011	CC	n° pdv TOT	m2 alim	m2 non alim	m2 totale
Comune di Vergiate	9.014	0	3	0	10.179	10.179
Provincia di VARESE	883.285	19	48	73.954	204.934	278.888
Regione Lombardia	9.917.714	229	475	866.039	2.836.480	3.702.519

Tabella 28 Grandi strutture - indici

	Residenti / n° CC	Residenti / n°pdv	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
Comune di Vergiate	-	3.005	0,00	1.129,24	1.129,24
Provincia di VARESE	46.489	18.402	83,73	232,01	315,74
Regione Lombardia	43.309	20.879	87,32	286,00	373,32

Tabella 29 Totale commercio al dettaglio in sede fissa- valori assoluti

	numero pdv				superfici pdv			
	vicinato	MS	GS	tot	vicinato	MS	GS	tot
Comune di Vergiate	85	20	3	108	4.321	8.516	10.179	23.016
Provincia di VARESE	9.680	746	48	10.474	620.281	492.554	278.888	1.391.723
Regione Lombardia	113.725	8.082	475	122.282	7.141.549	5.244.099	3.702.519	16.088.167

Tabella 30 Composizione percentuale dell'offerta per tipologie commerciali

	numero pdv			superfici pdv		
	vicinato	MS	GS	vicinato	MS	GS
Comune di Vergiate	78,70%	18,52%	2,78%	18,77%	37,00%	44,23%
Provincia di VARESE	92,42%	7,12%	0,46%	44,57%	35,39%	20,04%
Regione Lombardia	93,00%	6,61%	0,39%	44,39%	32,60%	23,01%

Tabella 31 Totale commercio al dettaglio in sede fissa - indici

	Residenti al 01/01/2011	residenti per pdv				m2 Tot/1.000 residenti			
		vicinato	MS	GS	TOT	vicinato	MS	GS	TOT
Comune di Vergiate	9.014	106	451	3.005	83	479,37	944,75	1.129,24	2.553,36
Provincia di VARESE	883.285	91	1.184	18.402	84	702,24	557,64	315,74	1.575,62
Regione Lombardia	9.917.714	87	1.227	20.879	81	720,08	528,76	373,32	1.622,16

Tabella 32 Peso percentuale dei valori comunali sui totali provinciali e regionali

	Residenti al 1/1/2011	VALORI % PDV				VALORI % SUP.			
		vicinato	MS	GS	Tot.	vicinato	MS	GS	Tot.
Vergiate/ PROVINCIA DI VARESE	1,02%	0,88%	2,68%	6,25%	1,03%	0,70%	1,73%	3,65%	1,65%
Vergiate/REGIONE LOMBARDIA	0,09%	0,07%	0,25%	0,63%	0,09%	0,06%	0,16%	0,27%	0,14%

Fonte delle tabelle: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale al 30/06/2011 e nostre elaborazioni

Tabella 33 Caratteristiche dimensionali degli esercizi di vicinato - superficie media

	alim	non alim	Misti	totale
Comune di Vergiate	38,52	52,64	76,50	50,84
Provincia di VARESE	43,72	69,17	58,58	64,08
Regione Lombardia	45,95	66,59	63,19	62,80

Tabella 34 Caratteristiche dimensionali delle Medie strutture - superficie media

	Totale pdv
Comune di Vergiate	425,80
Provincia di VARESE	660,26
Regione Lombardia	648,86

Tabella 35 Caratteristiche dimensionali delle Grandi strutture - superficie media

	Totale pdv
--	------------

Comune di Vergiate	3.393,00
Provincia di VARESE	5.810,17
Regione Lombardia	7.794,78

Tabella 36 Caratteristiche dimensionali degli esercizi nel complesso - superficie media

	Totale pdv
Comune di Vergiate	213,11
Provincia di VARESE	132,87
Regione Lombardia	131,57

In termini di consistenza assoluta, la rete commerciale di Vergiate risulta di composta da 108 punti di vendita per complessivi 23.016 mq.

La rete commerciale di Vergiate costituisce l'1,03% del totale provinciale in termini di numero di esercizi e l'1,65% in termini di superficie, a fronte di una incidenza dell'1,02% della popolazione.

La superficie degli esercizi di vicinato ogni 1.000 abitanti è di 479 mq, decisamente inferiore rispetto a quella provinciale, pari a 702,24 e di quella regionale (720,08).

Per le medie strutture la dotazione è di 944,75 mq ogni 1000 abitanti, quasi il doppio di quella provinciale e regionale, rispettivamente di 557,64 e 528,76.

Anche per le grandi strutture la dotazione è superiore rispetto a quella provinciale e regionale, infatti abbiamo 1.129,24 mq/1.000 abitanti, più di tre volta la dotazione della provincia di VARESE (315,74) e della Regione, pari a 373,32.

B.4.1.1.3 Distribuzione Territoriale

B.4.1.1.3.1 Distribuzione in base ai sistemi commerciali

L'analisi dell'effettiva localizzazione delle strutture commerciali e paracommerciali sul territorio evidenzia di fatto un modello distributivo basato sulla presenza di "SISTEMI COMMERCIALI", in qualche modo organizzati e coerenti (ancorché di fatto) e di esercizi esterni ai sistemi commerciali stessi.

Da tale analisi è emersa l'esistenza di diversi livelli e tipologie di sistemi commerciali (per le relative tipologie e caratterizzazioni si veda l'Appendice)

La distribuzione dei sistemi commerciali è chiaramente evidenziata negli allegati cartografici. A titolo esemplificativo riportiamo comunque alcuni estratti.

Figura 2 Sistemi Commerciali Lineari assi a fruizione pedonale

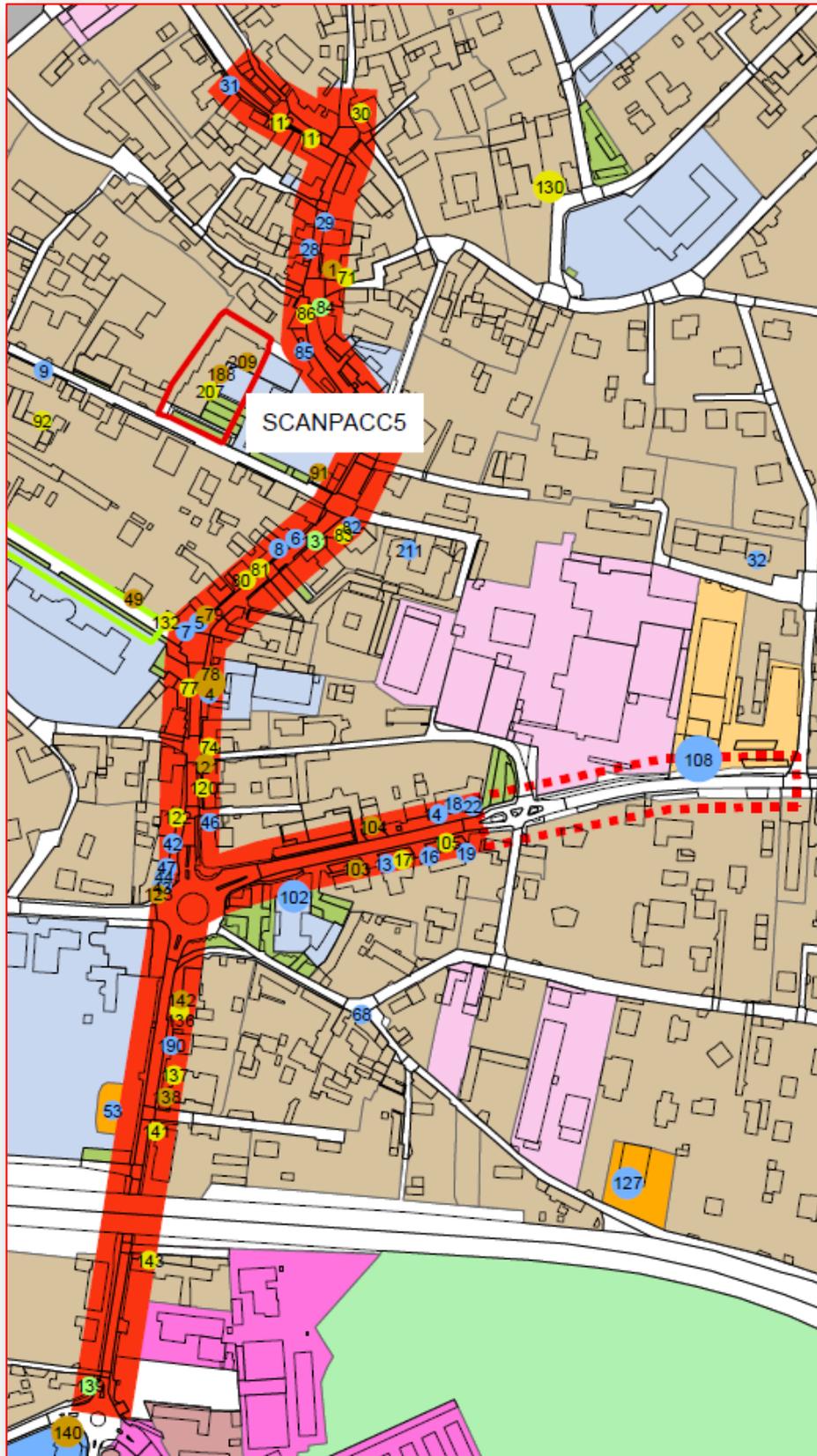


Figura 3 Sistemi Commerciali Lineari assi di attraversamento o penetrazione

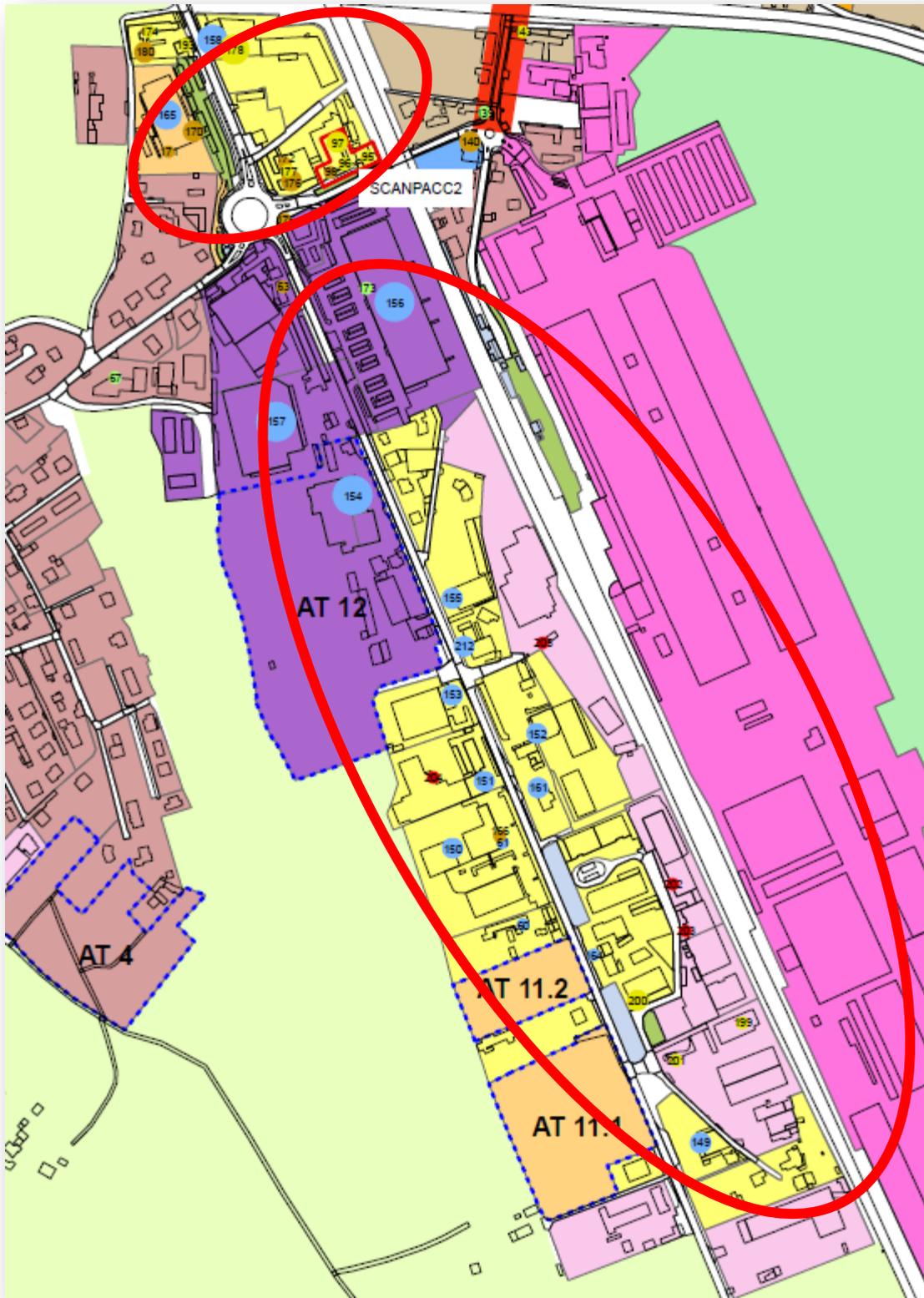


Figura 4 Sistemi Commerciali Areali Programmati -Aree per grandi strutture, Aree per medie strutture livello 2

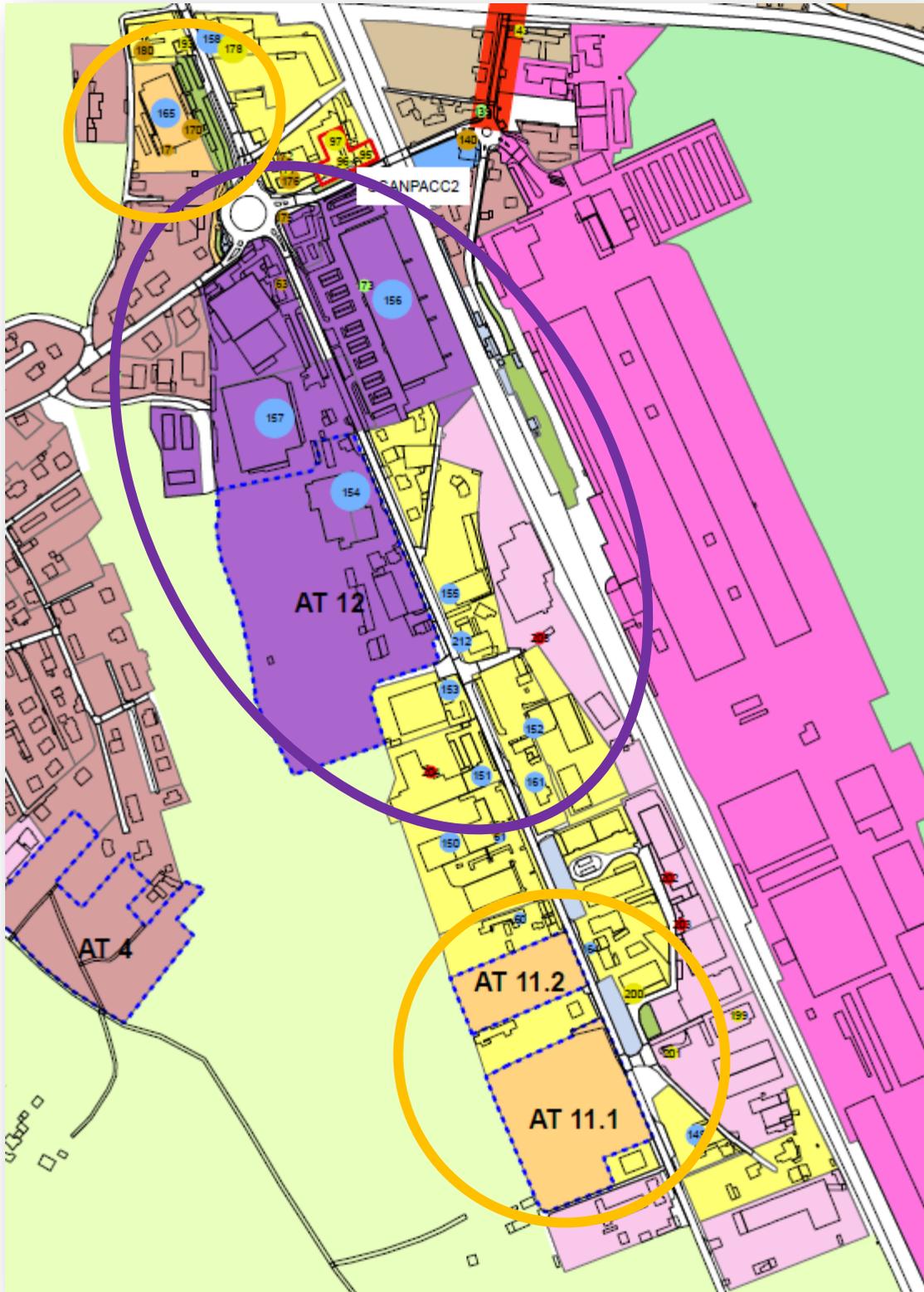
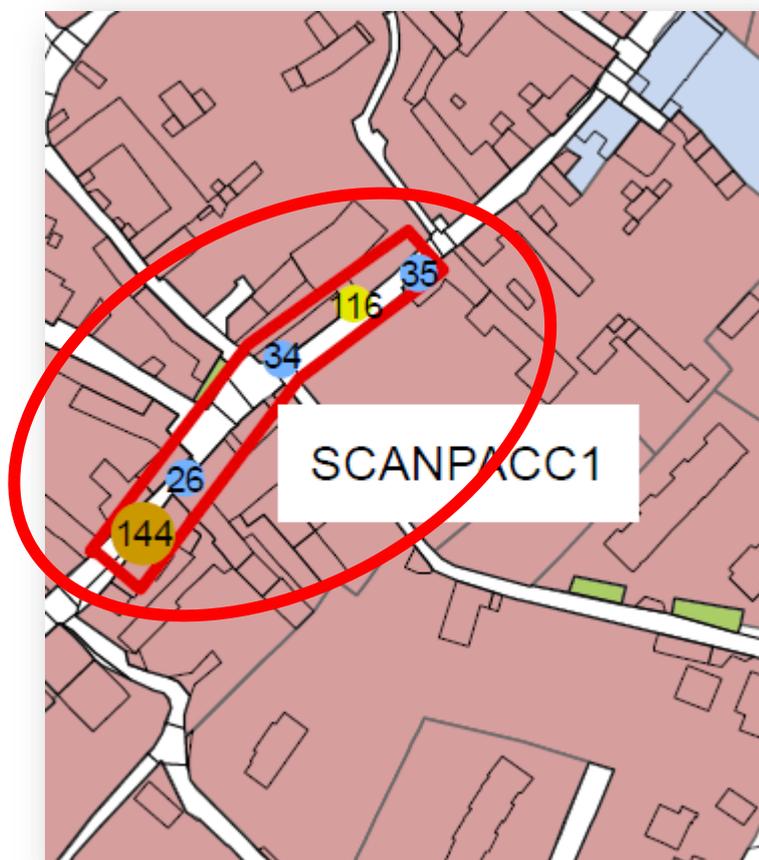
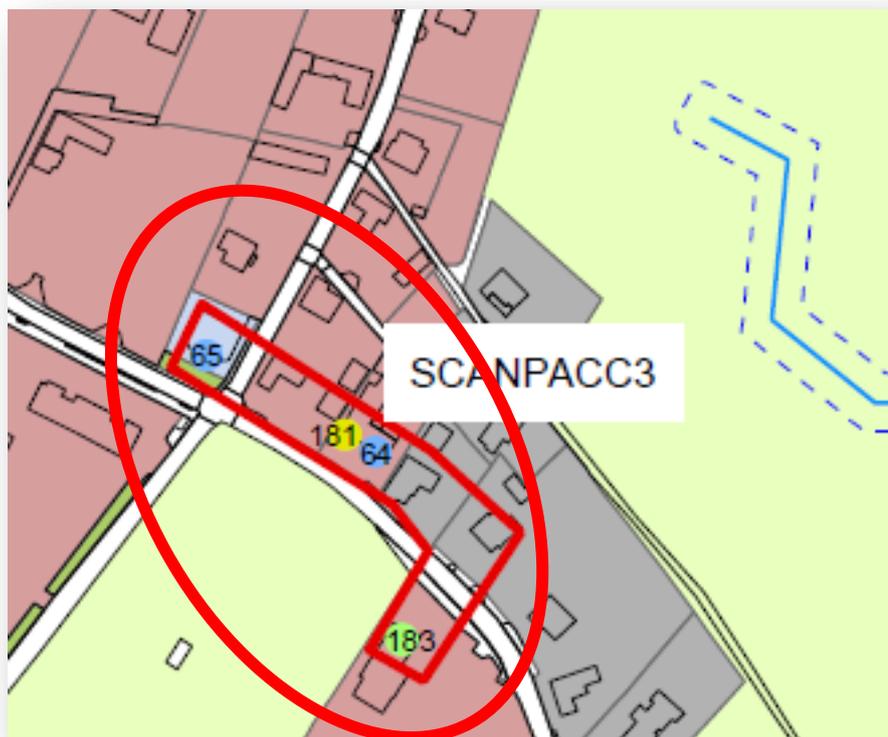


Figura 5 Sistemi Commerciali Areali Non Programmati - Addensamenti commerciali consolidati



L'analisi viene svolta in rapporto ai diversi tipi di sistemi commerciali proposti nella normativa, ed in particolare:

Tabella 37 Sistemi commerciali – consistenze commercio fisso						
Commercio fisso al dettaglio valori assoluti per tipologia di esercizio						
SISTEMI COMMERCIALI	NUMERO U.L.			SUPERFICI		
	Vicinato	Medie	Grandi (C.C.)	Vicinato	Medie	Grandi (C.C.)
AIC AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	33	17	3	1.998,80	7.428	10.179
SCL SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	27	12	0	1.602,80	4.420	0
SCLAP ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	20	1	0	993	200	0
ESISTENTI CENTRO	20	1	0	993	200	0
FUTURO SVILUPPO	0	0	0	0	0	0
SCLAA ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	7	11	0	609,80	4.220	0
SCA SISTEMI COMMERCIALI AREALI	6	5	3	396,00	3.008	10.179
SCAP SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	0	5	3	30,00	3.008	10.179
SCAPAGV AREE PER GRANDI STRUTTURE	0	0	3	0	0	10.179
SCAPAMS AREE PER MEDIE STRUTTURE	0	5	0	30	3.008	0
SCAPAMS1 AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	0	3	0	30	680	0
SCAPAMS2 AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	0	2	0	0	2.328	0
SCAPTR AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	0	0	0	0	0	0
SCAPAM AREE MERCATALI	0	0	0	0	0	0
SCAPAF AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0	0	0	0	0	0
SCANP SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	6	0	0	366	0	0
SCANPACC ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	6	0	0	366	0	0
SCANPACS ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	0	0	0	0	0	0
ATNC AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI	16	2	0	1.160	1.811	0
APCNA AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	12	1	0	760	870	0
ATNCEP INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	3	1	0	340	941	0
ATNCES AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	1	0	0	60	0	0
AENC AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	4	1	0	268	154	0
AENCE AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	0	1	0	0	154	0
AENCER AMBITI RESIDENZIALI	0	1	0	0	154	0
AENCEP AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	0	0	0	0	0	0
AENCN AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	4	0	0	268	0	0
AENCNEA AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	4	0	0	268	0	0
AENCNEAE AREA AEROPORTUALE	0	0	0	0	0	0
AENCNST AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0	0	0	0	0	0
TOTALE	53	20	3	3.426,80	9.393	10.179

È necessario sottolineare che i dati qui inseriti fanno riferimento al numero di Unità Locali esistenti ed attive in Vergiate.

Infatti per poter svolgere un'analisi "territoriale" è rilevante considerare le localizzazioni fisiche, gli effettivi spazi occupati (le UL, appunto) e non le attività comunicate, in quanto queste potrebbero sussistere all'interno della medesima unità locale.

Tabella 38 Sistemi commerciali – consistenze di tutte le attività economiche

Commercio fisso al dettaglio valori assoluti per tipologia di esercizio						
SISTEMI COMMERCIALI	NUMERO U.L.			SUPERFICI		
	C.F.*	P.E.	Paracomm.	C.F.*	P.E.	Paracomm.
AIC AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	53	30	31	19.575,8	6.470,7	3.035,6
SCL SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	39	15	24	6.022,8	1.557,6	2.550,1
SCLAP ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	21	10	19	1.193,0	788,6	952,1
ESISTENTI CENTRO	21	10	19	1.193,0	788,6	952,1
FUTURO SVILUPPO	0	0	0	0,0	0,0	0,0
SCLAA ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	18	5	5	4.829,8	769,0	1.598,0
SCA SISTEMI COMMERCIALI AREALI	14	15	7	13.553,0	4.913,1	485,5
SCAP SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	8	11	0	13.187,0	4.425,1	0,0
SCAPAGV AREE PER GRANDI STRUTTURE	3	2	0	10.179,0	213,0	0,0
SCAPAMS AREE PER MEDIE STRUTTURE	5	2	0	3.008,0	356,0	0,0
SCAPAMS1 AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	3	0	0	680,0	0,0	0,0
SCAPAMS2 AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	2	2	0	2.328,0	356,0	0,0
SCAPTR AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	0	7	0	0,0	3.856,1	0,0
SCAPAM AREE MERCATALI	0	0	0	0,0	0,0	0,0
SCAPAF AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0	0	0	0,0	0,0	0,0
SCANP SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	6	4	7	366,0	488,0	485,5
SCANPACC ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	6	4	7	366,0	488,0	485,5
SCANPACS ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	0	0	0	0,0	0,0	0,0
ATNC AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI	18	14	15	2.971,0	1.362,0	1.402,3
APCNA AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	13	14	12	1.630,0	1.362,0	832,3
ATNCEP INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	4	0	3	1.281,0	0,0	570,0
ATNCES AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	1	0	0	60,0	0,0	0,0
AENC AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	5	3	1	422,0	1.792,0	841,0
AENCE AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	1	0	0	154,0	0,0	0,0
AENCER AMBITI RESIDENZIALI	1	0	0	154,0	0,0	0,0
AENCEP AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	0	0	0	0,0	0,0	0,0
AENCNE AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	4	3	1	268,0	1.792,0	841,0
AENCNEA AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	4	3	1	268,0	1.792,0	841,0
AENCNEAE AREA AEROPORTUALE	0	0	0	0,0	0,0	0,0
AENCNST AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0	0	0	0,0	0,0	0,0
TOTALE	76	47	47	22.968,8	9.624,7	5.278,9

*C.F. = commercio fisso (alimentare e non alimentare) escluso ingrosso

L'analisi delle strutture commerciali è stata svolta iniziando dal cartografare lo stato di fatto, individuando i sistemi esistenti ed analizzando la numerosità e la consistenza dimensionale degli esercizi in essi collocati, per verificare se l'aggregazione delle attività commerciali corrispondesse o meno alle caratteristiche strutturali del commercio vergiatese o fosse invece da considerarsi una forzatura o un'interpretazione velleitaria.

I dati parlano chiaro: quelli che abbiamo indicato come sistemi commerciali, raccolgono 53 esercizi al dettaglio su 76, pari al 64%, 30 esercizi di somministrazione su 47 (64%) e 31 attività paracommerciali su 47 (66%).

In termini di superficie la situazione è alquanto diversa: sono comprese nei sistemi commerciali l'85% della superficie di vendita al dettaglio, il 67% di quelle di somministrazione, e il 58% di quella delle attività paracommerciali, segno che la distribuzione tra le tipologie è abbastanza omogenea, e che i sistemi commerciali sono in grado di proporre all'utenza una gamma completa di servizi.

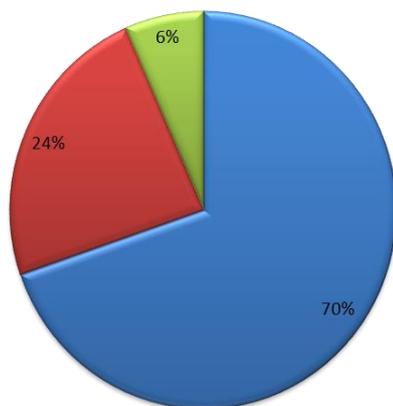
Il livello di strutturazione della rete commerciale (concentrazione del servizio all'interno dei sistemi commerciali) non è molto elevato in termini di dotazione numerica degli esercizi, mentre lo è molto di più in termini di superfici. Nei sistemi commerciali areali per grandi strutture e medie strutture si trova circa il 59% della superficie totale di vendita al dettaglio esistente.

Al contrario, gli assi lineari pedonali comprendono 39 negozi e 15 pubblici esercizi, con una quota di solo il 26% della superficie di commercio fisso e del 16% per i pubblici esercizi

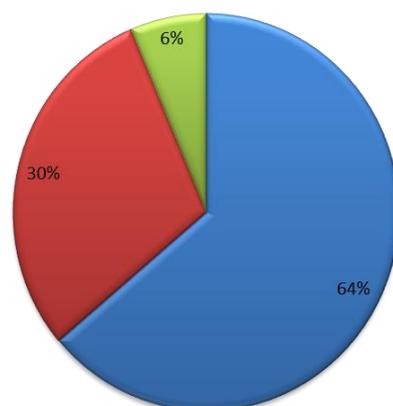
Grafico 5 Distribuzione tipologie attività per sistemi commerciali

■ AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE ■ AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI ■ AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI

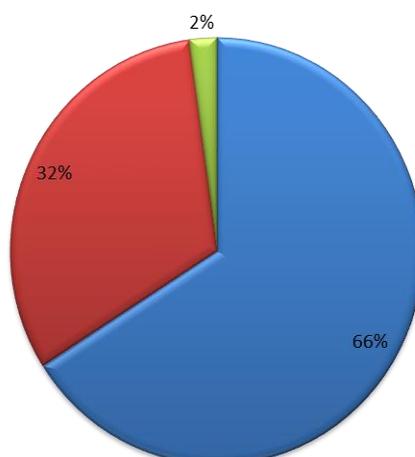
COMMERCIO FISSO (ALIMENTARE E NON ALIMENTARE)



SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE



ATTIVITA' PARACOMMERCIALI



VERGIATE

Di fatto, quindi, non esiste in assoluto una carenza di servizio, ma una collocazione organizzata prevalentemente in funzione del servizio sovracomunale, con un grosso deficit di servizio di prossimità.

Questa situazione è coerente, ad esempio, con la bassa dotazione di servizi di prima necessità, come gli alimentari.

Nell'allegato statistico sono evidenziate separatamente sia il numero di unità locali che il numero di attività distinte che in esse si svolgono. Infatti esistono alcuni casi di unità locali "multifunzionali", al cui interno si svolgono distinte attività (Es.: bar-tabacchi o simili).

Sul totale, infatti esistono 445 attività, distribuite in 411 unità locali, quindi in media 1,08 attività per ogni unità locale.

Nel grafico 4 abbiamo riportato la distribuzione percentuale del numero di esercizi per tipologia di attività:

- commercio al dettaglio
- somministrazione alimenti e bevande
- attività paracommerciali

B.4.1.1.4 Andamento temporale del servizio.

In linea generale, la messa a punto di analisi statistiche economiche delle attività commerciali e dei principali indicatori socio-economici, che sono in relazione con la domanda di servizi commerciali, risponde a varie esigenze.

Principalmente consente di individuare il quadro quantitativo di riferimento su cui si innescano le scelte di pianificazione, declinare il quadro quantitativo con riferimento ai criteri di zonizzazione utilizzati nella pianificazione del commercio ed infine presentare le principali chiavi di lettura delle analisi statistiche prodotte.

La fonte dei dati da noi utilizzati è l'atto ricognitivo della rilevazione dei punti di vendita effettuata con i Comuni - Sezione riguardante il commercio al dettaglio in sede fissa autorizzato al 30 giugno degli anni dal 2003 al 2011.

Le grandezze considerate sono il numero e le superfici dei punti vendita del commercio fisso autorizzato al 30 giugno di ogni anno nel comune di VERGIATE per le categorie del Commercio di Vicinato, Medie Strutture di vendita e Grandi Strutture di vendita.

L'andamento è stato confrontato con quello dei comuni contermini, della provincia di VARESE e dell'intera Regione.

Di seguito vediamo i valori assoluti e le variazioni subite dal 2003 al 2011 dagli esercizi di Vicinato, dalle Medie Strutture e dalle Grandi Strutture di vendita ed i saldi finali.

Nei grafici e nelle tabelle sotto riportate riassumono le variazioni di anno in anno dal 2003 al 2011 ed i saldi finali.

Partiamo dall'evoluzione rilevata a livello Regionale.

Tabella 39 Commercio in sede fissa Regione Lombardia serie storica dei valori dal 2003 al 2011

ANNO	NUMERO PDV				SUPERFICIE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	106.877	7.724	433	154	6.763.488	4.413.286	2.806.360	1.625.066
2004	111.609	8.003	436	170	6.984.155	4.639.654	2.914.323	1.806.035
2005	112.443	7.889	443	178	7.412.228	4.639.779	3.057.936	1.942.881
2006	112.864	7.880	450	193	7.074.081	4.707.684	3.193.641	2.092.617
2007	114.175	8.018	466	203	7.184.301	4.892.509	3.330.117	2.197.825
2008	113.514	8.119	467	207	7.133.955	5.038.102	3.388.797	2.264.748
2009	113.338	8.201	474	217	7.099.732	5.164.131	3.524.055	2.414.138
2010	113.393	8.085	471	223	7.108.582	5.149.555	3.571.736	2.499.153
2011	113.725	8.082	475	229	7.141.549	5.244.099	3.702.518	2.614.024

Tabella 40 Variazioni del numero punti vendita Commercio in sede fissa Regione Lombardia

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	220.667	226.368	107.963	180.969	3,26%	5,13%	3,85%	11,14%
2005	428.073	125	143.613	136.846	6,13%	0,00%	4,93%	7,58%
2006	-338.147	67.905	135.705	149.736	-4,56%	1,46%	4,44%	7,71%
2007	110.220	184.825	136.476	105.208	1,56%	3,93%	4,27%	5,03%
2008	-50.346	145.593	58.680	66.923	-0,70%	2,98%	1,76%	3,04%
2009	-34.223	126.029	135.258	149.390	-0,48%	2,50%	3,99%	6,60%
2010	8.850	-14.576	47.681	85.015	0,12%	-0,28%	1,35%	3,52%
2011	32.967	94.544	130.782	114.871	0,46%	1,84%	3,66%	4,60%

Tabella 41 Variazioni delle superfici autorizzate Commercio in sede fissa Regione Lombardia

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	4.732	279	3	16	4,43%	3,61%	0,69%	10,39%
2005	834	-114	7	8	0,75%	-1,42%	1,61%	4,71%
2006	421	-9	7	15	0,37%	-0,11%	1,58%	8,43%
2007	1.311	138	16	10	1,16%	1,75%	3,56%	5,18%
2008	-661	101	1	4	-0,58%	1,26%	0,21%	1,97%
2009	-176	82	7	10	-0,16%	1,01%	1,50%	4,83%
2010	55	-116	-3	6	0,05%	-1,41%	-0,63%	2,76%
2011	6.516	361	38	69	6,03%	4,68%	8,51%	38,27%

Vediamo ora la situazione evolutiva della provincia di VARESE e raffrontiamo le due tendenze evolutive.

Tabella 42 Commercio fisso Provincia di VARESE-serie storica dei valori dal 2003 al 2011

ANNO	NUMERO PDV				SUPERFICIE			
	VICINATO	MS	GS	di cui C.C.	VICINATO	MS	GS	di cui C.C.
2003	9.903	654	38	11	637.350	379.086	210.094	82.343
2004	9.908	688	39	11	638.985	393.560	222.074	85.186
2005	9.324	688	39	11	612.043	399.178	222.824	85.936
2006	9.338	693	40	12	620.387	414.038	229.324	92.436
2007	9.685	734	45	14	632.597	445.951	263.219	105.316
2008	9.841	742	47	16	640.007	466.294	272.968	115.065
2009	9.681	729	48	18	627.397	461.799	277.395	123.912
2010	9.633	740	48	19	612.704	479.972	278.888	133.405
2011	9.680	746	48	19	620.281	492.554	278.888	133.405

Tabella 43 Variazioni del numero punti vendita - Commercio in sede fissa Provincia di VARESE

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	5	34	1	0	0,05%	5,20%	2,63%	0,00%
2005	-584	0	0	0	-5,89%	0,00%	0,00%	0,00%
2006	14	5	1	1	0,15%	0,73%	2,56%	9,09%
2007	347	41	5	2	3,72%	5,92%	12,50%	16,67%
2008	156	8	2	2	1,61%	1,09%	4,44%	14,29%
2009	-160	-13	1	2	-1,63%	-1,75%	2,13%	12,50%
2010	-48	11	0	1	-0,50%	1,51%	0,00%	5,56%
2011	47	6	0	0	0,49%	0,81%	0,00%	0,00%

Tabella 44 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Provincia di VARESE

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-		-	-	-	-
2004	1.635	14.474	11.980	2.843	0,26%	3,82%	5,70%	3,45%
2005	-26.942	5.618	750	750	-4,22%	1,43%	0,34%	0,88%
2006	8.344	14.860	6.500	6.500	1,36%	3,72%	2,92%	7,56%
2007	12.210	31.913	33.895	12.880	1,97%	7,71%	14,78%	13,93%
2008	7.410	20.343	9.749	9.749	1,17%	4,56%	3,70%	9,26%
2009	-12.610	-4.495	4.427	8.847	-1,97%	-0,96%	1,62%	7,69%
2010	-14.693	18.173	1.493	9.493	-2,34%	3,94%	0,54%	7,66%
2011	7.577	12.582	0	0	1,24%	2,62%	0,00%	0,00%

Tabella 45 Commercio fisso Comune di VERGIATE-serie storica dei valori dal 2003 al 2011

ANNO	NUMERO PDV				SUPERFICIE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	90	17	3	0	4.951(*)	7.079	10.179	0
2004	95	17	3	0	5.075	7.079	10.179	0
2005	90	18	3	0	4.576	8.039	10.179	0
2006	91	18	3	0	4.710	8.039	10.179	0
2007	86	19	3	0	4.387	8.224	10.179	0
2008	84	19	3	0	4.208	8.224	10.179	0
2009	82	19	3	0	4.326	8.224	10.179	0
2010	82	19	3	0	4.459	8.224	10.179	0
2011	85	20	3	0	4.321	8.516	10.179	0

(*) N.B. il dato relativo alle superfici dei negozi di vicinato al 2003 pubblicato dall'Osservatorio Regionale è pari a 8.934 mq, dei quali 4.467 attribuiti ad 8 esercizi di tipologia mista. Essendo chiaramente un'attribuzione erranea, abbiamo corretto il dato utilizzando il rispettivo valore al 2004, che per 8 esercizi di tipologia mista forniva 484 mq di superficie di vendita.

Tabella 46 Variazioni del numero punti vendita - Commercio in sede fissa Comune di VERGIATE

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-		-	-	-	-
2004	5	0	0	0	5,56%	0,00%	0,00%	-
2005	-5	1	0	0	-5,26%	5,88%	0,00%	-
2006	1	0	0	0	1,11%	0,00%	0,00%	-
2007	-5	1	0	0	-5,49%	5,56%	0,00%	-
2008	-2	0	0	0	-2,33%	0,00%	0,00%	-
2009	-2	0	0	0	-2,38%	0,00%	0,00%	-
2010	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	-
2011	3	1	0	0	3,66%	5,26%	0,00%	-

Tabella 47 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Comune di VERGIATE

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	124	0	0	0	2,50%	0,00%	0,00%	-
2005	-499	960	0	0	-9,83%	13,56%	0,00%	-
2006	134	0	0	0	2,93%	0,00%	0,00%	-
2007	-323	185	0	0	-6,86%	2,30%	0,00%	-
2008	-179	0	0	0	-4,08%	0,00%	0,00%	-
2009	118	0	0	0	2,80%	0,00%	0,00%	-
2010	133	0	0	0	3,07%	0,00%	0,00%	-
2011	-138	292	0	0	-3,09%	3,55%	0,00%	-

Dal 2003 al 2011, in termini di numero di unità locali, le variazioni complessive sono state:

Tabella 48 Provincia di VARESE Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011

N° PUNTI VENDITA	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	-223	92	10	8
Percentuale	-2,25%	14,07%	26,32%	72,73%
SUPERFICIE	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	-17.069	113.468	68.794	51.062
Percentuale	-2,68%	29,93%	32,74%	62,01%

Tabella 49 COMUNE DI VERGIATE Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011

N° PUNTI VENDITA	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	-5	3	0	-
Percentuale	-5,56%	17,65%	0,00%	-
SUPERFICIE	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	-630	1.437	0	-
Percentuale	-12,72%	20,30%	0,00%	-

Dai suddetti dati si possono trarre le seguenti considerazioni:

Nel periodo dal 2003 (anno di inizio della nuova rilevazione regionale) al 2011, il numero di esercizi di vicinato è diminuito di 5 unità (-5,56%) mq e la relativa superficie di 630 mq (-12,72%) le medie superfici sono cresciute di 3 unità (+17,65%) nel numero e nella superficie di vendita di 1.437 mq (+20,30%)

Solo le grandi strutture non hanno subito variazioni.

Nel complesso vi è stata una diminuzione di 2 punti vendita e un incremento di 807 mq di superficie di vendita.

Nello stesso periodo, in provincia di VARESE, gli esercizi di vicinato hanno subito una diminuzione nel numero pari a circa il 2,25%; e nelle superfici del 2,68% le medie strutture sono aumentate dell'14,07% nel numero e del 29,93 % nella superficie, le grandi strutture in forma singola sono aumentate del 15,22% nel numero e del 32,74% nella superficie, infine il numero di centri commerciali è cresciuto del 72,73% e la relativa superficie è cresciuta di circa il 62,01%.

B.4.1.2 Commercio su Aree Pubbliche

Nel territorio di VERGIATE si svolge 1 mercato settimanale su aree pubbliche. Le caratteristiche sono le seguenti:

Tabella 50 Elenco e caratteristiche dei mercati su area pubblica							
UBICAZIONE MERCATO	Giorno di mercato	Totale posteggi mercato	tot. mq. posteggi	Settore merceologico			
				totale posteggi			
				alimentari		non alimentari	
				N°	mq.	N°	mq.
VIA PIAVE	Lunedì	74	2.488,50	12	384	62	2104,5

In base alla metodologia prevista dal Programma pluriennale, la Regione Lombardia ha calcolato la superficie equivalente (superficie di esercizi di vicinato in sede fissa economicamente equivalente ai mercati esistenti) valutandola in:

Mq. 36,8 di alimentari

Mq. 201,7 di non alimentari

Mq. 238,4 complessivi.

B.4.2 Attività di Commercio all'Ingrosso

La consistenza delle attività di commercio all'ingrosso presenti sul territorio comunale è stata ricavata dagli elenchi forniti agli uffici comunali dalla CCIAA territorialmente competente, di seguito riportiamo i valori aggregati suddivisi per settore (alimentare e non alimentare).

Tabella 51 Consistenza Ingrosso (censimento 2001)

COMMERCIO ALL'INGROSSO di	Unita' Locali	Sup.	Addetti
INGROSSO ALIMENTARE	2	n.p.	n.p.
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI CARNI DI TUTTE LE SPECIE ANIMALI FRESCHE	1	n.p.	n.p.
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PASTE ALIMENTARI E CEREALI	1	n.p.	n.p.
INGROSSO NON ALIMENTARE	5	n.p.	6
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ARTICOLI PER L'IGIENE E LA PULIZIA, ANTINFORTUNISTICA E ABBIGLIAMENTO DA LAVORO	1	n.p.	n.p.
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI CIRCUITI STAMPATI	1	n.p.	n.p.
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI LAMIERE	1	n.p.	n.p.
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI FILATI PLASTICI SINTETICI E AFFINI ED ARTICOLI DI PULIZIA E IMBALLO IN GENERE	1	n.p.	6
COMMERCIO ALL'INGROSSO DI LEGNAMI TEGOLE ED AFFINI	1	n.p.	n.p.
TOTALE:	7	39,24	6

B.4.3 Attività di Somministrazione di Alimenti e bevande

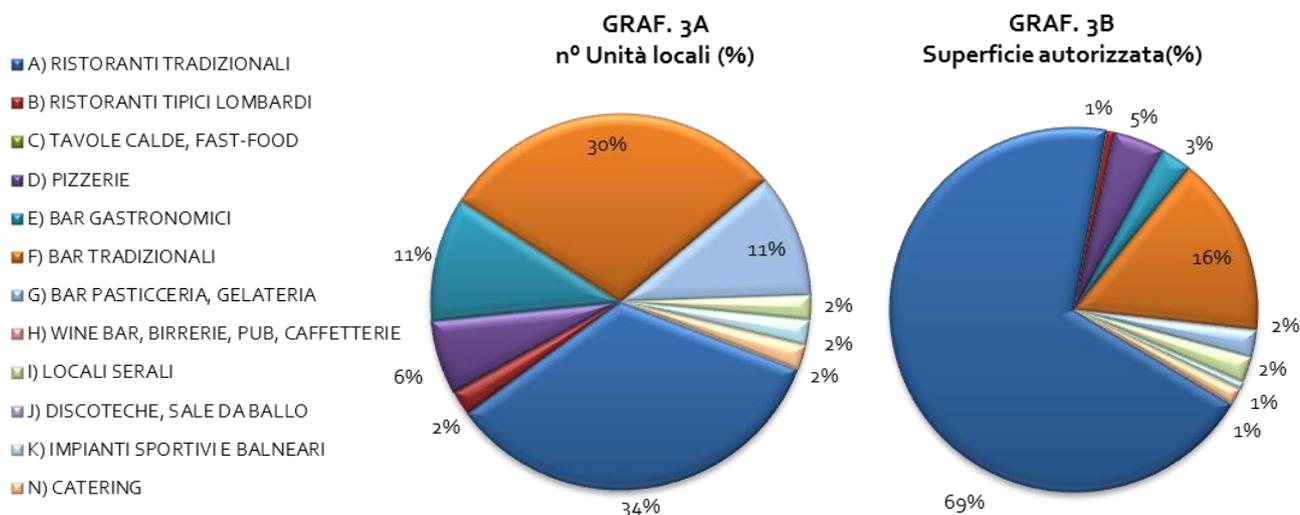
Nella tabella che segue è analizzata la distribuzione territoriale del servizio di somministrazione classificato secondo le denominazioni indicate nelle norme applicative della legge regionale in materia.

La dotazione di servizio appare piuttosto elevata: un'attività ogni 192 abitanti e ben 1.068 mq. ogni 1.000 persone. evidentemente questo indica un tipo di servizio rivolto non solo ai residenti ma prevalentemente all'utenza sovracomunale di passaggio sulla direttrice del Sempione.

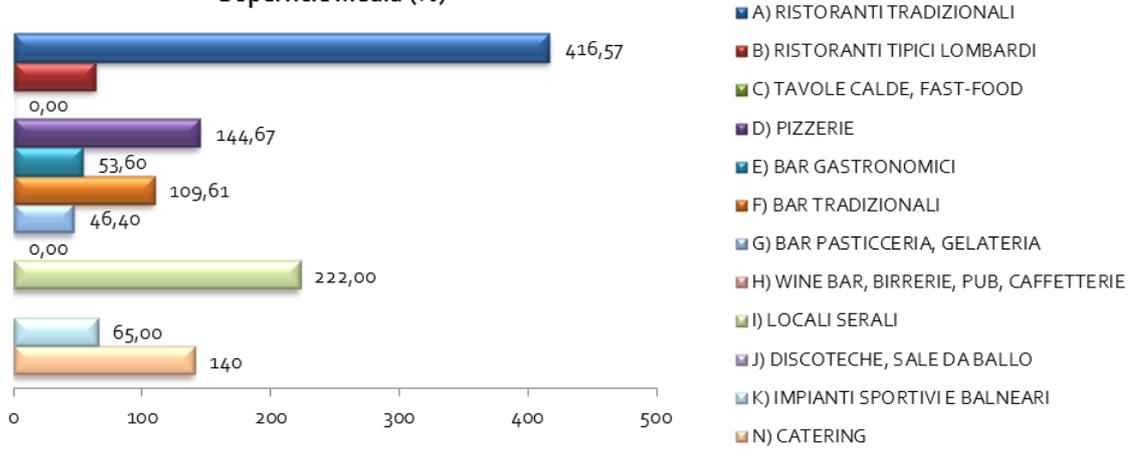
Tabella 52 Consistenza Attività di Somministrazione

SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE - ATTIVITA' AUTORIZZATE E ATTIVATE	NUMERO UNITÀ LOCAL	SUPERFICIE AUTORIZZATA (MQ)	SUPERFICIE MEDIA (MQ)	ABITANTI PER ESERCIZIO	MQ PER 1.000 ABITANTI
A) RISTORANTI TRADIZIONALI	16	6.665	416,57	563	739,42
B) RISTORANTI TIPICI LOMBARDI	1	64	64,00	9.014	7,10
C) TAVOLE CALDE, FAST-FOOD	-	-	-	-	-
D) PIZZERIE	3	434	144,67	3.005	48,15
E) BAR GASTRONOMICI	5	268	53,60	1.803	29,73
F) BAR TRADIZIONALI	14	1535	109,61	644	170,25
G) BAR PASTICCERIA, GELATERIA	5	232	46,40	1.803	25,74
H) WINE BAR, BIRRERIE, PUB, CAFFETTERIE	-	-	-	-	-
I) LOCALI SERALI	1	222	222,00	9.014	24,63
J) DISCOTEQUE, SALE DA BALLO	-	-	-	-	-
K) IMPIANTI SPORTIVI E BALNEARI	1	65	65,00	9.014	7,21
N) CATERING	1	140	140	9.014	15,53
TOTALE	47	9.625	204,78	192	1.067,75

Grafico 6 - consistenze delle attività di somministrazione di alimenti e bevande



GRAF. 3C
Superficie Media (%)



B.4.4 Attività Paracommerciali (Assimilate)

Non esiste una definizione giuridica di attività paracommerciale.

Ai fini del presente studio, indipendentemente dalle definizioni giuridiche, ci interessa individuare tutti i tipi di attività il cui impatto sul territorio è sostanzialmente analogo a quello del commercio propriamente detto.

Parleremo quindi di attività “assimilate” a quelle commerciali, in quanto possono essere assoggettate a normative sostanzialmente analoghe a quelle del commercio.

Rientrano in questa categoria le attività tradizionalmente indicate come “artigianato di servizio”, nonché le attività soggette alle licenze di PS (escluse quelle turistiche-ricettive), le sale giochi, le agenzie viaggi, le scuole guida e agenzie di pratiche auto, i locali di intrattenimento e svago, ecc..

la definizione precisa è contenuta nella normativa. A titolo esemplificativo e non esaustivo possiamo indicare:

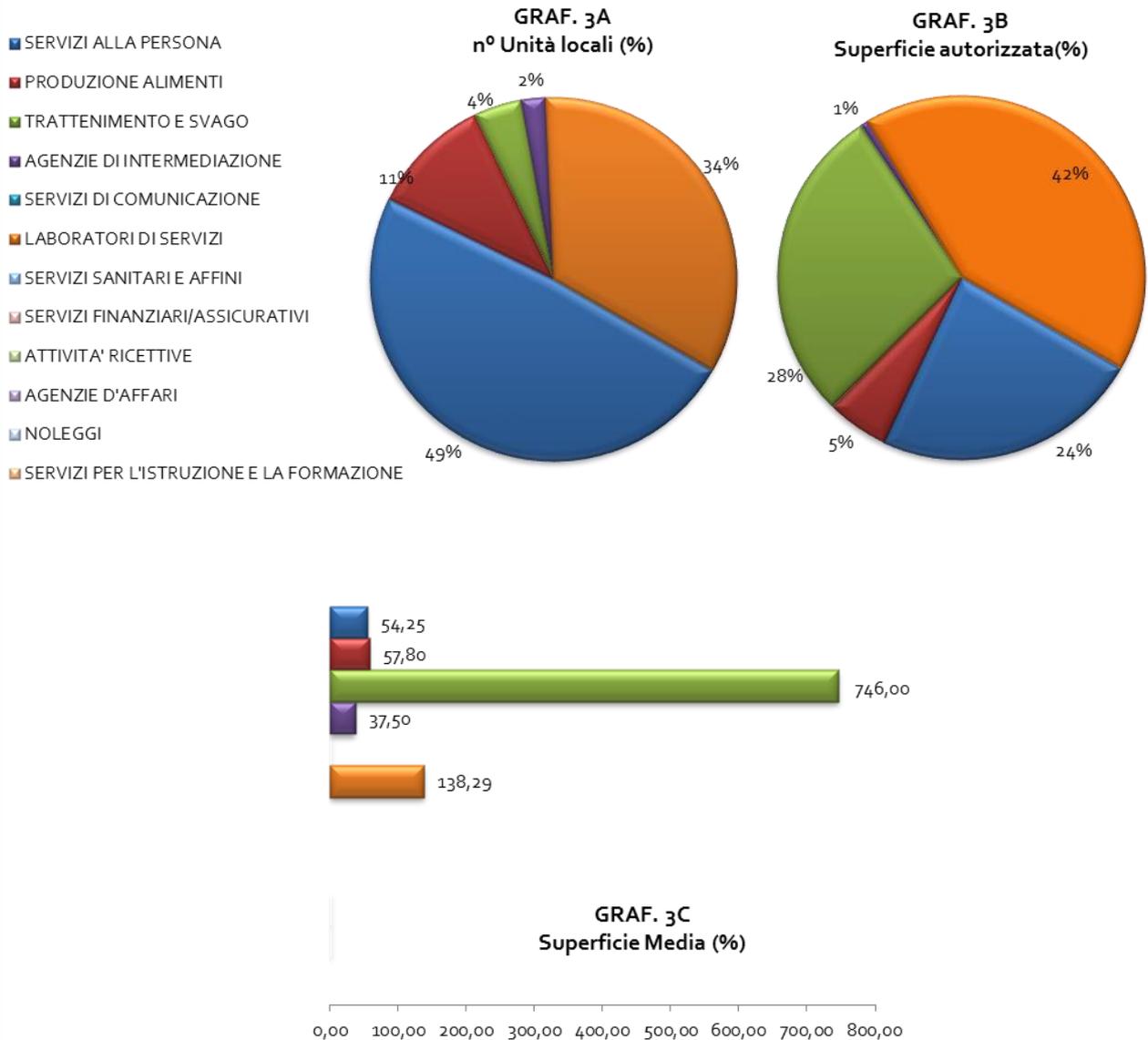
- Laboratori artigianali di produzione alimentare con vendita per il consumo sul posto.
- Acconciatori ed estetisti, tatuatori, piercing e simili.
- Sale giochi, sale bingo, sale scommesse e simili.
- Attività di agenzie con significativa presenza di pubblico: agenzie di viaggi, autoscuole e agenzie di pratiche auto, ecc.
- Laboratori di erogazione di servizi vari: tintorie, lavanderie, copisterie, corniciai, sarti, calzolai, riparatori di elettrodomestici, cicli e motocicli, laboratori di analisi mediche, ecc.
- Laboratori di trattenimento e spettacolo (cinema, teatri, sale da ballo, ecc.)
- Phone centers, internet points.

Dal momento che non tutte queste attività sono soggette ad autorizzazioni commerciali, i dati presenti in proposito sono purtroppo parziali, riportiamo di seguito quelli disponibili:

Tabella 53 Consistenza Attività Paracommerciali

SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE - ATTIVITA' AUTORIZZATE E ATTIVATE	NUMERO UNITÀ LOCAL	SUPERFICIE AUTORIZZATA (MQ)	SUPERFICIE MEDIA (MQ)	ABITANTI PER ESERCIZIO	MQ PER 1.000 ABITANTI
SERVIZI ALLA PERSONA	23	1247,65	54,25	392	138,41
PRODUZIONE ALIMENTI	5	289,00	57,80	1.803	32,06
TRATTENIMENTO E SVAGO	2	1492,00	746,00	4.507	165,52
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	1	37,50	37,50	9.014	4,16
SERVIZI DI COMUNICAZIONE	-	-	-	-	-
LABORATORI DI SERVIZI	16	2212,70	138,29	563	245,47
SERVIZI SANITARI E AFFINI	-	-	-	-	-
SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI	-	-	-	-	-
ATTIVITA' RICETTIVE	-	-	-	-	-
AGENZIE D'AFFARI	-	-	-	-	-
NOLEGGI	-	-	-	-	-
SERVIZI PER L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE	-	-	-	-	-
TOTALE	47	5278,85	112,32	192	585,63

Grafico 7 – consistenze delle attività paracommerciali



B.4.5 Aspetti Occupazionali

I dati relativi all'occupazione nelle attività commerciali e affini presenti nel comune di Vergiate sono stati forniti dagli uffici comunali insieme ai dati di consistenza delle attività stesse.

L'analisi svolta partendo da tali basi ci fornisce la misura riportata nelle tabelle seguenti del peso occupazionale del comparto.

L'unico dato non disponibile riguarda il commercio su aree pubbliche e pertanto abbiamo provveduto a stimarlo ipotizzando almeno 2 addetti per banco, sui 74 banchi avremmo 148 persone, operative un giorno lavorativo su 6, e quindi approssimativamente corrispondenti a 25 unità full time equivalent.

Nella prima tabella possiamo osservare le consistenze e gli indici relativi agli addetti presenti nel comune di Vergiate a livello di Macrosettori e Settori economici:

Tabella 54 Addetti – valori assoluti e indici per macrosettori e settori economici

Macrosettore e settore economico	n° U.L.	n° addetti	SUP AUT TOT	Addetti / U.L.	Addetti/ 1000 mq	Addetti /1000 abitanti
COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	89	466	23.383,8	5,24	19,93	51,70
DETTAGLIO ALIMENTARE	18	82	3.600	4,56	22,78	9,10
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	58	366	19.368,8	6,31	18,90	40,60
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	6	6	211	1,00	28,44	0,67
EDICOLE	3	3	85	1,00	35,29	0,33
FARMACIE	2	5	87	2,50	57,47	0,55
TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	2	4	32	2,00	125,00	0,44
COMMERCIO AL DETTAGLIO IN FORMA AMBULANTE	74	25	2.488,5	0,33	9,91	2,74
DETTAGLIO ALIMENTARE	12	4	384	0,33	10,42	0,44
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	62	21	2.104,5	0,33	9,82	2,29
COMMERCIO INGROSSO	7	6	0	0,86	-	0,67
INGROSSO ALIMENTARE	2	0	0	0,00	-	0,00
INGROSSO NON ALIMENTARE	5	6	0	1,20	-	0,67
PARACOMMERCIALE	47	111	5.278,85	2,36	21,03	12,31
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	1	2	37,5	2,00	53,33	0,22
LABORATORI DI SERVIZI	16	49	2.212,7	3,06	22,14	5,44
PRODUZIONE ALIMENTI	5	10	289	2,00	34,60	1,11
SERVIZI ALLA PERSONA	23	38	1.247,65	1,65	30,46	4,22
TRATTENIMENTO E SVAGO	2	12	1.492	6,00	8,04	1,33
SOMMINISTRAZIONE	47	137	9.624,7	2,91	14,23	15,20
Totale complessivo	264	745	40.775,8	2,82	18,27	82,65

Pur non essendo possibili, per mancanza di dati comparativi, confronti significativi con altre realtà locali, è evidente che 745 addetti al comparto nel complesso, circa uno ogni 12 residenti costituiscono una componente importante dell'economia locale, e meritano pienamente l'attenzione che l'Amministrazione Comunale ha deciso di dedicare al settore della distribuzione all'interno del PGT.

La tabella che segue riporta valori assoluti ed indici relativi agli addetti occupati esclusivamente nei settori del commercio al dettaglio alimentare e non alimentare in sede fissa.

Il focus ci consente di considerare il differente livello occupazionale tra esercizi di vicinato, medie strutture, grandi strutture e forme unitarie di vendita.

Tabella 55 Addetti - attività di commercio fisso

	n° U.L.	n° addetti	SUP AUT TOT	addetti/U.L.	addetti/1000 mq	addetti/1000 abitanti
COMMERCIO AL DETTAGLIO	76	448	22.968,8	5,89	19,50	49,70
DETTAGLIO ALIMENTARE	18	82	3.600,0	4,56	22,78	9,10
FORMA UNITARIA DI MS	1	22	1.404,0	22,00	15,67	2,44
MEDIE STRUTTURE	2	32	1.484,0	16,00	21,56	3,55
VICINATO	15	28	712,0	1,87	39,33	3,11
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	58	366	19.368,8	6,31	18,90	40,60
GRANDI STRUTTURE	3	136	10.179,0	45,33	13,36	15,09
MEDIE STRUTTURE	17	142	6.505,0	8,35	21,83	15,75
VICINATO	38	88	2.684,8	2,32	32,78	9,76
Totale complessivo	76	448	22.968,8	5,89	19,50	49,70

B.5 Confronto Domanda / Offerta

B.5.1 Metodologia

L'effettuazione di un confronto tra la domanda e l'offerta è richiesto dalle indicazioni regionali sugli studi di corredo al piano.

Va chiarito che, ai sensi delle norme nazionali che oramai vietano l'applicazione di strumenti di pianificazione che si basino sull'introduzione di limitazioni all'offerta poste a tutela degli equilibri di mercato esistenti, tale analisi ha ormai essenzialmente un valore di tipo indicativo/orientativo, volta ad individuare se sul territorio esiste o meno un'offerta "equilibrata" rispetto alla domanda espressa dalla popolazione residente, e se, di conseguenza, il territorio comunale, o talune sue parti significative, siano globalmente degli attrattori di flussi commerciali dall'esterno o se, al contrario, generano flussi commerciali verso l'esterno in quanto l'offerta locale non è in grado di provvedere integralmente ai fabbisogni.

Da tale valutazione, peraltro estremamente approssimativa in assenza di rilevazioni dirette dei flussi commerciali, che risulterebbero estremamente costose, vengono derivate delle scelte generali di orientamento e strategia, e non delle valutazioni di tipo puramente matematico delle quantità di servizio da inserire o da considerare eccedenti.

La metodologia effettuata per il confronto ricalca in linea generale la logica indicata dalla Regione Lombardia per le valutazioni di impatto delle grandi strutture di vendita.

Si parte da una valutazione, contenuta nei documenti regionali, del fatturato medio unitario a mq. delle varie tipologie di esercizio.

Moltiplicando tale fatturato unitario medio per le superficie di vendita delle varie tipologie commerciali presenti in comune, si ottiene una stima della potenzialità di offerta espressa dalla rete commerciale del comune.

Confrontando tale potenzialità con la stima dei consumi dei residenti del comune, si valuta se, globalmente, il territorio comunale perde volumi di acquisto a vantaggio dell'esterno o se, al contrario, costituisce di fatto un attrattore commerciale.

Un'analisi più approfondita, che tenga conto della popolazione fluttuante (cioè di quella che fruisce sistematicamente dei servizi presenti in comune- escludendo gli ingressi motivati solo o prevalentemente dall'effettuazione di acquisti), può portare a valutare se il comune è semplicemente autosufficiente (o carente) rispetto ai fabbisogni dei propri "city users", oppure se determina una vera e propria gravitazione commerciale in entrata (o in uscita).

I dati di partenza, indicati dalla Regione, sono i seguenti:

Tabella 56 Incasso medio a metro quadro in €

TIPOLOGIA	ALIMENTARE	NON ALIMENTARE	MISTO
VICINATO	2.900	1.250	1.500
MEDIE STRUTTURE	6.500	1.500	-
GRANDI STRUTTURE	8.500	2.000	-
CENTRI COMMERCIALI	8.000	2.000	-

B.5.2 Quantificazione dell'offerta locale

In base ai parametri riportati, ed alla quantificazione dell'offerta risultante dall'analisi svolta, incrementata dalla stima delle superfici equivalenti dei banchi dei mercati, risultante dai dati regionali, possiamo stimare il volume di offerta potenziale espresso dalla rete commerciale di VERGIATE:

Tabella 57 Offerta Alimentari

TIPOLOGIA	€/MQ	MQ ESISTENTI	FATTURATO €
VICINATO	2.900	846	2.452.820
MEDIE STRUTTURE	6.500	1.224	7.956.000
GRANDI STRUTTURE	8.500	-	-
CENTRI COMMERCIALI	8.000	1.000	8.000.000
TOTALE			18.408.820

⁽¹⁾ di cui mq.523,1 corrispondenti alla superficie equivalente dei banchi dei mercati

Tabella 58 Offerta Non Alimentari

TIPOLOGIA	€/MQ	MQ ESISTENTI	FATTURATO €
VICINATO	1.250	3.053,00	3.816.250
MEDIE STRUTTURE	1.500	5.888,00	8.832.000
GRANDI STRUTTURE	2.000	10.179,00	20.358.000
CENTRI COMMERCIALI	2.000	404,00	808.000
TOTALE			33.814.250

⁽¹⁾ di cui mq. 1962,9 corrispondenti alla superficie equivalente dei banchi dei mercati

Tabella 59 Vicinato Misto

TIPOLOGIA	€/MQ	MQ ESISTENTI	FATTURATO €
VICINATO	1.500	459	688.500
TOTALE			688.500

In complesso, il volume di offerta potenzialmente espresso dalla rete commerciale di VERGIATE è il seguente:

ALIMENTARI + MISTO	€	19.097.320
NON ALIMENTARI	€	33.814.250
TOTALE	€	52.911.570

B.5.3 Rapporto Domanda/Offerta

Confrontiamo ora le potenzialità di offerta con la domanda locale (consumi) stimata vediamo i seguenti risultati:

SETTORE	DOMANDA Mln €	OFFERTA Mln €	RAPPORTO O/D
ALIMENTARE + MISTO	21.107.940,56	19.097.320	90%
NON ALIMENTARE	43.163.320,30	33.814.250	78%
TOTALE	64.271.260,87	52.911.570	82%

Secondo quanto sopra riportato nel comune di VERGIATE, l'offerta commerciale ha una potenzialità di copertura del 90% della domanda alimentare e del 78% di quella non alimentare locale.

B.6 Viabilità ed Accessibilità

Per tutti questi elementi si rimanda alla relazione agli studi generali del PGT, che ha sviluppato l'argomento in maniera molto più esaustiva, tenendo conto semplicemente delle considerazioni generali che da tale quadro si possono derivare in relazione al commercio ed alle attività assimilate (in particolare nella definizione dei sistemi commerciali lineari).

C. Scelte Progettuali

C.1 Obiettivi

Nel pieno rispetto della filosofia generale del Programma Triennale della Regione, si è ritenuto che l'obiettivo del piano non debba limitarsi al controllo della media – grande distribuzione (ovviamente fondamentale ma non sufficiente) e si è quindi teso a promuovere le condizioni ottimali per una tutela della struttura di vicinato esistente e per una crescita della stessa non vista come forma residuale di servizio per coprire gli interstizi lasciati vuoti dalla grande distribuzione, ma come una componente fondamentale del tessuto urbano e dell'effetto città. Questo corrisponde ad una incentivazione degli aspetti qualitativi non tanto visti come "nicchia di mercato" per i consumi degli utenti più facoltosi, ma come "qualità diffusa" non solo dei beni venduti, ma dei livelli di servizio e della vivibilità generale dell'ambiente urbano.

Il secondo punto generale che definisce gli obiettivi del PGT è la presa d'atto del fatto che la funzione di servizio non è affidata alle sole attività commerciali propriamente dette (negozi), ma comprende anche gli esercizi di somministrazione (bar, trattorie, pub, ristoranti), ed altri tipi di botteghe (panetteria, parrucchiere, corniciaio, fotografo, tintoria, riparatori, laboratori, locali di svago, ecc) che di solito venivano classificati sotto la dizione del tutto impropria, ancorché evocativa, di "artigianato di servizio".

L'elemento innovativo di questa variante sta anche nell'occuparsi di tutte queste attività "affini" al commercio, ma ad esso non del tutto assimilabili. Si è quindi scelto di normare tali attività in modo da favorire un loro ruolo attivo nel mix di servizi urbani, ma senza confonderli né con il commercio "tout court" né con l'artigianato, ma elaborando delle norme di localizzazione che tengono conto della loro specificità funzionale e di integrazione nell'ambiente.

C.2 Strategie di intervento.

C.2.1 Valorizzazione del servizio di vicinato

Le scelte di piano, coerentemente con gli obiettivi indicati dal PTSSC partono dal riconoscimento della valenza sociale del servizio di vicinato, tra l'altro per i seguenti motivi:

Fornisce un'alternativa accessibile al consumatore anziano e dotato di scarsa mobilità

Presenta una notevole valenza di tipo identitario legata alla identificazione degli abitanti al proprio quartiere

Costituisce l'ambiente fisico ed umano di una serie di relazioni "despecializzate" non solo tra utenti di diverse fasce sociali, di età e di consumo, ma anche tra portatori di interessi diversi (non l'incontro solo di chi ha lo stesso scopo – di acquistare).

Tali relazioni hanno il pregio di essere:

"interstiziali", cioè di riempire spazi e tempi anche programmati per diverse funzioni ed usi (ci si incontra mentre ci si sposta con mete diverse e in tempi diversi)

“preterintenzionali”, cioè accadono di fatto, senza essere scelte o programmate, e neppure possono essere volutamente evitate, e quindi ci mettono in relazione con gli altri “di fatto”, anche se non vorremmo farlo.

In aggiunta alle considerazioni sull’importanza del servizio di vicinato in se, si è tenuto anche conto della situazione specifica di Vergiate, in cui la dotazione di servizio di scala locale risulta carente rispetto a quella di scala sovracomunale.

Di conseguenza il piano pone una particolare enfasi ed attenzione alla creazione di condizioni che favoriscano una adeguata crescita, quantitativa e qualitativa, del servizio di prossimità nel capoluogo, e permettano comunque una permanenza del servizio di base nelle frazioni, per evitare i rischi di desertificazione.

Va comunque rilevato che, per quanto embrionale, un minimo di servizio di vicinato è presente in tutte le frazioni, come evidenziato dall’apposita tabella degli allegati statistici.

C.2.2 Regolamentazione in base all’impatto effettivo

C.2.2.1 Il valore delle sinergie

Il PGT si pone l’obiettivo di tutelare e promuovere la “mixité” delle funzioni urbane in particolare per quanto riguarda le funzioni commerciali e quelle ad esse assimilabili, in modo da garantire :

la presenza “fisica” dei servizi

la ricchezza dei rapporti umani che ne derivano.

le condizioni minime di sopravvivenza alle attività che forniscono tali servizi.

Tale obiettivo non può essere solo il fatto di una scelta formale – compositiva delle funzioni urbane da collocare sul territorio, ma deve necessariamente confrontarsi con le leggi dell’economia, garantendo le condizioni minime di sopravvivenza alle attività economiche preposte a formare tali servizi.

Dall’unione di tali esigenze emerge l’esigenza di non consentire la dispersione generalizzata sul territorio degli esercizi (sprawl), ma di promuovere la creazione di aggregazioni di attività che corrispondono alla duplice esigenza di attivare meccanismi di sinergia che ne rafforzino la competitività e di dare leggibilità e riconoscibilità alle diverse porzioni del territorio, rendendo anche più stimolante e “sorprendente” il percorrere le strade del centro, e permettano :

- di attivare di sinergie che rafforzino la competitività degli esercizi
- dare leggibilità e riconoscibilità alle diverse porzioni del territorio, rendendo anche più stimolante e “sorprendente” il percorrere le strade del centro.
- estendere le sinergie non alle sole attività commerciali propriamente dette (negozi), agli esercizi di somministrazione (bar, trattorie, pub, ristoranti), ed altri tipi di botteghe (panetteria, parrucchiere, corniciaio, fotografo, tintoria, riparatori, laboratori, locali di svago, ecc) – il cosiddetto “artigianato di servizio”. elaborando delle norme di localizzazione che tengono conto della specificità funzionale e di integrazione nell’ambiente dei vari tipi di attività.

Le limitazioni alla collocazione di attività commerciali di vicinato in qualunque edificio o area residenziale (a differenza di quanto avviene nella maggioranza degli strumenti urbanistici) non hanno assolutamente lo scopo di limitare la concorrenza per garantire un mercato “protetto” ai singoli esercizi, e quindi non implicano la fissazione di alcun limite di numero o di superficie complessiva alle attività commerciali, ed in questo senso rispettano totalmente le prescrizioni di liberalizzazione derivanti dal recepimento della Direttiva Bolkestein.

Al contrario, lo scopo è di permettere agli esercizi di raggiungere, nel loro insieme, dei nuclei in grado di sviluppare quel minimo di “massa critica” che consenta di dare ai consumatori un servizio sufficientemente articolato, di valorizzare nel suo complesso l’effetto urbano laddove è possibile, anche come scelta propedeutica alla futura attivazione di un Distretto del Commercio in base alla normativa regionale.

Tale tipo di scelta è tesa anche a minimizzare i costi per la Pubblica Amministrazione per lo svolgimento di politiche di sostegno al commercio, promozione turistica, sorveglianza e sicurezza urbana, ecc.

C.2.3 La Riqualficazione Commerciale del Sempione

L’asse del Sempione presenta un livello di densità commerciale molto elevato rispetto a tutto il resto del territorio ed alla capacità di carico viabilistico dell’asse stesso, anche in relazione ai miglioramenti previsti per il futuro.

Di conseguenza la scelta è di non sovraccaricare eccessivamente detto asse, evitando l’apertura ex novo di grandi strutture di vendita, ma consentendo la riqualficazione di quelle esistenti, con ampliamenti ed accorpamento, nonché la riqualficazione ed il potenziamento delle medie strutture.

A tale scopo viene anche esclusa la possibilità di creazione di nuove grandi strutture di vendita nel settore alimentare, in quanto queste, ai sensi della normativa regionale vigente in termini di valutazione dell’impatto viabilistico, generano un carico automobilistico superiore a quello dei non alimentari.

L’intero asse richiede una migliore dotazione viabilistica, che si inquadra nelle politiche generali di questo PGT. Di conseguenza il potenziamento della Grande distribuzione esistente e l’inserimento di nuove medie strutture di maggior dimensione (fino a 1.500 mq) sono consentiti soltanto all’interno di alcuni ambiti di trasformazione (AT 12 per le grandi strutture e AT. 11.1 e AT. 11.2 per le medie). Tali ambiti potranno essere attuati solo con Piani Attuativi che prevedano anche una sostanziale riqualficazione dell’asse viari e la realizzazione di una viabilità alternativa che ripartisca in maniera più sostenibile l’attuale traffico sul Sempione.

Per stabilire i livelli massimi di carico aggiuntivo ammissibile sono state effettuate diverse analisi e simulazioni, con differenti ipotesi di aumento delle superficie di vendita sull’Asse del Sempione, basate sulle rilevazioni dei livelli di traffico effettivo, che, data la natura e le caratteristiche degli insediamenti di grande distribuzione esistenti (che non comprendono nessuna struttura di tipo ipermercato o simili), risultano inferiori a quelli ipotizzabili in base ai modelli teorici utilizzati dalla Regione.

In base a tali valutazioni risulta possibile raggiungere superfici di vendita fino a 10.000 mq senza che ciò comporti un impatto oltre la sostenibilità sulla viabilità del Sempione (ovviamente opportunamente razionalizzata).

La provincia di Varese in sede di formulazione del parere ha espresso riserve circa la sostenibilità degli insediamenti di Grande Distribuzione previsti dal PGT sull'asse del Sempione, in quanto, a suo dire, in base alle norme regionali di valutazione, il traffico complessivo generato eccederebbe le potenzialità di assorbimento dell'asse commerciale in oggetto.

La valutazione provinciale è stata effettuata in modo astratto, considerando cioè il volume di traffico teorico generato dalle superfici esistenti più quelle della nuova superficie massima ammissibile, senza tenere in alcun modo in considerazione il traffico effettivamente generato dagli esercizi attualmente esistenti, che risulta significativamente inferiore agli impatti massimi teorici previsti dalle tabelle regionali. (si vedano le rilevazioni effettuate dalla Polizia Municipale)

Si possono a nostro avviso condividere pienamente le considerazioni ed i riconteggi effettuati dall'Arch. Gobbi (consulente viabilistico del Comune), a partire dalla situazione di fatto e dalle considerazioni che il traffico derivante dal commercio costituisce solo una frazione del traffico totale gravante sull'asse, e che solo su tale frazione si determinerebbe un incremento, mentre la quota di traffico merci, di persone dirette alle residenze, ecc. non verrebbe comunque influenzato.

Va aggiunta una ulteriore considerazione, e cioè che il combinato disposto della normativa urbanistica e di quella commerciale fanno sì che la previsione nel PGT dell'ammissibilità di strutture commerciali fino a 10.000 mq. di vendita non abbia un effetto automaticamente conformativo, nel senso che non basta a fare sorgere il diritto da parte degli operatori a realizzare 10.000 mq di nuove strutture, ma ha un effetto limitativo, nel senso che esclude tassativamente la possibilità di inserimento di strutture superiori ai 10.000 mq. di vendita (anche se per assurdo la Regione fosse d'accordo ad autorizzarle), mentre viene mantenuto (e non potrebbe essere altrimenti a termini di legge), l'assoggettamento dell'eventuale autorizzazione alla procedura di conferenza di Servizi tra Comune, Regione e Provincia, che implica l'effettuazione di tutte le altre verifiche previste dalla normativa regionale, tra cui quella di impatto viabilistico.

Tale procedura prevede che, nel momento in cui venisse richiesta qualsiasi autorizzazione di grande struttura (sia ex novo che per modifica o rilocalizzazione di quelle esistenti; venga effettuato uno studio di impatto viabilistico, basato su rilevazioni del traffico aggiornate al massimo a qualche mese prima della richiesta, che tenga conto della effettiva entità di grande distribuzione presente al momento nonché delle modifiche, aggiunte, o ampliamenti richiesti.

Questo implica che la soluzione andrà valutata al momento della richiesta, quando, ad esempio, alcune delle strutture attuali potrebbero essere state chiuse o ridimensionate, oppure la nuova richiesta potrebbe riguardare un ampliamento di struttura esistente (che comunque non implichi il superamento dei 10.000 mq. da parte della singola struttura) e non l'aggiunta di ulteriori 10.000 mq.. Nel caso, ad esempio, di successivi interventi di riqualificazione o di nuove aperture, ognuno verrebbe assoggettato allo studio di impatto effettivo, e gli aumenti di superficie non verrebbero più autorizzati nel momento in cui il traffico complessivo dovesse superare la portata massima dell'arteria interessata.

Alla valutazione di questi studi è previsto che partecipi, con diritto di voto, anche la Provincia, che quindi ha la possibilità di fare valere le sue ragioni e valutazioni sul caso e sulle problematiche concrete, anziché bloccare a priori le possibilità di riqualificazione di strutture commerciali esistenti, che rientrano negli obiettivi prioritari dell'attuale legislazione

commerciale regionale, e che assumeranno un'importanza ancora maggiore nella nuova normativa in corso di elaborazione in questi giorni .(si veda in proposito la delibera di Consiglio Regionale X/187 del 12 novembre 2013 "NUOVE LINEE PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE DEL SETTORE COMMERCIALE).

Va inoltre tenuto conto che, in base agli attuali parametri regionali di analisi teorica, la consistenza massima a cui potrebbe arrivare l'area commerciali sul Sempione nel caso (del tutto teorico) di massimo utilizzo, raggiungerebbe un'isocrona massima di influenza di 35 minuti, nei quali risiedono quasi 2 milioni di persone. In realtà. In tale bacino esiste già una notevole dotazione di grandi strutture di vendita, in gran parte collocate molto più vicino alla maggioranza di tali potenziali clienti.

Abbiamo diviso tale bacino in subaree, caratterizzate da una certa omogeneità in funzione delle caratteristiche, orografiche, demografiche e commerciali, assegnando , in maniera empirica, ad ognuna di tali subaree una percentuale di probabilità (fatta 100 quella dell'area immediatamente intorno a Vergiate) che i relativi abitanti possano gravitare per i loro acquisti sul nodo del Sempione. Tale dato è genericamente riferito al non alimentare, perché per l'alimentare la propensione dei consumatori allo spostamento è molto più bassa e la concorrenza è più diffusa sul territorio (e inoltre per gli alimentari non esiste né è prevista nell'area alcuna struttura di tipo "dominante" rispetto a quelle dei comuni vicini).

Come si vede, le parti più densamente popolate del bacino sono quelle relative alle subaree di Varese, Tradate e "Bivio autostrade", per le quali la probabilità di convergenza su Vergiate è bassissima, vista sia la distanza che l'offerta di grande distribuzione esistente in loco.

Di conseguenza la consistenza reale di clientela potenzialmente servita si riduce a meno di un sesto della popolazione teorica del bacino.

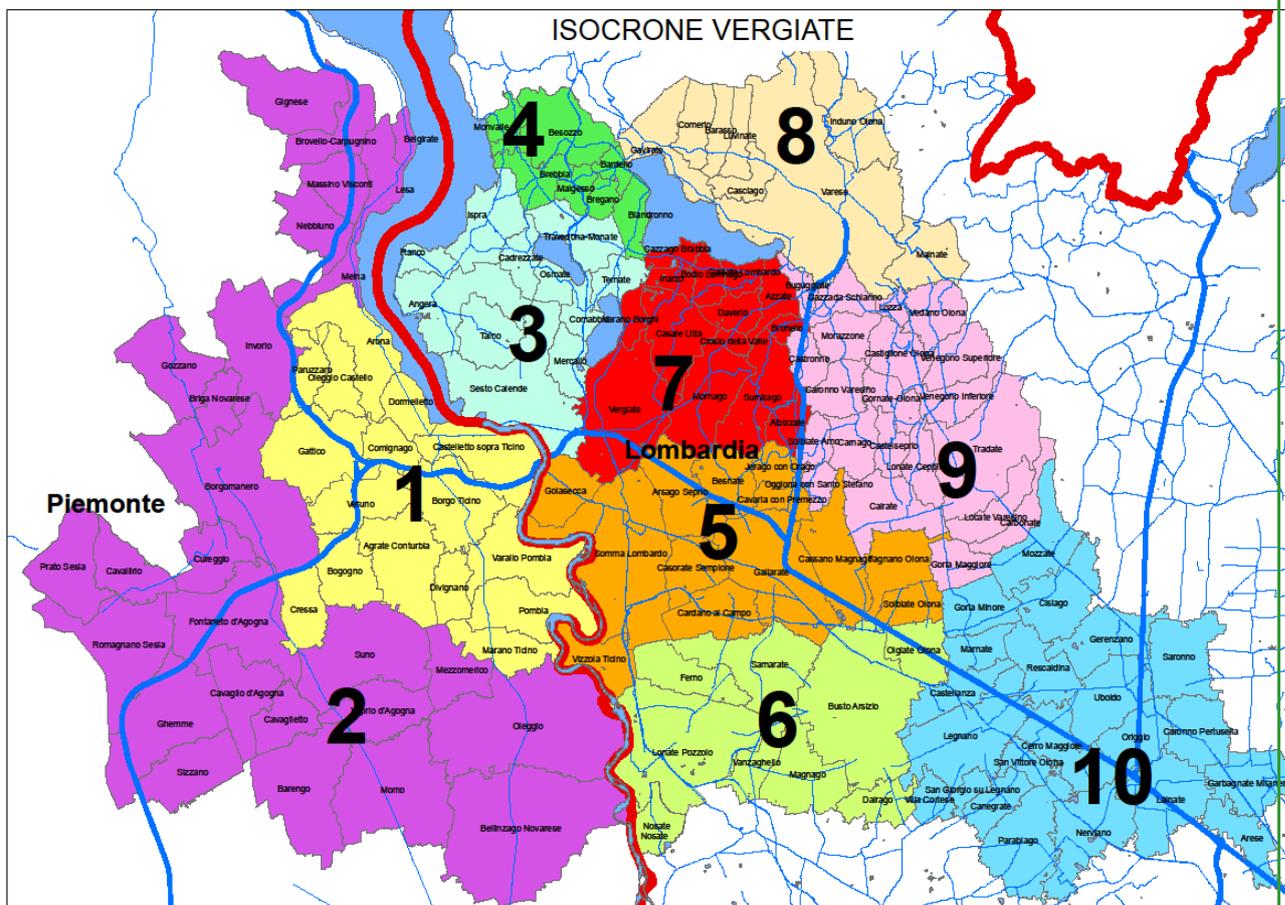
In queste condizioni le reali possibilità di nuovi insediamenti commerciali nell'area in oggetto sono confinate essenzialmente alla riqualificazione delle strutture esistenti e ad un completamento dei servizi relativi ai genere per la casa, bricolage, ecc., per i quali i consumatori sono disposti a spostamenti anche abbastanza lunghi ma sicuramente non molto frequenti, e non certamente ad un potenziamento del servizi per i generi di largo consumo (alimentari, abbigliamento, ecc.) per i quali i consumatori si spostano con maggiore frequenza.

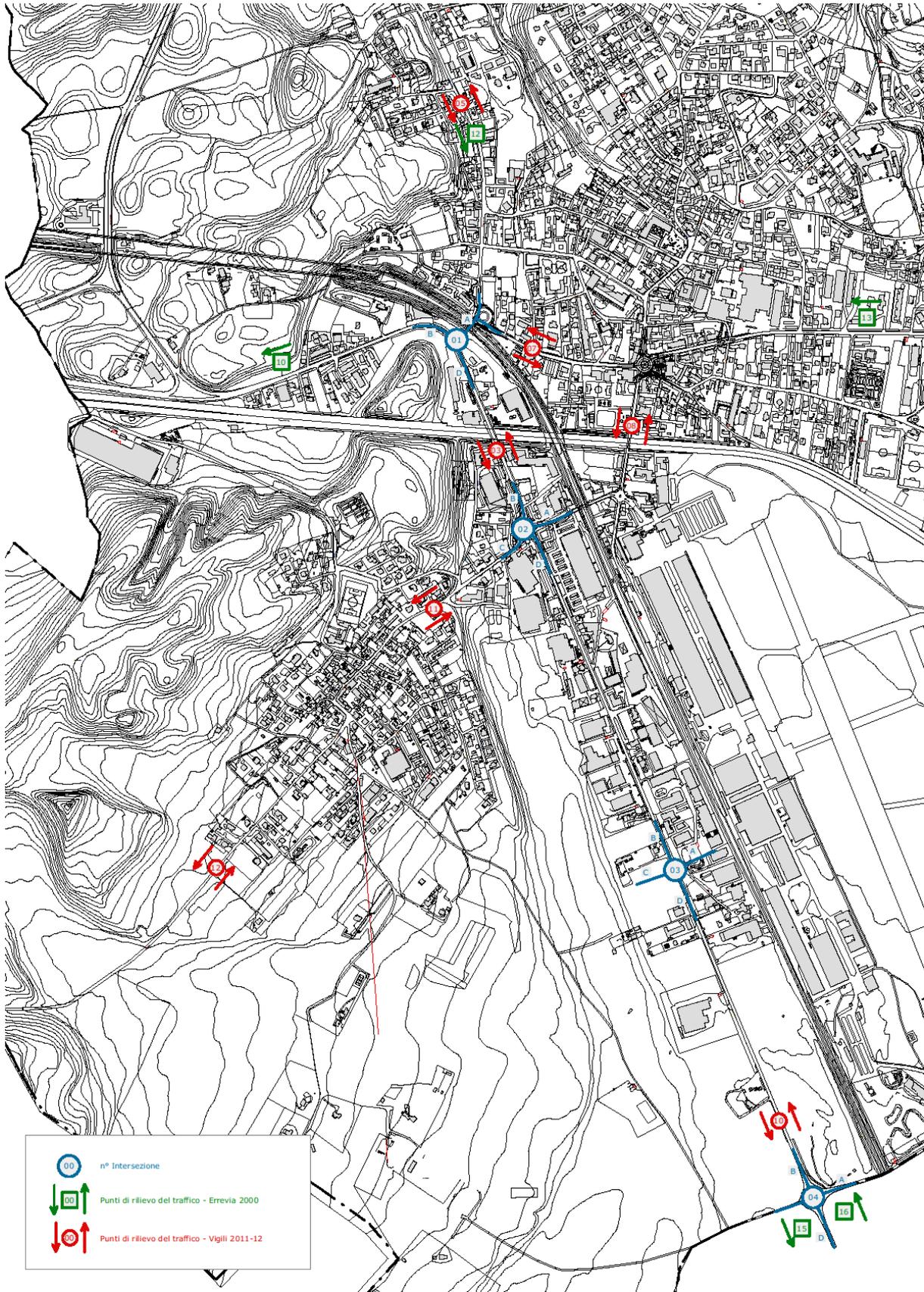
I dati e la cartografia di tale studio sono riportati qui di seguito, mentre nella pagina successiva sono cartograficamente individuati i punti di rilevazione a cui sono stati riferiti gli studi di traffico..

Quindi, in termini reali, l'impatto viabilistico prevedibile sarà certamente inferiore a quello stimabile con i parametri regionali generali che necessariamente fanno riferimento all'intera gamma del settore non alimentare.

AMBITI	DESCRIZIONE	N° COMUNI	ABITANTI	% POPOL.	PROBABILITA'	INCIDENZA	INCIDENZA %
1	EST TICINO	16	56.984	2,91%	40,00%	22.794	7,76%
2	PIEMONTE ESTERNO	27	95.133	4,87%	10,00%	9.513	3,24%
3	SESTO CALENDE	11	38.870	1,99%	75,00%	29.153	9,92%
4	BESOZZO	7	21.294	1,09%	60,00%	12.776	4,35%
5	GALLARATE	13	150.897	7,72%	40,00%	60.359	20,54%
6	BUSTO A.	10	148.576	7,60%	30,00%	44.573	15,17%
7	VERGIATE	14	44.716	2,29%	100,00%	44.716	15,22%
8	VARESE	8	918.944	47,00%	5,00%	45.947	15,64%
9	TRADATE	21	113.369	5,80%	5,00%	5.668	1,93%
10	BIVIO AUTOSTRADE	22	366.495	18,74%	5,00%	18.325	6,24%
TOTALE		149	1.955.278	100,00 %		293.824	100,00%

Figura 6 Isocrone e bacini di studio viabilità





C.3 Il Modello Distributivo

L'analisi della effettiva localizzazione delle strutture commerciali e paracommerciali sul territorio evidenzia di fatto un modello distributivo basato sulla presenza di "SISTEMI COMMERCIALI", in qualche modo organizzati e coerenti (ancorché di fatto) e di esercizi esterni ai sistemi commerciali stessi.

La normativa di piano si pone l'obiettivo di razionalizzare la crescita del comparto valorizzando ed incentivando il più possibile la collocazione delle attività all'interno dei sistemi commerciali, e prevedendo gli insediamenti esterni ai sistemi commerciali più che altro come una eccezione, di cui prendere atto laddove esistente (garantendo ovviamente i diritti acquisiti), e da consentire per i nuovi insediamenti solo in particolari condizioni limite o comunque atipiche.

Le norme prevedono quindi l'insediabilità o meno delle varie tipologia di attività (come definite all'Art.6 della normativa stessa, a seconda del sistema commerciale di collocazione, anziché genericamente della zona urbanistica.

In questo modo si evita uno dei problemi fondamentali dell'urbanistica commerciale, quello del pretendere di regolamentare un'attività a distribuzione sostanzialmente puntiforme, quale è il commercio, con delle norme concepite essenzialmente per applicarsi ad aree più o meno omogenee, quali appunto le classiche zone urbanistiche.

Questa impostazione risulta sostanzialmente innovativa rispetto alle usuali normative per il commercio, ma presenta il vantaggio, tra l'altro, di una più facile adattabilità ai modelli di pianificazione dei futuri PGT, per i quali la definizione di zone urbanistiche omogenee sarà limitata solo a porzioni limitate del territorio.

Lo schema completo dei sistemi commerciali previsti dal PGT è riportato nella figura alla pagina seguente:

Figura 7 Schema completo dei sistemi commerciali previsti dal PGT

LIVELLO	SIGLA	DESCRIZIONE
1.0	AIC	AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE
1.1	SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI
1.1.1	SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE
		ESISTENTI CENTRO
		FUTURO SVILUPPO
1.1.2	SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE
	SCLAA1	SS Statale, 33 - Sempione
1.2	SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI
1.2.1	SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI
1.2.1.1	SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE
	SCAPAGV1	EMMEZETA MODA SRL
	SCAPAGV2	CONFORAMA ITALIA SPA"
	SCAPAGV3	AT12_Completamento commerciale/artigianale Via Sempione
1.2.1.2	SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE
	SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1
	SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2
	SCAPAMS21	AT11.1
	SCAPAMS22	AT11.2
	SCAPAMS23	AREA CONAD VIA DI VITTORIO AREA CENTRO COMMERCIALE SEMPIONE
1.2.1.3	SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI
1.2.1.3.1	SCAPTR1	AT 13 Nuovo insediamento ricettivo v. Sesto Calende
1.2.1.3.2	SCAPTR2	Altre aree Alberghi, Motel o ristorazione/servizi turistici
1.2.1.4	SCAPAM	AREE MERCATALI
	SCAPAM1	
1.2.1.5	SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI
	SCAPAF1	
1.2.2	SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI
1.2.2.1	SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI
	SCANPACC1	via G. Leopardi
	SCANPACC2	via Dante Alighieri
	SCANPACC3	via Stazione
	SCANPACC4	via Locatelli
	SCANPACC5	Piazza Bai
1.2.2.2	SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI
	SCANPACS1	addensamenti successivi all'approvazione del PGT
2.0	ATNC	AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI
2.0.1	APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA
	APCNA1	Aree a presenza non addensata Vergiate
	APCNA2	Aree a presenza non addensata Frazioni
2.0.2	ATNCEP	TESSUTO PRODUTTIVO
2.0.2.1	ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI
	ATNCEP1	AT9_Zona per insediamento artigianale_via di Vittorio
	ATNCEP2	Aree produttive esterne agli ambiti di trasformazione
2.0.3	ATNCES	AREE A SERVIZI
2.0.3.1	ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO
	ATNCES1	AT7_Area attrezzata_Camper via del Sassone
	ATNCES2	AT8_Polo Sportivo di via di Vittorio/via dei Quadri
	ATNCES3	Aree a servizi pubblici esterne agli ambiti di trasformazione

3.0	AENC	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	
3.1	AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	
3.1.1	AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	
	AENCER1		AT1_Completamento residenziale_via Lombardia
	AENCER2		AT2_Completamento residenziale_via Vigna
	AENCER3		AT3_Completamento residenziale_via Lombardia
	AENCER4		AT4_Completamento residenziale_via Mairate
	AENCER5		AT5_Completamento residenziale_via Varese/via degli Abeti
	AENCER6		AT6_Completamento residenziale_via Pineta
	AENCER7		Aree residenziali esterne agli ambiti di trasformazione
3.1.2	AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	
3.1.2.1	AENCEP1		Stabilimento Augusta
3.1.2.2	AENCEP2		AT10 - Area espansione Augusta
3.1.2.3	AENCEP3		AC6
3.1.2.4	AENCEP4		PL. APPR. / SUAP
3.1.2.5	AENCEP5		Altre aree produttive industriali
3.2	AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	
3.2.1	AENCNEA	AREE AGRICOLE E AREE C2 PIANO TERRITORIALE PARCO DEL TICINO	
3.2.2	AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	
3.2.3	AENCNST	AREE PER INFRASTRUTTURE DI MOBILITA' E ATTREZZATURE TECNOLOGICHE	

C.3.1 Le previsioni del PGT

IL PGT esclude la collocazione di nuove strutture di grande distribuzione al di fuori dell'asse del Sempione, e sarà essenzialmente focalizzato, per il resto del territorio, alla riqualificazione e rivitalizzazione del commercio di prossimità.

La strategia, come indicato in precedenza, è quella di favorire la collocazione degli esercizi di vicinato in assi o aree di concentrazione, vietando o scoraggiando pesantemente l'insediamento di esercizi isolati (tranne casi particolari come quelli delle merci ingombranti, dei generi strumentali, ecc.).

Per le medie strutture di vendita si prevede una suddivisione in due fasce dimensionali (250/600 mq e 601/1.500), prevedendo la possibilità di inserimento di quelli di fascia bassa lungo gli assi di penetrazione e attraversamento e di quelli di fascia alta unicamente in alcune aree specificamente individuate (Sempione e altri lotti indicati, in via di massima, in cartografia) Per le frazioni si ritiene in via di massima di confermare soltanto gli insediamenti commerciali esistenti

Per il commercio di vicinato vi è una normativa differenziata in funzione della collocazione, tesa comunque a creare aggregazioni significative (assi o addensamenti commerciali) e ad evitare la dispersione del servizio e la sua perdita di significatività (vedere comunque il punto C2). E' comunque garantita, per evitare i rischi di desertificazione, la possibilità di collocare nuovi esercizi di vicinato nell'abitato delle frazioni.

Le aree produttive vengono suddivise tra quelle a vocazione esclusivamente industriale (Es. Stabilimento Agusta) che escludono totalmente la presenza di qualunque attività commerciale, e quelle a natura mista, inserite all'interno o in prossimità dell'abitato, per cui sono possibili alcuni usi commerciali molto limitati (Vendita di merci ingombranti, ingrosso, attività paracommerciali, servizi di ristoro per l'area produttiva, vendita di prodotti propri, ecc.)

Nelle aree a servizi verrà consentito anche l'inserimento di funzioni commerciali o assimilate di limitata entità, purché strettamente funzionali e complementari al servizio svolto nell'area (es. ristoro negli impianti sportivi o negli oratori, ecc.)

Tra le previsioni vi è anche la risistemazione dell'area mercatale, che potrebbe fungere da fulcro di un'area di riqualificazione per il commercio di vicinato nel centro di Vergiate

D. APPENDICE

In questa appendice forniamo alcune indicazioni sul significato e le definizioni delle tipologie di aggregazioni commerciali (sistemi) utilizzate sia a livello di analisi delle strutture esistenti che a livello progettuale

D.1 Definizione dei Sistemi Commerciali

Si definiscono SISTEMI COMMERCIALI i raggruppamenti di attività commerciali in insiemi programmati o spontanei di consistenza sufficiente a determinare effetti di sinergia e richiamo. La distribuzione delle attività commerciali in sistemi è articolata come segue:

La distribuzione delle attività commerciali in sistemi è in genere articolata come segue:

a) sistemi commerciali lineari

- assi a fruizione pedonale;
- assi di attraversamento o penetrazione;

b) sistemi commerciali areali

- programmati (per grandi strutture di vendita; per medie strutture di vendita significative; per servizi turistico ricreativi ,aree mercatali, aree per spettacoli viaggianti);
- consolidati o spontanei (addensamenti commerciali superiori ai 150mq).

D.2 Articolazione commerciale sul territorio

Innanzitutto esaminiamo l'articolazione del servizio commerciale sul territorio, individuandone le porzioni in cui il commercio e le attività assimilate costituiscono una presenza significativa e caratterizzante e quelli in cui invece tali attività sono assenti o presenti in maniera poco significativa e scarsamente caratterizzante.

D.2.1 Aree di insediamento commerciale

Sono le porzioni del territorio in cui la presenza di attività commerciali è significativa ed è ritenuta coerente con le destinazioni prevalenti in esse esistenti, e come tale costituisce un elemento caratterizzante dell'armatura urbana.

Si possono a loro volta suddividere in:

D.2.1.1 Sistemi commerciali

Per la definizione vedere il punto D.1

D.2.1.1.1 SCL Sistemi commerciali lineari

Si possono suddividere nelle seguenti tipologie, non tutte presenti in ogni comune:

- **SCLAP I sistemi commerciali lineari degli assi di fruizione pedonale**

Sono caratterizzati prevalentemente da tessuto edificato con fronti continui su strada che presentano una notevole densità e continuità del tessuto commerciale e paracommerciale, prevalentemente costituito da attività di vicinato, generalmente presenti su entrambi i lati dell'asse stesso, e con attività commerciali in prevalenza dotate di vetrine ed aventi accesso diretto dalla area pubblica di circolazione.

Tali sistemi commerciali corrispondono ai tratti interni dei principali assi consolidati dell'abitato, in genere ma non necessariamente in maniera esclusiva nei centri storici.

La loro caratteristica generale è la fruizione prevalentemente di tipo pedonale, il che non implica necessariamente la chiusura al traffico di tali assi, bensì il fatto che solitamente l'utenza raggiunge un posteggio in prossimità dell'asse (salvo che arriva a piedi o con i mezzi pubblici), e poi si sposta a piedi da un esercizio all'altro (passeggiata commerciale).

- **SCLAA Sistemi commerciali lineari degli assi di attraversamento o penetrazione**

Sono caratterizzati dalla presenza lungo l'asse stradale ed i suoi eventuali controviali di un tessuto edilizio a destinazione produttiva o residenziale misto con presenza, anche discontinua, di attività commerciali o assimilate di vicinato o media struttura a cui si accede in prevalenza non dalla strada bensì dai controviali o da spazi destinati a parcheggi raccordati all'asse stradale. A differenza degli assi centrali, le attività commerciali possono essere anche prive di vetrine o non essere direttamente prospicienti all'asse stradale. A tali attività si accede in prevalenza non dalla strada bensì da controviali o da spazi destinati a parcheggio raccordati all'asse stradale. Solitamente l'utenza raggiunge in auto il parcheggio del singolo esercizio e poi si sposta in auto verso altri esercizi.

In Vergiate esiste un solo asse di questo tipo, costituito dalla SS 33 del SEMPIONE.

D.2.1.1.2 SCA Sistemi commerciali areali

Sono costituiti dall'insieme di una o più strutture commerciali che globalmente raggiungono una soglia di consistenza corrispondente almeno quella minima di una media struttura di vendita, non facenti parte di sistemi commerciali lineari, distinguibili da altri sistemi commerciali o da esercizi isolati per l'uso di diversi accessi agli assi stradali o per la presenza di significative soluzioni di continuità tra l'uno e l'altro sistema o esercizio isolato.

Le attività commerciali negli addensamenti areali possono essere site sia in edifici aventi specifica destinazione commerciale, sia al piede di uno o più edifici con destinazione mista (residenza, commercio, produttivo, uffici). L'accesso alle attività commerciali, salvo che per gli addensamenti spontanei, avviene in generale attraverso parcheggi, portici, piazze o simili, raccordati alla strada pubblica attraverso un numero limitati di punti di accesso automobilistico.

D.2.1.1.2.1 SCAP Sistemi commerciali areali programmati

Sono quelli frutto di un progetto unitario (di iniziativa autonoma degli operatori o imposto dallo strumento urbanistico) che individui le aree specifiche di parcheggio ed i punti generali di accesso alla rete stradale pubblica, nonché le aggregazioni spontanee di maggiore rilevanza, formatesi nel tempo anche con caratteristiche di accessibilità meno strutturata, la cui esistenza è stata rilevata ed individuata in cartografia al momento della definizione della presente variante. Si dividono in:

- **SCAPGD Aree per grandi strutture di vendita**

Sono i lotti di terreno o fabbricati dotati di accesso automobilistico proprio sui quali insistono o sono consentite grandi strutture di vendita fino ai limiti dimensionali indicati per le singole aree o raggruppamenti di aree nelle tabelle di ammissibilità allegate alla normativa

- **SCAPMS1 Aree per medie strutture di livello 1.**

Sono i lotti di terreno o fabbricati dotati di accesso automobilistico proprio sui quali insistono o sono consentite medie strutture di vendita di livello 1 (fino a 600 mq).

- **SCAPMS2 Aree per medie strutture di livello 2.**

Sono i lotti di terreno o fabbricati dotati di accesso automobilistico proprio sui quali insistono o sono consentite medie strutture di vendita fino al livello 2.

- **SCAPTR Aree per servizi turistico ricreativi:**

- **SCAPAM Aree mercatali.**

Sono gli spazi specificamente destinati allo svolgimento di mercati periodici, fiere di commercio su aree pubbliche, attività espositive temporanee o spettacoli viaggianti. In tali aree non possono essere collocate attività commerciali o paracommerciali in sede fissa.

- **SCAPAF Aree per spettacoli viaggianti.**

D.2.1.1.2.2 SCANP Sistemi commerciali areali non programmati:

- **SCANPC sistemi commerciali areali consolidati**

le aggregazioni di almeno tre attività commerciali o paracommerciali che presentino tutte le seguenti caratteristiche:

- insistere all'interno dello stesso isolato o di isolati diversi fronteggianti o adiacenti siti sulla stessa via o incrocio;
- essere collocati entro un percorso pedonale di non oltre 150 m tra gli ingressi degli esercizi più distanti, che non implichi l'attraversamento di sistemi commerciali lineari degli assi di attraversamento, di barriere quali ferrovie, assi stradali o autostradali di attraversamento o penetrazione;
- raggiungere complessivamente la superficie di vendita, somministrazione e/o servizio di almeno 150 m². Possono essere inclusi in tale conteggio gli esercizi esistenti collocati entro le distanze di cui sopra, se non facenti già parte di assi commerciali lineari esistenti.
- Essere già esistenti ed individuabili al momento della formazione del Piano
- **SCANPS sistemi commerciali areali spontanei**

le aggregazioni di almeno tre attività commerciali o paracommerciali che presentino tutte le caratteristiche dei sistemi areali consolidati, e che vengono spontaneamente a formarsi dopo la formazione del Piano

Al di fuori dei sistemi commerciali si possono in genere individuare:

D.2.2 Aree tendenzialmente non commerciali

Sono le parti del territorio in cui la presenza di attività commerciali è di scarsa rilevanza ed è ritenuta incoerente con le destinazioni prevalenti in esse esistenti:

Si possono a loro volta suddividere in:

D.2.2.1 ANCE Aree tendenzialmente non commerciali

- **ANCER Aree non commerciali a destinazione residenziale**
- **APCNA Aree a presenza commerciale non addensata**

Sono spazi in generale a funzione residenziale o mista, nei quali la presenza di attività commerciali è più o meno sporadica e comunque priva di una significativa continuità.

In tali aree non si ritiene opportuno consentire nuovi inserimenti di attività commerciali o assimilate, anche sotto forma di destinazioni d'uso complementari, salvo che si costituiscano aggregazioni che presentino quanto meno le caratteristiche precedentemente indicate per gli addensamenti commerciali.

Si fa eccezione per le aree non addensate delle frazioni, in cui è permesso l'insediamento isolato anche di esercizi di vendita

- **ANCEP Aree non commerciali a destinazione produttiva**

ad eccezione delle porzioni perimetrate ricadenti nei sistemi commerciali, e lotti residenziali interclusi

- **ANCES Aree non commerciali a destinazione pubblica, destinate a servizi individuate nel Piano dei Servizi**

ad eccezione delle porzioni perimetrate ricadenti nei sistemi commerciali.

In dette aree, l'attività commerciale è soggetta a consistenti restrizioni funzionali; non è ammessa come destinazione prevalente ma solo come destinazione compatibile con le precisazioni e limitazioni riportate nel piano delle Regole, tranne in casi particolari in cui l'attività commerciale o paracommerciale presenti una o più delle seguenti caratteristiche.

stretta complementarietà funzionale con le destinazioni prevalenti caratteristiche dell'area (produzione industriale e artigianale, servizi, logistica, ecc.);

scarsa compatibilità e scarsa sinergia con le attività normalmente compatibili con la residenza per motivi estetici, di ingombro, rumorosità, attrazione di traffico veicolare pesante, presenza di depositi di merci all'aperto (es: depositi di materiali da costruzione, vendita di materiali pericolosi, vendita all'aperto di autoveicoli, combustibili, rottami, ecc., vendita all'ingrosso.)

attività di servizio al personale operante nelle aziende della zona (es.: servizi di ristoro per il personale, vendite di attrezzi o materiali di consumo per le aziende, fornitura di servizi alle aziende).

D.2.2.2 ANCN Aree esclusivamente non commerciali

In queste aree non sono ammesse attività commerciali o assimilate, ad esclusione (per la parte produttiva) delle attività di vendita dei propri prodotti da parte dei produttori, con caratteristiche che non costituiscono destinazione d'uso commerciale ai sensi dell'Art. 3.1.1. della normativa.

Gli esercizi non facenti parte di sistemi commerciali sono definiti come isolati e sono così classificati:

esercizi isolati autonomi, quelli che svolgono la loro funzione indipendentemente da connessioni funzionali ad altre attività di natura diversa da quella commerciale insistenti sullo stesso lotto o edificio;

esercizi isolati strumentali o di servizio, quelli collocati all'interno di un lotto unitario o edificio a destinazione diversa da quella commerciale o residenziale, che operano in diretta connessione funzionale con l'attività principale (es. spacci interni, mense, locali di ristoro all'interno di impianti sportivi, scuole, ospedali, ecc.).

E. TABELLE STATISTICHE

VERGIATE

Indice delle Tabelle

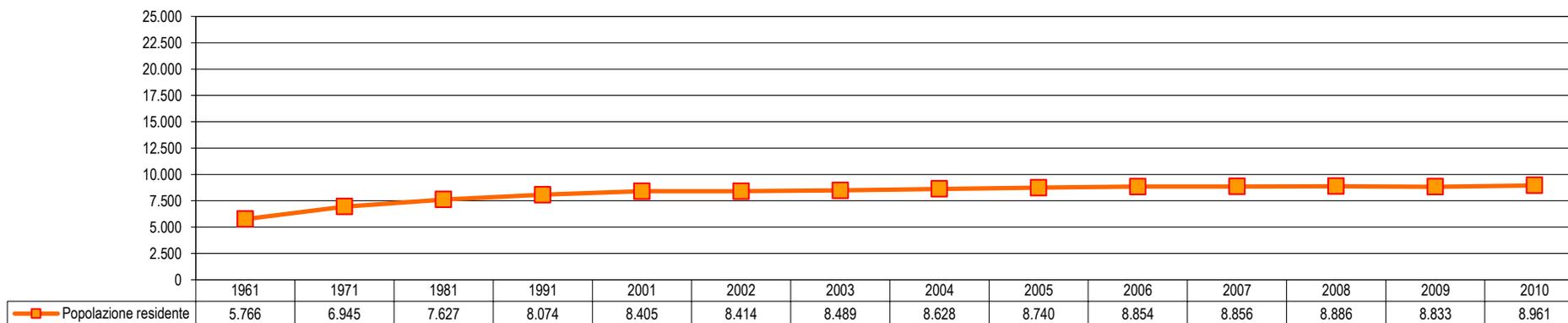
TAB. D 1	ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011	VALORI ASSOLUTI, VARIAZIONI ASSOLUTE E VARIAZIONI PERCENTUALI SULL'ANNO PRECEDENTE
GRAFICO D 1	ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011	
TAB. D 2.1	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	VALORI ASSOLUTI E INDICAZIONE DEI PRINCIPALI INDICI
TAB. D 2.2	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	PERCENTUALI SUI TOTALI VERTICALI
TAB. D 2.3	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	PERCENTUALI SUI TOTALI ORIZZONTALI
TAB. D 2.4	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	PERCENTUALI SUL TOTALE GENERALE
TAB. D 2.5	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	I PRINCIPALI INDICI DEMOGRAFICI
GRAFICO D 2.1	PIRAMIDE DELLE ETA'	VALORI ASSOLUTI ESPRESSI
GRAFICO D 2.2	PIRAMIDE DELLE ETA'	VALORI PERCENTUALI SUL TOTALE POPOLAZIONE

ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011

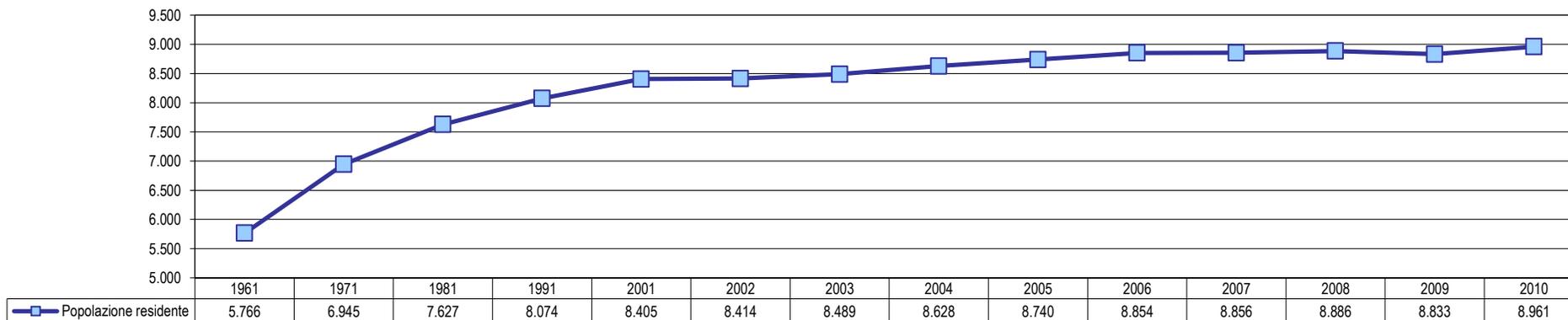
VALORI ASSOLUTI, VARIAZIONI ASSOLUTE E VARIAZIONI PERCENTUALI SULL'ANNO PRECEDENTE

ANDAMENTO DEMOGRAFICO	VALORI ASSOLUTI				VARIAZIONI ASSOLUTE				VARIAZIONI PERCENTUALI			
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	NAZIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	NAZIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	NAZIONE
ANNI												
1961	5.766	581.528	7.406.152	50.623.569								
1971	6.945	725.823	8.543.387	54.136.547	1.179	144.295	1.137.235	3.512.978	20,447	24,813	15,355	6,939
1981	7.627	788.057	8.891.652	56.556.911	682	62.234	348.265	2.420.364	9,820	8,574	4,076	4,471
1991	8.074	797.039	8.853.461	56.778.031	447	8.982	-38.191	221.120	5,861	1,140	-0,430	0,391
2001	8.405	820.575	9.121.714	56.923.524	331	23.536	268.253	145.493	4,100	2,953	3,030	0,256
2002	8.414	812.934	9.033.602	56.960.692	9	-7.641	-88.112	37.168	0,107	-0,931	-0,966	0,065
2003	8.489	818.940	9.110.496	56.993.742	75	6.006	76.894	33.050	0,891	0,739	0,851	0,058
2004	8.628	829.629	9.246.796	57.321.070	139	10.689	136.300	327.328	1,637	1,305	1,496	0,574
2005	8.740	843.250	9.393.092	57.888.245	112	13.621	146.296	567.175	1,298	1,642	1,582	0,989
2006	8.854	848.606	9.475.202	58.751.711	114	5.356	82.110	863.466	1,304	0,635	0,874	1,492
2007	8.856	855.400	9.545.441	59.131.287	2	6.794	70.239	379.576	0,023	0,801	0,741	0,646
2008	8.886	863.099	9.642.406	59.619.290	30	7.699	96.965	488.003	0,339	0,900	1,016	0,825
2009	8.833	871.448	9.742.676	60.045.068	-53	8.349	100.270	425.778	-0,596	0,967	1,040	0,714
2010	8.961	876.705	9.826.141	60.340.328	128	5.257	83.465	295.260	1,449	0,603	0,857	0,492
2011	9.014	883.285	9.917.714	60.626.442	53	6.580	91.573	286.114	0,591	0,751	0,932	0,474

ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011

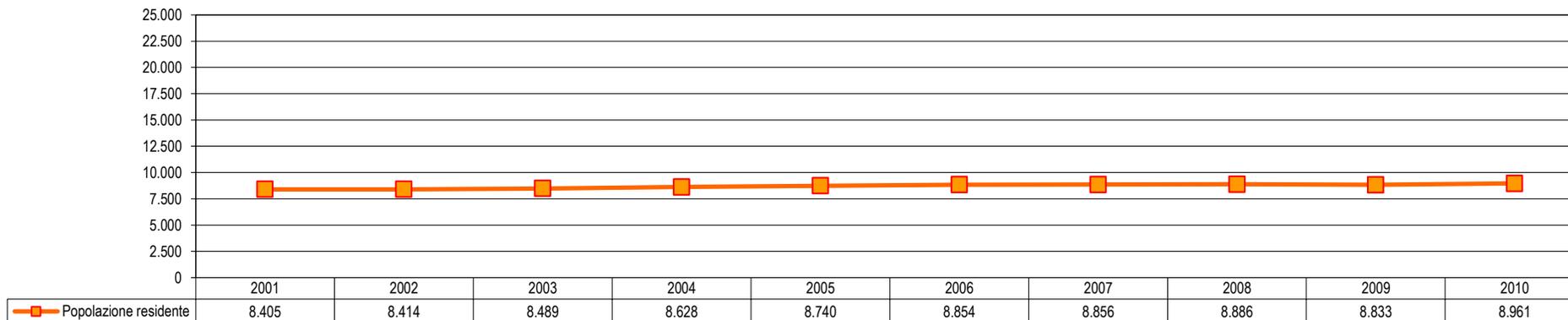


scala: 0 - 25.000

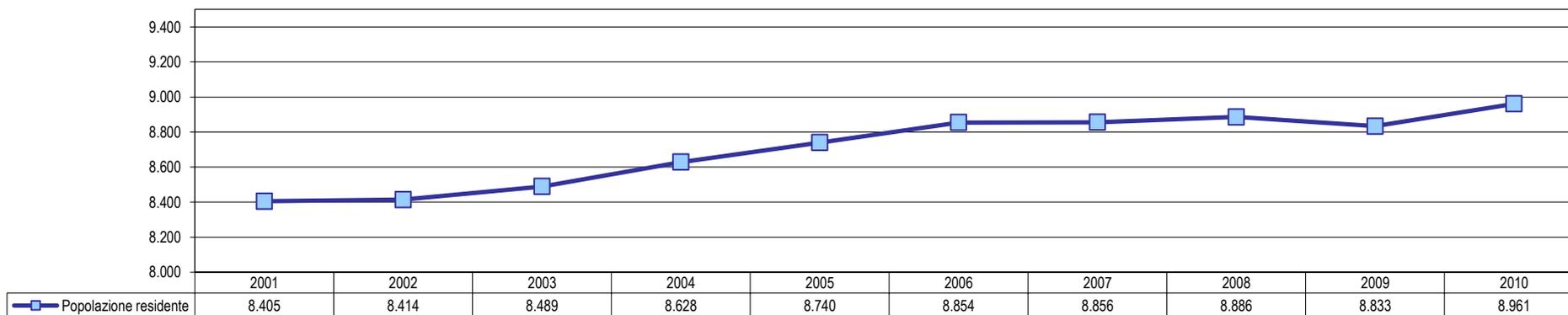


scala: 5.000 - 10.000

ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI ANNUALI DAL 1° GENNAIO 2001 AL 1° GENNAIO 2011



scala: 0 - 25.000



scala: 8.000 - 9.500

POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE

VALORI ASSOLUTI E INDICAZIONE DEI PRINCIPALI INDICI

CLASSI SOCIALI CLASSI D'ETA'	MASCHI					FEMMINE					TOTALI
	CELIBI	CONIUGATI	DIVORZIATI	VEDOVI	TOTALE MASCHI	NUBILI	CONIUGATE	DIVORZIATE	VEDOVE	TOTALE FEMMINE	
da 0 a 4	256				256	201				201	457
da 5 a 9	212				212	196				196	408
da 10 a 14	197				197	183				183	380
da 15 a 24	370	1			371	341	14			355	726
da 25 a 34	437	139	8		584	296	244	3	1	544	1.128
da 35 a 44	283	461	25		769	176	530	35	4	745	1.514
da 45 a 54	102	504	31		637	81	487	50	20	638	1.275
da 55 a 64	57	493	24	13	587	38	519	22	54	633	1.220
da 65 a 74	29	420	8	33	490	36	349	16	141	542	1.032
da 75 a 84	9	214	2	35	260	19	125	6	226	376	636
da 85 a 94	3	26		25	54	9	17		131	157	211
95 e oltre		2		3	5	1			21	22	27
TOTALI	1.955	2.260	98	109	4.422	1.577	2.285	132	598	4.592	9.014

POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE

PERCENTUALI SUI TOTALI VERTICALI

CLASSI SOCIALI CLASSI D'ETA'	MASCHI					FEMMINE				
	CELIBI	CONIUGATI	DIVORZIATI	VEDOVI	TOTALE MASCHI	NUBILI	CONIUGATE	DIVORZIATE	VEDOVE	TOTALE FEMMINE
da 0 a 4	13,09				5,79	12,75				4,38
da 5 a 9	10,84				4,79	12,43				4,27
da 10 a 14	10,08				4,45	11,60				3,99
da 15 a 24	18,93	0,04			8,39	21,62	0,61			7,73
da 25 a 34	22,35	6,15	8,16		13,21	18,77	10,68	2,27	0,17	11,85
da 35 a 44	14,48	20,40	25,51		17,39	11,16	23,19	26,52	0,67	16,22
da 45 a 54	5,22	22,30	31,63		14,41	5,14	21,31	37,88	3,34	13,89
da 55 a 64	2,92	21,81	24,49	11,93	13,27	2,41	22,71	16,67	9,03	13,78
da 65 a 74	1,48	18,58	8,16	30,28	11,08	2,28	15,27	12,12	23,58	11,80
da 75 a 84	0,46	9,47	2,04	32,11	5,88	1,20	5,47	4,55	37,79	8,19
da 85 a 94	0,15	1,15		22,94	1,22	0,57	0,74		21,91	3,42
95 e oltre		0,09		2,75	0,11	0,06			3,51	0,48
TOTALI	100,00									

POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE

PERCENTUALI SUI TOTALI ORIZZONTALI

CLASSI SOCIALI CLASSI D'ETA'	MASCHI				FEMMINE					TOTALI	
	CELIBI	CONIUGATI	DIVORZIATI	VEDOVI	TOTALE MASCHI	NUBILI	CONIUGATE	DIVORZIATE	VEDOVE		TOTALE FEMMINE
da 0 a 4	56,02				56,02	43,98				43,98	100,00
da 5 a 9	51,96				51,96	48,04				48,04	100,00
da 10 a 14	51,84				51,84	48,16				48,16	100,00
da 15 a 24	50,96	0,14			51,10	46,97	1,93			48,90	100,00
da 25 a 34	38,74	12,32	0,71		51,77	26,24	21,63	0,27	0,09	48,23	100,00
da 35 a 44	18,69	30,45	1,65		50,79	11,62	35,01	2,31	0,26	49,21	100,00
da 45 a 54	8,00	39,53	2,43		49,96	6,35	38,20	3,92	1,57	50,04	100,00
da 55 a 64	4,67	40,41	1,97	1,07	48,11	3,11	42,54	1,80	4,43	51,89	100,00
da 65 a 74	2,81	40,70	0,78	3,20	47,48	3,49	33,82	1,55	13,66	52,52	100,00
da 75 a 84	1,42	33,65	0,31	5,50	40,88	2,99	19,65	0,94	35,53	59,12	100,00
da 85 a 94	1,42	12,32		11,85	25,59	4,27	8,06		62,09	74,41	100,00
95 e oltre		7,41		11,11	18,52	3,70			77,78	81,48	100,00

POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE

PERCENTUALI SUL TOTALE GENERALE

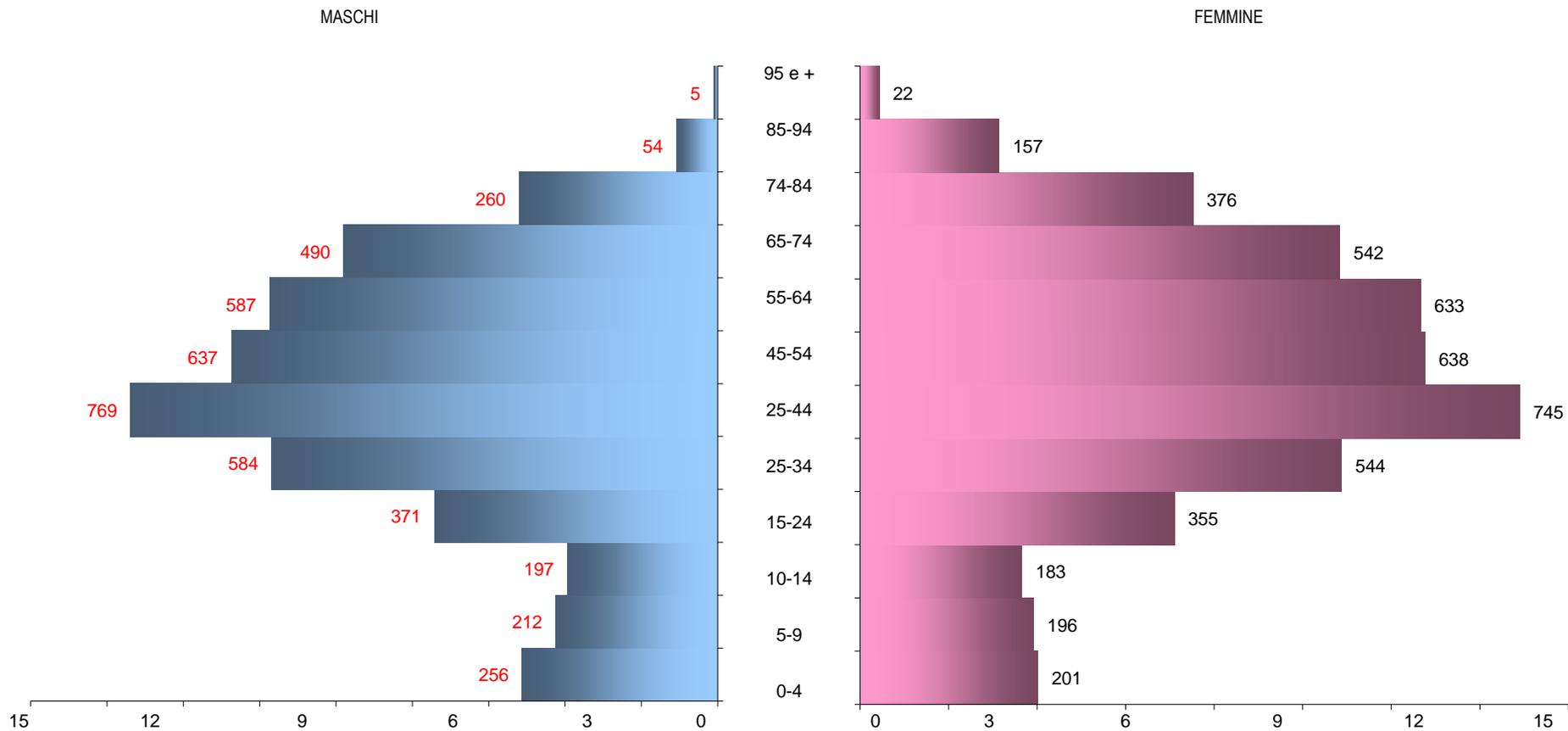
CLASSI SOCIALI CLASSI D'ETA'	MASCHI				FEMMINE					TOTALI	
	CELIBI	CONIUGATI	DIVORZIATI	VEDOVI	TOTALE MASCHI	NUBILI	CONIUGATE	DIVORZIATE	VEDOVE		TOTALE FEMMINE
da 0 a 4	2,84				2,84	2,23				2,23	5,07
da 5 a 9	2,35				2,35	2,17				2,17	4,53
da 10 a 14	2,19				2,19	2,03				2,03	4,22
da 15 a 24	4,10	0,01			4,12	3,78	0,16			3,94	8,05
da 25 a 34	4,85	1,54	0,09		6,48	3,28	2,71	0,03	0,01	6,04	12,51
da 35 a 44	3,14	5,11	0,28		8,53	1,95	5,88	0,39	0,04	8,26	16,80
da 45 a 54	1,13	5,59	0,34		7,07	0,90	5,40	0,55	0,22	7,08	14,14
da 55 a 64	0,63	5,47	0,27	0,14	6,51	0,42	5,76	0,24	0,60	7,02	13,53
da 65 a 74	0,32	4,66	0,09	0,37	5,44	0,40	3,87	0,18	1,56	6,01	11,45
da 75 a 84	0,10	2,37	0,02	0,39	2,88	0,21	1,39	0,07	2,51	4,17	7,06
da 85 a 94	0,03	0,29		0,28	0,60	0,10	0,19		1,45	1,74	2,34
95 e oltre		0,02		0,03	0,06	0,01			0,23	0,24	0,30
TOTALI	21,69	25,07	1,09	1,21	49,06	17,50	25,35	1,46	6,63	50,94	100,00

POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE*I PRINCIPALI INDICI DEMOGRAFICI*

	VERGIATE	VARESE	LOMBARDIA	ITALIA
INDICE DI VECCHIAIA	153,09	147,74	141,11	144,50
INDICE DI DIPENDENZA TOTALE	53,74	52,72	52,19	52,28
INDICE DI DIPENDENZA GIOVANILE	21,23	21,28	21,65	21,38
INDICE DI DIPENDENZA DEGLI ANZIANI	32,51	31,44	30,54	30,90
INDICE DI CARICO FAMILIARE	28,16	26,62	27,20	25,24
INDICE DI STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE IN ETÀ LAVORATIVA	124,98	122,59	122,19	116,48
INDICE DI RICAMBIO DELLA POPOLAZIONE IN ETÀ LAVORATIVA	180,00	147,40	145,61	130,35

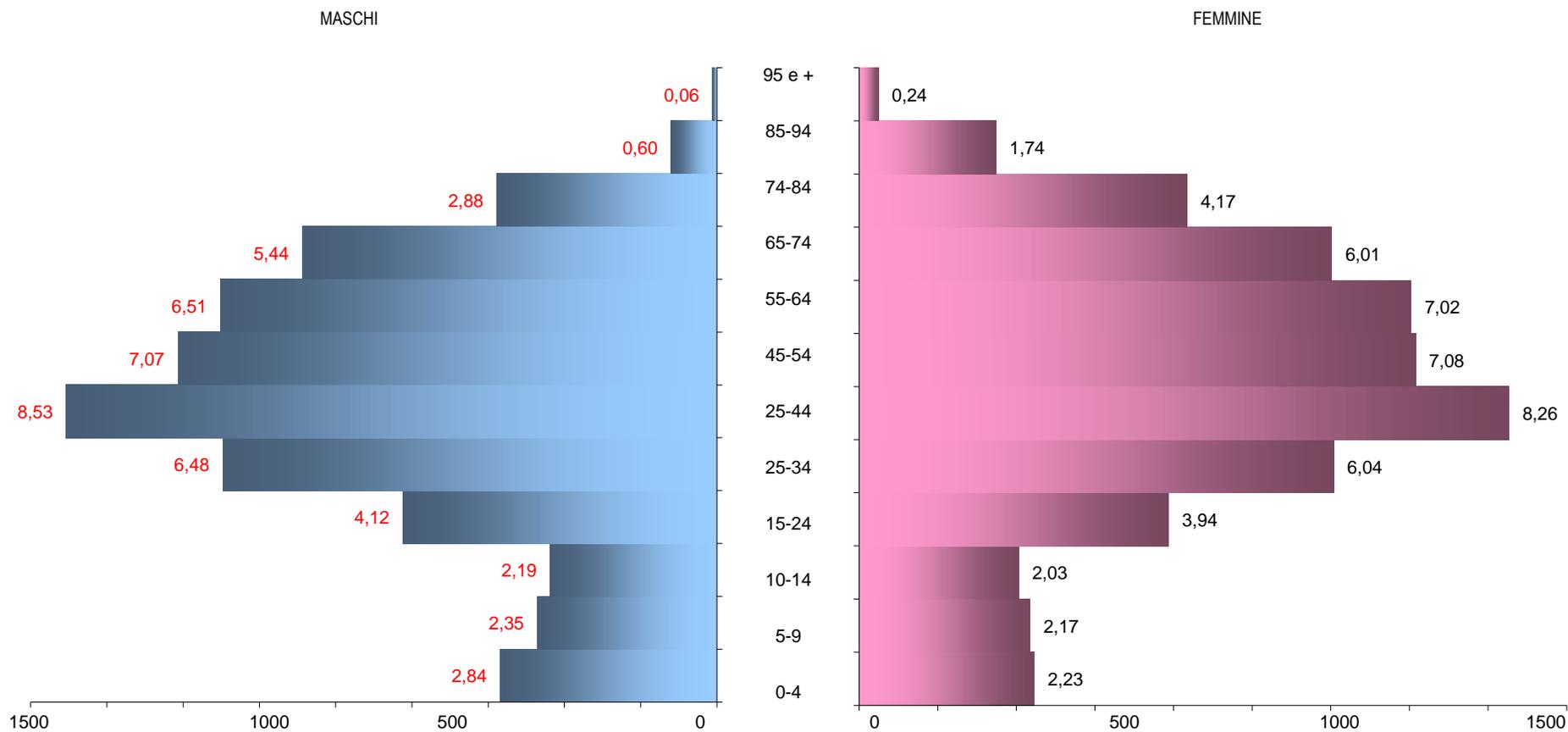
PIRAMIDE DELLE ETA'

VALORI ASSOLUTI



PIRAMIDE DELLE ETA'

VALORI PERCENTUALI SUL TOTALE POPOLAZIONE



COMUNE DI VERGIATE

Indice delle Tabelle

TAB. 1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' ESISTENTI	CONSISTENZE E INDICI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE E LORO RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE
TAB. 2	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO IN SEDE FISSA	CONSISTENZE E INDICI DI INGROSSO, DETTAGLIO, TABELLE SPECIALI E LORO RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE
TAB. 2.1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO SETTORI ALIMENTARE E NON ALIMENTARE	CONSISTENZE E INDICI
TAB. 3	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE	CONSISTENZE E INDICI PER TIPOLOGIA DI ATTIVITA' E LORO RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE
TAB. 3.1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE	CONSISTENZE E INDICI PER MODALITA' DI ESERCIZIO E LORO RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE
TAB. 4	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' PARACOMMERCIALI	CONSISTENZE E INDICI PER TIPOLOGIA DI ATTIVITA' E LORO RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE
TAB. 5	ATTIVITA' ECONOMICHE ESISTENTI	CONSISTENZE ATTIVITA' PREVALENTI E SECONDARIE
GRAFICO 5	ATTIVITA' ECONOMICHE ESISTENTI	CONSISTENZE ATTIVITA' PREVALENTI E SECONDARIE
TAB. 5.1	ATTIVITA' ECONOMICHE ESISTENTI	PERCENTUALI FORME PREVALENTI E SECONDARIE SUL TOTALE ATTIVITA'
TAB. 6	ELENCO GRANDI STRUTTURE NELL'ISOCRONA DI 30 MINUTI	
TAB.7	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE	CONSISTENZE PER SISTEMI COMMERCIALI VALORI ASSOLUTI

COMUNE DI VERGIATE

Indice delle Tabelle

GRAFICO 7.A	ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE - UNITA' LOCALI PER SISTEMI COMMERCIALI	
GRAFICO 7.B	ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE - SUPERFICI UNITA' LOCALI PER SISTEMI COMMERCIALI	
TAB. 7.1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE	PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE
GRAFICO 7.C	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE	PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE - RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE
TAB. 8	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE	CONSISTENZE PER SISTEMI COMMERCIALI VALORI MEDI
GRAFICO 8	ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE VALORI MEDI PER SISTEMI COMMERCIALI	
TAB. 9.1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	CONSISTENZE NEI SISTEMI COMMERCIALI - VALORI ASSOLUTI
TAB. 9.1.1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE
TAB. 9.2	SUPERFICI UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	CONSISTENZE PER SISTEMI COMMERCIALI VALORI ASSOLUTI
TAB. 9.2.1	SUPERFICI UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE
TAB. 10.1	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE	CONSISTENZE ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DEI SISTEMI COMMERCIALI
TAB. 10.2	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE	SUPERFICI "COMMERCIALI" ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DEI SISTEMI COMMERCIALI
TAB. 11	UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' ESISTENTI	CONSISTENZE E INDICI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

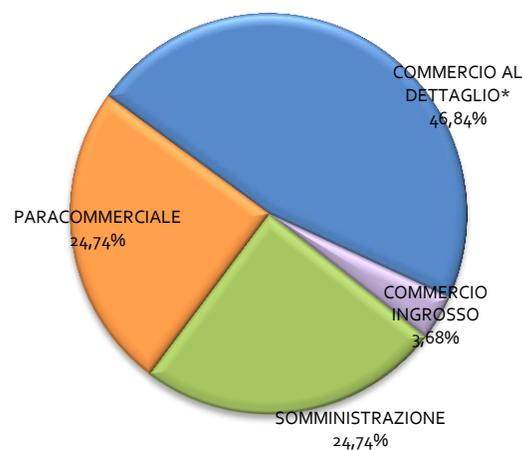
UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' ESISTENTI

CONSISTENZE E INDICI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

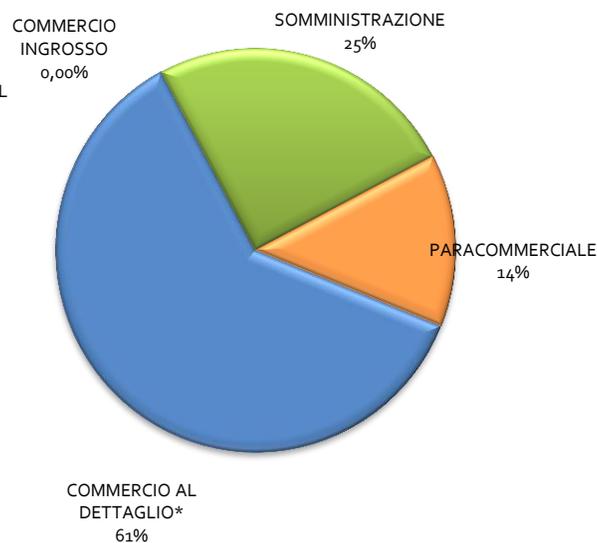
MACRO SETTORI DI ATTIVITA'	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
COMMERCIO AL DETTAGLIO*	89	23.383,80	262,74	101	2.594,16
COMMERCIO INGROSSO	7	0,00	0,00	1.288	0,00
SOMMINISTRAZIONE	47	9.624,70	204,78	192	1.067,75
PARACOMMERCIALE	47	5.278,85	112,32	192	585,63
LOCALI VUOTI	8	0,00	0,00	1.127	0,00
TOTALE	198	38.287,35	193,37	46	4.247,54

* LA VOCE "COMMERCIO AL DETTAGLIO" COMPRENDE LE ATTIVITÀ DI COMMERCIO IN SEDE FISSA ALIMENTARI E NON ALIMENTARI, LE EDICOLE, LE FARMACIE, LE TABACCHERIE E I DISTRIBUTORI DI CARBURANTE.

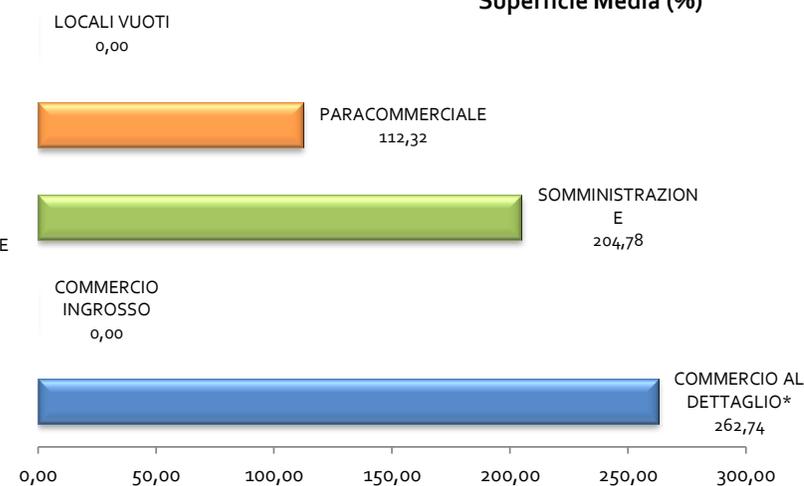
GRAF. 1A
n° Unità locali



GRAF. 1B
Superficie Autorizzata (%)



GRAF. 1C
Superficie Media (%)



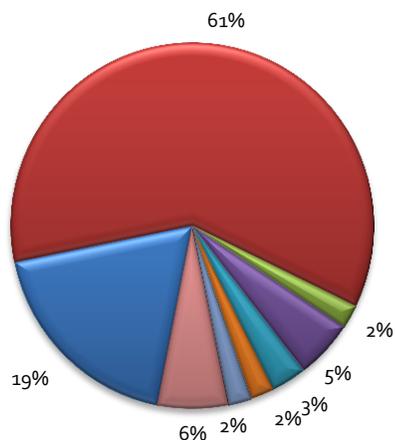
UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO IN SEDE FISSA

CONSISTENZE E INDICI DI INGROSSO, DETTAGLIO, TABELLE SPECIALI

COMMERCIO IN SEDE FISSA	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
DETTAGLIO ALIMENTARE	18	3.600,00	200,00	501	399,38
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	58	19.368,80	333,94	155	214,75
INGROSSO ALIMENTARE	2	0,00	0,00	4.507	0,00
INGROSSO NON ALIMENTARE	5	0,00	0,00	1.803	0,00
EDICOLE	3	85,00	28,33	3.005	9,43
FARMACIE	2	87,00	43,50	4.507	9,65
TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	2	32,00	16,00	4.507	3,55
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	6	211,00	35,17	1.502	23,41
TOTALE	96	23.383,80	243,58	94	2594,16

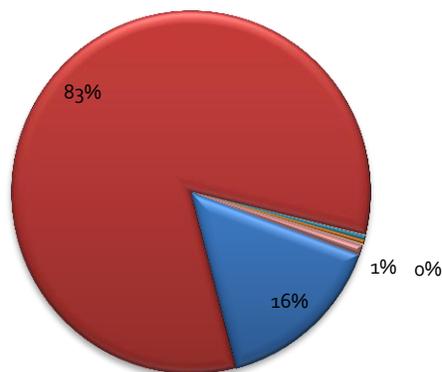
GRAF. 2A
n° Unità locali (%)

- DETTAGLIO ALIMENTARE
- DETTAGLIO NON ALIMENTARE
- INGROSSO ALIMENTARE
- INGROSSO NON ALIMENTARE
- EDICOLE
- FARMACIE
- TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO
- DISTRIBUTORI DI CARBURANTE



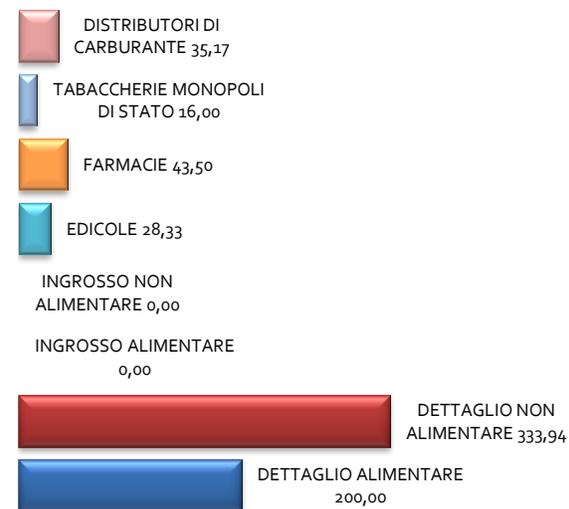
GRAF. 2B
Superficie autorizzata(%)

- DISTRIBUTORI DI CARBURANTE 35,17
- TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO 16,00
- FARMACIE 43,50
- EDICOLE 28,33
- INGROSSO NON ALIMENTARE 0,00
- INGROSSO ALIMENTARE 0,00



GRAF. 2C
Superficie Media (%)

- DETTAGLIO NON ALIMENTARE 333,94
- DETTAGLIO ALIMENTARE 200,00



UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO SETTORI ALIMENTARE E NON ALIMENTARE

CONSISTENZE E INDICI

COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
VICINATO	53	3.397	64,09	170	376,84
MEDIE STRUTTURE	19	7.989	420,47	474	886,29
GRANDI STRUTTURE	3	10.179	3.393,00	3.005	1129,24
FORME UNITARIE	1	1.404	1.404	9.014	155,76
delle quali <i>MEDIE STRUTTURE</i>	1	1.404	1.404,00	9.014	155,76
<i>GRANDI STRUTTURE</i>	-	-	-	-	-
TOTALE	76	22.969	302,22	119	2548,13
DI CUI SETTORE ALIMENTARE	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
VICINATO	15	712	47,47	601	78,99
MEDIE STRUTTURE	2	1.484	742,00	4.507	164,63
GRANDI STRUTTURE	0	0	-	-	0,00
FORME UNITARIE	1	1.404	1.404	9.014	155,76
delle quali <i>MEDIE STRUTTURE</i>	1	1.404	1.404,00	9.014	155,76
<i>GRANDI STRUTTURE</i>	-	-	-	-	-
TOTALE	18	3.600	200,00	501	399,38
DI CUI SETTORE NON ALIMENTARE	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
VICINATO	38	2.685	70,65	237	297,85
MEDIE STRUTTURE	17	6.505	382,65	530	721,66
GRANDI STRUTTURE	3	10.179	3.393,00	3.005	1129,24
FORME UNITARIE	0	0	0	0	0,00
delle quali <i>MEDIE STRUTTURE</i>	0	0	-	-	0,00
<i>GRANDI STRUTTURE</i>	-	-	-	-	-
TOTALE	58	19.369	333,94	155	2148,75

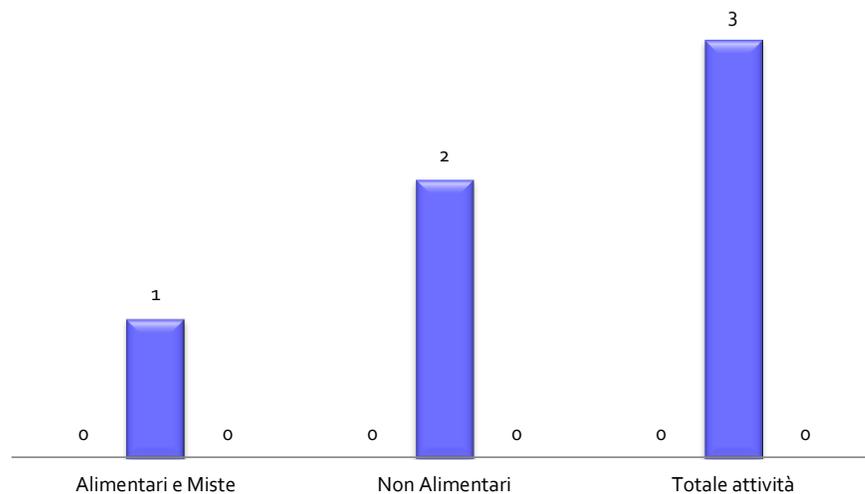
COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO SETTORI ALIMENTARE E NON ALIMENTARE

ATTIVITA' FACENTI PARTE DI AUTORIZZAZIONI UNITARIE

TIPOLOGIA	Alimentari e Miste	Non Alimentari	Totale attività	Superficie Alimentare e Mista	Superficie Non Alimentare	Superficie Totale
VICINATO	-	-	-	-	-	-
MEDIE STRUTTURE	1	2	3	1.000,00	404,00	1.404,00
GRANDI STRUTTURE	-	-	-	-	-	-
TOTALE	1	2	3	1.000,00	404,00	1.404,00

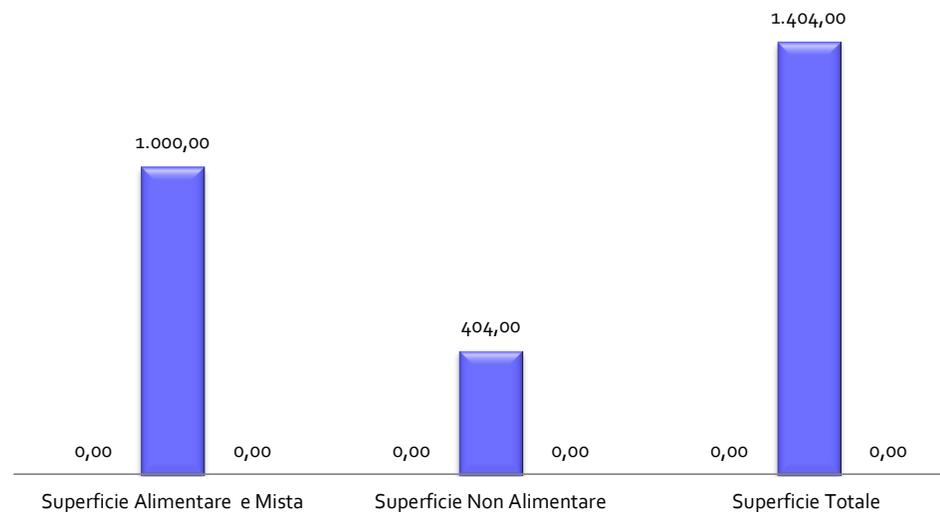
Attività commerciali interne a Forme Unitarie

■ VICINATO ■ MEDIE STRUTTURE ■ GRANDI STRUTTURE



Superficie attività commerciali interne a Forme Unitarie

■ VICINATO ■ MEDIE STRUTTURE ■ GRANDI STRUTTURE



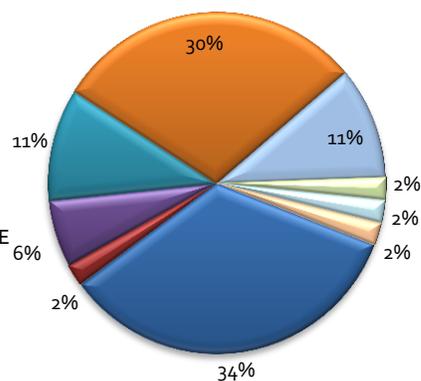
UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

CONSISTENZE E INDICI PER TIPOLOGIA DI ATTIVITA'

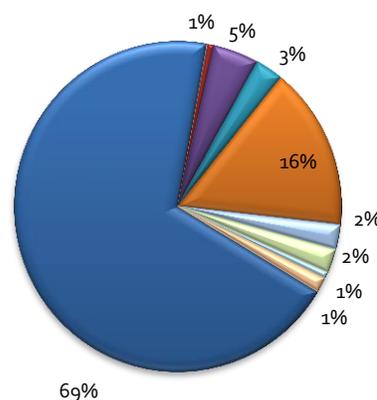
SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
A) RISTORANTI TRADIZIONALI	16	6665,10	416,57	563	739,42
B) RISTORANTI TIPICI LOMBARDI	1	64,00	64,00	9.014	7,10
C) TAVOLE CALDE, FAST-FOOD	-	-	-	-	-
D) PIZZERIE	3	434	144,67	3.005	48,15
E) BAR GASTRONOMICI	5	268,00	53,60	1.803	29,73
F) BAR TRADIZIONALI	14	1534,60	109,61	644	170,25
G) BAR PASTICCERIA, GELATERIA	5	232,00	46,40	1.803	25,74
H) WINE BAR, BIRRERIE, PUB, CAFFETTERIE	-	-	-	-	-
I) LOCALI SERALI	1	222,00	222,00	9.014	24,63
J) DISCOTECHES, SALE DA BALLO	-	-	-	-	-
K) IMPIANTI SPORTIVI E BALNEARI	1	65,00	65,00	9.014	7,21
N) CATERING	1	140	140	9.014	15,53
TOTALE	47	9624,70	204,78	192	1067,75

- A) RISTORANTI TRADIZIONALI
- B) RISTORANTI TIPICI LOMBARDI
- C) TAVOLE CALDE, FAST-FOOD
- D) PIZZERIE
- E) BAR GASTRONOMICI
- F) BAR TRADIZIONALI
- G) BAR PASTICCERIA, GELATERIA
- H) WINE BAR, BIRRERIE, PUB, CAFFETTERIE
- I) LOCALI SERALI
- J) DISCOTECHES, SALE DA BALLO
- K) IMPIANTI SPORTIVI E BALNEARI
- N) CATERING

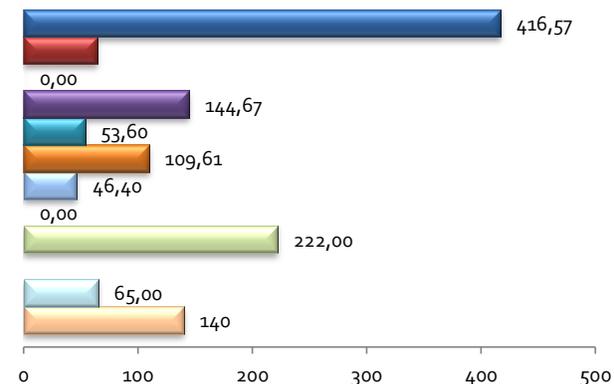
GRAF. 3A
n° Unità locali (%)



GRAF. 3B
Superficie autorizzata(%)



GRAF. 3C
Superficie Media (%)



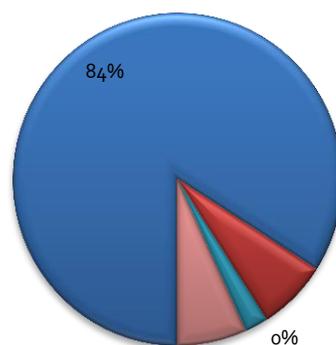
UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

CONSISTENZE E INDICI PER MODALITA' DI ESERCIZIO

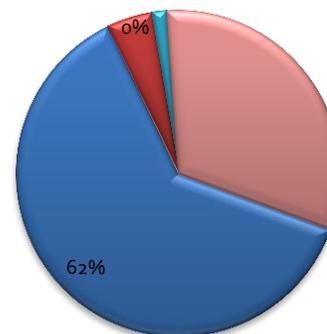
SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
AL PUBBLICO	37	5841,10	157,87	244	648,00
AL PUBBLICO IN SITUAZIONI PARTICOLARI	3	421,00	140,33	3.005	46,71
IN ESERCIZI NON APERTI AL PUBBLICO	0	0,00	0,00	0	0,00
NELLE SEDI ISTITUZIONALI DEI CIRCOLI PRIVATI	0	0,00	0,00	0	0,00
NEL DOMICILIO DEL CONSUMATORE	1	140,00	140,00	9.014	15,53
MEDIANTE DISTRIBUTORI AUTOMATICI	0	0,00	0,00	0	0,00
SU AREE PUBBLICHE	0	0,00	0,00	0	0,00
ALL'INTERNO DELLE STRUTTURE RICETTIVE	3	2968,60	989,53	3.005	329,33
NELL'AMBITO DI AZIENDE AGRITURISTICHE	0	0,00	0,00	0	0,00
TOTALE	44	9370,71	1427,73	15.267	1039,57

- AL PUBBLICO
- AL PUBBLICO IN SITUAZIONI PARTICOLARI
- IN ESERCIZI NON APERTI AL PUBBLICO
- NELLE SEDI ISTITUZIONALI DEI CIRCOLI PRIVATI
- NEL DOMICILIO DEL CONSUMATORE
- MEDIANTE DISTRIBUTORI AUTOMATICI
- SU AREE PUBBLICHE
- ALL'INTERNO DELLE STRUTTURE RICETTIVE
- NELL'AMBITO DI AZIENDE AGRITURISTICHE

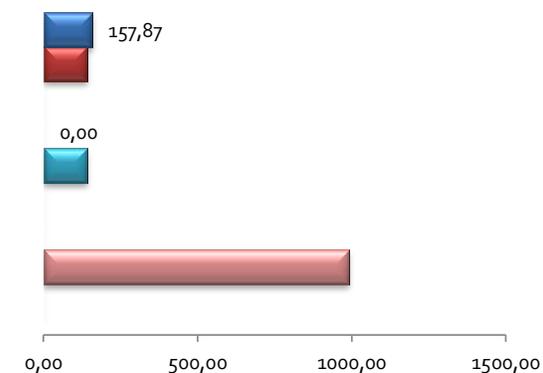
GRAF. 3.1A
n° Unità locali (%)



GRAF. 3.1B
Superficie autorizzata (%)



GRAF. 3.1C
Superficie Media (%)

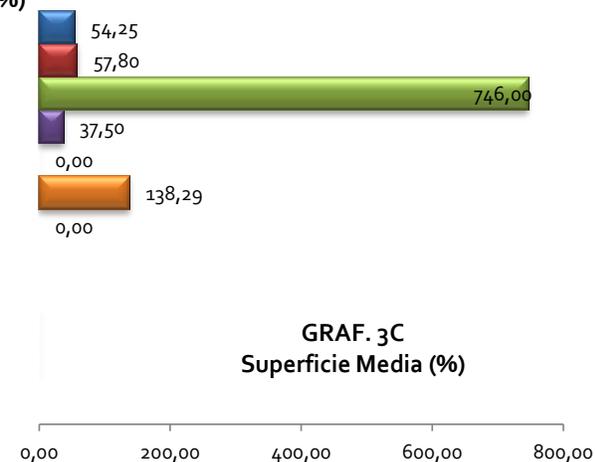
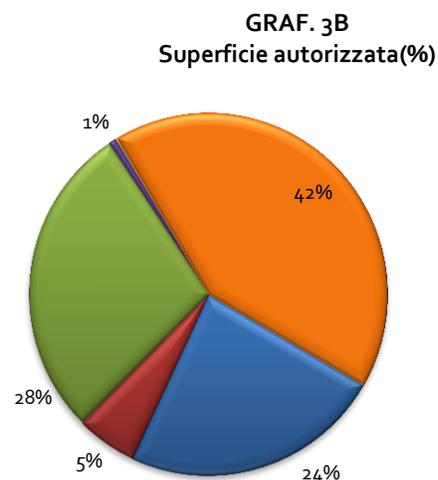
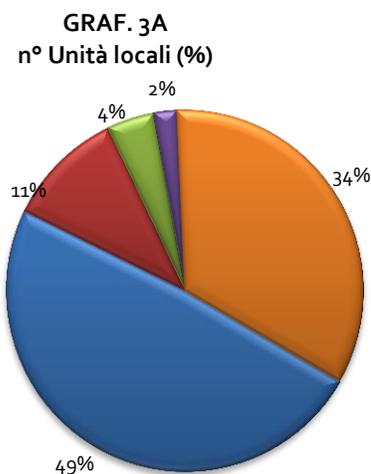


UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' PARACOMMERCIALI

CONSISTENZE E INDICI PER TIPOLOGIA DI ATTIVITA'

PARACOMMERCIALE	Numero Unità Locali	Superficie	Superficie media	Abitanti per esercizio	Mq per 1.000 abitanti
SERVIZI ALLA PERSONA	23	1247,65	54,25	392	138,41
PRODUZIONE ALIMENTI	5	289,00	57,80	1.803	32,06
TRATTENIMENTO E SVAGO	2	1492,00	746,00	4.507	165,52
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	1	37,50	37,50	9.014	4,16
SERVIZI DI COMUNICAZIONE	-	-	-	-	-
LABORATORI DI SERVIZI	16	2212,70	138,29	563	245,47
SERVIZI SANITARI E AFFINI	-	-	-	-	-
SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI	-	-	-	-	-
ATTIVITA' RICETTIVE	-	-	-	-	-
AGENZIE D'AFFARI	-	-	-	-	-
NOLEGGI	-	-	-	-	-
SERVIZI PER L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE	-	-	-	-	-
	47	5278,85	112,32	192	585,63

- SERVIZI ALLA PERSONA
- PRODUZIONE ALIMENTI
- TRATTENIMENTO E SVAGO
- AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE
- SERVIZI DI COMUNICAZIONE
- LABORATORI DI SERVIZI
- SERVIZI SANITARI E AFFINI
- SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI
- ATTIVITA' RICETTIVE
- AGENZIE D'AFFARI
- NOLEGGI



ATTIVITA' ECONOMICHE ESISTENTI

CONSISTENZE ATTIVITA' PREVALENTI E SECONDARIE

	Numero attività esercitate in forma		mq attività cui esercitate in forma		N° TOTALE	MQ TOTALI
	PREVALENTE	SECONDARIA	PREVALENTE	SECONDARIA		
COMMERCIO IN SEDE FISSA (DETTAGLIO E INGROSSO)	96	26	21.555,80	2.071,00	122	23.626,80
DETTAGLIO ALIMENTARE	18	3	2.873,00	84,00	21	2.957,00
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	58	15	18.358,80	981,00	73	19.339,80
INGROSSO ALIMENTARE	2	0	0,00	0,00	2	0,00
INGROSSO NON ALIMENTARE	5	3	0,00	971,00	8	971,00
EDICOLE	3	1	85,00	9,00	4	94,00
FARMACIE	2	0	67,00	0,00	2	67,00
TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	2	4	32,00	26,00	6	58,00
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	6	0	140,00	0,00	6	140,00
PARACOMMERCIALE	47	10	4.945,05	349,00	57	5.294,05
SERVIZI ALLA PERSONA	23	0	1.231,65	0,00	23	1.231,65
PRODUZIONE ALIMENTI	5	0	235,00	0,00	5	235,00
TRATTENIMENTO E SVAGO	2	3	1.392,00	349,00	5	1.741,00
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	1	0	37,50	0,00	1	37,50
SERVIZI DI COMUNICAZIONE	0	0	0,00	0,00	0	0,00
LABORATORI DI SERVIZI	16	1	2.048,90	0,00	17	2.048,90
SERVIZI SANITARI E AFFINI	0	1	0,00	0,00	1	0,00
SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI	0	0	0,00	0,00	0	0,00
ATTIVITA' RICETTIVE	0	5	0,00	4.022,40	5	4.022,40
AGENZIE D'AFFARI	0	0	0,00	0,00	0	0,00
NOLEGGI	0	0	0,00	0,00	0	0,00
SERVIZI PER L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIO	0	0	0,00	0,00	0	0,00
SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE	47	1	5.002,30	100,00	48	5.102,30
TOTALE ATTIVITA' ECONOMICHE	190	37	31.503,15	2.520,00	227	34.023,15

ATTIVITA' ECONOMICHE ESISTENTI

PERCENTUALI FORME PREVALENTI E SECONDARIE SUL TOTALE ATTIVITA'

	Numero attività esercitate in forma		mq attività cui esercitate in forma	
	PREVALENTE	SECONDARIA	PREVALENTE	SECONDARIA
COMMERCIO IN SEDE FISSA (DETTAGLIO E INGROSSO)	79%	21%	91%	9%
DETTAGLIO ALIMENTARE	86%	14%	97%	3%
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	79%	21%	95%	5%
INGROSSO ALIMENTARE	100%	0%	-	-
INGROSSO NON ALIMENTARE	63%	38%	0%	100%
EDICOLE	75%	25%	90%	10%
FARMACIE	100%	0%	100%	0%
TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	33%	67%	55%	45%
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	100%	0%	100%	0%
PARACOMMERCIALE	82%	18%	93%	7%
SERVIZI ALLA PERSONA	100%	0%	100%	0%
PRODUZIONE ALIMENTI	100%	0%	100%	0%
TRATTENIMENTO E SVAGO	40%	60%	80%	20%
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	100%	0%	100%	0%
SERVIZI DI COMUNICAZIONE	-	-	-	-
LABORATORI DI SERVIZI	94%	6%	100%	0%
SERVIZI SANITARI E AFFINI	0%	100%	-	-
SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI	-	-	-	-
ATTIVITA' RICETTIVE	0%	100%	0%	100%
AGENZIE D'AFFARI	-	-	-	-
NOLEGGI	-	-	-	-
SERVIZI PER L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE	-	-	-	-
SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE	98%	2%	98%	2%
TOTALE	84%	16%	93%	7%

ATTIVITA' ECONOMICHE ESISTENTI

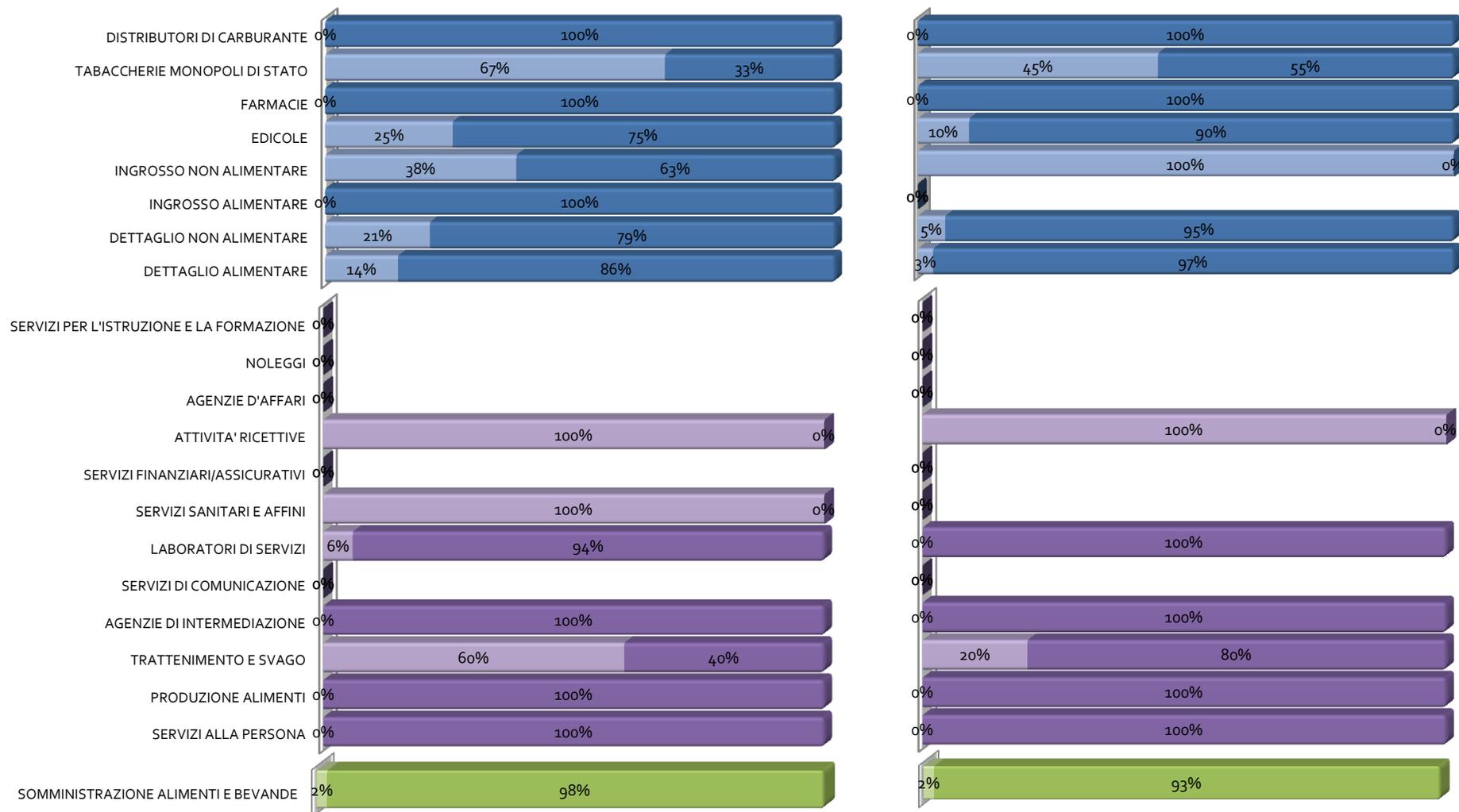
CONSISTENZE ATTIVITA' PREVALENTI E SECONDARIE

NUMERO ATTIVITA'

■ PREVALENTE

■ SECONDARIA

SUPERFICIE ATTIVITA'



ELENCO GRANDI STRUTTURE NELL'ISOCRONA DI 30 MINUTI

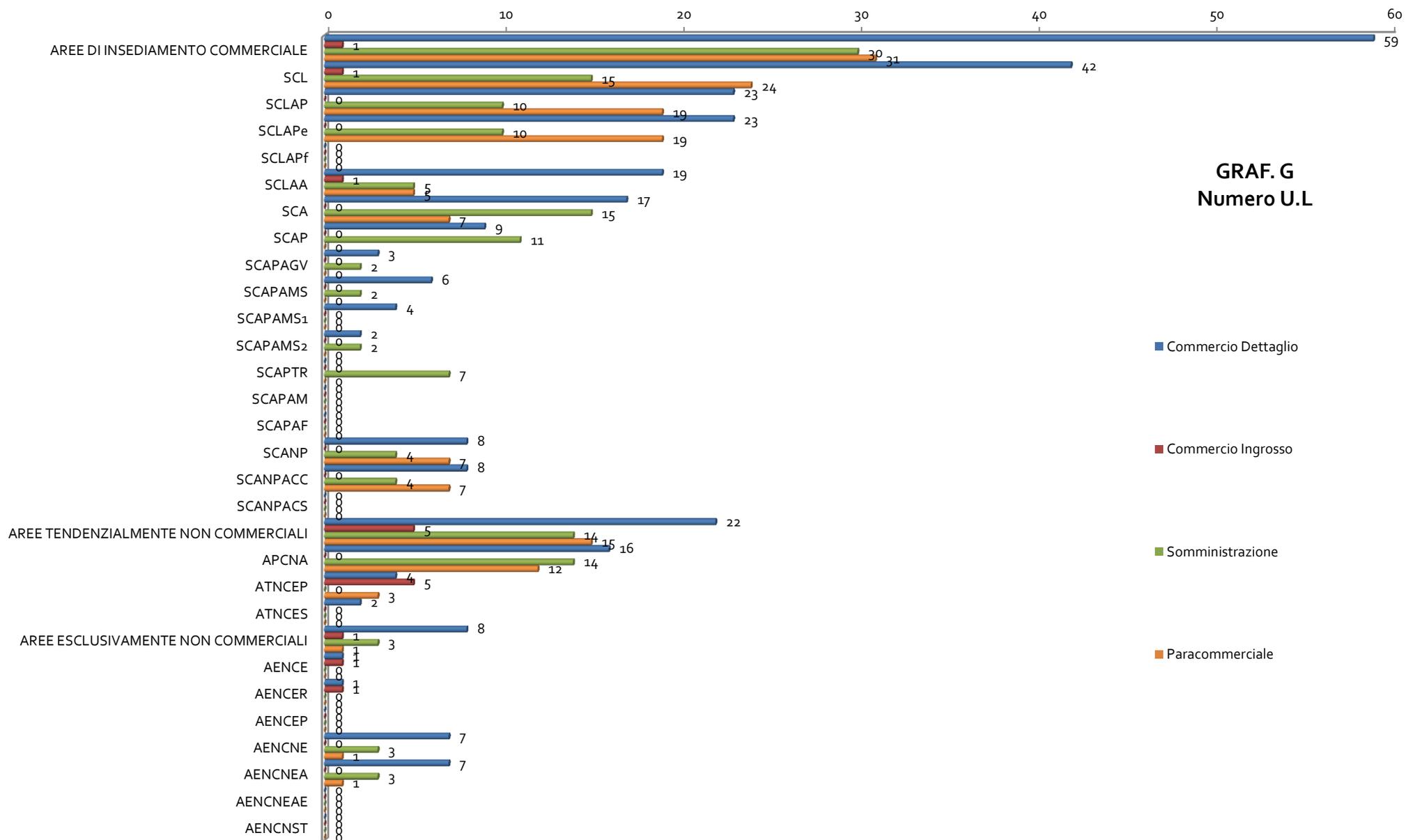
CODUL	REGIONE - PROV.	TITOLARE	COMUNE	INDIRIZZO	MQ ALIM	MQ NON ALIM	MQ TOTALI
57	LOMBARDIA - VA	CC IL GIGANTE	DAVERIO	SP VARESE-VERGIATE	1.476,00	5.694,00	7.170,00
81	LOMBARDIA - VA	CENTRO COMMERCIALE TICINO	BUSTO ARSIZIO	VIA DELLE ALLODOLE	2.320,00	930,00	3.250,00
82	LOMBARDIA - VA	CITY GARMENTS	BUSTO ARSIZIO	VIA FAGNANO OLONA	0,00	8.000,00	8.000,00
83	LOMBARDIA - VA	LE TORRI/ STORE HOUSE LOMBARDO SRL	BUSTO ARSIZIO	SS 33 SEMPIONE	0,00	3.300,00	3.300,00
89	LOMBARDIA - VA	CENTRO COMMERCIALE LAGHI	GALLARATE	VIA VARESE, 22	1.060,00	2.759,00	3.819,00
90	LOMBARDIA - VA	S.S.C. SRL - CARREFOUR	GALLARATE	VIALE MILANO, 163	4.981,00	3.321,00	8.302,00
91	LOMBARDIA - VA	IMMOBILIARE NUOVA VENEGONI SRL	GALLARATE	VIA VENEGONI ANGOLO VIALE LOMBARDIA	1.285,00	5.010,00	6.295,00
104	LOMBARDIA - VA	ESSELUNGA SPA	VENEGONO INFERIORE	VIA KENNEDY/ANG. VIA CHIESA	2.075,00	2.805,00	4.880,00
105	LOMBARDIA - VA	TONAZZO LUIGI	VENEGONO INFERIORE	VIA D.CHIESA	0,00	10.658,00	10.658,00
111	LOMBARDIA - VA	CONFORAMA ITALIA SPA	VERGIATE	VIA SEMPIONE, 64	0,00	5.390,00	5.390,00
112	LOMBARDIA - VA	CONFORAMA ITALIA SPA	VERGIATE	VIA SEMPIONE, 63	0,00	3.061,00	3.061,00
113	LOMBARDIA - VA	BALCONI GUERINO LEGNAMI SNC	VERGIATE	VIA SEMPIONE, 51	0,00	1.728,00	1.728,00
167	LOMBARDIA - VA	LEROY MERLIN ITALIA SRL	SOLBIATE ARNO	VIA DEL LAVORO, 40	0,00	9.840,00	9.840,00
175	LOMBARDIA - VA	IL GIGANTE SPA	SOMMA LOMBARDO	V. SORAGANA, 1	1.960,00	7.533,00	9.493,00
217	LOMBARDIA - VA	ESSELUNGA SPA	OLGIATE OLONA	VIA FAGNANO, 10	2.985,00	1.390,00	4.375,00
219	LOMBARDIA - VA	CORTI SRL	OLGIATE OLONA	VIA DELLA REPUBBLICA, 5	0,00	3.425,00	3.425,00
262	LOMBARDIA - VA	FACIB DI CORTESI & C SPA	SOLBIATE OLONA	VIA PER FAGNANO, 11	0,00	1.800,00	1.800,00
263	LOMBARDIA - VA	IPER MONTEBELLO SPA	SOLBIATE OLONA	VIA PER BUSTO ARSIZIO 11	5.000,00	6.682,00	11.682,00
345	LOMBARDIA - VA	F.LLI RIGOLIO SNC	CARDANO AL CAMPO	VIA GARIBALDI, 4	0,00	3.320,00	3.320,00
456	LOMBARDIA - VA	CONSORZIO AGRARIO PROVINCIALE - CASA ARREDO GALLARATE	GALLARATE	VIA AMBROSOLI,14	0,00	3.720,00	3.720,00
457	LOMBARDIA - VA	MEDIAMARKET SPA	GALLARATE	VIALE MILANO, 99	0,00	3.130,00	3.130,00
458	LOMBARDIA - VA	SSC.SRL - CENTRO COMMERCIALE MAPLENSA UNO -	GALLARATE	VIAL LARIO,37	3.090,00	2.431,00	5.521,00
470	LOMBARDIA - VA	TIGROS SPA	SOLBIATE ARNO	VIA DEL LAVORO, 45	1.950,00	2.050,00	4.000,00
500	PIEMONTE - NO	BENNET	CASTELLETTO TICINO	VIA SEMPIONE, 140	0,00	0,00	4.999,00
501	PIEMONTE - NO	ESSELUNGA	CASTELLETTO TICINO	VIA SEMPIONE LOCALITA' TRE STRADE	0,00	0,00	4.498,00
504	PIEMONTE - NO	CC VELA	DORMELLETO	CORSO CAVOUR 35	0,00	0,00	2.785,00
502	PIEMONTE - NO	BRICO CENTER	CASTELLETTO TICINO	VIA SEMPIONE-LOCALITA' TRE STRADE	0,00	2.504,00	2.504,00
505	PIEMONTE - NO	IL GIGANTE	VARALLO POMBIA	LOCALITA' MIRABELLA - S.S. N. 32 TICINESE	0,00	0,00	4.500,00
503	PIEMONTE - NO	CARREFOUR (EUROSPIN)	CASTELLETTO TICINO	VIA SEMPIONE KM 58.600	0,00	0,00	2.099,00
506	PIEMONTE - NO	MERCATONE UNO	POMBIA	VIA MOLINO ROSSO 9/C	0,00	3.500,00	3.500,00

UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

CONSISTENZE PER SISTEMI COMMERCIALI VALORI ASSOLUTI

AREE DI INESEDIAMENTO		COMMERCIO AL DETTAGLIO		COMMERCIO ALL'INGROSSO		SOMMINISTRAZIONE		PARACOMMERCIALE	
		N°	MQ	N°	MQ	N°	MQ	N°	MQ
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE		AIC							
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	59	19.745,80	1	0,00	30	6.470,70	31	3.035,55
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	42	6.086,80	1	0,00	15	1.557,60	24	2.550,10
SCLAPe	ESISTENTI CENTRO	23	1.227,00	0	0,00	10	788,60	19	952,10
SCLAPf	FUTURO SVILUPPO	23	1.227,00	0	0,00	10	788,60	19	952,10
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI	19	4.859,80	1	0,00	5	769,00	5	1.598,00
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	17	13.659,00	0	0,00	15	4.913,10	7	485,45
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE	9	13.217,00	0	0,00	11	4.425,10	0	0,00
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE	3	10.179,00	0	0,00	2	213,00	0	0,00
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	6	3.038,00	0	0,00	2	356,00	0	0,00
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	4	710,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	2	2.328,00	0	0,00	2	356,00	0	0,00
SCAPAM	AREE MERCATALI	0	0,00	0	0,00	7	3.856,10	0	0,00
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	8	442,00	0	0,00	4	488,00	7	485,45
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	8	442,00	0	0,00	4	488,00	7	485,45
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI		ATNC							
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	22	3.096,00	5	0,00	14	1.362,00	15	1.402,30
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	16	1.712,00	0	0,00	14	1.362,00	12	832,30
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI		AENC							
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	4	1.281,00	5	0,00	0	0,00	3	570,00
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	2	103,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	8	542,00	1	0,00	3	1.792,00	1	841,00
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	1	154	1	0	0	0	0	0
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	1	154,00	1	0,00	0	0,00	0	0,00
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTALE		89	23.383,80	7	0,00	47	9.624,70	47	5.278,85

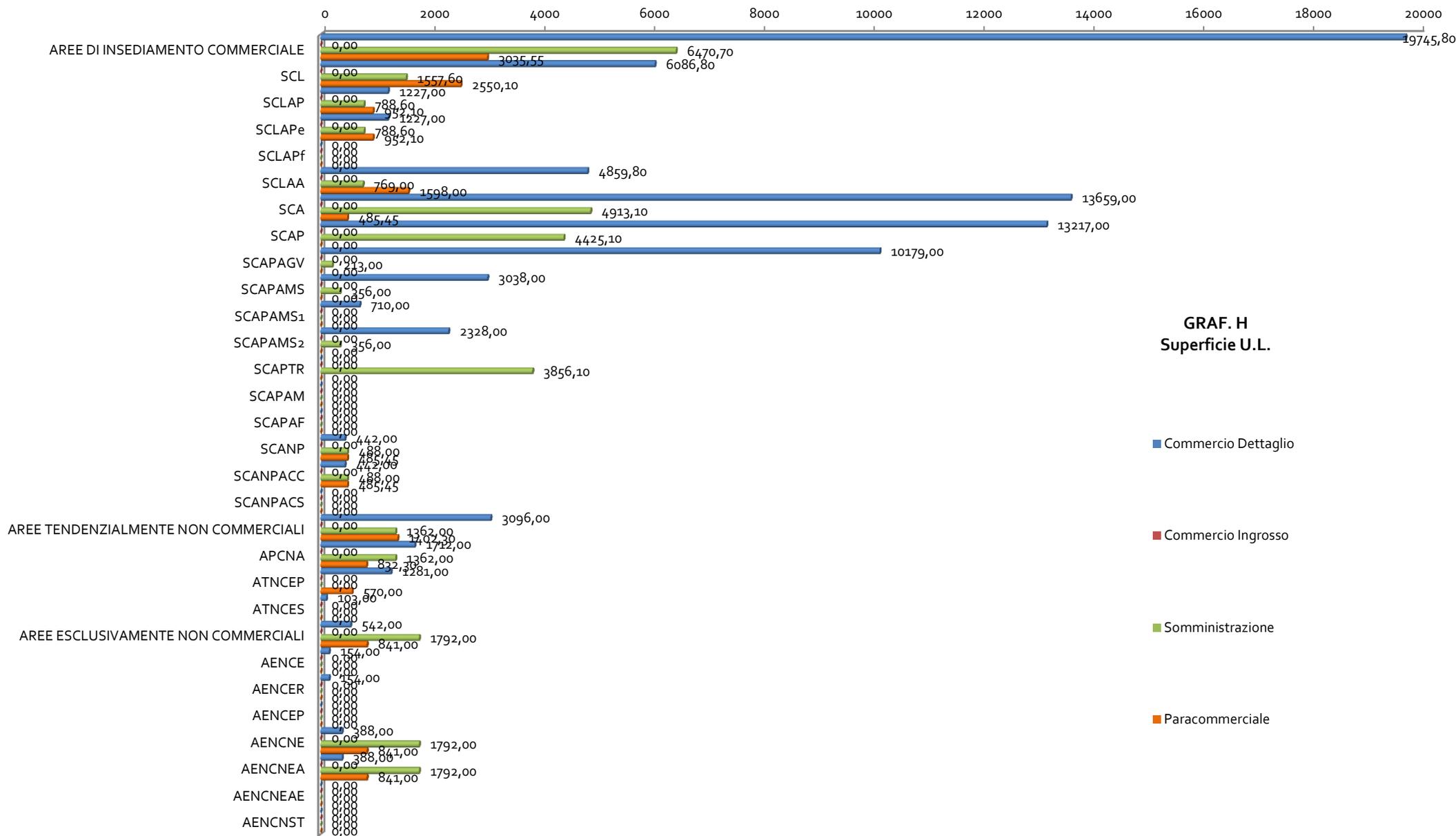
ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE - UNITA' LOCALI PER SISTEMI COMMERCIALI



GRAF. G
Numero U.L.

- Commercio Dettaglio
- Commercio Ingrosso
- Somministrazione
- Paracommerciale

ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE - SUPERFICI UNITA' LOCALI PER SISTEMI COMMERCIALI



GRAF. H
Superficie U.L.

- Commercio Dettaglio
- Commercio Ingrosso
- Somministrazione
- Paracommerciale

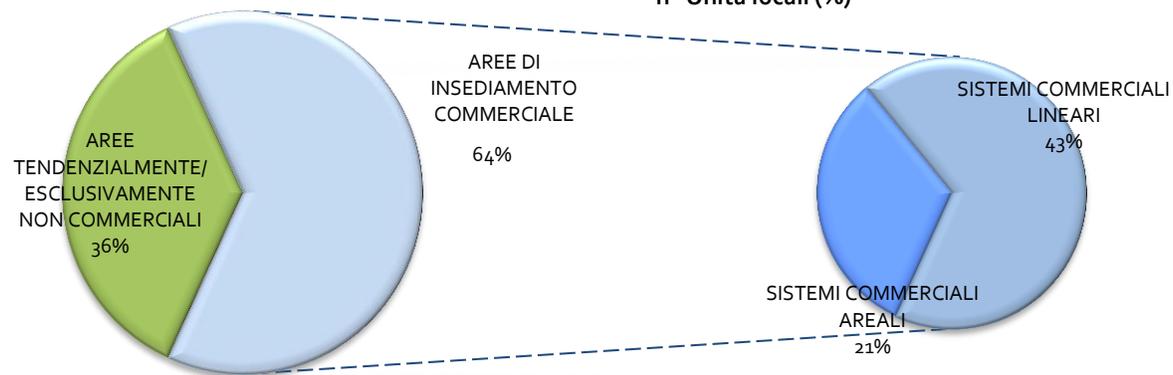
UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE
PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE

AREE DI INESEDIAMENTO		COMMERCIO AL DETTAGLIO		COMMERCIO ALL'INGROSSO		SOMMINISTRAZIONE		PARACOMMERCIALE			
		N°	MQ	N°	MQ	N°	MQ	N°	MQ		
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE		AIC		66,29%	22186,29%	1,12%	0,00%	33,71%	7270,45%	34,83%	3410,73%
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	47,19%	6839,10%	1,12%	0,00%	16,85%	1750,11%	26,97%	2865,28%		
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	25,84%	1378,65%	0,00%	0,00%	11,24%	886,07%	21,35%	1069,78%		
ESISTENTI CENTRO		25,84%	5,25%	0,00%	0,00%	21,28%	8,19%	40,43%	18,04%		
FUTURO SVILUPPO		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	21,35%	20,78%	14,29%	0,00%	10,64%	7,99%	10,64%	30,27%		
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI	19,10%	58,41%	0,00%	0,00%	31,91%	51,05%	14,89%	9,20%		
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	10,11%	56,52%	0,00%	0,00%	23,40%	45,98%	0,00%	0,00%		
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE	3,37%	43,53%	0,00%	0,00%	4,26%	2,21%	0,00%	0,00%		
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE	6,74%	12,99%	0,00%	0,00%	4,26%	3,70%	0,00%	0,00%		
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	4,49%	3,04%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	2,25%	9,96%	0,00%	0,00%	4,26%	3,70%	0,00%	0,00%		
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,89%	40,06%	0,00%	0,00%		
SCAPAM	AREE MERCATALI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	8,99%	1,89%	0,00%	0,00%	8,51%	5,07%	14,89%	9,20%		
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	8,99%	1,89%	0,00%	0,00%	8,51%	5,07%	14,89%	9,20%		
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI		ATNC		24,72%	13,24%	71,43%	0,00%	29,79%	14,15%	31,91%	26,56%
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	17,98%	7,32%	0,00%	0,00%	29,79%	14,15%	25,53%	15,77%		
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	4,49%	5,48%	71,43%	0,00%	0,00%	0,00%	6,38%	10,80%		
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	2,25%	0,44%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI		AENC		8,99%	2,32%	14,29%	0,00%	6,38%	18,62%	2,13%	15,93%
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	1,12%	0,66%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	1,12%	0,66%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	7,87%	1,66%	0,00%	0,00%	6,38%	18,62%	2,13%	15,93%		
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	7,87%	1,66%	0,00%	0,00%	6,38%	18,62%	2,13%	15,93%		
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%		
TOTALE		100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%		

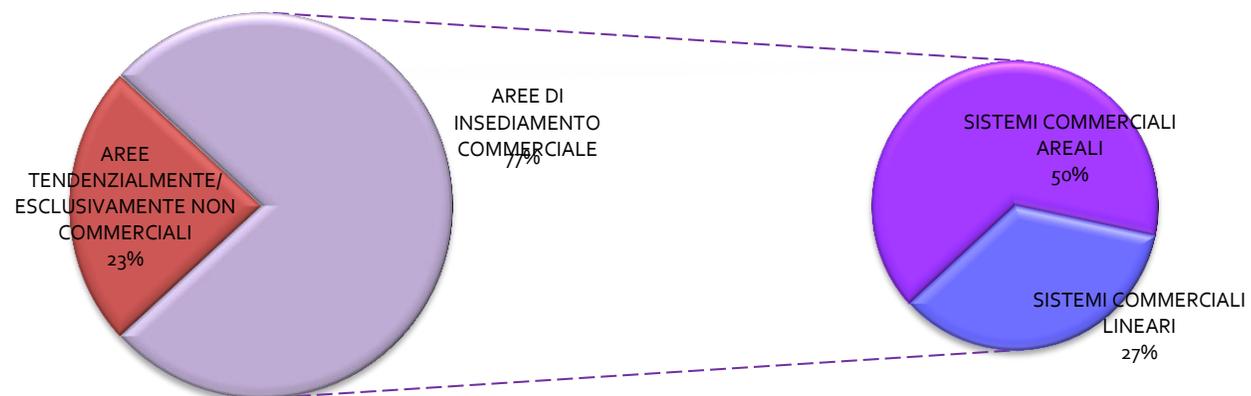
UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE - RAPPRESENTAZIONI GRAFICHE

GRAF. 6C.1
n° Unità locali (%)



GRAF. 6C.2
SV Unità locali (%)

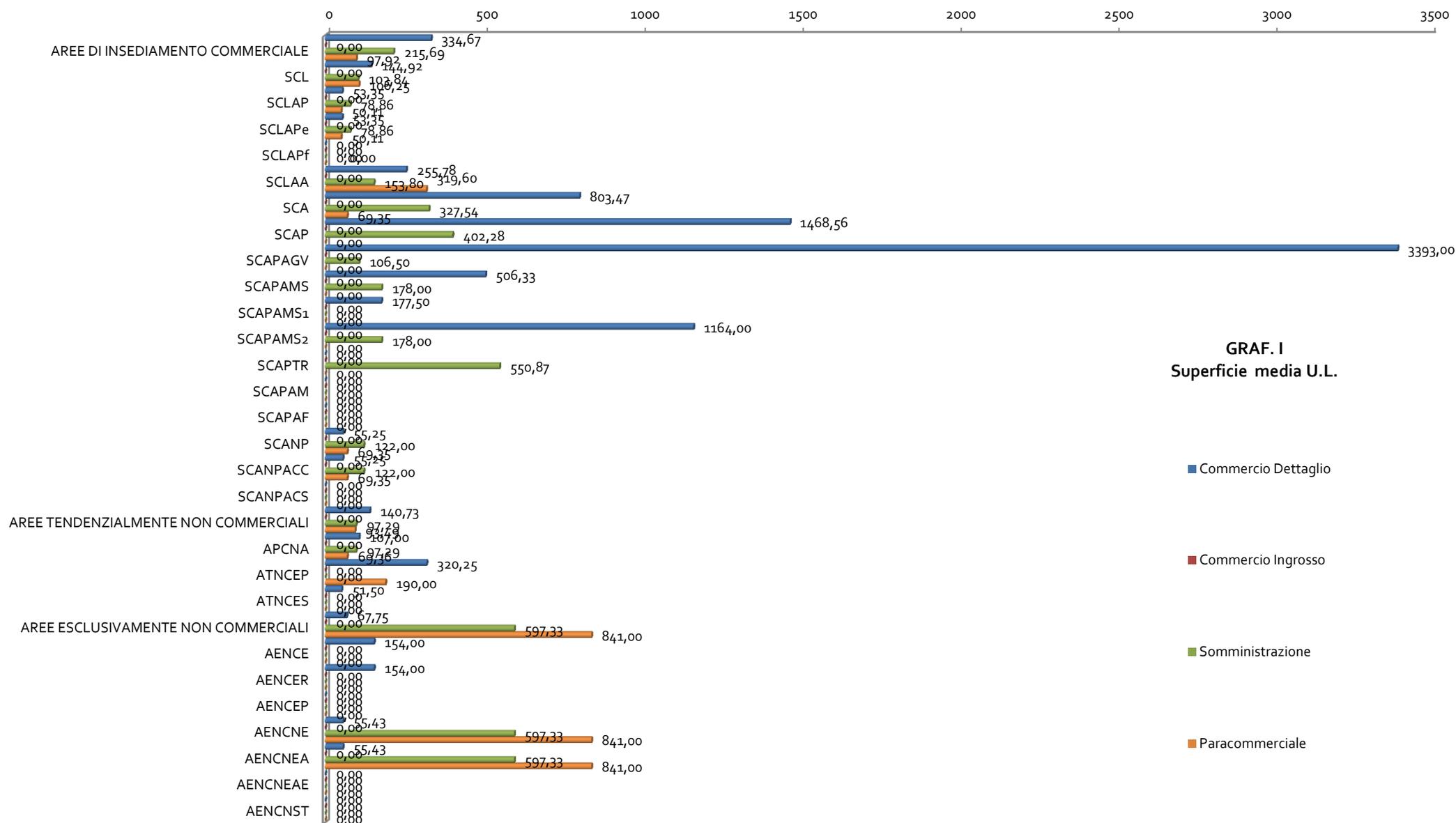


UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

CONSISTENZE PER SISTEMI COMMERCIALI VALORI MEDI

AREE DI INSEDIAMENTO		COMMERCIO AL DETTAGLIO	COMMERCIO ALL'INGROSSO	SOMMINISTRAZIONE	PARACOMMERCIALE
		Sup. media Mq	Sup. media Mq	Sup. media Mq	Sup. media Mq
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	AIC	334,67	0,00	215,69	97,92
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	144,92	0,00	103,84	106,25
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	53,35	-	78,86	50,11
	ESISTENTI CENTRO	53,35	-	78,86	50,11
	FUTURO SVILUPPO	-	-	-	-
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	255,78	0,00	153,80	319,60
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI	803,47	-	327,54	69,35
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	1468,56	-	402,28	-
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE	3393,00	-	106,50	-
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE	506,33	-	178,00	-
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	177,50	-	-	-
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	1164,00	-	178,00	-
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	-	-	550,87	-
SCAPAM	AREE MERCATALI	-	-	-	-
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	-	-	-	-
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	55,25	-	122,00	69,35
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	55,25	-	122,00	69,35
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	-	-	-	-
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI	ATNC	140,73	0,00	97,29	93,49
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	107,00	-	97,29	69,36
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	320,25	0,00	-	190,00
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	51,50	-	-	-
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	AENC	67,75	0,00	597,33	841,00
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	154,00	0,00	-	-
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	154,00	0,00	-	-
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	-	-	-	-
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	55,43	-	597,33	841,00
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	55,43	-	597,33	841,00
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	-	-	-	-
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	-	-	-	-
TOTALE		262,74	0,00	204,78	112,32

ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE VALORI MEDI PER SISTEMI COMMERCIALI



GRAF. I
Superficie media U.L.

- Commercio Dettaglio
- Commercio Ingresso
- Somministrazione
- Paracommerciale

UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

CONSISTENZE NEI SISTEMI COMMERCIALI - VALORI ASSOLUTI

AREE DI INESEDIAMENTO		DETTAGLIO ALIMENTARE	DETTAGLIO NON ALIMENTARE	EDICOLE	FARMACIE	TABACCHI	CARBURANTE	
		U.L.						
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	AIC	13	40	2	1	1	2	
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	9	30	1	0	1	1	
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	7	14	1	0	1	0	
	ESISTENTI CENTRO	7	14	1	0	1	0	
	FUTURO SVILUPPO	0	0	0	0	0	0	
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	2	16	0	0	0	1	
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI	4	10	1	1	0	1	
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	2	6	0	0	0	1	
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE	0	3	0	0	0	0	
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE	2	3	0	0	0	0	
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	0	3	0	0	0	1	
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	2	0	0	0	0	0	
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	0	0	0	0	0	0	
SCAPAM	AREE MERCATALI	0	0	0	0	0	0	
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0	0	0	0	0	0	
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	2	4	1	1	0	0	
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	2	4	1	1	0	0	
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	0	0	0	0	0	0	
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI	ATNC	4	14	1	1	1	1	
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	3	10	1	0	1	1	
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	0	4	0	0	0	0	
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	1	0	0	1	0	0	
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	AENC	1	4	0	0	0	3	
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	0	1	0	0	0	0	
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	0	1	0	0	0	0	
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	0	0	0	0	0	0	
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	1	3	0	0	0	3	
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	1	3	0	0	0	3	
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	0	0	0	0	0	0	
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0	0	0	0	0	0	
TOTALE		18	58	3	2	2	6	

UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE

AREE DI INSEDIAMENTO		DETTAGLIO ALIMENTARE	DETTAGLIO NON ALIMENTARE	EDICOLE	FARMACIE	TABACCHI	CARBURANTE
		% U.L.					
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	AIC	72,22%	68,97%	66,67%	50,00%	50,00%	33,33%
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	50,00%	51,72%	33,33%	0,00%	50,00%	16,67%
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	38,89%	24,14%	33,33%	0,00%	50,00%	0,00%
ESISTENTI CENTRO		38,89%	24,14%	33,33%	0,00%	50,00%	0,00%
FUTURO SVILUPPO		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	11,11%	27,59%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI	22,22%	17,24%	33,33%	50,00%	0,00%	16,67%
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	11,11%	10,34%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE	0,00%	5,17%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE	11,11%	5,17%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	0,00%	5,17%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAM	AREE MERCATALI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	11,11%	6,90%	33,33%	50,00%	0,00%	0,00%
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	11,11%	6,90%	33,33%	50,00%	0,00%	0,00%
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI		ATNC	22,22%	24,14%	33,33%	50,00%	16,67%
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	16,67%	17,24%	33,33%	0,00%	50,00%	16,67%
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	0,00%	6,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	5,56%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI		AENC	5,56%	6,90%	0,00%	0,00%	50,00%
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	0,00%	1,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	0,00%	1,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	5,56%	5,17%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	5,56%	5,17%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTALE		100%	100%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

SUPERFICI UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

CONSISTENZE PER SISTEMI COMMERCIALI VALORI ASSOLUTI

AREE DI INSEDIAMENTO		DETTAGLIO ALIMENTARE	DETTAGLIO NON ALIMENTARE	EDICOLE	FARMACIE	TABACCHI	CARBURANTE
		SUPERFICIE DI VENDITA (MQ)					
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	AIC	3.419,00	16.156,80	41,00	44,00	25,00	60,00
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI	971,00	5.051,80	9,00	0,00	25,00	30,00
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE	331,00	862,00	9,00	0,00	25,00	0,00
	ESISTENTI CENTRO	331,00	862,00	9,00	0,00	25,00	0,00
	FUTURO SVILUPPO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE	640,00	4.189,80	0,00	0,00	0,00	30,00
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI	2.448,00	11.105,00	32,00	44,00	0,00	30,00
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI	2.328,00	10.859,00	0,00	0,00	0,00	30,00
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE	0,00	10.179,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE	2.328,00	680,00	0,00	0,00	0,00	30,00
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1	0,00	680,00	0,00	0,00	0,00	30,00
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2	2.328,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SCAPAM	AREE MERCATALI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI	120,00	246,00	32,00	44,00	0,00	0,00
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI	120,00	246,00	32,00	44,00	0,00	0,00
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI	ATNC	143,00	2.828,00	44,00	43,00	7,00	31,00
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA	83,00	1.547,00	44,00	0,00	7,00	31,00
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI	0,00	1.281,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO	60,00	0,00	0,00	43,00	0,00	0,00
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	AENC	38,00	384,00	0,00	0,00	0,00	120,00
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI	0,00	154,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI	0,00	154,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI	38,00	230,00	0,00	0,00	0,00	120,00
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA	38,00	230,00	0,00	0,00	0,00	120,00
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTALE		3.600,00	19.368,80	85,00	87,00	32,00	211,00

SUPERFICI UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' DI COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

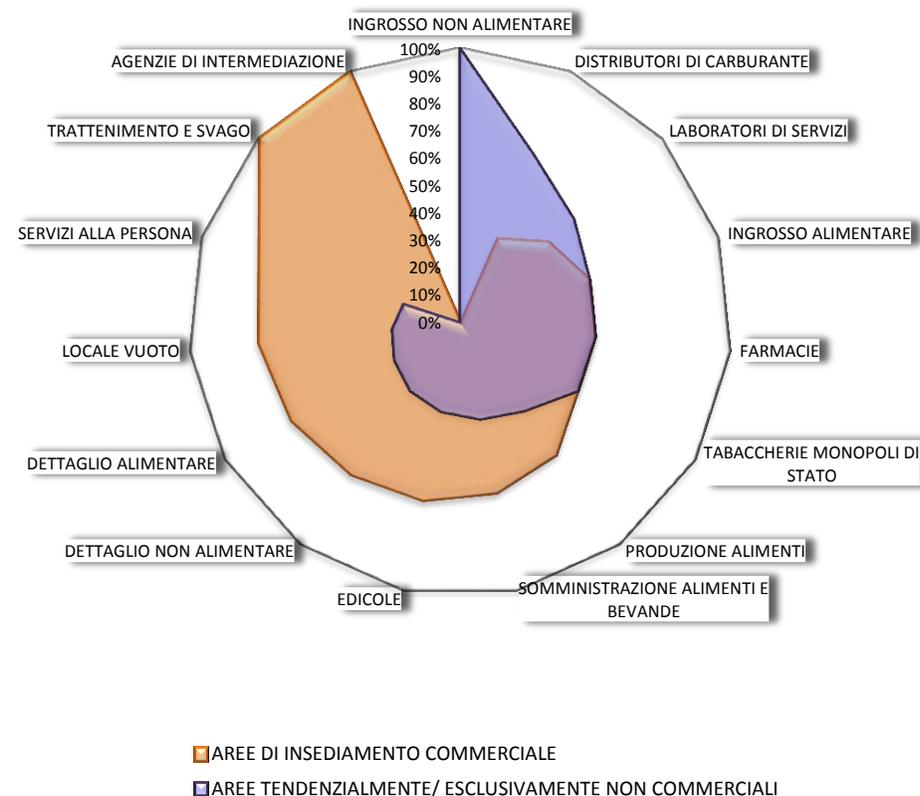
PERCENTUALI NEI SISTEMI COMMERCIALI RISPETTO AL TOTALE COMUNALE

AREE DI INESEDIAMENTO		DETTAGLIO ALIMENTARE	DETTAGLIO NON ALIMENTARE	EDICOLE	FARMACIE	TABACCHI	CARBURANTE	
		% SUPERFICIE DI VENDITA (MQ)						
AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE		AIC	94,97%	83,42%	48,24%	50,57%	78,13%	28,44%
SCL	SISTEMI COMMERCIALI LINEARI		26,97%	26,08%	10,59%	0,00%	78,13%	14,22%
SCLAP	ASSI A FRUIZIONE PEDONALE		9,19%	4,45%	10,59%	0,00%	78,13%	0,00%
	ESISTENTI CENTRO		9,19%	4,45%	10,59%	0,00%	78,13%	0,00%
	FUTURO SVILUPPO		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCLAA	ASSI DI ATTRAVERSAMENTO O PENETRAZIONE		17,78%	21,63%	0,00%	0,00%	0,00%	14,22%
SCA	SISTEMI COMMERCIALI AREALI		68,00%	57,33%	37,65%	50,57%	0,00%	14,22%
SCAP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI PROGRAMMATI		64,67%	56,06%	0,00%	0,00%	0,00%	14,22%
SCAPAGV	AREE PER GRANDI STRUTTURE		0,00%	52,55%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAMS	AREE PER MEDIE STRUTTURE		64,67%	3,51%	0,00%	0,00%	0,00%	14,22%
SCAPAMS1	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 1		0,00%	3,51%	0,00%	0,00%	0,00%	14,22%
SCAPAMS2	AREE PER MEDIE STRUTTURE LIVELLO 2		64,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPTR	AREE PER SERVIZI TURISTICO RICREATIVI		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAM	AREE MERCATALI		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCAPAF	AREE FIERISTICHE e SPETTACOLI VIAGGIANTI		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SCANP	SISTEMI COMMERCIALI AREALI NON PROGRAMMATI		3,33%	1,27%	37,65%	50,57%	0,00%	0,00%
SCANPACC	ADDENSAMENTI COMMERCIALI CONSOLIDATI		3,33%	1,27%	37,65%	50,57%	0,00%	0,00%
SCANPACS	ADDENSAMENTI COMMERCIALI SPONTANEI		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AREE TENDENZIALMENTE NON COMMERCIALI		ATNC	3,97%	14,60%	51,76%	49,43%	21,88%	14,69%
APCNA	AREE A PRESENZA COMMERCIALE NON ADDENSATA		2,31%	7,99%	51,76%	0,00%	21,88%	14,69%
ATNCEP	INSEDIAMENTI PRODUTTIVI IN AMBITI RESIDENZIALI		0,00%	6,61%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ATNCES	AREE PER SERVIZI E FUNZIONI DI INTERESSE PUBBLICO		1,67%	0,00%	0,00%	49,43%	0,00%	0,00%
AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI		AENC	1,06%	1,98%	0,00%	0,00%	0,00%	56,87%
AENCE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI EDIFICABILI		0,00%	0,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCER	AMBITI RESIDENZIALI		0,00%	0,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCEP	AMBITI PER ATTIVITA' DI PRODUZIONE PREVALENTEMENTE INDUSTRIALI		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCNE	AREE ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI NON EDIFICABILI		1,06%	1,19%	0,00%	0,00%	0,00%	56,87%
AENCNEA	AREE AGRICOLE E C2 PT PARCO PINETA		1,06%	1,19%	0,00%	0,00%	0,00%	56,87%
AENCNEAE	AREA AEROPORTUALE		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AENCNST	AREE PER SERVIZI TECNOLOGICI, CIMITERIALI E AMBIENTALI		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTALE			100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

CONSISTENZE ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DEI SISTEMI COMMERCIALI

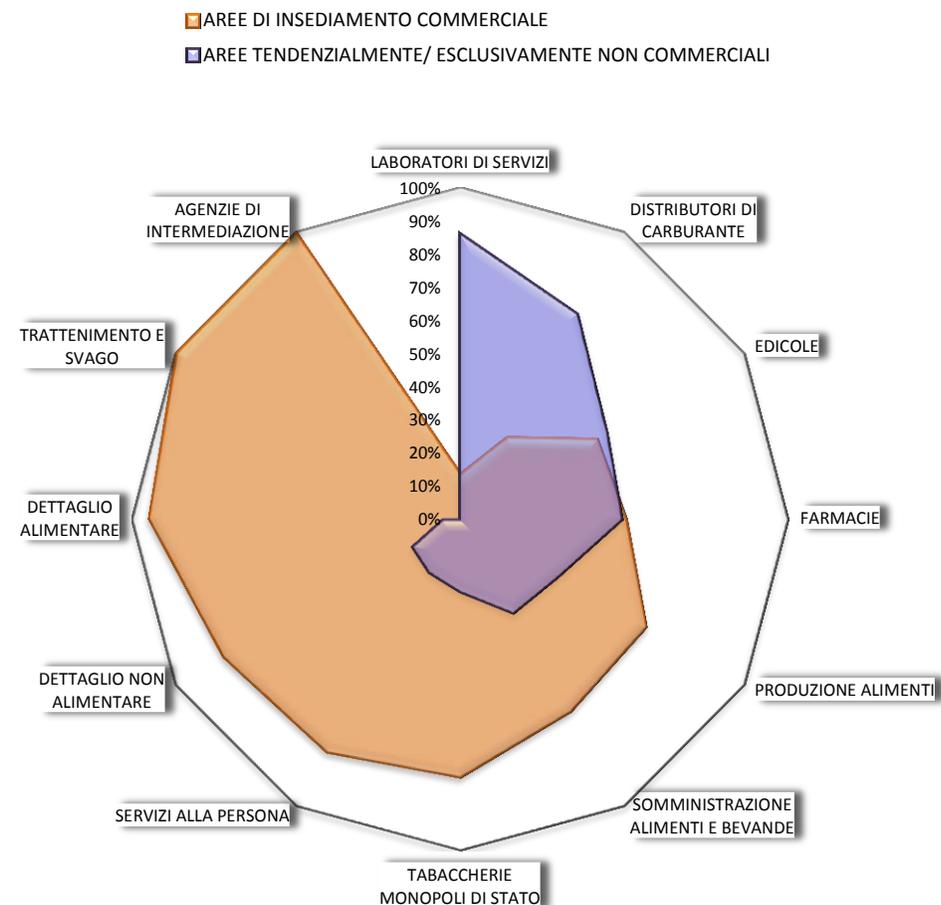
	AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	AREE TENDENZIALMENTE/ ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	TOTALE COMUNE
DETTAGLIO ALIMENTARE	13	5	18
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	40	18	58
INGROSSO ALIMENTARE	1	1	2
INGROSSO NON ALIMENTARE	0	5	5
EDICOLE	2	1	3
FARMACIE	1	1	2
TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	1	1	2
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	2	4	6
SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE	30	17	47
SERVIZI ALLA PERSONA	18	5	23
PRODUZIONE ALIMENTI	3	2	5
TRATTENIMENTO E SVAGO	2	0	2
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	1	0	1
SERVIZI DI COMUNICAZIONE	0	0	0
LABORATORI DI SERVIZI	7	9	16
SERVIZI SANITARI E AFFINI	0	0	0
SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI	0	0	0
ATTIVITA' RICETTIVE	0	0	0
AGENZIE D'AFFARI	0	0	0
NOLEGGI	0	0	0
SERVIZI PER L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE	0	0	0
LOCALE VUOTO	6	2	8
TOTALE	127	71	198



UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

SUPERFICI "COMMERCIALI" ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DEI SISTEMI COMMERCIALI

	AREE DI INSEDIAMENTO COMMERCIALE	AREE TENDENZIALMENTE/ ESCLUSIVAMENTE NON COMMERCIALI	TOTALE
DETTAGLIO ALIMENTARE	3.419,00	181,00	3.600,00
DETTAGLIO NON ALIMENTARE	16.156,80	3.212,00	19.368,80
INGROSSO ALIMENTARE	0,00	0,00	0,00
INGROSSO NON ALIMENTARE	0,00	0,00	0,00
EDICOLE	41,00	44,00	85,00
FARMACIE	44,00	43,00	87,00
TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	25,00	7,00	32,00
DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	0,00	0,00	0,00
SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE	6.470,70	3.154,00	9.624,70
SERVIZI ALLA PERSONA	1.015,65	232,00	1.247,65
PRODUZIONE ALIMENTI	189,00	100,00	289,00
TRATTENIMENTO E SVAGO	1.492,00	0,00	1.492,00
AGENZIE DI INTERMEDIAZIONE	37,50	0,00	37,50
SERVIZI DI COMUNICAZIONE	0,00	0,00	0,00
LABORATORI DI SERVIZI	301,40	1.911,30	2.212,70
SERVIZI SANITARI E AFFINI	0,00	0,00	0,00
SERVIZI FINANZIARI/ASSICURATIVI	0,00	0,00	0,00
ATTIVITA' RICETTIVE	0,00	0,00	0,00
AGENZIE D'AFFARI	0,00	0,00	0,00
NOLEGGI	0,00	0,00	0,00
SERVIZI PER L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE	0,00	0,00	0,00
LOCALE VUOTO	60,00	151,00	211,00
TOTALE	29.252,05	9.035,30	38.287,35

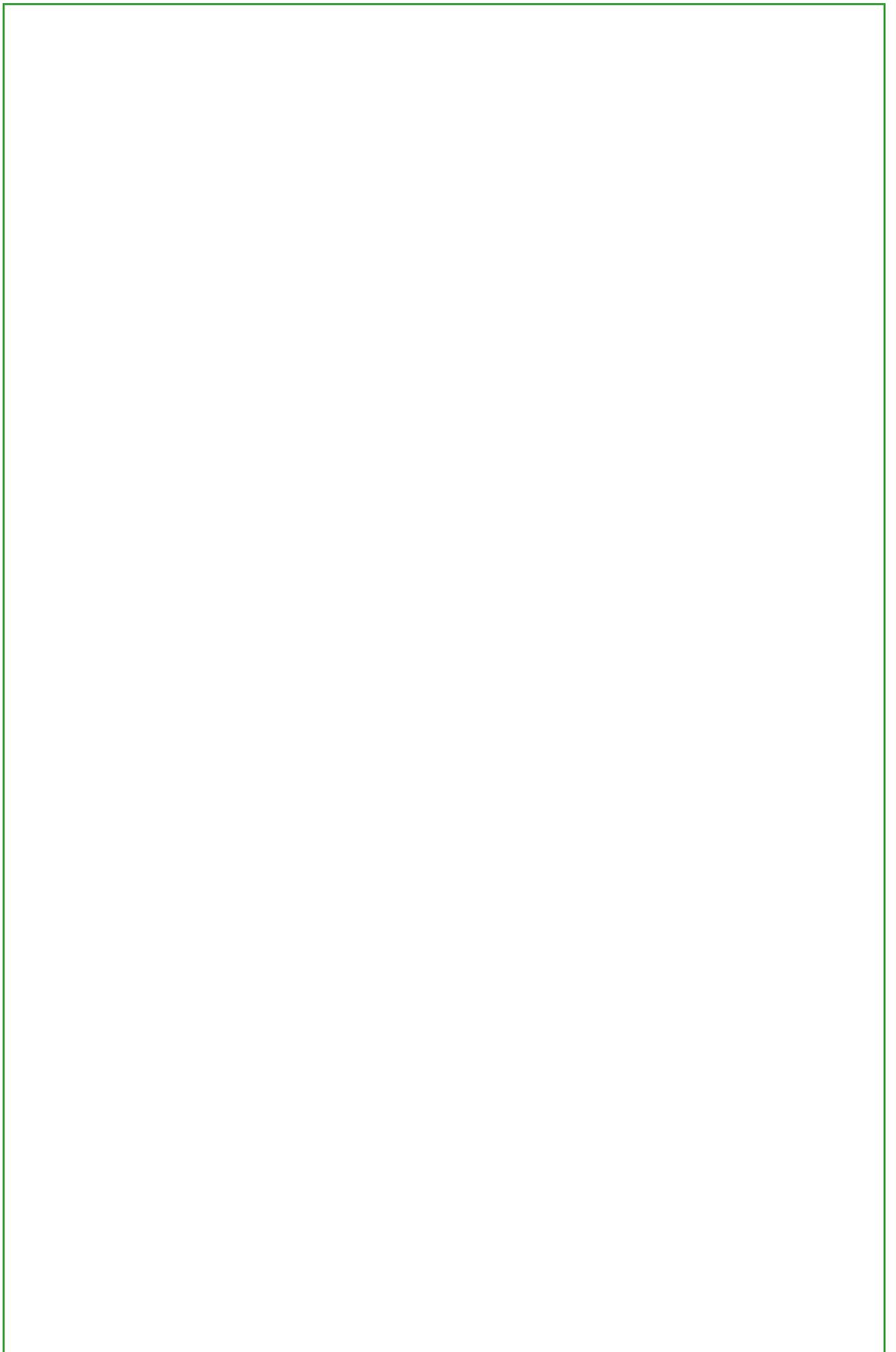


UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' ESISTENTI
CONSISTENZE E INDICI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

ZONA	MACROSETTORE ATTIVITA'	SETTORE ATTIVITA'	U.L.	SUP AUT TOT	SUP TOT	RESIDENTI	Residenti /n° totale	m2 Aut. Tot/1.000 residenti	m2 Tot/1.000 residenti
VERGIATE			97	9.633,60	17.851,65	4.808	49,57	2.003,66	3.712,91
	COMMERCIO AL DETTAGLIO		43	4.549,00	10.993,50		111,81	946,13	2.286,50
		DETTAGLIO ALIMENTARE	9	1.297,00	2.135,00		534,22	269,76	444,05
		DETTAGLIO NON ALIMENTARE	30	3.178,00	7.514,50		160,27	660,98	1.562,92
		DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	2	40,00	1.300,00		2.404,00	8,32	270,38
		EDICOLE	1	9,00	9,00		4.808,00	1,87	1,87
		TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	1	25,00	35,00		4.808,00	5,20	7,28
	COMMERCIO INGROSSO		1	0,00	0,00		4.808,00	0,00	0,00
		INGROSSO ALIMENTARE	1	0,00	0,00		4.808,00	0,00	0,00
	LOCALE VUOTO		4	0,00	0,00		1.202,00	0,00	0,00
	PARACOMMERCIALE		32	2.509,40	2.977,05		150,25	521,92	619,19
	SOMMINISTRAZIONE		17	2.575,20	3.881,10		282,82	535,61	807,22
SEMPIONE			59	20.764,14	39.121,40	181	3,07	114.719,01	216.140,33
	COMMERCIO AL DETTAGLIO		27	16.398,80	33.063,80		6,70	90.601,10	182.672,93
		DETTAGLIO ALIMENTARE	3	1.640,00	2.953,00		60,33	9.060,77	16.314,92
		DETTAGLIO NON ALIMENTARE	22	14.698,80	27.910,80		8,23	81.208,84	154.203,31
		DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	2	60,00	2.200,00		90,50	331,49	12.154,70
	COMMERCIO INGROSSO		5	0,00	0,00		36,20	0,00	0,00
		INGROSSO NON ALIMENTARE	4	0,00	0,00		45,25	0,00	0,00
		INGROSSO ALIMENTARE	1	0,00	0,00		181,00	0,00	0,00
	LOCALE VUOTO		3	0,00	0,00		60,33	0,00	0,00
	PARACOMMERCIALE		10	2.344,74	3.129,50		18,10	12.954,36	17.290,06
	SOMMINISTRAZIONE		14	2.020,60	2.928,10		12,93	11.163,54	16.177,35
CORGENO			3	279,00	567,00	1.340	446,67	208,21	423,13
	COMMERCIO AL DETTAGLIO		1	60,00	124,00		1.340,00	44,78	92,54
		DETTAGLIO ALIMENTARE	1	60,00	124,00		1.340,00	44,78	92,54
	SOMMINISTRAZIONE		2	219,00	443,00		670,00	163,43	330,60

UNITA' LOCALI DELLE ATTIVITA' ESISTENTI
CONSISTENZE E INDICI DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ASSIMILATE

ZONA	MACROSETTORE ATTIVITA'	SETTORE ATTIVITA'	U.L.	SUP AUT TOT	SUP TOT	RESIDENTI	Residenti /n° totale	m2 Aut. Tot/1.000 residenti	m2 Tot/1.000 residenti
SESONA			5	1.561,72	2.088,96	921	184,20	1.695,68	2.268,14
	<i>COMMERCIO AL DETTAGLIO</i>		2	207,00	682,00		460,50	224,76	740,50
		DETTAGLIO NON ALIMENTARE	1	200,00	673,00		921,00	217,16	730,73
		TABACCHERIE MONOPOLI DI STATO	1	7,00	9,00		921,00	7,60	9,77
	<i>COMMERCIO INGROSSO</i>		1	1.114,72	1.153,96		921,00	1.210,34	1.252,94
		INGROSSO NON ALIMENTARE	1	1.114,72	1.153,96		921,00	1.210,34	1.252,94
	<i>SOMMINISTRAZIONE</i>		2	240,00	253,00		460,50	260,59	274,70
CIMBRO			16	2.574,00	4.380,00	1.165	72,81	2.209,44	3.759,66
	<i>COMMERCIO AL DETTAGLIO</i>		8	1.274,00	2.591,00		145,63	1.093,56	2.224,03
		DETTAGLIO ALIMENTARE	1	38,00	305,00		1.165,00	32,62	261,80
		DETTAGLIO NON ALIMENTARE	4	1.138,00	1.283,00		291,25	976,82	1.101,29
		DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	1	10,00	880,00		1.165,00	8,58	755,36
		EDICOLE	1	44,00	46,00		1.165,00	37,77	39,48
		FARMACIE	1	44,00	77,00		1.165,00	37,77	66,09
	<i>LOCALE VUOTO</i>		1	0,00	0,00		1.165,00	0,00	0,00
	<i>PARACOMMERCIALE</i>		3	863,00	1.010,00		388,33	740,77	866,95
	<i>SOMMINISTRAZIONE</i>		4	437,00	779,00		291,25	375,11	668,67
CUIRONE			18	4.658,50	10.074,30	570	31,67	8.172,81	17.674,21
	<i>COMMERCIO AL DETTAGLIO</i>		8	420,00	2.515,00		71,25	736,84	4.412,28
		DETTAGLIO ALIMENTARE	4	161,00	239,00		142,50	282,46	419,30
		DETTAGLIO NON ALIMENTARE	1	154,00	244,00		570,00	270,18	428,07
		DISTRIBUTORI DI CARBURANTE	1	30,00	1.898,00		570,00	52,63	3.329,82
		EDICOLE	1	32,00	51,00		570,00	56,14	89,47
		FARMACIE	1	43,00	83,00		570,00	75,44	145,61
	<i>PARACOMMERCIALE</i>		2	21,00	72,30		285,00	36,84	126,84
	<i>SOMMINISTRAZIONE</i>		8	4.217,50	7.487,00		71,25	7.399,12	13.135,09
TOTALE COMUNALE			198	39.470,96	74.083,31	8.985	45,38	4.392,98	8.245,22



prassicoop

società cooperativa

*Servizi Integrati per il Commercio e il Terziario
Architettura, Urbanistica, Consulting Engineering*

www.prassicoop.it

*20124 Milano, via G.B. Pergolesi, 8, Tel. 0270005491 (R.A.) Fax 0270009022
21100 Varese, via Piave 3, Tel. e Fax 0332/231340
C.F. 00530390129 - P. IVA 12887850159 - R.I. CCIAA MI 00530390129*