



COMUNE DI

VIDIGULFO

PROVINCIA DI PAVIA

PGT

Piano di Governo del Territorio

ai sensi della Legge Regionale 11 marzo 2005, n 12

6

DdP

Documento di Piano

Fascicolo

IL SISTEMA COMMERCIALE
APPROVAZIONE

allegato alla deliberazione di Consiglio Comunale n. _____ del _____

SINDACO
Dott. Pietro Sfondrini

PROGETTISTA
dott. arch. Mario Mossolani

ASSESSORE ALL'URBANISTICA
Dott. Ivano Magni

SEGRETARIO
Dott.ssa Tiziana della Monica

COLLABORATORI
dott. urb. Sara Panizzari
dott. Giulia Natale
dott. ing. Marcello Mossolani
geom. Mauro Scano

RESPONSABILE SERVIZIO URBANISTICA DEL
COMUNE
Dott. Ing. Arturo Guadagnolo

STUDI NATURALISTICI
dott. Massimo Merati
dott. Niccolò Mapelli



STUDIO MOSSOLANI

urbanistica architettura ingegneria

via della pace 14 - 27045 casteggio (pavia) - tel. 0383 890096 - telefax 0383 82423 - www.studiomossolani.it

COMUNE DI VIDIGULFO
Provincia di Pavia

PGT 2010

Piano di Governo del Territorio
DOCUMENTO DI PIANO

IL SISTEMA COMMERCIALE **APPROVAZIONE**

INDICE

1.	IL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMMERCIALE	5
1.1.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: QUADRO NORMATIVO	5
1.2.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: DEFINIZIONI, FORME E TIPI	6
1.2.1.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: PROGRAMMAZIONE REGIONALE	7
1.2.2.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: INDICAZIONI URBANISTICHE DELLA L.R. N. 12/2005	8
	1. DCR 352/2007.....	8
	2. DGR 5913/2007.....	10
1.2.3.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: INDICAZIONI DEL PTCP	12
1.3.	ANALISI DEL SISTEMA COMMERCIALE DI VIDIGULFO	13
1.3.1.	QUADRO RICOGNITIVO TERRITORIALE E DEMOGRAFICO	13
	1. Inquadramento territoriale DEL comune.....	14
	2. bacino d'utenza	15
	3. Inquadramento demografico	17
	3.1. ANDAMENTO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE	17
	3.2. LE FAMIGLIE	18
	3.3. SPESA MENSILE PER FAMILIARE	18
	3.4. STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE	19
1.3.2.	QUADRO CONOSCITIVO DEL SISTEMA COMMERCIALE DEL COMUNE E DEL BACINO DI UTENZA	22
	1. Evoluzione del sistema distributivo.....	22
	2. RILIEVO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	23
	3. LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI DI VENDITA AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA	25
	4. LA DIMENSIONE DEI PUNTI DI VENDITA AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA.....	25
1.4.	ANALISI DEL RAPPORTO DOMANDA/OFFERTA.....	27
1.4.1.	METODOLOGIA	27
1.4.2.	PROPOSTE PER IL SETTORE ALIMENTARE.....	29

1.4.3.	PROPOSTE PER IL SETTORE NON ALIMENTARE.....	31
1.4.4.	SCELTA DEI CONTESTI DI LOCALIZZAZIONE DELLE STRUTTURE COMMERCIALI IN RAPPORTO ALL'AZZONAMENTO DEL PGT	34
	1. CRITERI DI LOCALIZZAZIONE.....	34
	2. CONTESTI DI LOCALIZZAZIONE.....	34
	3. IPOTESI DI SVILUPPO DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMUNALE - CONCLUSIONI	35
1.5.	ALLEGATO A: TAVOLETTA CON LA LOCALIZZAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI PER LA MEDIA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE: ALIMENTARI	37
1.6.	ALLEGATO B: TAVOLETTA CON LA LOCALIZZAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI PER LA MEDIA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE: NON ALIMENTARI	39
1.7.	ALLEGATI C: TABELLE DI ANALISI DETTAGLIATA DEL SETTORE COMMERCIALE.....	41
	TABELLA 1 EVOLUZIONE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE NEL COMUNE (ULTIMI 10 ANNI).....	42
	TABELLA 2 POPOLAZIONE RESIDENTE NEL BACINO NEGLI ANNI 1951- 1961-1971-1981-1991-2001-2008.....	43
	TABELLA 3 FAMIGLIE E NUMERO DI COMPONENTI IN ITALIA, REGIONE, PROVINCIA E COMUNE: 2001-2008.....	44
	TABELLA 4 SPESA DELLE FAMIGLIE PER CAPITOLO. IMPORTO MEDIO MENSILE PER FAMIGLIA, PER REGIONE. COMPOSIZIONE PERCENTUALE RISPETTO ALLA SPESA TOTALE. ANNO 2004.....	45
	TABELLA 5 SPESA DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA. ITALIA ANNO 2006.....	46
	TABELLA 6 SPESA DELLE FAMIGLIE: RIPARTIZIONE % TRA I DIVERSI CAPITOLI.....	47
	TABELLA 7 INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO (NIC) 2002-2005 LOMBARDIA - ITALIA.....	48
	TABELLA 8 OCCUPATI NEL COMPARTO DEL COMMERCIO. ANNI 2004 - 2005. PARTE 1.....	49
	TABELLA 9 OCCUPATI NEL COMPARTO DEL COMMERCIO. ANNI 2004 - 2005. PARTE 2.....	50
	TABELLA 10 ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005.....	51
	TABELLA 11 MEDIE SUPERFICI DI VENDITA E LORO DENSITÀ IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005.....	52
	TABELLA 12 GRANDI SUPERFICI DI VENDITA E LORO DENSITÀ IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005.....	53
	TABELLA 13 GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE IN LOMBARDIA PER DIMENSIONI AL 30 GIUGNO 2004.....	54
	TABELLA 14 GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE IN LOMBARDIA PER CATEGORIA AL 30 GIUGNO 2004.....	55
	TABELLA 15 DISCOUNT APERTI AL PUBBLICO IN LOMBARDIA: CONFRONTO 1 GENNAIO 2006 SU 1 GENNAIO 2005.....	56
	TABELLA 16 DISCOUNT APERTI AL PUBBLICO IN LOMBARDIA: DISTRIBUZIONE PER PROVINCE.....	57
	TABELLA 17 TRENDS DI CRESCITA GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE IN LOMBARDIA.....	58
	TABELLA 18 GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE NON ALIMENTARI PER CATEGORIE MERCEOLOGICHE NEL 2003.....	59
	TABELLA 19 CONSISTENZA DEL COMMERCIO AMBULANTE E DELLE FORME SPECIALI DI VENDITA, LOMBARDIA, ANNO 2005.....	60
	TABELLA 20 MERCATI POSTEGGI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE IN LOMBARDIA 2002-2005.....	61
	TABELLA 21 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2003.....	62
	TABELLA 22 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2004.....	63
	TABELLA 23 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2005.....	64
	TABELLA 24 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2006.....	65
	TABELLA 25 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2007.....	66
	TABELLA 26 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2008.....	67
	TABELLA 27 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL COMUNE. VARIAZIONE STORICA 2003-2008.....	68
	TABELLA 28 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL BACINO. VARIAZIONE STORICA 2003-2008.....	69
	TABELLA 29 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DELLA PROVINCIA. VARIAZIONE STORICA 2003-2008.....	70
	TABELLA 30 COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DELLA REGIONE. VARIAZIONE STORICA 2003-2008.....	71

TABELLA 31	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL BACINO. VARIAZIONE STORICA 2003-2008.....	72
TABELLA 32	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2003.....	73
TABELLA 33	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2004.....	74
TABELLA 34	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2005.....	75
TABELLA 35	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2006.....	76
TABELLA 36	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2007.....	77
TABELLA 37	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNO 2008.....	78
TABELLA 38	COMMERCIO IN SEDE FISSA. GRANDI STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. ANNI 2005-2008.....	79
TABELLA 39	COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA DEL BACINO. ANNI 2003-2008.....	80
TABELLA 40	COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA DEL COMUNE. ANNI 2003-2008.....	81
TABELLA 41	DATI PER IL CALCOLO.....	82

INDICE DELLE FIGURE

Figura 1	I comuni del bacino di utenza commerciale di Vidigulfo: base politica	16
Figura 2	I comuni del bacino di utenza commerciale di Vidigulfo: base geografica	16

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1.	Tempi di percorrenza.....	15
Tabella 3.	Evoluzione della popolazione residente a Vidigulfo.....	17
Tabella 4.	Evoluzione della popolazione residente nel bacino, nel comprensori e nella provincia.....	17
Tabella 5.	Famiglie a Vidigulfo	18
Tabella 6.	Spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale al 2006.....	18
Tabella 7.	Spesa media mensile familiare segnalata dalla Regione Lombardia nel 2004.....	18
Tabella 8.	Ripartizione percentuale della spesa media mensile familiare nazionale al 2006.....	19
Tabella 9.	Indici di struttura della popolazione di Vidigulfo, provincia, regione, Italia al 1° gennaio 2009.....	19
Tabella 10.	Popolazione anziana di Vidigulfo, provincia, regione, Italia al 1° gennaio 2009.....	20
Tabella 11.	Stato civile della popolazione anziana di Vidigulfo, provincia, regione, al 1° gennaio 2009.....	20
Tabella 12.	Abitazioni occupate da residenti a Vidigulfo, provincia, regione, al 10 ottobre 2001.....	21
Tabella 13.	Stranieri presenti residenti a Vidigulfo, provincia, regione, al 31.12.2008	21
Tabella 14.	Evoluzione del numero di esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Vidigulfo	22
Tabella 15.	Evoluzione della superficie degli esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Vidigulfo	22
Tabella 16.	Evoluzione del numero di esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Bacino	22
Tabella 17.	Evoluzione della superficie degli esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Bacino	23
Tabella 18.	Rilievo 2009: numero e superficie degli esercizi commerciali: ESERCIZI DI VICINATO – Comune e Bacino.....	23
Tabella 19.	Rilievo 2009: numero e superficie degli esercizi commerciali: MEDIA DISTRIBUZIONE – Comune e Bacino.....	23
Tabella 20.	Rilievo 2009: abitanti per punto di vendita - ESERCIZI DI VICINATO – Comune e Bacino, provincia e regione	24
Tabella 21.	Rilievo 2009: m ² per 1.000 abitanti – MEDIA DISTRIBUZIONE – Comune e Bacino, provincia e regione	24
Tabella 22.	Rilievo 2009: m ² per 1.000 abitanti – GRANDE DISTRIBUZIONE – Comune e Bacino, provincia e regione	25
Tabella 23	Elaborazione di Tavola 10 e Tavola 11 del Regol. Reg.: Settore alimentare e settore non alimentare: stima della domanda pro-capite e per famiglia della popolazione di ciascuna U. T.	28
Tabella 24	Elaborazione di Tavola 14 del Regol. Reg.: Soglie di produttività al m ² per UT e livello distributivo per il settore alimentare di ciascuna U. T.	28

Tabella 25	Elaborazione di Tavola 15 del Regol. Reg.: Soglie di produttività al m ² per UT e livello distributivo per il settore extra alimentare di ciascuna U. T.....	29
Tabella 26.	Alimentari: potenzialità di spesa a Vidigulfo nei negozi esistenti.....	30
Tabella 27.	Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DELLA SOLA CITTA')	30
Tabella 28.	Popolazione nel bacino di utenza	31
Tabella 29.	Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)	31
Tabella 30.	Alimentari: strutture compatibili con il mercato teorico a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)	31
Tabella 31.	Extra Alimentari: potenzialità di spesa a Vidigulfo nei negozi esistenti.....	32
Tabella 32.	Extra Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DELLA SOLA CITTA')	32
Tabella 33.	Bacino di utenza	33
Tabella 34.	Extra Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)	33
Tabella 35.	Extra Alimentari: strutture compatibili con il mercato teorico a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)	33
Tabella 37.	Contesti di localizzazione degli insediamenti commerciali: ALIMENTARI.....	34
Tabella 38.	Contesti di localizzazione degli insediamenti commerciali: NON ALIMENTARI.....	35

1. IL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMMERCIALE

Il presente documento costituisce la relazione illustrativa della componente commerciale del Documento di Piano del Piano di Governo del Territorio del Comune di Vidigulfo.

Il PGT si occupa di attività di commercio al dettaglio in sede fissa, intesa come attività esercitata da chi acquista merci e le rivende direttamente al consumatore finale, cioè al pubblico in generale.

Esso propone le proprie scelte sulla base delle indicazioni normative nazionali e regionali, che determinano il quadro di azione e di sviluppo del settore commerciale.

1.1. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: QUADRO NORMATIVO

Il riferimento fondamentale per il settore commerciale è il d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma del commercio), che ha innovato profondamente la normativa sul commercio al dettaglio. Esso suddivide i settori merceologici di vendita nelle sole due sole categorie alimentare e non alimentare.

La Regione Lombardia, dopo una prima fase, che potremmo definire "sperimentale", basata sul Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3 (Regolamento di attuazione della legge regionale 23 luglio 1999 n. 14 per il settore del commercio) e successive modifiche, ha imboccato una nuova fase di regolamentazione del Commercio, informata alle modifiche introdotte alla Legge Regionale sul Commercio, legge regionale 23 luglio 1999, n. 14.

Attualmente gli strumenti normativi vigenti, a cui fare riferimento, sono:

- 1) legge regionale 23 luglio 1999, n. 14 "Norme in Materia di Commercio su Attuazione del D. lgs. 31/3/1998 n. 114" "Riforma della Disciplina Relativa al Settore Commercio, a Norma dell'Art. 4, comma 4, della Legge 15/3/1997 n. 59" e Disposizioni Attuative del D. lgs 11/2/1998, n. 32 "Razionalizzazione del Sistema di distribuzione dei Carburanti, a Norma dell'Art. 4, comma 4, lettera e), della Legge 15/3/1997 n. 59".
- 2) Delibera Consiglio Regionale 13 marzo 2007, n. VIII/352 "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge regionale 23 luglio 1999, n. 14"

Modalità attuative:

1. Deliberazione Giunta Regionale 21 novembre 2007, n° VIII/5913 - "Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, LR 14/1999)" - B.U.R.L. 3 dicembre 2007, n° 49
2. Deliberazione Giunta Regionale 5 dicembre 2007, n° VIII/6024 e ss.mm.ii. - "Medie strutture di vendita - Disposizioni attuative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008" - B.U.R.L. 3 dicembre 2007, n° 49
- 3) Delibera Consiglio Regionale 2 ottobre 2006 n. VIII/215 "Programma Triennale per lo Sviluppo del Sistema Commerciale 2006-2008". Fino all'approvazione da parte della Giunta regionale dei provvedimenti attuativi del Programma, restano in vigore le disposizioni contenute nella DCR 30 luglio 2003, n. VII/871 e le relative modalità attuative

Modalità attuative:

3. Deliberazione Giunta Regionale 4 luglio 2007 n. 8/5054 "Modalità applicative del programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006 – 2008"

Conservano una grande importanza soprattutto informativa ed applicativa il seguenti provvedimenti regionali, precedenti la l.r. n. 12/2005:

- 4) Delibera Consiglio Regionale 30 luglio 2003 n. VII/871 "Programma Triennale per lo Sviluppo del Sistema Commerciale 2003-2005".

Modalità attuative:

4. Deliberazione Giunta Regionale n. VII/15701 del 18/12/2003 "Modalità applicative del Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2003-2005 in materia di grandi strutture di vendita PRS: Obiettivo Gestionale 3.10.91. Aggiornamento della normativa e della Programmazione regionale in materia commerciale e distributiva."
5. Deliberazione Giunta Regionale n. VII/15716 del 18/12/2003 "Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2003-2005: modalità applicative e criteri urbanistici per l'attività di pianificazione di gestione degli enti locali in materia commerciale (L.R. 23/7/99 n. 14).

1.2. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: DEFINIZIONI, FORME E TIPI

Gli esercizi di vendita sono invece suddivisi in base alla loro dimensione, diversa per comuni con popolazione inferiore o superiore a 10.000 abitanti:

Dimensione dell'esercizio	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Esercizio di vicinato	fino a 150 m ²	fino a 250 m ²
Media struttura di vendita	da 151 a 1.500 m ²	da 251 a 2.500 m ²
Grande struttura di vendita	oltre 1.500 m ²	oltre 2.500 m ²
Grande struttura di vendita area estesa	maggiore di 5.000	

La riforma ha effettuato anche la "liberalizzazione totale" delle attività di vicinato, l'affidamento ai comuni delle licenze per le medie strutture ed alla regione (tramite una conferenza di servizi che la vede insieme con il comune e la provincia) quello delle grandi strutture di vendita.

La Regione Lombardia ha articolato (DGR 4 luglio 2007, n. VIII/5054, Allegato 2, tavola 1) le grandi strutture di vendita in quattro sottocategorie:

Dimensione dell'esercizio di GRANDE DISTRIBUZIONE	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Grande struttura a rilevanza comunale	da 1.501 a 5.000 m ²	da 2.501 a 5.000 m ²
Grande struttura a rilevanza provinciale	da 5.001 a 10.000 m ²	
Grande struttura a rilevanza interprovinciale	da 10.001 a 15.000 m ²	
Grande struttura a rilevanza regionale	maggiore di 15.000	

Secondo il d.lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lettera g), le medie e le grandi strutture di vendita possono assumere la forma del centro commerciale, quando "... più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente".

Secondo la citata DGR 4 luglio 2007, n. VIII/5054, punto 4.2.1, comma 2 lettere a e b), in Regione Lombardia il centro commerciale può essere suddiviso in quattro categorie:

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

- Parco commerciale

1.2.1. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: PROGRAMMAZIONE REGIONALE

Come si è detto, il d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114 svolge il ruolo di legge quadro, che la Regione Lombardia ha sviluppato con la legge regionale 23 luglio 1999, n. 14, ha integrato e completato con il Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008 (DCR 215/2006) con le sue modalità applicative (DGR 5054/2007).

Con il Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008 (che conferma gli obiettivi del PRS - Piano Regionale di Sviluppo- e dei Documenti di Programmazione Economico Finanziaria di breve e di lungo periodo) la Regione Lombardia ha individuato gli scenari e gli indirizzi per la qualificazione della rete commerciale e per sua regolamentazione.

Con i provvedimenti attuativi la Regione Lombardia fornisce più specifici indirizzi, criteri, modalità di valutazione in merito a singoli aspetti della Legge e del Programma Triennale.

Secondo la Delibera Consiglio Regionale 2 ottobre 2006 n. VIII/215, il territorio della regione è suddiviso in ambiti territoriali con caratteristiche di omogeneità (ai sensi dell'art. 2 della legge regionale 14/1999), allo scopo di migliorare l'offerta del servizio commerciale ai cittadini e di consentire la razionalizzazione e lo sviluppo della rete distributiva perseguendo nel contempo il controllo e il contenimento dell'impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale.

Gli ambiti territoriali sono già stati definiti nel precedente PTSSC 2003-05 sulla base delle caratteristiche della rete commerciale e delle sue dinamiche recenti, nonché in relazione a caratteristiche geografiche, economiche e sociali, in rapporto alla domanda esistente e prevedibile dal punto di vista qualitativo e quantitativo.

L'articolazione territoriale tiene conto in particolare di:

- densità della popolazione residente e distribuzione territoriale per fasce di età;
- attrattività dell'offerta commerciale esistente;
- densità e dinamiche evolutive della distribuzione commerciale al dettaglio con particolare riferimento all'ultimo triennio;
- situazione geografica ed ambientale del territorio.

In ogni ambito territoriale sono definite misure di riequilibrio e di sviluppo sostenibile della rete commerciale in considerazione della presenza di aree metropolitane, di centri storici e di centri di minore dimensione demografica e della loro valorizzazione e rivitalizzazione, con particolare attenzione alla rete distributiva di prossimità.

Coerentemente con quanto stabilito nel precedente PTSSC, il territorio lombardo è stato suddiviso nei seguenti ambiti territoriali:

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

Il comune di Vidigulfo fa parte dell'ambito della pianura lombarda, che è così definito:

Ambito della pianura lombarda

È costituita dalla fascia meridionale del territorio regionale (bassa pianura lombarda), connotata da una minore densità demografica, con prevalenza di piccoli centri e da un tessuto commerciale prevalentemente impostato secondo la rete tradizionale e interessato da localizzazioni recenti della grande distribuzione, con aree di criticità nella disponibilità locale di esercizi di vicinato.

Sono presenti centri urbani di media attrattività commerciale e si riscontra una significativa dipendenza dai capoluoghi provinciali in rapporto all'offerta più evoluta.

Indirizzi di riqualificazione e sviluppo sostenibile della rete:

- *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *valorizzazione della articolazione strutturale della rete di vendita, con un limitato sviluppo della media e grande distribuzione nei centri di storica aggregazione commerciale;*
- *qualificazione e specializzazione della rete di vicinato;*
- *promozione dell'integrazione con il commercio ambulante e dell'individuazione di aree dedicate agli operatori ambulanti;*
- *disincentivo alla localizzazione delle attività commerciali in aree extraurbane;*
- *integrazione della rete commerciale con i sistemi produttivi locali;*
- *possibilità di autorizzazione, in un solo esercizio, dell'attività commerciale e di altre attività di interesse collettivo;*
- *valorizzazione e promozione delle attività commerciali di prossimità nei piccoli comuni.*

1.2.2. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: INDICAZIONI URBANISTICHE DELLA L.R. N. 12/2005

1. DCR 352/2007

Secondo le indicazioni della DCR 352/2007 [deliberazione consiglio regionale 13 marzo 2007, n. 352 (indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale)], il Piano di Governo del Territorio, nelle sue tre componenti (Documento di piano, Piano dei servizi, Piano delle regole) deve affrontare le problematiche relative alla distribuzione commerciale nel seguente modo:

- con il Documento di piano per quanto riguarda:
 - la costruzione del quadro conoscitivo del territorio comunale [articolo 8, comma 1, lettera b)], nell'ambito del quale deve essere evidenziata la strutturazione esistente del settore commerciale;
 - la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale [articolo 8, comma 2, lettere a) e b)], dove devono essere evidenziate le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale;
 - la determinazione delle politiche di settore (articolo 8, comma 2, lettera c)), dove particolare attenzione deve essere posta al comparto della distribuzione commerciale nelle sue varie componenti tipologiche;
 - l'evidenziazione delle previsioni di carattere commerciale che presentano ricadute a scala sovracomunale [articolo 8, comma 2, lettere c) ed e)], da evidenziare specificamente;
 - la valutazione ambientale e paesaggistica delle strategie e delle azioni di piano;
- con il Piano dei servizi ed il Piano delle regole per quanto riguarda:
 - la necessità di integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature di interesse generale offerte alla popolazione locale;
 - la necessità di coerenza delle politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani sia centrali che periferici, con particolare attenzione alle azioni di recupero degli ambiti degradati e da riconvertire a nuovi usi.
- con gli strumenti attuativi di pianificazione comunale non- ché con gli atti di programmazione negoziata con valenza territoriale, previsti dall'articolo 6 della l.r. 12/2005 per quanto riguarda:
 - gli aspetti di concreto inserimento territoriale, paesaggistico ed ambientale della progettazione dei nuovi insediamenti e l'eventuale valutazione di impatto ambientale.

Ancora, la già DCR 8/352 precisa che:

- nel Documento di Piano pertanto deve essere garantita specifica attenzione al sistema commerciale locale ed in particolare a:
 - la funzionalità complessiva della rete commerciale;
 - la distribuzione sul territorio comunale degli esercizi commerciali e le relative potenzialità o carenze;
 - la presenza e localizzazione delle diverse tipologie di vendita;
 - la consistenza della rete commerciale nei nuclei di antica formazione, evidenziando l'eventuale presenza di esercizi "storici" o di aree urbane a specifica funzionalità commerciale da valorizzare. ..."

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

- l'accertamento dell'ambito di gravitazione della struttura commerciale da insediare;
 - la verifica della consistenza del sistema economico commerciale (esistente o previsto) nell'ambito territoriale di gravitazione così come sopra determinato;
 - la necessità di valutare preventivamente le ricadute e gli impatti generati sia a scala locale che sovracomunale e sotto i vari aspetti di possibile incidenza (infrastrutturale, ambientale, paesaggistico, di dotazione dei servizi), nonché attraverso uno studio di prefattibilità che, anche ricorrendo a modelli matematici di simulazione, documenti lo stato di criticità della rete viabilistica esistente ed il grado di incidenza dell'indotto derivante dall'attuazione dell'intervento programmato;
 - il riconoscimento del livello di accessibilità della localizzazione prescelta per l'intervento dal punto di vista dei servizi pubblici di trasporto;
 - la verifica di coerenza con le valutazioni di sostenibilità derivanti dal contemporaneo processo, da condursi all'interno del Documento di Piano, di Valutazione Ambientale Strategica (VAS).
- il Piano dei Servizi rappresenta lo strumento atto a promuovere una corretta integrazione delle funzioni commerciali con i servizi pubblici di interesse generale per la comunità; può definire infatti scelte idonee a valorizzare il comparto, quali:
 - l'integrazione con i servizi per il tempo libero, rispondendo all'esigenza di fornire attrezzature che coniughino shopping e svago, sia all'interno delle città che in luoghi esterni opportunamente dedicati;
 - il coordinamento con la realizzazione di parcheggi, aree di sosta e di interscambio;
 - l'integrazione con programmi comunali e sovracomunali di ricostruzione di connessioni verdi e di reti ciclo – pedonali;
 - l'eventuale raccordo con l'attivazione di servizi culturali o ricreativi nei centri urbani;
 - l'interazione con le previsioni del Piano Urbano del Traffico e del Programma triennale delle opere pubbliche;
 - la promozione della partecipazione delle associazioni del commercio nella realizzazione esecutiva, gestionale e finanziaria dei servizi di qualificazione dell'offerta commerciale locale".
 - il Piano delle Regole si connota come lo strumento di promozione della qualità urbana e territoriale e, in particolare rappresenta lo strumento attraverso cui si può assicurare l'integrazione tra le diverse componenti del tessuto edificato. È quindi all'interno del Piano delle Regole che deve essere ricercato il corretto dimensionamento e posizionamento delle attività commerciali in rapporto all'assetto urbano consolidato, considerandole come una risorsa importante a disposizione della pianificazione ai fini del raggiungimento di obiettivi generali di qualificazione di parti di città e di tessuto urbano, di risanamento e rivitalizzazione dei centri storici, di recupero e integrazione urbana di ambiti degradati, compromessi o abbandonati. Il Piano delle Regole detaglierà pertanto le caratteristiche degli interventi commerciali consentiti per le diverse situazioni urbane presenti nell'ambito comunale:
 - centri di antica formazione ed aree urbane centrali,
 - aree perturbane o periferiche,
 - aree extraurbane di interesse sovracomunale

Il Piano delle Regole deve normare puntualmente le modalità di inserimento di tali strutture nel contesto territoriale, avendo particolare attenzione a:

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

2. DGR 5913/2007

Secondo le indicazioni della DGR 5913/2007 (Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, L.R. n. 14/99)), ai fini dell'individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali, gli strumenti urbanistici comunali devono prevedere una ricognizione della struttura distributiva presente sul territorio comunale integrata da un'analisi di contesto sovracomunale.

Le indagini conoscitive di carattere urbanistico e commerciale da predisporre nei PGT dovranno essere articolate con riferimento sia ad un livello di approfondimento sviluppato alla scala della struttura e della dinamica della rete commerciale locale, sia con attenzione al contesto territoriale più ampio in cui il Comune è inserito.

La verifica delle analisi e delle scelte compiute in rapporto alle indicazioni della DGR 5913/2007 è dimostrata nei successivi paragrafi.

Al fine di integrare e rendere coerenti le scelte di programmazione in materia di commercio con le scelte di sviluppo territoriale individuate dal PGT, e di valutare le compatibilità tra le aree di possibile insediamento e le tipologie delle strutture distributive, con riferimento agli specifici contesti urbanistici, la deliberazione regionale suggerisce di definire nel modo seguente:

- a) nuclei di antica formazione e ambiti centrali urbani consolidati;
- b) ambiti di margine dei centri urbani medio-piccoli;
- c) ambiti consolidati periurbani delle aree metropolitane (dei capoluoghi e di addensamento commerciale metropolitano);
- d) ambiti di trasformazione extraurbani.

La Regione Lombardia suggerisce altresì che, nelle aree sopra individuate, dovranno essere prestate le seguenti attenzioni:

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, etc.).*
- *Insedimento 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. Particolare attenzione in questo specifico contesto andrà assicurata alla presenza di «negozi storici» ovvero a quegli esercizi commerciali che presentano caratteristiche di eccellenza sotto il profilo storico ed architettonico e che costituiscono significativa testimonianza dell'attività commerciale lombarda.*

- *Attenzione alle nuove previsioni di medie strutture di vendita in coerenza con le disposizioni del vigente Programma Triennale del Commercio.*

L'ipotesi di previsione di medie strutture di vendita dovrà preliminarmente essere valutata in rapporto alla dimensione del singolo Comune ed allo specifico contesto territoriale, tenendo conto che il rilievo urbanistico delle medie strutture di vendita, segnatamente se localizzate in particolari situazioni; nuclei consolidati di centri urbani minori, centri storici caratterizzati da forti criticità nell'accessibilità, può essere significativo anche a scala territoriale più vasta.

In ogni caso le medie strutture di vendita dovranno essere realizzate attraverso progetti di riqualificazione complessiva ed in stretto raccordo con lo sviluppo della rete degli esercizi di vicinato esistenti e di nuovo insediamento, considerato che le medie strutture di vendita possono costituire una componente rilevante per l'equilibrato sviluppo della distribuzione commerciale. Dovrà in ogni caso essere accordata preferenza per gli interventi di razionalizzazione, ammodernamento o ampliamento degli esercizi della rete distributiva esistente.

Dovrà comunque essere data priorità agli insediamenti allocati in situazioni urbane dismesse o sottoutilizzate o in aree oggetto di interventi di riqualificazione urbanistica.

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, etc.).*
- *Ricerca nelle nuove localizzazioni di attività commerciali di elementi di ricucitura e ricomposizione dei bordi urbani.*
- *Assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici.*
- *Rispetto degli eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso.*
- *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.*
- *Utilizzazione degli strumenti di programmazione negoziata per il recupero e riqualificazione di aree.*
- *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.*
- *Assicurazione di adeguata dotazione di verde.*
- *Rispetto degli eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso.*

Si segnala che i casi c) e d) non sono presenti nel territorio e nelle ipotesi previste dal PGT di Vidigulfo,

Le grandi strutture di vendita

La Regione Lombardia chiede una attenzione più alta ed un approfondimento maggiore per l'insediamento delle grandi strutture di vendita, con le azioni indispensabili per promuovere in positivo i processi di trasformazione territoriale generati: verifiche di impatto socio-economico, urbanistico-infrastrutturale e ambientale e controllo delle possibili esternalità negative costituiscono. Anche questo caso non è presente nel territorio e nelle ipotesi previste dal PGT di Vidigulfo,

I negozi storici

Alla luce delle priorità individuate dalle politiche regionali in funzione della conservazione e valorizzazione degli esercizi commerciali storici è necessario che, anche in sede di elaborazione degli strumenti urbanistici locali, vi sia un attivo

concorso alla tutela di tali esercizi, con modalità idonee rispetto alle specifiche condizioni urbanistiche ed edilizie locali.

Il commercio su aree pubbliche

La Regione Lombardia sottolinea l'importanza che, anche in sede di pianificazione urbanistica, venga riconosciuta adeguata attenzione a misure inerenti la localizzazione dei mercati e delle aree per la sosta degli operatori commerciali ambulanti, ovvero all'adeguamento e modernizzazione delle sedi già deputate a tali attività.

1.2.3. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: INDICAZIONI DEL PTCP

Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale della Provincia di Pavia è stato approvato con Delibera di Consiglio n. 53/33382 del 7 novembre 2003.

Il settore commerciale viene esaminato dal PTCP con l'art. 17 delle Norme Tecniche di Attuazione, che individua le previsioni urbanistiche comunali di rilevanza sovracomunale:

ARTICOLO 17 - TIPOLOGIA DEGLI INSEDIAMENTI E PREVISIONI PER LE QUALI SI RICONOSCE LA VALENZA SOVRACOMUNALE

Nell'ambito delle trasformazioni d'uso del territorio e delle previsioni urbanistiche comunali il PTCP individua i seguenti casi di previsioni allocative di cui si riconosce la rilevanza sovracomunale, esclusivamente ai fini dell'applicazione della norma per il coordinamento, per le quali si farà ricorso a procedura di concertazione tra gli Enti, secondo quanto previsto all' art. 16, comma quarto:

- a) localizzazione di nuove aree e poli produttivi o varianti che prevedano il riuso di aree produttive dismesse, con dimensioni superiori a:
 - a.1) mq. 10.000 di superficie lorda di pavimento (s.l.p.) per Comuni <2000 abitanti;
 - a.2) mq. 20.000 di s.l.p. per Comuni compresi tra 2001 e 5000 ab.;
 - a.3) mq. 40.000 di s.l.p. per Comuni compresi tra 5001 e 10000 ab.;
 - a.4) mq. 50.000 di s.l.p. per Comuni > 10000 ab..Con la finalità di salvaguardare e tutelare il principio di equilibrio nelle relazioni e nelle dinamiche di sviluppo territoriale tra Comuni contermini, le soglie di cui sopra sono da intendersi elevate in proporzione del 50% per i Comuni di cui ai punti a.1) e a.2) confinanti con centri urbani di cui ai punti a.3) e a.4);
- b) ambiti di valorizzazione e tutela di aree agricole, corsi d'acqua, formazione di parchi di interesse sovracomunale;
- c) impianti tecnologici, quali ad es. impianti per la gestione, il trattamento, lo smaltimento di acque e rifiuti; impianti per la produzione e trasformazione di energia c/o riscaldamento;
- d) insediamenti della media e grande distribuzione e centri commerciali con s.l.p. > 1.500 mq. per Comuni < 10000 ab. e > 2500 mq. per Comuni > 10000 ab..

La dimensione del comune è definita in base alla popolazione residente risultante al 31 dicembre dell'anno precedente.

Il tema dei nuovi insediamenti commerciali disciplinati dal PTCP, mediante l'obbligo di concertazione è quindi riferito, nel caso di Vidigulfo, alla media e grande distribuzione con superficie lorda di pavimento (e non, si badi, superficie di vendita) superiore a 1.500 m².

Questo tipo di valutazione è confermata dall'articolo 18 delle norme del PTCP:

ARTICOLO 18 - CRITERI PER LA DEFINIZIONE DELLA RILEVANZA SOVRACOMUNALE DELLE SCELTE RELATIVE ALLA ALLOCAZIONE DI NUOVI INSEDIAMENTI

Il carattere di funzione e/o insediamento con rilevanza sovracomunale, esclusivamente ai fini dell'applicazione della norma per il coordinamento, viene definito inoltre dal PTCP mediante l'utilizzazione e l'applicazione dei seguenti criteri e parametri:

- Dimensione: tutte le trasformazioni del territorio, relative a qualunque tipologia di insediamento, escluse quelle a fini residenziali, che definiscono aspetti dimensionali di rilevante interesse, con le seguenti soglie dimensionali:
 - a) aree e poli produttivi e insediamenti commerciali per le grandi strutture di vendita;
 - b) bacini di utenza superiori a un Comune, per impianti e tecnologie di: servizi ambientali, produzione di energia, nocivi e potenzialmente inquinanti;
 - c) bacini di fruizione superiori ad un Comune di: servizi generali, ospedali, case di riposo, università, scuole superiori, tribunali, ecc., parchi e ambiti di valorizzazione ambientale.
- ... omissis ...

Il punto a) del comma 2 dell'articolo 18, pertanto, ribadisce quanto già espresso dall'articolo 17. Se ne conclude, pertanto, che il PTCP rimanda ai PGT le scelte urbanistiche in materia commerciale, con obbligo di concertazione per le grandi strutture di vendita di superficie lorda di pavimento superiore a 1.500 m².

Se sussiste questa ipotesi, al fine di attivare la procedura per l'applicazione del principio di coordinamento e di sussidiarietà nella pianificazione di scelte e previsioni di rilevanza sovracomunale, il Comune - in base all'articolo 19, comma 1 delle norme del PTCP - .deve comunicare la propria decisione alla Provincia e a tutti i Comuni contermini ed Enti interessati, trasmettendo l'atto formale con cui assume l'ipotesi di decisione, corredato dagli elaborati tecnici atto ad illustrare la decisione della localizzazione e le sue caratteristiche.

1.3. ANALISI DEL SISTEMA COMMERCIALE DI VIDIGULFO

E' stata effettuata una analisi accurata del settore commerciale ai fini della individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali.

Il PRG ha effettuato a supporto una ricognizione della struttura distributiva presente nel territorio comunale, con i necessari riferimenti anche ad una visione sovracomunale.

Sono stati valutati, inoltre, in rapporto alle indicazioni della DGR 5913/2007, gli aspetti critici esistenti e sono state conseguentemente individuate le più opportune linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale. Tale ricognizione è stata sviluppata in relazione a:

- Ottimizzazione dell'uso del territorio
- Compatibilità ambientale
- Salvaguardia dell'equilibrio tra tipologie distributive
- Mobilità
- Valutazione delle ipotesi di insediamento rispetto agli assetti:
 - socio-economici
 - insediativi
 - dei servizi
 - della rete distributiva

1.3.1. QUADRO RICOGNITIVO TERRITORIALE E DEMOGRAFICO

I supermercati alimentari presenti in Lombardia all'1.1.2009 sono 1.522 di cui 326 nei capoluoghi di provincia pari al 16,7% dei supermercati presenti in Italia, occupano una superficie di vendita complessiva di 1.534.249 mq (il 19% sulla superficie di vendita totale in Italia) con 35.708 addetti (21,7% degli addetti totali in Italia).

Gli ipermercati presenti in Lombardia nel 2009 sono 141 su un totale di 552 in Italia (pari al 25,5%) con una superficie di vendita di 1.002.942 mq (pari al 29,5% della superficie totale) e danno occupazione a 24.411 addetti (pari al 29% del totale degli addetti in Italia) di cui il 66,2% è composto dalla componente femminile.

La presenza dei Grandi magazzini in Lombardia è ridotta rispetto al dato italiano, solo 187 contro i 1.352 in Italia (pari a al 13,8%) dei quali 52 nei capoluoghi di provincia. All'interno dei Grandi magazzini lombardi lavorano 4.530 addetti (pari al 17,3% del totale addetti) dei quali quasi il 73% è costituito dalla componente femminile.

Minimercati: con questa definizione vengono identificati gli esercizi alimentari despecializzati a libero servizio con una superficie compresa tra 200 e 399 mq. Si tratta di una realtà abbastanza diffusa in Lombardia con 618 esercizi (5.302 in Italia) di cui 130 nei capoluoghi di provincia.

Centri Commerciali al dettaglio: è una realtà particolarmente forte in Lombardia in cui si concentra ben il 50% dei Centri Commerciali (178 su 356 in Italia) con una superficie complessiva di 7.207.319 mq dei quali quasi 3 milioni di mq di GLA (superficie a disposizione degli operatori a titolo di proprietà o altro titolo di godimento non gratuito, per l'esercizio della propria attività di vendita o di servizio).

Esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa: gli esercizi attivi in Lombardia nel 2009 sono 90.002, pari all'11,6% degli esercizi presenti in Italia, a dimostrazione di una rete distributiva lombarda caratterizzata sempre meno dai piccoli negozi e sempre più dai centri commerciali. La specializzazione merceologica prevalente è "Articoli per abbigliamento" pari al 16,8%, seguito da "Prodotti alimentari" (14,6%), "Mobili, articoli per l'illuminazione e per la casa" e "Giornali, articoli di cartoleria" (entrambi 6,2%) e "Prodotti del tabacco" (4,0%) omogenea alla specializzazione presente in Italia.

Commercio ambulante e altre modalità di vendita al dettaglio: tra le modalità di commercio al dettaglio spicca la voce del Commercio per corrispondenza, telefono, televisione, ecc." con 570 operatori in Lombardia sui 3.000 presenti in Italia (19% sull'Italia), seguito da "Commercio solo via internet" che conta la presenza di 1.146 operatori su 6.223 totali pari al 18,4%, dalla vendita attraverso i "distributori automatici" con una presenza in Lombardia pari al 16,1% rispetto all'Italia. Chiude questa speciale graduatoria il "Commercio ambulante", la più numerosa in termini assoluti con 18.910 esercizi in Lombardia (11,2% sull'Italia).

1. Inquadramento territoriale DEL comune

Il comune di Vidigulfo è situato nella provincia di Pavia e confina a nord-est con il comune di Landriano, ad est con il comune di Torrevecchia Pia, a sud con i comuni di Lardirago e Ceranova e ad ovest con i comuni di Bornasco e Sizzano.

Il centro comunale dista circa 17 km. dal capoluogo provinciale, cui è collegato tramite la strada provinciale Pavia-Lardirago-Landriano e tramite l'innesto all'altezza di Pontelungo sulla strada provinciale "Vigentina". Il territorio comunale ha un'estensione di 1582 ha.

È marginalmente interessato nella parte orientale dal solco vallivo del Lambro a forma concava, delimitato da una lieve costa originata da un paleomeandro del fiume. Il resto del territorio comunale, situato al livello fondamentale della pianura, presenta un andamento pianeggiante a lieve pendenza verso sud-est. Le quote altimetriche del territorio comunale variano da un minimo di m. 81 sul livello del mare ad un massimo di m. 89.

I centri abitati sono: il capoluogo, Vidigulfo, e le quattro frazioni di Mandrino, Cavagnera, Vairano e Pontelungo.

Gli insediamenti rurali sono complessivamente 15.

A Vidigulfo, le espansioni recenti sono principalmente legate a piani di lottizzazione sviluppati secondo una maglia viaria regolare, a Est e ad Ovest del comune.

Sono costituite da piccoli isolati edificati a villini e palazzine, di modesta qualità per gli isolati costruiti subito dopo la guerra e di miglior qualità nelle espansioni più recenti.

Le densità edilizie delle aree di recente formazione sono in linea con le medie riscontrabili nelle situazioni analoghe, diffusamente presenti anche al di là dei confini della pianura lombarda. Anche il progressivo incremento delle densità in prossimità dell'area centrale è del tutto usuale. Peculiare è invece l'omogeneità della destinazione residenziale, ossia l'assenza di fenomeni di commistione funzionale che generalmente caratterizzano questi tessuti.

Il centro storico è costituito principalmente da quattro situazioni:

- a) il nucleo originario di Vidigulfo è sviluppato lungo via Roma;

- b) il nucleo di Cavagnera è attestato lungo la strada che ospita la chiesa parrocchiale e si allarga in alcune corti agricole;
- c) il nucleo di Vairano è imponente nella cascina di Vairano e più modesto nelle cortine edilizie lungo le due vie principali;
- d) il nucleo di Mandrino si sviluppa lungo la strada provinciale n. 50, che presenta sul lato est una cortina edilizia e sul lato ovest il fronte di alcune importanti cascine

Numerosi sono i cortili di impianto storico e sono ancora conservati alcuni fienili a porticato su due-tre piani, tipici dell'architettura rurale pavese.

Le espansioni recenti di Vidigulfo sono caratterizzate, come si è detto, da situazioni di segno diverso. Da un lato i quartieri sorti spontaneamente, privi di pianificazione, con tipologie contrastanti ed edifici di qualità mediocre. Dall'altro quartieri residenziali pianificati e più ordinati, sorti sulla base di piani di lottizzazione che prevedevano la completa realizzazione delle infrastrutture.

2. bacino d'utenza

Abbiamo ritenuto opportuno di individuare un bacino di gravitazione commerciale dei punti di vendita valido per Vidigulfo, che costituisce il riferimento territoriale in relazione al quale operare la valutazione degli effetti dell'impatto socio-economico, con riguardo alla struttura della domanda ed a quella dell'offerta commerciale.

Il bacino dovrebbe essere delimitato dalla curva gravitazionale corrispondente sul territorio al tempo di percorrenza massimo per raggiungere una struttura commerciale in autovettura privata. E' definito tenendo conto della tipologia, del settore merceologico e della superficie di vendita dell'insediamento richiesto.

Il bacino di gravitazione commerciale viene individuato sulla base di curve isocrone, come rappresentato nella tabella successiva, in funzione delle variabili:

- tipologia dell'intervento e dimensione della superficie di vendita e dell'insediamento nel suo complesso;
- settore merceologico prevalente.

Livello distributivo	Alimentare	Misto	Extra Alimentare	Alimentare e Extra Alimentare In centri commerciali
Esercizio di vicinato fino a mq. 150	5'	5'	5'	5'
Media struttura di vendita "1" fino a mq. 600	10'	10'	10'	10'
Media struttura di vendita "2" fino a mq. 1500	10'	10'	10'	10'
Grandi strutture a rilevanza Intercomunale Fino a mq. 4.000	10'	10'	10'	30' (outlet 40')
Grandi strutture a rilevanza Provinciale Da mq. 4.001 a mq. 10.000	30'	30'	30'	40' (outlet 50')
Grandi strutture a rilevanza Interprovinciale Da mq. 10.001 a mq. 15.000	40'	40'	40'	50' (outlet 60')
Grandi strutture a rilevanza Regionale Oltre mq. 15.000	60'	60'	60'	70' (outlet 90')

Tabella 1. Tempi di percorrenza

Il sistema viario che risulta più direttamente interessato nell'ambito del bacino d'utenza è sostanzialmente riconducibile alle strade provinciali ed alle loro connessioni con le strade comunali.

Ne consegue che possiamo definire il bacino di utenza come quello corrispondente al territorio di Vidigulfo e a quello dei comuni confinanti:

- Bornasco
- Ceranova

- Lardirago
- Marzano
- Siziano
- Torrevecchia Pia
- Zeccone
- Landriano

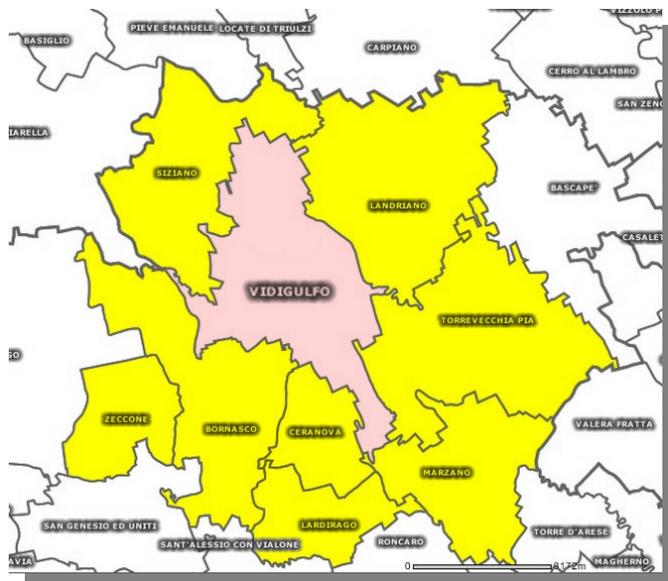


Figura 1 I comuni del bacino di utenza commerciale di Vidigulfo: base politica

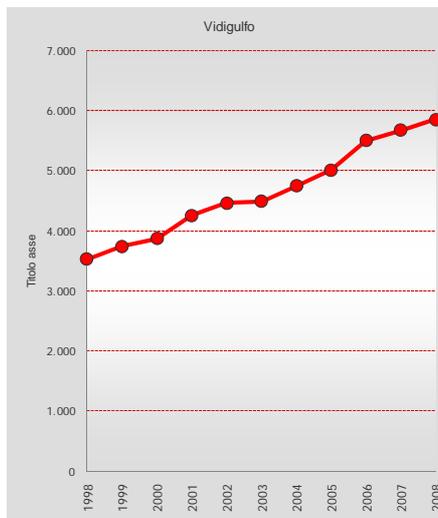


Figura 2 I comuni del bacino di utenza commerciale di Vidigulfo: base geografica

3. Inquadramento demografico

3.1. ANDAMENTO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE

ANNO	popolazione residente Vidigulfo	incremento assoluto N.	indice al 1998=100 N.
1998	3525		100,00
1999	3740	+ 215	106,10
2000	3873	+ 133	109,87
2001	4258	+ 385	120,79
2002	4462	+ 204	126,58
2003	4488	+ 26	127,32
2004	4747	+ 259	134,67
2005	5014	+ 267	142,24
2006	5499	+ 485	156,00
2007	5675	+ 176	160,99
2008	5853	+ 178	166,04



Fonte: ISTAT

Tabella 2. Evoluzione della popolazione residente a Vidigulfo.

Come si può osservare nella tabella, la popolazione di Vidigulfo, nel decennio 1998-2008 è aumentata del 66%, con un costante incremento.

Nel bacino la situazione è molto simile, pur con un incremento lievemente più modesto.

COMUNE	POPOLAZIONE AL 31 DICEMBRE							
	1.951	1.961	1.971	1.981	1.991	2.001	2.008	
1 Vidigulfo	2.754	2.683	3.003	3.026	3.216	4.258	5.853	
2 Bornasco	1.277	1.137	881	826	1.018	1.672	2.421	
3 Ceranova	556	499	413	443	479	1.155	1.650	
4 Landriano	3.166	3.120	3.551	3.521	3.749	4.198	5.764	
5 Lardirago	1.324	1.200	1.085	1.013	969	1.171	1.250	
6 Marzano	1.209	1.121	973	839	820	1.024	1.504	
7 Siziano	2.290	2.411	3.003	3.294	4.124	5.228	5.808	
8 Torrevecchia Pia	1.994	1.710	1.541	1.478	1.636	2.519	3.210	
9 Zeccone	872	830	816	805	928	1.163	1.611	
BACINO	15.442	14.711	15.266	15.245	16.939	22.388	29.071	
LOMELLINA	171.989	182.504	184.904	176.405	166.498	165.129	177.383	
OLTREPO' PAVESE	162.568	158.349	155.707	151.115	142.788	136.948	142.880	
PAVESE	171.954	177.340	185.778	185.375	181.192	191.752	218.975	
TOTALE PROVINCIA	506.511	518.193	526.389	512.895	490.478	493.829	539.238	

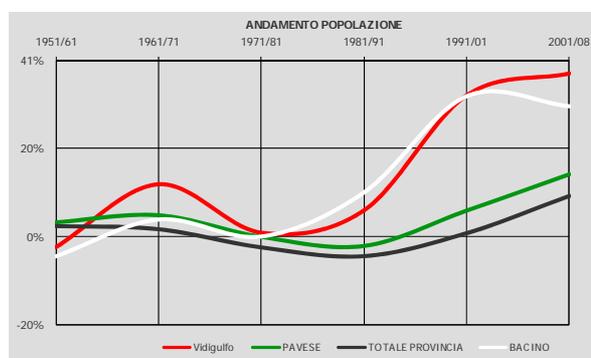


Tabella 3. Evoluzione della popolazione residente nel bacino, nei comprensori e nella provincia.

3.2. LE FAMIGLIE

Occorre prendere in esame la composizione della popolazione, in quanto i livelli di spesa, e la ripartizione della spesa stessa, sono diversi per le diverse categorie sociali e le diverse età. Infatti, ad esempio, un pensionato, mediamente, ha una spesa mensile di poco superiore ai 1.300 euro, di cui quasi il 50% destinato a spese per la casa, mentre un single di età inferiore ai 35 anni ha una spesa di poco superiore a 1.900 euro, dei quali circa un terzo destinato alla casa.

Anno	Famiglie	Componenti M+F	componenti per famiglia	incremento %
2.001	1.224	2.940	2,40	
2.002		2.938		
2.003	1.270	2.984	2,35	
2.004	1.300	3.031	2,33	+ 2,4%
2.005	1.307	3.040	2,33	+ 0,5%
2.006	1.314	3.056	2,33	+ 0,5%
2.007	1.337	3.118	2,33	+ 1,8%
2.008	1.362	3.156	2,32	+ 1,9%

Tabella 4. Famiglie a Vidigulfo

Il numero di famiglie è anch'esso costantemente aumentato, con un aumento dell'1,90% nell'ultimo anno.

3.3. SPESA MENSILE PER FAMILIARE

Tipo di soggetto	Spesa media mensile
single età <35	€ 1.913,00
single età 35-64	€ 1.929,00
single età >64	€ 1.328,00
coppia con prole <35	€ 2.632,00
coppia con prole 35-64	€ 2.863,00
coppia con prole >64	€ 2.112,00
coppia con 1 figlio	€ 2.962,00
coppia con 2 figli	€ 3.204,00
coppia con 3 o più figli	€ 3.031,00
famiglie monogenitore	€ 2.383,00
altre tipologie	€ 2.714,00
MEDIA PER FAMIGLIA	€ 2.461,00

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

Tabella 5. Spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale al 2006.

Capitoli di spesa	
Alimentari e bevande	17,10
Tabacchi	0,70
Abbigliamento e calzature	6,10
Abitazione (principale e secondaria)	28,00
Combustibili ed energia	4,10
Arredamenti	6,20
Servizi sanitari e spesa per la salute	4,00
Trasporti	13,60
Comunicazioni	1,90
Istruzione	1,30
Tempo libero e cultura	5,00
Altri beni e servizi	12,10
SPESA MEDIA MENSILE	2.800,00

Tabella 6. Spesa media mensile familiare segnalata dalla Regione Lombardia nel 2004.

Tipo di soggetto	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli						
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro	TOTALE
single età <35	15%	7%	33%	18%	6%	22%	100%
single età 35-64	16%	6%	35%	16%	5%	22%	100%
single età >64	22%	3%	45%	8%	3%	18%	100%
coppia con prole <35	14%	6%	28%	20%	6%	26%	100%
coppia con prole 35-64	17%	6%	31%	18%	5%	23%	100%
coppia con prole >64	22%	4%	39%	13%	4%	19%	100%
coppia con 1 figlio	18%	7%	28%	18%	6%	23%	100%
coppia con 2 figli	19%	8%	26%	19%	7%	22%	100%
coppia con 3 o più figli	22%	8%	25%	18%	8%	20%	100%
famiglie monogenitore	19%	7%	31%	17%	6%	21%	100%
altre tipologie	21%	6%	29%	19%	5%	20%	100%
MEDIA PER FAM.	19%	6%	31%	17%	6%	21%	100%

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

Tabella 7. Ripartizione percentuale della spesa media mensile familiare nazionale al 2006.

3.4. STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE

Analizzando la composizione della popolazione (età e stato civile della popolazione residente), si possono confrontare i dati comunali con quelli provinciali, lombardi e nazionali forniti dall'ISTAT (01.01.2009).

Questi aspetti sono molto significativi, poiché, ad esempio, ad una popolazione più anziana corrisponde una spesa minore, e, all'opposto, un'incidenza maggiore di persone non coniugate potrebbe comportare un incremento significativo della domanda di beni da acquistare.

Età della popolazione

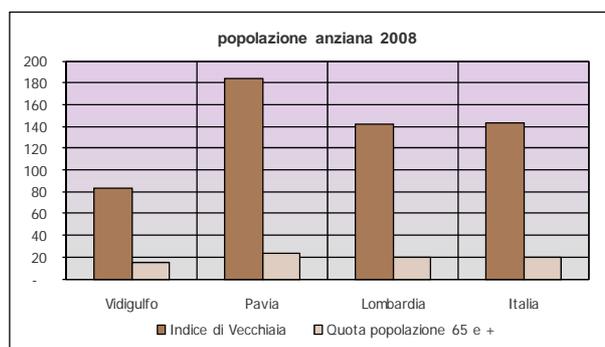
Valutando il valore dell'età della popolazione, ovvero l'incidenza di ultra sessantacinquenni, che definiamo "indice di vecchiaia" (= rapporto percentuale tra la popolazione in età da 65 anni in poi e quella della classe 0-14 anni), possiamo rilevare che la popolazione di Vidigulfo risulta leggermente più giovane rispetto alla media provinciale ma meno giovane di quella media regionale e nazionale.

2009	Indice di Vecchiaia	Dipendenza			Ricambio pop. età lavorativa	Quota popolazione 65 e +
		Totale	giovanile	anziani		
Vidigulfo	83,81	46,25	25,16	21,09	110,16	14,64
Pavia	183,58	54,03	19,05	34,98	148,95	22,88
Lombardia	142,45	51,40	21,20	30,20	137,63	20,05
Italia	143,38	51,89	21,32	30,57	119,79	20,20

Fonte: ISTAT

Tabella 8. Indici di struttura della popolazione di Vidigulfo, provincia, regione, Italia al 1° gennaio 2009.

- Indice di dipendenza totale: rapporto percentuale avente al numeratore la somma tra la popolazione in età 0-14 anni e quella in età da 65 anni in poi e al denominatore la popolazione in età 15-64 anni.
- Indice di dipendenza giovanile: rapporto percentuale tra la popolazione in età 0-14 anni e quella in età 15-64 anni.
- Indice di dipendenza degli anziani: rapporto percentuale tra la popolazione in età da 65 in poi e quella in età 15-64 anni.
- Indice di ricambio della popolazione in età lavorativa: rapporto percentuale tra la popolazione della classe 60-64 anni e quella della classe 15-19 anni.



Fonte: elaborazione su dati ISTAT

Tabella 9. Popolazione anziana di Vidigulfo, provincia, regione, Italia al 1° gennaio 2009.

Stato civile

Valutando poi lo stato civile dei residenti, si rilevano valori allineati alle medie regionale e provinciale; si conferma una disponibilità di spesa analoga a quella riferita a queste realtà territoriali.

stato civile	Vidigulfo		PROVINCIA PAVIA		LOMBARDIA	
	MASCHI	FEMMINE	MASCHI	FEMMINE	MASCHI	FEMMINE
Celibi/Nubili	679	546	114.812	93.182	2.148.215	1.806.394
Coniugati/Divorziati/ Vedovi	807	1008	146.844	184.400	2.614.155	3.173.912
TOTALE	1.486	1.554	261.656	277.582	4.762.370	4.980.306



Fonte: elaborazione su dati ISTAT

Tabella 10. Stato civile della popolazione anziana di Vidigulfo, provincia, regione, al 1° gennaio 2009.

Turismo

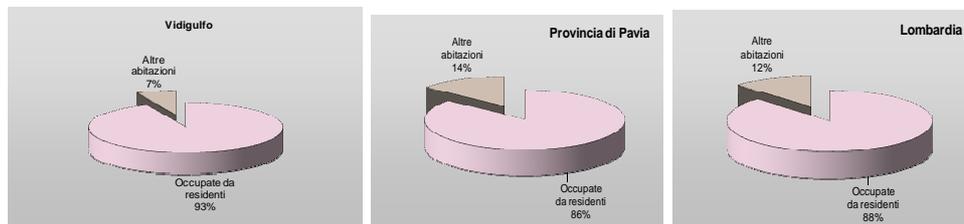
Occorre esaminare il tema delle eventuali presenze turistiche nel nostro comune, in quanto esso può avere una propria incidenza sul mercato commerciale, a causa degli acquisti effettuati da questa categoria di persone.

Esso può essere verificato considerando la consistenza numerica delle seconde case esistenti nel territorio. In realtà il comune di Vidigulfo non è di tipo turistico e, di conseguenza, le seconde case ospitano persone che vivono normalmente nel comune, anche se non sono registrati all'anagrafe come residenti.

Ne deriva comunque la necessità di tenere conto di questo peso insediativo.

I dati disponibili sono solo quelli forniti derivanti 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni (ottobre 2001). La tabella seguente mostra il numero e le percentuali delle abitazioni non occupate da residenti a Vidigulfo, in provincia e in Regione Lombardia.

abitazioni	Vidigulfo	Provincia di Pavia	Lombardia
Occupate da residenti	1.645	210.395	3.632.954
Altre abitazioni	116	34.227	510.916
Totale	1.761	244.622	4.143.870
Altri tipi di alloggio occupati da residenti	4	162	2.302
Famiglie	1.667	211.787	3.652.954



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

Tabella 11. Abitazioni occupate da residenti a Vidigulfo, provincia, regione, al 10 ottobre 2001.

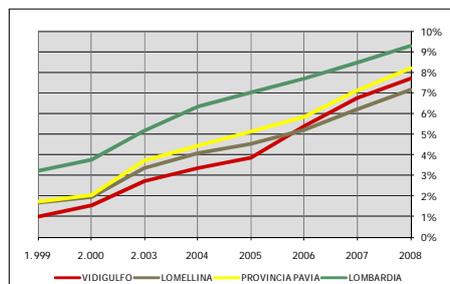
La percentuale di abitazioni occupate dai residenti in Comune di Vidigulfo è molto superiore al valore regionale e provinciale: questo segnala che il mercato teorico, ovvero la somma degli acquisti della popolazione residente non viene influenzata in misura consistente dalle presenze turistiche.

Stranieri

Un ulteriore tema da prendere in considerazione è quello della presenza di cittadini stranieri nel comune.

A Vidigulfo risiedono 449 stranieri, pari al 7,67% della popolazione totale. La quota di popolazione straniera a Vidigulfo è di poco inferiore al valore medio della Provincia di Pavia ed inferiore ANCHE a quello della Regione Lombardia, dove ammonta rispettivamente al 8,20% e al 9,29%, come riportato nella successiva tabella:

anno	VIDIGULFO	LOMELLINA		PROVINCIA PAVIA		LOMBARDIA		
	valore assoluto	% sulla popolaz. Residente						
1.999	38	1,02%	3.171	1,66%	8.584	1,73%	292.251	3,22%
2.000	60	1,55%	3.778	1,96%	10.265	2,06%	340.850	3,74%
2.003	121	2,70%	6.642	3,36%	18.666	3,70%	477.821	5,17%
2004	160	3,37%	8.197	4,07%	22.695	4,45%	594.279	6,33%
2005	192	3,83%	9.346	4,55%	26.335	5,11%	665.884	7,03%
2006	295	5,36%	10.887	5,19%	30.513	5,85%	736.420	7,71%
2007	382	6,73%	13.242	6,18%	37.725	7,10%	815.335	8,46%
2008	449	7,67%	15.657	7,15%	44.223	8,20%	904.816	9,29%



Fonte: Elaborazione dati ISTAT

Tabella 12. Stranieri presenti residenti a Vidigulfo, provincia, regione, al 31.12.2008

La popolazione straniera residente a Vidigulfo risulta in costante e deciso aumento, con valori comunque inferiore a quelli territoriali

1.3.2. QUADRO CONOSCITIVO DEL SISTEMA COMMERCIALE DEL COMUNE E DEL BACINO DI UTENZA

1. Evoluzione del sistema distributivo

I dati relativi alla presenza di esercizi commerciali del comune sono stati ottenuti da rilievi descrittivi effettuati sul posto e da dati analitici forniti dall'Osservatorio Regionale del Commercio (Banca Dati Commercio Regione Lombardia); i primi dati regionali sono relativi alla situazione al 30 giugno di ogni anno, a partire dal 2003 fino al 2008 (ultimo dato disponibile).

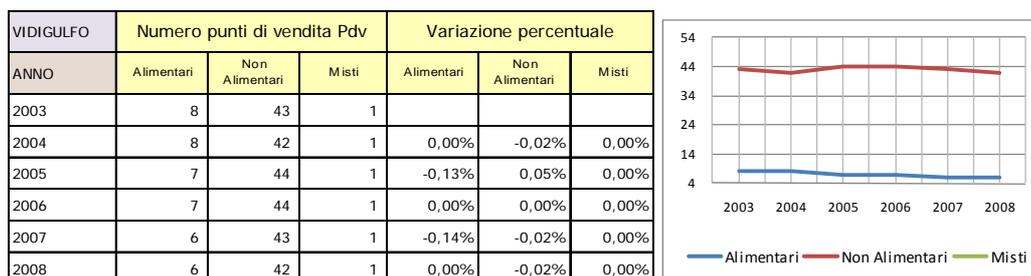


Tabella 13. Evoluzione del numero di esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Vidigulfo

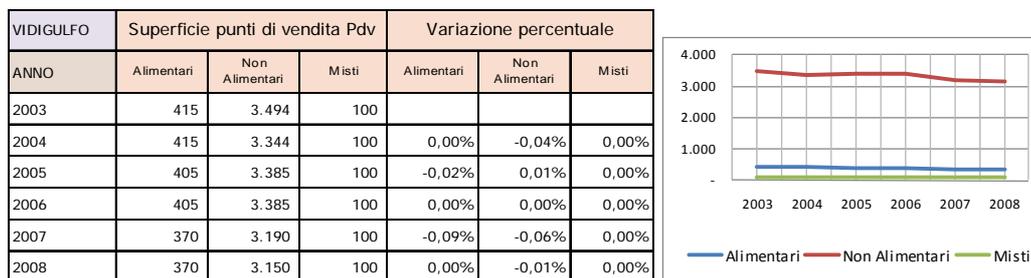


Tabella 14. Evoluzione della superficie degli esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Vidigulfo

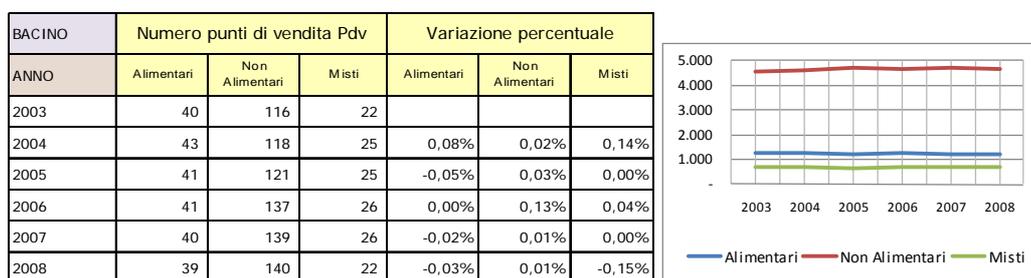


Tabella 15. Evoluzione del numero di esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Bacino

BACINO	Superficie punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
ANNO						
2003	1.831	9.211	1.290			
2004	1.496	9.138	1.469	-0,18%	-0,01%	0,14%
2005	1.444	9.077	1.534	-0,03%	-0,01%	0,04%
2006	1.444	10.474	1.635	0,00%	0,15%	0,07%
2007	1.423	10.306	1.679	-0,01%	-0,02%	0,03%
2008	1.348	9.289	1.323	-0,05%	-0,10%	-0,21%

Tabella 16. Evoluzione della superficie degli esercizi commerciali dal 2003 al 2008: ESERCIZI DI VICINATO – Bacino

L'andamento della rete commerciale di Vidigulfo appare molto rigida in tutti i sistemi territoriali (comune, provincia e regione), sia quanto a numero di attività sia quanto a superficie di vendita.

2. RILIEVO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

La rete distributiva commerciale di Vidigulfo e del suo comprensorio è costituita dai seguenti esercizi:

VIDIGULFO	Numero punti di vendita Pdv	Superficie punti di vendita Pdv	BACINO	Numero punti di vendita Pdv	Superficie punti di vendita Pdv
alimentare e misto	7	470	alimentare e misto	61	2.671
non alimentare	42	3.150	non alimentare	140	9.289
Totale	49	3.620	Totale	201	11.960

Tabella 17. Rilievo 2009: numero e superficie degli esercizi commerciali: ESERCIZI DI VICINATO – Comune e Bacino

Se operiamo la suddivisione in base alle tipologie del d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), gli stessi esercizi (o punti di vendita Pdv) sono rappresentati dalle tabelle successive:

SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	Esercizi di vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
	Num.	Superficie	Num.	Superficie	Num.	Superficie
ZINASCO	18	663	-	-	-	-
BACINO	96	11.836	7	2.475	-	-

SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	Esercizi di vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
	Num.	Superficie	Num.	Superficie	Num.	Superficie
ZINASCO	10	529	-	-	-	-
BACINO	163	9.710	17	9.633	1	7.500

Tabella 18. Rilievo 2009: numero e superficie degli esercizi commerciali: MEDIA DISTRIBUZIONE – Comune e Bacino

Allo scopo di comprendere l'offerta commerciale di Vidigulfo, è utile operare un confronto con le presenze della provincia e della Regione Lombardia, con i seguenti indicatori, accorpando agli esercizi alimentari gli esercizi misti:

esercizi di vicinato:	numero di abitanti per singolo punto di vendita. Il servizio offerto migliora con il diminuire del numero di abitanti per esercizio
medie e grandi strutture di vendita	superficie di vendita in m ² ogni 1.000 abitanti. Il servizio offerto migliora con l'aumentare dell'indicatore

esercizi di vicinato

Esercizi di vicinato SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	abitanti	Numero punti di vendita P dv	abitanti per P dv
Vidigulfo	5.853	7	836
BACINO	29.071	61	477
PV	539.238	1.883	286
LOMBARDIA	9.729.614	27.321	356

Esercizi di vicinato SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	abitanti	Numero punti di vendita P dv	abitanti per P dv
Vidigulfo	5.853	42	139
BACINO	29.071	140	208
PV	539.238	4.650	116
LOMBARDIA	9.729.614	86.193	113

Tabella 19. Rilievo 2009: abitanti per punto di vendita - ESERCIZI DI VICINATO – Comune e Bacino, provincia e regione

Con riferimento agli esercizi di vicinato per il settore alimentare, si riscontra a Vidigulfo un numero di punti di vendita molto superiore al valore regionale e a quello provinciale. Il bacino di utenza denota un valore opposto.

Per il settore non alimentare, si riscontra a Vidigulfo un numero di punti di vendita molto superiore al valore regionale e a quello provinciale la dotazione risulta superiore sia a quella regionale. Il bacino di utenza denota un valore opposto.

medie strutture di vendita

Medie strutture di vendita SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita P dv	m ² per 1000 abitanti
Vidigulfo	5.853	-	-
BACINO	29.071	185	6,36
Pavia	539.238	64.331	119,30
Lombardia	9.729.614	1.175.461	120,81

Medie strutture di vendita SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita P dv	m ² per 1000 abitanti
Vidigulfo	5.853	-	-
BACINO	29.071	9.167	315,33
PV	539.238	207.381	384,58
LOMBARDIA	9.729.614	3.862.641	397,00

Tabella 20. Rilievo 2009: m² per 1.000 abitanti – MEDIA DISTRIBUZIONE – Comune e Bacino, provincia e regione

Per le medie strutture di vendita, il comune di Vidigulfo è totalmente sprovvisto. Il bacino di utenza presenta una dotazione inferiore ai valori regionali e provinciali per quanto

riguarda il settore alimentare, mentre per il settore non alimentare la dotazione è leggermente inferiore a detti valori sovracomunali.

grandi strutture di vendita

Grandi strutture di vendita		SETTORE ALIMENTARE E MISTO	
-----------------------------	--	----------------------------	--

Ente territoriale	abitanti	Numero punti di vendita P dv	m ² per 1000 abitanti
VIDIGULFO	5.853	-	-
BACINO	29.071	-	-
Pavia	539.238	47.370	87,85
Lombardia	9.729.614	827.627	85,06

Grandi strutture di vendita		SETTORE NON ALIMENTARE	
-----------------------------	--	------------------------	--

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita P dv	m ² per 1000 abitanti
Vidigulfo	5.853	-	-
BACINO	29.071	-	-
PV	539.238	121.637	225,57
LOMBARDIA	9.729.614	2.561.170	263,23

Tabella 21. Rilievo 2009: m² per 1.000 abitanti – GRANDE DISTRIBUZIONE – Comune e Bacino, provincia e regione

Per le grandi strutture di vendita, il comune di Vidigulfo è totalmente sprovvisto. Il bacino di utenza presenta una dotazione sulla media dei valori regionali e provinciali per quanto riguarda il settore non alimentare, mentre per il settore alimentare anche il bacino è sprovvisto.

3. LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI DI VENDITA AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

La tavola 6 a (Attività commerciali e produttive, scala 1: 2000), riporta la collocazione degli esercizi commerciali nel territorio.

Si segnalano le seguenti particolarità:

- gli esercizi commerciali sono localizzati prevalentemente nel nucleo di Vidigulfo, e sono localizzati lungo la via Roma, con prolungamento lungo vi IV novembre, nel tratto che attraversa il centro storico;
- sono presenti poche attività (di tipo speciale, quali il ristorante e la vendita di prodotti per l'agricoltura) a Pontelungo.

4. LA DIMENSIONE DEI PUNTI DI VENDITA AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

Assume infine una particolare importanza la superficie di vendita degli esercizi commerciali, in quanto la qualità dell'offerta commerciale è correlata alla dimensione dei punti di vendita, che a sua volta corrisponde al numero di prodotti esposti.

Esercizi alimentari

Esercizi alimentari di vicinato

La dimensione del punto di vendita alimentare è di importanza strategica, almeno quanto la distanza dagli utenti (fattore abitazione-punto di vendita), specie per i generi di prima necessità (quali latte, pane, frutta e verdura) che sono di acquisto quotidiano.

vicinato alimentare	Superficie media m ²
VIDIGULFO	67
BACINO	44

Esercizi alimentari di media struttura

La dimensione del punto di vendita alimentare è di importanza strategica, almeno quanto la distanza dagli utenti (fattore abitazione-punto di vendita), specie per i generi di prima necessità (quali latte, pane, frutta e verdura).

Medie strutture alimentare	Superficie media m ²
VIDIGULFO	
BACINO	185

Esercizi alimentari di grande struttura

Grandi strutture alimentare	Superficie media m ²
VIDIGULFO	
BACINO	

Esercizi non alimentari

Esercizi non alimentari di vicinato

La dimensione del punto di vendita non alimentare è ancora più importante, in quanto si riferisce ad acquisti meno frequenti. Viene accettata una maggiore mobilità, per raggiungere un'offerta adeguata alle esigenze degli utenti, rapportata al gran numero di prodotti disponibili. Ne consegue che gli esercizi non alimentari necessitano di un bacino d'utenza più ampio di quello degli esercizi alimentari. Particolarmente appetibili sono le localizzazioni che dispongono di adeguata superficie di vendita e comoda accessibilità, anche se poste in comuni piccoli.

vicinato non alimentare	Superficie media m ²
VIDIGULFO	75
BACINO	66

Esercizi non alimentari di media struttura

Medie strutture non alimentare	Superficie media m ²
VIDIGULFO	
BACINO	764

Esercizi non alimentari di grande struttura

Grandi strutture non alimentare	Superficie media m ²
VIDIGULFO	
BACINO	

1.4. ANALISI DEL RAPPORTO DOMANDA/OFFERTA

1.4.1. METODOLOGIA

Obiettivo del Documento di Piano è quello di consentire nel territorio comunale insediamenti commerciali tali da offrire il miglior servizio possibile, compatibilmente con le condizioni di corretta gestione economica degli esercizi, da realizzare con piano attuativo da inserire negli ambiti di trasformazione o in altri ambiti.

A questo scopo si è tenuto conto di:

- offerta presente;
- livello di soddisfacimento dei bisogni della popolazione
- dimensioni del Comune
- definizione del bacino d'utenza
- modernizzazione del settore (ovvero ampliamento delle superfici di vendita, diffusione di attività che presentino un'offerta completa e prezzi concorrenziali o in una accentuata specializzazione merceologica).

In base al decreto legislativo 114/98 la programmazione può riguardare esclusivamente la pianificazione delle aree destinate all'insediamento di medie o grandi strutture di vendita; le valutazioni sull'opportunità di inserire strutture di vendita per tipo di prodotto non sono ammesse. Sarà quindi l'operatore commerciale, in base alle tendenze ed alla domanda del mercato, a dover valutare l'opportunità di inserire in un'area determinata una particolare tipologia d'offerta.

Come si è già detto, il comportamento di acquisto dei prodotti non alimentari è molto diverso da quello dei prodotti alimentari. Il bacino di utenza è molto più ampio, in quanto la distanza conta molto meno. Per questo motivo è stato definito un bacino di utenza che comprende, oltre al comune di Vidigulfo, anche tutti i comuni confinanti posti ad una distanza di percorrenza corretta.

I dati utilizzati per il calcolo del rapporto tra domanda ed offerta sono tratti dal Regolamento Regionale attuativo della l.r. 14/99, che fu predisposto in due fasi:

- Regolamento regionale 21 luglio 2000, n. 3 «Regolamento di attuazione della legge regionale 23 luglio 1999 n. 14 per il settore del commercio» (BURL 25 luglio 2000, n. 30, 2°suppl. ord.)
- Regolamento regionale 24 dicembre 2001, n. 9 «Modifiche al Regolamento regionale 21 luglio 2000, n. 3» (BURL 28 dicembre 2001, n. 52, 3°suppl. ord.).

Esso costituisce il più completo documento tecnico ed economico tuttora disponibile. Il Regolamento suddivide il territorio regionale in 21 Unità Territoriali scelte in base a:

- caratteristiche socio-economiche della popolazione
- distribuzione insediativa e infrastrutturazione del territorio
- caratteristiche geografiche
- caratteristiche della rete distributiva

L'Allegato 1 del Regolamento individua:

- le potenzialità di spesa della popolazione residente in ciascuna della Unità Territoriali, ricavata scientificamente in base al valore commerciale dei fabbricati, ad indagini campionarie effettuate presso la popolazione residente, alla valutazione puntuale dei prodotti compresi nei diversi capitoli di spesa, alle autoproduzioni e così via. La potenzialità è
- le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi, alimentari e non alimentari, in ognuna della 21 Unità Territoriali.

UT	Denominazione UT	Popolazione	Domanda in Euro pro-capite		Famiglie	Domanda in Euro per famiglia	
			alimentare	non alimentare		alimentare	non alimentare
1	MILANO	2.435.017	€ 1.854,57	€ 1.578,74	966.026	€ 4.674,72	€ 3.979,46
2	BRESCIA	579.214	€ 1.621,25	€ 1.343,96	201.245	€ 4.666,19	€ 3.868,12
3	BERGAMO	730.358	€ 1.610,21	€ 1.333,62	250.083	€ 4.702,56	€ 3.894,80
4	VARESE	356.680	€ 1.616,97	€ 1.323,05	126.604	€ 4.555,47	€ 3.727,42
5	COMO	463.089	€ 1.623,23	€ 1.343,61	161.565	€ 4.652,63	€ 3.851,14
6	BUSTO ARSIZIO	770.053	€ 1.587,50	€ 1.293,31	269.714	€ 4.532,43	€ 3.692,51
7	PAVIA	247.368	€ 1.744,97	€ 1.411,06	95.047	€ 4.541,45	€ 3.672,41
8	CREMONA	234.371	€ 1.732,01	€ 1.393,09	88.910	€ 4.565,66	€ 3.672,24
9	VIGEVANO	208.500	€ 1.722,77	€ 1.367,35	79.715	€ 4.506,03	€ 3.576,40
10	MANTOVA	276.465	€ 1.647,96	€ 1.340,54	99.151	€ 4.595,05	€ 3.737,87
11	LECCO	221.989	€ 1.704,48	€ 1.396,36	78.639	€ 4.811,57	€ 3.941,77
12	LODI	405.839	€ 1.524,20	€ 1.254,36	137.819	€ 4.488,36	€ 3.693,76
13	VOGHERA	122.334	€ 1.866,77	€ 1.472,57	49.875	€ 4.578,83	€ 3.611,93
14	VIMERCATE	921.093	€ 1.567,28	€ 1.311,75	318.640	€ 4.530,55	€ 3.791,88
15	DESENZANO DEL GARDA	197.615	€ 1.907,10	€ 1.613,56	75.625	€ 4.983,42	€ 4.216,38
16	SONDRIO	110.753	€ 1.812,79	€ 1.522,96	40.659	€ 4.937,95	€ 4.148,46
17	CHIARI	325.864	€ 1.550,18	€ 1.284,27	108.643	€ 4.649,62	€ 3.852,04
18	VIADANA	56.239	€ 1.684,78	€ 1.359,08	20.628	€ 4.593,29	€ 3.705,31
19	LUINO	67.640	€ 1.787,84	€ 1.439,26	25.740	€ 4.698,11	€ 3.782,11
20	DARFO BOARIO TERME	164.277	€ 1.830,44	€ 1.500,61	60.508	€ 4.969,59	€ 4.074,10
21	MORBEGNO	100.067	€ 1.687,09	€ 1.361,26	34.989	€ 4.825,00	€ 3.893,13

Tabella 22 Elaborazione di Tavola 10 e Tavola 11 del Regol. Reg.: Settore alimentare e settore non alimentare: stima della domanda pro-capite e per famiglia della popolazione di ciascuna U. T.

UT	Denominazione UT	Vicinato	MS 1	MS 2	GS sovracom.	GSAE
1	MILANO	€ 2.220,76	€ 2.375,70	€ 4.957,99	€ 6.300,77	€ 7.850,14
2	BRESCIA	€ 2.427,35	€ 2.530,64	€ 5.319,51	€ 6.817,23	€ 8.469,89
3	BERGAMO	€ 2.530,64	€ 2.685,58	€ 5.577,73	€ 7.127,11	€ 8.831,41
4	VARESE	€ 2.737,22	€ 2.892,16	€ 6.042,55	€ 7.746,85	€ 9.606,10
5	COMO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
6	BUSTO ARSIZIO	€ 2.530,64	€ 2.737,22	€ 5.681,03	€ 7.230,40	€ 8.986,35
7	PAVIA	€ 2.788,87	€ 2.943,80	€ 6.145,84	€ 7.901,79	€ 9.761,04
8	CREMONA	€ 2.324,06	€ 2.427,35	€ 5.112,92	€ 6.507,36	€ 8.108,37
9	VIGEVANO	€ 2.324,06	€ 2.427,35	€ 5.112,92	€ 6.507,36	€ 8.108,37
10	MANTOVA	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
11	LECCO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
12	LODI	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
13	VOGHERA	€ 2.169,12	€ 2.324,06	€ 4.803,05	€ 6.197,48	€ 7.643,56
14	VIMERCATE	€ 2.478,99	€ 2.633,93	€ 5.474,44	€ 7.023,81	€ 8.728,12
15	DESENZANO DEL GARDA	€ 2.272,41	€ 2.427,35	€ 5.061,28	€ 6.455,71	€ 8.005,08
16	SONDRIO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
17	CHIARI	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
18	VIADANA	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
19	LUINO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
20	DARFO BOARIO TERME	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
21	MORBEGNO	€ 2.892,16	€ 3.047,10	€ 6.404,07	€ 8.160,02	€ 10.122,56

Tabella 23 Elaborazione di Tavola 14 del Regol. Reg.: Soglie di produttività al m² per UT e livello distributivo per il settore alimentare di ciascuna U. T.

UT	Denominazione UT	Vicinato	MS 1	MS 2	GS sovracom.	GSAE
1	MILANO	€ 877,98	€ 929,62	€ 1.704,31	€ 2.375,70	€ 3.305,32
2	BRESCIA	€ 981,27	€ 1.032,91	€ 1.859,24	€ 2.530,64	€ 3.615,20
3	BERGAMO	€ 1.032,91	€ 1.084,56	€ 1.962,54	€ 2.685,58	€ 3.770,14
4	VARESE	€ 1.084,56	€ 1.136,21	€ 2.117,47	€ 2.892,16	€ 4.080,01
5	COMO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
6	BUSTO ARSIZIO	€ 1.032,91	€ 1.084,56	€ 1.962,54	€ 2.737,22	€ 3.821,78
7	PAVIA	€ 1.136,21	€ 1.187,85	€ 2.169,12	€ 2.943,80	€ 4.183,30
8	CREMONA	€ 929,62	€ 981,27	€ 1.755,95	€ 2.427,35	€ 3.460,26
9	VIGEVANO	€ 929,62	€ 981,27	€ 1.755,95	€ 2.427,35	€ 3.460,26
10	MANTOVA	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
11	LECCO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
12	LODI	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
13	VOGHERA	€ 877,98	€ 929,62	€ 1.704,31	€ 2.324,06	€ 3.253,68
14	VIMERCATE	€ 981,27	€ 1.032,91	€ 1.910,89	€ 2.633,93	€ 3.718,49
15	DESENZANO DEL GARDA	€ 929,62	€ 981,27	€ 1.755,95	€ 2.427,35	€ 3.408,62
16	SONDRIO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
17	CHIARI	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
18	VIADANA	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
19	LUINO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
20	DARFO BOARIO TERME	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
21	MORBEGNO	€ 1.187,85	€ 1.239,50	€ 2.220,76	€ 3.047,10	€ 4.286,59

Tabella 24 Elaborazione di Tavola 15 del Regol. Reg.: Soglie di produttività al m² per UT e livello distributivo per il settore extra alimentare di ciascuna U. T.

Il regolamento, per individuare l'attrattività dei punti di vendita e per attribuire soglie di produttività adeguate, articola le medie e grandi strutture di vendita in due sub-categorie

Livello distributivo	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Vicinato	fino a 150 m ²	fino a 250 m ²
MS 1	da 151 a 600 m ²	da 251 a 600 m ²
MS 2	da 601 a 1.500 m ²	da 601 a 2.500 m ²
GS sovracomunale	da 1.501 a 5.000 m ²	da 2.501 a 5.000 m ²
GS Area Estesa	maggiore di 5.000	maggiore di 5.001

Le potenzialità di spesa della popolazione residente e le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi nei due settori merceologici indicate dalla Regione Lombardia nel Regolamento Regionale 3/2000 costituiscono, come si è detto, sono i dati più attendibili e specifici per le diverse aree e realtà regionali a disposizione. I valori non sono stati aggiornati, in quanto l'eventuale aggiornamento manterrebbe comunque costante il rapporto tra domanda e offerta.

1.4.2. PROPOSTE PER IL SETTORE ALIMENTARE

Tenendo conto delle caratteristiche dell'Unità territoriale di riferimento data dal regolamento regionale, possiamo definire la potenzialità di spesa, ossia quanto possono spendere nei negozi esistenti nel nostro comune i cittadini del bacino di utenza in base alla produttività per ogni metro quadrato di superficie dei negozi esistenti:

Stato di fatto

tipologia	produttività/mq	superficie di vendita negozi esistenti in mq			potenzialità di spesa=produttività	
		COMUNE	BACINO	TOTALE	COMUNE	BACINO
Vicinato	€ 2.788,87	622	2.263	2.885	€ 1.734.677,14	€ 6.309.818,38
MS1	€ 2.943,80	-	971	971	€ -	€ 2.858.429,80
MS2	€ 6.145,84	-	-	-	€ -	€ -
GS sovr.	€ 7.901,79	-	-	-	€ -	€ -
GS AE	€ 9.761,04	-	-	-	€ -	€ -
Totale		622	3.234	3.856	€ 1.734.677,14	€ 9.168.248,18

Tabella 25. *Alimentari: potenzialità di spesa a Vidigulfo nei negozi esistenti*

18176 PAVIA VIDIGULFO Ambito della pianura lombarda

Unità Territoriale n. 7 - Pavia

Per l'Unità Territoriale viene attribuita una spesa media pro capite per generi alimentari di

€ 1.744,97 spesa media pro capite all'anno.

Il mercato teorico alimentare complessivo (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), cioè la spesa che si avrebbe se tutti i residenti acquistassero nel Comune, risulta quindi di

€ 17.421.303,24 = possibilità di spesa degli abitanti

La differenza fra la produttività degli esercizi esistenti (potenzialità di spesa) ed mercato teorico costituisce la disponibilità di eventuali nuovi esercizi che si volessero insediare nel territorio comunale.

La tabella successiva riporta il calcolo:

spesa media pro-capite	€	1.744,97	= domanda
abitanti PGT		9.984	= popolazione del PGT
mercato teorico	€	17.421.303,24	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa=produttività	€	1.734.677,14	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	15.686.626,10	= disponibilità di nuovi esercizi

Piano di Governo del Territorio

tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi	mercato teorico = possibilità di spesa
		esistenti	nuove		Totale		
			mq	unità			
Vicinato	€ 2.788,87	622	4	600	1.222	€ 3.407.999,14	
MS1	€ 2.943,80	0	2	1.200	1.200	€ 3.532.560,00	
MS2	€ 6.145,84	0	1	1.500	1.500	€ 9.218.760,00	
GS sovr.	€ 7.901,79	0	0	0	0	€ -	
GS AE	€ 9.761,04	0				€ -	
Totale		622	7	3.300	3.922	€ 16.159.319,14	

differenza + € 1.261.984,10 = deve essere > 0

La differenza che può essere affidata al commercio ambulante è pari ε 7%

Tabella 26. *Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DELLA SOLA CITTA')*

Le valutazioni relative alla domanda e all'offerta commerciale dimostrano quindi una disponibilità di offerta in rapporto alla potenzialità di spesa consentita dalla rete esistente, che suggerisce l'insediamento di nuovi esercizi di media.

E' opportuno inoltre fare riferimento al bacino d'utenza.

Se considerassimo anche il bacino di utenza, il mercato teorico (ossia la spesa che si avrebbe potenzialmente se tutti i residenti del bacino acquistassero nel nostro comune, con una popolazione complessiva di abitanti 42.336 sarebbe di totali € 73.874.722,56

La tabella successiva riporta il calcolo.

Comune	Abitanti	
	al 31.12.2008	capacità insediativa del PGT (presunta)
Vidigulfo	5.853	9.984
Bornasco	2.421	3.632
Landriano	5.764	8.646
Lardirago	1.250	1.875
Marzano	1.504	2.256
Siziano	5.808	8.712
Torrevecchia Pia	3.210	4.815
Zeccone	1.611	2.417
TOTALE	27.421	42.336

Tabella 27. Popolazione nel bacino di utenza

spesa media pro-capite	€	1.744,97	= domanda
abitanti del bacino		42.336	= popolazione del bacino + PGT
mercato teorico	€	73.874.722,56	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa	€	9.168.248,18	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	64.706.474,39	= disponibilità di nuovi esercizi

Tabella 28. Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)

In base alle soglie di produttività al m² indicate dalla Regione Lombardia e sopra calcolate, il mercato teorico sopra indicato permetterebbe l'insediamento delle seguenti strutture:

tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi	mercato teorico = possibilità di spesa
		esistenti	nuove		Totale		
			mq	unità			
Vicinato	€ 2.788,87	2.885	18	2.700	5.585	€ 15.574.444,52	
MS1	€ 2.943,80	971	3	1.800	2.771	€ 8.157.269,80	
MS2	€ 6.145,84	0	3	4.500	4.500	€ 27.656.280,00	
GS sovr.	€ 7.901,79	0	0	0	0	€ -	
GS AE	€ 9.761,04	0	0	0	0	€ -	
Totale		3.856	24	9.000	12.856	€ 51.387.994,32	€ 73.874.722,56

differenza + € 22.486.728,25 = deve essere > 0

Tabella 29. Alimentari: strutture compatibili con il mercato teorico a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)

Si può pertanto valutare, come riportato in tabella, l'insediamento di esercizi di vicinato, di 2 medie struttura di primo livello e 2 medie strutture di secondo livello, con una soglia di mercato inferiore alla domanda di generi alimentari potenziale. A Vidigulfo si sceglie di consentire un esercizio per ognuna delle due tipologie.

1.4.3. PROPOSTE PER IL SETTORE NON ALIMENTARE

In modo del tutto analogo a quello operato per il settore alimentare, definiamo in primo luogo la potenzialità di spesa, ossia quanto possono spendere nei negozi esistenti nel

nostro comune i cittadini del bacino di utenza in base alla produttività per ogni metro quadrato di superficie dei negozi esistenti:

Stato di fatto

tipologia	produttività/mq	superficie di vendita negozi esistenti in mq			potenzialità di spesa=produttività	
		COMUNE	BACINO	TOTALE	BACINO	COMUNE
Vicinato	€ 1.136,21	765	9.951	10.716	€ 12.175.058,26	€ 869.200,65
MS1	€ 1.187,85	-	2.701	2.701	€ 3.208.382,85	€ -
MS2	€ 2.169,12	-	-	-	€ -	€ -
GS	€ 2.943,80	-	-	-	€ -	€ -
GS AE	€ 4.183,30	-	-	-	€ -	€ -
Totale		765	12.652	13.417	€ 15.383.441,11	€ 869.200,65

Tabella 30. Extra Alimentari: potenzialità di spesa a Vidigulfo nei negozi esistenti

18176 PAVIA VIDIGULFO Ambito della pianura lombarda

Unità Territoriale n. 7 - Pavia

Per l'Unità Territoriale viene attribuita una spesa media pro capite per generi non alimentari di

€ 1.411,06 spesa media pro capite all'anno.

Il mercato teorico non alimentare complessivo (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), cioè la spesa che si avrebbe se tutti i residenti acquistassero nel Comune, risulta quindi di:

€ 14.087.614,09 = possibilità di spesa degli abitanti

La differenza fra la produttività degli esercizi esistenti (potenzialità di spesa) ed mercato teorico costituisce la disponibilità di eventuali nuovi esercizi che si volessero insediare nel territorio comunale. La tabella successiva riporta il calcolo.

spesa media pro-capite	€	1.411,06	= domanda
abitanti PGT		9.984	= popolazione del PGT
mercato teorico	€	14.087.614,09	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa=produttività	€	869.200,65	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	13.218.413,44	= disponibilità di nuovi esercizi

tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa	mercato teorico
		esistenti mq	nuove unità	mq	Totale mq		
Vicinato	€ 1.136,21	765	4	600	1.365	€ 1.550.926,65	
MS1	€ 1.187,85	0	2	1.200	1.200	€ 1.425.420,00	
MS2	€ 2.169,12	0	3	4.500	4.500	€ 9.761.040,00	
GS	€ 2.943,80	0			-	€ -	
GS AE	€ 4.183,30	0			-	€ -	
Totale		765			7.065	€ 12.737.386,65	€ 14.087.614,09

differenza + € 1.350.227,44 = deve essere > 0

La differenza che può essere affidata al commercio ambulante è pari ±9,6%

Tabella 31. Extra Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DELLA SOLA CITTA')

Le valutazioni relative alla domanda e all'offerta commerciale dimostrano quindi un equilibrio di domanda in rapporto alla potenzialità di spesa consentita dalla rete esistente, che non suggerisce l'insediamento di molti nuovi esercizi di media.

E' opportuno pertanto fare riferimento al bacino d'utenza.

Se considerassimo anche il bacino di utenza, la spesa che si avrebbe potenzialmente se tutti i residenti del bacino acquistassero nel nostro comune, con una popolazione complessiva di abitanti 42.336

sarebbe di totali € 15.383.441,11

La tabella successiva riporta il calcolo.

Comune	Abitanti	
	al 31.12.2008	capacità insediativa del PGT (presunta)
Vidigulfo	5.853	9.984
Bornasco	2.421	3.632
Landriano	5.764	8.646
Lardirago	1.250	1.875
Marzano	1.504	2.256
Siziano	5.808	8.712
Torrevecchia Pia	3.210	4.815
Zeccone	1.611	2.417
TOTALE	27.421	42.336

Tabella 32. Bacino di utenza

spesa media pro-capite	€	1.411,06	= domanda
abitanti del bacino		42.336	= popolazione del bacino + PGT
mercato teorico	€	59.738.273,78	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa	€	15.383.441,11	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	44.354.832,67	= disponibilità di nuovi esercizi

Tabella 33. Extra Alimentari: mercato teorico e potenzialità di spesa a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)

In base alle soglie di produttività al mq indicate dalla Regione Lombardia e sopra calcolate, il mercato teorico sopra indicato permetterebbe l'insediamento delle seguenti strutture:

tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi	mercato teorico = possibilità di spesa
		esistenti	nuove		Totale		
			mq	unità			
Vicinato	€ 1.136,21	10.716	10	1.500	12.216	€ 13.879.373,26	
MS1	€ 1.187,85	2.701	10	6.000	8.701	€ 10.335.482,85	
MS2	€ 2.169,12	0	10	15.000	15.000	€ 32.536.800,00	
GS sovr.	€ 2.943,80	0			0	€ -	
GS AE	€ 4.183,30						
Totale		13.417	30	22.500	35.917	€ 56.751.656,11	€ 59.738.273,78
						differenza + € 2.986.617,67	= deve essere > 0

La differenza che può essere affidata al commercio ambulante è pari a circa il 5,0%

Tabella 34. Extra Alimentari: strutture compatibili con il mercato teorico a Vidigulfo (ABITANTI DEL BACINO DI UTENZA)

Si può pertanto valutare, come riportato in tabella, l'insediamento di nuovi esercizi di vicinato, di 10 medie strutture di primo livello e 10 medie strutture secondo livello, con

una soglia di mercato inferiore alla domanda di generi non alimentari potenziale. Si suggerisce di conseguenza, in base al numero alto di esercizi potenzialmente accoglibili, che il Documento di Piano non preveda un numero massimo di esercizi, ma ne renda libero l'insediamento, che sarà regolato dal mercato.

1.4.4. SCELTA DEI CONTESTI DI LOCALIZZAZIONE DELLE STRUTTURE COMMERCIALI IN RAPPORTO ALL'AZZONAMENTO DEL PGT

1. CRITERI DI LOCALIZZAZIONE

Il Documento di Piano, come si è visto in precedenza e in base alla DCR 352/2007 [deliberazione consiglio regionale 13 marzo 2007, n. 352 (indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale)], ha a suo carico "la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale (art. 8, comma 2, lettere a e b della l.r. n. 12/2005)" ed il compito di evidenziare "le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale"

Al fine di integrare e coerenza le scelte di programmazione in materia di commercio con le scelte di sviluppo territoriale individuate dal PGT, sono state valutate le compatibilità tra le aree di possibile insediamento e le tipologie delle strutture distributive, con riferimento agli specifici contesti urbanistici, che la Regione Lombardia suggerisce di definire nel modo seguente:

- a) nuclei di antica formazione e ambiti centrali urbani consolidati;
- b) ambiti di margine dei centri urbani medio-piccoli;
- c) ambiti consolidati periurbani delle aree metropolitane (dei capoluoghi e di addensamento commerciale metropolitano);
- d) ambiti di trasformazione extraurbani.

Come si è detto, il PGT del comune di Vidigulfo non prevede la presenza di alcuna situazione fra quelle descritte ai punti c) e d).

Le aree di possibile insediamento delle attività commerciali sono state pertanto valutate in rapporto agli ambiti del PGT, come specificato nella tabella a seguito riportata.

2. CONTESTI DI LOCALIZZAZIONE

Zona commerciale	Settore alimentare			
	VIC	MS1	MS2	GS
		(*)	(*)	
centri storici e aree urbane centrali	libero	2	1	0
aree di frangia dei centri urbani medio piccoli	libero			0
totale	libero	2	1	0

Tabella 35. Contesti di localizzazione degli insediamenti commerciali: ALIMENTARI

Zona commerciale	Settore non alimentare			
	VIC	MS1	MS2	GS
		(**)	(**)	
centri storici e aree urbane centrali	libero	libero	libero	0
aree di frangia dei centri urbani medio piccoli	libero	libero	libero	0
totale	libero	libero	libero	0

Tabella 36. Contesti di localizzazione degli insediamenti commerciali: NON ALIMENTARI

Note:

(*) gli ambiti sono evidenziati nella tavoletta "Allegato A"

(**) gli ambiti sono evidenziati nella tavoletta "Allegato B"

Ad un MS2 possono essere sostituite due MS1 e viceversa

Come si può notare e si deve sottolineare, le specificità sono le seguenti:

- viene esclusa la grande distribuzione di qualunque tipo;
- viene consentita la media distribuzione – sotto forma di esercizi singoli ovvero di centri commerciali – fino alla superficie massima di m² 1.500 di superficie lorda di pavimento per ciascun esercizio o centro commerciale. In altre parole, la somma delle Superfici di Vendita e delle superfici di corredo (magazzini, spazi coperti di servizio, accessori, ecc.) di ciascuno di essi, non può superare i m² 1.500.
- Non potranno essere rilasciate autorizzazioni di medie strutture di vendita distinte artificialmente, che nel loro insieme superano la soglia dimensionale di competenza comunale (= 1.500 m²), configurandosi così come grandi strutture di vendita (centri commerciali).

3. IPOTESI DI SVILUPPO DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMUNALE - CONCLUSIONI

A Vidigulfo il sistema commerciale è di modesta dimensione e non presenta alcun negozio di media struttura, ma solo esercizi di vicinato.

Il sistema si sviluppa in modo diverso per nuclei in cui è suddiviso, con concentrazione nel Capoluogo.

Il rapporto domanda–offerta evidenzia che le attività in essere sono insufficienti a soddisfare la domanda generata dalla popolazione residente, sia considerando il solo comune di Vidigulfo, sia considerando il suo potenziale bacino di utenza.

In questa situazione, appare opportuno favorire uno sviluppo del sistema distributivo comunale in chiave "moderna", attraverso la realizzazione di nuove medie strutture di vendita, al fine di proporre un'offerta maggiormente articolata sia in termini di prodotti sia nella gamma dei prezzi, capace di trattenere i consumatori all'interno del Comune.

In modo particolare, in considerazione del fatto che gli esercizi commerciali di media distribuzione devono essere posti in posizione facilmente raggiungibile e essere dotati di idoneo parcheggio, essi potrebbero essere collocati lungo gli assi viabilistici principali.

Si può pertanto proporre che lungo le maggiori vie di comunicazione per i tratti situati all'esterno del tessuto urbano consolidato, potranno collocarsi medie strutture di vendita, anche espresse nella forma del centro commerciale, per entrambi i settori merceologici,

in modo da consentire anche lo sviluppo e la modernizzazione di attività già presenti; tali esercizi potranno raggiungere i seguenti limiti massimi:

settore	tipologia esercizio	numero di esercizi consentiti	ambito urbanistico in cui è consentito
settore alimentare	MS 1 - CC 1	2	1) ambiti residenziali - città storica, città consolidata, città da consolidare e città da trasformare ATR - di: - Vidigulfo - Mandrino indicati nella tavola Allegato A 2) ambiti di trasformazione polifunzionale ATPP
	MS 2 - CC 2	1	1) gli ambiti di trasformazione residenziale ATR di: - Vidigulfo - Mandrino indicati nella tavola Allegato A 2) ambiti di trasformazione polifunzionale ATPP
settore non alimentare	MS 1 - CC 1 MS 2 - CC2	libero	1) gli ambiti di trasformazione residenziale ATR di: - Vidigulfo - Mandrino indicati nella tavola Allegato B 2) ambiti di trasformazione polifunzionale ATPP

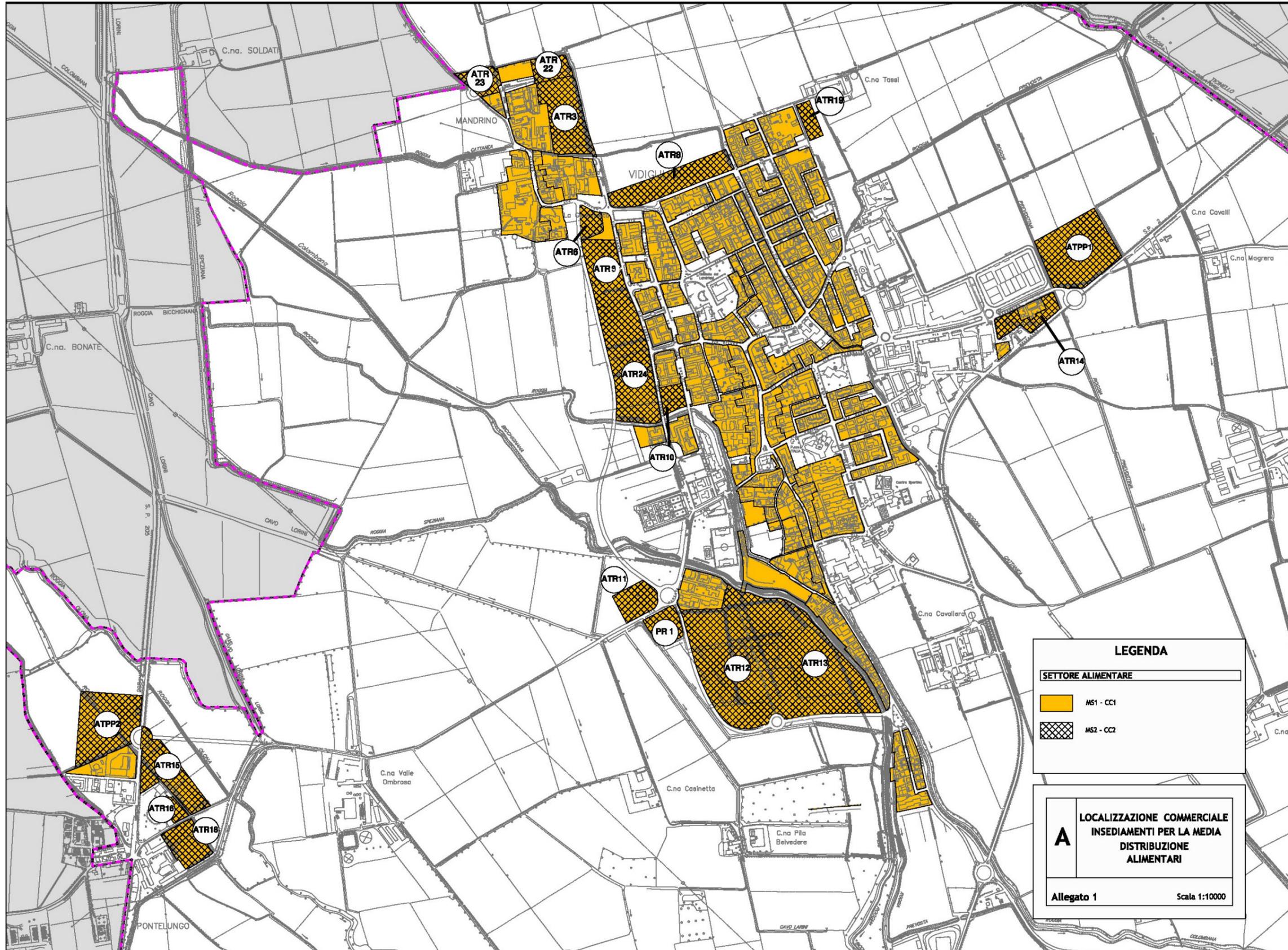
Note:

Gli ambiti sono evidenziati nella tavoletta "Allegato A" (Localizzazione esercizi di media struttura alimentari) e nella tavoletta "Allegato B" (Localizzazione esercizi di media struttura non alimentari).

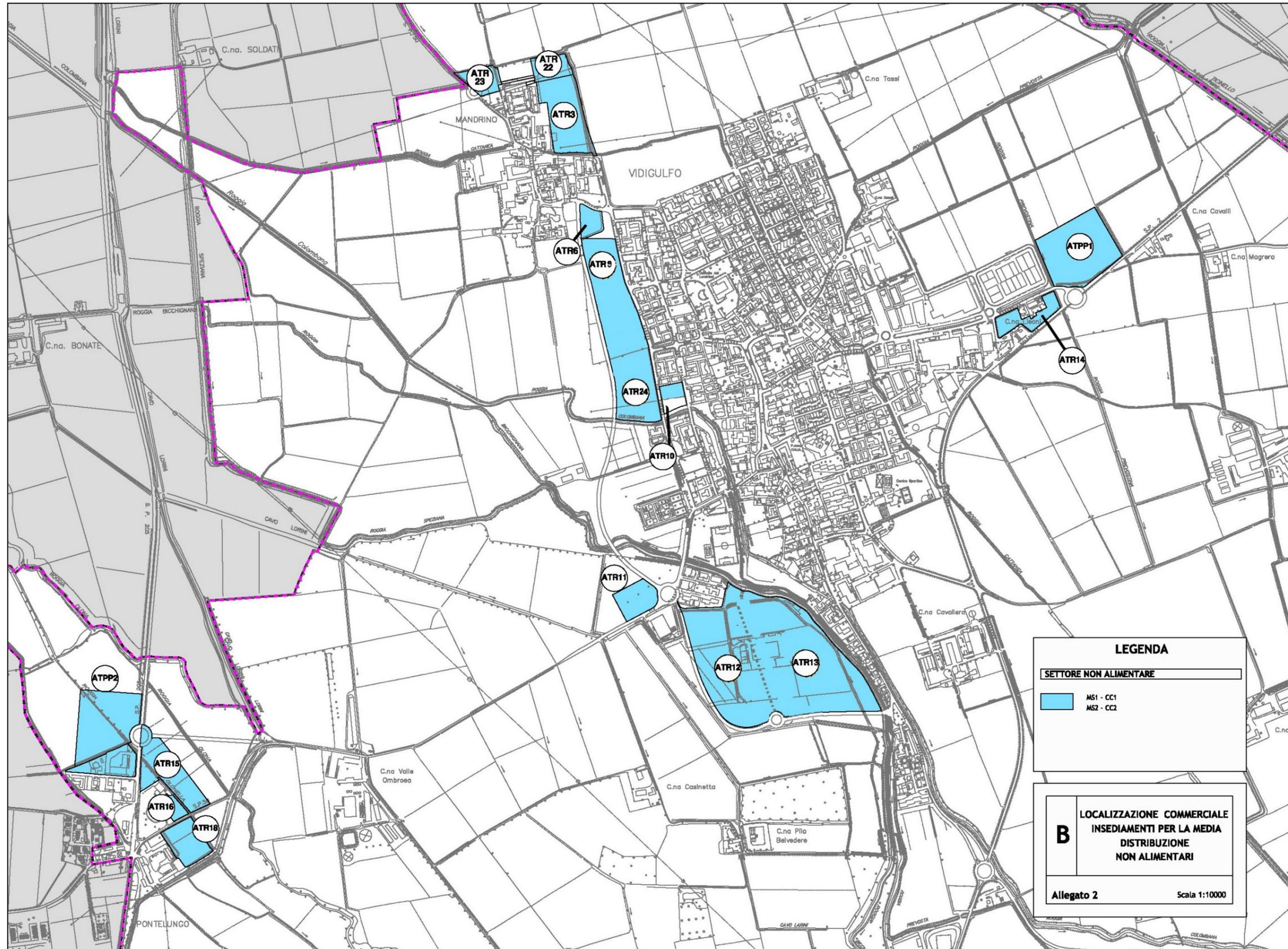
Ad un MS2 possono essere sostituite due MS1 e viceversa.

Viene in tutti i casi esclusa la possibilità di insediare nuove grandi strutture di vendita.

1.5. ALLEGATO A: TAVOLETTA CON LA LOCALIZZAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI PER LA MEDIA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE: ALIMENTARI



1.6. ALLEGATO B: TAVOLETTA CON LA LOCALIZZAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI PER LA MEDIA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE: NON ALIMENTARI



1.7. ALLEGATI C: TABELLE DI ANALISI DETTAGLIATA DEL SETTORE COMMERCIALE

Comune di Vidigulfo

Provincia di Pavia

PGT

Piano di Governo del Territorio

SETTORE COMMERCIALE

SETTORE COMMERCIALE

Tabella 1	EVOLUZIONE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE NEL COMUNE (ultimi 10 anni)
Tabella 2	POPOLAZIONE RESIDENTE NEL BACINO NEGLI ANNI 1951-1961-1971-1981-1991-2001-2008
Tabella 3	FAMIGLIE E NUMERO DI COMPONENTI IN ITALIA, REGIONE, PROVINCIA E COMUNE: 2001-2008
Tabella 4	SPESA DELLE FAMIGLIE PER CAPITOLO. IMPORTO MEDIO MENSILE PER FAMIGLIA, PER REGIONE. COMPOSIZIONE PERCENTUALE RISPETTO ALLA SPESA TOTALE. ANNO 2004
Tabella 5	SPESA DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA. ITALIA ANNO 2006
Tabella 6	SPESA DELLE FAMIGLIE: RIPARTIZIONE % TRA I DIVERSI CAPITOLI
Tabella 7	INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO (NIC) 2002-2005 LOMBARDIA - ITALIA
Tabella 8	OCCUPATI NEL COMPARTO DEL COMMERCIO. ANNI 2004 - 2005. Parte 1
Tabella 9	OCCUPATI NEL COMPARTO DEL COMMERCIO. ANNI 2004 - 2005. Parte 2
Tabella 10	ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005.
Tabella 11	MEDIE SUPERFICI DI VENDITA E LORO DENSITÀ IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005
Tabella 12	GRANDI SUPERFICI DI VENDITA E LORO DENSITÀ IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005

Tabella 13	GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE IN LOMBARDIA PER DIMENSIONI AL 30 GIUGNO 2004.
Tabella 14	GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE IN LOMBARDIA PER CATEGORIA AL 30 GIUGNO 2004.
Tabella 15	DISCOUNT APERTI AL PUBBLICO IN LOMBARDIA: CONFRONTO 1 GENNAIO 2006 SU 1 GENNAIO 2005
Tabella 16	DISCOUNT APERTI AL PUBBLICO IN LOMBARDIA: DISTRIBUZIONE PER PROVINCE
Tabella 17	TREND DI CRESCITA GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE IN LOMBARDIA
Tabella 18	GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE NON ALIMENTARI PER CATEGORIE MERCEOLOGICHE NEL 2003.
Tabella 19	CONSISTENZA DEL COMMERCIO AMBULANTE E DELLE FORME SPECIALI DI VENDITA, LOMBARDIA, ANNO 2005
Tabella 20	MERCATI POSTEGGI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE IN LOMBARDIA 2002-2005.
Tabella 21	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2003
Tabella 22	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2004
Tabella 23	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2005
Tabella 24	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2006
Tabella 25	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2007
Tabella 26	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2008
Tabella 27	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL COMUNE. VARIAZIONE STORICA 2003-2008
Tabella 28	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL BACINO. VARIAZIONE STORICA 2003-2008
Tabella 29	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DELLA PROVINCIA. VARIAZIONE STORICA 2003-2008
Tabella 30	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DELLA REGIONE. VARIAZIONE STORICA 2003-2008
Tabella 31	COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL BACINO. VARIAZIONE STORICA 2003-2008
Tabella 32	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2003

Tabella 33	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2004
Tabella 34	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2005
Tabella 35	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2006
Tabella 36	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2007
Tabella 37	COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2008
Tabella 38	COMMERCIO IN SEDE FISSA. GRANDI STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anni 2005-2008
Tabella 39	COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA DEL BACINO. Anni 2003-2008
Tabella 40	COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA DEL COMUNE. Anni 2003-2008
Tabella 41	DATI PER IL CALCOLO

Tabella 1

**EVOLUZIONE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE NEL
COMUNE (ultimi 10 anni)**

ANNO	popolazione residente Vidigulfo	incremento assoluto N.	indice al 1998=100 N.
1998	3525		100,00
1999	3740	+ 215	106,10
2000	3873	+ 133	109,87
2001	4258	+ 385	120,79
2002	4462	+ 204	126,58
2003	4488	+ 26	127,32
2004	4747	+ 259	134,67
2005	5014	+ 267	142,24
2006	5499	+ 485	156,00
2007	5675	+ 176	160,99
2008	5853	+ 178	166,04

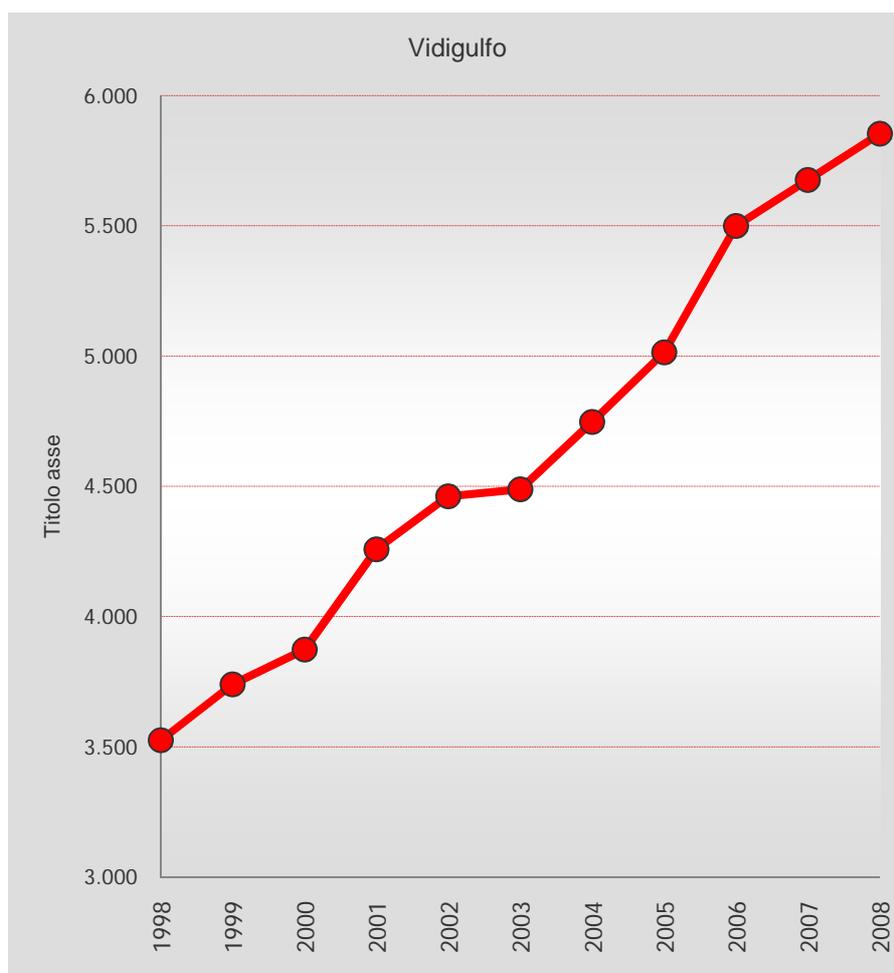


Tabella 2

POPOLAZIONE RESIDENTE NEL BACINO NEGLI ANNI 1951-1961-1971-1981-1991-2001-2008

N. Progr.	COMUNE	POPOLAZIONE AL 31 DICEMBRE						
		1.951	1.961	1.971	1.981	1.991	2.001	2.008
1	Vidigulfo	2.754	2.683	3.003	3.026	3.216	4.258	5.853
2	Bornasco	1.277	1.137	881	826	1.018	1.672	2.421
3	Ceranova	556	499	413	443	479	1.155	1.650
4	Landriano	3.166	3.120	3.551	3.521	3.749	4.198	5.764
5	Lardirago	1.324	1.200	1.085	1.013	969	1.171	1.250
6	Marzano	1.209	1.121	973	839	820	1.024	1.504
7	Siziano	2.290	2.411	3.003	3.294	4.124	5.228	5.808
8	Torrevecchia Pia	1.994	1.710	1.541	1.478	1.636	2.519	3.210
9	Zeccone	872	830	816	805	928	1.163	1.611
	BACINO	15.442	14.711	15.266	15.245	16.939	22.388	29.071
	LOMELLINA	171.989	182.504	184.904	176.405	166.498	165.129	177.383
	OLTREPO' PAVESE	162.568	158.349	155.707	151.115	142.788	136.948	142.880
	PAVESE	171.954	177.340	185.778	185.375	181.192	191.752	218.975
	TOTALE PROVINCIA	506.511	518.193	526.389	512.895	490.478	493.829	539.238

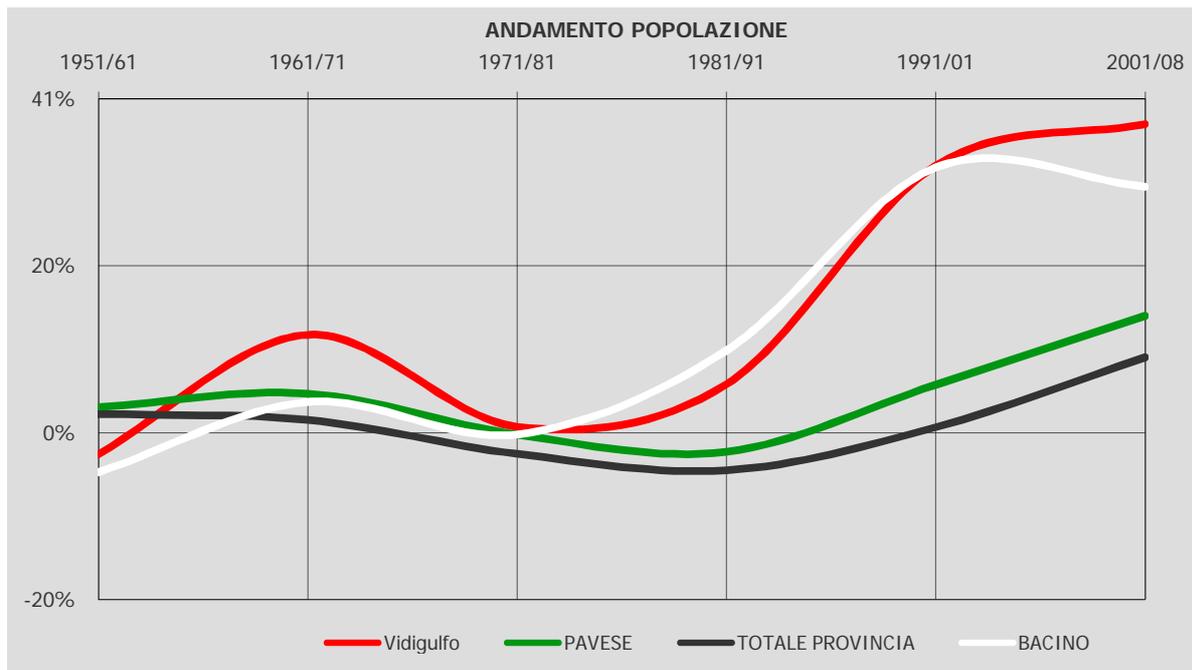


Tabella 2

POPOLAZIONE RESIDENTE NEL BACINO NEGLI ANNI 1951-1961-1971-1981-1991-2001-2008

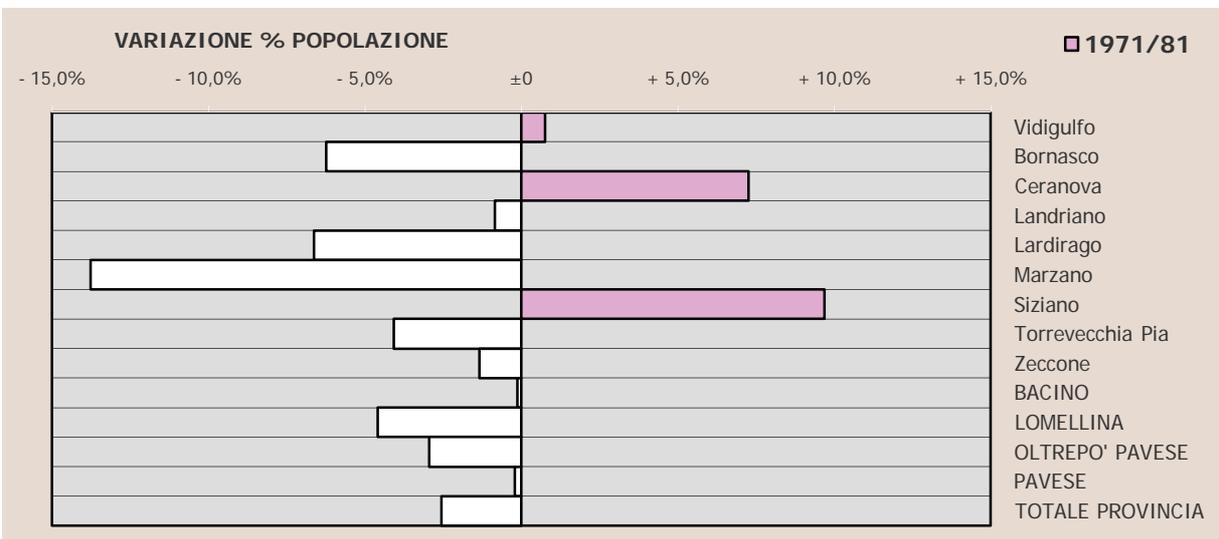
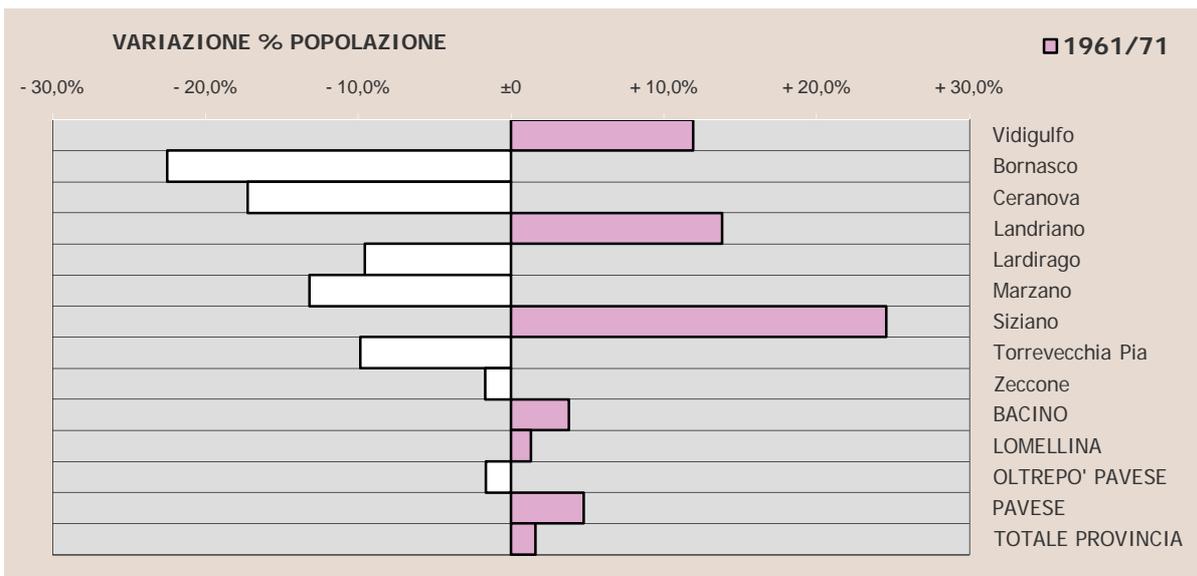
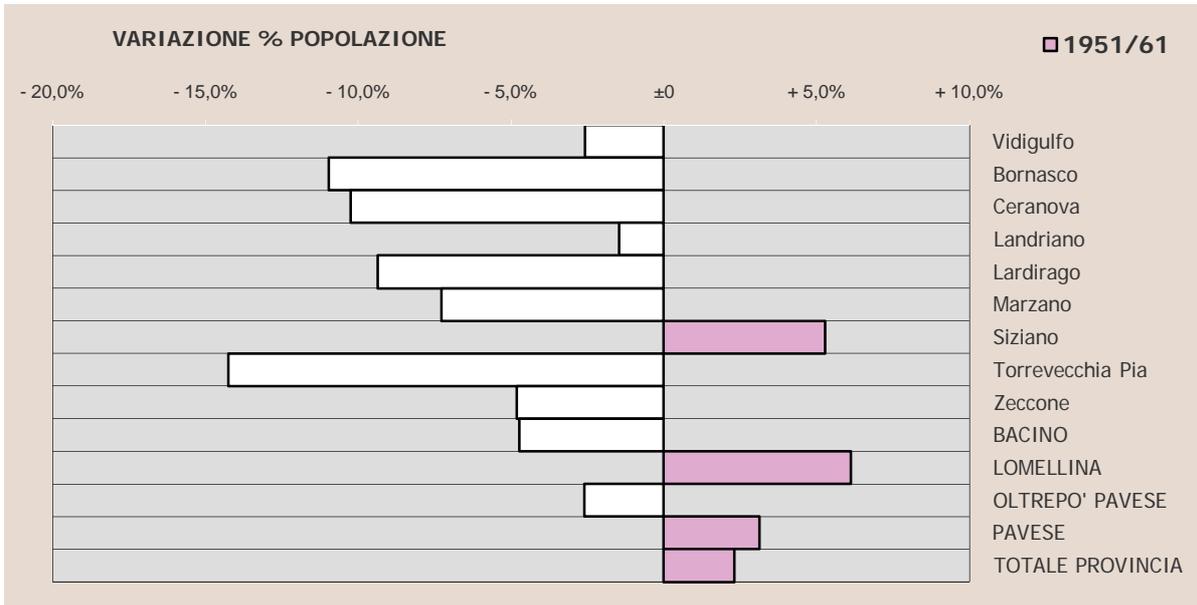
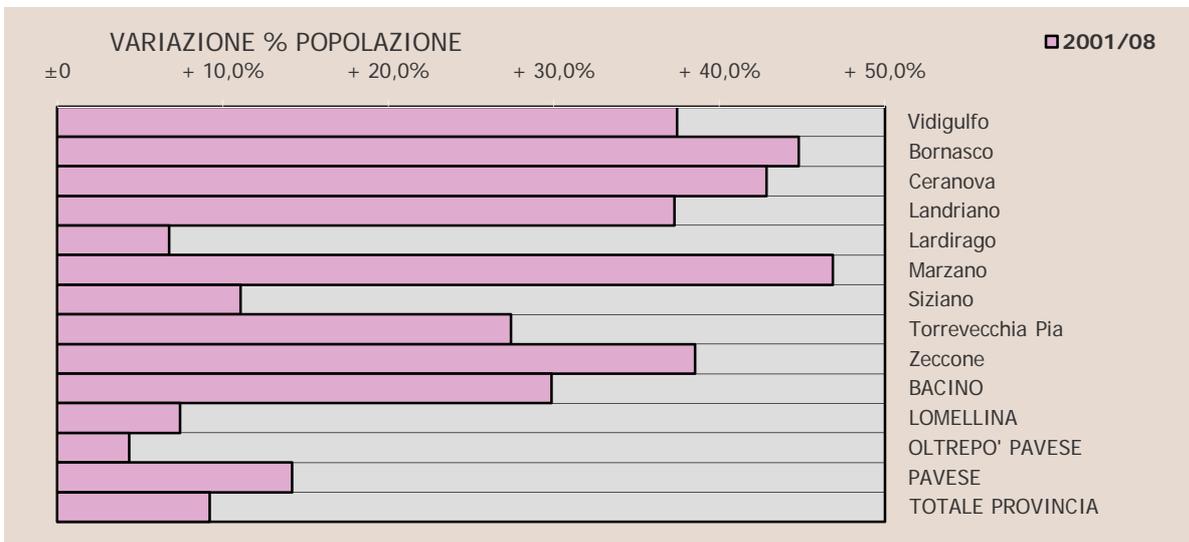
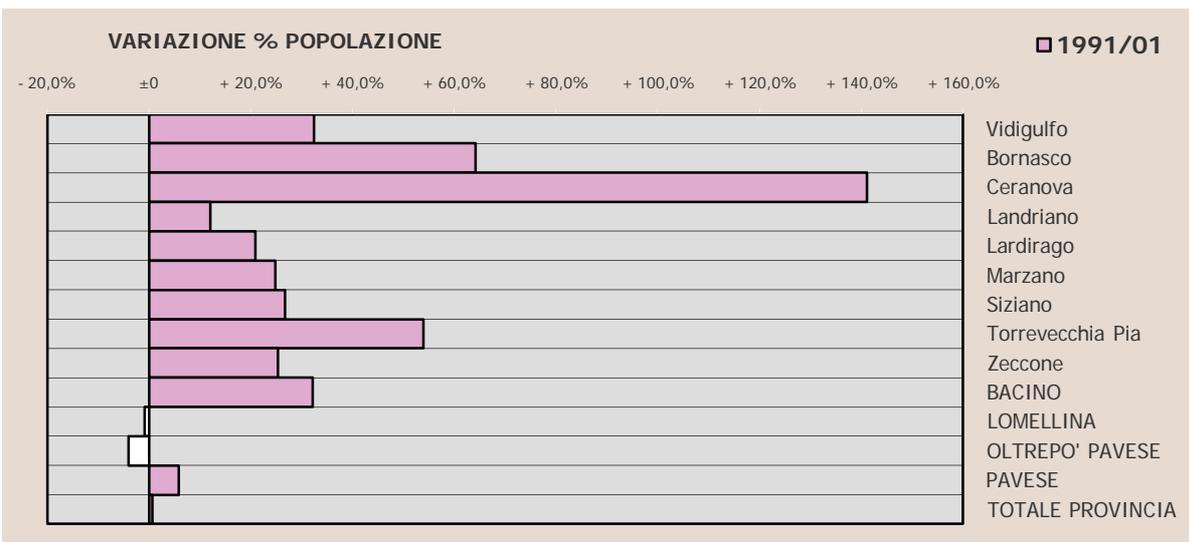
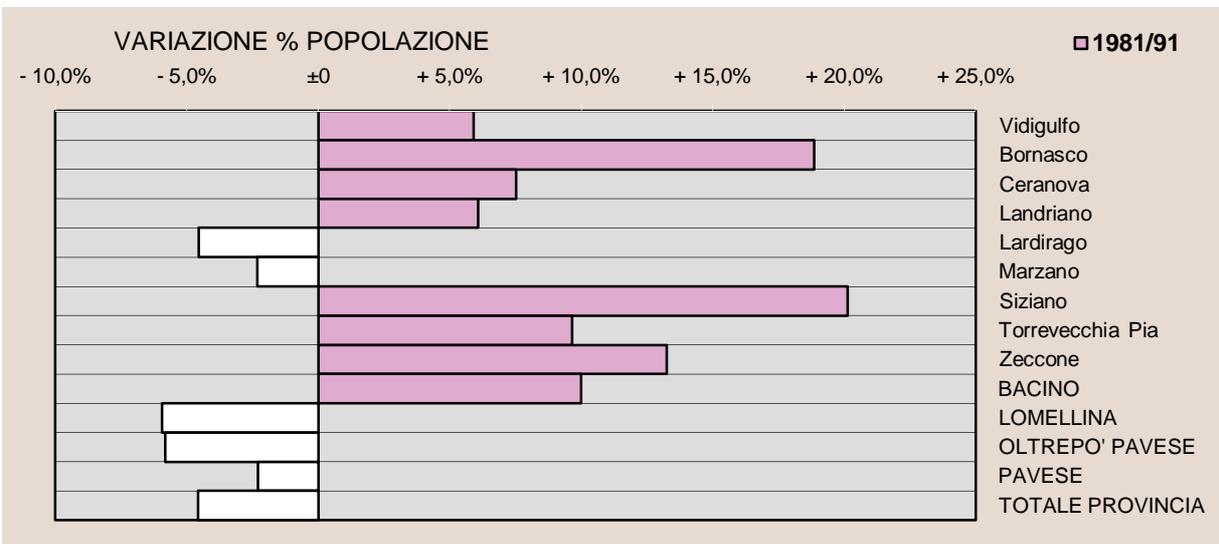


Tabella 2

POPOLAZIONE RESIDENTE NEL BACINO NEGLI ANNI 1951-1961-1971-1981-1991-2001-2008



Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 3

FAMIGLIE E NUMERO DI COMPONENTI IN ITALIA, REGIONE, PROVINCIA E COMUNE: 2001-2008

	Anno	Famiglie	Componenti M+F	componenti per famiglia	incremento %
Italia	2.001	21.503.088	56.993.742	2,65	
	2.002		57.321.070		
	2.003	22.876.102	57.888.245	2,53	
	2.004	23.310.604	58.462.375	2,51	+ 1,9%
	2.005	23.600.370	58.751.711	2,49	+ 1,2%
	2.006	23.907.410	59.131.287	2,47	+ 1,3%
	2.007	24.282.485	59.619.290	2,46	+ 1,6%
	2.008	24.641.200	60.045.068	2,44	+ 1,5%
LOMBARDIA	2.001	3.652.954	9.033.602	2,47	
	2.002		9.108.645		
	2.003	3.857.877	9.244.955	2,40	
	2.004	3.955.656	9.393.092	2,37	+ 2,5%
	2.005	4.016.233	9.475.202	2,36	+ 1,5%
	2.006	4.072.207	9.545.441	2,34	+ 1,4%
	2.007	4.132.818	9.642.406	2,33	+ 1,5%
	2.008	4.197.340	9.729.614	2,32	+ 1,6%
PROVINCIA DI PAVIA	2.001	211.787	493.829	2,33	
	2.002		497.233		
	2.003	223.987	504.761	2,25	
	2.004	226.045	510.505	2,26	+ 0,9%
	2.005	229.162	515.636	2,25	+ 1,4%
	2.006	233.344	521.296	2,23	+ 1,8%
	2.007	238.209	530.969	2,23	+ 2,1%
	2.008	242.321	539.238	2,23	+ 1,7%
ZINASCO	2.001	1.224	2.940	2,40	
	2.002		2.938		
	2.003	1.270	2.984	2,35	
	2.004	1.300	3.031	2,33	+ 2,4%
	2.005	1.307	3.040	2,33	+ 0,5%
	2.006	1.314	3.056	2,33	+ 0,5%
	2.007	1.337	3.118	2,33	+ 1,8%
	2.008	1.362	3.156	2,32	+ 1,9%

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 4

SPESA DELLE FAMIGLIE PER CAPITOLO. IMPORTO MEDIO MENSILE PER FAMIGLIA, PER REGIONE. COMPOSIZIONE PERCENTUALE RISPETTO ALLA SPESA TOTALE. ANNO 2004

Capitoli di spesa	Lombardia	Piemonte	Valle d'Aosta	Trentino Alto Adige	Veneto	Friuli Venezia Giulia	Liguria	Emilia Romagna	Toscana	Umbria
Alimentari e bevande	17,10	17,00	16,80	15,40	16,20	15,90	19,70	95,60	17,80	18,10
Tabacchi	0,70	0,70	0,60	0,60	0,60	0,50	0,80	0,70	0,70	0,80
Abbigliamento e calzature	6,10	6,20	6,10	6,10	6,60	6,30	5,10	5,90	6,00	6,90
Abitazione (principale e secondaria)	28,00	24,40	26,60	25,40	24,90	27,10	29,00	27,20	29,90	25,40
Combustibili ed energia	4,10	5,60	5,80	4,60	5,00	5,50	5,10	5,00	5,10	5,00
Arredamenti	6,20	6,80	6,30	6,90	6,50	6,40	5,00	5,50	5,10	6,50
Servizi sanitari e spesa per la salute	4,00	4,30	3,90	4,80	4,10	3,70	4,00	4,10	3,50	3,40
Trasporti	13,60	15,20	11,70	94,00	15,90	14,40	92,90	95,70	93,30	94,70
Comunicazioni	1,90	2,00	2,90	2,00	2,00	2,30	2,90	2,00	2,20	2,30
Istruzione	1,30	1,30	9,10	1,70	1,00	9,20	0,90	9,90	1,10	1,00
Tempo libero e cultura	5,00	5,20	5,30	5,60	5,20	5,30	4,90	4,70	4,70	5,30
Altri beni e servizi	12,10	11,20	13,50	12,90	12,10	11,30	10,50	12,40	10,50	10,50
SPESA MEDIA MENSILE	2.800,00	2.613,00	2.550,00	2.631,00	2.716,00	2.483,00	2.252,00	2.762,00	2.468,00	2.470,00

Capitoli di spesa	Marche	Abruzzo	Molise	Campania	Puglia	Basilicata	Calabria	Sicilia	Sardegna	Italia
Alimentari e bevande	20,80	21,30	22,90	25,70	22,50	22,70	23,80	25,30	20,60	19,00
Tabacchi	0,80	0,90	0,80	1,40	0,90	0,90	0,90	1,40	0,90	0,80
Abbigliamento e calzature	6,80	8,00	7,20	7,20	8,30	7,20	8,10	8,30	7,20	6,60
Abitazione (principale e secondaria)	22,10	20,90	21,90	22,50	21,90	21,40	19,80	20,10	21,10	25,50
Combustibili ed energia	5,20	5,20	4,70	4,10	4,30	5,90	4,80	4,50	4,60	4,70
Arredamenti	6,60	6,40	7,00	6,50	8,50	5,40	7,50	6,20	8,10	6,30
Servizi sanitari e spesa per la salute	3,90	4,20	3,20	3,00	3,70	5,20	3,60	3,30	3,80	3,80
Trasporti	95,90	13,20	93,30	92,40	93,80	94,40	93,30	94,40	16,00	142,00
Comunicazioni	2,30	2,30	2,60	2,20	2,20	2,60	2,40	2,40	2,40	2,10
Istruzione	9,00	1,90	1,50	1,40	9,10	1,80	9,80	9,20	1,40	1,20
Tempo libero e cultura	5,00	5,90	4,40	3,80	4,30	4,20	4,90	4,00	5,20	48,00
Altri beni e servizi	9,80	10,80	10,40	9,70	8,70	8,10	9,10	9,00	8,60	11,80
SPESA MEDIA MENSILE	2.432,00	2.162,00	2.003,00	1.928,00	2.012,00	1.766,00	1.940,00	1.677,00	2.174,00	2.381,00

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 5

SPESA DELLE FAMIGLIE PER TIPOLOGIA. ITALIA ANNO 2006

Tipo di soggetto	Spesa media mensile
single età <35	€ 1.913,00
single età 35-64	€ 1.929,00
single età >64	€ 1.328,00
coppia con prole <35	€ 2.632,00
coppia con prole 35-64	€ 2.863,00
coppia con prole >64	€ 2.112,00
coppia con 1 figlio	€ 2.962,00
coppia con 2 figli	€ 3.204,00
coppia con 3 o più figli	€ 3.031,00
famiglie monogenitore	€ 2.383,00
altre tipologie	€ 2.714,00
MEDIA PER FAMIGLIA	€ 2.461,00

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 6

SPESA DELLE FAMIGLIE: RIPARTIZIONE % TRA I DIVERSI CAPITOLI

Tipo di soggetto	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli						
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro	TOTALE
single età <35	15%	7%	33%	18%	6%	22%	100%
single età 35-64	16%	6%	35%	16%	5%	22%	100%
single età >64	22%	3%	45%	8%	3%	18%	100%
coppia con prole <35	14%	6%	28%	20%	6%	26%	100%
coppia con prole 35-64	17%	6%	31%	18%	5%	23%	100%
coppia con prole >64	22%	4%	39%	13%	4%	19%	100%
coppia con 1 figlio	18%	7%	28%	18%	6%	23%	100%
coppia con 2 figli	19%	8%	26%	19%	7%	22%	100%
coppia con 3 o più figli	22%	8%	25%	18%	8%	20%	100%
famiglie monogenitore	19%	7%	31%	17%	6%	21%	100%
altre tipologie	21%	6%	29%	19%	5%	20%	100%
MEDIA PER FAM.	19%	6%	31%	17%	6%	21%	100%

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

Tabella 7

INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO (NIC) 2002-2005 LOMBARDIA - ITALIA

Capitoli	LOMBARDIA					ITALIA				
	2002	2003	2004	2005	Variazione 2002-2005	2002	2003	2004	2005	Variazione 2002-2005
Alimentarie bevande analcoliche	108,9	111,7	113,3	112,7	+ 3,5%	116	119,6	122,2	122,2	+ 5,3%
Bevande alcoliche e tabacchi	107,6	114,9	123,4	131,4	+ 22,1%	125,2	133,8	144,5	154,4	+ 23,3%
Abbigliamento e calzature	107,7	110,4	112,4	114	+ 5,8%	120,8	124,4	127,2	129,2	+ 7,0%
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	110,2	113,9	116,1	122,2	+ 10,9%	123	127,1	129,6	136	+ 10,6%
Mobili, articoli di arredamento, servizi domestici	107	109	110,9	112,5	+ 5,1%	115,9	118,3	120,6	122,7	+ 5,9%
Servizi sanitari e spese per la salute	107,4	107,9	110	108,8	+ 1,3%	121,3	121,7	123,2	122,1	+ 0,7%
Trasporti	109,6	112	115,2	120,6	+ 10,0%	118,4	121,4	125,2	130,8	+ 10,5%
Comunicazioni	91,7	90,5	86,8	84,2	-8,2%	92,4	90,8	85	81,1	-12,2%
Ricreazione, spettacoli, cultura	106,3	108	109,8	111	+ 4,4%	114,2	115,9	117,9	119	+ 4,2%
Istruzione	107,5	110,4	112,8	116,8	+ 8,7%	119,5	122,9	125,7	130,1	+ 8,9%
Alberghi e pubblici esercizi	114,6	119,7	122,9	125,6	+ 9,6%	126,8	131,8	136	139,2	+ 9,8%
Beni e servizi vari	111,2	115,1	117,7	120,5	+ 8,4%	122	126,4	129,9	133,5	+ 9,4%
Indice generale (con tabacchi)	108,6	111,3	113,5	115,5	+ 6,4%	118,8	122	124,7	127,1	+ 7,0%
Indice generale (senza tabacchi)	108,8	111,3	113,3	115,1	+ 5,8%	118,8	121,9	124,5	126,7	+ 6,6%

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

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 8

OCCUPATI NEL COMPARTO DEL COMMERCIO. ANNI 2004 - 2005. Parte 1

Classificazioni	2004		2005		variazione 2004/2005	
	n°	% su totale	n°	% su totale		
SESSO						
Maschi	1	325.690	55,20%	335.170	57,20%	3%
Femmine	2	264.010	44,80%	251.200	42,80%	-5%
totale		589.700	100,00%	586.370	100,00%	
CLASSE D'ETA'						
15-19	1	7.090	1,20%	6.760	1,15%	-5%
20-24	2	46.690	7,92%	41.630	7,10%	-11%
25-29	3	81.650	13,85%	69.860	11,91%	-14%
30-39	4	193.880	32,88%	195.200	33,29%	1%
40-49	5	140.840	23,88%	151.610	25,86%	8%
50-59	6	87.920	14,91%	94.080	16,04%	7%
60-64	7	16.240	2,75%	13.400	2,29%	-17%
65 E +	8	15.390	2,61%	13.840	2,36%	-10%
totale		589.700	100%	586.380	100%	
TITOLO DI STUDIO						
Nessun titolo o Lic.elem.	1	38.770	6,57%	36070	6,15%	-7%
Licenza media	2	216.800	36,76%	204310	34,84%	-6%
Diploma Media sup.	3	294.480	49,94%	302150	51,53%	3%
Dipl.univ.Laurea breve	4	3.390	0,57%	3510	0,60%	4%
Laurea specializz. dottorato	5	36.270	6,15%	40320	6,88%	11%
totale		589.710	100,00%	586.360	100,00%	0,05
POSIZIONE PROFESSIONALE 3 raggruppamenti						
Dipendente	1	352.270	59,74%	368020	62,76%	4%
Collaboratore	2	12.770	2,17%	10290	1,75%	-19%
Autonomo	3	224.660	38,10%	208050	35,48%	-7%
totale		589.700	100,00%	586.360	100,00%	
POSIZIONE PROFESSIONALE 13 raggruppamenti						
Dirigente	1	8.110	1,38%	4610	0,79%	-43%
Quadro	2	14.270	2,42%	18170	3,10%	27%
Impiegato	3	197.820	33,55%	208520	35,56%	5%
Operaio	4	123.540	20,95%	132190	22,54%	7%
Apprendista	5	8.450	1,43%	4360	0,74%	-48%
Lavoratore presso il proprio domicilio per conto di un'impresa	6	70	0,01%	170	0,03%	143%
Imprenditore	7	17.910	3,04%	13980	2,38%	-22%
Libero professionista	8	29.760	5,05%	27510	4,69%	-8%
Lavoratore in proprio	9	146.610	24,86%	145610	24,83%	-1%
Socio di cooperativa	10	70	0,01%	230	0,04%	229%
Coadiuvante nell'azienda di un familiare	11	30.300	5,14%	20710	3,53%	-32%
Collaborazione coordinata e continuativa	12	9.570	1,62%	8650	1,48%	-10%
Prestazione d'opera occasionale	13	3.210	0,54%	1650	0,28%	-49%
totale		589.690	100,00%	586.360	100,00%	

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 9

OCCUPATI NEL COMPARTO DEL COMMERCIO. ANNI 2004 - 2005. Parte 2

Classificazioni	2004		2005		variazione 2004/2005	
	n°	% su totale	n°	% su totale		
SUDDIVISIONI ATECO						
commercio, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli; vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione	50	75830	12,86%	81470	13,89%	7%
commercio all'ingrosso e intermediari del commercio, autoveicoli e motocicli esclusi	51	197070	33,42%	205290	35,01%	4%
commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli); riparazione di beni personali e per la casa	52	316800	53,72%	299600	51,09%	-5%
totale		589.700	100,00%	586.360	100,00%	
OCCUPATI TEMPO PIENO E TEMPO PARZIALE						
tempo pieno	1	499.870	84,77%	495770	84,55%	-1%
tempo parziale	2	89.840	15,23%	90590	15,45%	1%
totale		589.710	100,00%	586.360	100,00%	
OCCUPATI TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO						
Posizioni autonome		237430	40,26%	218340	37,23%	-8%
tempo determinato	1	31290	5,31%	29140	4,97%	-7%
tempo indeterminato	2	320980	54,43%	338980	57,80%	6%
totale		589.700	100,00%	586.460	100,00%	

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

Tabella 10

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005.

Prov.	numero				superficie			
	alimentare	non alimentare	misti	totale	alimentare	non alimentare	misti	sup totale
BERGAMO	2.238	9.051	1.277	12.566	101.586	661.907	83.551	847.044
BRESCIA	2.458	11.575	1.589	15.622	128.890	815.722	103.165	1.047.777
COMO	834	4.496	614	5.944	38.548	290.974	36.886	366.408
CREMONA	698	2.868	433	3.999	29.844	172.126	24.834	226.804
LECCO	488	2.605	327	3.420	26.975	181.496	20.829	229.300
LODI	374	1.611	161	2.146	19.989	118.819	10.658	149.466
MILANO	7.675	34.539	1.892	44.106	379.740	2.565.024	118.810	3.063.574
MANTOVA	857	4.445	430	5.732	37.375	257.687	29.789	324.851
PAVIA	1.230	4.699	647	6.576	48.872	279.996	35.603	364.471
SONDRIO	463	2.129	416	3.008	21.792	131.393	27.305	180.490
VARESE	1.600	7.159	565	9.324	75.135	499.970	36.938	612.043
Regione Lombardia	18.915	85.177	8.351	112.443	908.746	5.975.114	528.368	7.412.228

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

Tabella 11

MEDIE SUPERFICI DI VENDITA E LORO DENSITÀ IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005

Prov.	numero					superficie			Settore merceologico			
	C.C.	alimentare	non alimentare	misti	totale	alimentare	non alimentare	totale	A	B	C	D
BERGAMO	6	34	728	279	1.041	122.355	398.630	520.985	140	33	193	351
BRESCIA	1	47	904	356	1.307	175.961	550.230	726.191	131	23	200	336
COMO	1	14	366	107	487	48.309	193.123	241.432	66	11	113	199
CREMONA	0	20	216	60	296	38.079	124.027	162.106	30	8	80	110
LECCO	2	3	146	69	218	30.585	96.743	127.328	22	9	37	71
LODI	0	4	102	47	153	23.451	83.191	106.642	19	4	27	47
MILANO	5	95	1.776	650	2.521	357.426	1.320.509	1.677.935	365	77	488	669
MANTOVA	2	8	340	146	494	82.362	234.737	317.099	73	16	77	149
PAVIA	1	6	287	126	419	58.276	199.428	257.704	64	5	79	144
SONDRIO	1	4	181	80	265	25.036	78.143	103.179	57	11	33	88
VARESE	1	37	457	194	688	107.360	291.818	399.178	96	13	108	203
Regione Lombardia	20	272	5.503	2.114	7.889	1.069.200	3.570.579	4.639.779	1.063	210	1.435	2.367

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

Codice Descrizione

A ABBIGLIAMENTO E SCARPE

B ELECTRONICS AUDIO, VIDEO E TV

C MOBILIE ACCESSORI CASE ARREDO

D SPORT, TEMPO LIBERO, BRICO, LIBRI E CLASSIFICAZIONI RESIDUALI (COMPREDENTE ANCHE AUTO)

Tabella 12

GRANDI SUPERFICI DI VENDITA E LORO DENSITÀ IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2005

Prov.	Residenti al 31/12/2004	numero		superficie			superficie (m ² /1000 residenti)		
		centri commerciali CC	punti di vendita	alimentare	non alimentare	totale	alimentare	non alimentare	totale
BERGAMO	1.022.428	6	34	88.570	251.259	339.829	86,63	245,75	332,37
BRESCIA	1.169.259	1	47	126.230	390.825	517.055	107,96	334,25	442,21
COMO	560.941	1	14	49.474	117.976	167.450	88,20	210,32	298,52
CREMONA	346.168	0	20	23.573	75.168	98.741	68,10	217,14	285,24
LECCO	322.150	2	3	23.468	43.246	66.714	72,85	134,24	207,09
LODI	209.129	0	4	23.510	73.532	97.042	112,42	351,61	464,03
MILANO	390.957	5	95	34.380	99.629	134.009	87,94	254,83	342,77
MANTOVA	3.839.216	2	8	264.370	950.511	1.214.881	68,86	247,58	316,44
PAVIA	510.505	1	6	43.835	110.152	153.987	85,87	215,77	301,64
SONDRIO	179.089	1	4	11.076	34.328	45.404	61,85	191,68	253,53
VARESE	843.250	1	37	61.366	161.458	222.824	72,77	191,47	264,24
Regione Lombardia	9.393.092	20	272	749.852	2.308.084	3.057.936	79,83	245,72	325,55

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

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 13

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE IN LOMBARDIA PER DIMENSIONI AL 30 GIUGNO 2004.

Prov.	fino a 5.000 m ²		da 5.000 a 10.00 m ²		da 10.000 a 15.00 m ²		da 15.000 a 20.000 m ²		da 20.000 a 25.000 m ²		oltre 25.000 m ²		punti di vendita	
	n.	di cui CC	n.	di cui CC	n.	di cui CC	n.	di cui CC	n.	di cui CC	n.	di cui CC	n.	di cui CC
BERGAMO	25	4	7	5	4	2	1	1	2	2	2	2	41	16
BRESCIA	42	8	20	13	7	6	2	1	2	2	2	2	75	32
COMO	27	4	7	6	3	3	0	0	0	0	0	0	37	13
CREMONA	9	2	3	2	1	1	1	1	1	1	0	0	15	7
LECCO	7	2	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	11	6
LODI	6	3	5	3	1	1	1	1	0	0	0	0	13	8
MILANO	11	1	6	5	5	5	0	0	0	0	0	0	22	11
MANTOVA	87	11	39	17	11	10	6	5	8	6	4	4	155	53
PAVIA	10	3	6	1	3	3	0	0	1	1	1	1	21	9
SONDRIO	4	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	7	4
VARESE	22	3	12	5	4	3	1	0	0	0	0	0	39	11
Regione Lombardia	250	42	109	61	41	36	13	10	14	12	9	9	436	170

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

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 14

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE IN LOMBARDIA PER CATEGORIA AL 30 GIUGNO 2004.

Prov.	numero					superficie			Settore merceologico			
	CC	alimentare	non alimentare	misti	totale	alimentare	non alimentare	totale	A	B	C	D
BERGAMO	17	0	15	27	42	88.570	251.259	339.829	3	0	7	3
BRESCIA	33	2	26	49	77	126.230	390.825	517.055	4	0	13	5
COMO	13	0	15	21	36	49.474	117.976	167.450	4	1	6	5
CREMONA	8	0	7	8	15	23.573	75.168	98.741	0	1	4	1
LECCO	6	0	4	8	12	23.468	43.246	66.714	0	0	1	2
LODI	8	0	4	9	13	23.510	73.532	97.042	0	0	3	1
MILANO	57	2	67	89	158	264.370	950.511	1.214.881	19	2	15	27
MANTOVA	11	0	8	14	22	34.380	99.629	134.009	1	0	2	3
PAVIA	9	1	8	12	21	43.835	110.152	153.987	2	0	2	3
SONDRIO	5	0	3	5	8	11.076	34.328	45.404	0	0	3	0
VARESE	11	4	18	17	39	61.366	161.458	222.824	8	2	5	2
Regione Lombardia	178	9	175	259	443	749.852	2.308.084	3.057.936	41	6	61	52

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

Codice Descrizione

A ABBIGLIAMENTO E SCARPE

B ELECTRONICS AUDIO, VIDEO E TV

C MOBILIE ACCESSORI CASE ARREDO

D SPORT, TEMPO LIBERO, BRICO, LIBRI E CLASSIFICAZIONI RESIDUALI (COMPREDENTE ANCHE AUTO)

Tabella 15

DISCOUNT APERTI AL PUBBLICO IN LOMBARDIA: CONFRONTO 1 GENNAIO 2006 SU 1 GENNAIO 2005

Catena (Insegna)	Punti vendita 01/01/2006	Punti vendita 01/01/2005
Gruppo Lombardini (LD)	109	108
Lidi Italia	81	66
Rewe (Penny market)	54	49
Euro Spin	50	51
PAM (In's Discount)	45	43
Selex (Zid, Dipiù, Dimeno, Zerbimark)	37	32
Finiper (U2 Discount)	17	17
Coop (Dico)	10	7
Conad (Idal)	6	2
Auchan (Pracchi)	4	5
Ekom (Agorà network)	3	-
Sigma (ECU)	2	2
SISA (DLD Discount)	1	3
Interdis (Tuo discount)	1	6
Negozi indipendenti	10	-
Totale discount tutte le insegne	430	391

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

Tabella 16

**DISCOUNT APERTI AL PUBBLICO IN LOMBARDIA:
CONFRONTO 1 GENNAIO 2006 SU 1 GENNAIO
2005**

Provincia	Punti vendita al 01/01/2006	Punti vendita al 01/01/2005
Milano	131	116
Bergamo	67	79
Brescia	79	39
Varese	27	34
Como	17	26
Lecco	17	21
Sondrio	6	21
Mantova	35	20
Cremona	17	16
Pavia	24	11
Lodi	10	10
Regione Lombardia	430	393

Fonte: Elaborazione Regione Lombardia su Dati AC Nielsen.

Tabella 17

TREND DI CRESCITA GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE IN LOMBARDIA

Settori merceologici	GSS (in valore assoluto)		
	1996	2000	2004
Abbigliamento	36	78	133
Bricolage e fai da te	27	33	43
Elettronica di consumo	19	28	42
Sport	17	31	40
Giocattoli	14	17	22
Casa arredo	11	17	21
Edutainment	0	1	1
Totale GSS	124	205	302

Grandi magazzini/ magazzini popolari	79	84	97
--------------------------------------	----	----	----

Fonte: dati Federdistribuzione

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 18

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE NON ALIMENTARI PER CATEGORIE MERCEOLOGICHE NEL 2003.

Specializzazione di prodotto	Lombardia			Italia		
	n°	SdV	mq per 1.000 abitanti	n°	SdV	mq per 1.000 abitanti
Altri prodotti	5	25.021	2,70	55	170.347	3,00
Apparecchi per illuminazione/materiale	1	1.550	0,20	4	8.093	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da casa	6	12.300	1,40	11	23.243	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	22	52.816	5,80	44	109.309	2
Calzature/Articoli in cuoio	16	32.447	3,60	32	70.440	1
Elletrodomestici / Elettronica / Informatica	32	83.734	9,20	119	286.715	5
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	27	97.193	10,70	109	348.128	6
Giocattoli/Attrezzature per l'infanzia	7	14.447	1,60	18	37.135	1
Mobili/Arredamento/Tessile casa	83	276.520	30,40	351	1.125.634	20
Strumenti musicali/Audio-video	2	4.373	0,50	3	8.224	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	53	142.879	15,70	234	586.293	10
Totale	254	743.280	81,60	980	2.773.561	48

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio dati 2003

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 19

CONSISTENZA DEL COMMERCIO AMBULANTE E DELLE FORME SPECIALI DI VENDITA, LOMBARDIA, ANNO 2005

	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	Lecco	Lodi	Milano	Mantova	Pavia	Sondrio	Varese	Lombardia
Commercio ambulante a posteggio fisso												
Altri Articoli	139	161	54	73	38	16	1.074	57	102	14	113	1.841
Alimentare	329	477	222	157	106	94	1.566	169	241	39	219	3.619
Articoli di occasione nuovi e usati	1	0		0			35	3	0		3	53
Calzature e Pelletterie	44	67	18	33	16	9	293	27	63	3	47	620
Mobilie Articoli di uso domestico	27	40	17	15	8	3	192	16	1		32	382
Non specificata	285	209	52	37	45	57	707	58	73	5	119	1.647
Abbigliamento e Tessuti	486	577	195	197	82	82	1.949	268	274	36	434	4.580
Totale	1.311	1.531	558	512	295	261	5.816	598	754	97	967	12.742
Commercio ambulante itinerante												
Altri Articoli	158	317	99	47	54	25	922	130	54	12	184	2.002
Alimentare	120	176	85	61	35	23	362	95	30	16	62	1.065
Abbigliamento e Tessuti	333	462	81	142	100	49	927	262	138	84	219	2.797
Totale	611	955	265	250	189	97	2.211	487	222	112	465	5.864
Commercio per corrispondenza												
Alimentare	4	1	0				0		0		1	17
Via Internet Alimentare	2	0		0		1	9	2	0		2	20
Via Internet Non Alimentare	21	20	11	5	4	1	161	7	1		25	268
Non Alimentare	11	11	0		3	2	54	2	4	1	11	106
Non specificata	36	38	47	9	24	2	373	8	24	11	29	601
Totale	74	72	67	15	31	6	604	19	44	12	68	1.012
Vendita presso domicilio												
Alimentare	18	19	16	6	4	10	55	4	10	1	28	171
Non Alimentare	116	74	37	17	13	12	154	25	25	17	48	538
Non specificata	31	20	0		2	2	3				10	137
Totale	165	113	60	23	19	24	274	29	35	18	86	846
Commercio per mezzo di distributori automatici												
Alimentare	11	29	11	7	3	4	93	12	11	3	20	204
Non Alimentare	1	1	1	0		1	0		0		3	16
Non specificata	20	8	8	2	2	2	82	5	4	1	8	142
Totale	32	38	20	10	5	7	181	17	17	4	31	362
Non specificata	127	368	70	22	50	74	341	69	55	9	83	1.268
TOTALE	2.320	3.078	1.040	840	589	469	9.427	####	####	252	1.700	22.094

Fonte: dati MAP - Osservatorio del Commercio

Vidigulfo
Piano di Governo del Territorio

Tabella 20

MERCATI POSTEGGI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE IN LOMBARDIA 2002-2005.

Provincia	2002			2005		
	Totale mercati	Totale posteggi	Totale mq	Totale mercati	Totale posteggi	Totale mq
Bergamo	234	6.715	224.850	242	6.796	232.453
Brescia	190	6.973	260.128	191	7.003	248.968
Como	93	3.252	96.631	100	3.328	101.282
Cremona	59	1.950	65.470	59	1.950	65.469
Lecco	69	2.009	63.903	71	2.028	64.478
Lodi	34	1.323	40.989	34	1.323	41.073
Mantova	112	3.015	118.347	113	3.063	121.237
Milano	366	27.660	672.909	367	27.645	675.153
Pavia	59	2.495	77.812	77	3.248	95.740
Sondrio	35	679	26.402	41	763	29.646
Varese	114	5.183	158.643	111	5.184	150.982
Totale	1.365	61.254	1.806.083	1.406	62.331	1.826.486

Fonte: Elaborazione Regione Lombardia su rilevazione annuale ANCI-Unioncamere

Tabella 21
COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2003

2.003 provincia	ESERCIZI DI VICINATO Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
PV	VIDIGULFO	8	43	1	415	3.494	100
PV	BORNASCO	1	1	2	35	30	160
PV	CERANOVA	-	3	3	-	125	106
PV	LANDRIANO	9	29	3	422	1.344	305
PV	LARDIRAGO	4	9	4	110	432	215
PV	MARZANO	4	-	-	318	-	-
PV	SIZIANO	9	28	3	393	3.608	177
PV	TORREVECCHIA PIA	2	-	4	70	-	171
PV	ZECCONE	3	3	2	68	178	56
-	-	-	-	-	-	-	-
totale		40	116	22	1.831	9.211	1.290

Tabella 22
COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2004

2.004 provincia	ESERCIZI DI VICINATO Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
PV	VIDIGULFO	8	42	1	415	3.344	100
PV	BORNASCO	1	1	2	35	30	160
PV	CERANOVA	-	3	3	-	125	106
PV	LANDRIANO	14	26	3	335	1.174	275
PV	LARDIRAGO	4	9	4	110	432	215
PV	MARZANO	2	4	2	70	227	68
PV	SIZIANO	9	30	3	393	3.628	177
PV	TORREVECCHIA PIA	2	-	4	70	-	171
PV	ZECCONE	3	3	3	68	178	197
-	-	-	-	-	-	-	-
totale		43	118	25	1.496	9.138	1.469

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 23

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2005

2.005 provincia	ESERCIZI DI VICINATO Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
PV	VIDIGULFO	7	44	1	405	3.385	100
PV	BORNASCO	1	1	2	35	30	160
PV	CERANOVA	-	3	3	-	125	106
PV	LANDRIANO	14	26	3	335	1.174	275
PV	LARDIRAGO	4	9	4	110	432	215
PV	MARZANO	2	4	2	70	227	68
PV	SIZIANO	8	31	3	351	3.526	242
PV	TORREVECCHIA PIA	2	-	4	70	-	171
PV	ZECCONE	3	3	3	68	178	197
-	-	-	-	-	-	-	-
totale		41	121	25	1.444	9.077	1.534

Tabella 24

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2006

2.006 provincia	ESERCIZI DI VICINATO Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
PV	VIDIGULFO	7	44	1	405	3.385	100
PV	BORNASCO	1	1	2	35	30	160
PV	CERANOVA	-	3	3	-	125	106
PV	LANDRIANO	14	37	4	335	2.408	365
PV	LARDIRAGO	4	9	4	110	432	215
PV	MARZANO	2	4	2	70	227	68
PV	SIZIANO	8	36	3	351	3.689	253
PV	TORREVECCHIA PIA	2	-	4	70	-	171
PV	ZECCONE	3	3	3	68	178	197
-	-	-	-	-	-	-	-
totale		41	137	26	1.444	10.474	1.635

Tabella 25

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2007

2.007 provincia	ESERCIZI DI VICINATO Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
PV	VIDIGULFO	6	43	1	370	3.190	100
PV	BORNASCO	1	1	2	35	30	160
PV	CERANOVA	-	4	3	-	161	171
PV	LANDRIANO	14	37	4	335	2.408	365
PV	LARDIRAGO	4	9	4	110	432	215
PV	MARZANO	2	4	2	70	227	68
PV	SIZIANO	8	38	3	365	3.680	232
PV	TORREVECCHIA PIA	2	-	4	70	-	171
PV	ZECCONE	3	3	3	68	178	197
-	-	-	-	-	-	-	-
totale		40	139	26	1.423	10.306	1.679

Tabella 26

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2008

2.008 provincia	ESERCIZI DI VICINATO Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
PV	VIDIGULFO	6	42	1	370	3.150	100
PV	BORNASCO	1	1	2	35	30	160
PV	CERANOVA	-	4	3	-	161	171
PV	LANDRIANO	14	37	4	335	2.408	365
PV	LARDIRAGO	4	9	4	110	432	215
PV	MARZANO	2	4	2	70	227	68
PV	SIZIANO	8	39	4	295	2.498	192
PV	TORREVECCHIA PIA	1	-	1	30	-	30
PV	ZECCONE	3	4	1	103	383	22
-	-	-	-	-	-	-	-
totale		39	140	22	1.348	9.289	1.323

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 27

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL COMUNE. VARIAZIONE STORICA 2003-2008

VIDIGULFO	Numero punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	8	43	1			
2004	8	42	1	0,00%	-0,02%	0,00%
2005	7	44	1	-0,13%	0,05%	0,00%
2006	7	44	1	0,00%	0,00%	0,00%
2007	6	43	1	-0,14%	-0,02%	0,00%
2008	6	42	1	0,00%	-0,02%	0,00%

Fonte: Banca Dati Regione Lombardia. Osservatorio del commercio anni 2001÷2008

VIDIGULFO	Superficie punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	415	3.494	100			
2004	415	3.344	100	0,00%	-0,04%	0,00%
2005	405	3.385	100	-0,02%	0,01%	0,00%
2006	405	3.385	100	0,00%	0,00%	0,00%
2007	370	3.190	100	-0,09%	-0,06%	0,00%
2008	370	3.150	100	0,00%	-0,01%	0,00%

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 28

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL BACINO. VARIAZIONE STORICA 2003-2008

BACINO	Numero punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	40	116	22			
2004	43	118	25	0,08%	0,02%	0,14%
2005	41	121	25	-0,05%	0,03%	0,00%
2006	41	137	26	0,00%	0,13%	0,04%
2007	40	139	26	-0,02%	0,01%	0,00%
2008	39	140	22	-0,03%	0,01%	-0,15%

BACINO	Superficie punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	1.831	9.211	1.290			
2004	1.496	9.138	1.469	-0,18%	-0,01%	0,14%
2005	1.444	9.077	1.534	-0,03%	-0,01%	0,04%
2006	1.444	10.474	1.635	0,00%	0,15%	0,07%
2007	1.423	10.306	1.679	-0,01%	-0,02%	0,03%
2008	1.348	9.289	1.323	-0,05%	-0,10%	-0,21%

Fonte: Banca Dati Regione Lombardia. Osservatorio del commercio anni 2001 ÷ 2008

Tabella 29

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DELLA PROVINCIA. VARIAZIONE STORICA 2003-2008

PAVIA	Numero punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	1.276	4.544	676			
2004	1.250	4.603	676	-0,02%	0,01%	0,00%
2005	1.230	4.699	647	-0,02%	0,02%	-0,04%
2006	1.242	4.648	716	0,01%	-0,01%	0,11%
2007	1.190	4.695	709	-0,04%	0,01%	-0,01%
2008	1.192	4.650	691	0,00%	-0,01%	-0,03%

PAVIA	Superficie punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	51.108	273.329	35.274			
2004	49.245	276.896	35.922	-0,04%	0,01%	0,02%
2005	48.872	279.996	35.603	-0,01%	0,01%	-0,01%
2006	49.371	279.972	37.569	0,01%	0,00%	0,06%
2007	48.689	278.099	37.239	-0,01%	-0,01%	-0,01%
2008	49.436	277.844	36.602	0,02%	0,00%	-0,02%

Tabella 30

COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DELLA REGIONE. VARIAZIONE STORICA 2003-2008

LOMBARDIA	Numero punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	18.261	80.094	8.523			
2004	18.999	83.261	9.349	0,04%	0,04%	0,10%
2005	18.915	85.177	8.351	0,00%	0,02%	-0,11%
2006	18.762	85.420	8.682	-0,01%	0,00%	0,04%
2007	18.919	86.535	8.721	0,01%	0,01%	0,00%
2008	18.937	86.193	8.384	0,00%	0,00%	-0,04%

LOMBARDIA	Superficie punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	823.755	5.381.710	558.023			
2004	861.645	5.520.702	601.808	0,05%	0,03%	0,08%
2005	908.746	5.975.114	528.368	0,05%	0,08%	-0,12%
2006	855.268	5.663.985	554.828	-0,06%	-0,05%	0,05%
2007	858.034	5.749.769	576.498	0,00%	0,02%	0,04%
2008	860.929	5.722.184	550.842	0,00%	0,00%	-0,04%

Tabella 31**COMMERCIO IN SEDE FISSA. ESERCIZI DI VICINATO. RILIEVO DEL BACINO.
VARIAZIONE STORICA 2003-2008**

VIDIGULFO	Numero punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	40	116	22			
2004	43	118	25	0,08%	0,02%	0,14%
2005	41	121	25	-0,05%	0,03%	0,00%
2006	41	137	26	0,00%	0,13%	0,04%
2007	40	139	26	-0,02%	0,01%	0,00%
2008	39	140	22	-0,03%	0,01%	-0,15%

Fonte: Banca Dati Regione Lombardia. Osservatorio del commercio anni 2001 ÷ 2008

VIDIGULFO	Superficie punti di vendita Pdv			Variazione percentuale		
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	Alimentari	Non Alimentari	Misti
2003	1.831	9.211	1.290			
2004	1.496	9.138	1.469	-0,18%	-0,01%	0,14%
2005	1.444	9.077	1.534	-0,03%	-0,01%	0,04%
2006	1.444	10.474	1.635	0,00%	0,15%	0,07%
2007	1.423	10.306	1.679	-0,01%	-0,02%	0,03%
2008	1.348	9.289	1.323	-0,05%	-0,10%	-0,21%

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 32

COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2003

2.003	MEDIA DISTRIBUZIONE	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
provincia	Comune						
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	6	6	-	6.485	6.485
PV	LANDRIANO	-	-	-	-	-	-
PV	LARDIRAGO	-	-	-	-	-	-
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	1	1	2	185	391	576
PV	ZECCONE	-	5	5	-	2.291	2.291
totale	BACINO	1	12	13	185	9.167	9.352

Tabella 33

COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2004

2.004	MEDIA DISTRIBUZIONE	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
provincia	Comune						
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	6	6	-	6.485	6.485
PV	LANDRIANO	-	-	-	-	-	-
PV	LARDIRAGO	-	-	-	-	-	-
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	1	1	1	185	391	576
PV	ZECCONE	-	5	5	-	2.291	2.291
totale	BACINO	1	12	12	185	9.167	9.352

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 34

COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2005

2.005	MEDIA DISTRIBUZIONE	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
provincia	Comune						
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	-	-	-	-	-
PV	LANDRIANO	1	1	2	786	220	1.006
PV	LARDIRAGO	-	-	-	-	-	-
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	1	1	2	185	391	576
PV	ZECCONE	-	5	5	-	2.291	2.291
totale	BACINO	2	7	9	971	2.902	3.873

Tabella 35

COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2006

2.006	MEDIA DISTRIBUZIONE	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
provincia	Comune						
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	-	-	-	-	-
PV	LANDRIANO	1	1	-	786	510	1.296
PV	LARDIRAGO	2	4	4	675	1.190	1.865
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	1	1	2	185	391	576
PV	ZECCONE	-	5	5	-	2.291	2.291
totale	BACINO	4	11	11	1.646	4.382	6.028

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 36

COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2007

2.007	MEDIA DISTRIBUZIONE	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
provincia	Comune						
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	-	-	-	-	-
PV	LANDRIANO	1	1	2	786	510	1.296
PV	LARDIRAGO	-	-	-	-	-	-
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	1	1	2	185	391	576
PV	ZECCONE	-	5	5	-	2.291	2.291
totale	BACINO	2	7	9	971	3.192	4.163

Tabella 37

COMMERCIO IN SEDE FISSA. MEDIE STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anno 2008

2.008	-	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
provincia	-						
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	-	-	-	-	-
-	LANDRIANO	1	1	2	786	510	1.296
PV	LARDIRAGO	-	-	-	-	-	-
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	1	1	2	185	391	576
PV	ZECCONE	-	3	3	-	1.800	1.800
totale	BACINO	2	5	7	971	2.701	3.672

Vidigulfo

Piano di Governo del Territorio

Tabella 38

COMMERCIO IN SEDE FISSA. GRANDI STRUTTURE. RILIEVO STORICO DEL BACINO. Anni 2005-2008

2003- 2008	GRANDE DISTRIBUZIONE Comune	Numero punti di vendita Pdv			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
PV	VIDIGULFO	-	-	-	-	-	-
PV	BORNASCO	-	-	-	-	-	-
PV	CERANOVA	-	-	-	-	-	-
PV	LANDRIANO	-	-	-	-	-	-
PV	LARDIRAGO	-	-	-	-	-	-
PV	MARZANO	-	-	-	-	-	-
PV	SIZIANO	-	-	-	-	-	-
PV	TORREVECCHIA PIA	-	-	-	-	-	-
PV	ZECCONE	-	-	-	-	-	-
totale	BACINO	-	-	-	-	-	-

Tabella 39

COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA DEL BACINO. Anni 2003-2008

alimentari													BACINO
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N° esercizi	Superficie di vendita m²											
Vicinato	40	1.831	43	1.496	41	1.444	41	1.444	40	1.423	39	1.348	
Media distribuzione	1	185	1	185	2	971	4	1.646	2	971	2	971	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	41	2.016	44	1.681	43	2.415	45	3.090	42	2.394	41	2.319	

non alimentari													BACINO
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N° esercizi	Superficie di vendita m²											
Vicinato	116	9.211	118	9.138	121	9.077	137	10.474	139	10.306	140	9.289	
Media distribuzione	12	9.167	12	9.167	7	2.902	11	4.382	7	3.192	5	2.701	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	128	18.378	130	18.305	128	11.979	148	14.856	146	13.498	145	11.990	

misti													BACINO
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N° esercizi	Superficie di vendita m²											
Vicinato	22	1.290	25	1.469	25	1.534	26	1.635	26	1.679	22	1.323	
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	22	1.290	25	1.469	25	1.534	26	1.635	26	1.679	22	1.323	

Totale alimentari, non alimentari e misti													BACINO
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N° esercizi	Superficie di vendita m²											
Vicinato	178	12.332	186	12.103	187	12.055	204	13.553	205	13.408	201	11.960	
Media distribuzione	13	9.352	13	9.352	9	3.873	15	6.028	9	4.163	7	3.672	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	191	21.684	199	21.455	196	15.928	219	19.581	214	17.571	208	15.632	

Tabella 40

COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA DEL COMUNE. Anni 2003-2008

alimentari												COMUNE	
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N°	Superficie di vendita											
	esercizi	m ²											
Vicinato	8	415	1	415	7	405	7	405	6	370	6	370	
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	8	415	1	415	7	405	7	405	6	370	6	370	

non alimentari												COMUNE	
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N°	Superficie di vendita											
	esercizi	m ²											
Vicinato	43	3.494	42	3.344	44	3.385	44	3.385	43	3.190	11	715	
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	43	3.494	42	3.344	44	3.385	44	3.385	43	3.190	11	715	

misti												COMUNE	
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N°	Superficie di vendita											
	esercizi	m ²											
Vicinato	1	100	1	100	1	100	1	100	1	100	4	504	
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	1	100	4	504									

Totale alimentari, non alimentari e misti												COMUNE	
tipologia	2003		2004		2005		2006		2007		2008		
	N°	Superficie di vendita											
	esercizi	m ²											
Vicinato	52	4.009	44	3.859	52	3.890	52	3.890	50	3.660	21	1.589	
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale bacino	52	4.009	44	3.859	52	3.890	52	3.890	50	3.660	21	1.589	

Tabella 41

DATI PER IL CALCOLO				
alimentari				
tipologia	COMUNE		BACINO	
	N° esercizi	Superficie di vendita m ²	N° esercizi	Superficie di vendita m ²
Vicinato	8	622	53	2.263
Media distribuzione	-	-	2	971
Grande distribuzione	-	-	-	-
Totale	8	622	55	3.234
non alimentari e misti				
tipologia	COMUNE		BACINO	
	N° esercizi	Superficie di vendita m ²	N° esercizi	Superficie di vendita m ²
Vicinato	12	765	151	9.951
Media distribuzione	-	-	5	2.701
Grande distribuzione	-	-	-	-
Totale	12	765	156	12.652
Totale alimentari, non alimentari e misti				
tipologia	COMUNE		BACINO	
	N° esercizi	Superficie di vendita m ²	N° esercizi	Superficie di vendita m ²
Vicinato	20	1.387	204	12.213
Media distribuzione	-	-	7	3.672
Grande distribuzione	-	-	-	-
Totale	20	1.387	211	15.885