

COMUNE DI CALOLZIOCORTE

PROVINCIA DI LECCO

Studio redatto da:

**Società di
Ricerca e Pianificazione**

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

Via degli Scipioni,5

20129 Milano (MI)

Tel. 02/29524040

Fax. 02/29515111

E-mail: studioanzini_@libero.it

Quadro conoscitivo del territorio comunale

Componente commerciale

**Allegato al Piano di Governo del Territorio
(L.R. 12/2005 s.m.i.)**



INDICE

1.	Oggetto dell'analisi	pag. 1
2.	Quadro normativo di riferimento	pag. 6
2.1	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme</i>	pag. 6
2.2	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie</i>	pag. 6
2.3	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale</i>	pag. 7
2.4	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale</i>	pag. 9
2.5	<i>Centri di telefonia fissa (Phone Center)</i>	pag. 13
3.	Quadro ricognitivo territoriale e demografico	pag. 15
3.1	<i>Inquadramento territoriale</i>	pag. 15
3.2	<i>Inquadramento demografico</i>	pag. 16
4.	Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale	pag. 21
4.1	<i>Evoluzione del sistema distributivo</i>	pag. 21
4.2	<i>Lo stato di fatto del commercio al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 23
4.3	<i>La distribuzione territoriale dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 26
4.3.1	<i>Medie strutture di vendita</i>	pag. 29
4.4	<i>Lo stato di fatto dei centri di telefonia fissa</i>	pag. 31
4.5	<i>Rapporto tra domanda e offerta</i>	pag. 32
5.	Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale	pag. 34
6.	Conclusioni	pag. 36

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo	pag. 38
Allegato 2 – Nota metodologica	pag. 49

1. Oggetto dell'analisi

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

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

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

→ con il Documento di Piano per quanto riguarda:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Il Piano delle Regole dettaglierà pertanto le caratteristiche degli interventi commerciali consentiti per le diverse situazioni urbane presenti nell'ambito comunale: centri di antica formazione ed aree urbane centrali, aree perturbane o periferiche, aree extraurbane di interesse sovracomunale, normando puntualmente le modalità di inserimento di tali strutture nel contesto territoriale, avendo particolare attenzione a:

- la disciplina dell'assetto morfologico in rapporto alle caratteristiche funzionali, insediative, paesistiche ed ambientali e le potenzialità di riorganizzazione urbanistica locale conseguenti all'insediamento dell'attività commerciale;*
- la specificazione delle categorie commerciali non ammissibili in determinati contesti;*

- *la prescrizione di parametri qualitativo – prestazionali riguardanti materiali, tecnologie, elementi costruttivi finalizzati ad assicurare la qualità degli interventi in rapporto all'efficacia energetica, alla riduzione dell'inquinamento, al risparmio di risorse naturali;*
- *l'incentivazione delle attività commerciali di vicinato".*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Quadro normativo di riferimento

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

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

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

2.2 Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie

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

Classi dimensionali dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa

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

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

Classi dimensionali delle grandi strutture di vendita – Regione Lombardia

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

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

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

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

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

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

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

Gli ambiti territoriali individuati sul territorio regionale sono i seguenti:

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

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

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

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

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

In Provincia di Lecco il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale è stato approvato con Delibera di Consiglio n. 16 del 4 marzo 2004 e pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia n. 14 del 31.03.2004.

Il P.T.C.P. è stato quindi adeguato alla Legge Regionale 12/2005: la variante di adeguamento è stata approvata con delibera del Consiglio provinciale n. 7 del 23 e 24 marzo 2009 e pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia – Serie Inserzioni e Concorsi n. 20 del 20 maggio 2009.

Rispetto alla pianificazione in materia commerciale, le indicazioni sono contenute all'art. 37 – “Attività distributive: medie e grandi strutture di vendita” delle Norme di Attuazione:

“1. In relazione alle dinamiche evolutive della distribuzione commerciale ed alle politiche per il settore commerciale il PTCP, in relazione al “Programma Triennale per lo sviluppo del settore Commerciale 2006-2008” di cui alla DCR n. VIII/215 del 2 ottobre 2006, che individua precisi obiettivi di sviluppo per i singoli ambiti del territorio regionale, tenuto conto degli “Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale di cui all’art. 3 della L.R. 23 luglio 1999, n. 14” approvati con DCR n. VIII/0352 del 13 marzo 2007, persegue i seguenti obiettivi:

- a. favorire l’insorgere di una positiva tensione concorrenziale tra diverse tipologie distributive e tra diversi gruppi aziendali come elemento di efficienza del sistema e come contributo del settore commerciale alle condizioni di benessere generale;*
 - b. promuovere il concorso del settore commerciale nelle sue diverse componenti (dalla grande distribuzione agli esercizi di vicinato, dal commercio su aree pubbliche ai pubblici esercizi) alle politiche di riqualificazione urbana e, più in generale, alle condizioni di vivibilità e animazione dei tessuti urbani;*
 - c. garantire il permanere del commercio di vicinato come essenziale servizio di prossimità nelle aree a bassa densità insediativa, minacciate da rischi di desertificazione commerciale;*
 - d. evitare che gli insediamenti commerciali contrastino con le politiche del PTCP per la conservazione delle risorse primarie, la qualità del paesaggio, l’organizzazione razionale della mobilità.*
- 2. Per l’attuazione delle politiche di programmazione urbanistica del settore commerciale da affidare ai PGT il PTCP individua, avendo riferimento agli*

ambiti territoriali individuati dalla Regione Lombardia nel “Programma Triennale per lo sviluppo del settore Commerciale” approvato con DCR n. VIII/215 del 2 ottobre 2006, tre ambiti d'intervento caratterizzati dal diverso rilievo e preminenza degli obiettivi indicati al primo comma in relazione al quale si articolano le disposizioni in materia di grandi e medie strutture di vendita indicati ai commi successivi del presente articolo:

- a. Ambito Lecchese e Valle San Martino ove risulta preminente il concorso del settore commerciale alle politiche di riqualificazione urbana, garantendo comunque il permanere di una forte tensione concorrenziale interna al settore;*
- b. Ambito del Lario orientale e della Valsassina (che per le loro caratteristiche commerciali vengono assimilati) nel quale risaltano preminenti le esigenze di conservare e valorizzare il ruolo del commercio di vicinato anche in funzione della valorizzazione turistica;*
- c. Ambito della Brianza, dove è preminente l'interesse a evitare che gli insediamenti commerciali rappresentino elementi di disturbo e contrasto delle politiche territoriali per la sostenibilità, garantendo comunque il permanere di una forte tensione concorrenziale interna al settore.*

3. Fermi restando i criteri di prevalenza in merito all'ammissibilità di grandi e medie strutture di vendita ed eventuali limitazioni di natura merceologica contenute nel Piano di Settore provinciale per il commercio, il PTCP definisce le seguenti soglie di rilevanza sovra comunale, ai sensi dell'art. 59 delle NdA, per le attività commerciali:

Ambito PTCP	Classe di ampiezza demografica comuni (ab)	Soglia di sovracomunalità (mq SV)
Valsassina e Lario Orientale	< 10.000	800
	> 10.000	1500
Brianza lecchese	< 10.000	800
	> 10.000	1500
Lecchese e Valle San Martino	< 10.000	800
	> 10.000	1500

4. Il PGT deve contenere indicazioni sufficientemente definite in ordine alla politica comunale in materia di distribuzione commerciale, in particolare con riferimento alla localizzazione delle eventuali aree destinate ad accogliere nuove attività commerciali per medie e grandi strutture di vendita.

5. Le previsioni relative alle attività commerciali concorrono, insieme con tutte le altre previsioni del PGT, a definire le soglie dell'offerta insediativa corrispondente alla domanda endogena ed esogena di cui all'art. 68 e sono soggette alle condizioni generali di sostenibilità degli insediamenti di cui alle presenti norme.

6. Nell'ambito Lecchese e Valle San Martino, in sede di PGT i Comuni disciplinano l'eventuale insediamento di grandi strutture di vendita subordinandone la realizzazione ad una valutazione preventiva, da sottoporre alla Amministrazione Provinciale per il conseguimento della necessaria intesa, di cui al 10° comma dell'art. 70 delle presenti norme, da realizzarsi nell'ambito di una Agenda Strategica di Coordinamento Locale di cui all'art. 15 delle presenti norme, in ordine agli eventuali effetti sovra comunali degli insediamenti stessi, che individuino in particolare:

- a. le condizioni di accessibilità ai nuovi insediamenti, in coerenza con la viabilità di grande comunicazione e transito o alla viabilità al servizio di insediamenti produttivi di cui all'art. 18.3 e 18.4 delle presenti norme, e la loro sostenibilità in relazione alle condizioni della mobilità urbana con riferimento tanto alla circolazione che alla sosta nonché le misure di mobility management da adottarsi nella gestione delle citate grandi strutture ai fini di mitigare e rendere pienamente sostenibili gli impatti degli insediamenti stessi sulle condizioni della mobilità urbana;
- b. il contributo alla riqualificazione urbana con particolare riferimento alla rivitalizzazione delle aree centrali consolidate, al recupero di ambiti degradati, alla qualificazione della scena urbana, all'integrazione di dotazioni e servizi urbani carenti.

Tali valutazioni preventive e le relative intese di cui all'art. 70, sono da prevedersi anche per l'insediamento di medie strutture con superficie di vendita superiore alle soglie di sovracomunalità di cui al precedente comma 3 per i Comuni appartenenti all'ambito del Lecchese e Valle San Martino diversi dal capoluogo e non ricompresi nelle aree per la localizzazione di attività ad elevata concentrazione di presenze di cui all'art. 32 delle presenti norme.

7. Nell'ambito del modello insediativo diffuso della Brianza, la realizzazione di grandi strutture di vendita costituisce sempre previsione di carattere sovra comunale e l'espressione di un giudizio positivo di compatibilità del PGT con il PTCP è necessariamente condizionato alla redazione di apposite valutazioni preventive da sottoporre all'Amministrazione Provinciale e alla sottoscrizione della

intesa di cui al 10° comma dell'art. 70 delle presenti norme, da realizzarsi nell'ambito di una Agenda Strategica di Coordinamento Locale di cui all'art. 15 delle presenti norme, che potrà prevedere la presenza di misure compensative, di cui all'art. 71, e orientate alla rivitalizzazione delle aree centrali di matrice storica dei Comuni più direttamente interessati. La realizzazione di medie strutture con superficie di vendita superiore alle soglie di sovracomunalità di cui al precedente comma 3 costituisce previsione di carattere sovra comunale, implica la realizzazione delle intese di cui all'art. 70 delle presenti norme e l'espressione di un giudizio positivo di compatibilità del PGT con il PTCP richiede la coerenza di tali previsioni con le indicazioni del PTCP relative alle condizioni di sostenibilità e in particolare:

- a. alla collocazione in coerenza con la viabilità di grande comunicazione e transito o alla viabilità al servizio di insediamenti produttivi di cui all'art. 18.4 e 18.4 delle presenti norme o, in alternativa:
- b. alla collocazione in aree per la localizzazione di attività a elevata concentrazione di presenze (stazioni ferroviarie) di cui all'art. 32 delle presenti norme;
- c. alla tutela degli spazi in edificati di valore paesaggistico e ambientale (art. 21 delle presenti norme).

8. Nell'ambito della Valsassina e del Lario orientale, i PGT dovranno essere orientati alla riqualificazione commerciale delle aree centrali, specie di matrice e valore storico culturale, la realizzazione delle grandi strutture non risulta coerente. L'eventuale realizzazione di medie strutture con superficie di vendita superiore alle soglie di sovracomunalità di cui al precedente comma 3 costituisce sempre previsione di carattere sovra comunale e l'espressione di un giudizio positivo di compatibilità del PGT con il PTCP è necessariamente condizionato alla redazione di apposite valutazioni preventive da sottoporre all'Amministrazione Provinciale e alla sottoscrizione dell'intesa di cui al 10° comma dell'art. 70 delle presenti norme, preferibilmente da realizzarsi nell'ambito di una Agenda Strategica di Coordinamento Locale di cui all'art. 15 delle presenti norme, che potrà prevedere la presenza di misure compensative di cui all'art. 71, e orientate alla rivitalizzazione delle aree centrali di matrice storica dei Comuni più direttamente interessati.

9. La individuazione delle specifiche condizioni indicate ai precedenti commi 6, 7 e 8 costituisce parte dei contenuti minimi del PGT di cui all'art. 15, comma 2, lettera c) della L.R. 12/2005.

10. *La individuazione delle specifiche condizioni indicate ai precedenti commi 6, 7 e 8 costituisce riferimento necessario per l'espressione del parere provinciale in sede di conferenza dei servizi di cui all'art. 9 del D.Lgs. 114/98.*

11. *Per le strutture di cui ai precedenti commi 6, 7 e 8 le previsioni di aree di sosta devono di norma escludere la realizzazione di parcheggi esclusivamente a raso, orientandosi preferibilmente verso proposte integrate che recuperino parte dei posti auto all'interno del complesso architettonico, con l'attenta integrazione di autosilo o l'utilizzo di coperture e piani interrati.*

12. *Quando le attività da localizzare siano tali da far prevedere un importante afflusso di veicoli concentrato in alcune ore di punta, il raccordo con la viabilità primaria dovrà avere una capacità di smaltimento tale da garantire la fluidità del traffico. Tale requisito sarà accertato all'interno delle valutazioni preventive previste per gli interventi di rilevanza sovracomunale di cui ai precedenti commi 6, 7 e 8, mediante l'uso di adeguati modelli di simulazione secondo quanto previsto in materia dagli Allegati 1 e 2 delle "Modalità applicative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008" di cui alla DGR n. 5054 del 4.7.2007 e s.m.i.; le valutazioni preventive dovranno altresì verificare i provvedimenti gestionali da affidare a politiche di mobility management.*

13. *Ai fini della riduzione dell'inquinamento luminoso e dei consumi energetici da esso derivanti, la localizzazione dei nuovi insediamenti commerciali dovrà rispettare le disposizioni previste dalla L.R. n. 17 del 27 marzo 2000 "Misure urgenti in tema di risparmio energetico ad uso di illuminazione esterna e di lotta all'inquinamento luminoso".*

14. *Gli indirizzi programmatici per il settore commercio sono dettagliati, con più approfondite articolazioni e specificazioni, sulla base delle analisi del sistema distributivo provinciale, nello specifico Piano di Settore".*

2.5 Centri di telefonia fissa (Phone Center)

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

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

La citata D.G.R. VIII/8778 precisa che *"qualora nel caso concreto si verifichi che il centro di telefonia svolga, nel medesimo locale, anche un'attività commerciale, troverebbe applicazione tutta la disciplina del commercio in sede fissa, e in particolare:*

- *la l.r. 1/2007 e i successivi provvedimenti attuativi volti alla sostituzione di atti autorizzativi con la dichiarazione di inizio attività produttive (DIAP), solo qualora l'esercizio rientri nella tipologia degli esercizi di vicinato;*
- *la l.r. 14/99 relativamente alle modalità di esercizio dell'attività;*
- *la l.r. 22/2000 relativamente alle vendite straordinarie e agli orari;*
- *il d.lgs. 114/98 per tutto ciò che non è ancora disciplinato da leggi regionali"*.

3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

3.1 Inquadramento territoriale

Calolziocorte è un Comune della Provincia di Lecco, situato nella Valle San Martino e attraversato dalla ex S.S. 639; confina a Nord con i Comuni di Vercurago e di Erve, a Est con il Comune di Carenno, a Sud con i Comuni di Torre de' Busi e di Monte Marenzo, a Ovest con i Comuni di Brivio e di Olginate.



Fonte: www.viamichelin.it

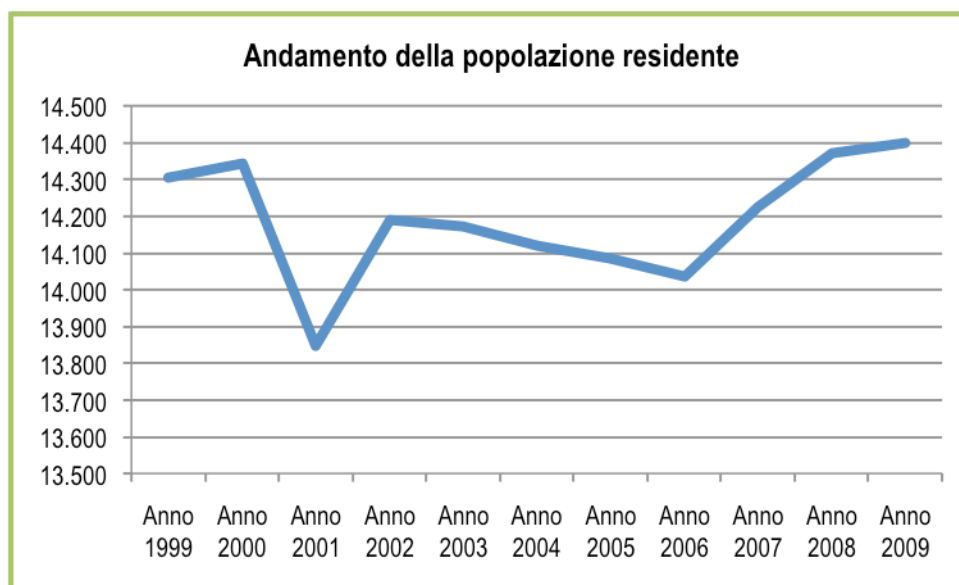
Sul territorio comunale si distinguono quattro nuclei abitati: Calolzio centro e Corte, il nucleo più antico; Cornello Casale e Pascolo, a corona del nucleo precedente; Lorentino Rossino e Sopracornola, in posizione collinare; Sala e Foppenico, di più recente espansione.

Le comunicazioni sono buone: oltre alla citata ex S.S. 39, attraversano il territorio comunale la S.P. 177, la S.P. 180, la S.P. 181 e la S.P. 182.

3.2 *Inquadramento demografico*

ANNO	ABITANTI
1999	14.305
2000	14.344
2001	13.847
2002	14.188
2003	14.171
2004	14.121
2005	14.086
2006	14.037
2007	14.226
2008	14.370
2009	14.399

Fonte: Ufficio Anagrafe Comune Calolziocorte e Istat



Dal 1999 al 2009 la popolazione residente a Calolziocorte è aumentata di 94 unità, pari a un incremento dello 0,7%.

Alla fine del 2009 in Calolziocorte risiedevano 5.720 famiglie.

Sempre a fine 2009, abitanti e famiglie risultavano così divisi tra i quattro nuclei presenti sul territorio:

Calolzio centro Corte	4.326 abitanti	1.811 famiglie
Cornello Casale Pascolo	2.084 abitanti	868 famiglie
Lorentino Rossino Sopracornola	1.970 abitanti	787 famiglie
Sala Foppenico	6.018 abitanti	2.254 famiglie
Totale Comune	14.398 abitanti	5.720 famiglie

Un fattore da considerare è quello relativo alla composizione della popolazione; infatti, i livelli di spesa, e la ripartizione della spesa stessa sono differenti, anche in misura molto rilevante, a seconda della composizione del nucleo familiare e dell'età dei suoi componenti. Basti pensare che mentre un pensionato, mediamente, ha una spesa mensile di poco superiore ai 1.300 euro, di cui quasi il 50% destinato a spese per l'abitazione, un single di età inferiore ai 35 anni ha una spesa di poco superiore a 1.900 euro, dei quali circa un terzo destinato all'abitazione.

Le successive tabelle mostrano quindi la spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale al 2007.

	Spesa media mensile/euro
single età <35	1.944
single età 35-64	1.951
single età >64	1.356
coppia con pr <35	2.762
coppia con pr 35-64	2.874
coppia con pr >64	2.159
coppia con 1 figlio	2.957
coppia con 2 figli	3.188
coppia con 3 o più figli	3.189
famiglie monogenitore	2.495
altre tipologie	2.751
MEDIA PER FAM.	2.480

Fonte: ISTAT, dati anno 2007

	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli					
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro
single età <35	15,5	7,3	33,2	15,2	6,4	22,4
single età 35-64	16,2	5,8	35,5	15,6	5,2	21,7
single età >64	21,3	3,3	46,9	7,6	3,2	17,7
coppia con pr <35	14,1	7,0	28,1	21,5	4,6	24,7
coppia con pr 35-64	16,8	6,1	31,2	17,8	4,8	23,3
coppia con pr >64	21,7	4,0	38,4	12,2	3,5	20,2
coppia con 1 figlio	18,1	6,7	28,6	19,0	5,7	21,9
coppia con 2 figli	18,8	7,9	26,2	18,6	6,7	21,8
coppia con 3 o più figli	21,1	7,9	23,7	19,4	6,8	21,1
famiglie monogenitore	19,0	6,3	31,0	17,0	5,8	20,9
altre tipologie	20,2	6,1	29,9	19,0	5,1	19,7
MEDIA PER FAM.	18,8	6,3	31,4	16,7	5,4	21,4

Fonte: ISTAT, dati anno 2007

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

I dati demografici di riferimento più recenti sono quelli delle elaborazioni ISTAT al 1° gennaio 2009, che riguardano l'età e lo stato civile della popolazione residente. Come abbiamo già segnalato, si tratta di aspetti estremamente significativi, poiché, ad esempio, ad una popolazione più anziana corrisponde una spesa minore, e, all'opposto, un'incidenza maggiore di persone non coniugate potrebbe comportare un incremento significativo della domanda di beni da acquistare.

Per quanto riguarda il primo aspetto, ovvero l'incidenza di ultra sessantacinquenni, che definiamo "indice di vecchiaia", possiamo rilevare che la popolazione di Calolziocorte risulta in linea con le medie provinciale e regionale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.799.254	80,05	1.943.422	19,95	9.742.676	4,01
Provincia di Lecco	269.715	80,41	65.705	19,59	335.420	4,10
Comune di Calolziocorte	11.517	80,15	2.853	19,85	14.370	4,04

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

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo “propensione al matrimonio”, risulta in linea con le medie regionale e provinciale.

	celibi nubili	% su totale	coniugati divorziati vedovi	% su totale	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	3.954.609	40,59	5.788.067	59,41	9.742.676	0,68
Provincia di Lecco	137.581	41,02	197.839	58,98	335.420	0,69
Comune di Calolziocorte	5.660	39,39	8.710	60,61	14.370	0,65

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

Un'altra caratteristica influente sulla domanda generata in un determinato ambito territoriale è senza dubbio la presenza di flussi turistici, in particolare se legati all'utilizzo di seconde case: almeno in determinati periodi dell'anno il mercato teorico aumenta proprio grazie agli acquisti effettuati dai turisti, soprattutto se possono contare su un'abitazione (è ormai consuetudine consolidata e registrata in differenti realtà turistiche che questi ultimi portano dai rispettivi luoghi d'origine la cosiddetta “spesa grossa”, in particolare alimentari a lunga conservazione e articoli non alimentari come prodotti per la cura della persona e per l'igiene della casa; tuttavia, la spesa per i generi “freschi” viene generalmente effettuata “in loco”). Per valutare il peso delle abitazioni non occupate da residenti in Calolziocorte, confrontiamo il dato comunale con le medie provinciale e regionale (Fonte: Istat, 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, dati ottobre 2001).

	Abitazioni occupate da residenti	Altre abitazioni	Totale	% abitazioni occupate da residenti
Regione Lombardia	3.576.182	462.063	4.038.245	88,6%
Provincia di Lecco	120.672	30.889	151.561	79,6%
Comune di Calolziocorte	5.078	200	5.278	96,2%

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

La quota di abitazioni occupate dai residenti in Comune di Calolziocorte è nettamente superiore al valore mediamente registrato in Regione Lombardia e in Provincia di Lecco, a indicare che il mercato teorico, cioè i consumi complessivi dei residenti sul suo territorio, non conta su apporti significativi determinati dalle presenze turistiche.

Un altro aspetto da considerare riguarda l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti. A Calolziocorte risiedono 1.274 stranieri, pari all'8,87% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Calolziocorte	14.370	1.274	8,87%

Fonte: Istat, al 31.12.2008

La quota di popolazione straniera a Calolziocorte è superiore al valore mediamente registrato in Provincia di Lecco, ma inferiore a quello della Regione Lombardia nel suo complesso, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente al 7,10% e al 9,29%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Lecco	335.420	23.812	7,10%
Regione Lombardia	9.742.676	904.816	9,29%

Fonte: Istat, al 31.12.2008

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

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente
2002	434	--
2003	594	+ 36,9%
2004	692	+ 16,5%
2005	770	+ 11,3%
2006	884	+ 14,8%
2007	1.081	+ 22,3%
2008	1.274	+ 17,8%%

Fonte: Istat, al 31 dicembre

4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

4.1 Evoluzione del sistema distributivo

Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Calolziocorte, in termini di numero di esercizi presenti sul territorio, faremo riferimento ai rilievi effettuati dall'Osservatorio Regionale del Commercio e raccolti nella Banca Dati Commercio Regione Lombardia; i primi rilievi risalgono al 30.06.2003 e sono poi stati condotti annualmente: l'ultimo dato a oggi disponibile è quello al 30.06.2009.

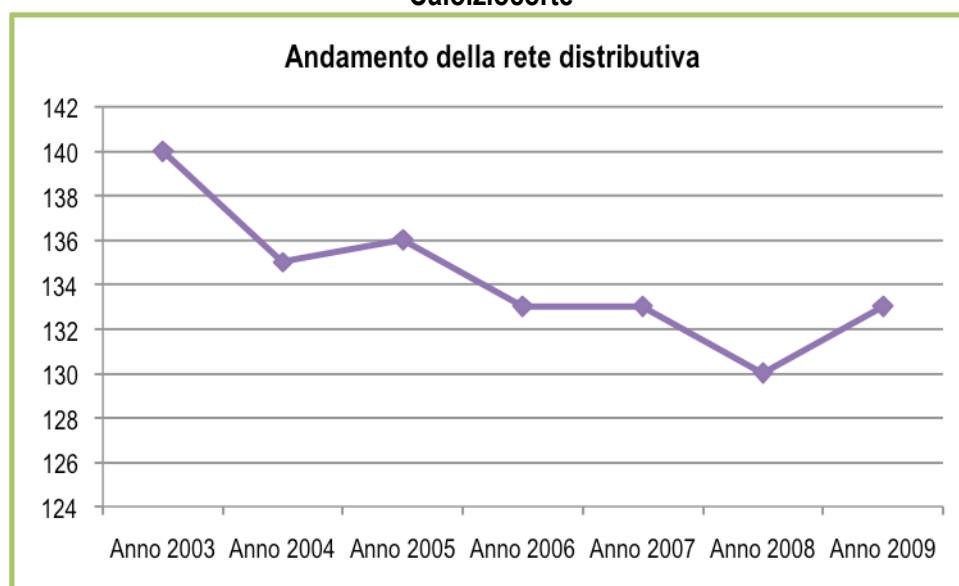
Riportiamo i dati nella successiva tabella.

Calolziocorte

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	140	--	--	--
2004	135	- 5	- 3,6%	- 3,6%
2005	136	+ 1	+ 0,7%	- 2,9%
2006	133	- 3	- 2,2%	- 5%
2007	133	--	--	- 5%
2008	130	- 3	- 2,3%	- 7,1%
2009	133	+ 3	+ 2,3%	- 5%

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009

Calolziocorte



Dopo la significativa diminuzione di 5 unità tra il 2003 e il 2004, il numero di negozi è rimasto sostanzialmente costante. Nel 2009 il loro numero è tornato a essere 133, dopo essere sceso a 130 nel 2008.

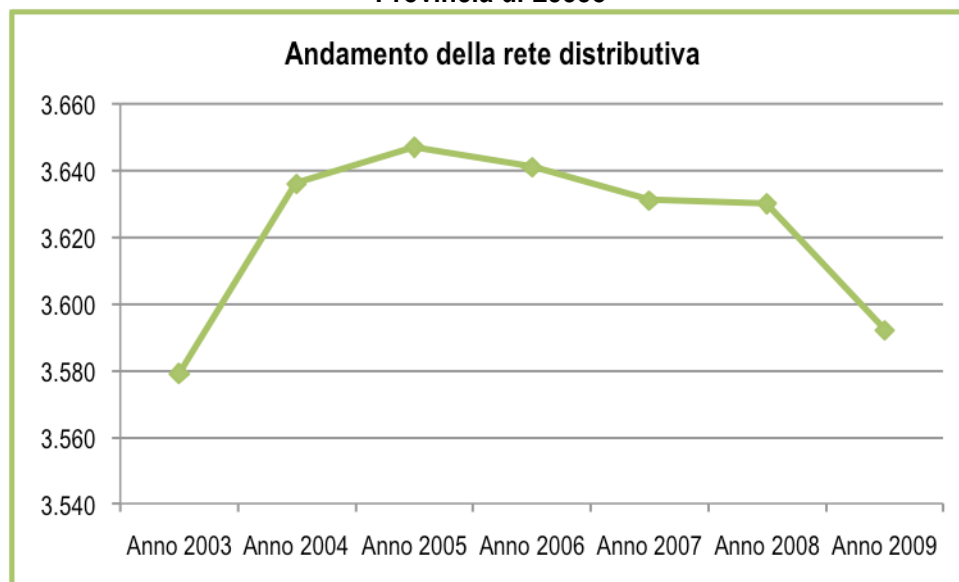
La situazione di Calolziocorte si scosta sensibilmente da quella della Provincia di Lecco presa nel suo complesso, dove, come dimostrano i dati contenuti nella seguente tabella, dopo un periodo di crescita tra il 2003 e il 2005, si è verificata una contrazione dal 2005 al 2009:

Provincia di Lecco

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	3.579	--	--	--
2004	3.636	+ 57	+ 1,6%	+ 1,6%
2005	3.647	+ 11	+ 0,3%	+ 1,9%
2006	3.641	- 6	- 0,2%	+ 1,7%
2007	3.631	- 10	- 0,3%	+ 1,4%
2008	3.630	- 1	- 0,03%	+ 1,4%
2009	3.592	- 38	- 1%	+ 0,4%

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009

Provincia di Lecco



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

La rete di vendita di Calolziocorte è costituita da 119 esercizi per complessivi 13.229 mq. di vendita; di questi esercizi, 26 (per 3.860 mq.) appartengono al settore alimentare e/o misto a prevalenza alimentare e 93 (per 9.369 mq.) a quello non alimentare ¹.

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	26	3.860
Non alimentare	93	9.369
Totale	119	13.229

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 119 esercizi di Calolziocorte si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
21	1.373	5	2.487	--	--

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
88	6.996	5	2.373	--	--

Per valutare l'offerta commerciale del Comune, confrontiamo la realtà comunale con quella media regionale e provinciale; per gli esercizi di vicinato confronteremo il numero medio di abitanti per singolo negozio nelle tre realtà territoriali (i punti di vendita misti saranno attribuiti al settore alimentare) un valore più basso del rapporto indica una migliore dotazione di punti di vendita; per medie e grandi strutture di vendita confronteremo la disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti per i due settori merceologici (le superfici appartenenti a punti di vendita misti

¹ Dati a fine 2009

Non sono state contate le autorizzazioni abbinate ad attività di artigianato di servizio, edicole, farmacie, rivendite di generi di monopolio, poiché in questi casi il commercio al dettaglio in sede fissa non è l'attività principale.

saranno conteggiate per lo specifico settore alimentare o non alimentare) nelle tre realtà territoriali.

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.789.495	27.869	351
Provincia di Lecco	336.799	819	411
Comune di Calolziocorte	14.399	21	686

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009 per Regione Lombardia e Provincia di Lecco; Comune di Calolziocorte a fine 2009

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.789.495	85.469	115
Provincia di Lecco	336.799	2.542	132
Comune di Calolziocorte	14.399	88	164

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009 per Regione Lombardia e Provincia di Lecco; Comune di Calolziocorte a fine 2009

Per gli esercizi di vicinato si riscontra in Calolziocorte una dotazione di punti di vendita inferiore alla media regionale e a quella provinciale per entrambi i settori merceologici e in misura nettamente più accentuata per il settore alimentare.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.495	1.215.338	124,15
Provincia di Lecco	336.799	32.891	97,66
Comune di Calolziocorte	14.399	1.773	123,13

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009 per Regione Lombardia e Provincia di Lecco; Comune di Calolziocorte a fine 2009

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.495	3.948.793	403,37
Provincia di Lecco	336.799	95.934	284,84
Comune di Calolziocorte	14.399	3.087	214,39

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009 per Regione Lombardia e Provincia di Lecco; Comune di Calolziocorte a fine 2009

Per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, il Comune di Calolziocorte risulta in linea con la media

regionale per il settore alimentare, ma carente, sia rispetto alla media regionale sia rispetto a quella provinciale) per quello non alimentare.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.495	835.774	88,44
Provincia di Lecco	336.799	29.713	88,22
Comune di Calolziocorte	14.399	0	0

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009 per Regione Lombardia e Provincia di Lecco; Comune di Calolziocorte a fine 2009

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.789.495	2.688.281	274,61
Provincia di Lecco	336.799	52.585	156,13
Comune di Calolziocorte	14.399	0	0

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2009 per Regione Lombardia e Provincia di Lecco; Comune di Calolziocorte a fine 2009

La Città di Calolziocorte è priva di grandi strutture di vendita.

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

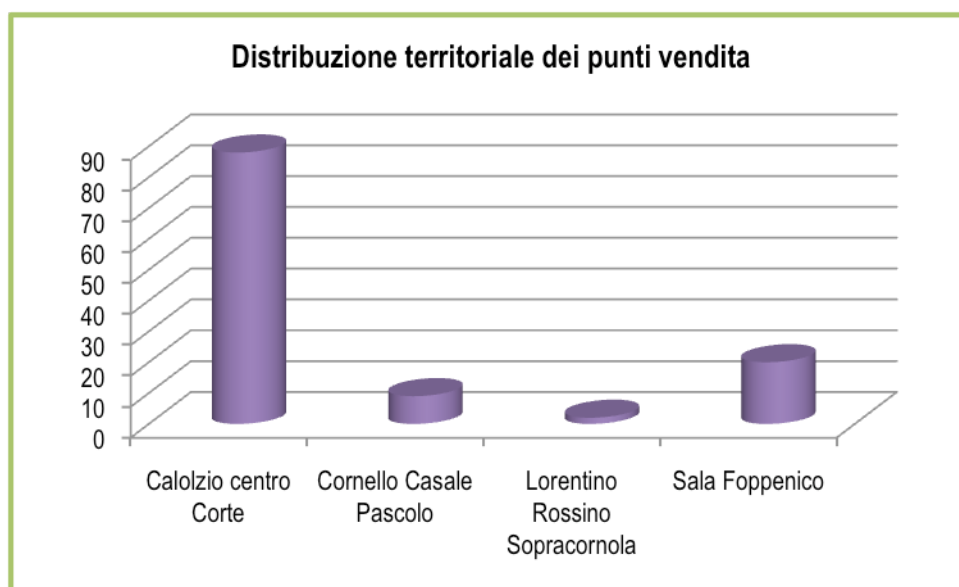
Come si è detto, a Calolziocorte sono presenti 119 esercizi, per complessivi 13.229 mq. di vendita.

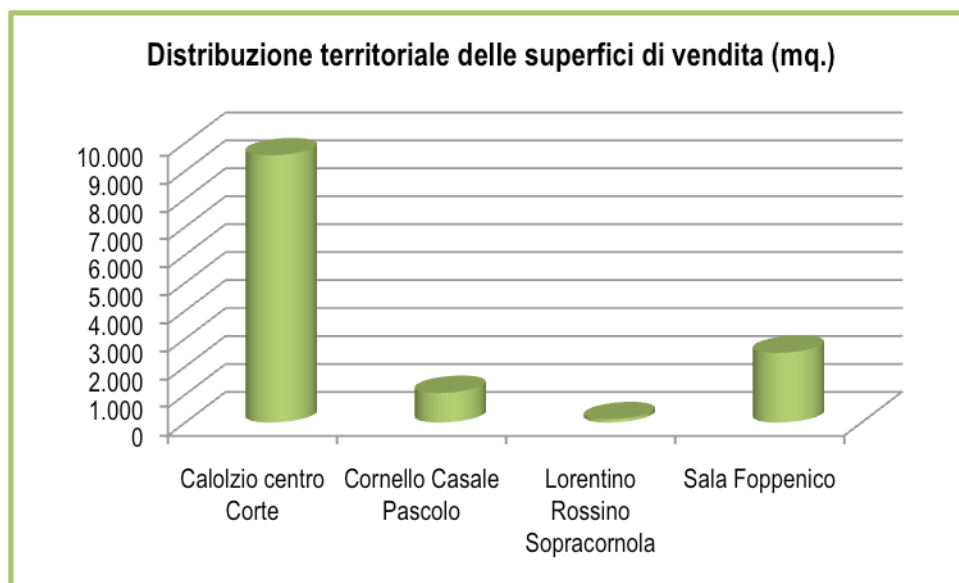
Come abbiamo visto, sul territorio comunale è possibile individuare 4 nuclei: Calolzio centro e Corte; Cornello Casale e Pascolo; Lorentino Rossino e Sopracornola; Sala e Foppenico.

La successiva tabella indica il numero di esercizi presenti in ciascun nucleo, con le rispettive superfici di vendita complessive.

Totale punti di vendita

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Calolzio centro Corte	88	9.561
Cornello Casale Pascolo	9	1.058
Lorentino Rossino Sopracornola	2	118
Sala Foppenico	20	2.492
Totale Comune	119	13.229





La maggior parte degli esercizi si trova nel nucleo Calolzio centro e Corte, così come la maggior parte delle superfici di vendita.

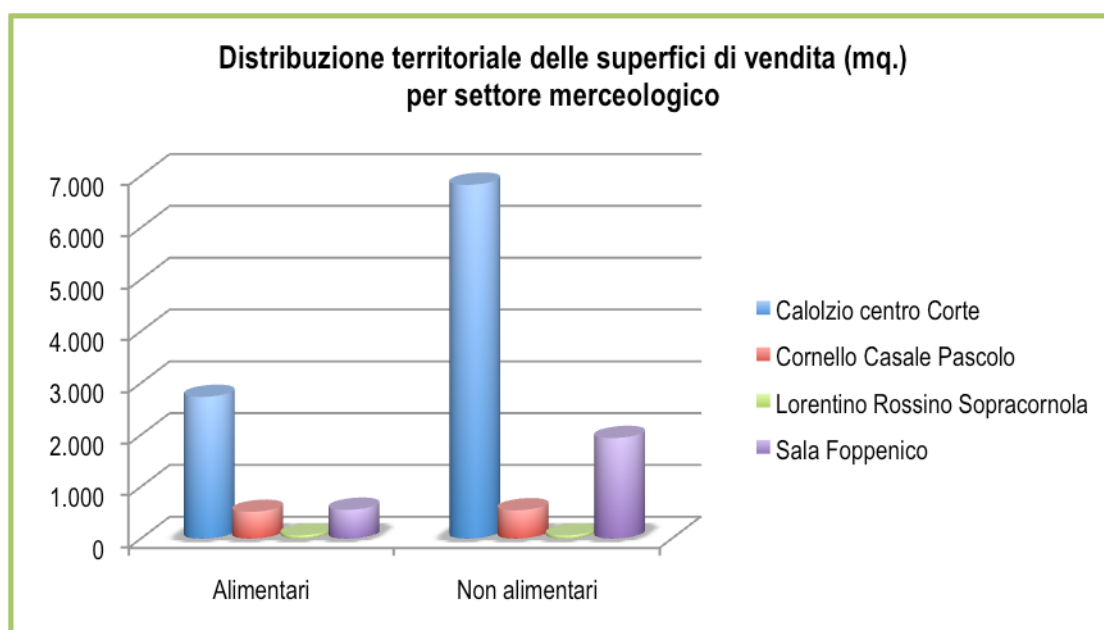
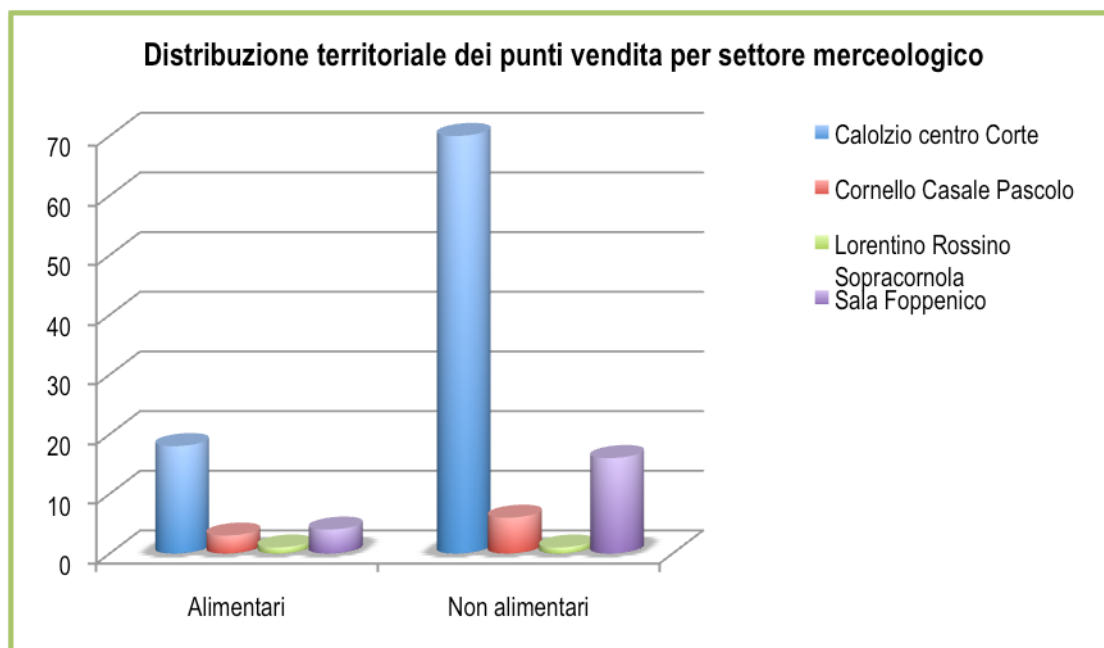
Considerando separatamente i due settori merceologici alimentare (nel quale includeremo gli esercizi "misti" a prevalenza alimentare) e non alimentare, la situazione resta invariata, come dimostrano i dati riassunti nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Calolzio centro Corte	18	2.733
Cornello Casale Pascolo	3	514
Lorentino Rossino Sopracornola	1	60
Sala Foppenico	4	553
Totale Comune	26	3.860

Esercizi non alimentari

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Calolzio centro Corte	70	6.828
Cornello Casale Pascolo	6	544
Lorentino Rossino Sopracornola	1	58
Sala Foppenico	16	1.939
Totale Comune	93	9.369

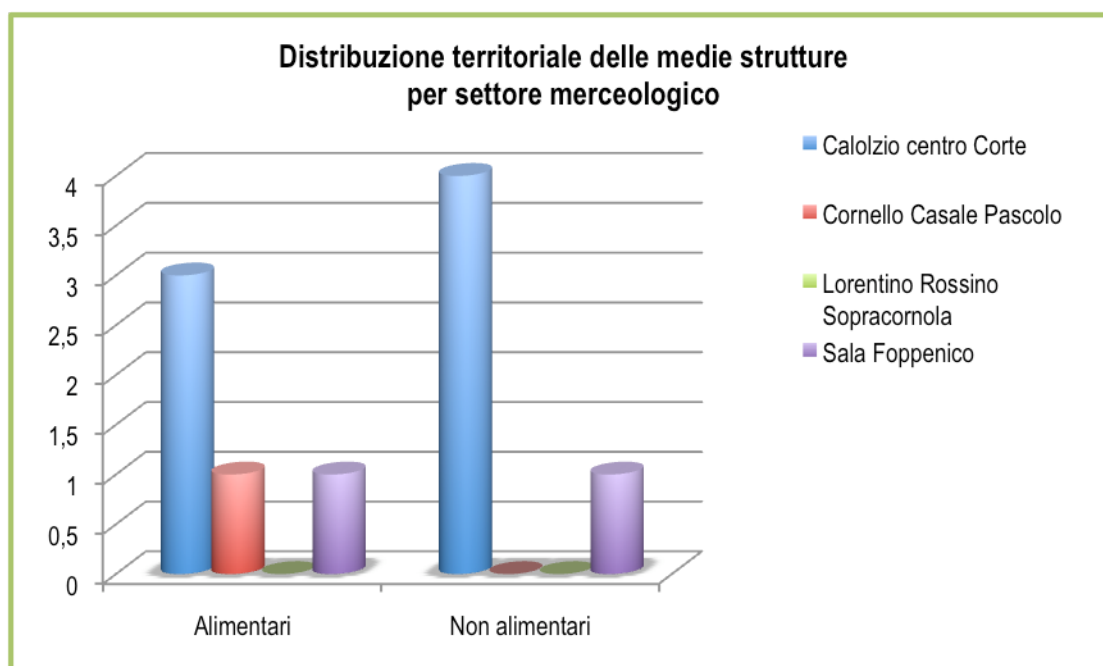


Notiamo, per inciso, che nel nucleo Lorentino Rossino Sopracornola è offerta un servizio minimo, garantito da un solo esercizio per settore merceologico e chiaramente mirato a soddisfare solo le prime necessità quotidiane, almeno per l'esercizio alimentare.

4.3.1 Medie strutture di vendita

Come si è visto al capitolo precedente, in Calolziocorte sono presenti 10 medie strutture (delle quali 5 appartenenti al settore “misto” e 5 al non alimentare); tali esercizi, che rappresentano il sistema distributivo più “moderno”, si distribuiscono sul territorio come segue:

Nucleo	“Misto”		Non alimentare	
	N. es.	Mq. es.	N. es.	Mq. es.
Calolzio centro Corte	3	1.780	4	1.794
Cornello Casale Pascolo	1	390	--	--
Lorentino Rossino Sopracornola	--	--	--	--
Sala Foppenico	1	317	1	579
Totale Comune	5	2.487	5	2.373



I punti di vendita più “moderni” si concentrano nel nucleo Calolzio centro e Corte; è tuttavia interessante notare che l’unico altro nucleo in cui si registri la presenza di medie strutture è quello di Sala Foppenico, che evidentemente sta sviluppando un’importante funzione commerciale.

Concentrando l'attenzione sulla collocazione delle medie strutture, notiamo che quasi tutte si trovano lungo la ex S.S. 639 (che in Comune prende il nome di Corso Europa e Corso Dante) o in strade direttamente connesse con la stessa, a testimonianza della vocazione commerciale, anche di portata sovralocale, che assumono le aree a ridosso delle maggiori vie di comunicazione.

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

In Comune di Calolziocorte è presente un centro di telefonia fissa (Phone Center), situato nel nucleo Calolzio centro e Corte, specificamente in via Locatelli.

Centri di telefonia in sede fissa

Nucleo	N. esercizi
Calolzio centro Corte	1
Cornello Casale Pascolo	--
Lorentino Rossino Sopracornola	--
Sala Foppenico	--
Totale Comune	1

4.5 *Rapporto tra domanda e offerta*

I dati di riferimento per il calcolo del rapporto tra domanda ed offerta sono tratti dal Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3 s.m.i., come spiegato nella Nota metodologica allegata.

Si utilizzano i valori di spesa e le soglie di produttività calcolati per l'Unità Territoriale 11 – Lecco, di cui Calolziocorte era parte.

La spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrisponde rispettivamente a 1.704,48 euro e a 1.396,36 euro.

Il mercato teorico complessivo, calcolato nell'ipotesi che tutti i residenti acquistino in Comune (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), corrisponde a 44,649 milioni di euro, di cui 24,543 milioni di euro per il settore alimentare e 20,106 milioni di euro per il settore non alimentare.

Mercato teorico

Settore alimentare	1.704,48 euro x 14.399 abitanti =	24,543 milioni di euro
Settore non alimentare	1.396,36 euro x 14.399 abitanti =	20,106 milioni di euro
Domanda totale		44,649 milioni di euro

Le condizioni di produttività del sistema distributivo comunale sono assicurate da una potenzialità di spesa pari a 25,954 milioni di euro, di cui 12,213 milioni di euro per il settore alimentare e 13,741 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito:

Settore alimentare		
Vicinato	2.995,45 euro x 1.373 mq. =	4,113 milioni di euro
MS1 *	3.202,03 euro x 1.073 mq. =	3,436 milioni di euro
MS2 *	6.662,29 euro x 700 mq. =	4,664 milioni di euro
Totale alimentare		12,213 milioni di euro
Settore non alimentare		
Vicinato	1.239,50 euro x 6.996 mq. =	8,671 milioni di euro
MS1 *	1.291,14 euro x 2.037 mq. =	2,630 milioni di euro
MS2 *	2.324,06 euro x 1.050 mq. =	2,440 milioni di euro
Totale non alimentare		13,741 milioni di euro
Totale offerta		25,954 milioni di euro

* per le medie strutture "miste" le superfici appartenenti ai due settori merceologici sono state conteggiate separatamente

Complessivamente, l'offerta non soddisfa la domanda generata dai consumatori residenti; anche considerando separatamente i due settori merceologici, la situazione non cambia.

E' quindi evidente che i consumatori residenti evadono verso punti di vendita situati all'esterno di Calolziocorte per completare i propri acquisti.

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

5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale

Come si è detto, il rapporto tra pianificazione commerciale e Piano di Governo del Territorio, con riferimento, in particolare, al Documento di piano, include *“la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale (art. 8, comma 2, lettere a e b), dove devono essere evidenziate le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale”* (D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352).

Sul territorio comunale si individuano quattro nuclei distinti: Calolzio centro e Corte, Cornello Casale e Pascolo, Lorentino Rossino e Sopracornola, Sala e Foppenico.

I quattro nuclei sopra indicati differiscono per caratteristiche del sistema distributivo: la rete di vendita si concentra nel nucleo Calolzio centro e Corte, per entrambi i settori merceologici. Nel nucleo Lorentino Rossino e Sopracornola è garantito un servizio minimo, destinato, di fatto a soddisfare solo le primissime necessità quotidiane. Il nucleo di Cornello Casale e Pascolo può contare su un’offerta un pochino più articolata, oltre che sulla vicinanza con l’offerta di Calolzio centro e Corte. Il nucleo di Sala e Foppenico risulta il più vivace, dopo Calolzio centro e Corte.

Il rapporto domanda – offerta evidenzia che le attività in essere non soddisfano la domanda generata dai consumatori residenti, per entrambi i settori merceologici.

Le potenzialità commerciali del Comune, conferite al territorio dalla presenza di importanti vie di comunicazione, quale la ex S.S. 639, non sono state pienamente sviluppate.

In una situazione quale quella descritta, 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.

Per il settore alimentare non sono ammessi nuovi punti di vendita. Sarà tuttavia sempre possibile trasferire e ampliare le medie strutture già in essere fino al limite massimo di 1.500 mq.

E' ammessa la realizzazione, come trasferimento e ampliamento, di una sola media struttura alimentare con superficie di vendita massima pari a 2.500 mq. (parte della quale potrà essere destinata anche alla vendita di generi non alimentari), anche espressa nella forma del centro commerciale, da collocare nel nucleo Sala – Foppenico.

Per il settore non alimentare si ammettono nuove medie strutture di vendita; tali medie strutture potranno raggiungere il limite massimo consentito per questa classe dimensionale (2.500 mq. di vendita) solo lungo la ex S.S. 639, che è la maggiore via di comunicazione che attraversa Calolziocorte, e lungo via Mazzini; sul resto del territorio, al fine di non determinare problemi ai flussi di traffico e alle zone di sosta, le medie strutture non alimentari saranno limitate a una superficie di vendita massima di 800 mq.

In ogni caso, alle domande di autorizzazione per medie strutture di vendita dovranno essere allegati studi socio-economici e viabilistici e dovrà essere attestato il rispetto delle dotazioni standard richieste.

Non si ammette l'insediamento di grandi strutture di vendita.

Quanto ai centri di telefonia fissa (phone center) si prevede che un eventuale sviluppo degli stessi avvenga solo ed esclusivamente all'esterno del tessuto urbano consolidato, al fine di non creare problemi di carattere urbanistico e viabilistico.

6. Conclusioni

Calolziocorte è un Comune della Provincia di Lecco, attraversato dalla ex S.S. 639.

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

Sul territorio comunale si individuano quattro nuclei distinti: Calolzio centro e Corte, Cornello Casale e Pascolo, Lorentino Rossino e Sopracornola, Sala e Foppenico.

Il sistema distributivo si concentra nel nucleo di Calolzio centro e Corte, seguito dal nucleo Sala e Foppenico, di più recente espansione.

Il rapporto tra domanda e offerta indica che le attività in essere non soddisfano le necessità dei consumatori residenti, che evadono verso punti vendita situati fuori Comune per completare i propri acquisti.

Date le premesse, non si prevede per il settore alimentare la realizzazione di nuove medie strutture di vendita; sarà comunque sempre ammesso il trasferimento e l'ampliamento, fino al limite massimo di 1.500 mq., delle medie strutture già autorizzate; è ammesso l'insediamento, sempre come trasferimento e ampliamento, di una sola media struttura, anche espressa nella forma del centro commerciale, con superficie di vendita massima di 2.500 mq., da collocare nel nucleo di Sala – Foppenico.

Sono consentite nuove medie strutture di vendita per il settore non alimentare che potranno raggiungere una superficie di vendita fino a 2.500 mq. esclusivamente in aree a ridosso della ex S.S. 639 o di via Mazzini, dove godranno di una buona visibilità e di un agevole accesso; medie strutture non alimentari fino a 800 mq. potranno collocarsi su tutto il territorio comunale.

Non è ammesso l'insediamento di grandi strutture di vendita.

L'apertura di nuovi centri di telefonia in sede fissa (phone center) è ammessa solo all'esterno del Tessuto Urbano Consolidato.

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

ALLEGATI

Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo

La rete distributiva regionale risulta significativamente meno polverizzata di quella nazionale, indice di una più accentuata modernizzazione del sistema distributivo; infatti, la disponibilità di punti di vendita ogni 10.000 abitanti è in Italia pari a 129, valore che in Lombardia scende a 93, come illustrato nella seguente tabella:

Rete distributiva italiana e lombarda al 31 dicembre 2005

Specializzazione	LOMBARDIA		ITALIA	
	Totale pdv	Pdv x 10.000 ab.	Totale pdv	Pdv x 10.000 ab.
Carburanti	2.954	3,1	23.502	4,0
Non specializzati	615	0,6	3.056	0,5
Non specializzati prevalenza alimentare	8.913	9,4	86.685	14,8
Non specializzati prevalenza non alim.	1.060	1,1	10.389	1,8
Frutta e verdura	2.548	2,7	22.400	3,8
Carne e prodotti a base di carne	2.873	3,0	37.140	6,3
Pesci crostacei molluschi	223	0,2	8.274	1,4
Pane pasticceria dolciumi	2.025	2,1	12.958	2,2
Bevande (vini oli birra e altre)	651	0,7	4.852	0,8
Tabacco e altri generi di monopolio	3.131	3,3	26.833	4,6
Altri esercizi specializzati alimentari	2.481	32,6	19.807	3,4
Farmacie	2.660	2,8	17.449	3,0
Articoli medicali e ortopedici	440	0,5	4.440	0,8
Cosmetici e articoli di profumeria	2.664	2,8	22.931	3,9
Prodotti tessili e biancheria	3.158	3,3	25.565	4,4
Abbigliamento e accessori pellicceria	14.229	15,0	120.919	20,6
Calzature e articoli di cuoio	3.129	3,3	26.338	4,5
Mobili casalinghi illuminazione	6.008	6,3	50.913	8,7
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	2.169	2,3	18.719	3,2
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3.447	3,6	38.803	6,6
Libri giornali cartoleria	6.839	7,2	44.411	7,6
Altri es. specializzati non alimentari	15.853	16,7	130.909	22,3
Articoli di seconda mano	593	0,6	4.295	0,7
TOTALE	88.663	93,6	761.588	129,6

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Considerando le diverse specializzazioni si nota per il settore alimentare in generale una minore disponibilità di punti di vendita, con valori particolarmente accentuati per esercizi specializzati nella vendita di carne e prodotti a base di carne (3,0 ogni 10.000 abitanti rispetto al valore nazionale di 6,3) e nella vendita di pesci crostacei molluschi (0,2 rispetto a 1,4).

Considerando la Regione Lombardia, si nota un'accentuata differenziazione a livello provinciale, con un numero di esercizi ogni 10.000 abitanti più elevato nelle aree a bassa densità di popolazione.

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31 dicembre 2005 – n. esercizi

Specializzazione	BG	BS	CO	CR	LC
Carburanti	311	487	120	149	85
Non specializzati	29	44	139	5	69
Non specializzati prevalenza alimentare	1.085	1.453	634	456	373
Non specializzati prevalenza non alim.	79	119	98	8	60
Frutta e verdura	349	464	143	119	87
Carne e prodotti a base di carne	348	467	140	127	77
Pesci crostacei molluschi	14	39	10	6	8
Pane pasticceria dolciumi	184	209	66	73	41
Bevande (vini oli birra e altre)	46	141	33	22	21
Tabacco e altri generi di monopolio	368	505	246	146	134
Altri esercizi specializzati alimentari	360	333	63	71	58
Farmacie	272	332	173	133	96
Articoli medicali e ortopedici	31	57	23	15	11
Cosmetici e articoli di profumeria	267	363	112	83	70
Prodotti tessili e biancheria	417	466	198	123	109
Abbigliamento e accessori pellicceria	1.389	2.072	711	503	431
Calzature e articoli di cuoio	271	461	174	100	85
Mobili casalinghi illuminazione	655	766	366	234	198
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	170	345	121	82	65
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	336	521	216	127	92
Libri giornali cartoleria	611	780	346	236	181
Altri es. specializzati non alimentari	1.772	2.156	837	537	462
Articoli di seconda mano	40	88	15	29	10
TOTALE	9.404	12.668	4.984	3.384	2.823

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31.12.2005 – n. esercizi

Specializzazione	LO	MI	MN	PV	SO	VA
Carburanti	89	1.042	180	218	54	219
Non specializzati	5	279	11	15	4	15
Non specializzati prevalenza alimentare	212	2.063	461	837	451	888
Non specializzati prevalenza non alim.	34	402	57	53	14	136
Frutta e verdura	55	785	175	164	51	156
Carne e prodotti a base di carne	68	1.028	158	161	84	215
Pesci crostacei molluschi	1	87	16	16	5	21
Pane pasticceria dolciumi	42	1.088	76	121	20	105
Bevande (vini oli birra e altre)	8	197	25	56	23	79
Tabacco e altri generi di monopolio	71	939	191	217	66	248
Altri esercizi specializzati alimentari	64	1.247	63	100	27	95
Farmacie	75	954	132	213	62	218
Articoli medicali e ortopedici	10	176	24	41	16	36
Cosmetici e articoli di profumeria	61	1.143	127	168	68	202
Prodotti tessili e biancheria	69	1.118	140	192	92	234
Abbigliamento e accessori pellicceria	293	5.832	650	783	423	1.142
Calzature e articoli di cuoio	62	1.316	130	182	92	256
Mobili casalinghi illuminazione	111	2.370	277	347	138	546
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	30	902	112	115	55	172
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	69	1.137	232	309	90	318
Libri giornali cartoleria	149	3.228	248	389	111	560
Altri es. specializzati non alimentari	283	6.510	629	928	395	1.344
Articoli di seconda mano	6	306	26	29	8	36
TOTALE	1.867	34.149	4.140	5.654	2.349	7.241

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31.12.2005 – pdv x 10.000 ab.

Specializzazione	BG	BS	CO	CR	LC
Carburanti	3,0	4,1	2,1	4,3	2,6
Non specializzati	0,3	0,4	2,5	0,1	2,1
Non specializzati prevalenza alimentare	10,5	12,3	11,2	13,1	11,5
Non specializzati prevalenza non alim.	0,8	1,0	1,7	0,2	1,8
Frutta e verdura	3,4	3,9	2,5	3,4	2,7
Carne e prodotti a base di carne	3,4	3,9	2,5	3,6	2,4
Pesci crostacei molluschi	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2
Pane pasticceria dolciumi	1,8	1,8	1,2	2,1	1,3
Bevande (vini oli birra e altre)	0,4	1,2	0,6	0,6	0,6
Tabacco e altri generi di monopolio	3,6	4,3	4,3	4,2	4,1
Altri esercizi specializzati alimentari	3,5	2,8	1,1	2,0	1,8
Farmacie	2,6	2,8	3,1	3,8	3,0
Articoli medicali e ortopedici	0,3	0,5	0,4	0,4	0,3
Cosmetici e articoli di profumeria	2,6	3,1	2,0	2,4	2,2
Prodotti tessili e biancheria	4,0	3,9	3,5	3,5	3,4
Abbigliamento e accessori pellicceria	13,4	17,5	12,5	14,4	13,3
Calzature e articoli di cuoio	2,6	3,9	3,1	2,9	2,6
Mobili casalinghi illuminazione	6,3	6,5	6,5	6,7	6,1
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	1,6	2,9	2,1	2,4	2,0
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3,2	4,4	3,8	3,6	2,8
Libri giornali cartoleria	5,9	6,6	6,1	6,8	5,6
Altri es. specializzati non alimentari	17,1	18,2	14,8	15,4	14,2
Articoli di seconda mano	0,4	0,7	0,3	0,8	0,3
TOTALE	91,0	107,1	87,9	97,1	86,9

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Rete distributiva nelle Province lombarde al 31 dicembre 2005 – pdv x 10.000 ab.

Specializzazione	LO	MI	MN	PV	SO	VA
Carburanti	4,2	2,7	4,6	4,2	3,0	2,6
Non specializzati	0,2	0,7	0,3	0,3	0,2	0,2
Non specializzati prevalenza alimentare	10,0	5,3	11,7	16,2	25,1	10,5
Non specializzati prevalenza non alim.	1,6	1,0	1,4	1,0	0,8	1,6
Frutta e verdura	2,6	2,0	4,4	3,2	2,8	1,8
Carne e prodotti a base di carne	3,2	2,7	4,0	3,1	4,7	2,5
Pesci crostacei molluschi	0,1	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2
Pane pasticceria dolciumi	2,0	2,8	1,9	2,3	1,1	1,2
Bevande (vini oli birra e altre)	0,4	0,5	0,6	1,1	1,3	0,9
Tabacco e altri generi di monopolio	3,3	2,4	4,9	4,2	3,7	2,9
Altri esercizi specializzati alimentari	3,0	3,2	1,6	1,9	1,5	1,1
Farmacie	3,5	2,5	3,4	4,1	3,4	2,6
Articoli medicali e ortopedici	0,5	0,5	0,6	0,8	0,9	0,4
Cosmetici e articoli di profumeria	2,9	3,0	3,2	3,3	3,8	2,4
Prodotti tessili e biancheria	3,3	2,9	3,6	3,7	5,1	2,8
Abbigliamento e accessori pellicceria	13,8	15,1	16,5	15,2	23,5	13,5
Calzature e articoli di cuoio	2,9	3,4	3,3	3,5	5,1	3,0
Mobili casalinghi illuminazione	5,2	6,1	7,0	6,7	7,7	6,4
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	1,4	2,3	2,8	2,2	3,1	2,0
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3,3	2,9	5,9	6,0	5,0	3,7
Libri giornali cartoleria	7,0	8,3	6,3	7,5	6,2	6,6
Altri es. specializzati non alimentari	13,3	16,8	16,0	18,0	22,0	15,8
Articoli di seconda mano	0,3	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4
TOTALE	88,1	88,3	105,2	109,7	130,7	85,3

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

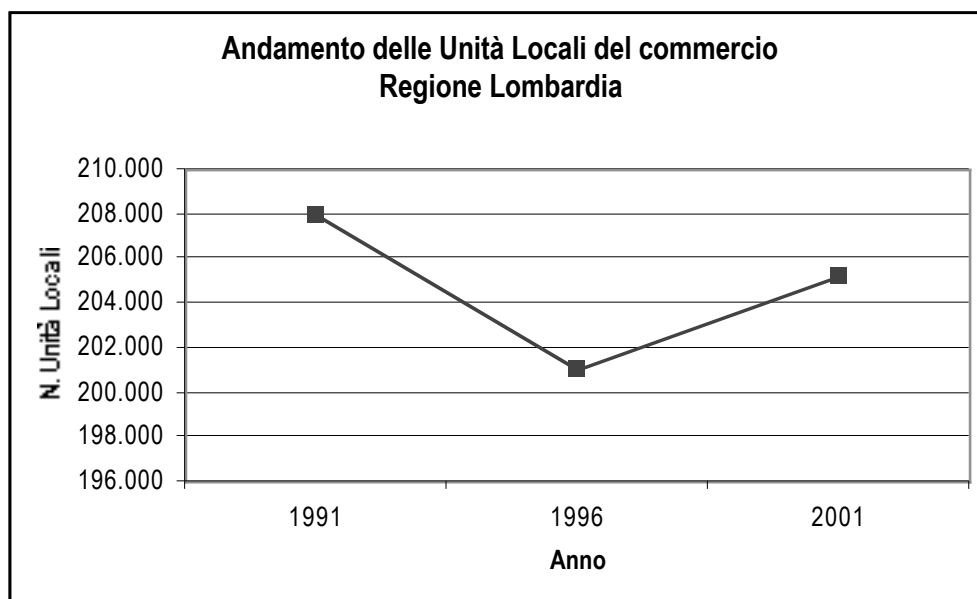
Nella prima parte degli anni '90 la rete del commercio al minuto ha conosciuto un processo di ridimensionamento quantitativo, più noto sotto il nome di “crisi del commercio”, con particolare riferimento al commercio cosiddetto tradizionale, ovvero alle attività di piccole dimensioni, distinte quindi dalla grande distribuzione e dalla distribuzione organizzata, ovvero dalle grandi superfici e dalle attività facenti capo alle maggiori società del settore; la situazione lombarda non si è allontanata in modo significativo dal trend nazionale.

Nella seconda metà degli anni '90, ed in particolare dal 1999, anno successivo alla riforma del settore commerciale (la cosiddetta “Riforma Bersani”), si è assistito ad una progressiva ripresa del settore, come sintetizzato nella successiva tabella:

Unità locali del Commercio – Regione Lombardia

Settore	Anno		
	1991	1996	2001
G50 Comm., manut. e rip. autov. e motocicli	25.144	23.508	23.517
G51 Comm. ingr e interm. del comm. escl. autov.	53.805	75.387	80.463
G52 Comm. dett. escl. autov.; rip. beni pers.	128.959	102.121	101.276
TOTALE COMMERCIO	207.908	201.016	205.253

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.16



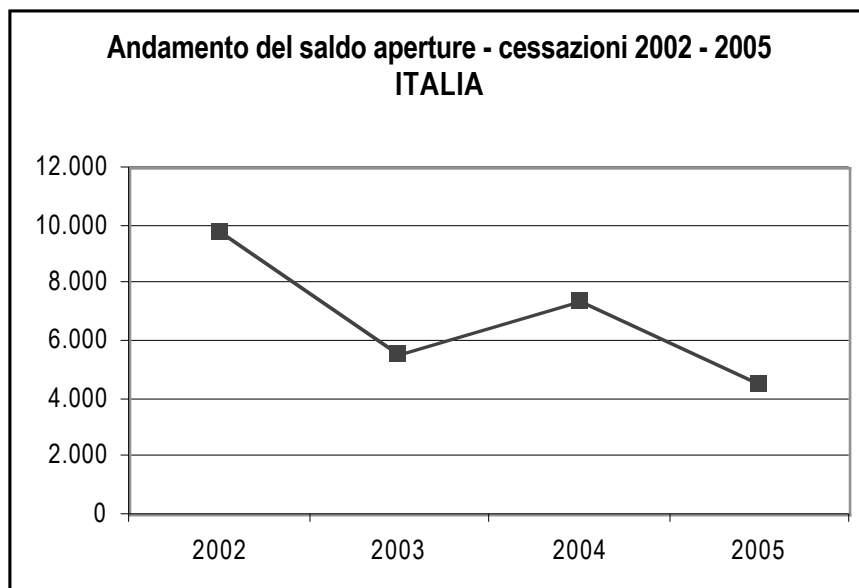
Nei primi anni del 2000 il saldo tra nuove imprese e cessazioni d'attività, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, è tornato su valori positivi, sia in Italia sia in Lombardia.

Come mostrano i dati delle successive tabelle, il recupero lombardo è stato più lento di quello italiano nel suo complesso, ma resta comunque evidente che il settore commerciale è in pieno sviluppo.

Attività commerciali – Italia

Anno	Iscritti	Cancellati	Saldo
2002	62.305	52.551	+ 9.754
2003	55.478	49.896	+ 5.582
2004	62.812	55.449	+ 7.363
2005	64.010	59.492	+ 4.518

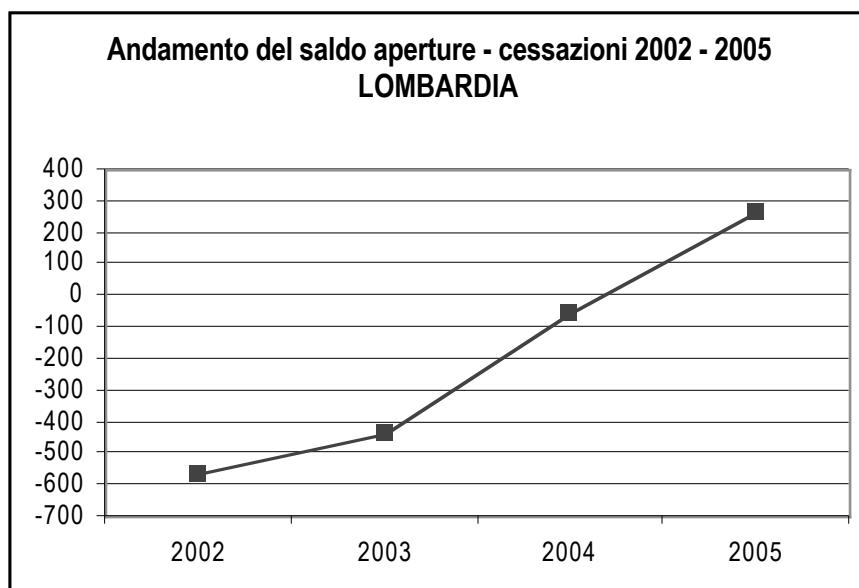
Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



Attività commerciali – Lombardia

Anno	Iscritti	Cancellati	Saldo
2002	6.103	6.668	- 565
2003	5.674	6.110	- 436
2004	6.687	6.745	- 58
2005	7.281	7.015	+ 266

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



La seguente tabella riporta il valore del saldo delle imprese commerciali per l'anno 2005 nelle diverse Regioni italiane:

Saldo aperture – cessazioni attività commerciali anno 2005

REGIONE	APERTURE	CESSAZIONI	SALDO
Abruzzo	1.605	1.420	+ 185
Basilicata	764	659	+ 105
Calabria	2.425	2.827	- 402
Campania	8.612	6.917	+ 1.695
Emilia Romagna	4.478	4.273	+ 205
Friuli Venezia Giulia	1.201	1.339	- 138
Lazio	6.086	5.397	+ 689
Liguria	2.134	2.197	- 63
Lombardia	7.281	7.015	+ 266
Marche	1.632	1.579	+ 53
Molise	408	385	+ 23
Piemonte	4.580	4.655	- 75
Puglia	5.049	4.096	+ 953
Sardegna	2.135	1.959	+ 176
Sicilia	5.282	4.483	+ 799
Toscana	4.310	4.237	+ 73
Trentino Alto Adige	799	798	+ 1
Umbria	1.018	895	+ 123
Valle d'Aosta	159	149	+ 10
Veneto	4.052	4.212	- 160
ITALIA	64.010	59.492	+ 4.518

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive

In Lombardia gli “effetti positivi” derivanti dalla Riforma Bersani stanno proseguendo, diversamente da quanto avviene in altre regioni italiane.

Deve poi essere registrato un consistente aumento delle attività “moderne”: la grande distribuzione diventa sempre più grande, sia in termini di presenza sul territorio sia in termini di superficie media; la successiva tabella evidenzia lo sviluppo degli ipermercati (ovvero delle attività con oltre 2.500 mq di superficie di vendita) in Italia dal 1° gennaio 1995 al 1° gennaio 2005.

Evoluzione della presenza di ipermercati - Italia

1° gennaio	numero ipermercati	var. % su rilevazione precedente	superficie ipermercati (mq.)	var. % su anno precedente
1995	246	--	1.195.562	--
2001	420	+ 70,7%	2.160.967	+ 80,7%
2005	417	- 0,7%	2.452.440	+ 13,5%

Fonte: ns. elaborazione su dati Faid e Ministero delle Attività Produttive

La situazione risulta fortemente differenziata all'interno del territorio nazionale, come mostra la successiva tabella:

Distribuzione degli ipermercati in Italia al 1° gennaio 2005 – Regioni

Regione	N. ipermercati	Superficie di vendita (mq.)	Superficie media (mq.)
Abruzzo	11	75.273	6.843
Basilicata	2	9.910	4.955
Calabria	7	35.114	5.016
Campania	12	72.208	6.017
Emilia Romagna	33	204.684	6.202
Friuli V.G.	14	66.066	4.719
Lazio	21	118.456	5.640
Liguria	5	30.760	6.152
Lombardia	112	724.999	6.473
Marche	21	107.547	5.121
Molise	2	9.700	4.850
Piemonte	54	279.132	5.169
Puglia	15	124.731	8.315
Sardegna	8	44.369	5.546
Sicilia	10	53.156	5.315
Toscana	28	162.626	5.808
Trentino A.A.	7	21.967	3.138
Umbria	5	27.738	5.547
Valle d'Aosta	2	15.075	7.537
Veneto	48	268.929	5.602
Totale Italia	417	2.452.440	5.881

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Distribuzione degli ipermercati in Italia al 1° gennaio 2005 – Ripartizione geografica

Ripartizione geografica	N. ipermercati	Superficie di vendita (mq.)	Superficie media (mq.)
Nord Ovest	173	1.049.966	6.069
Nord Est	102	561.646	5.506
Centro	75	416.367	5.551
Sud + Isole	67	424.461	6.335
Totale Italia	417	2.452.440	5.881

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Poiché non è dato di dubitare che le realtà territoriali dove il comparto distributivo è più moderno ed efficiente siano quelle del Nord e del Centro Italia, possiamo affermare che la tendenza è a una modernizzazione, intesa come crescita sia nel numero delle strutture sia nella loro superficie media; si passa dall'apertura di nuove strutture di vendita, ai diversi ampliamenti della superficie di vendita delle strutture esistenti, senza tralasciare la tendenza delle moderne

catene della grande distribuzione ad affiancare alla “locomotiva” alimentare altre strutture di vendita di prodotti non alimentari di dimensioni medio grandi, realizzando di fatto un’offerta complessiva che copra la maggior parte dei generi di più frequente consumo (abbigliamento, calzature, fai da te, elettrodomestici).

A queste tendenze la distribuzione “tradizionale” risponde con la specializzazione degli esercizi, soprattutto non alimentari, e con una valorizzazione del contenuto di servizio, sia in termini di assistenza al consumatore che di prossimità allo stesso.

I dati del Ministero delle Attività Produttive relativi alla presenza di supermercati ed ipermercati nel 2005 in Italia e in Lombardia mettono bene in evidenza la peculiarità del sistema distributivo lombardo, che, oltre ad essere generalmente più dotato di strutture appartenenti a questo settore, vede anche un’ingente presenza di grandi supermercati di ipermercati.

Supermercati e ipermercati 2005

CLASSE DIMENSIONALE DELL’ESERCIZIO	LOMBARDIA		ITALIA	
	Numero	Sup. (mq.)	Numero	Sup. (mq.)
Supermercati 401 – 1.500 mq.	2.193	1.795.222	12.611	10.058.652
Supermercati 1.501– 2.500 mq.	207	425.416	1.032	2.111.137
Ipermercato 2.501 – 5.000 mq.	124	433.440	670	2.329.816
Ipermercati > 5.000 mq.	70	677.411	341	2.997.914
TOTALE	2.594	3.331.489	14.654	17.497.519

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Il peso degli ipermercati è in Lombardia superiore al valore medio nazionale: sul totale di queste due tipologie di esercizi, infatti, numericamente gli ipermercati in Lombardia hanno un peso del 7,5% contro il 6,9% in Italia.

Sempre per gli ipermercati e per i supermercati, la realtà lombarda presenta una disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti nettamente superiore alla media nazionale:

Superficie supermercati e ipermercati ogni 1.000 abitanti – anno 2005

CLASSE DIMENSIONALE DELL'ESERCIZIO	LOMBARDIA (ab. 9.475.202) *		ITALIA (ab. 58.751.711) *	
	Superficie totale (mq.)	Mq. x 1.000 ab.	Superficie totale (mq.)	Mq. x 1.000 ab.
Supermercati 401 – 1.500 mq.	1.795.222	189,46	10.058.652	171,21
Supermercati 1.501– 2.500 mq.	425.416	44,90	2.111.137	35,93
Ipermercato 2.501 – 5.000 mq.	433.440	45,74	2.329.816	39,66
Ipermercati > 5.000 mq.	677.411	71,49	2.997.914	51,03
TOTALE	3.331.489	351,60	17.497.519	297,82

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

* Fonte: Istat, al 31.12.2005

Allegato 2 – NOTA METODOLOGICA

La Regione Lombardia ha emanato i provvedimenti “attuativi” della delega conferita dal D.Lgs. 114/98 in prima battuta con il Regolamento n. 3 del 2000 (e successive modifiche: R.R. 9/2001 e R.R. 10/2002), di attuazione della legge Regione Lombardia 14/99.

Tale Regolamento prevedeva la suddivisione del territorio lombardo in 21 Unità Territoriali, individuate sulla base delle caratteristiche socio – economiche della popolazione, della distribuzione insediativa e dell’infrastrutturazione del territorio, delle caratteristiche geografiche, delle caratteristiche della rete distributiva ..., secondo la metodologia descritta nell’Allegato 1 del citato Regolamento.

La suddivisione territoriale della Regione Lombardia permetteva di indicare le potenzialità di spesa della popolazione residente in ciascuna della Unità Territoriali, ricavata mediante variabili di dettaglio quali il valore commerciale dei fabbricati, indagini campionarie effettuate presso la popolazione residente nelle diverse zone della Regione, valutazione puntuale dei prodotti acquistati compresi nei diversi capitoli di spesa, autoproduzioni ..., con una differenziazione molto articolata, come ben illustrato dai dati contenuti nella seguente tabella:

UNITA' TERRITORIALE	ABITANTI	DOMANDA PROCAPITE - EURO		DOMANDA PROCAPITE - LIRE	
		alimentari	non alimentari	alimentari	non alimentari
1 Milano	2.435.017	1.854,57	1.578,74	3.590.941	3.056.870
2 Brescia	579.214	1.621,25	1.343,96	3.139.170	2.602.265
3 Bergamo	730.358	1.610,21	1.333,62	3.117.805	2.582.256
4 Varese	356.680	1.616,97	1.323,05	3.130.890	2.561.786
5 Como	463.089	1.623,23	1.343,61	3.143.020	2.601.586
6 Busto Arsizio	770.053	1.587,50	1.293,31	3.073.829	2.504.205
7 Pavia	247.368	1.744,97	1.411,06	3.378.742	2.732.196
8 Cremona	234.371	1.732,01	1.393,05	3.353.637	2.697.389
9 Vigevano	208.500	1.722,77	1.367,35	3.335.753	2.647.561
10 Mantova	276.465	1.647,96	1.340,54	3.190.896	2.595.652
11 Lecco	221.989	1.704,48	1.396,36	3.300.343	2.703.733
12 Lodi	405.839	1.524,20	1.254,36	2.951.267	2.428.787
13 Voghera	122.334	1.866,77	1.472,57	3.614.565	2.851.286
14 Vimercate	921.093	1.567,28	1.311,75	3.034.683	2.539.902
15 Desenzano del Garda	197.615	1.907,10	1.613,56	3.692.657	3.124.286
16 Sondrio	110.753	1.812,79	1.522,96	3.510.057	2.948.858
17 Chiari	325.864	1.550,18	1.284,27	3.001.573	2.486.691
18 Viadana	56.239	1.684,78	1.359,08	3.262.191	2.631.543
19 Luino	67.640	1.787,84	1.439,26	3.461.737	2.786.795
20 Darfo Boario Terme	164.277	1.830,44	1.500,61	3.544.233	2.905.585
21 Morbegno	100.064	1.687,14	1.361,30	3.266.600	2.635.758

Fonte: ns. elaborazione su tabb. 3.10 e 3.11, Allegati a Reg. Regione Lombardia 3/2000

Oltre alle potenzialità di spesa della popolazione residente, la Regione Lombardia indicava anche, sempre nel Regolamento 3/2000 s.m.i., le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi, alimentari e non alimentari, in ognuna della 21 Unità Territoriali; al fine di individuare l'attrattività dei punti di vendita e di attribuire agli stessi più corrette soglie di produttività, la Regione Lombardia aveva inoltre articolato le due classi di medie e grandi strutture di vendita in due sub – categorie, come riportato nella seguente tabella:

	Comuni con meno di 10.000 ab.	Comuni con oltre 10.000 ab.
Vicinato	fino a 150 mq	fino a 250 mq
Medie strutture 1	da 150 a 600 mq	da 250 a 600 mq
Medie strutture 2	da 601 a 1.500 mq	da 601 a 2.500 mq
Grandi strutture sovracomunali	da 1.501 a 5.000 mq	da 2.501 a 5.000 mq
Grandi strutture area estesa	oltre i 5.000 mq	oltre i 5.000 mq

Alla data di redazione della presente analisi, le potenzialità di spesa della popolazione residente e le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi nei due settori merceologici indicate dalla Regione Lombardia nel Regolamento

Regionale 3/2000 s.m.i. sono i dati più attendibili e specifici per le diverse realtà regionali a disposizione; pertanto, al fine di compiere una valutazione corretta e puntuale del rapporto tra domanda ed offerta in Calolziocorte ci riferiremo ai valori indicati per la ex Unità Territoriale 11 – Lecco, cui apparteneva il Comune in oggetto.

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