

COMUNE DI CASTELCOVATI

(Provincia di Brescia)

P.G.T.

Indagini conoscitive sulla struttura distributiva locale

(d.g.r. 5913/2007 - d.g.r. 6024/2007)

ottobre 2010



ANGELO STRAOLZINI & PARTNERS
SERVIZI INTEGRATI PER IL COMMERCIO E GLI ENTI LOCALI

via Valcamonica 17/A - 25132 Brescia
telefono 0302411324 - fax 0303735390

PREMESSA

La presente relazione costituisce un estratto degli studi preliminari per la formazione del PGT relativo al settore del commercio al dettaglio ed è elaborata ai sensi delle d.g.r. 2/11/2007 n. 8/5913 e alla d.g.r. 5/12/2007 n. 8/6024. Infatti, nel Piano di Governo del Territorio, vanno individuate *le aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali, in particolare le grandi e medie strutture di vendita*, nelle relative tipologie e dimensionamenti e secondo le diverse localizzazioni: negli Ambiti di Trasformazione (Documento di Piano) e nel tessuto urbano consolidato (Piano delle Regole). E' inoltre necessario, successivamente all'approvazione del PGT procedere a definire i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, esercizi di commercio al dettaglio con superficie di vendita compresa tra i 150 ed i 1.500 mq. Come noto, infatti, gli esercizi commerciali inferiori ai 150 mq sono soggetti a semplice "segnalazione certificata di inizio attività" (s.c.i.a.) ai sensi della legge 122 del 2010 e non abbisognano di alcun atto autorizzatorio per poter iniziare l'attività.

Il PGT, nella sue previsioni generali, ha infatti stabilito che nell'intero territorio comunale non siano ammesse le grandi strutture di vendita (esercizi superiori ai 1.500 mq) ma gli insediamenti commerciali si debbano limitare alla tipologia "media struttura di vendita", così come indicata nell'articolo 4, comma 1 lettere e) e g) del D.Lgs. 114/1998, peraltro con un dimensionamento differenziato a seconda delle diverse zone urbanistiche.

La definizione dei criteri programmatori è supportata, come previsto dalla succitata d.g.r. 5913/2007, da una ricognizione della struttura distributiva presente nel territorio comunale, con i necessari riferimenti ad una visione sovracomunale, con la valutazione degli aspetti critici esistenti e la conseguente individuazione delle più opportune linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale.

I valori di riferimento inerenti la consistenza distributiva presente sul territorio comunale sono ripartiti per settore merceologico e per tipologia ex D.Lgs. 114/1998: la fonte di riferimento è costituita dalle anagrafiche delle autorizzazioni riportate nell'osservatorio regionale per il commercio.

ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Consistenza

Alla data del 30/6/2010 la rete distributiva comunale risulta costituita da n. 66 esercizi commerciali al dettaglio. Gli esercizi del settore alimentare sono 14 (pari al 21,2%) e quelli del comparto non alimentare 52 (corrispondente al 78,8%).

La superficie di vendita complessivamente occupata è pari a 6.320 mq, così suddivisa tra i due settori merceologici: mq. 1.419 (il 22,4%) fanno capo al settore alimentare ed i restanti mq 4.901 (il restante 77,6%) al settore non alimentare.

Classificazione ai sensi del D.lgs 114/98

La rete commerciale è stata ripartita ai sensi del D.Lgs. 114/1998 in:

- esercizi di vicinato (EV), con superficie di vendita fino a 150 mq;
- medie strutture di vendita (MSV), con superficie di vendita compresa tra 150 e 1.500 mq;
- grandi strutture di vendita (GSV), i negozi che superano la soglia dei 1.500 mq.

Sulla base di questi criteri si rileva la seguente distribuzione commerciale:

- 58 EV (pari al 90,6% del totale).
- 8 MSV
- 0 GSV

Evoluzione storica

Utilizzando quale base dati i valori riportati dall'Osservatorio Regionale del Commercio al 2003 possono essere condotte alcune considerazioni sulla evoluzione della rete distributiva comunale. In tale periodo (2003/2010) si sono infatti registrate le seguenti variazioni quantitative:

Variazioni esercizi commerciali anno 2003-2010						
	Numero esercizi			Superficie di Vendita		
	Alim	Non alim	Totale	Alim	Non alim	Totale
Esistenti 2003	22	58	80	1.656	4.726	6.382
Attuali 2010	14	52	66	1.419	4.901	6.320
Differenza 03/10	-8	-6	-14	-237	+175	-62

Come si può notare dalla tabella, gli esercizi sono diminuiti di 14 unità, passando da 80 a 66: tale diminuzione è imputabile ad entrambi i settori: gli esercizi alimentari passano da 22 nel 2003 a 14 nel 2010 mentre quelli non alimentari passano da 58 nel 2003 a 52 nel 2010.

La superficie di vendita ha subito una leggera diminuzione: dai 6.382 mq. del 2003 agli attuali mq. 6.320. Analizzando separatamente i due settori, si nota che per quanto riguarda il settore alimentare si passa dai 1.656 mq. del 2003 ai 1.419 mq. attuali, mentre per il settore non alimentare si passa dai 4.726 mq. del 2003 ai 4.901 mq. attuali.

Se spingiamo l'analisi più in là nel tempo, precisamente al 1988, anno di approvazione del Piano Commerciale previsto dalla legge 426/1971, il trend permane negativo: allora i negozi del Comune erano complessivamente 90, 24 alimentari e 66 non alimentari.

Densità commerciale

Un elemento importante di misurazione dell'adeguatezza della rete di vendita alla realtà territoriale è costituito dalla densità commerciale, intendendo per essa sia il rapporto abitanti x esercizio che il rapporto mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti.

Attualmente la situazione è la seguente:

	<u>abitanti per esercizio</u>	<u>mq superficie per 1000 abitanti</u>
alimentari	471	215
non alimentari	127	743
<u>totale</u>	<u>100</u>	<u>958</u>

Se rapportiamo i valori odierni a quelli del 2003 si coglie la seguente tendenza evolutiva: gli abitanti per esercizio passano da 71 a 100. La superficie di vendita passa da mq 1123 ogni 1000 abitanti a 958.

Si tratta di un ridimensionamento della quantità di servizio commerciale a disposizione dei residenti, dovuto a più fattori: la riduzione del numero degli esercizi (- 14), la più contenuta riduzione della superficie di vendita (- 62mq) e la crescita demografica intervenuta (+ 914 abitanti). In sostanza l'evoluzione della rete commerciale non ha tenuto il passo rispetto ai cambiamenti socio-economici ed urbanistici territoriali intervenuti.

CONFRONTO TRA DOMANDA E OFFERTA COMMERCIALE E VALUTAZIONE DELL'INCIDENZA DELLA COMPONENTE GRAVITAZIONALE RIVOLTA ALL'ESTERNO DEL TERRITORIO COMUNALE

In assenza di studi analitici sui comportamenti d'acquisto delle famiglie e di conseguenza sulle gravitazioni commerciali verso e fuori il comune, l'analisi di tale aspetto delle indagini preliminari previste per la definizione del PGT può essere condotta in via indiretta, utilizzando la ricognizione sull'offerta commerciale locale, contenuta nella prima parte della relazione, ed alcuni valori di riferimento indicati dalla Regione Lombardia attinenti la produttività delle diverse tipologie commerciali e l'unità territoriale di ubicazione.

Se confrontiamo i valori di consumo dei residenti ricavabili dall'Osservatorio Regionale sul Commercio (2.416 euro annui pro-capite per gli alimentari e 3.507 euro per i non alimentari) con i dati dimensionali della rete di vendita ed i relativi indici di produttività, ricaviamo che l'evasione di spesa fuori dal territorio comunale è pari all'81,5% per gli alimentari ed all'82,5 per i non alimentari per un'evasione totale dell'82,1%.

Si tratta di una quota di spesa sensibilmente elevata che evidenzia una limitata capacità di risposta della rete distributiva locale alle esigenze del consumatore contemporaneo.

Castelcovati - U.T. 17 di Chiari

stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale

(fonte: banca dati Regione Lombardia)

Abitanti	6.594
-----------------	-------

Consumi	Pro-capite	Totali
alimentari €	2.416	15.931.104
non alimentari €	3.507	23.125.158
totali €	5.923	39.056.262

struttura distributiva

Alimentari

	esv	msv	msv2	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	617	802	0	0	
produttività a mq. €	2.014	2.117	4.442	5.681	
fatturato totale €	1.242.638	1.697.834	0	0	2.940.472

non alimentari

	esv	msv	msv2	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	3.337	1.564	0	0	
produttività a mq. €	826	826	1.549	2.117	
fatturato totale €	2.756.362	1.291.864	0	0	4.048.226

evasione di spesa

	alimentari	non alim.	totale
mercato teorico residenti €	15.931.104	23.125.158	39.056.262
fatturato rete di vendita €	2.940.472	4.048.226	6.988.698
evasione di spesa €	12.990.632	19.076.932	32.067.564
evasione di spesa %	81,5%	82,5%	82,1%

Legenda:

Esv: esercizi di vicinato (< 150 mq)
 Msv 1: medie strutture di vendita < 600 mq
 Msv 2: medie strutture di vendita 600-1500 mq
 Gsv: grandi strutture di vendita > 1500 mq

L'ANALISI SOVRACOMUNALE

Al fine di effettuare un livello di comparazione degli indici di densità si è provveduto a confrontare i dati della struttura distributiva comunale con quelli della zona omogenea, come risultano dalla banca dati regionale al 2009 riportata nell'Osservatorio Regionale sul Commercio.

Come si può vedere dalla tabella sottoriportata i valori di densità commerciale del Comune si presentano decisamente più contenuti dei dati medi di comparazione dei Comuni contermini: 958 mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti contro i 1.704 della zona omogenea, fatto questo determinato dalla limitata presenza di medie strutture di vendita e dalla totale assenza di grandi strutture di vendita. In ogni caso la situazione locale presenta valori minori delle altre realtà dell'area omogenea, con la sola esclusione del Comune di Comezzano-Cizzago.

La valutazione che si può ricavare dai dati così delineati è che la struttura distributiva locale è dimensionata in funzione del solo servizio di prossimità ai residenti: mancano iniziative di più ampio bacino di attrazione, non tanto sovracomunale ma anche solo comunale.

Zona omogenea (Comuni confinanti) di Castelcovati - valori assoluti

Comune	Res. al 31/12/09	Esercizi di vicinato						Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
		N° alim.	N° non alim.	Tot. Num.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Tot. Sup.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale
CASTELCOVATI	6.594	11	47	58	617	3.337	3.954	8	802	1.564	2.366	0	0	0	0	66	1.419	4.901	6.320
CASTREZZATO	6.870	10	54	64	413	3.639	4.052	7	795	2.431	3.226	0	0	0	0	71	1.208	6.070	7.278
CHIARI	18.597	77	198	275	4.360	11.941	16.301	19	4.457	7.576	12.033	3	5.808	11.156	16.964	297	14.625	30.673	45.298
COMEZZANO-CIZZ.	3.654	8	6	14	620	400	1.020	1	0	950	950	0	0	0	0	15	620	1.350	1.970
TOTALI ZONA	35.715	106	305	411	6.010	19.317	25.327	35	6.054	12.521	18.575	3	5.808	11.156	16.964	449	17.872	42.994	60.866

Zona omogenea (Comuni confinanti) di Castelcovati - densità commerciali

Comune	Res. al 31/12/09	Esercizi di vicinato (mq./1000abit.)						M.S.V (mq./1000abit.)				G.S.V (mq./1000abit.)				Totale			
		N° alim.	N° non alim.	Tot. Num.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Tot. Sup.	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale
CASTELCOVATI	6.594	599	140	114	94	506	600	824	122	237	359	0	0	0	0	100	215	743	958
CASTREZZATO	6.870	687	127	107	60	530	590	0	116	354	470	0	0	0	0	97	176	884	1.059
CHIARI	18.597	242	94	68	234	642	877	979	240	407	647	0	312	600	912	63	786	1.649	2.436
COMEZZANO-CIZZ.	3.654	457	609	261	170	109	279	3.654	0	260	260	0	0	0	0	244	170	369	539
TOTALI ZONA	35.715	337	117	87	168	541	709	1.020	170	351	520	0	163	312	475	80	500	1.204	1.704

ANALISI DEMOGRAFICA

I dati riguardanti la popolazione residente mostrano un andamento positivo dal 2001 ad oggi anche se con aumenti abbastanza contenuti.

Analizzando la tabella qui sotto riportata, si nota un trend in costante ascesa che porta la popolazione da un dato di 5.348 abitanti (nel 2001) agli attuali 6.594. La crescita complessiva degli ultimi 8 anni (1.246 abitanti pari al 23,2% pari ad una media di 150 unità annue) è stata superiore a quella avvenuta nel ventennio precedente: nel periodo 1981/2001 la popolazione è passata da 4.360 a 5.348 residenti (988 unità pari a 50 annue).

ANNO	ABITANTI
1981	4.360
1991	4.995
2001	5.348
2003	5.680
2006	6.220
2010	6.594

VALUTAZIONE DEGLI ASPETTI CRITICI ESISTENTI ED INDIVIDUAZIONE DELLE LINEE DI SVILUPPO URBANISTICO DELLA RETE COMMERCIALE

Come si è evidenziato nei paragrafi precedenti, il sistema distributivo comunale presenta sul lungo termine un valore significativo di contrazione quantitativa. A fronte di questo dato vi è una parziale migliore organizzazione degli spazi a disposizione dei consumatori, grazie alla presenza di alcune tipologie di media dimensione nel settore alimentare che hanno trovato spazi decentrati, monomerceologici in cui introdurre forme di vendita self-service. L'asse di via Chiari è la localizzazione prescelta per le due medie strutture alimentari, in continuità con il nucleo centrale in direzione Chiari, asse sul quale sono posizionati anche importanti servizi. Il settore non alimentare è concentrato, quasi esclusivamente in punti vendita di piccola dimensione, all'interno del nucleo storico. Gli spazi urbani, infatti, non hanno consentito più di tanto ipotesi alternative, anche perché il commercio moderno abbisogna di habitat adeguati e funzionali, in grado di risultare competitivi con i poli commerciali dell'area, Chiari in particolare, sia sotto il profilo dell'accessibilità che della modernità delle strutture insediate. Negli ultimi dieci anni si è avuta peraltro la conferma di una lenta ma costante espansione demografica (circa 150 abitanti/anno), tale da poter incidere sulle prospettive evolutive del settore commerciale.

Si può in sostanza affermare che si è mantenuto un sistema di rete commerciale che presenta parziali caratteristiche di adeguatezza rispetto alle esigenze di servizio di prossimità ai residenti, la zona sud del centro abitato è quasi interamente sprovvista di servizio alimentare, mentre non si sono sviluppati i presupposti per lo svolgimento di una funzione di servizio su base comunale, che non può non essere connotata che dalla presenza di strutture in grado di far fronte alla crescita dei fattori concorrenziali esterni. Le medie strutture non alimentari costituiscono episodi isolati, non integrati e in merceologie particolari. Va precisato che, come si è visto, nel paragrafo sul rapporto tra domanda e offerta, oltre l'80% dei consumi delle famiglie del Comune si rivolge stabilmente a strutture fuori dal territorio comunale.

Complessivamente, dunque, la situazione della struttura distributiva si presenta solo parzialmente adeguata alle esigenze della popolazione residente e la necessità di individuazione di nuove opportunità localizzative per il commercio risulta evidente se si vuole determinare un'inversione di tendenza rispetto al trend negativo finora riscontrato, che ha determinato un impoverimento del servizio a fronte di una crescita demografica piuttosto rilevante.

Le aree di criticità sulle quali è possibile intervenire sono sostanzialmente le seguenti:

- ridotta dimensione unitaria degli esercizi: creare nuove opportunità localizzative e incentivare gli ampliamenti dei negozi esistenti;
- scarsa dotazione di standard di servizio, con problemi legati all'accessibilità veicolare: definire criteri precisi per l'insediamento di attività commerciali con parcheggi adeguati;
- assenza di habitat edilizi adeguati e funzionali allo sviluppo del commercio locale: ricercare spazi ad hoc, sia attraverso il recupero di edifici dimessi o da ristrutturare, sia attraverso soluzioni integrate commercio/residenza e commercio/artigianato.

Si tratta di "limiti" sui quali è possibile agire soprattutto attraverso la programmazione generale del territorio che si manifesta nel PGT, oltre che con interventi specifici di spettanza dei singoli imprenditori, ipotizzando anche iniziative della tipologia "distretto commerciale", sostenute e incentivate dalla Regione Lombardia, attraverso i "bandi" annuali.

L'Amministrazione Comunale non ritiene di individuare Ambiti specifici di Trasformazione dove concentrare consistenti insediamenti di servizio commerciale. Non si formulano dunque previsioni insediative di grandi strutture di vendita, ma l'obiettivo è quello di sviluppare il sistema commerciale locale secondo una logica di integrazione, territoriale e funzionale, con le altre funzioni del territorio: l'abitare ed il produrre.

In questo senso si intende agire sul "tessuto consolidato", attraverso i programmi di recupero urbano di edifici dismessi o soggetti a dismissione rispetto alle tradizionali funzioni, recuperando in questo modo nuove opportunità per la crescita e la qualificazione del commercio.

Unicamente in tali localizzazione, nelle quali la strumentazione urbanistica consente una adeguata "guida" dell'insediamento attraverso la convenzione fra pubblico e privato, saranno ammesse le medie strutture di vendita superiori ai 400 mq., con una articolazione merceologica fra alimentare (Via Giotto, Via Chiari) e non alimentare (Via Roma, Via Chiari e Via Industria).

Nei programmi di espansione residenziale, concentrati nelle zone a ridosso del centro storico e ai limiti del centro abitato, dovranno necessariamente prevedere spazi commerciali aggregati in funzione della nuova residenza, con l'ammissibilità limitata agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita inferiori ai 400 mq

Le zone di espansione produttiva rappresentano una opzione insediativa per quelle attività commerciali di merceologie "pesanti" (automobili, mobili, ferramenta, elettrodomestici, beni professionali, ecc.) che difficilmente possono trovare nell'organizzazione urbana tradizionale condizioni di adeguata gestione. Va considerata la possibilità di un "vincolo insediativo" finalizzato all'integrazione tra attività produttiva e commercio (merceologie complementari, una quota percentuale dell'immobile produttivo, ecc.).

Per quanto attiene le tipologie va sottolineato il fatto che l'obiettivo principale deve tendere ad accrescere la quantità di servizio a disposizione dei cittadini, ad esempio stabilendo anche nel centro storico un limite dimensionale (attorno ai 250 mq, quindi medie strutture di vendita) al quale possano "arrivare" le attività esistenti. Anche in alcuni ambiti urbani del tessuto consolidato si può prevedere l'insediamento di una o due medie strutture di vendita di limiti dimensionali più elevati, capaci di aggregare altre attività, commerciali e di servizio. In sostanza definire alcuni episodi di rilievo che, inserendosi in modo integrato con tipologia di rete, nella struttura esistenti ne rafforzino le potenzialità, accrescendone la competitività verso l'esterno e riducendo in questo modo l'elevata tendenza alla fuoriuscita dal territorio comunale anche per acquisti elementari (alimentari). Le localizzazioni vanno individuate in aree nel centro abitato o immediatamente a ridosso, con la finalità di rafforzare i percorsi urbani dell'acquisto integrandoli e non deviandoli in luoghi artificiali fuori dal centro abitato. I dati demografici, la tenuta del sistema economico locale, i comportamenti di spesa delle famiglie, le prospettive generali individuate nel PGT, consentono di puntare ad un'inversione di tendenza nell'evoluzione del commercio ed a ricercare per questo settore particolare, motore importante della vivacità urbana, un ruolo non più marginale nella realtà comunale.