

COMUNE DI PARONA

(Provincia di Pavia)

PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO

Piano del commercio

- **Relazione sulla struttura distributiva locale,
sui valori demografici e dell'economia locale;**
- **Relazione sulla compatibilità e coerenza
con le normative nazionali e regionali**

(L.R. 12/2005 – D.C.R. 352/2007 – Dgr 5913/2007- Dgr 6024/2007 s.m.i.- L.R. 6/2010)

aprile 2014

ANALISI DELL'OFFERTA COMMERCIALE

Classificazione ai sensi del D.lgs 114/98

La rete commerciale del Comune di Parona è costituita, ai sensi del D.Lgs. 114/1998, in:

- n 15 esercizi di vicinato (ESV), con superficie di vendita fino a 150 mq;
- n 1 media struttura di vendita (MSV), con superficie di vendita compresa tra 150 e 1.500 mq;
- n 1 grande struttura di vendita (GSV), gli esercizi commerciali che superano la soglia dei 1.500 mq.

Sulla base di questo criterio numerico gli esercizi commerciali sono percentualmente così distribuiti:

- esercizi di vicinati sono pari all'88,2% del totale
- le medie strutture di vendita sono pari allo 5,9% del totale
- le grandi strutture di vendita sono pari allo 5,9% del totale

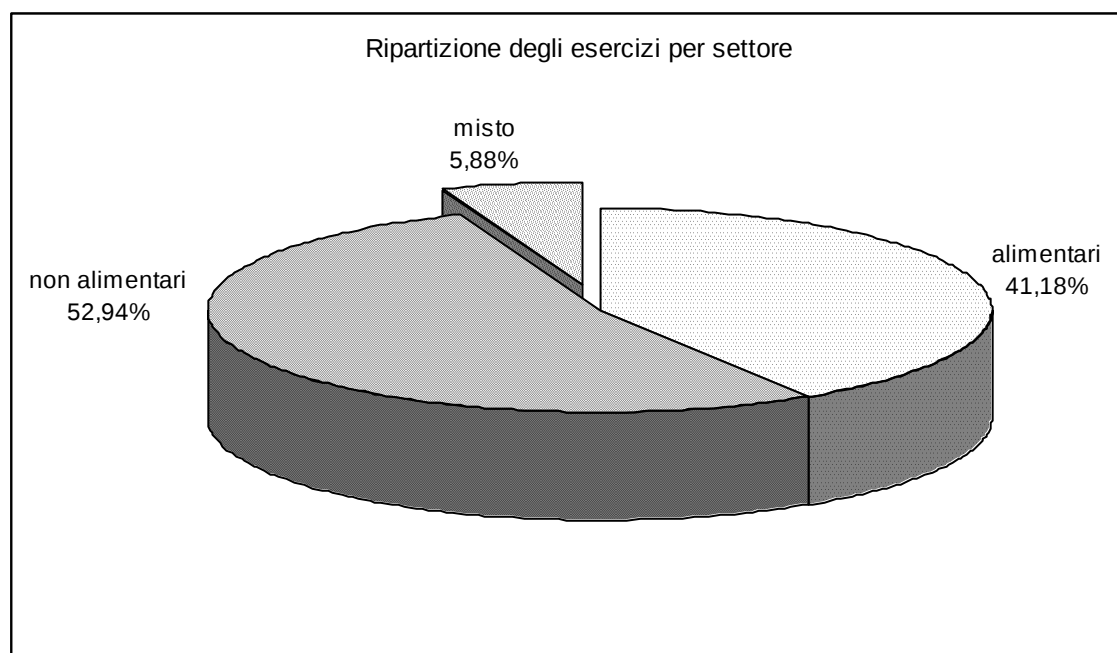
LA RETE DISTRIBUTIVA

I dati della rete commerciale del Comune di Parona sono stati forniti dagli uffici comunali. Mediante un confronto con quelli ricavati dall'Osservatorio del commercio della Regione aggiornato a giugno 2013 (D.d.u.o. n. 9190 del 14/10/2013), è possibile quindi definire l'evoluzione che ha caratterizzato il settore, rapportando tale confronto con l'andamento demografico.

Gli esercizi commerciali sono stati classificati secondo la merceologia alimentare e non alimentare, definita secondo il criterio della prevalenza.

I punti vendita della rete commerciale del Comune risultano essere 17, dei quali 7 commercializzano prodotti alimentari, mentre sono 9 quelli che vendono prodotti non alimentari. Vi è poi la grande struttura di vendita, organizzata sotto forma di centro commerciale e pertanto, disponendo di tutte le merceologie, appartenente al settore "misto".

La connotazione merceologica degli esercizi sotto il profilo numerico evidenzia un 41% appartenente al settore alimentare, accanto al 53% di quelli del comparto non alimentare ed al 6% riconducibile al settore misto.



Nell'intervallo temporale osservato 2008-2013 la rete distributiva in sede fissa è rimasta sostanzialmente stabile sotto il profilo quantitativo: 17 unità. All'interno del dato globale vi è stata una variazione merceologica, con una contrazione del numero degli esercizi alimentari di

una unità, compensata da un aumento di un esercizio nel settore non alimentare.

	2008	2013
ALIMENTARI	8	7
NON ALIMENTARI	8	9
MISTI	1	1
TOTALE	17	17

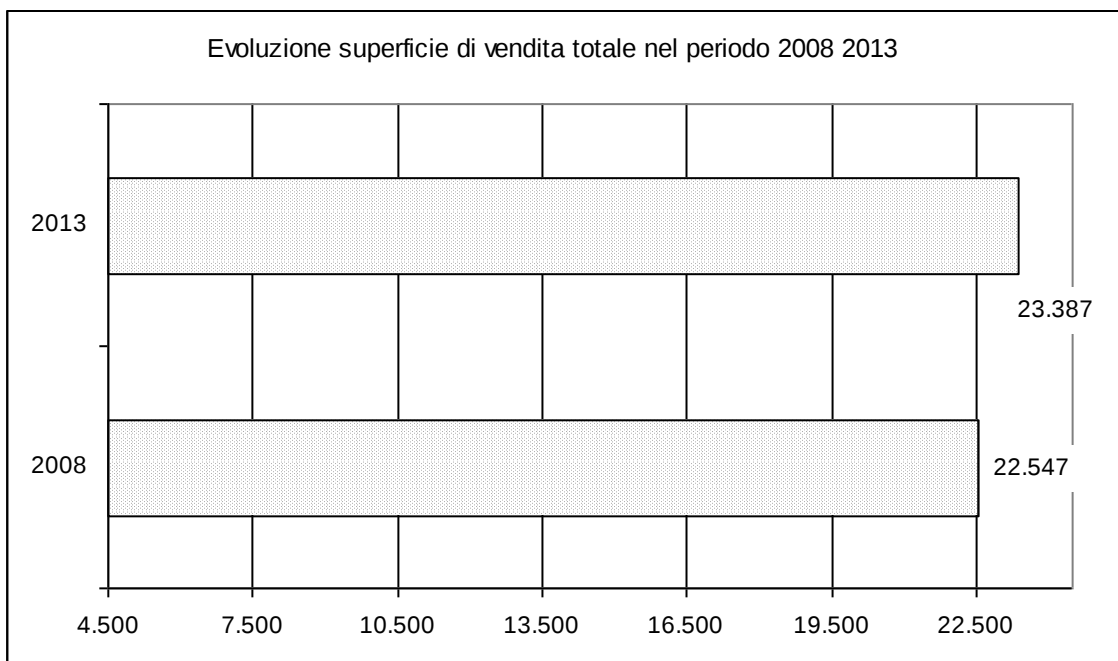
Anche la superficie di vendita occupata dagli esercizi commerciali sia nel totale che nei due diversi settori rappresenta un importante parametro per valutare il settore della distribuzione commerciale.

La superficie di vendita totale degli esercizi operanti nel Comune è di 23.387 mq, della quale 4.361 mq è occupata dagli spazi del settore alimentare e 19.026 mq di quelli non alimentari.

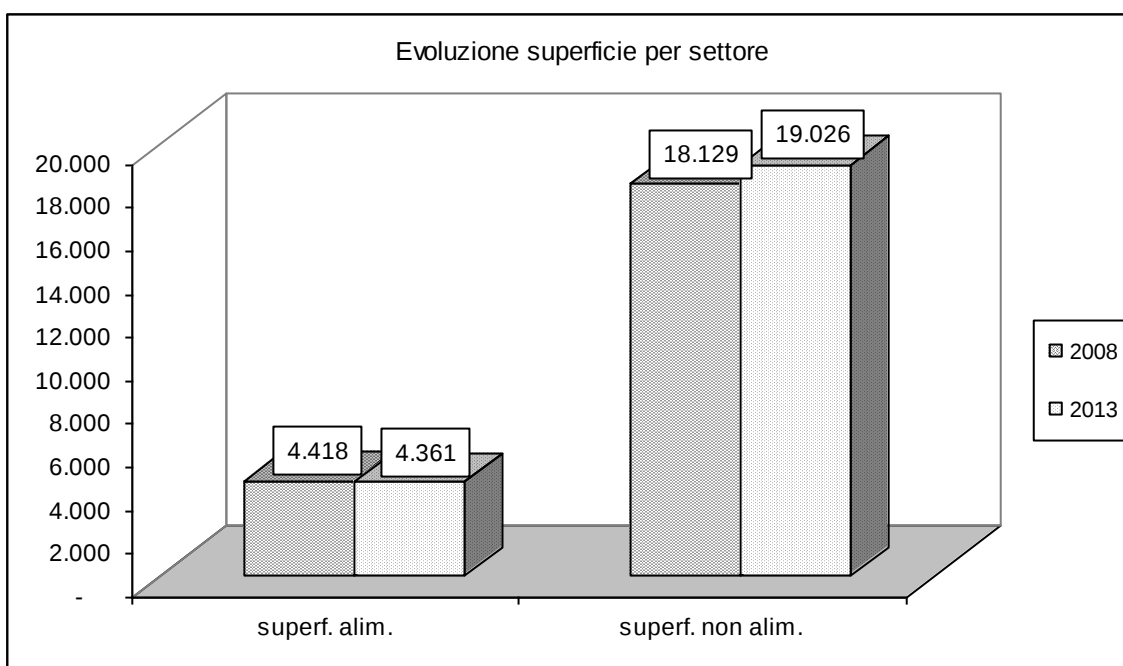
In percentuale la superficie di vendita degli esercizi non alimentari copre l'81,6% del totale, mentre agli alimentari spetta un 18,4%.

La superficie di vendita totale degli esercizi commerciali, tra il 2008 e il 2013, è leggermente aumentata: essa infatti è passata da 22.547 del 2008 a 23.387 mq del 2013 (+ 840 mq) .

	2008	2013
ALIMENTARI	4.418	4.361
NON ALIMENTARI	18.129	19.026
TOTALE	22.547	23.387



La superficie di vendita del comparto alimentare tra il 2008 e il 2013 subisce una leggera diminuzione, da 4.418 nel 2008 a 4.361 nel 2013, dovuta probabilmente alla cessazione dell'esercizio di vicinato. La superficie di vendita del comparto non alimentare, invece, aumenta unicamente per la crescita numerica di un esercizio di media struttura di vendita, di mq. 902, in quanto la rete dei negozi tradizionali e specializzati resta sostanzialmente stabile (mq. 435 nel 2008; mq. 430 nel 2013).



Valori di stabilità si registrano anche nel parametro della **densità commerciale** (rapporto fra il numero degli abitanti e gli esercizi esistenti): 119 abitanti per esercizio nel 2008 e 112 nel 2013. Per i negozi alimentari si è passati da 225 abitanti per esercizio nel 2008 a 202 nel 2013. Per gli esercizi che commercializzano prodotti non alimentari la densità è attualmente di 220 abitanti per esercizio, contro un valore del 2008 di 253 .

Densità per esercizio commerciale	2008	2013
Abitanti per esercizio alimentare	225	202
Abitanti per esercizio non alimentare	253	220
Abitanti per esercizio (complessivo)	119	112

Ciò è dovuto ad un dato generale di stabilità che, come abbiamo visto, interessa gli esercizi commerciali, ma anche, come si vedrà al paragrafo successivo, anche i residenti.

Un ulteriore elemento importante di misurazione della densità commerciale è quello riferito al rapporto mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti, che viene esposta per il Comune, in sintesi, nella successiva tabella.

Mq. superficie per 1000 abitanti	2008	2013
Settore alimentare	2.181	2.198
Settore non alimentare	8.970	9.589
Totale	11.151	11.787

La quantità di servizio commerciale presente nel territorio comunale si mantiene quindi stabile, conseguentemente al fatto che le variazioni intervenute (nella rete e nella demografia) sono state minime.

Più articolata è invece la valutazione che si registra in merito al servizio ai residenti, senza considerare cioè il commercio con vocazione di attrazione sovracomunale (centro commerciale).

Mq. superficie per 1000 abitanti	2008	2013
Settore alimentare	156	136
Settore non alimentare	215	671
Totale	372	807

ANALISI DEMOGRAFICA

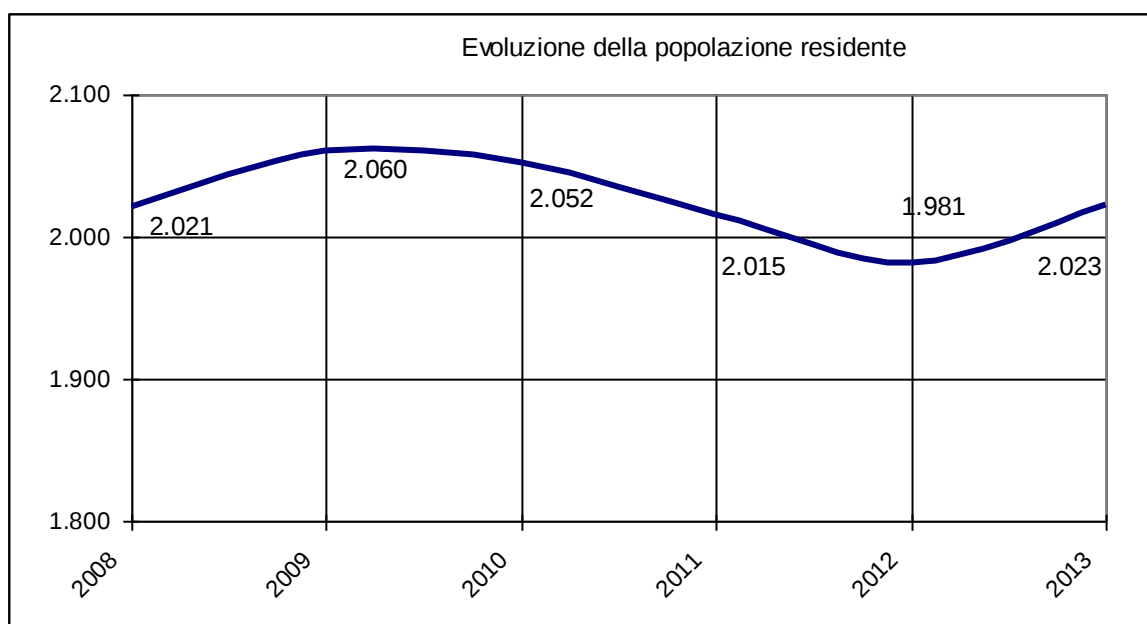
I valori riguardanti la popolazione del Comune di Parona mostrano un andamento costante nell'arco degli ultimi cinque anni, tra il 2008 e il 2013. Lo sviluppo demografico degli anni 90 e primi anni 2000 si è ormai concluso.

Evoluzione della popolazione residente

Anno	Abitanti
2008	2.021
2009	2.060
2010	2.052
2011	2.015
2012	1.981
2013	2.023

Anni	Var. %	Variaz. Assolute
2009-2008	1,9%	39
2010-2009	-0,4%	-8
2011-2010	-1,8%	-37
2012-2011	-1,7%	-34
2013-2012	2,1%	42

L'indice di vecchiaia (rapporto fra i residenti con età inferiore ai 14 anni e quelli che hanno più di 65 anni) degli abitanti di Parona secondo i dati più recenti disponibili è pari a 144, di gran lunga inferiore al valore medio provinciale che è 182,2.



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 da e per Parona, l'analisi di tale aspetto delle indagini preliminari previste per la definizione della variante di 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.

E' tuttavia necessario effettuare una premessa: nel Comune di Parona è insediata una grande struttura di vendita/centro commerciale di 20.785 mq. che per dimensione e conseguente fatturato di vendita non è raffrontabile con l'obiettivo di questo paragrafo che è quello di individuare il livello di servizio della rete rispetto alle esigenze dei residenti.

Pertanto è stata effettuata una stima basata unicamente sulla struttura della rete commerciale orientata al servizio ai residenti, non considerando l'incidenza del centro commerciale sui residenti: la quota di consumi da questo assorbita, rientra nella descrizione "evasione fuori Comune".

Se confrontiamo i valori di consumo dei residenti ricavabili dall'Osservatorio Regionale online sul Commercio (2.428 euro annui pro-capite per gli alimentari e 3.225 euro non alimentari) con i dati dimensionali della rete di vendita, così come indicato nel paragrafo precedente) ed i relativi indici di produttività, ricaviamo che l'offerta è decisamente limitata rispetto alla domanda e che il sistema commerciale locale assorbe a funzioni di immediata prossimità/emergenza. Solo un quarto della spesa delle famiglie di Parona ha come riferimento la struttura commerciale tradizionale del Comune: la restante quota sceglie il centro commerciale o altre mete fuori Comune.

Parona U.T. 9 - Vigevano**stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale***(fonte: banca dati Regione Lombardia utilizzata per indici RR 3/00)*

abitanti	1.984
-----------------	-------

consumi	pro-capite	totali
alimentari	2.428	4.817.152
non alimentari	3.225	6.398.400
totali	5.653	11.215.552

struttura distributiva**alimentari**

	esv	Msv1	msv2	Gsv	totale
superficie di vendita (mq)	270	0	0	0	
produttività a mq.(euro)	2.324	2.427	5.113	8.108	
fatturato totale	627.480	0	0	0	627.480

non alimentari

	esv	msv1	msv2	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	430	0	902	0	
produttività a mq.(mln)	930	981	1.756	3.460	
fatturato totale	399.900	0	1.583.912	0	1.983.812

evasione di spesa

	alimentari	non alim.	totale
mercato teorico residenti	4.817.152	6.398.400	11.215.552
fatturato rete di vendita	627.480	1.983.812	2.611.292
evasione di spesa	4.189.672	4.414.588	8.604.260
evasione di spesa %	86,97%	69,00%	76,72%

Legenda:

- esv = esercizi di vicinato (< 150 mq)
- msv1 = medie strutture di vendita inferiori ai 600 mq
- msv2 = medie struttura di vendita da 600 a 1.500 mq
- gsv = grandi strutture di vendita

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 2013 riportata nell'Osservatorio Regionale sul Commercio.

Come si può vedere dalla tabella sottoriportata i valori di densità commerciale di Parona si presentano molto più elevati dei dati medi di comparazione: 12.013 mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti contro i 2.075 della zona omogenea (Comuni confinanti).

Al fine di una più corretta comparazione fra le capacità di servizio ai residenti delle diverse realtà territoriali, è opportuno considerare i valori riferiti agli esercizi di vicinato: sotto questo profilo Parona si colloca al quarto terzo della graduatoria.

Comuni confinanti di Parona dati 2013 - valori assoluti																				
Prov.	Comune	Popol.	Esercizi di vicinato						Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
			N. Alim.	N. n alim.	Tot num.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Tot superf.	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
PV	ALBONESE	571	1	3	4	21	162	183	0	0	0	0	0	0	0	0	4	21	162	183
PV	CILAVEGNA	5.690	9	21	30	439	1.369	1.808	6	1.416	2.265	3.681	0	0	0	0	36	1.855	3.634	5.489
PV	MORTARA	15.712	55	201	256	1.593	11.599	13.192	20	3.307	14.408	17.715	1	2.597	5.826	8.423	277	7.497	31.833	39.330
PV	PARONA	2.023	9	7	16	302	1.313	1.615	1	0	902	902	1	4.091	17.694	21.785	18	4.393	19.909	24.302
PV	VIGEVANO	64.137	340	703	1.043	13.348	44.403	57.751	46	8.094	26.201	34.295	2	6.335	15.165	21.500	1.091	27.777	85.769	113.546
TOTALI		88.133	414	935	1.349	15.703	58.846	74.549	73	12.817	43.776	56.593	4	13.023	38.685	51.708	1.426	41.543	141.307	182.850
Comuni confinanti di Parona dati 2013 - densità commerciali																				
Prov.	Comune	Popol.	Esercizi di vicinato						Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
			N. Alim.	N. n alim.	Tot num.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Tot superf.	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
PV	ALBONESE	571	571	190	143	37	284	320	0	0	0	0	0	0	0	0	143	37	284	320
PV	CILAVEGNA	5.690	632	271	190	77	241	318	948	249	398	647	0	0	0	0	158	326	639	965
PV	MORTARA	15.712	286	78	61	101	738	840	786	210	917	1.127	15.712	165	371	536	57	477	2.026	2.503
PV	PARONA	2.023	225	289	126	149	649	798	2.023	0	446	446	2.023	2.022	8.746	10.769	112	2.172	9.841	12.013
PV	VIGEVANO	64.137	189	91	61	208	692	900	1.394	126	409	535	32.069	99	236	335	59	433	1.337	1.770
TOTALI		88.133	213	94	65	178	668	846	1.207	145	497	642	22.033	148	439	587	62	471	1.603	2.075

* Osservatorio regionale sul Commercio – Regione Lombardia 2013

RELAZIONE

INDIRIZZI E CONTENUTI PIANO DEL COMMERCIO E COERENZA CON LE DISPOSIZIONI DI LEGGE

Il P.G.T., redatto ai sensi della legge 12/2005, consente, tra l'altro, di meglio specificare la disciplina delle attività commerciali, sia rapportandola alla strumentazione urbanistica consolidata, sia adeguandola alla disciplina regionale e nazionale emanata nel quadriennio 2010-2011-2012-2013, attraverso l'apposito strumento del Piano del Commercio.

A tale proposito è utile evidenziare quanto segue:

- A) l'articolo 11, comma 1, lettera e) del D.lgs 59/2010 (recepimento della Direttiva UE 123/2006) stabilisce che l'esercizio di un'attività economica e di servizi non può essere subordinato al rispetto *"...dell'applicazione caso per caso di una verifica di natura economica che subordina il rilascio del titolo autorizzatorio alla prova dell'esistenza di un bisogno economico o di una domanda di mercato, o alla valutazione degli effetti economici potenziali o effettivi dell'attività o alla valutazione dell'attività rispetto agli obiettivi di programmazione economica stabiliti..."*;
- B) la legge 214 del 22/12/2011 precisa all'articolo 31, comma 2 che: *...secondo la disciplina dell'Unione Europea e nazionale in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione di servizi, costituisce principio generale dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano e dei beni culturali..."* e nel successivo articolo 34, riprendendo il testo dell'articolo 3 comma 1, del DL 223/2006, afferma che: *"...la disciplina delle attività economiche è improntata al principio della libertà di accesso, di organizzazione e di svolgimento, fatte salve le esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, che possono giustificare l'introduzione di previ atti amministrativi di assenso o autorizzazione o di controllo, nel rispetto dei principi di proporzionalità..."*.

Regione e Comuni sono tenuti ad adeguare i propri ordinamenti alle suddette prescrizioni entro il 31 dicembre 2012.

Ne consegue che non possono essere più stabilite misure di limitazione delle tipologie di vendita se non quelle che abbiano come riferimento l'ambiente e quello urbano, in particolare.

- C) nell'analisi evolutiva del quinquennio 2008-2013 non si sono registrati significativi cambiamenti nella struttura distributiva locale; il numero degli esercizi è infatti rimasto sostanzialmente stabile. La crescita più significativa si è registrata nella tipologia "media struttura di vendita" con la nascita di un nuovo esercizio. Sotto il profilo qualitativo la rete commerciale locale appare strutturata in due articolazioni, ben nette e distinte: la prima è rappresentata dal commercio urbano, di tipo tradizionale e specializzato, ubicato nella parte residenziale del territorio comunale, organizzato per tipologie e per localizzazione in funzione di un servizio di vicinato ai residenti. La sua tenuta si è consolidata nell'ultimo quinquennio e, sotto l'aspetto degli impatti concorrenziali, pare ormai aver raggiunto un suo equilibrio: la rete tradizionale nel 2003 (dieci anni fa) era costituita da 15 esercizi di vicinato, ora sono ancora 15. La parte extraurbana del commercio di Parona, sorta fuori dal nucleo urbano, in adiacenza alla zona produttiva, è rappresentata dal centro commerciale. Anche in questa situazione territoriale dell'attività di vendita nell'ultimo decennio non vi sono stati mutamenti significativi, sia sotto il profilo quantitativo (dimensione, numero delle attività insediate) che qualitativo (tipologia di centro commerciale).

Per entrambi questi segmenti della rete distributiva vanno tuttavia individuati indirizzi tesi a favorire un loro progressivo ammodernamento e sviluppo. Nella parte relativa al nucleo urbano, va ulteriormente consolidata la presenza del vicinato offrendo, all'interno della disciplina del PGT, incentivazioni sulle destinazioni d'uso, sugli standard urbanistici, sui progetti di recupero e di ristrutturazione degli edifici del centro storico e di quelli produttivi dismessi.

Nella parte extraurbana va tenuta presente l'esigenza di rafforzare la ormai storica funzione di attrazione che, grazie alla presenza del centro commerciale, il territorio comunale di Parona svolge rispetto ad una area vasta della provincia di Pavia. Tale presenza connota l'economia comunale: gli addetti al commercio sono complessivamente circa 350 su un totale di 1.300 occupati; ha rappresentato una diversificazione importante rispetto al settore manifatturiero, che ancora oggi occupa circa 650 addetti, attenuando gli inevitabili effetti occupazionali che la trasformazione del sistema economico comporta; rappresenta un fattore di visibilità del territorio comunale, che genera ricadute su tutto l'insieme delle funzioni urbane.

Complessivamente dunque si può pensare ad un ulteriore sviluppo della rete commerciale locale, con localizzazioni funzionali, e con caratterizzazione soprattutto dalla diffusione territoriale nelle aree lungo gli assi stradali e da piccole-medie aggregazioni commerciali orientate al servizio di prossimità.

Le indicazioni di PGT individuano specifiche aree da destinare al commercio: sulla base dell'evoluzione normativa che è stata illustrata nei punti A) e B) le opportunità insediative dovrebbero riguardare tutte le tipologie di vendita previste dal D.lgs 114/98, in quanto i criteri insediativi e programmatori non possono riguardare i rapporti fra domanda e offerta, nè la valutazione delle esigenze di singoli bisogni nè gli eventuali impatti sulla rete esistente, ma unicamente le modalità insediative e le azioni di mitigazione, che vanno definite in sede di normativa di ambito (PGT – documento di piano) e nel corso della eventuale procedura autorizzatoria (conferenza di servizi per grande struttura di vendita).