CITTA' DI VAREDO
Provincia di Monza Brianza

Via Vittorio Emanuele II, 1 - 20814 Varedo (Mb)

Variante generale al PGT
Documento di Piano

ex art. 8 L.r. 12/2005 s.m.i.

Quadro conoscitivo del Territorio Comunale
Componente Commerciale
Allegato 3

Sindaco

Segretario comunale

Adozione degli atti di Variante al Pgt
D.C.C. n. _____ del ___/___/_____

Approvazione degli atti di Variante al Pgt
D.C.C. n. _____ del ___/___/_____

31 Luglio 2015

sos ter
Studio Sostenibilità Territoriale

ARCO
ARCHITETTURE COSTRUITE

SOCIETA' DI RICERCA E PIANIFICAZIONE
di Anzini Mauro & C. S.n.c.

Gruppo di lavoro

Studio SosTer *Alberto Benedetti* *Giorgio Graj* *Roberto Raimondi*	Progettisti variante generale PGT
Studio Arco *Giuseppe Tremolada* *Giorgio Tremolada*	
Luca Terlizzi	Redazione VAS
Geo Sfera – Studio associato di geologi *Ferruccio Tomasi* *Andrea Strini*	Redazione Studio Geologico
Francesca Di Maria	Redazione PUGSS
Società di ricerca e pianificazione *Mauro Anzini*	Approfondimenti disciplina commerciale
Stefano Riva	Approfondimenti mobilità e trasporti
Studio Tecnico Bassani – Lodi Rizzini *Federico Bassani*	Approfondimenti acustica

Città di Varedo

Diego Marzorati	Sindaco
Fabrizio Figini	Assessore alla Pianificazione Territoriale - Edilizia Pubblica e Privata – Commercio e Attività Produttive
Mirco Bellè	Settore Lavori Pubblici e Pianificazione Territoriale

INDICE

1. Premessa pag. 03

2. Oggetto dell'analisi pag. 06

3. Quadro normativo di riferimento pag. 09

3.1 Le attività commerciali e di somministrazione: le disposizioni nazionali "proconcorrenziali" (decreti Monti e Bolkestein) pag. 09

3.2 Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme pag. 10

3.2.1 *Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale* pag. 11

3.2.2 *Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione Commerciale provinciale* pag. 12

3.3 Le attività di somministrazione di alimenti e bevande pag. 14

3.4 La rete distributiva dei carburanti pag. 16

3.4.1 *I distributori di carburante* pag. 16

4. Il sistema distributivo lombardo pag. 19

5. Quadro ricognitivo territoriale e demografico pag. 25

5.1 Inquadramento territoriale pag. 25

5.2 Inquadramento demografico pag. 28

6. Il sistema distributivo comunale pag. 33

6.1 L'evoluzione del sistema distributivo pag. 33

6.2 La situazione del commercio al dettaglio in sede fissa pag. 36

6.3 Le attività di somministrazione pag. 40

6.4. Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio pag. 41

7. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo commerciale pag. 42

ALLEGATO

ANALISI DELLE INTERVISTE AGLI OPERATORI COMMERCIALI

1. Oggetto dell'analisi pag. 47

PARTE I

2. Le attività di somministrazione pag. 48
2.1 Il servizio offerto pag. 48
2.2 Problematiche legate alle attività di somministrazione pag. 49

3. Il commercio su aree pubbliche pag. 50
3.1 Il servizio offerto pag. 50
3.2 Problematiche legate alle attività di commercio su aree pubbliche pag. 51

4. Il commercio al dettaglio in sede fissa pag. 51
4.1 Il servizio offerto pag. 51
4.2 Problematiche legate alle attività di commercio al dettaglio in sede fissa pag. 52

5. Viabilità pag. 53

PARTE II

6. Ipotesi per migliorare la situazione commerciale pag. 54

7. Conclusioni pag. 56

1. Premessa

La caduta dei consumi registrata in Italia nel corso dell'ultimo biennio è solo uno degli aspetti della profonda crisi che ha caratterizzato la congiuntura economica a livello nazionale; oltre all'aumento della disoccupazione, l'accresciuta pressione fiscale, la dinamica nulla dei salari e le difficoltà di accesso al credito, sono cause non modificabili attraverso interventi a livello locale.

La riduzione della spesa delle famiglie si è tradotta in una modifica permanente dello stile di vita, e quindi delle abitudini di acquisto e consumo; per ridurre la spesa si tagliano gli sprechi e si rinuncia a tutto ciò che è superfluo, si affermano comportamenti improntati ad una maggiore "sobrietà" e si rimandano gli acquisti non essenziali anche quando vi sarebbero le possibilità economiche di sostenerli; emblematico di questo approccio è la crisi del settore dell'auto: i livelli di vendita di autovetture sono comparabili a quelli degli anni '70 e i consumi di carburante hanno registrato nell'ultimo biennio una diminuzione ben superiore al 10%.

Questa tendenza si è estesa oltre che a beni durevoli di acquisto non frequente come gli elettrodomestici e l'arredamento, anche a prodotti non alimentari di largo e generale consumo come l'abbigliamento e da ultimo anche al settore alimentare. Le famiglie stanno attuando il cosiddetto "downgrading" della spesa, insieme di diverse strategie per ridurre la spesa per acquisti: da un ricorso più frequente a formati di vendita a minore contenuto di servizio come i discount, ad una maggiore attenzione ai prodotti in promozione, allo spostamento verso prodotti più economici (primo prezzo, private label).

Sono aumentati gli acquisti presso i punti vendita più comodi in termini di prossimità (superstore e supermercati) e convenienti in termini di prezzo (discount) insieme alla tendenza alla riduzione delle quantità acquistate, che evidenzia che soprattutto nell'alimentare si sono ridotti gli sprechi e tagliati gli acquisti superflui; d'altro lato, la qualità del prodotto e il suo contenuto di servizio continuano ad avere un'importanza prioritaria, tant'è che, a fronte di una complessiva contrazione delle vendite di prodotti alimentari, crescono quelle dei prodotti di nicchia, come i biologici, dietetici, regionali, e quelle dei prodotti freschi confezionati e pronti per il consumo, che pure hanno un maggior costo unitario.

Inoltre la crisi fa riscoprire alle famiglie l'alimentazione domestica, infatti dopo un lunghissimo periodo di crescita arretra la spesa per i pasti fuori casa e torna a crescere il numero di italiani che pranzano a casa o si portano sul luogo di lavoro il pasto preparato a casa.

Rispetto alla rete distributiva, risultano aver subito di più gli effetti della crisi i punti vendita di minori dimensioni, ovvero i negozi a libero servizio e i supermercati con area di vendita inferiore agli 800 metri e quelli di maggiore grandezza, cioè gli ipermercati di superficie superiore agli 8.000 mq. quadri; crescono invece i supermercati di superficie superiore a 1.000 mq, i superstore e piccoli ipermercati, con superficie compresa tra i 2.500 mq e gli 8.000 mq; rallentata è invece la crescita dei discount. E' anche cresciuto il numero di attività commerciali cosiddette "no store", ovvero ambulanti, vendite a domicilio, distributori automatici e soprattutto il commercio on line, che, registrano incrementi del volume d'affari a due cifre, e sono spesso preferiti dai nuovi imprenditori, verosimilmente a causa dei maggiori costi di esercizio dei punti di vendita in sede fissa.

Cresce la specializzazione delle attività, che si sviluppano attorno a particolari merceologie e necessità del consumatore (esercizi specializzati nella vendita di prodotti per l'igiene personale, pulizia della casa e bassa profumeria – quali Acqua & Sapone, TIgotà e le attività di vendita di prodotti per l'edilizia leggera e il bricolage professionale – Bricoman), anche se il processo ha subito un rallentamento a causa della contrazione dei consumi.

In definitiva, il consumatore è sempre più informato, acquista solo alla fine di un percorso fatto di selezione delle notizie utili e di un'attenta pianificazione del budget, oltre che della scelta del luogo e del momento più propizi o all'acquisto.

2. 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 coerenziare 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 "…*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 periurbane 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*".

3. Quadro normativo di riferimento

3.1 Le attività commerciali e di somministrazione: le disposizioni nazionali "proconcorrenziali" (decreti Monti e Bolkestein)

Il quadro normativo di riferimento del settore del commercio e della somministrazione di alimenti e bevande, nel corso del periodo compreso tra il dicembre 2011 e il dicembre 2012, è stato definito attraverso una serie di provvedimenti (c.d. decreti Monti, d.l. 201/11, 1/12 e 5/12 – Salvaltalia, Semplificaltalia, Cresciltalia; d.lgs. 6 agosto 2012, n. 147, riforma del d.lgs. 59/10, cd. Decreto Bolkestein).

Questi provvedimenti, al fine di armonizzare la disciplina nazionale e quella europea in materia di attività economiche, introducono quale principio generale misure di semplificazione e liberalizzazione delle attività anche commerciali; in particolare, "… *costituisce principio generale dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, e dei beni culturali. Le Regioni e gli enti locali adeguano i propri ordinamenti alle prescrizioni del presente comma* …" (art. 31, c. 2, d.l. 201/11 e ss.mm.ii.).

3.2 Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme

La presente analisi riguarda in primo luogo 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.

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 comunitarie in materia.

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

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. 20 dicembre 2013, n. X/1193 e ss.mm.ii., punto 2, comma 1 lettera f) ha articolato la definizione della "struttura unitaria" nelle seguenti*:

- Centro commerciale aggregato
- Centro commerciale multifunzionale

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

- Factory outlet centre
- Parco commerciale

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

La legge regionale 2 febbraio 2010 n.6, "Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere", prevede la redazione del Programma Pluriennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale (PPSSC), approvato dal Consiglio Regionale su proposta della Giunta; questo strumento deve delineare lo scenario di sviluppo del sistema commerciale, orientare l'attività di programmazione degli enti locali, gli indirizzi per lo sviluppo delle diverse tipologie di vendita, i criteri generali per l'autorizzazione delle grandi e medie strutture di vendita, le priorità per l'utilizzo delle risorse finanziarie e le indicazioni per la qualificazione e lo sviluppo del commercio all'ingrosso.

A conclusione del percorso di revisione della disciplina regionale del commercio, partito nel corso del 2013 con la l.r. 27 giugno 2013, n. 4 (cd. "moratoria") la Giunta Regionale con la dgr 24 gennaio 2014 n. X/1261 ha deliberato l'avvio del procedimento di Valutazione Ambientale Strategica (V.A.S.) del nuovo PPSSC; nel frattempo, rimane vigente il Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008 (di cui alla D.C.R. 2 ottobre 2006 n. VIII/215) che, allo scopo di consentire la razionalizzazione e la modernizzazione della rete distributiva, ne controlla 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), individuando 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 ciascun ambito sono individuati specifici indirizzi di sviluppo. In particolare, per il Comune di Varedo, compreso nell'ambito di addensamento commerciale metropolitano, gli indirizzi di sviluppo sono i seguenti:

- *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *forte disincentivo all'eccessivo ampliamento e all'apertura di grandi strutture di vendita mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;*
- *disincentivo al consumo di aree libere e attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi;*
- *incemento della presenza di esercizi di vicinato e di media distribuzione, di maggiore accessibilità diretta da parte dell'utenza;*
- *prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico;*
- *valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico e architettonico e integrazione della funzione commerciale con le altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, artigianali, pubbliche) e promozione del loro servizio commerciale unitario.*

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

Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale - PTCP di Monza e Brianza è stato approvato il 10 luglio 2013 (Deliberazione Consiliare n.16/2013) ed è efficace dalla data della sua pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia (23 ottobre 2013, Burl n.43).

Il PTCP sintetizza gli obiettivi di "Razionalizzazione e sviluppo equilibrato del commercio", come espressi al paragrafo 2.8 della Relazione di Piano, al punto 2 del "Documento degli Obiettivi":

- Promozione di intese od accordi intercomunali (Distretti del commercio ed altro) tra i Comuni per la qualificazione della rete distributiva
- Qualificazione del settore commerciale attraverso l'integrazione degli insediamenti commerciali all'interno del sistema insediativo provinciale
- Regolazione del rapporto tra nuovi insediamenti e sistema stradale provinciale e regionale
- Garanzia di un adeguato livello di accessibilità pubblica degli insediamenti commerciali
- Organizzazione delle attività commerciali all'interno di insediamenti polifunzionali, nuovi e/o esistenti (centri storici, quartieri urbani soprattutto se degradati) in stretta connessione con il sistema dei servizi pubblici e privati, sviluppando con questi opportune sinergie
- Promozione di Sistemi integrati del Commercio, in grado di garantire un giusto equilibrio tra media e grande distribuzione e rete degli esercizi di vicinato
- Coerenza dei nuovi progetti con gli indirizzi fissati dal PTCP per l'impatto paesaggistico

Per quanto infine riguarda gli aspetti normativi, l'art. 45 delle Norme del Piano, al comma 3, con specifico riferimento alla localizzazione delle grandi strutture di vendita prescrive che:

"… 3. I PGT, in aggiunta agli indirizzi di cui al comma 3 dell'art.43, assicurano che l'eventuale localizzazione di grandi strutture di vendita:

- *sia tale da non prevedere l'accesso diretto dal sistema stradale sovracomunale come individuato all'articolo 40;*
- *sia all'interno di insediamenti polifunzionali in stretta connessione con il sistema dei servizi pubblici e privati;*
- *contribuisca alla costruzione di sistemi integrati del commercio, in grado di garantire un giusto equilibrio tra media e grande distribuzione e la rete degli esercizi di vicinato. …".*

3.3 Le attività di somministrazione di alimenti e bevande

La legge regionale 30/03, relativa al settore della somministrazione di alimenti e bevande, ora sostituita dal Titolo II, Capo III, del "Testo Unico delle Leggi Regionali in materia di Commercio e Fiere", ha integralmente sostituito la precedente normativa nazionale del settore dei pubblici esercizi, l. 287/91.

Con questa legge la Lombardia ha cercato di rendere la disciplina del settore della somministrazione più "flessibile" nelle modalità di esercizio, adeguando le tipologie alle mutate abitudini di consumo dei cittadini e quindi alle esigenze di cambiamento degli operatori del settore.

Le diverse tipologie di autorizzazione previste dalla l. 287/91 (tipo A, B, C, D, somministrazione di alimenti, bevande, analcolici, somministrazione in attività di trattenimento) sono state sostituite da un'unica tipologia, quella di attività di somministrazione di alimenti e bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione; è il possesso delle idonee attrezzature e dei requisiti igienico sanitari dei locali ad individuare l'attività che si può concretamente esercitare, fermo restando l'obbligo del titolare dell'esercizio di comunicare al Comune la denominazione dell'attività che esercita, in base all'elenco dettato da ultimo con la d.g.r. 23 gennaio 2008, n. 8/6495 (tali denominazioni hanno valore esclusivamente a fini di monitoraggio, di classificazione e definizione dell'attività prevalente):

a) ristorante, trattoria, osteria;
b) esercizi con cucina tipica lombarda;
c) tavole calde, self service, fast food;
d) pizzerie;
e) bar gastronomici;
f) bar-caffè;
g) bar pasticceria, bar gelateria, cremeria, creperia;
h) wine bar, birrerie, pub, enoteche, caffetterie, sala da the;

i) disco-bar, piano bar, american-bar, locali serali;
l) discoteche, sale da ballo, locali notturni;
m) stabilimenti balneari ed impianti sportivi con somministrazione.

Per quanto riguarda la programmazione dell'insediamento delle attività di somministrazione, gli Indirizzi Generali Regionali di cui alla d.g.r. 23 gennaio 2008, n. 8/6495, prevedono una verifica della situazione del contesto di inserimento: in particolare l'art. 12, commi 4, 5 e 6, afferma che "… *I comuni devono favorire una equilibrata dislocazione sul territorio delle attività* ... omissis ... *assicurando che tutte le zone del loro territorio siano adeguatamente servite* ..."; l'art. 9, riguardante "Parcheggi e soste veicolari", comma 2, permette ai Comuni di stabilire, per il caso di apertura di nuovi esercizi o di ampliamento degli esistenti, dotazioni aggiuntive di spazi a parcheggio, attraverso idonee norme inserite nel Piano di Governo del Territorio. In sintesi queste possibilità permettono di regolamentare l'inserimento delle attività nel tessuto urbano, ma devono essere attentamente valutate per non scoraggiare valide iniziative di nuova apertura di attività di somministrazione.

L'impostazione programmatoria "qualitativa" e non "quantitativa" è confermata al comma 3 dell'art. 64 del d.lgs. 59/10, laddove prevede che la "… *programmazione può prevedere, sulla base di parametri oggettivi e indici di qualità del servizio, divieti e limitazioni all'apertura di nuove strutture limitatamente ai casi in cui ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo in particolare per il consumo di alcolici, e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità*…".

3.4 La rete distributiva dei carburanti

Le attività di distribuzione di carburanti sono disciplinate in uno specifico Capo della Legge Regionale 2 febbraio 2010 n. 6 (Testo Unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere, che sostituisce la precedente legge regionale 24/04) e dai relativi provvedimenti attuativi, meglio noti come "Programma di razionalizzazione della rete di distribuzione dei carburanti".

3.4.1 *I distributori di carburante*

Nel corso dell'anno 2008 il precedente sistema di programmazione, finalizzato alla riduzione in termini numerici della rete di distributori di carburante è stato radicalmente modificato.

Se in precedenza era ammessa l'attivazione solo previa dismissione di altri impianti in rapporto alla dotazione riferita a un'intorno territoriale di riferimento, denominato bacino di utenza, individuato nel Programma di razionalizzazione della rete di distribuzione dei carburanti Regionale, che poteva essere deficitario, in equilibrio o eccedentario, questo comunque nel rispetto di parametri legati alla distanza del nuovo impianto da altri distributori di carburante già esistenti e attivi, attualmente l'attivazione di un nuovo impianto di distribuzione carburanti è sempre possibile purchè l'interessato si impegni ad inserire tra i prodotti erogati il metano. Fanno eccezioni gli impianti da localizzare nei comuni appartenenti alle comunità montane e nei piccoli comuni di cui alla legge regionale 5 maggio 2004, n. 11 (Misure di sostegno a favore dei piccoli comuni della Lombardia) che ne siano sprovvisti dove non esistano altri impianti a distanza stradale inferiore a quattro chilometri dall'impianto che si chiede di realizzare.

E' evidente la volontà della Regione Lombardia di promuovere una mobilità sostenibile e salvaguardare l'ambiente, attraverso incentivi all'acquisto di veicoli a basso impatto ambientale, quali quelli alimentati a gas metano, che deve necessariamente passare attraverso il miglioramento della struttura distributiva e di erogazione di questo carburante.

Gli intenti dichiarati dalla Regione sono quelli di estendere al maggior numero di cittadini i vantaggi garantiti dai carburanti puliti, vantaggi che non si esauriscono in una indiscutibile convenienza economica ma comprendono anche elementi valoriali quali la libertà di movimento e la sicurezza. Secondo la Regione, infatti, passare al metano infatti non significa solamente poter acquistare un mezzo a prezzi scontati o risparmiare sul costo del carburante; significa soprattutto produrre bassissime emissioni, circolare 365 giorni all'anno, anche nei giorni di blocco del traffico, poter parcheggiare con assoluta indipendenza, il tutto con la massima affidabilità in quanto le auto a metano garantiscono le stesse prestazioni e gli stessi standard di sicurezza di quelle a benzina o diesel.

Tutto ciò è tuttavia legato alla possibilità per gli automobilisti di scegliere sempre di più modelli prodotti per questo tipo di alimentazione e di poterli rifornire di carburante.

Per quanto riguarda gli aspetti procedurali, le disposizioni sono tutt'ora quelle di cui alla d.g.r. 11 giugno 2009, n. VIII/9590 e ss.mm.ii. "Procedure amministrative relative all'installazione degli impianti e all'esercizio dell'attività di distribuzione di carburant", che dettagliano puntualmente sia i tempi, sia le competenze, sia la documentazione da produrre ai fini del rilascio delle autorizzazioni.

Acquisita la conformità urbanistica della localizzazione, i tempi e gli adempimenti sono sono quelli legati all'attivazione di un impianto che eroghi

anche metano, di cui agli artt. 12 e seguenti, d.g.r. 7/20635, e quindi a conferenza di servizi cui devono essere chiamati a partecipare ASL, ARPA, Comando provinciale dei Vigili del Fuoco, Ente proprietario della strada lungo cui si colloca l'impianto, UTF, Regione Lombardia, quest'ultima con parere vincolante di conformità.

In ogni caso, a meno che l'interessato non dimostri che ciò è dovuto a impedimenti o ritardi non imputabili alla sua volontà, l'apertura dell'impianto nella sua totalità è legata all'inizio dell'erogazione del metano.

4. Il sistema distributivo lombardo

Alla fine del 2014 presso le Camere di Commercio lombarde risultavano registrate 213.560 attività appartenenti alla categoria "G: Commercio all'ingrosso e al dettaglio[1] e riparazione di autoveicoli e motocicli"[2], distribuite nelle diverse Province lombarde come indicato nella successiva tabella:

N. Attività Registrate commercio – Anno 2014

Provincia	Attività registrate	% su tot. Regione
Bergamo	21.144	9,9
Brescia	26.818	12,6
Como	10.482	4,9
Cremona	6.802	3,2
Lecco	6.070	2,8
Lodi	3.852	1,8
Mantova	9.186	4,3
Milano	81.376	38,1
Monza Brianza	17.479	8,2
Pavia	11.055	5,2
Sondrio	3.113	1,5
Varese	16.183	7,6
Totale Regione	**213.560**	**100,0**

Fonte: Movimprese

Un'idea più precisa del peso delle attività commerciali (così come precedentemente definite) nelle diverse Province lombarde è fornita dalla densità delle stesse, data dal rapporto del numero di attività registrate ogni 10.000 residenti[3], come riassunto nella successiva tabella:

[1] Fonte: Movimprese
[2] Codici Ateco 2007
[3] Fonte: Istat al 31.08.2014, ultimo disponibile

N. Attività Registrate commercio – Anno 2014

Provincia	Attività registrate	n. residenti	Densità (abitanti per attività)
Bergamo	21.144	1.108.324	52,4
Brescia	26.818	1.264.574	47,2
Como	10.482	599.828	57,2
Cremona	6.802	361.557	53,2
Lecco	6.070	340.679	56,1
Lodi	3.852	229.155	59,5
Mantova	9.186	414.872	45,2
Milano	81.376	3.188.523	39,2
Monza Brianza	17.479	864.445	49,5
Pavia	11.055	548.552	49,6
Sondrio	3.113	182.128	58,5
Varese	9.231	889.660	55,0
Totale Regione	**206.608**	**9.992.297**	**48,4**

Precisiamo che si tratta di un valore cosiddetto “controintuitivo”, ovvero decresce al migliorare del rapporto (maggiore è la dotazione di attività, minore è il valore), a fronte di una densità media regionale pari a 48,4 abitanti per ogni attività registrata, la maggiore dotazione si registra nella Provincia di Milano, mentre fanalino di coda è la Provincia di Lodi.

Un dato importante per valutare il trend del settore commercio (ricordiamo che i dati a nostra disposizione non distinguono tra ingrosso e dettaglio, tuttavia l’andamento generale fornisce un quadro corretto) è dato dal confronto del numero di imprese registrare nel corso degli anni. Per una valutazione che tenga conto degli importanti cambiamenti avvenuti nel tempo, prenderemo in considerazione i dati con cadenza quinquennale a far data dal 1995, antecedente alla liberalizzazione degli esercizi di vicinato dettata dal D.Lgs. 114/98, cosiddetto Decreto Bersani, con cadenza annuale dal 2010 ad oggi.

Lombardia

	N. attività registrate
1995	217.234
2000	218.832
2005	223.446
2010	212.367
2011	212.012
2012	211.929
2013	212.726
2014	213.560

Fonte: Movimprese

Dopo un decennio di crescita, a partire dal 2005 si è assistito a una contrazione delle attività commerciali registrate, trend che è continuato tra il 2010 e il 2012, mentre a partire dal 2013 si è registrata una inversione di tendenza.

Per l'attuale Provincia di Monza e Brianza i dati di riferimento sono disponibili solo a partire dall'anno 2010; per il successivo quadriennio, l'andamento registra un andamento similare a quello regionale:

Provincia di Monza e Brianza

	N. attività registrate
2010	17.427
2011	17.499
2012	17.667
2013	17.412
2014	17.479

Fonte: Movimprese

Un secondo dato significativo relativo all'anadamento del sistema distributivo è fornito dal numero delle cessazioni registrate.

Lombardia

	N. attività cessate
1995	14.300
2000	14.016
2005	14.328
2010	15.111
2011	14.798
2012	15.088
2013	15.576
2014	13.927

Fonte: Movimprese

Dopo una riduzione delle cessazioni tra il 1995 e il 2000, a partire da quell'anno si è avuto un incremento delle stesse, che ha toccato il valore più alto, nel periodo considerato, alla fine del 2013, con l'eccezione del dato 2011. Nel corso dell'anno 2014 le cessazioni hanno ripreso a diminuire.

L'andamento è risultato analogo in Provincia di Monza e Brianza, dove si è registrata una crescita delle cessazioni fino al 2013, ed una contrazione delle stesse nel 2014:

Provincia di Monza e Brianza

	N. attività cessate
2010	1.072
2011	1.180
2012	1.125
2013	1.786
2014	1.176

Fonte: Movimprese

Per finire considereremo il dato relativo al rapporto tra numero di cessazioni e numero di iscrizioni in CCIAA, così da valutare la dinamicità del

settore commercio; si considera il valore percentuale delle iscrizioni rispetto alle cessazioni.

Lombardia

	% iscrizioni/cessazioni
1995	81,11%
2000	82,34%
2005	83,49%
2010	74,39%
2011	64,44%
2012	63,89%
2013	73,48%
2014	77,30%

Fonte: Movimprese

Fino al 2005 il peso delle nuove iscrizioni rispetto al numero di attività cessate era superiore all'80%; come era facile intuire, tale dato ha subito un brusco arresto tra il 2005 e il 2010, per poi calare di 10 punti percentuali tra il 2010 e il 2011 e riprendere a crescere a partire dal 2013: è evidente che la crisi economica in atto ha fortemente ridimensionato la dinamicità del settore commerciale, con un arresto degli investimenti, che tuttavia appaiono in ripresa con riferimento all'ultimo biennio.

Anche in questo caso la dinamica nelle Provincia di Monza e Brianza riproduce nella sostanza quella registrata a livello regionale:

Provincia di Monza e Brianza

	% iscrizioni/cessazioni
2010	68,26%
2011	63,22%
2012	62,16%
2013	81,49%
2014	79,08%

Fonte: Movimprese

Da tutti i dati analizzati risulta evidente che il settore commerciale, dopo un periodo di sviluppo, legato anche alle prime liberalizzazioni introdotte dal D.Lgs. 114/98, ha conosciuto un progressivo rallentamento fino ad arrivare a una contrazione importante, certamente legata alla crisi economica in atto a livello mondiale.

L'ultimo biennio pare segnare un'inversione di tendenza, che attende tuttavia essere consolidata e confermata con riferimento all'anno in corso.

5. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

5.1 Inquadramento territoriale

Varedo è un Comune della Provincia di Monza e Brianza, posto a meno di 10 km ad ovest del capoluogo di Monza, cui è collegato dalla S.P. 527 Monza Saronno e a poco più di 15 km a nord di Milano, raggiungibile attraversato la S.P. ex S.S. 35 Milano Meda.

Fonte: www.viamichelin.it

Confina con Bovisio Masciago, Desio, Limbiate, Nova Milanese e Paderno Dugnano.

L'abitato presenta un nucleo principale, posto a cavallo del Torrente Seveso e del tracciato della linea del Passante Trenord, con una stazione nel Comune; questo nucleo è posto a ovest del sistema tangenziale formato dal

tracciato della S.P. Monza Saronno (che in Varedo assume la denominazione di via della Circonvallazione).

Al capoluogo si affianca una frazione di storica e tradizionale individuazione, Valera, posta a ovest della Superstrada Milano-Meda; oltre il tracciato ferroviario è localizzato l'ambito industriale dismesso della Snia Viscosa, che occupa la gran parte del territorio ricompreso tra la ferrovia e il confine con Limbiate; lungo la via Circonvallazione o nelle aree aventi affaccio lungo la stessa si concentrano diverse attività commerciali. Infine, non si può trascurare di menzionare la presenza, in Varedo, di due ville di indubbio pregio storico e architettonico, villa Bagatti Valsecchi, che con il suo parco delimita e caratterizza il centro storico del capoluogo, e villa Agnesi, posta al confine est del Comune, in frazione Valera.

La Città di Varedo, come già accennato, è attraversata da nord a sud dalla Superstrada Milano Meda, una delle principali vie di comunicazione che collegano Milano al nord della Regione; la S.P. Monza Saronno attraversa invece il territorio comunale da est a ovest, collegandosi alla Superstrada attraverso l'omonimo svincolo di Varedo.

Al sistema stradale si aggiunge quello del trasporto pubblico, rappresentato soprattutto dalla linea ferroviaria del Sistema Passante Ferroviario Trenord, con una stazione in Varedo, caratterizzata da un elevato pendolarismo lavorativo e scolastico diretto verso Milano.

Dal punto di vista commerciale si possono individuare più sistemi diversi: un primo ambito coincide con l'area centrale del capoluogo, cui si affianca il sistema commerciale localizzato lungo la via Circonvallazione, dotato di una spiccata vocazione all'insediamento di esercizi di portata sovracomunale.

L'offerta del commercio in sede fissa è integrata dalla presenza di un importante mercato ambulante che si tiene nella mattinata del giovedì, oggetto di un recente trasferimento dalla sede stradale di via Palermo a quella attuale di via Rebuzzini; questo mercato conta poco meno di 100 posteggi totali, e precisamente 96, dei quali oltre 27 destinati alla vendita di prodotti alimentari, uno a produttori agricoli, uno a battitori e i rimanenti 67 alla vendita di prodotti non alimentari.

5.2 Inquadramento demografico

ANNO	ABITANTI
2004	12.648
2005	12.544
2006	12.646
2007	12.651
2008	12.763
2009	12.906
2010	12.899
2011	12.952
2011 post censimento	12.784
2012	12.919
2013	13.072
31.06.2014	13.161

Fonte: Comune di Varedo; demo.istat.it

Alla data del 31 dicembre 2013 in Varedo risultavano residenti 5.524 famiglie, per una media di 2,37 componenti per famiglia, di pochissimo superiore a quella di 2,26 della Regione Lombardia e assolutamente allineata a quella della Provincia di Monza e Brianza, pari a 2,36 persone/famiglia.

Come si può osservare nella tabella, a partire dal 2006 la popolazione di Varedo è costantemente cresciuta, anche se in misura molto limitata, fino a raggiungere e superare i 13.000 abitanti. Evidentemente la buona situazione infrastrutturale e l'ottima dotazione di servizi confermano Varedo come luogo di residenza conveniente, in termini economici e di qualità della vita, per le famiglie di nuova formazione provenienti da Milano e dal suo hinterland.

Al fine di determinare le potenzialità di sviluppo commerciale del territorio riveste grande importanza l'analisi dei fattori relativi alla composizione della popolazione; i livelli di spesa e la ripartizione della spesa sono differenti, anche in

misura molto rilevante, a seconda della composizione del nucleo familiare e dell'età dei suoi componenti.

Analizzando la successiva tabella si nota ad esempio immediatamente che la spesa di un pensionato risulta del 25% inferiore a quella di un single in età lavorativa.

	Spesa media mensile/euro
single età <35	1.853
single età 35-64	2.002
single età >64	1.585
coppia con pr <35	2.707
coppia con pr 35-64	2.639
coppia con pr >64	2.316
coppia con 1 figlio	2.800
coppia con 2 figli	2.891
coppia con 3 o più figli	2.867
famiglie monogenitore	2.303
altre tipologie	2.491
MEDIA PER FAM.	2.359

Fonte: ISTAT, dati anno 2013

Composizione del nucleo familiare ed età dei suoi componenti sono fattori determinati anche rispetto ai capitoli di spesa: un pensionato spende quasi la metà del proprio budget mensile per le spese riferite ad abitazione ed energia a fronte di una spesa media che normalmente rappresenta circa un terzo della spesa complessiva mensile, mentre le spese riferite a trasporti e comunicazioni e a tempo libero e istruzione sono complessivamente pari al 10% della spesa mensile, e quindi meno della metà di quanto spendono per le stesse voci le altre tipologie di famiglia.

	Alimentari bevande	Vestiario calzature	Abitazione energia	Arreda menti	Servizi e spese sanitarie	Trasporti comuni cazione	Tempo libero istruzione	Altre spese
single età <35	16,7	5,2	36,4	3,9	1,7	16,7	5,1	14,2
single età 35-64	16,5	4,4	36,7	4,5	2,6	18,0	4,4	12,9
single età >64	21,0	2,8	45,9	6,2	4,8	8,7	3,3	7,3
coppia con pr <35	15,0	5,2	31,3	4,1	4,3	19,7	5,6	14,8
coppia con pr 35-64	18,0	4,8	34,6	4,3	4,2	17,3	4,5	12,4
coppia con pr >64	21,2	3,4	40,8	4,4	5,8	12,8	3,3	8,3
coppia con 1 figlio	18,9	5,0	33,0	4,5	3,3	17,7	5,8	11,7
coppia con 2 figli	20,0	5,8	29,8	4,5	3,1	18,1	6,6	12,1
coppia con 3 o più figli	21,9	5,6	28,5	4,4	3,0	19,4	6,8	10,3
famiglie monogenitore	20,1	4,9	34,8	4,2	3,7	15,9	5,7	10,6
altre tipologie	21,9	4,4	33,5	4,9	3,7	15,9	5,1	10,7
MEDIA PER FAM.	19,5	4,6	35,2	4,6	3,7	16,1	5,1	11,0

Fonte: ISTAT, dati anno 2013

Per analizzare la composizione della popolazione andremo a comparare i dati riferiti al Comune di Varedo con quelli regionali e provinciali, utilizzando i dati demografici omogenei di riferimento che indicano età e stato civile della popolazione residente più recenti disponibili (ISTAT al 1° gennaio 2014).

Per quanto riguarda l'incidenza percentuale di ultra sessantacinquenni, che abbiamo definito "indice di vecchiaia" (si tratta di un indice cosiddetto "contro intuitivo" il cui valore cresce al diminuire dell'età media), possiamo rilevare che la popolazione anziana di Varedo risulta di poco superiore sia al dato regionale che a quello provinciale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.841.818	78,6	2.131.579	21,4	9.973.397	3,68
Provincia Monza e Brianza	684.673	79,4	178.011	20,6	862.684	3,85
Comune di Varedo	10.165	77,8	2.907	22,2	13.072	3,50

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2014

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo "propensione al matrimonio", mostra un'incidenza di coniugati, divorziati e vedovi leggermente superiore alla media regionale e a quella provinciale.

	celibi nubili	% su totale popolazione	coniugati divorziati vedovi	% su totale popolazione	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	4.200.951	42,1	5.772.446	57,9	9.973.397	0,70
Provincia Monza e Brianza	358.994	41,6	503.690	58,4	862.684	0,71
Comune Varedo	5.109	39,1	7.963	60,9	13.072	0,64

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2014

Un'altra caratteristica influente sulla domanda generata in un determinato ambito territoriale è la presenza di popolazione fluttuante legata a motivi lavorativi; il mercato teorico di riferimento potrebbe infatti risultare ridotto in presenza di forti indici di pendolarismo.

La successiva tabella sintetizza i dati riguardanti gli spostamenti giornalieri riferiti a motivi di lavoro e studio risultanti dal 15° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni 2011.

	Popolazione residente che si sposta giornalmente				
	Studio	Lavoro	Totale	Residenti	% pendolari su residenti
Regione Lombardia	1.587.810	3.657.960	5.245.770	9.709.199	54,0
Provincia di Monza e Brianza	141.518	325.422	466.940	840.374	55,6
Comune di Varedo	2.061	4.856	6.917	12.770	54,1

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT, 15° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, dati ottobre 2011

L'incidenza percentuale della popolazione pendolare di Varedo risulta anaologa ai valori regionali e provinciali.

Nel complesso i parametri esaminati risultano sostanzialmente allineati, per quanto riguarda il Comune di Varedo, rispetto ai valori di riferimento regionali e provinciali; questo equivale ad ritenere che i valori statistici sono applicabili alla realtà di Varedo.

6. Il sistema distributivo comunale

6.1 L'evoluzione del sistema distributivo

Andremo ora a verificare l'andamento del sistema distributivo di Varedo, in termini di numero di esercizi presenti sul territorio, utilizzando i 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 30.06.2014.

Alimentari e misti

Anno	Numero esercizi	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	29	--	--
2004	26	-10,3	-10,3
2005	26	0,0	-10,3
2006	28	7,7	-3,4
2007	26	-7,1	-10,3
2008	26	0,0	-10,3
2009	23	-11,5	-20,7
2010	24	4,3	-17,2
2011	24	0,0	-17,2
2012	28	16,7	-3,4
2013	27	-3,6	-6,9
2014	30	11,1	3,4

Non alimentari

Anno	Numero esercizi	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	116	--	--
2004	112	-3,4	-3,4
2005	117	4,5	0,9
2006	118	0,9	1,7
2007	119	0,8	2,6
2008	118	-0,8	1,7
2009	119	0,8	2,6
2010	121	1,7	4,3
2011	119	-1,7	2,6
2012	119	0,0	2,6
2013	113	-5,0	-2,6
2014	116	2,7	0,0

TOTALE

Anno	Numero esercizi	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	145	--	--
2004	138	-4,8	-4,8
2005	143	3,6	-1,4
2006	146	2,1	0,7
2007	145	-0,7	0,0
2008	144	-0,7	-0,7
2009	142	-1,4	-2,1
2010	145	2,1	0,0
2011	143	-1,4	-1,4
2012	147	2,8	1,4
2013	140	-4,8	-3,4
2014	146	4,3	0,7

Alimentari

Anno	Superficie vendita	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	4.089	--	--
2004	3.960	-3,2	-3,2
2005	3.960	0,0	-3,2
2006	4.010	1,3	-1,9
2007	6.370	58,9	55,8
2008	6.370	0,0	55,8
2009	6.392	0,3	56,3
2010	6.415	0,4	56,9
2011	6.415	0,0	56,9
2012	8.965	39,8	119,2
2013	8.925	-0,4	118,3
2014	9.135	2,4	123,4

Non alimentari

Anno	Superficie vendita	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	21.488	--	--
2004	18.488	-14,0	-14,0
2005	18.374	-0,6	-14,5
2006	17.159	-6,6	-20,1
2007	17.174	0,1	-20,1
2008	16.806	-2,1	-21,8
2009	16.292	-3,1	-24,2
2010	16.400	0,7	-23,7
2011	14.050	-14,3	-34,6
2012	14.050	0,0	-34,6
2013	14.350	2,1	-33,2
2014	13.101	-8,7	-39,0

TOTALE

Anno	Superficie vendita	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	25.577	--	--
2004	22.448	-12,2	-12,2
2005	22.334	-0,5	-12,7
2006	21.169	-5,2	-17,2
2007	23.544	11,2	-7,9
2008	23.176	-1,6	-9,4
2009	22.684	-2,1	-11,3
2010	22.815	0,6	-10,8
2011	20.465	-10,3	-20,0
2012	23.015	12,5	-10,0
2013	23.275	1,1	-9,0
2014	22.236	-4,5	-13,1

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni dal 2003 al 2014

Il sistema distributivo di Varedo nel suo complesso nel periodo compreso tra il 2003 (data di inizio delle rilevazioni Regionali) e l'anno 2014, in termini di numero di attività ha registrato un saldo positivo mentre le superfici di vendita sono diminuite.

L'andamento, sia per il numero di attività che per le superfici di vendita, nel complesso è stato discontinuo, e le variazioni sono di fatto concentrate negli anni che hanno registrato cessazioni o aperture di grandi (cessazione di un mobilificio autorizzato per 3.000 mq di vendita nel corso del 2004; traferimento e ampliamento per la trasformazione del supermercato Esselunga in superstore con passaggio dalla tipologia della media a quella della grande struttura) o medie strutture di vendita (cessazione di diverse attività di mobilificio; apertura centro commerciale via Monte Rosa).

Esaminando separatamente la situazione dei diversi settori, emerge, con riferimento alle superfici di vendita, che per il settore alimentare l'andamento è stato costantemente positivo rispetto al dato 2003, grazie all'inserimento di esercizi moderni e attrattivi (sia per ampliamento dell'esistente che per nuova

apertura), mentre per il settore non alimentare la cessazione di diverse medie strutture di vendita, effetto della crisi delle attività di produzione e vendita di mobili e complementi di arredo comune a tutta la zona della Brianza, ha comportato in Varedo una costante contrazione della superficie di vendita del settore.

6.2 La situazione del commercio al dettaglio in sede fissa

L'analisi della situazione del commercio al dettaglio nel Comune verrà effettuata sulla base dei dati aggiornati al 31 gennaio 2015; sulla base di tali dati le attività presenti risultano sia numericamente, che in termini di superfici di vendita, inferiori rispetto al dato registrato nella Banca Dati Regionali, e questo perché nella banca dati alcuni esercizi (ad esempio i negozi inseriti nella struttura Esselunga) risultano conteggiati sia con riferimento alla specifica tipologia dimensionale (vicinato, medie strutture) che all'interno del centro commerciale di riferimento; inoltre la banca dati non è aggiornata alla fine dell'anno fiscale, e non tiene conto delle cessazioni definitivi e cancellazioni dai Registri Camerali, che si concentrano tradizionalmente nella seconda metà del mese di dicembre; da ultimo, le superfici di vendita risentono anche delle misurazioni, che, soprattutto per gli esercizi di vendita abbinati ad altra attività prevalente (bar pasticceria, vendita di bevande in attività artigianale di pizzeria o gastronomia, vendita di tabacchi o giornali in bar o distributori carburante, vendita di cosmetici e bigiotteria presso gli acconciatori) possono portare a considerare il complesso dell'attività, e quindi una superficie molto superiore rispetto alla superficie di vendita effettiva, spesso di pochi mq.

Ciò premesso, la rete di vendita di Varedo, al 31 gennaio 2015, risultava così composta: 25 esercizi di vicinato per complessivi 1.048 mq. per il settore

alimentare o misto e 87 per 6.475 mq. per quello non alimentare; le medie strutture sono 2 per un totale di 2.873 mq per il settore misto con prevalenza alimentare e 8 per 5.791 mq per quello non alimentare; è presente una grande struttura di vendita mista di 4.805 mq complessivi dei quali 2.335 per il settore alimentare e 2.470 per quello non alimentare.

La sintesi della situazione al gennaio 2015 è quindi la seguente:

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	28	8.726 mq
Non alimentare	95	12.266 mq
Totale	123	20.992 mq

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 123 esercizi di Varedo si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi
25	1.048	2	2.873	1	4.805

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi
87	6.475	8	5.791	0	0

Per valutare l'offerta commerciale di Varedo, 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 negozi; 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 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	9.984.650	29.362	340
Provincia di Monza e Brianza	863.757	1.699	508
Varedo	13.161	25	526

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.984.650	85.628	117
Provincia di Monza e Brianza	863.757	5.691	152
Varedo	13.161	87	151

Fonte: Banca dati Regione Lombardia 30.06.2014 e Istat giugno 2014; Comune di Varedo gennaio 2015

Per gli esercizi di vicinato in Varedo si riscontra, per il settore alimentare, una dotazione molto inferiore rispetto alla media regionale e sostanzialmente allineata a quella provinciale; questo dato si riconferma per il settore non alimentare, dove la dotazione, equivalente per Comune e Provincia, risulta comunque inferiore rispetto alla media regionale.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.984.661	1.343.683	135
Provincia di Monza e Brianza	863.757	88.500	102
Varedo	13.161	2.873	218

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.984.661	3.980.794	399
Provincia di Monza e Brianza	863.757	405.756	470
Varedo	13.161	5.791	440

Fonte: Banca dati Regione Lombardia 30.06.2014 e Istat giugno 2014; Comune di Varedo gennaio 2015

Per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, il Comune di Varedo per il settore alimentare presenta una dotazione superiore alla media sia regionale, che provinciale, mentre per quello non alimentare la media è allineata a quella provinciale e quindi superiore a quella regionale.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.984.661	892.395	89
Provincia di Monza e Brianza	863.757	71.208	82
Varedo	13.161	4.805	365

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.984.661	3.067.064	307
Provincia di Monza e Brianza	863.757	212.874	246
Varedo	13.161	--	

Fonte: Banca dati Regione Lombardia 30.06.2014 e Istat giugno 2014; Comune di Varedo gennaio 2015

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, per il settore alimentare la dotazione appare decisamente superiore rispetto sia al dato regionale che a quello provinciale. Per il settore non alimentare, l'assenza di questa tipologia di attività nel Comune di Varedo non permette di fare utili comparazioni.

Con tutta evidenza la rete di vendita tradizionale del Comune di Varedo ha conosciuto, in passato, in misura rilevante la concorrenza esercitata dalle attività della distribuzione organizzata che si sono inserite nel territorio comunale; tali esercizi, che si localizzavano in posizione sicuramente periferica al momento del loro insediamento sono ora parte integrante del tessuto urbano consolidato,

agevolmente raggiungibili da tutto il Comune. Questi esercizi al momento della loro apertura rappresentavano le attività più moderne della distribuzione organizzata, ma nel corso degli anni sono sorti, nei Comuni anche limitrofi, strutture commerciali di più ampie dimensioni, che hanno portato ad una ristrutturazione dell'esistente, attraverso ampliamenti e trasferimenti, che gli ha permesso di rimanere competitive.

6.3 Le attività di somministrazione

Per valutare l'offerta di servizi di somministrazione nell'ambito del territorio di Varedo utilizzeremo i dati più recenti disponibili per la Regione Lombardia (Ufficio Studi FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi, Rapporto annuale 2014). Sulla base di tali dati il settore contava, al 2013, 48.584 imprese attive, delle quali 25.501 bar o locali di prevalente somministrazione di bevande (senza cucina) e 22.507 ristoranti, i rimanenti 576 sono attività di mensa e catering.

Nel complesso, la nostra Regione conta un pubblico esercizio ogni 205 abitanti, con una media di un locale di prevalente somministrazione di alimenti ogni 443 abitanti e di un locale di prevalente somministrazione di bevande ogni 391 abitanti. Utilizzeremo questi i valori a livello comparativo per valutare la dotazione di attività a livello comunale: Varedo conta 44 attività di somministrazione attive, delle quali 29 non sono dotate di cucina. Il rapporto abitanti/esercizi complessivo è di 299 abitanti per esercizio, con 454 abitanti per ciascun bar e 877 esercizi di prevalente ristorazione.

	RAPPORTO ABITANTI/ESERCIZI		
	Alimenti	Bevande	TOTALE
REGIONE LOMBARDIA	443	391	**205**
VAREDO	877	454	**299**

Dal confronto emerge che, nel suo complesso, Varedo presenta una dotazione di attività di somministrazione aperte al pubblico inferiore ai valori regionali. In particolare è bassa l'offerta degli esercizi di somministrazione di alimenti.

Verosimilmente le caratteristiche del territorio, ed in particolare la presenza di ambiti produttivi e industriali con forte presenza di piccole e medie industrie prive di mensa, nonché la rete di vie di comunicazione sovracomunale che attraversano il Comune, interessato da un significativo traffico di attraversamento diurno, hanno favorito l'insediamento di attività che propongono un servizio sostitutivo del pasto meridiano, diretto prevalentemente ai lavoratori privi di servizio mensa ed ai consumatori in transito, che richiedono un servizio veloce e basso costo, tipico del bar-paninoteca-tavola calda piuttosto che del ristorante-trattoria.

6.4 *Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio*

Nel Comune di Varedo sono autorizzati 4 impianti di distribuzione al pubblico di carburanti per autotrazione, 3 dei quali risultano attualmente (gennaio 2015) attivi e localizzati lungo la Monza Saronno; il restante impianto, sito in viale Brianza, risulta invece aver sospeso l'attività fino alla data del 31 dicembre 2015.

7. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo commerciale

Il rapporto tra pianificazione commerciale e Piano di Governo del Territorio è definito nella D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352, che precisa che "*la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale …"* deve evidenziare *"… le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale*".

Varedo è un Comune della Provincia di Monza e Brianza, posto a meno di 10 km ad ovest del capoluogo di Monza, cui è collegato dalla S.P. 527 Monza Saronno e a poco più di 15 km a nord di Milano, raggiungibile attraversato la S.P. ex S.S. 35 Milano Meda; confina con Bovisio Masciago, Desio, Limbiate, Nova Milanese e Paderno Dugnano.

L'abitato presenta un nucleo principale, posto a ovest della via Circonvallazione, ottimamente servito dal servizio di trasporto pubblico grazie alla presenza di una stazione della linea S6 del Passante Trenord. E' inoltre presente una frazione di storica e tradizionale individuazione, Valera, posta a ovest della Superstrada Milano-Meda, che conta circa 5.000 abitanti; oltre il tracciato ferroviario è localizzato l'ambito industriale dismesso della Snia Viscosa, che occupa la gran parte del territorio ricompreso tra la ferrovia e il confine con Limbiate

Dal punto di vista commerciale, Varedo è caratterizzata da una presenza storica della grande distribuzione organizzata, rappresentato dal supermercato ad insegna Esselunga già localizzato a ridosso della Superstrada Milano Meda, oggetto di recente ampliamento, che lo ha trasformato da media a grande struttura di vendita articolata nella forma del centro commerciale, con contestuale trasferimento in ambito posto in fregio alla Monza-Saronno, in

posizione assolutamente baricentrica rispetto ai due nuclei abitati che compongono il Comune, il Capoluogo e Valera.

Il Comune, in prima analisi, presenta 3 realtà commerciali complementari: il sistema del centro storico (via Umberto I), che comprende un numero significativo di negozi di dimensioni limitate, che configurano un centro commerciale spontaneo capace di porsi come riferimento rispetto ai residenti dell'intero Comune; gli ambiti di rilievo sovracomunale, localizzati lungo la via Circonvallazione, a ridosso della Superstrada Milano-Meda o nelle aree poste in fregio a queste, dove si concentrano le attività di maggiori dimensioni, destinate oltre che ai residenti di Varedo, ai consumatori in transito; infine, il sistema commerciale interno all'abitato, che assicura un servizio di prossimità, seppur limitato nella sua entità.

All'interno dell'abitato si inserisce, a supporto del servizio offerto dal commercio in sede fissa, un mercato di dimensioni significative, quasi 100 posteggi, che si tiene nella mattina del giovedì nel parcheggio posto a ridosso della storica villa Bagatti Valsecchi.

Nel suo complesso, le dinamiche di sviluppo della rete di vendita a partire dall'anno 2003 mostrano un andamento discontinuo, le variazioni sono di fatto concentrate negli anni che hanno registrato cessazioni o aperture di grandi o medie strutture di vendita.

In questa situazione, riteniamo che le indicazioni di programmazione del settore commerciale debbano cercare di stimolare ed incentivarne l'integrazione diquesta funzione a livello territoriale, permettendo uno sviluppo organico e sostenibile del settore, con l'obiettivo prioritario di valorizzare tutto il territorio.

Per raggiungere questo obiettivo le ipotesi di sviluppo dovranno prioritariamente puntare ad integrare e sviluppare l'offerta commerciale, in

coerenza con le caratteristiche e le potenzialità infrastrutturali delle diverse zone del Comune.

In concreto, riteniamo che il commercio di vicinato debba sempre essere ammesso, per entrambi i settori merceologici, all'interno del tessuto urbano consolidato. Per gli ambiti di trasformazione, dovrà essere escluso solo eccezionalmente, laddove sia individuata una diversa funzione esclusiva assolutamente non compatibile.

Per quanto riguarda la valorizzazione del centro commerciale naturale del centro storico, occorrerà promuovere tutte le iniziative volte a favorire una sua migliore accessibilità, soprattutto attraverso interventi sulla viabilità, sulle aree a parcheggio e sulla mobilità ciclopedonale.

Per le medie strutture di vendita, dovrà esserne valorizzato il ruolo; infatti queste attività spesso riescono a collocarsi all'interno o comunque a margine del tessuto urbano consolidato.

Per raggiungere tale obiettivo potrebbe essere opportuno individuare una suddivisione in classi dimensionali delle medie strutture (è infatti ben diverso l'impatto di un punto vendita di 300 mq e di uno di 2.000, sebbene per quanto riguarda la definizione normativa di cui all'art. 4 del d.lgs. 114/98 si tratti in ogni caso di medie strutture di vendita); tale suddivisione dovrà essere utilizzata in modo flessibile, per individuare se del caso categorie che esprimano un carico urbanistico eccessivo rispetto al contesto territoriale di inserimento.

In tale ottica, una prima classe dimensionale potrebbe essere quella delle attività con superficie di vendita non superiore a 600 mq: queste attività, che propongono un servizio esclusivamente di prossimità e pedonale, da un punto

di vista territoriale, sono compatibili anche con l'abitato addensato inserito all'interno del tessuto urbano consolidato, per tutto l'abitato.

Una seconda classe dimensionale potrebbe essere quella delle attività con superficie di vendita compresa tra 601 e 1.000 mq: questi esercizi, che esprimono comunque un rilievo ed un'attrattività locale, potranno essere localizzati nelle parti del tessuto urbano consolidato di più recente edificazione, oltre che lungo le direttrici di traffico sovracomunale che attraversano il Comune, attraverso l'utilizzo degli adeguati strumenti edilizi abilitativi.

Infine, le medie strutture di vendita con superficie di vendita superiore ai 1.000 mq potranno essere ammesse solo attraverso procedure abilitative edilizie che garantiscano la verifica degli aspetti di compatibilità infrastrutturale dell'iniziativa, e quindi attraverso l'adozione di Piano Attuativo.

In tutti i casi di insediamento di medie struttura di vendita dovrà essere valorizzata la vocazione commerciale espressa dalle aree poste in fregio al sistema infrastrutturale sovracomunale che attraversa il Comune mentre, al contrario, dovrà essere salvaguardata la vocazione produttiva dei comparti destinati all'insediamento di attività industriali ed artigianali; naturalmente dovranno essere assicurate le condizioni di compatibilità e sostenibilità dell'intervento per quanto riguarda l'accessibilità e la viabilità.

Per le grandi strutture di vendita, non riteniamo che il loro possibile sviluppo possa essere escluso a priori, anche in funzione della razionalizzazione delle polarità già esistenti (coerentemente con le indicazioni del Programma Regionale di Sviluppo del Settore Commerciale vigente) e le opportunità che l'inserimento di queste attività svolge in funzione del recupero delle aree dismesse e degradate; in ogni caso, considerato il forte impatto che tali attività hanno sul sistema viabilistico, non si possono che richiamare le considerazioni

appena svolte per quanto riguarda gli aspetti di verifica legati all'insediamento delle medie strutture di vendita, ricordando che particolare attenzione dovrà essere prestata alla necessità di definire, nell'apposita sede di Conferenza di Servizi ex art. 9 d.lgs. 114/98 e conseguenti disposizioni regionali attuative, le misure e gli impegni degli operatori atti a garantire le corrette condizioni di compatibilità e sostenibilità dell'insediamento.

Per quanto riguarda le strutture articolate in forma unitaria, sarà sempre ammessa la possibilità di articolare le medie e le grandi strutture, esistenti e di nuovo insediamento, nella forma del centro o parco commerciale, al fine di permettere una maggior flessibilità nella definizione del lay-out complessivo, particolarmente importante nell'attuale periodo al fine di permettere una riqualificazione dell'esistente.

Per le attività di somministrazione di alimenti e bevande, oltre ad ammetterne l'attivazione nelle aree esterne all'abitato, dove svolgono un servizio rispetto all'utenza anche sovracomunale, dovrà essere favorito ed ammesso il loro insediamento all'interno del tessuto urbano consolidato in funzione del presidio sociale che le stesse svolgono, verificando e articolando la compatibilità sociale e territoriale del loro insediamento anche sulla base delle dimensioni e della tipologia.

Per gli impianti di distribuzione di carburante, come abbiamo segnalato, non sussiste discrezionalità per quanto riguarda gli aspetti amministrativi e procedurali, ferma restando la necessità di individuare specificamente, dal punto di vista urbanistico, le potenziali localizzazioni.

La rete di carburanti presente nel Comune, che conta la presenza di 4 impianti (di cui 3 attivi), risulta sicuramente tale da assicurare un servizio adeguato ai residenti del Comune ed anche a quelli dei Comuni vicini, che di fatto formano con Varedo un'unica conurbazione addensata.

ALLEGATO

ANALISI DELLE INTERVISTE AGLI OPERATORI COMMERCIALI

1. Oggetto dell'analisi

La presente analisi è sviluppata a corredo del Piano di Governo del Territorio (P.G.T.) e, in particolare, è parte dell'analisi del sistema distributivo comunale, allegata al Documento di Piano.
E' finalizzata a esaminare alcune problematiche relative al settore commerciale in senso ampio, considerando quindi attività di vendita al dettaglio in sede fissa, attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche e attività di somministrazione di alimenti e bevande.

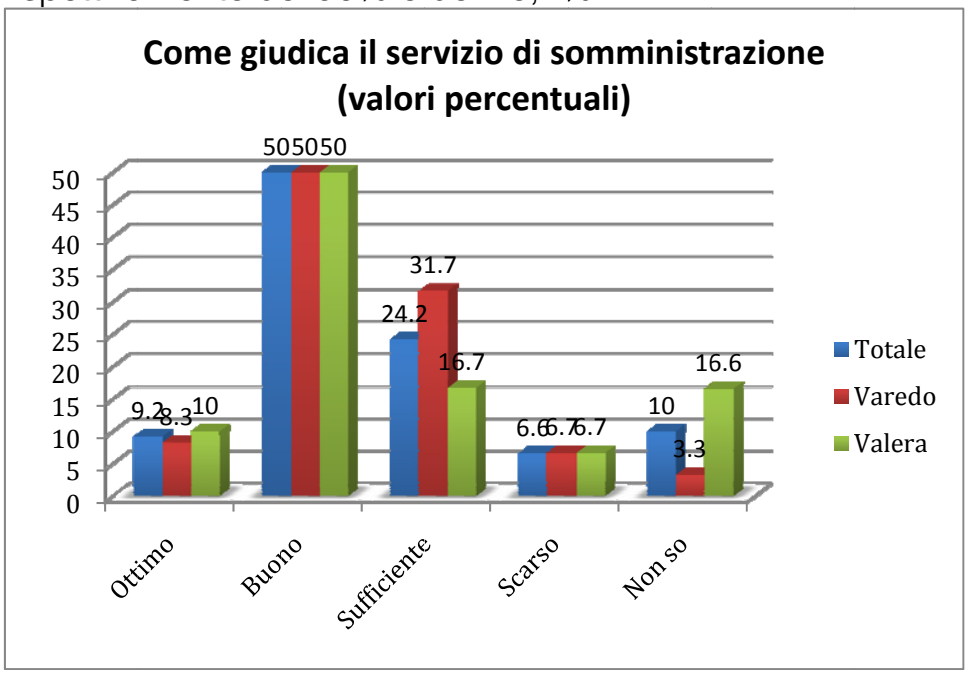
Per meglio comprendere le dinamiche del settore commerciale in senso ampio, è stato somministrato a un campione di operatori un questionario a risposta chiusa; la somministrazione è avvenuta in parte con metodo "faccia a faccia" e in parte tramite interviste telefoniche.
Il campione, estratto a casa tra il complesso degli operatori presenti sul territorio, è risultato composto da 6 ambulanti, 9 esercenti di attività di somministrazione e 15 commercianti al dettaglio in sede fissa.

PARTE I

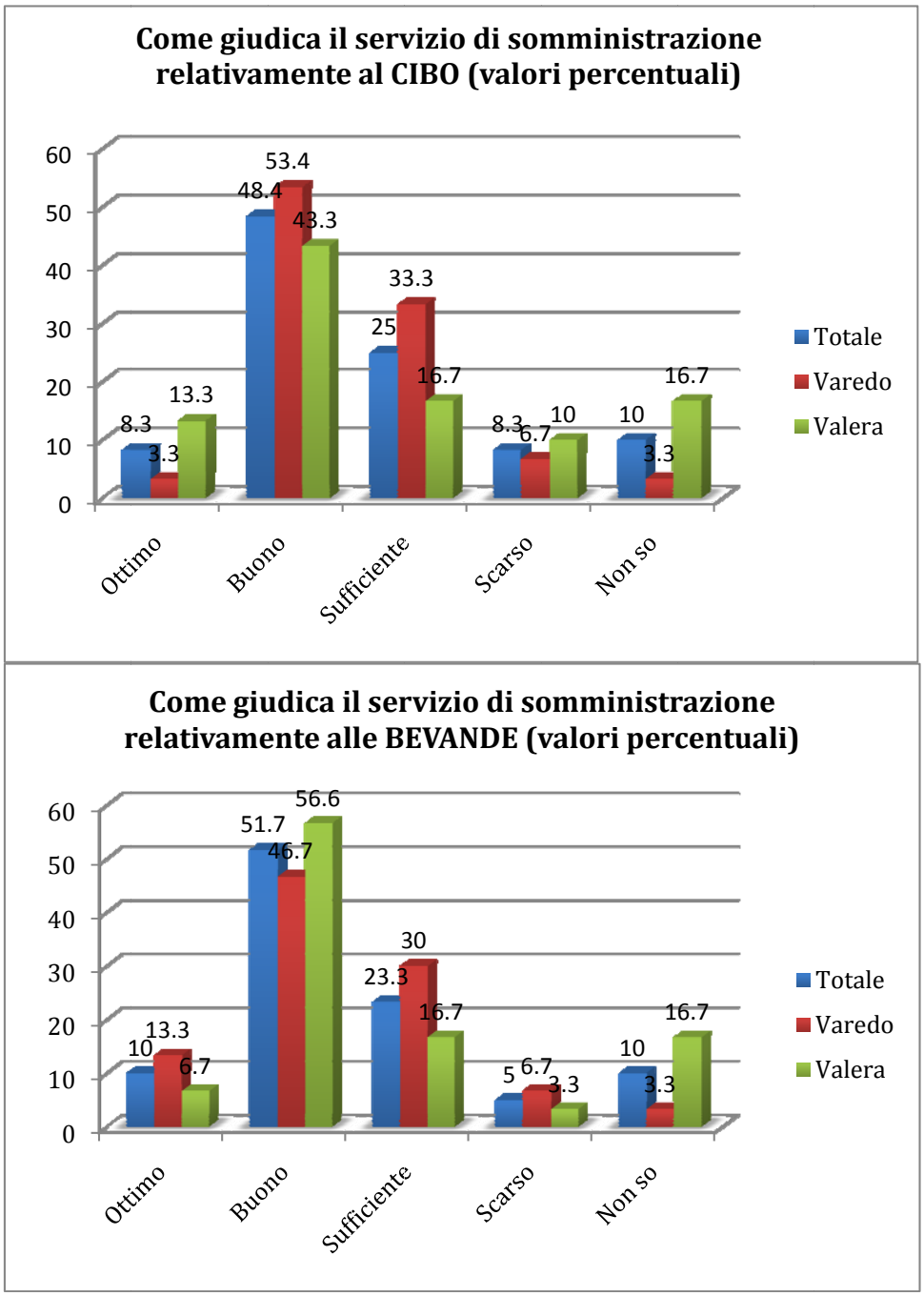
2. Le attività di somministrazione

2.1 Il servizio offerto

In Comune sono attive 44 attività per la somministrazione di alimenti e bevande. Tra queste, 29 (pari al 66%) sono prive di cucina e sono pertanto attività di prevalente somministrazione di bevande.
In generale il servizio offerto sul territorio viene giudicato "buono" (50% delle risposte) o comunque sufficiente (24,2%); considerando separatamente i due nuclei di Varedo e di Valera la situazione non cambia: a Varedo il servizio è buono nel 50% dei casi e sufficiente nel 31,7%, a Valera le quote sono rispettivamente del 50% e del 16,7%.



Considerando separatamente le attività che somministrano prevalentemente cibo (ristoranti, pizzerie ecc) da quelle che somministrano prevalentemente bevande (bar ecc) non emergono differenze sostanziali e il servizio risulta in generale comunque "buono", come mostrano i grafici seguenti:



La ristorazione a mezzogiorno risulta adeguata (73,3%) alle necessità dei lavoratori sul territorio comunale e dei passanti.

2.2 Problematiche legate alle attività di somministrazione

Si è domandato se la presenza delle attività di somministrazione, in particolar modo lungo l'asse di via Umberto I – viale Brianza, crea problemi di utilizzo delle aree di sosta.

Nella maggior parte dei casi, si evidenziano problemi pesanti (41,4%) o tollerabili (27,6%), mentre solo un terzo circa delle risposte (31%) indica che le attività di somministrazione non creano problemi di parcheggio.

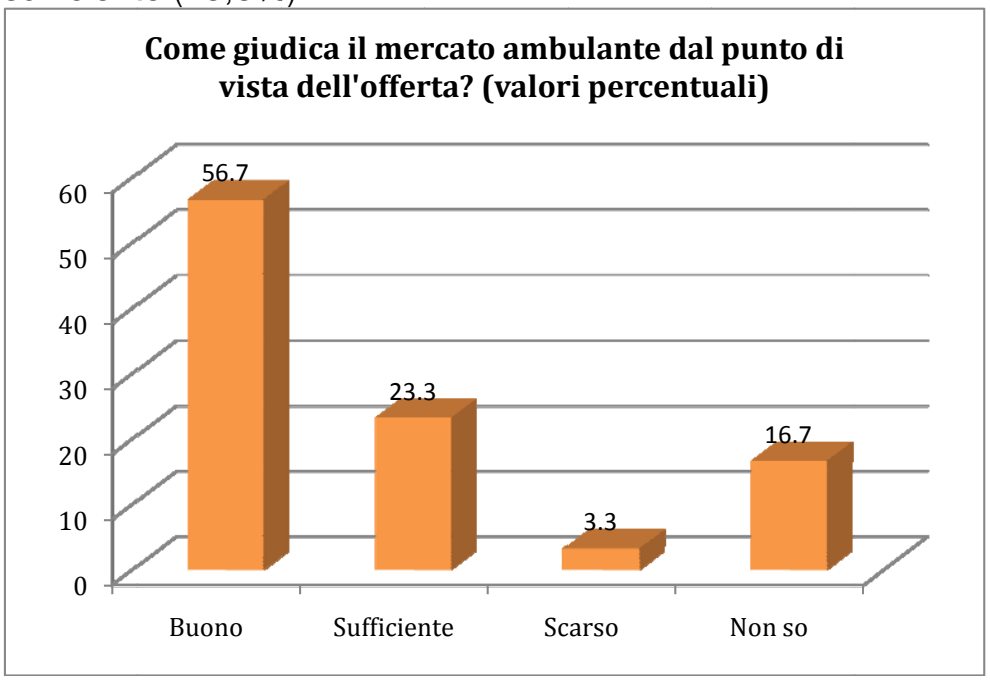
Dal punto di vista del trattenimento organizzato dalle attività di somministrazione, invece, non si riscontrano problemi sul territorio (80%).

3. Il commercio su aree pubbliche

3.1 Il servizio offerto

Il mercato settimanale si svolge il giovedì mattina e conta 94 posteggi, dei quali 27 per il settore alimentare e 67 per il non alimentare. A questi si aggiungono un posteggio per battitore e uno per agricoltore.
Si segnala che a fine 2012 è stata inaugurata la nuova area mercatale in via Rebuzzini.

Dal punto di vista dell'offerta, il mercato è giudicato buono (56,7%) o comunque sufficiente (23,3%):



3.2 Problematiche legate alle attività di commercio su aree pubbliche

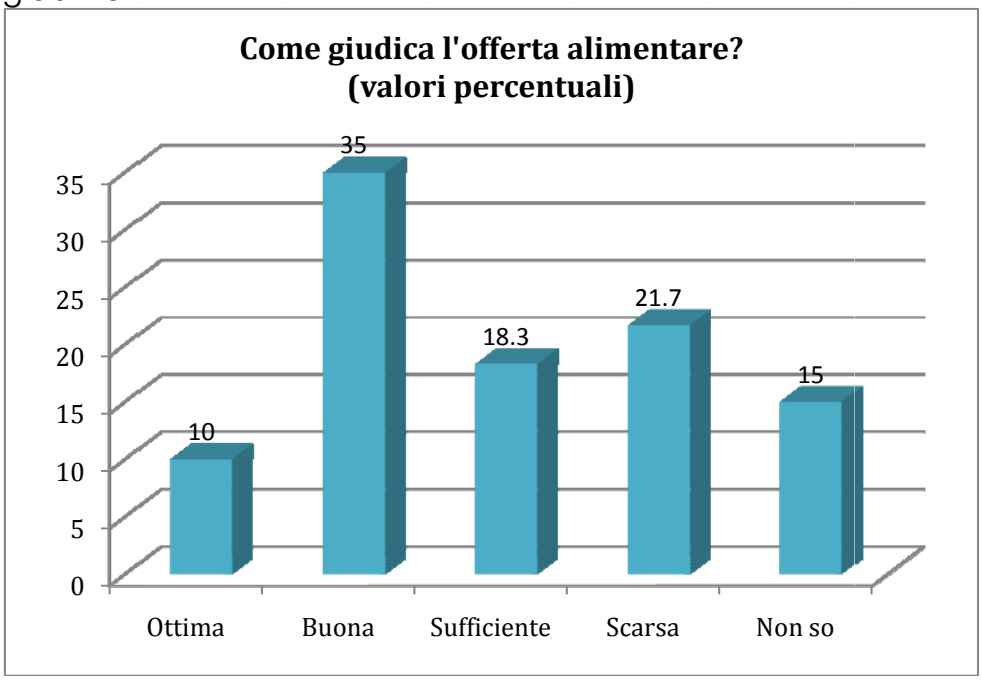
Per quanto riguarda i parcheggi in riferimento al mercato, la metà delle risposte indica che non si registra una carenza degli stessi, mentre circa un terzo (36,7%) segnala una carenza (le restanti risposte indicano un "non so").

4. Il commercio al dettaglio in sede fissa

4.1 Il servizio offerto

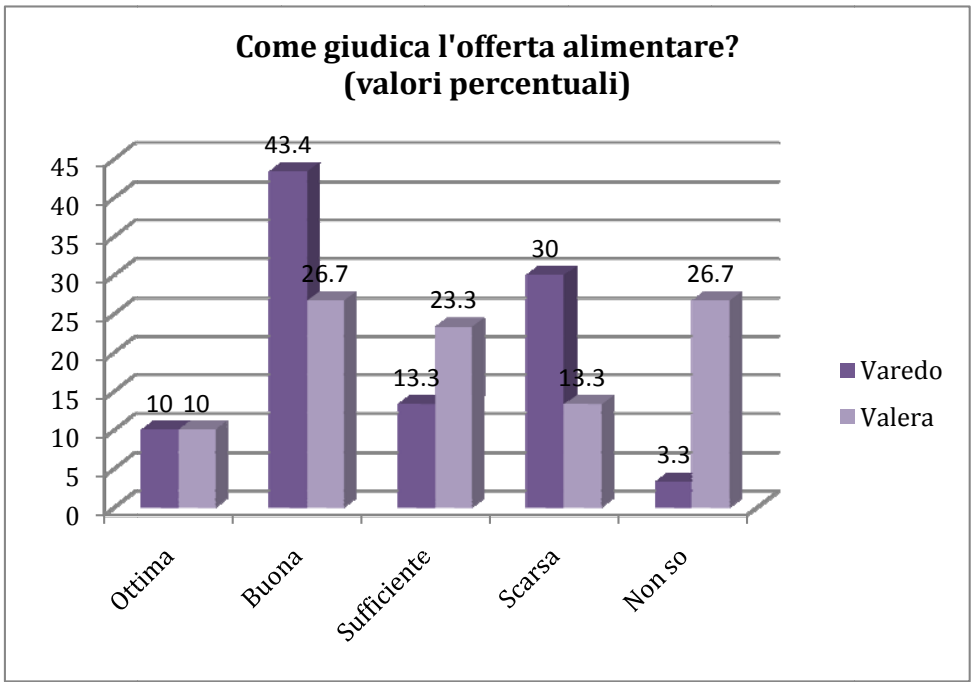
A gennaio 2015 in Varedo risultavano 112 esercizi di vicinato (dei quali 25 per il settore alimentare o "misto" e 87 per il non alimentare), 10 medie strutture (due delle quali a prevalenza alimentare e 8 non alimentari) e 1 grande struttura "mista", alimentare e non alimentare.
Le interviste si sono concentrate sul settore alimentare, fondamentale per i bisogni quotidiani anche dei soggetti che incontrano difficoltà di spostamento.

In generale, l'offerta alimentare è giudicata buona (35%) o comunque sufficiente (18,3%), se non ottima (10%); resta una quota importante di intervistati che ritiene l'offerta alimentare scarsa (21,7%) – in particolare con riferimento ai negozi di vicinato; i restanti intervistati (15%) non hanno saputo esprimere un giudizio.



Considerando separatamente Varedo e Valera, emergono alcune differenze: in Varedo l'offerta è giudicata scarsa in misura più che doppia che a Valera; di

contro, le risposte "non so" sono marcatamente più numerose rispetto all'ambito territoriale di Valera che non rispetto a quello di Varedo.



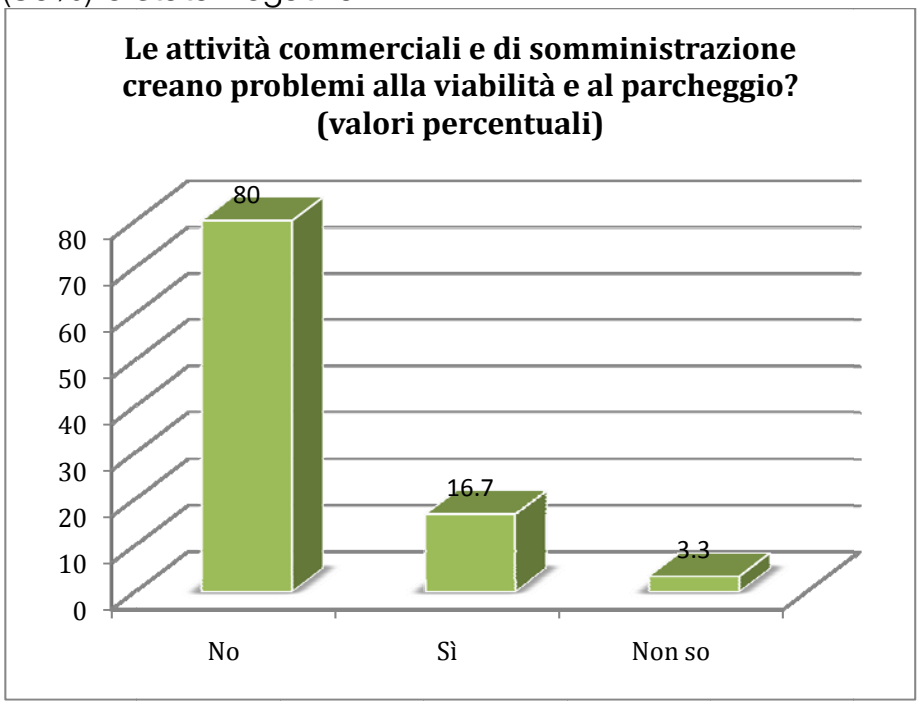
Segnaliamo che chi ha indicato come "scarsa" l'offerta alimentare si riferiva in particolare agli esercizi di vicinato, per tutti i generi alimentari.

4.2 Problematiche legate alle attività di commercio al dettaglio in sede fissa

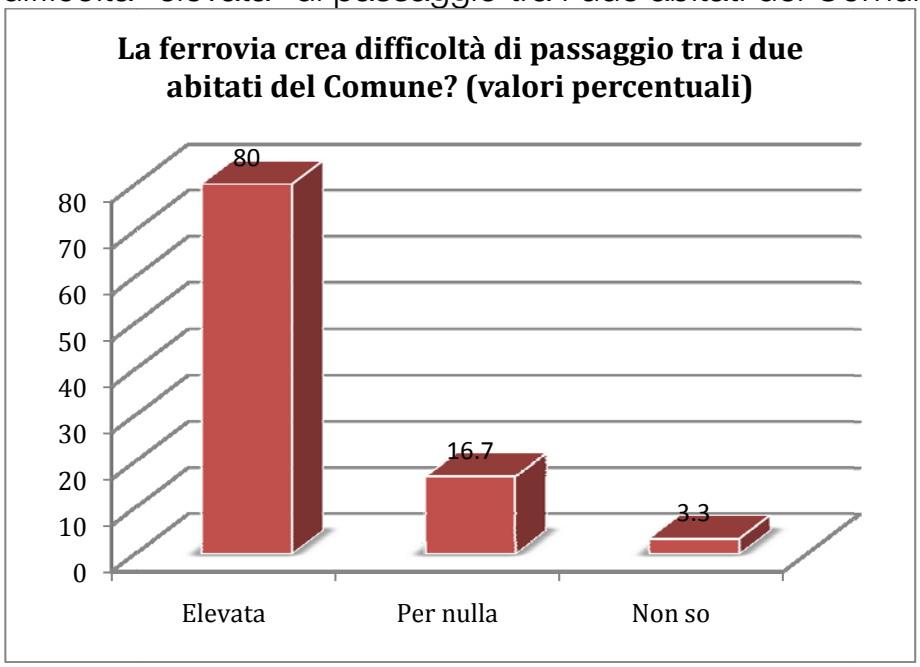
Sempre con riferimento al settore alimentare, si è verificato se le strutture della grande distribuzione organizzata (in particolare, Esselunga ed Eurospin) creano problemi di parcheggio e/o viabilità.
Nella maggior parte dei casi (73,3%) la risposta è stata negativa.

5. Viabilità

Le attività commerciali possono causare importanti problemi di viabilità e di parcheggio. A tal proposito, si è domandato agli intervistati se in generale le attività di commercio al dettaglio e di somministrazione di alimentati e bevande creino problemi anche in Comune di Varedo. La maggior parte delle risposte (80%) è stata negativa.



Sempre sul tema viabilità, invece, la presenza della ferrovia determina una difficoltà "elevata" di passaggio tra i due abitati del Comune.

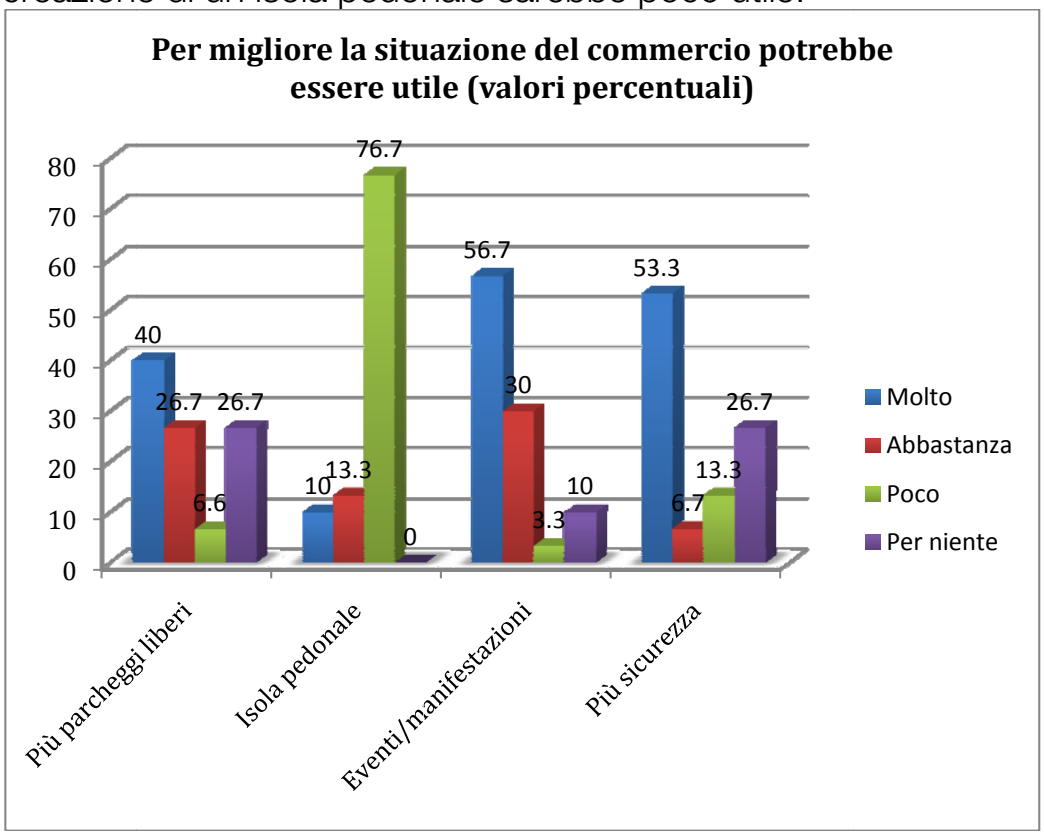


PARTE II
SUGGERIMENTI

6. Ipotesi per migliorare la situazione commerciale

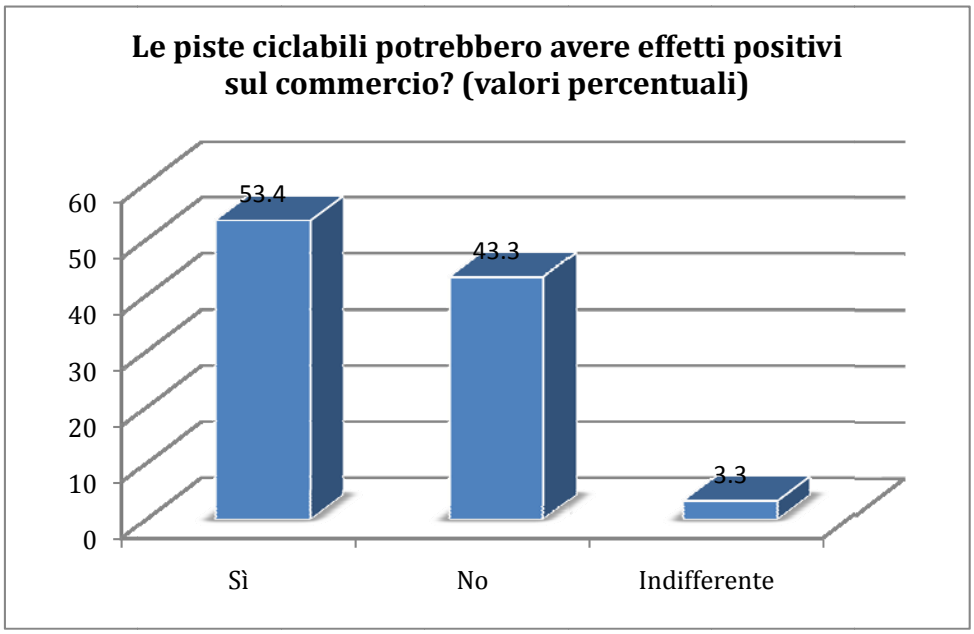
Fotografata la situazione commerciale nelle tre declinazioni della somministrazione di alimenti e bevande, del commercio su aree pubbliche e del commercio al dettaglio in sede fissa, è stato domandato agli operatori se alcuni accorgimenti potrebbero migliorare la situazione commerciale in Comune.
Specificamente, si sono proposti alcuni interventi e per ognuno è stato chiesto se potrebbe essere molto/abbastanza/poco/per niente utile.

Si segnala che sono ritenuti molto incisivi sia l'organizzazione di eventi/manifestazioni ("molto" utile nel 56,7% dei casi), sia un incremento della sicurezza sul territorio ("molto" utile nel 53,3% dei casi). La richiesta di maggiore sicurezza, tuttavia, stante l'assenza di situazioni critiche segnalate ai competenti uffici, è molto probabilmente legata all'assenza di vitalità "sociale" e non a problemi effettivi di ordine pubblico. Il che è confermato, peraltro, anche dalla positiva valutazione dell'eventuali organizzazione di eventi e manifestazioni.
Altrettanto significativo che nella stragrande maggioranza dei casi (76,7%) la creazione di un'isola pedonale sarebbe poco utile.



Per finire, considerati i progetti legati al Piano di Governo del Territorio (P.G.T.), si è domandato se la realizzazione e/o l'incremento delle piste ciclabili potrebbe avere effetti positivi sul commercio.

Sostanzialmente le risposte positive e quelle negative si bilanciano (rispettivamente, 53,4% e 43,3%), accompagnate da una minima parte (3,3%) di risposte che segnalano indifferenza rispetto a questo tema.



7. Conclusioni

In generale, la situazione del commercio in Comune di Varedo non presenta problematiche rilevanti.

L'offerta risulta adeguata all'utenza e la presenza di alcune strutture della moderna distribuzione organizzata richiama convergenze anche dai Comuni limitrofi, così come il mercato settimanale che grazie alla sua nuova collocazione risulta agevolmente raggiungibile e ben dotato di aree a parcheggio.

Emerge un certo bisogno di "socialità", sia in termini di organizzazione di eventi e manifestazioni sia in termini maggior presenza della popolazione sul territorio (da cui, con ogni probabilità, la percezione di poca sicurezza); socialità che potrebbe avere effetti positivi sul sistema commerciale.