

RESPONSABILE SCIENTIFICO
Prof. Arch. Francesco Karrer

COORDINAMENTO GENERALE E R.U.P.
Arch. Gianpiero Ribolla

UFFICIO DI PIANO

Ermes Barba & Mauro Salvadori
Architetti Associati

Arch. Lorenza Barbagallo

Ing. Laura Boldi

Arch. Ornella Fogliata

Arch. Mariarosa Maifrini

Arch. Daniela Marini

Arch. Elena Pivato

Ing. Claudia Rebuffoni
Studio Rossi e Associati

Arch. Mattia Romani

Arch. Pierfrancesco Terlizzi
Studio G & T Gallucci e Terlizzi Architetti Associati

Arch. Paolo Livi

Geom. Paolo Martinelli

Dott. Davide Moretti

COLLABORATORI

Arch. Marco Agostini - Ing. Susi Canti

Alberto Gadola - Arch. Laura Treccani

Avv. Diana Mastrilli

Servizio Amministrativo del Settore Urbanistica

CONSULENZA INFORMATICA

Ing. Marino Bocchi

CONSULENZA LEGALE

Avv. Mauro Ballerini

COMPONENTE AGRONOMICA

Dott. Agr. Benedetto Rebecchi

D.ssa Agr. A. Mazzoleni - D.ssa For. E. Zanotti

COMPONENTE GEOLOGICA

Dott. Pier Luigi Vercesi

COMPONENTE COMMERCIO

Settore Marketing Urbano,
Commercio e tutela consumatori

Adozione: Straolzini & Partners Srl

Approvazione: Prassicoop Srl

MOBILITA' E TRAFFICO

Settore Mobilità e Traffico

Brescia Mobilità Spa

AUTORITA' COMPETENTE PER LA V.A.S.

Ing. Angelantonio Capretti

Tavola N.

Allegati - Componente del commercio

ALall03r-bis

Studio PGT per Attività Commerciali e Assimilate

Sindaco

On. Av. Adriano Paroli

Assessore all'Urbanistica

Avv. Paola Vilardi

Responsabile Area Gestione del Territorio

D.ssa Daria Rossi

Responsabile Settore Urbanistica

Responsabile Unico del Procedimento - Progettista
Arch. Gianpiero Ribolla

Quadro:

Adozione: Delibera n°163/71826 del 29/09/2011

Scala: 1:15.000

Approvazione: Delibera n 57/19378 del 19/03/2012

Data: Settembre 2012

Pubblicazione:

SOMMARIO

HANNO COLLABORATO ALLA STESURA :	IV
SOMMARIO.....	I
INDICE TABELLE.....	III
INDICE GRAFICI	V
INDICE FIGURE	VI
INDICE CARTINE	VII
PREMESSA.....	1
A. INQUADRAMENTO GIURIDICO	3
A.1 LA NORMATIVA DEL SETTORE COMMERCIO	4
A.1.1 <i>Disposizioni Nazionali</i>	6
<i>Disposizioni Regionali</i>	7
A.1.1.1 Le norme quadro (Testo Unico del Commercio).....	7
A.1.1.2 Il Programma Pluriennale	9
A.1.1.2.1 Le Disposizioni Applicative.....	11
A.1.1.3 La legge sul Governo del Territorio.....	14
A.1.2 <i>Atti di Pianificazione Sovraccomunale</i>	16
A.1.2.1 Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP)	16
A.2 L'ATTUALE PGT E LA NORMATIVA COMMERCIALE	17
B. STUDI PRELIMINARI	19
B.1 TERRITORIO.....	19
B.1.1 <i>Collocazione e Appartenenza</i>	19
B.1.2 <i>Caratteristiche degli Insediamenti</i>	19
B.2 ANALISI DEMOGRAFICA	20
B.2.1 <i>Caratteristiche generali</i>	20
B.2.2 <i>Andamento demografico</i>	20
B.2.3 <i>Distribuzione per classi di età</i>	22
B.2.4 <i>Indici Demografici</i>	24
B.2.4.1 Indice di vecchiaia.....	24
B.2.4.2 Indice di dipendenza totale	24
B.2.4.3 Indice di dipendenza giovanile	25
B.2.4.4 Indice di dipendenza degli anziani	25
B.2.4.5 Indice di carico familiare.....	25
B.2.4.6 Indice di struttura della popolazione in età lavorativa	26
B.2.4.7 Indice di ricambio della popolazione in età lavorativa	26
B.2.5 <i>Presenza di popolazione di origine non italiana</i>	27
B.3 ANALISI DELLA DOMANDA.....	31
B.3.1 <i>Stima dei Redditi</i>	31
B.3.1.1 Metodologia e Fonti	31
B.3.2 <i>Stima dei Consumi</i>	32
B.3.2.1 Metodologia e Fonti	32
B.3.2.2 I Consumi Locali	43
B.4 ANALISI DELL'OFFERTA.....	44
B.4.1 <i>Offerta Commerciale al dettaglio</i>	44
B.4.1.1 Commercio Fisso	44
B.4.1.1.1 Offerta a Scala Sovraccomunale	45
B.4.1.1.1.1 La Struttura del Commercio nell'Area Bresciana	51
B.4.1.1.2 Offerta a Scala Comunale	54

B.4.1.1.2.1	Entità e Caratteristiche	54
B.4.1.1.2.1.1	Analisi della Grande Distribuzione Organizzata (GDO)	55
B.4.1.1.2.1.2	Confronti	75
B.4.1.1.3	Distribuzione Territoriale	79
B.4.1.1.3.1	Distribuzione rispetto alla residenza	79
B.4.1.1.3.1.1	Caratteristiche delle Zone	79
B.4.1.1.3.1.2	Distribuzione Grandi Strutture di vendita	81
B.4.1.1.3.1.3	Distribuzione Medie Strutture di vendita	89
B.4.1.1.3.1.4	Distribuzione della GdO	96
B.4.1.1.4	Andamento temporale del servizio	102
B.4.1.2	Commercio su Aree Pubbliche	107
B.4.2	<i>Attività di Commercio all'Ingresso</i>	108
B.4.3	<i>Attività di Somministrazione di Alimenti e bevande</i>	109
B.4.4	<i>Attività Paracommerciali (Assimilate)</i>	112
B.4.5	<i>Aspetti Occupazionali</i>	114
B.5	CONFRONTO DOMANDA / OFFERTA	115
B.5.1	<i>Metodologia</i>	115
B.5.2	<i>Quantificazione dell'offerta locale</i>	116
B.5.3	<i>Rapporto Domanda/Offerta</i>	117
B.6	VIABILITÀ ED ACCESSIBILITÀ	119
C.	VALUTAZIONE DELLE CRITICITÀ E POTENZIALITÀ	120
D.	SCELTE PROGETTUALI	125
D.1	LE PREVISIONI DEL PGT PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE	125
D.1.1	<i>Analisi delle localizzazioni previste</i>	126
D.1.1.1	AREA1- Magazzini generali con nuovi uffici del Comune = UNITA' DI INTERVENTO L.4	126
D.1.1.2	AREA2- Grande struttura articoli per la casa- via S. Eufemia = UNITA' DI INTERVENTO R.1.1	127
D.1.1.3	AREA 3- PIETRA CURVA = UNITA' DI INTERVENTO L.2.1	127
D.1.1.4	AREA 4 AT D1- Aree ex IDRA di via Triumplina	128
D.1.1.5	AREA 5 – MACELLO- = UNITA' DI INTERVENTO L5	128
D.2	ULTERIORI VALUTAZIONI E SUGGERIMENTI GENERALI	129
D.2.1	<i>Modifiche da inserire in normativa in sede di accoglimento delle osservazioni</i>	130
D.2.2	<i>Suggerimenti per ulteriori modifiche successive</i>	131
D.2.2.1	Obiettivi	131
D.2.2.2	Strategie di intervento	132
D.2.2.2.1	Valorizzazione del servizio di vicinato	132
D.2.2.2.2	Valorizzazione delle sinergie	132
D.2.2.2.3	Il distretto commerciale	133
D.3	IL MODELLO DISTRIBUTIVO	133
E.	APPENDICE	134
E.1	DEFINIZIONE DEI SISTEMI COMMERCIALI	134
E.2	ARTICOLAZIONE COMMERCIALE SUL TERRITORIO	134
E.2.1	<i>Aree di insediamento commerciale</i>	134
E.2.1.1	SC Sistemi commerciali	135
E.2.1.1.1	SCL Sistemi commerciali lineari	135
E.2.1.1.2	SCA Sistemi commerciali areali	135
E.2.1.1.2.1	SCAP Sistemi commerciali areali programmati	136
E.2.1.1.2.2	SCANP Sistemi commerciali areali non programmati:	137
E.2.1.2	ACNA Aree a presenza commerciale non addensata	137
E.2.2	<i>Aree tendenzialmente non commerciali</i>	137
E.2.2.1	ANCE Aree tendenzialmente non commerciali edificabili	137
E.2.2.2	ANCN Aree tendenzialmente non commerciali non edificabili	138

INDICE TABELLE

Tabella 1 Inquadramento Territoriale	19
Tabella 2 Variazione demografica ultimo triennio e nel decennio	22
Tabella 3 indici demografici	24
Tabella 4 incidenza percentuale della popolazione straniera	27
Tabella 5 indici demografici confronto tra popolazione residente e residenti stranieri.....	29
Tabella 6 residenti stranieri per paese di provenienza.....	29
Tabella 7 - Redditi pro capite per Provincia della Lombardia – anno 2008.....	31
Tabella 8 – Consumi pro capite per voci a livello di macro regioni - 2009	35
Tabella 9 – Consumi pro capite per raggruppamenti a livello regionale 2009.....	37
Tabella 10 – Calcolo incidenze percentuali per raggruppamenti di voci 2009	38
Tabella 11 – Consumi pro capite per provincia della Lombardia anno 2009 - indici	39
Tabella 12 – Consumi pro capite per provincia in Lombardia anno 2009 – Valori Assoluti	39
Tabella 13 – Spesa complessiva per consumi nelle province lombarde anno 2009 (Milioni di €)	40
Tabella 14 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2009.....	40
Tabella 15 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2011.....	41
Tabella 16 – Provincia di BRESCIA valori dei consumi anno 2011	41
Tabella 17 – Comune di BRESCIA valori dei consumi anno 2011	43
Tabella 18 – Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini – Esercizi di vicinato valori assoluti	45
Tabella 19 – Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini – Esercizi di vicinato indici.....	46
Tabella 20 – Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini - Medie Strutture	46
Tabella 21 Esercizi di vicinato autorizzati e loro superficie, in Lombardia al 30 giugno 2011	48
Tabella 22 Esercizi di vicinato autorizzati in Lombardia al 30 giugno 2011- Densità	48
Tabella 23 Superfici ed esercizi autorizzati di Medie Strutture di vendita Lombardia 30 giugno 2011	49
Tabella 24 Medie Strutture di vendita autorizzate in Lombardia al 30 giugno 2011 - Densità.....	49
Tabella 25 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2011.....	50
Tabella 26 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2009- Densità	50
Tabella 27 Elenco Grandi Strutture di Vendita nell’Hinterland di Brescia.....	52
Tabella 28 Unita’ Locali con attivita’ prevalente di commercio al dettaglio	54
Tabella 29 Grandi strutture di Vendita.....	55
Tabella 30 Articolazione delle Grandi Strutture per tipologia	55
Tabella 31 Articolazione dimensionale delle grandi strutture.....	56
Tabella 32 Medie strutture di Vendita.....	68
Tabella 33 Articolazione dimensionale delle medie strutture	73
Tabella 34 Esercizi di vicinato – valori assoluti.....	75
Tabella 35 Esercizi di vicinato - indici	75
Tabella 36 Medie strutture – valori assoluti.....	75
Tabella 37 Medie strutture – indici	75
Tabella 38 Grandi strutture – valori assoluti.....	75
Tabella 39 Grandi strutture - indici	76
Tabella 40 Totale commercio al dettaglio in sede fissa- valori assoluti.....	76
Tabella 41 Composizione percentuale dell’offerta per tipologie commerciali.....	76
Tabella 42 Totale commercio al dettaglio in sede fissa - indici	76
Tabella 43 Peso percentuale dei valori comunali sui totali provinciali e regionali	76
Tabella 44 Caratteristiche dimensionali degli esercizi di vicinato – superficie media.....	77
Tabella 45 Caratteristiche dimensionali delle Medie strutture – superficie media.....	77
Tabella 46 Caratteristiche dimensionali delle Grandi strutture – superficie media.....	77
Tabella 47 Caratteristiche dimensionali degli esercizi nel complesso – superficie media	77
Tabella 48 Consistenza demografica per circoscrizioni e quartieri.....	80
Tabella 49 Distribuzione PdV Grandi Strutture per quartiere.....	82
Tabella 50 Distribuzione superfici Grandi Strutture per quartiere Valori assoluti	83
Tabella 51 Distribuzione Grandi Strutture per quartiere - Indici	84
Tabella 52 Distribuzione PdV Medie Strutture per quartiere.....	89
Tabella 53 Distribuzione superfici Medie Strutture per quartiere	90
Tabella 54 Distribuzione Medie Strutture per quartiere - Indici	91
Tabella 55 Distribuzione punti vendita della Gdo per quartiere	96

Tabella 56 Distribuzione superfici GDO per quartiere	97
Tabella 57 Distribuzione Gdo per quartiere - Indici	98
Tabella 58 Commercio in sede fissa Regione Lombardia serie storica dei valori dal 2003 al 2011	102
Tabella 59 Variazioni del numero punti vendita Commercio in sede fissa Regione Lombardia	102
Tabella 60 Variazioni delle superfici autorizzate Commercio in sede fissa Regione Lombardia	103
Tabella 61 Commercio fisso Provincia di BRESCIA–serie storica dei valori dal 2003 al 2011	103
Tabella 62 Variazioni del numero punti vendita – Commercio in sede fissa Provincia di BRESCIA.....	103
Tabella 63 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Provincia di BRESCIA	104
Tabella 64 Commercio fisso Comune di BRESCIA–serie storica dei valori dal 2003.....	104
Tabella 65 Variazioni del numero punti vendita – Commercio in sede fissa Comune di BRESCIA	104
Tabella 66 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Comune di BRESCIA.....	105
Tabella 67 Provincia di BRESCIA Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011	105
Tabella 68 COMUNE DI BRESCIA Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011	105
Tabella 69 Elenco e caratteristiche dei mercati su area pubblica.....	107
Tabella 70 Consistenza Ingrosso (censimento 2001).....	108
Tabella 71 - Valori assoluti e indici delle Attività di Somministrazione per quartieri.....	109
Tabella 72 Consistenza Attività di Somministrazione per quartieri	110
Tabella 73 - Valori assoluti e indici delle Attività Paracommerciali di servizio alla persona	112
Tabella 74 - Valori assoluti e indici delle Attività Paracommerciali di produzione di alimenti per il consumo sul posto per circoscrizioni e quartieri.....	113
Tabella 75 Addetti ogni 1.000 mq. di vendita.....	114
Tabella 76 Stima addetti attività di commercio fisso.....	114
Tabella 77 Incasso medio a metro quadro in €	116
Tabella 78 Offerta Alimentari.....	116
Tabella 79 Offerta Non Alimentari.....	116
Tabella 80 Vicinato Misto	116
Tabella 81 Rapporto Domanda/Offerta Locale.....	117

INDICE GRAFICI

Grafico 1 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 1	20
Grafico 2 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 2	21
Grafico 3 piramide dell'età intera popolazione residente.....	22
Grafico 4 Distribuzione per classi di età	23
Grafico 5 piramide dell'età popolazione straniera residente valori assoluti.....	27
Grafico 6 piramide dell'età popolazione residente non straniera Valori assoluti.....	28
Grafico 7 piramide dell'età intera popolazione residente Valori assoluti	28
Grafico 8 Distribuzione abitanti per quartiere.....	81
Grafico 9 Distribuzione punti vendita GSV per quartiere	82
Grafico 10 Distribuzione superfici GSV per quartiere.....	83
Grafico 11 Distribuzione punti vendita MSV per quartiere	89
Grafico 12 Presenza superfici MSV per quartiere.....	90
Grafico 13 Distribuzione punti vendita GdO per quartiere	96
Grafico 14 Distribuzione superfici GdO per quartiere	97

INDICE FIGURE

Figura 1 Collocazione delle singole grandi strutture.	56
Figura 2 GSV – Cod. 8	57
Figura 3 GSV - Cod. 6	57
Figura 4 GSV - Cod.11	58
Figura 5 GSV - Cod. 14	58
Figura 6 GSV – Cod. 3	59
Figura 7 GSV Cod. 13	59
Figura 8 GSV Cod. 12	60
Figura 9 GSV Cod. 1	60
Figura 10 GSV –Cod. 2	61
Figura 11 GSV – Cod. 10	61
Figura 12 GSV – Cod. 4	62
Figura 13 GSV Cod.15	62
Figura 14 GSV - Cod. 9	63
Figura 15 GSV – Cod. 5	63
Figura 16 GSV – Cod. 7	64
Figura 17 Quartieri e circoscrizioni	79

INDICE CARTINE

Cartina 1 Collocazione Grandi Strutture di vendita	66
Cartina 2 Densità superfici alimentari (mq/1000 ab) delle Grandi strutture di vendita per quartiere	86
Cartina 3 Densità superfici non alimentari (mq/1000 ab) delle Grandi strutture di vendita per quartiere	87
Cartina 4 Densità superfici totali (mq/1000 ab) delle Grandi strutture di vendita per quartiere	88
Cartina 5 Densità superfici alimentari (mq/1000 ab) delle Medie strutture di vendita per quartiere	93
Cartina 6 Densità superfici non alimentari (mq/1000 ab) delle Medie strutture di vendita per quartiere	94
Cartina 7 Densità superfici totali (mq/1000 ab) delle Medie strutture di vendita per quartiere	95
Cartina 8 Densità superfici alimentari (mq/1000 ab) delle Gdo per quartiere	99
Cartina 9 Densità superfici non alimentari (mq/1000 ab) delle Gdo per quartiere.....	100
Cartina 10 Densità superfici totali (mq/1000 ab) delle Gdo per quartiere	101
Cartina 11 Aree ricadenti nei bacini primari delle medie strutture alimentari e miste	123
Cartina 12 Aree ricadenti nei bacini primari delle Grandi strutture alimentari e miste.....	124

PREMESSA

Attualmente risulta vigente in comune di BRESCIA il PRG 2002-2004 approvato con delibera n. 14 del 20 aprile 2004 e pubblicata sul B.U.R.L. n. 18 del 28 aprile 2004.

Il Piano di Governo del Territorio (P.G.T.) è il nuovo strumento attraverso il quale l'Amministrazione comunale pianifica lo sviluppo urbanistico della città ed è l'erede del vecchio Piano Regolatore Generale (P.R.G.).

Il passaggio dal P.R.G. al P.G.T. è stato previsto dalla legge regionale n. 12/2005 ed i comuni lombardi hanno avuto quattro anni di tempo dalla data di entrata in vigore della legge per sostituire i propri piani regolatori generali con il piano di governo del territorio. Con successivi provvedimenti, la scadenza è stata prorogata al 31 marzo 2012.

Il **Piano di governo del territorio (PGT)** è stato adottato con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 163 PG 71826 del 29.09.2011.

Attualmente si opera in fase di salvaguardia, considerando per ogni argomento come vincolativa la norma più restrittiva tra il PRG vigente ed il PGT adottato.

Il 20 dicembre 2011 sono scaduti i termini per la presentazione delle osservazioni. Parecchie delle osservazioni presentate riguardano il commercio, che è stato preso in considerazione anche dalla Regione Lombardia nel proprio parere in merito.

Prassicoop è stata incaricata di integrare gli studi che erano stati effettuati in campo commerciale per la stesura del PGT, individuando le opportunità di accoglimento di parte delle osservazioni dei cittadini, dei suggerimenti della Regione e delle raccomandazioni approvate dal Consiglio Comunale in sede di adozione del PGT, alla luce dei risultati degli approfondimenti di analisi e delle valutazioni di rispondenza o meno agli obiettivi di sostenibilità indicati dalla Regione Lombardia.

La strategia che in genere viene proposta da Prassicoop per la stesura della componente commerciale del PGT è di affrontare la tematica della programmazione delle strutture commerciali ed assimilate in base ad un meccanismo innovativo, che parte dalla constatazione dell'inadeguatezza dei meccanismi tradizionali basati sul concetto di "zoning".

Vi sono, infatti, due punti fondamentali in cui le logiche di sviluppo del commercio entrano in conflitto con la logica dello zoning.

Innanzitutto il commercio si distribuisce naturalmente per assi, punti o poli, e non per aree territoriali estese, e quindi non si presta ad essere regolamentato con meccanismi che fissano disposizioni uniformi per zone omogenee.

In secondo luogo, lo zoning tende a raggruppare territorialmente funzioni tendenzialmente omogenee, mentre il commercio tende a prosperare in situazioni di mescolanza di funzioni diverse, al punto tale che anche i centri commerciali, che sembravano nati per realizzare delle concentrazioni commerciali omogenee, si stanno sempre più trasformando in strutture polifunzionali integrate.

L'intuizione di tale inadeguatezza non è un fatto nuovo: era già stata evidenziata all'inizio degli anni '70 dall'Arch. Gentili, pioniere dell'urbanistica commerciale in Italia.

La nostra metodologia è stata applicata, nei limiti del possibile, alle fasi di studio, ed ha ispirato i suggerimenti per le ulteriori modifiche al PGT e per la redazione del nuovo strumento programmatico introdotto recentemente all'Art. 4 bis della L.R. 6/2010, come modificato dalla .R.L. 3/2012, inseriti a conclusione del presente studio..

La strategia delle scelte commerciali contenuta nel PGT adottato, comunque, già supera in parte la rigida impostazione di "zoning", con l'obiettivo di entrare in una logica di promozione della qualificazione delle strutture commerciali, in coerenza con le filosofie fatte proprie dalla Regione con la scelta di promuovere e sostenere i distretti del commercio.

Prova dell'adesione del Comune di Brescia a tali logiche promozionali sta nel fatto che il Comune non solo ha aderito, fin dal primo bando, all'istituzione del Distretto Commerciale, che addirittura aveva autonomamente avviato una iniziativa sostanzialmente analoga: il Progetto Stazione per la riqualificazione della rete commerciale e dei servizi nell'area circostante alla stazione ferroviaria.

Nell'ambito del distretto urbano del Commercio sono state individuate consta di 6 aree di intervento, rientranti nella competenza del Settore Centro Storico e Progetti Speciali:

- **riqualificazione largo Formentone**
- **riqualificazione via Battaglie**
- **riqualificazione rua Sovera**
- **riqualificazione corso Mameli**
- **riqualificazione piazze storiche**
- **riqualificazione via San Faustino**

Nell'ambito del PGT adottato non è stata data particolare rilevanza urbanistica al Distretto del Commercio, in quanto progetto già avviato e non comportante interventi che richiedessero una specifica prescrizioni in relativa alla normativa applicabile, salvo che per le indicazioni comunque inserite nell'Art. 61, che vengono comunwue integrate in sede di accoglimento delle osservazioni.

Alla luce delle prescrizioni della L.R. n° 3 del 27 febbrio 2012, entrata in vigore il giorno 1 marzo 2012, le indicazioni programmatiche relative al distretto troveranno comunque luogo più correttamente nel documento di programmazione introdotto all'Art. 4 bis della L.R. 6/2010 che non all'interno del PGT, e pertanto a tale strumento si rinvia per un più puintaula accoglimento dei suggerimenti della Regione in tal senso.

A. Inquadramento Giuridico

In Lombardia l'attuazione della riforma del Commercio, che prevede l'introduzione della normativa commerciale all'interno degli strumenti di pianificazione territoriale sta attraversando l'avvio della seconda fase che, superato il periodo delle varianti commerciali ai PRG, prevede l'inserimento delle disposizioni sulla localizzazione delle attività commerciali direttamente nel Piano di Governo del Territorio.

Sostanzialmente, con la riforma del 1998 il legislatore ha teso a superare la netta distinzione tra pianificazione urbanistica e programmazione commerciale, riconducendo quest'ultima, pur nel rispetto delle sue specificità e peculiarità, nell'ambito più generale della pianificazione territoriale, o meglio ancora, secondo la terminologia usata dalla Regione Lombardia, del Governo del Territorio.

Il presente strumento definisce di conseguenza le scelte strategiche del Comune in materia di politiche commerciali, scelte cui verrà data attuazione anche con altri strumenti "ad hoc", quali i piani attuativi del PGT, i regolamenti e criteri di cui all'Art.6 del D.Lgs 114/98, i regolamenti di settore, l'INDIVIDUAZIONE del Distretto del Commercio e gli ulteriori strumenti consentiti dalla legislazione vigente, tra cui assume particolare importanza il "provvedimento di programmazione comunale del commercio introdotto dall'Art. 4 bis della L.R. 6/2010 in sede delle ultime modifiche apportate in sede di approvazione della L.R. 3/2012, teso a disciplinare "le modalità di applicazione, con riguardo alle zone da sottoporre alla tutela, e i criteri qualitativi indicati dalla programmazione regionale in riferimento all'inserimento delle nuove attività commerciali..."

A.1 La Normativa del Settore

Commercio

Al di là del rispetto della normativa urbanistica generale, per quanto riguarda il commercio il PGT deve tenere conto di una serie di norme specifiche di settore:

A livello nazionale:

- D. Lgs 114/98
Riforma della Disciplina Relativa al Settore del Commercio, a Norma dell'Art.4, c. 4, della L. 15 03 1997, n. 59
- DECRETO-LEGGE 4 luglio 2006, n.223
«Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale.» convertito in legge 4 agosto 2006, n. 248

A livello regionale:

- Legge Regione Lombardia N.6 del 2 febbraio 2.010 “**Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere**” e successive modifiche e integrazioni.
- Legge regionale 27 febbraio 2012 - n. 3 “**Disposizioni in materia di artigianato e commercio e attuazioni della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 relativa ai servizi nel mercato interno. Modifiche alle leggi regionali 30 aprile 2009, n. 8 (Disciplina della vendita da parte delle imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione per il consumo immediato nei locali dell’azienda) e 2 febbraio 2010, n. 6 (Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere)**” .
- **Programma Triennale di sviluppo del Settore Commerciale (PTSSC):**
 - DCR 2 ottobre 2006 n. VIII/205 Programma Triennale di sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008 (APPROVATO IL 2/10/2006 dal Consiglio Regionale)
Con la legge 9/09, poi riassorbita nel Testo Unico, la durata è stata portata a tempo indeterminato, per cui ora si parla di Programma Pluriennale (Art. 4 L.R. 6/10)
- **Provvedimenti attuativi del Programma Pluriennale**
 - DELIBERA GIUNTA REGIONALE n° VIII 5054 del 04/07/2007
Modalità applicative del programma triennale di sviluppo del settore commerciale 2006/08
 - DELIBERA GIUNTA REGIONALE n° VIII 5641 del 23/10/2007
Programma triennale di sviluppo del settore commerciale 2006/08. Modifica della delimitazione degli ambiti territoriali
 - Delibera Giunta Regionale Lombardia n° VIII/5913 del 21 novembre 2007
Criteri urbanistici per l’attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (Art.3, c. 3 L.R. n: 14/99)
 - Delibera Giunta Regionale Lombardia 5 dicembre 2007 n. 8/6024 e s.m.i.
Medie strutture di vendita: disposizioni attuative del Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006-08
 - DECRETO DIRETTORE GENERALE n. 970 del 07/02/2008
Indicazioni relative ai criteri e ai parametri di valutazione della compatibilità e della sostenibilità ai sensi della dgr VIII/5054
 - Delibera Giunta Regionale VIII/7182 del 24 Aprile 2008
Criteri di valutazione delle grandi strutture di vendita previste in strumenti di programmazione negoziata o in piani d’area o in altri progetti di rilievo regionale, di cui al paragrafo 5.3 quinto capoverso della D.C.R. 2 ottobre 2006 n° VIII/215 “Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008” e successive modificazioni e integrazioni.
 - Decreto Direttore Generale n° 15387 del 19 dicembre 2008
“Indicazioni operative relative allavalutazione della sostenibilità e di altri aspetti riguardanti le domande di autorizzazione delle grandi strutture di vendita di cui alle DD.GG.RR. n° 5054/2007 e n° 7182/2008”
- **Legislazione Urbanistica Regionale**
 - Legge regionale Lombardia n. 12 dell’11 marzo 2005
“Legge per il governo del territorio” e relative integrazioni e modifiche

- Delibera Consiglio Regionale Lombardia VIII 0352 del 13 marzo 2007
INDIRIZZI GENERALI PER LA PROGRAMMAZIONE URBANISTICA DEL SETTORE
COMMERCIALE
- Delibera Giunta Regionale VIII/5913 del 21 Novembre 2007
Criteri Urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia
commerciale (Art.3, c.3 L.R.14/99)

A.1.1 Disposizioni Nazionali

La legislazione nazionale, attraverso il D.Lgs 114/98, ha stabilito gli obiettivi generali della Programmazione della Rete Distributiva (Art.6, comma 1), assegnando alle Regioni il compito di definire gli indirizzi generali delle attività commerciali in ottemperanza a tali obiettivi.

Il comma 2 dello stesso articolo prescrive che gli strumenti urbanistici comunali individuino, in base ai criteri fissati dalla Regione:

a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;

b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, nonché dell'arredo urbano, ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;

c) i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita;

d) la correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di immobili e dell'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita, eventualmente prevedendone la contestualità.

Risulta quindi evidente che l'obbligo di disciplinare in sede urbanistica l'insediamento delle attività commerciali riguarda "particolarmente" ma non esclusivamente le medie e grandi strutture di vendita. Anche le attività di vicinato dovrebbero essere oggetto di una specifica regolamentazione urbanistica.

Il Decreto Legge 4 luglio 2006, n.223 e la successiva legge di conversione, non hanno apportato alcuna modificazione diretta al D.Lgs 114/98 e tantomeno alle disposizioni urbanistiche, ma hanno introdotto il criterio che (Art.3):

"...le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e di somministrazione di alimenti e bevande sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

b) il rispetto di distanze minime obbligatorie tra attività commerciali appartenenti alla medesima tipologia di esercizio;

d) il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale; "

Questo criterio va quindi rispettato, evitando di introdurre, anche nelle normative urbanistiche, disposizioni che possano entrare in contrasto con le suddette disposizioni.

Tutti i decreti successivi (salva Italia, Cresci Italia e semplificazione) hanno ulteriormente specificato ed implementato i detti criteri, prescrivendo il recepimento dei relativi principi in sede di modifiche alle normative locali, da attuarsi entro il 30 settembre 2012

Disposizioni Regionali

Come previsto dalla legislazione nazionale, le disposizioni operative da rispettare sono quelle contenute nella legislazione regionale.

La normativa regionale sul commercio era stata concepita prima dell'approvazione della nuova legge regionale sul governo del territorio (L.R. 12/05) e faceva quindi riferimento ad un quadro programmatico basato sulla precedente legislazione urbanistica. Con il testo Unico del Commercio sono stati recepiti i rimandi alla suddetta legge 12/05 s.m.i., ai quali faremo quindi riferimento nel prosieguo.

A.1.1.1 Le norme quadro (Testo Unico del Commercio)

La L.R. 6/2.010 costituisce la normativa quadro regionale sul commercio, e di conseguenza fissa gli obiettivi generali in adempimento alle disposizioni nazionali, nonché le procedure per la programmazione regionale.

Il Testo Unico ha riaggregato tutte le norme di rango legislativo in materia di commercio vigenti in Regione, ripulendole di errori ed eventuali incongruenze e raccordandole tra di loro e con la legislazione nazionale avente valore imperativo.

L'Art.2, comma 1, nel fissare gli obiettivi generali, stabilisce fra l'altro che fra gli obiettivi vi siano quelli di:

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che assicuri *la qualità dei servizi da rendere ai consumatori e la qualità della vita della popolazione, nonché la migliore produttività del sistema;*
- b) integrare la pianificazione territoriale e urbanistica e la programmazione commerciale per un equilibrato ed armonico assetto del territorio e delle diverse tipologie di vendita *al dettaglio con particolare attenzione alla tutela e alla valorizzazione delle piccole e medie imprese commerciali;*
- c) salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale, favorendo un'integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;
- d) valorizzare la funzione commerciale al fine di una riqualificazione del tessuto urbano e dei centri storici;
- e) assicurare il rispetto della libera concorrenza favorendo lo sviluppo della presenza delle varie formule organizzative della distribuzione e, all'interno di queste, tra le varie imprese, al fine di garantire un corretto equilibrio tra imprese di diverse dimensioni;

L'articolo 4bis (programmazione comunale) introdotto dalla L.R. 3/2012, ha istituito un nuovo strumento comunale di programmazione quadriennale del commercio che rimane distinto dallo strumento urbanistico. La regione dovrà emanare indirizzi e criteri che i comuni dovranno introdurre in tale strumento.

Nelle more dell'emanazione di questi criteri non è possibile ovviamente provvedere all'attuazione degli obiettivi fissati dalle nuove norme, né preconstituire all'interno dello strumento urbanistico le disposizioni (di recente introdotti a modifica degli articoli 149 e 150), per cui si renderà successivamente necessaria una variante del PC dei principi propedeutica alla assunzione di tale delibera di criteri.

Riportiamo comunque per chiarezza il testo del nuovo articolo 4 bis:

1. Al fine di migliorare la funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali, nonché consentire uno sviluppo sostenibile, i comuni, valutate le caratteristiche della distribuzione commerciale ed in coerenza con gli indirizzi regionali di cui all'articolo 4, adottano, sentite le associazioni dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale e le

organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti, un atto di programmazione, avente durata quadriennale, che disciplina le modalità di applicazione, con riguardo alle zone da sottoporre a tutela, dei criteri qualitativi individuati dalla programmazione regionale in riferimento all'insediamento delle nuove attività commerciali, ivi comprese quelle che somministrano alimenti e bevande, nonché quelle che vendono direttamente, in locali adiacenti a quelli di produzione, gli alimenti di propria produzione per il consumo immediato di cui alla l.r. 8/2009, tenendo conto delle diverse caratteristiche del proprio territorio e della differente incidenza degli esercizi secondo il settore e la tipologia di appartenenza. Tali criteri comunali si basano sui motivi imperativi di interesse generale di cui all'articolo 4, comma 1 connessi a ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità che 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 per il contrasto al degrado urbano, e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità e tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico.

2. I comuni, in coerenza con i criteri adottati dalla Giunta regionale e in relazione alla previsione di nuovi insediamenti commerciali, individuano nel piano di governo del territorio:

- a) le aree da ritenersi sature rispetto alla possibilità di localizzarvi nuovi insediamenti in considerazione delle condizioni di sostenibilità ambientale, infrastrutturale, logistica e di mobilità relative a specifici ambiti territoriali;
- b) le aree di localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita, ivi compresi i centri commerciali;
- c) le prescrizioni cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché all'arredo urbano, nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- d) le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;
- e) le prescrizioni e gli indirizzi di natura urbanistica ed in particolare quelle inerenti alla disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita.

3. Le determinazioni dei comuni di cui ai commi 1 e 2 possono essere differenziate in relazione a singole parti del territorio comunale o zone ed alla tipologia degli esercizi commerciali. In particolare la strumentazione urbanistica può disporre limitazioni all'insediamento di attività commerciali in base a specifiche classificazioni, anche dimensionali, che i comuni individuano in relazione alle medie e grandi strutture di vendita.

4. In coerenza con l'atto di programmazione di cui al comma 1, i comuni, previa valutazione delle problematiche della distribuzione commerciale nei centri storici e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, con apposito atto, promuovono:

- a) la crescita, il ricambio e la diversificazione delle attività, in raccordo con gli strumenti urbanistici comunali;
- b) la permanenza degli esercizi storici e tradizionali, ivi compresi quelli artigianali, con particolare attenzione alle merceologie scarsamente presenti, anche mediante incentivi ed apposite misure di tutela;
- c) l'individuazione di porzioni di territorio ubicate in aree limitrofe funzionalmente collegate con il centro storico;
- d) la valorizzazione e la salvaguardia delle aree o degli edifici aventi valore storico, archeologico, artistico e ambientale attraverso anche l'individuazione in base all'articolo 145 di particolari condizioni per l'esercizio del commercio.

5. I comuni, per le finalità di cui al comma 4, possono:

- a) differenziare le attività commerciali con riferimento a specifiche classificazioni di carattere dimensionale, merceologico e qualitativo per contribuire ad un ampliamento di opportunità di insediamento nel centro storico;
- b) disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora questa costituisca un contrasto con la tutela di valori artistici, storici o ambientali;
- c) limitare nei centri storici e zone limitrofe l'insediamento di attività che non siano tradizionali o qualitativamente rapportabili ai caratteri storici, architettonici e urbanistici dei centri medesimi;
- d) adottare, nell'ambito della programmazione comunale, un piano di tutela delle attività tradizionali per il centro storico, eventualmente suddiviso a sua volta in tessuti territoriali e zone omogenee, che consente, in caso di cessazione delle attività tutelate nelle zone localizzate, la sola attivazione, per un arco temporale fino a cinque anni, di una o più delle medesime attività appartenenti allo stesso settore alimentare o non alimentare.

6. Le disposizioni di cui al comma 5 possono essere applicate dai comuni, per le finalità di cui al comma 4, anche in relazione a zone del territorio differenti dal centro storico a fronte di motivate ragioni di utilità sociale derivanti dall'esigenza di garantire la riqualificazione e valorizzazione del tessuto urbano attraverso uno sviluppo armonioso, equilibrato e sostenibile delle attività economiche, nonché la permanenza di una offerta variegata di beni e servizi.

Le disposizioni relative alla pianificazione a livello locale sono contenute nel TITOLO VI Disciplina urbanistica del commercio, Capo I Pianificazione urbanistica del commercio, in particolare negli Artt. 149 e 150, che sono state ulteriormente integrate dalla L.R. 3 del 27 febbraio 2012.

Art. 150 (Programmazione urbanistica riferita al settore commerciale dei comuni e delle province)

1. I comuni definiscono i contenuti attinenti agli insediamenti commerciali nei propri piani urbanistici e negli strumenti di programmazione commerciale tenuto conto delle finalità di cui al titolo II, capo I, sezione I e capi II e III del presente testo unico, della l.r. 8/2009 e delle indicazioni stabilite nel programma pluriennale ed indirizzi di cui all'art. 4 e nei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale di cui all'art. 149. In particolare i comuni possono individuare:

a) i criteri qualitativi per l'insediamento delle nuove attività commerciali, comprese quelle che somministrano alimenti e bevande, e delle attività di vendita delle imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione per il consumo immediato nei locali dell'azienda, tenendo conto delle diverse caratteristiche del proprio territorio e della differente incidenza degli esercizi secondo il settore merceologico di appartenenza;

b) le zone da sottoporre a tutela, tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, nonché delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche, con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico.

2. I piani territoriali di coordinamento delle province dettano disposizioni in materia di grandi strutture di vendita tenuto conto degli obiettivi indicati dal programma pluriennale regionale. In assenza dei piani territoriali di coordinamento, le varianti di adeguamento dei piani urbanistici comunali concernenti le grandi strutture di vendita sono trasmesse, dopo l'adozione e contestualmente al deposito, alle province che formulano osservazioni nei termini previsti dalla vigente normativa.

3. Al fine di integrare la pianificazione territoriale ed urbanistica generale con la programmazione commerciale, i comuni favoriscono:

- una integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;

- un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;

- una integrazione delle attività commerciali con le altre attività lavorative al fine di garantire la presenza continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste con la presenza di funzioni produttive, funzioni di servizio, funzioni commerciali, funzioni direzionali, funzioni ricettive e di spettacolo; tali zone sono prioritariamente individuate nelle aree dismesse e degradate, se presenti;

- un equilibrato rapporto tra la rete viaria e gli insediamenti commerciali in modo da evitare fenomeni negativi sulla rete viaria esistente;

- la creazione di uno o più centri commerciali nei centri storici agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti nel comune.

4. (ABROGATO)

5. In adeguamento ai criteri urbanistici di cui all'articolo 149, comma 2, gli strumenti urbanistici comunali e relative varianti, devono prevedere che le aree destinate a grandi strutture di vendita siano dotate di attrezzature pubbliche o di uso pubblico almeno nella misura del 200 per cento della superficie lorda di pavimento degli edifici previsti, di cui almeno la metà deve essere destinata a parcheggi di uso pubblico.

Le norme applicative da rispettare sono da ritrovarsi nel programma pluriennale e nelle relative disposizioni applicative.

A.1.1.2 Il Programma Pluriennale

È vigente il Programma Pluriennale 2006/8, che sostituisce il precedente 2003/5.

Con la LR 9/09, poi riconfermata nei contenuti dal Testo Unico, la durata del piano è stata resa indeterminata (cioè fino ad eventuali modifiche).

La normativa è stata costruita nel rispetto di tali disposizioni che, a livello generale, si limitano a stabilire degli obiettivi specifici, in base ai quali i comuni debbono regolarsi nella stesura dei piani e le conferenze di servizi nel rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture.

Tali obiettivi sono differenziati in funzione dell'ambito territoriale di appartenenza dei comuni. Il Comune di BRESCIA risulta appartenere all'ambito URBANO DEI CAPOLUOGHI.

In particolare, per tale ambito, gli obiettivi del programma pluriennale sono così definiti:

- 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;
- qualificazione della piccola e media distribuzione nei centri commerciali naturali esistenti;
- priorità alla riqualificazione di aree urbane produttive dismesse o abbandonate, con particolare riferimento alla grande distribuzione;
- preferenziale localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico, con particolare riferimento alle stazioni ferroviarie e controllo degli insediamenti periurbani, in rapporto alle condizioni di accessibilità;
- incentivo alla razionalizzazione e ammodernamento dei poli commerciali della grande distribuzione già esistenti, ove necessario in forme unitarie;
- particolare considerazione della funzionalità degli assi stradali di supporto localizzativi, assunti nella loro unitarietà;
- valorizzazione delle attività commerciali storiche e di nicchia, anche nella configurazione architettonica dello spazio urbano e di vendita;
- forte disincentivo al consumo di aree libere e indirizzo prioritario per la qualificazione di aree produttive dismesse o urbane da riqualificare, con particolare riferimento alla grande distribuzione.

Il piano stabilisce poi, in via generale, gli obiettivi per la regolamentazione delle medie strutture di vendita:

- preferenza degli interventi di ammodernamento e di razionalizzazione della rete distributiva esistente rispetto alle nuove aperture;
- in caso di nuove aperture le stesse devono essere giustificate dalla necessità di garantire un servizio al consumatore in zone del territorio comunale in cui la domanda non risulta soddisfatta dalla rete distributiva esistente, anche fornendo alcuni parametri di corrispondenza tra domanda e offerta in termini di domanda non soddisfatta;
- possibilità di prevedere limiti quantitativi di sviluppo delle medie strutture per i comuni montani e le zone meno densamente abitate della pianura in relazione alla particolare connotazione territoriale e socio-economica del contesto di riferimento;
- possibilità di stabilire limiti dimensionali per le medie strutture in misura correlata alla domanda esistente nell'area di attrazione dell'insediamento;
- priorità nella localizzazione delle medie strutture a quelle previste in aree urbane dismesse o sottoutilizzate od oggetto di progetti di riqualificazione commerciale;
- valutazione delle domande, da parte dei Comuni, avvalendosi di criteri e parametri socio-economici identificati, di intesa con la Regione, sulla base degli indirizzi di cui al presente Programma;
- contenimento della presenza di medie strutture su aree già destinate a grandi strutture di vendita e lasciate libere da rilocalizzazioni e da trasferimenti in uscita;
- adozione di procedure autorizzatorie specifiche per le medie strutture inserite in interventi di programmazione negoziata, fino a prevedere la modalità della conferenza di servizi nel caso in cui la sommatoria delle superfici delle medie strutture previste equivalga o superi quella di una GSV.

Il programma richiama inoltre:

- la necessità che, per gli esercizi appartenenti a questa tipologia di vendita, siano previste modalità di considerazione degli eventuali effetti generati a scala sovracomunale;
- le opportunità connesse con il recupero di aree urbane dismesse o sottoutilizzate;
- la corretta applicazione delle norme in materia di autorizzazioni commerciali, non consentendo la realizzazione di punti di vendita della grande distribuzione mediante il rilascio di diverse autorizzazioni a punti di vendita di media distribuzione, artificialmente distinti.

A.1.1.2.1 Le Disposizioni Applicative

In materia di urbanistica commerciale gli indirizzi di sviluppo e raccordo tra la pianificazione comunale e quella sovra locale sono stabiliti dalla DCR VIII/352 del 13 marzo 2007.

Gli indirizzi generali per la valutazione ambientale di piani e programmi ai sensi dell'articolo 4, comma 1 della L.R. 11 marzo 2005, n. 12, sono quelli stabiliti dalla DCR VIII/351 del 13 marzo 2007 e successivi atti di programmazione.

Le disposizioni attuative del PTSSC (DGR 8/5258 del 2/8/07) prevedono che:

Negli strumenti di pianificazione comunale gli insediamenti commerciali devono essere individuati sulla base della classificazione di cui al precedente capitolo 2, primo comma (medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita, centri commerciali) e del successivo sottoparagrafo 4.2.1 primo comma (articolazione delle tipologie di strutture di vendita organizzate in forma unitaria).

In relazione a tale individuazione è verificata la conformità urbanistica dell'insediamento con gli atti del Piano Regolatore Generale (d'ora innanzi anche: PRG) o del Piano di Governo del Territorio. A tal fine, la generica destinazione d'uso ad attività di tipo terziario o di ammissibilità commerciale consente esclusivamente la localizzazione di esercizi di vicinato.

Ne consegue logicamente che il cuore dell'adeguamento dello strumento urbanistico consiste nell'individuazione delle aree in cui possono essere ammessi insediamenti commerciali, distintamente per ognuna delle tipologie:

commercio di vicinato (nella fattispecie di BRESCIA fino a 250 mq)

medie strutture di vendita (nella fattispecie di BRESCIA oltre 250 mq e fino a 2.500 mq)

grandi strutture di vendita (nella fattispecie di BRESCIA oltre 2.500 mq)

strutture di vendita organizzate in forma unitaria, suddivise tra medie e grandi e secondo le tipologie di cui al Punto 4.2.1 delle Modalità Applicative.

Nella scelta di tali aree andranno rispettate le indicazioni dei criteri regionali, in particolare quelli della D.G.R. n° VIII/5913 del 21 novembre 2007.

Vanno quindi tenute in considerazione alcune esigenze generali:

- la minimizzazione del consumo di suolo;
- l'elevata compatibilità ambientale;
- l'adeguatezza del livello di accessibilità e di dotazione di servizi;
- la riqualificazione e il recupero di aree compromesse, e/o degradate collocate in contesti già urbanizzati;
- l'utilizzo dell'attività commerciale come elemento di riqualificazione del tessuto urbano, attraverso l'integrazione col sistema dei servizi;
- la congruenza delle previsioni urbanistiche con il livello di gerarchia urbana che contraddistingue il Comune;
- la salvaguardia dell'equilibrio tra le diverse tipologie distributive;
- la conservazione e la valorizzazione degli esercizi e delle aree commerciali storiche;
- la qualificazione delle diverse forme di concentrazioni commerciali o distretti commerciali urbani presenti in tutto l'ambito comunale.

In aggiunta vanno anche considerate alcune disposizioni ed obiettivi differenziati in funzione delle varie parti del territorio comunale:

a) Nuclei di antica formazione e ambiti centrali urbani e consolidati

- Valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico ed architettonico, attraverso l'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, pubbliche, artigianali, servizi, ecc.).
- Insediamento di attività commerciali che per caratteristiche qualitative siano idonee a conservare ed arricchire il ruolo trainante del centro urbano come luogo commerciale e di aggregazione sociale (come storicamente avvenuto nella gran parte dei comuni lombardi).

- Sviluppo degli esercizi di vicinato, attraverso azioni di sostegno a questa categoria di attività commerciale che più pesantemente ha subito le ricadute negative dell'avvento dei nuovi format distributivi ma che rappresenta l'attività commerciale più radicata e compenetrata nei nuclei storici e centrali.
- Qualificazione dei negozi storici anche per migliorarne l'integrazione con il sistema dei servizi e della mobilità.
- Attenzione alle nuove previsioni di medie strutture di vendita in coerenza con le disposizioni del vigente Programma Triennale del Commercio.

b) Ambiti di margine dei centri urbani medio - piccoli

- Attenzione alla riqualificazione e concentrazione sui principali assi commerciali degli esercizi di vendita nonché alla riqualificazione dei nuclei di servizio già esistenti.
- Priorità alle azioni di razionalizzazione, riconversione o ammodernamento di strutture esistenti, mediante operazioni di riqualificazione urbana anche comportanti previsioni di insediamento di medie strutture di vendita attraverso la concentrazione di esercizi di vicinato.
- Attenzione all'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, pubbliche, artigianali, servizi, ecc.).
- Ricerca nelle nuove localizzazioni di attività commerciali di elementi di ricucitura e ricomposizione dei bordi urbani mediante progettualità che privilegino il verde, urbano e attrezzato, ed il sistema della mobilità sostenibile, ciclabile e pedonale, come elementi di qualità urbanistica e di connessione con il contesto costruito circostante.
- Assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici, sia come componente essenziale delle attrezzature pubbliche e di interesse pubblico, sia come elemento qualificante della sistemazione delle aree scoperte e permeabili di proprietà privata (per cui si consiglia una piantumazione nella misura di 2 essenze d'altro fusto ogni 100 mq. di superficie fondiaria, oltre alla messa a dimora di essenze arbustacee quali componenti di un coerente progetto di sistemazione delle aree libere dall'edificazione), sia come elemento di arredo e di qualificazione ambientale nelle aree destinate a parcheggio e lungo i bordi esterni dell'intervento, dove si consiglia di prevedere spazi a verde per una profondità di almeno 10 metri;
- Attenzione, in corrispondenza di eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso, alla previsione di fasce libere da edificazioni di adeguata ampiezza e che eventuali recinzioni prospettanti su tali passaggi debbano essere mascherate da componenti verdi (essenze ad alto fusto e siepi);
- Esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico - ambientale quali i parchi naturali regionali, le riserve naturali regionali, i monumenti naturali ed i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo eccezioni eventualmente contemplate dai Piani Territoriali di Coordinamento.

c) e d) Ambiti consolidati periurbani delle aree metropolitane e ambiti di trasformazione extraurbani

- Razionalizzazione delle aree in cui si siano formate nel tempo, a volte in modo del tutto spontaneo e non programmato, aggregazioni di grandi o medie strutture, nelle quali ulteriori insediamenti possano consentire e assicurare il miglioramento del sistema degli accessi, dei parcheggi, dei percorsi pedonali e ciclabili, dei servizi comunali, della qualità architettonica e dell'inserimento paesaggistico.
- Utilizzazione degli strumenti di programmazione negoziata per il recupero e riqualificazione di aree dismesse che possono essere validamente destinate ad un mix funzionale, comprendente le funzioni commerciali, qualora ne fosse verificato il fabbisogno, e comunque nel rispetto dell'equilibrio della rete distributiva. Contestualmente dovranno essere previste opere di integrazione ambientale, con il sistema dei servizi e dell'accessibilità.
- Priorità alle concentrazioni commerciali sui nodi di interscambio del trasporto pubblico e privato.
- Qualificazione dell'offerta commerciale in contesti che presentino significativa erosione dell'offerta commerciale, e/o condizione di degrado fisico e sociale.
- Esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico - ambientale quali i parchi naturali regionali, le riserve naturali regionali, i monumenti naturali ed i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo eccezioni eventualmente contemplate dai Piani Territoriali di Coordinamento.
- Assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici, sia come componente essenziale delle attrezzature pubbliche e di interesse pubblico, sia come elemento qualificante della sistemazione delle aree scoperte e permeabili di proprietà privata (per cui si consiglia una piantumazione nella misura di 2 essenze d'altro fusto ogni 100 mq. di superficie fondiaria, oltre alla messa a dimora di essenze arbustacee quali componenti di un coerente progetto di sistemazione delle aree libere

dall'edificazione), sia come elementi di arredo e di qualificazione ambientale nelle aree destinate a parcheggio e lungo i bordi esterni dell'intervento, dove si consiglia di prevedere spazi a verde per una profondità di almeno 10 metri;

- Attenzione, in corrispondenza di eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso, alla previsione di fasce libere da edificazioni di adeguata ampiezza e che eventuali recinzioni prospettanti su tali passaggi debbano essere mascherate da componenti verdi (essenze ad alto fusto e siepi).

Il significato di tale disposizione è di rendere indispensabile l'approvazione di una specifica variante di piano per potere consentire l'insediamento di medie e/o grandi strutture di vendita, le quali risultano invece incompatibili con la generica destinazione d'uso "commerciale".

Questo non implica in alcun modo che gli esercizi di vicinato debbano obbligatoriamente essere ammissibili in tutto il territorio comunale, ma solo che sono genericamente ammessi in ogni zona genericamente definita come commerciale. Questo non implica che il PRG non possa rivedere le generiche disposizioni che ritengono il commercio come destinazione complementare ammessa in quasi tutte le zone urbanistiche, scegliendo di individuare anche per il commercio di vicinato situazioni compatibili e situazioni incompatibili.

La suddetta D.G.R. n° VIII/5913 del 21 novembre 2007 definisce anche quali sono le indagini conoscitive di carattere urbanistico territoriale su cui basare le conseguenti scelte localizzative, differenziandole in funzione del contesto urbano comunale o sovracomunale (livello di cui è obbligatorio tenere conto in caso di previsioni di grande distribuzione). I contenuti richiesti sono:

a) per il contesto urbano comunale:

- l'analisi della domanda commerciale comunale mediante appropriate indagini sulla popolazione residente e la popolazione fluttuante, quali turisti, pendolari e simili, sulla relativa composizione (età, condizione socio - economica, composizione professionale e altro) e le relative valutazioni dell'incidenza della componente gravitazionale attratta o rivolta all'esterno del territorio comunale;
- l'analisi dell'offerta globale del settore commerciale riferita alle categorie delle strutture di vendita previste dal d.lgs n. 114/1998, formulata esaminando la distribuzione nel territorio comunale degli esercizi commerciali, la loro funzionalità urbanistica, le tipologie localizzative;
- l'esame delle tendenze evolutive nella localizzazione degli esercizi commerciali e le valutazioni delle eventuali ricadute negative sull'offerta commerciale al dettaglio in funzione di assicurare un conveniente assetto urbanistico a tutte le diverse parti dell'organismo urbano;
- il confronto tra la domanda e l'offerta commerciale;
- le indagini sulle caratteristiche della viabilità urbana (in accordo con il Piano Urbano del Traffico), dei flussi origine - destinazione, con la verifica dei livelli di soddisfacimento della domanda di trasporto pubblico, in relazione alla tematica commerciale;
- la valutazione del fabbisogno di spazi per la sosta e per il carico e scarico delle merci, sia in rapporto alle medie e grandi strutture di vendita sia alle varie concentrazioni commerciali o ai distretti commerciali urbani. Le suddette indagini sono riferite all'intero territorio comunale, eventualmente suddiviso in ambiti o settori urbani, secondo livelli di approfondimento correlati con la soglia demografica del Comune, le caratteristiche della rete distributiva locale, le dinamiche commerciali in atto.

b) Per il contesto territoriale sovracomunale

- l'indagine sulla rete viaria, sulle caratteristiche dei flussi di traffico (matrice origine - destinazione) e di attraversamento del contesto urbano, sull'accessibilità ai vari settori urbani che documenta le relazioni con le politiche di sviluppo commerciale da realizzare nel Comune, in particolare per quanto attiene l'incidenza sulla stessa rete dell'indotto derivante dagli insediamenti programmati;
- l'evidenziazione del livello di accessibilità derivante dai servizi pubblici di trasporto;
- la verifica della presenza e dei reciproci influssi di grandi strutture di vendita o di centri commerciali localizzati o previsti nelle aree di gravitazione degli insediamenti programmati, in caso di ipotesi di previsione di grandi strutture di vendita.
- Sulla base delle indagini condotte, di cui verrà dato puntuale riscontro negli elaborati dello strumento urbanistico, si procederà alla definizione delle conseguenti politiche di assetto

urbanistico per il settore commerciale, in debito raccordo con le più generali scelte di sviluppo e in conformità agli "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale".

- Le scelte che i PGT effettueranno dovranno altresì tener conto e coerenza con le indicazioni contenute nei Piani Territoriali di Coordinamento Provinciale, attraverso un processo di acquisizione, interpretazione e declinazione locale delle disposizioni generali ivi contenute.

Le suddette indagini sono riferite all'intero territorio comunale, eventualmente suddiviso in ambiti o settori urbani, secondo livelli di approfondimento dipendenti dalla soglia demografica del comune e/o dall'appartenenza ad aree ad elevata concentrazione di attività economiche e di insediamenti residenziali.

Nell'effettuazione degli studi preliminari alla presente variante sono state seguite, compatibilmente alle risorse ed alle informazioni ed ai tempi di decisione disponibili, le suddette indicazioni.

Vengono poi individuate le norme procedurali per l'adeguamento degli strumenti urbanistici, indicando come strumento preferenziale la variante semplificata di cui alla LR 23/97, ma consentendo anche il ricorso a strumenti di programmazione integrata e negoziata (Punto 3), e quindi introducendo la possibilità di limitare l'adeguamento commerciale soltanto a singole porzioni del territorio.

Per quanto riguarda gli aspetti procedurali dell'adeguamento, le Disposizioni attuative del PTSSC prescrivono che:

I Comuni procedono all'adeguamento degli strumenti di pianificazione del territorio sulla base degli indirizzi di programmazione urbanistica del settore commerciale di cui alla sopra richiamata DCR VIII/352 del 13 marzo 2007 entro i termini e con le modalità stabilite dalla legge regionale 11 marzo 2005 n. 12.

A.1.1.3 La legge sul Governo del Territorio

La Legge Regionale 12/05 sul "Governo del Territorio" contiene indicazioni molto limitate in materia specificatamente commerciale, ma costituisce comunque la disposizione quadro a cui fare riferimento per le procedure urbanistiche in generale.

L'elemento fondamentale della nuova legge è la sostituzione obbligatoria dei PRG con il PGT, Piano di Governo del Territorio. Nell'attesa dell'approvazione di tali nuovi strumenti, la legge consente comunque ai Comuni di effettuare variazioni ai PRG, sia pure con notevoli limitazioni.

Un altro punto significativo della nuova legge è la regolamentazione delle destinazioni d'uso e delle relative modifiche contenuta nell'Art.51. Particolarmente significativo è l'aspetto definitorio contenuto nel comma 1:

"1. Costituisce destinazione d'uso di un'area o di un edificio la funzione o il complesso di funzioni ammesse dagli strumenti di pianificazione per l'area o per l'edificio. E' principale la destinazione d'uso qualificante; è complementare od accessoria o compatibile la destinazione d'uso che integra o rende possibile la destinazione d'uso principale. Le destinazioni principali, complementari, accessorie o compatibili possono coesistere senza limitazioni percentuali ed è ammesso il passaggio dall'una all'altra, nel rispetto del presente articolo, salvo quelle eventualmente escluse dal PGT." (o del PRG, fintantochè vigente, ai sensi della modifica introdotta dalla LR 12/06) Come si vede, tale normativa non fa più riferimento alle grandi categorie (residenza, produttivo, terziario, ecc) contenute nella normativa nazionale, e lascia piana libertà ai comuni di definire le singole destinazioni, sul principio della libera fungibilità delle modifiche di destinazioni senza opere che non comportino differenza di impatto in termini di standard (comma 2), con l'eccezione delle attività commerciali eccedenti il vicinato, e la possibilità, previo adeguamento degli standard, di cambi di destinazione d'uso salvo che riguardino destinazioni espressamente vietate.

In base a tale logica, nel presente piano è stata individuata una casistica molto dettagliata delle destinazioni d'uso di tipo commerciale o affine, allo scopo di regolamentarne la compatibilità nelle diverse parti del territorio.

A.1.2 Atti di Pianificazione Sovracomunale

A.1.2.1 Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP)

Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP) approvato dal Consiglio Provinciale con propria deliberazione n. 22 del 21 aprile 2004, disciplina all'articolo 134 gli "insediamenti commerciali" con i seguenti indirizzi, da tenere presenti da parte dei Comuni in sede di formazione della propria strumentazione urbanistica generale e di dettaglio:

- 1) non sono ammissibili grandi strutture di vendita di area estesa (con superficie di vendita superiore a 15.000 mq);
- 2) relativamente alle grandi strutture di vendita sovracomunali (con superficie tra i 2.500 ed i 15.000 mq) l'obiettivo del PTCP è quello di programmarne l'insediamento in funzione della vitalità dei centri urbani o in relazione ad operazioni di riqualificazione urbana in sostituzione di strutture produttive industriali dismesse o in dismissione e/o di recupero di aree degradate, pertanto tali strutture sono consentite solo se previste da piani attuativi già convenzionati, in aree contigue ai centri urbani o inserite in essi e ben accessibili sia dalla maglia viabilistica extraurbana che da quella locale. E' inoltre consentito un ampliamento in loco non superiore al 20% della superficie di vendita in essere ed il loro trasferimento, con ampliamento contenuto entro il suddetto limite, in posizione migliorativa, all'interno dello stesso sistema urbano sovracomunale;
- 3) per quanto attiene alle medie strutture di vendita, l'obiettivo del PTCP è la valorizzazione del commercio in funzione della vitalità dei tessuti prevalentemente residenziali, di mantenimento e qualificazione della struttura urbanistico/edilizia, di integrazione fra la funzione residenziale e quella economica, di sicurezza complessiva dell'ambiente urbano. Esse sono di norma ammissibili in tutte le zone a mix prevalentemente residenziale: quelle alimentari solo all'interno di Piani Attuativi Convenzionati ricompresi in tali ambiti. Le medie strutture di vendita non alimentari debbono preferibilmente localizzarsi nelle zone a mix prevalentemente produttivo. Le medie strutture di vendita in ambito extraurbano andranno opportunamente evidenziate in maniera puntuale in sede di strumentazione urbanistica, mentre per la localizzazione di tali tipologie nei centri storici dovranno essere reperiti i parcheggi di attestamento al servizio anche delle attività commerciali. L'ampliamento e il trasferimento di una media struttura è ammesso fino al raggiungimento della soglia dimensionale in presenza delle condizioni previste per i nuovi insediamenti.

A.2 L'Attuale PGT e la Normativa Commerciale

La normativa del PGT adottato risponde, nei suoi requisiti minimi, a criteri di adeguamento alla normativa regionale sul commercio, in quanto già individua separatamente l'ammissibilità degli esercizi di vicinato, delle medie e delle grandi strutture.

La Direzione Generale Commercio, Turismo e Servizi della Regione Lombardia ha espresso con nota 01/2012.0000795 del 26/01/2012 il proprio parere in merito alla congruenza tra gli obiettivi contenuti nel documento di Piano e le NTA del Piano delle Regole, rilevando, in particolare per quanto riguarda il commercio, alcune criticità:

"Per quanto riguarda il commercio, si pone in evidenza il mancato riferimento all'incentivazione allo sviluppo del commercio di vicinato soprattutto nelle periferie urbane, in particolare alle politiche del distretto urbano del commercio di Brescia quale strumento di integrazione e valorizzazione delle risorse del territorio per rigenerare il tessuto urbano, incrementare l'attrattività e sostenere la competitività e le relazioni tra le diverse forme distributive come peraltro previsto l'obiettivo 3.9 del P.T.R. Per quanto concerne le previsioni del norme tecniche di attuazione si verifica si suggerisce di verificare la conformità delle stesse alle recenti disposizioni normative in tema di liberalizzazione degli esercizi commerciali.

Inoltre non sembrano evidenziarsi particolari indirizzi rivolti a:

- salvaguardia delle specificità architettoniche dei luoghi storici con le esigenze di rivitalizzazione delle botteghe storiche;
- promozione dell'identità ed attività dei luoghi del commercio e della somministrazione di storica formazione, con la promozione dell'associazionismo tra negozi storici; valorizzazione delle imprese storiche del commercio ed i mercati storici ponendo anche attenzione ad altre espressioni fisiche dell'attività commerciale artigianale turistica (esempio luoghi di storica ambientazione);

Come accennato nelle premesse, le indicazioni della Regione fanno di fatto essenzialmente riferimento ad una non sufficiente individuazione di strumenti specifici per la valorizzazione e la riqualificazione del commercio di prossimità, senza entrare nelle valutazioni circa la idoneità o adeguatezza delle previsioni relative alle grandi strutture di vendita. Al contrario, il rimando fatto alle norme di liberalizzazione sembrerebbe non precludere in alcun modo la facoltà del Comune di individuare nel PGT una pluralità di aree per le medie grandi strutture, le cui limitazioni potranno essere introdotte solo in base a logiche di tipo strategico, urbanistico e di sostenibilità e non certo di attenuazione o contenimento dell'impatto di tipo direttamente concorrenziale.

Mentre si ribadisce che l'individuazione di maggiori politiche specifiche per servizi di vicinato avrebbe richiesto una serie di analisi puntuali sulla dislocazione territoriale dei servizi commerciali di prossimità e di quegli ad essi sinergici (analisi che non è possibile aggiungere nei tempi ristretti previsti dalla L.R. L2 per la controdeduzioni alle osservazioni), si fa presente la notevole difficoltà, in una fase di continua modificazione della normativa sia a livello nazionale

BRESCIA

che regionale, di ritarare le disposizioni programmatiche alle nuove indicazioni di liberalizzazione, senza rinunciare alle esigenze di programmazione territoriale del Comune.

È quindi evidente che il presente documento non possa che limitarsi ad individuare alcuni aggiustamenti e valutazioni relativi ai problemi di maggiore impatto, ed a formulare una serie di suggerimenti e proposte da introdurre, previa una ulteriore fase di approfondita analisi, in una eventuale specifica variante del piano delle regole propedeutica e coordinata con l'assunzione del nuovo provvedimento di programmazione comunale del commercio previsto dall'articolo 4 bis della legge 6/2010. L'assunzione di tale provvedimento dovrà comunque attendere l'emanazione da parte della regione delle indicazioni dei criteri previsti in sede di modifica della LR 6/ 10.

B. Studi Preliminari

B.1 Territorio

Per l'analisi generale della struttura e delle caratteristiche del territorio di BRESCIA si fa rimando a quanto contenuto nella relazione generale del PGT.

B.1.1 Collocazione e Appartenenza

Il Comune di BRESCIA fa parte delle seguenti aggregazioni geografiche ed amministrative:

REGIONE	LOMBARDIA
PROVINCIA	BRESCIA
AMBITO TERRITORIALE PTSSC	URBANO DEI CAPOLUOGHI
COMUNITA' MONTANA	NESSUNA

B.1.2 Caratteristiche degli Insediamenti

Per le caratteristiche generali della struttura insediativa nel territorio comunale si fa rimando alla relazione generale del PGT.

Per quanto ovvio, si fa presente che il comune di BRESCIA, data la sua ampiezza, importanza e consistenza demografica, presenta una serie di consistenti differenze tra i singoli insediamenti che lo compongono.

Oltre alla presenza di un centro storico esteso, si rileva la presenza di numerosi altri centri storici, nei quartieri residenziali con caratteristiche estremamente diverse l'una dall'altra e di aree di natura produttiva e commerciale anch'esse di entità non trascurabile.

Questo implica l'esigenza di una attenta programmazione del servizio commerciale sul territorio, differenziata non solo in base alle classiche tipologie urbanistiche riscontrabili, ma anche in funzione delle specifiche caratteristiche residenziali e socio economiche di ogni quartiere.

B.2 Analisi Demografica

L'analisi demografica è stata condotta solo a grandi linee, più che altro per potere identificare eventuali parametri anomali che possano fare individuare caratteristiche o disomogeneità territoriali tali da richiedere particolari correttivi o esigenze a livello di rete distributiva, in quanto un'analisi più dettagliata è già contenuta negli studi generali condotti per il PGT.

B.2.1 Caratteristiche generali

I dati ufficiali ISTAT (utilizzati per svolgere gli studi di seguito esposti) al 1° gennaio 2011 registrano una popolazione di 193.879 abitanti di cui 91.225 femmine (47%) e 102.654 maschi (53%), distribuiti in 93.867 nuclei familiari (numero medio componenti: 2,04).

B.2.2 Andamento demografico

Il primo elemento, ovviamente, è dato dall'andamento generale della popolazione. Nell'allegata tabella D1 vengono evidenziati i totali di popolazione residente a partire dal 1961, negli anni di censimento fino al 1991, e poi di anno in anno fino al 2011.

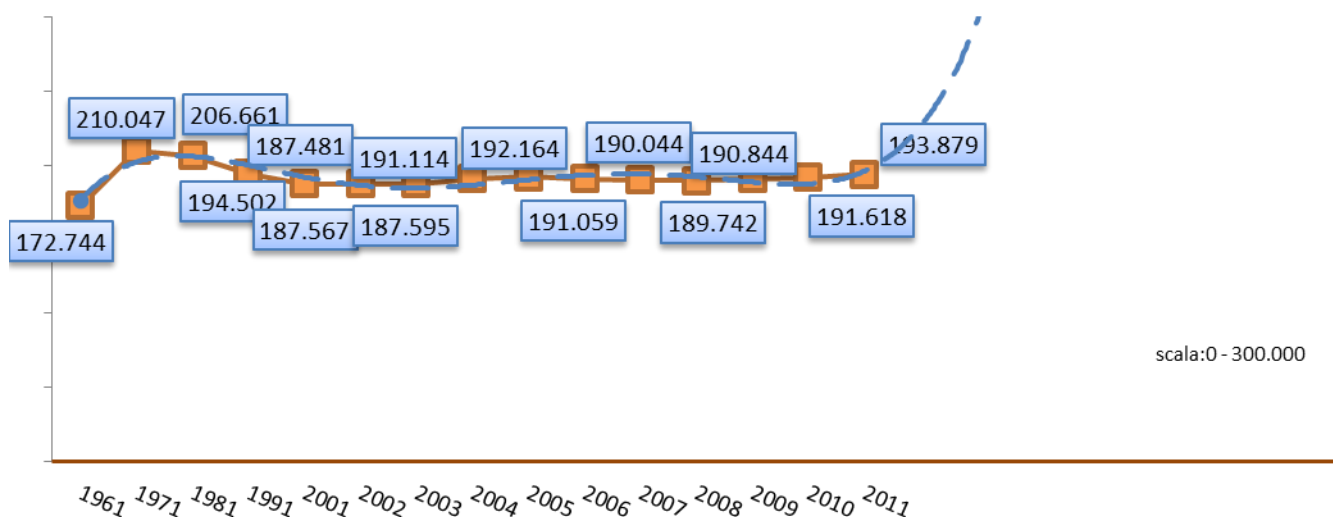
L'andamento rilevato viene rappresentato graficamente nelle tavole sottoriportate.

I grafici sono stati realizzati considerando due diverse scale dimensionali.

Nel primo grafico la scala utilizzata per la dimensione della popolazione (asse verticale) va da 0 a 300.000 abitanti. Una scala così ampia consente di rilevare una certa costanza nel trend tra il 1961 e il 2011, che comunque risulta essere positivo.

La variazione in valori assoluti è stata pari a 21.135 abitanti ovvero, percentualmente il + 12% rispetto al 1961.

Grafico 1 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 1

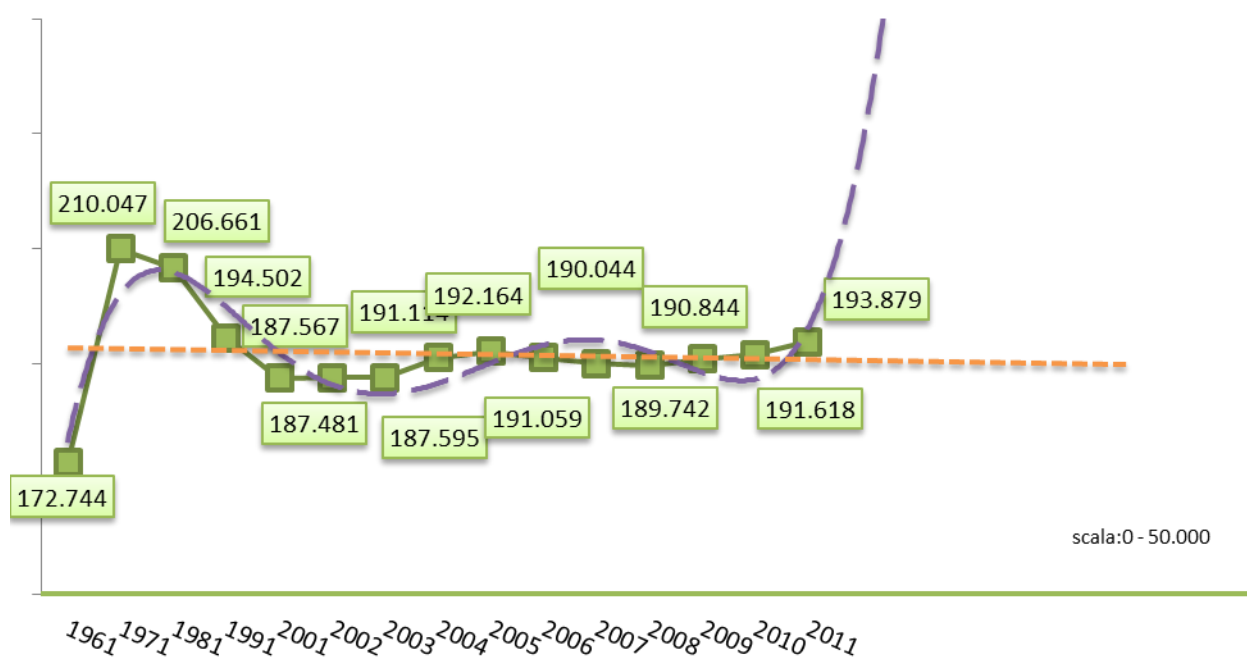


Lo scostamento dal valore medio, che si attesta a 191.804, è molto basso; infatti il coefficiente di variazione è pari al 4,24%¹.

Il secondo grafico presenta gli stessi dati riportati nel precedente; quel che cambia è la scala di riferimento per la popolazione (150.000 - 200.000) appositamente scelta per evidenziare l'andamento e le variazioni rilevate intorno al valore medio.

Negli anni di riferimento la popolazione ha subito oscillazioni in aumento ed in diminuzione ed è evidente come la funzione che ne rappresenta l'andamento non abbia coefficiente angolare costante, e conseguentemente non possa considerarsi di tipo lineare. La sua interpolazione, però, fornisce una retta con coefficiente angolare positivo, il che indica un andamento lineare della popolazione residente crescente nel tempo; nell'ultimo decennio l'incremento percentuale è stato infatti pari a 3,37 punti.

Grafico 2 popolazione residente negli anni di censimento dal '61 al '91 e poi di anno in anno fino al 2011-scala 2



Nello stesso periodo (come evidenziato nella sottoriportata tabella) la popolazione della Provincia di BRESCIA è cresciuta del 13,28%, quella della Lombardia del 9,78% e quella nazionale del 6,44%. Ci troviamo quindi di fronte ad una comunità in crescita ma con ritmi inferiori rispetto ai raggruppamenti territoriali di cui fa parte.

¹ il coefficiente di variazione è pari al rapporto in valore assoluto tra lo scarto quadratico medio (o deviazione standard) ed il valore medio di una popolazione di dati. Esso è un indice di dispersione relativo, pertanto rispetto ad una qualsiasi unità di misura, più il valore del CV è vicino allo zero e minore è la dispersione dei dati rilevati rispetto al loro valore medio.

Tabella 2 Variazione demografica ultimo triennio e nel decennio

AREA	Variazione % decennio	Variazione % triennio
Comune di BRESCIA	3,37%	3,03%
Provincia di BRESCIA	13,28%	2,10%
Regione LOMBARDIA	9,79%	1,80%
Italia	6,43%	0,97%

Esaminando invece l'andamento dell'ultimo triennio, vediamo una tendenza nettamente diversa, in cui la popolazione di BRESCIA ha preso a crescere ad un ritmo nettamente superiore a quello di tutti gli ambiti sovraordinati di cui fa parte.

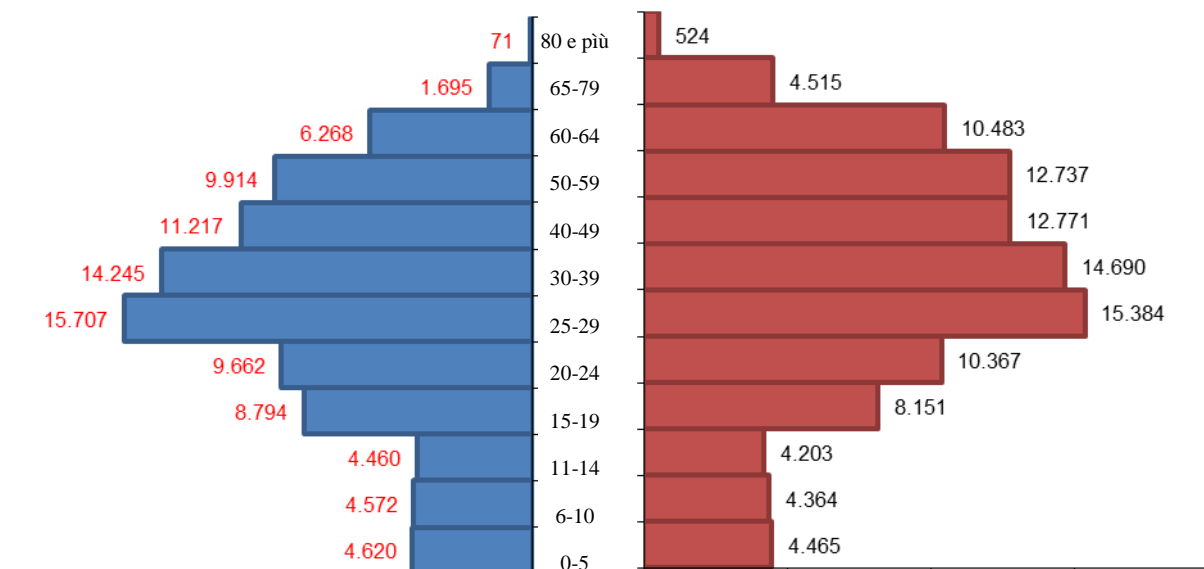
B.2.3 Distribuzione per classi di età

Il secondo elemento che viene preso in considerazione è quello della distribuzione della popolazione per classi di età, con il calcolo dei principali indici demografici in uso. L'analisi approfondita relativa a questi aspetti demografici è contenuta nelle allegate tabelle del gruppo D2.

Di seguito riportiamo il dato di struttura della popolazione in valori assoluti ed in percentuali nei grafici relativi alle cosiddette piramidi delle età.

Grafico 3 piramide dell'età intera popolazione residente

Valori assoluti



Tali rappresentazioni consentono di intuire come la popolazione, nell'anno di rilevazione, è strutturata per sesso e fasce d'età. I due diagrammi affiancati rappresentano la popolazione per sesso, convenzionalmente i maschi sono a sinistra e le femmine a destra.

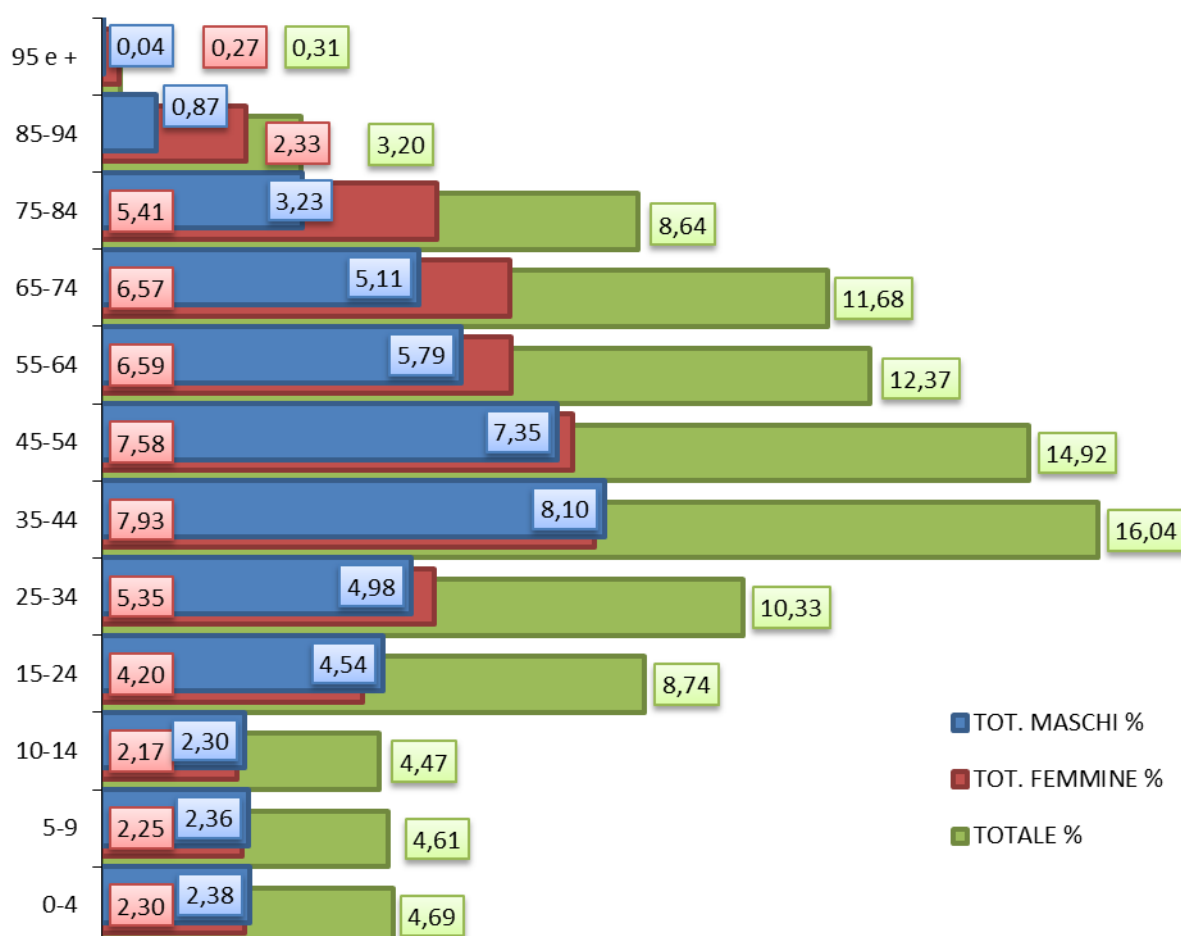
Le barre orizzontali che compongono i diagrammi hanno come dimensioni: in altezza la fascia d'età considerata, e in lunghezza il numero dei maschi e delle femmine in quel gruppo di età. La progressione dei Gruppi di età è rappresentata dal basso verso l'alto (i bambini in basso; gli anziani verso l'alto).

Normalmente l'andamento della piramide per le piccole popolazioni assume forma a "conifera" dove la popolazione è caratterizzata da una distribuzione irregolare sia per quanto riguarda l'età che il sesso, anche se solitamente è più accentuata la diversità per età e meno quella per sesso.

Nel caso di BRESCIA la forma assunta denota infatti delle irregolarità che però possono essere interpretate attraverso i fenomeni che hanno influenzato lo sviluppo della popolazione nel secolo scorso (la prima e la seconda guerra ed il baby boom degli anni 60/70). La forma comunque permette di rilevare che la natalità è più elevata della mortalità e la crescita è positiva.

Allo scopo di rendere ancora più chiara la conformazione demografica della popolazione di BRESCIA abbiamo voluto fornire anche una rappresentazione atipica della struttura della popolazione per sesso ed età:

Grafico 4 Distribuzione per classi di età



B.2.4 Indici Demografici

Sono stati calcolati i principali indici demografici, dai quali si possono dedurre, anche in via comparativa rispetto alla provincia ed alla Regione, le caratteristiche strutturali che determinano alcuni potenziali modelli di comportamento e di crescita della popolazione stessa. Gli indici utilizzati, ed i relativi significati sono i seguenti:

INDICE	BRESCIA	Provincia di BRESCIA	LOMBARDIA	ITALIA
di vecchiaia	173,16	133,18	141,11	144,50
di dipendenza totale	60,25	51,10	52,19	52,28
di dipendenza giovanile	22,06	21,92	21,65	21,38
di dipendenza degli anziani	38,19	29,19	30,54	30,90
di carico familiare	27,49	27,36	27,20	25,24
di struttura della popolazione in età lavorativa	132,58	122,86	122,19	116,48
di ricambio della popolazione in età lavorativa	149,38	141,88	145,61	130,35

Da un primo e superficiale sguardo alla tabella soprariportata si evince che tutti gli indici calcolati a livello comunale delineano una situazione strutturale peggiore rispetto a quanto tracciato dagli stessi indicatori calcolati sulle aree più vaste e di riferimento per il comune di BRESCIA.

B.2.4.1 Indice di vecchiaia

Rapporto percentuale tra la popolazione di 65 anni e più e la popolazione fino a 14 anni di età. Questo indice esprime il grado di invecchiamento della popolazione; valori superiori a 100 indicano una maggiore presenza di soggetti anziani rispetto ai molto giovani. Un valore basso dell'indice indica una elevata natalità ed una ridotta percentuale delle classi anziane.

A BRESCIA, il valore di 173,16 raggiunto dall'indice di vecchiaia, indica che a fronte di 100 bambini in età compresa tra 0 e 14 anni ci sono 173 anziani, (65 anni e oltre).

Si individua quindi di una popolazione abbastanza "anziana" questa caratteristica tra area ancora più consistente che si analizza la piramide dell'età della popolazione di origine straniera, che evidenzia invece una componente giovanile molto più consistente

B.2.4.2 Indice di dipendenza totale

Rapporto percentuale tra la popolazione in età non attiva (0-14 anni e 65 anni e più) e la popolazione in età attiva (15-64 anni). Questo indice misura il divario tra la popolazione potenzialmente lavorativa rispetto a quella non lavorativa (bambini e anziani). Infatti il denominatore rappresenta la fascia di popolazione che dovrebbe provvedere al sostentamento della fascia rappresentata al numeratore. E' un indice sensibile alla struttura economica della società anche se le fasce di età prescelte sono del tutto convenzionali, infatti nei paesi

economicamente avanzati sono numerose le persone che pur essendo in età lavorativa risultano dipendenti da altri (studenti, disoccupati o precocemente disoccupati).

Quanto più l'indice si avvicina a 100 tanto più è consistente la parte di popolazione non lavorativa, rispetto a quella lavorativa. In linea di massima a indici di dipendenza elevati corrispondono contesti all'interno dei quali la popolazione non attiva domina su quella attiva con conseguente ricaduta in termini di occupazione, redistribuzione del reddito e consumi.

L'indice di dipendenza, pari a 60,25, indica che a BRESCIA, a fronte di 100 persone in età lavorativa ce ne sono circa 60 che non hanno ancora l'età per entrare nel mondo del lavoro o che ne sono già uscite avendo superato i 65 anni di età.

Si può analizzare il dato fornito dall'indice di dipendenza totale andando a verificare l'indice di dipendenza giovanile, nonché l'indice di dipendenza degli anziani.

B.2.4.3 Indice di dipendenza giovanile

Rapporto percentuale tra la popolazione di 0-14 anni e la popolazione in età attiva (15-64 anni), cioè quanti giovani dipendono dalla popolazione attiva.

L'indice, pari a 22,06, indica che le persone che non hanno ancora l'età per entrare nel mondo del lavoro sono 22 ogni 100 soggetti in età lavorativa.

B.2.4.4 Indice di dipendenza degli anziani

Rapporto percentuale tra la popolazione di età 65 anni e più e la popolazione in età attiva (15-64 anni), cioè quanti ultrasessantacinquenni pesano sulla popolazione attiva. A BRESCIA, a fronte di 100 persone in età lavorativa ci sono circa 38 che ne sono già uscite avendo superato i 65 anni di età.

B.2.4.5 Indice di carico familiare

Rapporto percentuale tra la popolazione di 0-4 anni e l'ammontare della popolazione residente femminile in età feconda (tra i 16 e i 44 anni). Indica il numero di figli (moltiplicato per 100) per donna in età feconda, quindi un indice di 27,49 indica che ogni donna ha a carico 0,27 figli. In alcuni casi l'indice può non essere un buon informatore. Questo si verifica quando le comunità subiscono il condizionamento di meri effetti congiunturali (fenomeno delle gravidanze tardive: i tanti bambini sono in realtà i figli tardivi di donne delle generazioni numerose del baby-boom); dunque non può essere considerato un'indicazione del cambio di tendenza nei comportamenti riproduttivi che hanno caratterizzato le donne italiane, e in particolare lombarde, negli ultimi anni.

B.2.4.6 Indice di struttura della popolazione in età lavorativa

Rapporto percentuale tra la popolazione di 40-64 anni e la popolazione di 15-39 anni. Il denominatore di questo indice rappresenta le 25 generazioni più giovani in attività destinate a sostituire le 25 generazioni più anziane anch'esse in attività. Un indice di struttura inferiore al 100 indica una popolazione in cui la fascia in età lavorativa è giovane; in questo caso si avrebbe un vantaggio in termini di dinamismo e capacità di adattamento e sviluppo della popolazione ma potrebbe anche considerarsi in modo negativo per il pericolo rappresentato dalla ridotta disponibilità di posti di lavoro lasciati liberi dagli anziani che divengono pensionati.

Per BRESCIA questo indicatore ha raggiunto il valore di 132,58, il che significa che tra la popolazione attiva prevalgono gli anziani (40-64) rispetto agli altri (15-39 anni).

B.2.4.7 Indice di ricambio della popolazione in età lavorativa

Rapporto percentuale tra la popolazione di 60-64 anni e la popolazione di 15-19 anni ovvero tra le classi di età che stanno per uscire dal mercato del lavoro e quelle che vi sono entrate più recentemente e rappresenta una estremizzazione del precedente indice di struttura.

Considerando due classi di età, la prima ad entrare (15/19 anni) e l'ultima ad uscire (60/64 anni) dal mercato del lavoro, risulta molto variabile in quanto i giovani possono trovare occupazione non solo in funzione dei pensionamenti, ma anche per l'espansione economica.

È da sottolineare che questo è un indice piuttosto instabile, soprattutto quando stimato in piccoli comuni, poiché considera solo 5 generazioni al numeratore e 5 al denominatore.

Nel territorio BRESCIA l'indice è di 149,38.

B.2.5 Presenza di popolazione di origine non italiana

La quantità di popolazione di origine non italiana, ed in particolare extracomunitaria è un dato rilevante ai fini commerciali, in quanto porta ad una potenziale segmentazione della domanda, specialmente se la distribuzione non è uniforme sul territorio.

Questa situazione può portare ad una maggiore polverizzazione del servizio, con la conseguente necessità di un maggior numero di punti di vendita per servire lo stesso numero di abitanti.

Generalmente questo tipo di servizio è garantito da imprenditori della stessa etnia degli utenti.

Su questo argomento i dati, sia a livello locale che per ambiti territoriali più estesi, non sono particolarmente abbondanti.

A BRESCIA risiedono 36.884 abitanti di origine straniera di cui 18.792 maschi (51%) e 18.092 femmine (49 %).

In percentuale sulla popolazione totale del comune l'incidenza della popolazione straniera è del 19,02%.

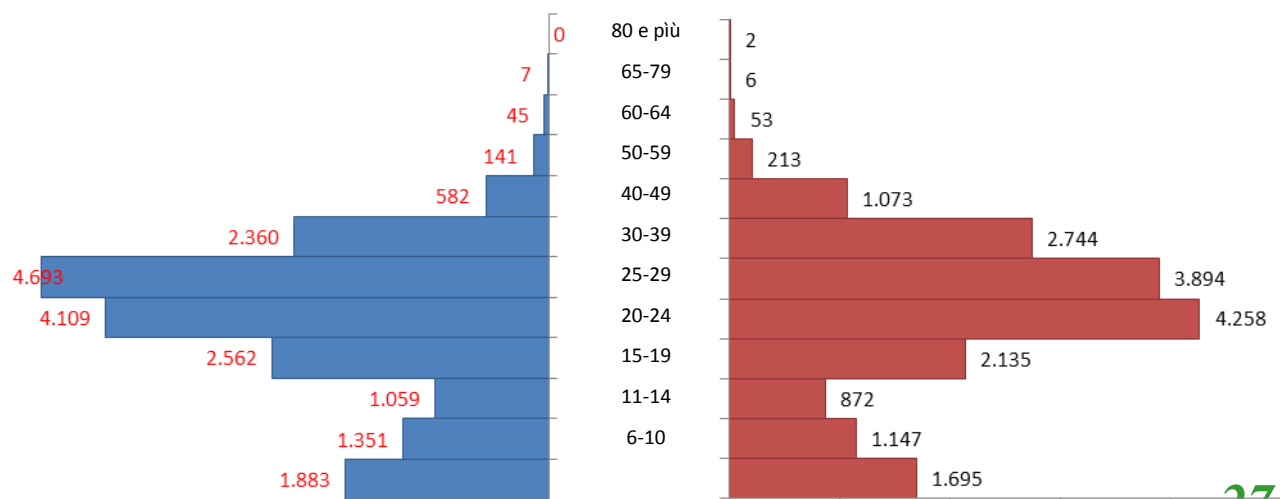
La tabella sottoriportata fornisce il dato percentuale di incidenza per sesso e origine dei residenti nel comune di BRESCIA, nella provincia di BRESCIA, nella regione Lombardia ed in Italia.

Tabella 4 incidenza percentuale della popolazione straniera

AREA	Incidenza % uomini	Incidenza % donne	Incidenza % sul totale
Comune di BRESCIA	20,60%	17,62%	19,02%
Provincia di BRESCIA	7,48%	7,59%	7,54%
Regione LOMBARDIA	11,10%	10,38%	10,73%
Italia	14,44%	12,77%	13,60%

La distribuzione per fasce di età della popolazione straniera residente nel comune di BRESCIA viene così rappresentata dal grafico della piramide delle età:

Grafico 5 piramide dell'età popolazione straniera residente valori assoluti



0-5

Confrontata con la medesima rappresentazione di struttura della popolazione totale (cfr Grafico 3 piramide dell'età intera popolazione residente pag. 22) dimostra una certa difformità, che si accentua nel confronto tra la struttura della popolazione totale e quella dei soli residenti non stranieri.

Grafico 6 piramide dell'età popolazione residente non straniera Valori assoluti

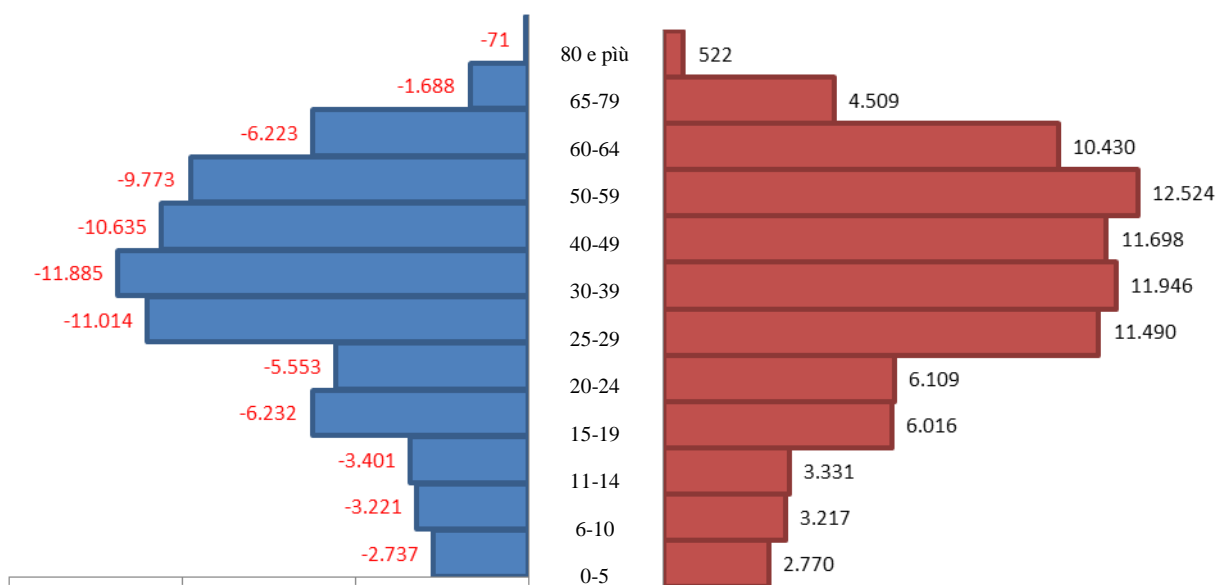
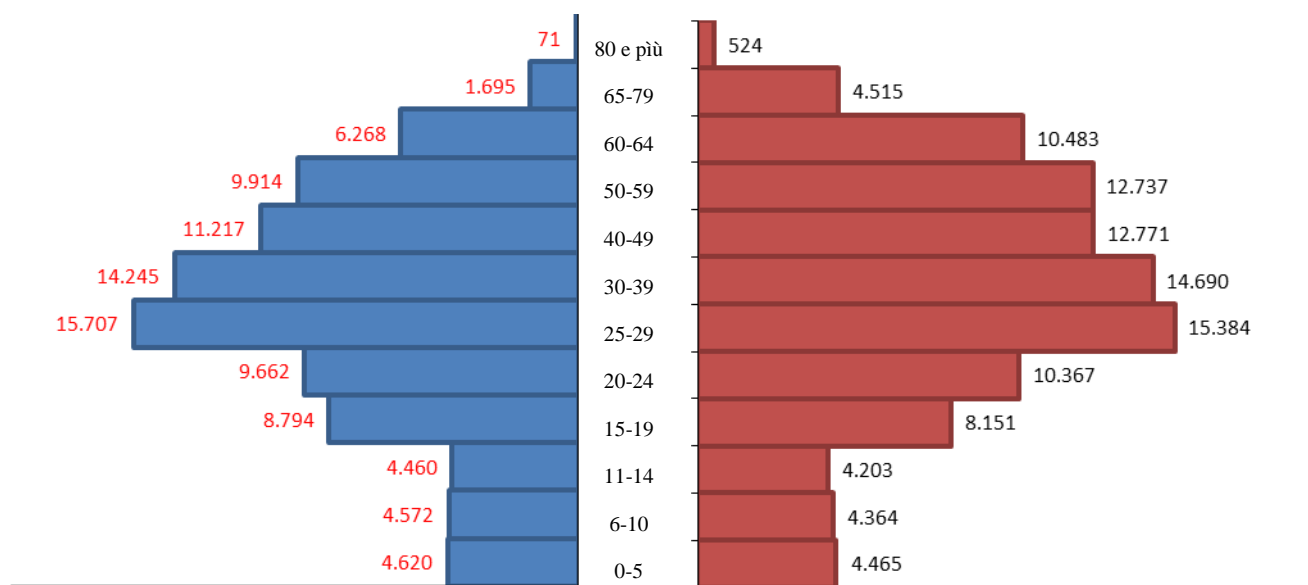


Grafico 7 piramide dell'età intera popolazione residente Valori assoluti



A conferma di quanto dimostrato graficamente gli indici demografici principali calcolati considerando solo gli stranieri evidenziano una struttura molto più giovane della popolazione, infatti l'indice di vecchiaia (il più rappresentativo) è pari a 5,83; considerando che l'indice di vecchiaia di una popolazione matura difficilmente scende sotto il valore di 100, nel caso della popolazione straniera residente in BRESCIA possiamo tranquillamente affermare che non esistono anziani (65 e più).

Vediamo comunque un confronto tabellare tra tutti gli indici rilevanti già presi in considerazione per la popolazione totale:

INDICE	Residenti totali	Residenti stranieri
di vecchiaia	173,16	5,83
di dipendenza totale	60,25	29,83
di dipendenza giovanile	22,06	28,18
di dipendenza degli anziani	38,19	1,64
di carico familiare	27,49	35,40
di struttura della popolazione in età lavorativa	132,58	60,84
di ricambio della popolazione in età lavorativa	149,38	24,79

Per quanto riguarda la composizione per nazionalità di provenienza, dei residenti stranieri oltre l'80% degli stessi proviene dal 14% dei paesi di origine (19 stati su 137 rilevati). Di seguito riportiamo la distribuzione in valore assoluto e in percentuale dei paesi di provenienza con percentuale significativa di incidenza (maggiore o uguale all'1% sui residenti stranieri totali):

Paese di provenienza	Valore assoluto			Percentuale sul totale stranieri		
	Maschi	Femmine	Totale	Maschi	Femmine	Totale
Pakistan	2397	1389	3786	12,76%	7,68%	10,26%
Moldova	884	1970	2854	4,70%	10,89%	7,74%
Ucraina	643	2114	2757	3,42%	11,68%	7,47%
Romania	1149	1521	2670	6,11%	8,41%	7,24%
Egitto	1817	741	2558	9,67%	4,10%	6,94%
Cina Rep. Popolare	1263	1131	2394	6,72%	6,25%	6,49%
Albania	1223	1108	2331	6,51%	6,12%	6,32%
India	1323	722	2045	7,04%	3,99%	5,54%
Bangladesh	1230	801	2031	6,55%	4,43%	5,51%
Sri Lanka	861	663	1524	4,58%	3,66%	4,13%
Filippine	664	773	1437	3,53%	4,27%	3,90%
Ghana	769	653	1422	4,09%	3,61%	3,86%

Marocco	637	555	1192	3,39%	3,07%	3,23%
Senegal	798	293	1091	4,25%	1,62%	2,96%
Tunisia	360	142	502	1,92%	0,78%	1,36%
Nigeria	188	295	483	1,00%	1,63%	1,31%
Brasile	152	228	380	0,81%	1,26%	1,03%
Perù	143	219	362	0,76%	1,21%	0,98%
Algeria	229	126	355	1,22%	0,70%	0,96%
TOTALI	16730	15444	32174	89,03%	85,36%	87,23%

La componente straniera della popolazione assume a BRESCIA un rilievo estremamente significativo, risultando praticamente doppia rispetto alla media regionale, di circa il 50% superiore a quella nazionale. Rispetto all'intera provincia di BRESCIA l'incidenza è addirittura tripla e quindi presumibilmente quadrupla rispetto al resto della provincia capoluogo escluso.

È evidente che questo fenomeno ha una conseguenza diretta a livello commerciale, perché vi è circa un quinto della popolazione che, quanto meno per i generi alimentari, presumibilmente non affluisce nelle strutture commerciali utilizzate dal resto della popolazione, perché ha di fatto la necessità di una rete commerciale aggiuntiva e differenziata.

In pratica, è come se in comune ci fosse una autonoma città di circa 40.000 persone che necessita di una propria struttura di vendita.

Dato che la grande distribuzione, e in gran parte anche la media, non soddisfa in maniera puntuale i fabbisogni di questa parte della popolazione, che è a sua volta segmentata in gruppi etnici con caratteristiche ed abitudini alimentari diversi, questo tipo di servizio è essenzialmente garantito da esercizi di vicinato, in particolare da quelli gestiti da operatori economici di origine non italiana.

Questo può in gran parte spiegare l'alto numero di esercizi presenti in città, individuando quindi una articolazione e specializzazione del servizio, più che un eccesso di offerta.

B.3 Analisi della Domanda

Stante le norme di liberalizzazione introdotte nella legislazione italiana a seguito del recepimento della Direttiva Europea Servizi (D.Lgs. 59/2010), e delle specificazioni introdotte dai decreti legge susseguiti nel 2011 e 2012, in particolare il DL. 1/2012 che hanno confermato l'abrogazione di:

“a) le norme che prevedono limiti numerici, autorizzazioni, licenze, nulla osta o preventivi atti di assenso dell'amministrazione comunque denominati per l'avvio di un'attività economica non giustificati da un interesse generale, costituzionalmente rilevante e compatibile con l'ordinamento comunitario nel rispetto del principio di proporzionalità;

b) le norme che pongono divieti e restrizioni alle attività economiche non adeguati o non proporzionati alle finalità pubbliche perseguite, nonché le disposizioni di pianificazione e programmazione territoriale o temporale autoritativa con prevalente finalità economica o prevalente contenuto economico, che pongono limiti, programmi e controlli non ragionevoli, ovvero non adeguati ovvero non proporzionati rispetto alle finalità pubbliche dichiarate e che in particolare impediscono, condizionano o ritardano l'avvio di nuove attività economiche o l'ingresso di nuovi operatori economici ponendo un trattamento differenziato rispetto agli operatori già presenti sul mercato, operanti in contesti e condizioni analoghi, ovvero impediscono, limitano o condizionano l'offerta di prodotti e servizi al consumatore, nel tempo nello spazio o nelle modalità, ovvero alterano le condizioni di piena concorrenza fra gli operatori economici oppure limitano o condizionano le tutele dei consumatori nei loro confronti. “

L'analisi della domanda e dell'offerta non può costituire più un meccanismo automatico per la determinazione delle quantità di servizi commerciali da inserire sul territorio, ma solo uno strumento metodologico da cui derivare delle indicazioni e degli obiettivi essenzialmente di natura qualitativa.

B.3.1 Stima dei Redditi

B.3.1.1 Metodologia e Fonti

Per quanto riguarda i redditi, la fonte più autorevole di riferimento è quella pubblicata dall'Istituto Tagliacarne, la cui edizione più recente si riferisce al 2008.

In base a tali dati abbiamo le seguenti stime di redditi pro-capite A LIVELLO PROVINCIALE, per le quali abbiamo calcolato anche gli indici fatto 100 rispettivamente il valore nazionale e quello regionale.

Tabella 7 - Redditi pro capite per Provincia della Lombardia - anno 2008.

Provincia	Reddito disp. Procapite	Percentuali (Italia=100%)	Percentuali (lombardia=100%)
BERGAMO	19.567,17	108,07%	90,53%
BRESCIA	20.082,46	110,92%	92,91%
COMO	19.070,30	105,33%	88,23%
CREMONA	20.463,42	113,02%	94,68%
LECCO	19.726,47	108,95%	91,27%

LODI	17.884,29	98,78%	82,74%
MILANO	24.309,09	134,26%	112,47%
MANTOVA	20.799,99	114,88%	96,23%
PAVIA	19.965,15	110,27%	92,37%
SONDRIO	20.907,17	115,47%	96,73%
VARESE	19.520,00	107,81%	90,31%
LOMBARDIA	21.614,06	119,38%	100,00%
ITALIA	18.105,92	100,00%	83,77%

Fonte: Nostre elaborazioni sui dati Istituto Tagliacarne

Non esistono invece stime attendibili sui livelli di reddito a livello sub provinciale, almeno con riferimenti a dati sufficientemente recenti.

E' infatti da qualche decennio che non vengono più pubblicati dati relativi a stime di reddito e/o di consumi a livello comunale.

Va dato atto al comune di Brescia di essere stato tra i pochi in Italia ad avere tentato una valutazione specifica dei livelli di reddito a livello comunale (si veda il rapporto numero 17 dell'ufficio statistica comunale "Criteri e metodi di stima del reddito delle famiglie bresciane" pubblicato nel 2003). I dati sono relativi all'anno 2000 e la metodologia seguita non è direttamente comparabile con quella dei dati di altra fonte utilizzati per i confronti con gli altri livelli territoriali.

Per questo motivo e per l'obsolescenza dei dati non è possibile tenerne conto in questa sede

B.3.2 Stima dei Consumi

B.3.2.1 Metodologia e Fonti

Per quanto riguarda i consumi la fonte ufficiale dei dati è L'ISTAT (indagine sui consumi delle famiglie condotta annualmente sulle famiglie italiane di fatto²) tale indagine rappresenta la fonte informativa per poter descrivere, analizzare e interpretare i comportamenti di spesa delle famiglie residenti in Italia ed inoltre svolge un ruolo fondamentale nella determinazione degli aggregati (trimestrali e annuali) per la Contabilità nazionale, nelle stime per la ponderazione del paniere di beni e servizi degli indici dei prezzi al consumo e nelle stime della povertà.

I dati diffusi dall'ISTAT fanno generalmente riferimento alla spesa media mensile, ottenuta rapportando al numero delle famiglie residenti la spesa totale (somma delle spese sostenute

² L'unità di rilevazione dell'indagine è la famiglia di fatto, intesa come un insieme di persone coabitanti e legate da vincoli affettivi, di matrimonio, parentela, affinità, adozione e tutela. Sono considerate appartenenti alla famiglia, come membri aggregati, tutte le persone che, a qualsiasi titolo, convivono abitualmente con essa. Sono escluse dalla rilevazione le persone che vivono nelle comunità (caserme, ospedali, brefotrofi, istituti religiosi, convitti, eccetera), quelle presenti ma non residenti sul territorio nazionale e le famiglie che non sono in grado di distinguere le proprie spese da quelle relative alla conduzione di un'eventuale attività lavorativa.

dalle famiglie) per l'acquisto di un determinato bene, servizio o per gruppi di essi. Il livello di dettaglio merceologico varia a seconda dei raggruppamenti territoriali.

Dal punto di vista delle voci di consumo il maggior dettaglio del dato viene reso a livello di Macro-Regioni, mentre a livello di Regioni vengono diffusi dati di consumo aggregati per grandi categorie di spesa che non consentono di distinguere il totale dei consumi commercializzati di beni da quello dei servizi.

Anche l'Istituto Guglielmo Tagliacarne da qualche anno ha ricominciato a pubblicare stime sui consumi che sono riprese e pubblicate dal Ministero delle attività produttive nel sito dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Questi ultimi dati, differentemente dai dati ISTAT, arrivano al livello di dettaglio provinciale, e sono quindi maggiormente disaggregati dal punto di vista territoriale ma non da quello delle voci di consumo, infatti anche questi sono diffusi per macrovoci di consumo.

La principale differenza tra stime Tagliacarne e stime ISTAT deriva dalla diversa metodologia di rilevazione ed elaborazione dei dati.

Il metodo ISTAT basa la rilevazione sulle le spese sostenute per acquistare beni e servizi destinati al diretto soddisfacimento dei propri bisogni (consumo) dalle famiglie residenti escludendo quelle presenti ma non residenti sul territorio nazionale.

Il metodo Tagliacarne fa riferimento ad una rilevazione diretta dei consumi interni (compresi quindi quelli di turisti, pendolari, ecc.). Di conseguenza nel calcolo dei dati Tagliacarne i consumi pro-capite comprendono quelli dei non residenti, spalmati sul saldo totale dei residenti.

In sostanza, il dato Tagliacarne misura i consumi effettivamente effettuati all'interno del territorio regionale, anche se sono effettuati da non residenti, e quindi tiene in qualche modo conto dei consumi della popolazione cosiddetta "fluttuante".

E' evidente che, dal momento che la rilevazione non è effettuata a livello comunale, il dato non tiene conto degli effettivi consumi della popolazione fluttuante locale, né, tantomeno, delle evasioni o convergenze di consumi dall'esterno del territorio comunale derivanti dalla ricchezza o scarsità della rete distributiva locale.

Tali correttivi, se necessari, potrebbero essere apportati a livello locale solo tramite studi svolti "ad hoc".

In funzione della citata metodologia di calcolo il dato rilasciato dall'Istituto Tagliacarne risulta leggermente superiore a quello ISTAT.

Al livello regionale, in Lombardia, esiste un'ulteriore fonte di dati: la Regione Lombardia, per le valutazioni in sede di conferenza di servizi, utilizza un valore, ricostruito dai suoi uffici, che tiene conto di una ridotta gamma di consumi.

Da tale stima sono esclusi non solo i servizi e i beni commercializzati da reti distributive specifiche (carburanti, farmaci, ecc), ma anche parte dei beni commercializzati dalla rete di vendita al dettaglio con strutture "particolari", quali quelle specializzate nella vendita di beni ingombranti o a consegna differita (es. autoveicoli, materiali edili, ecc.)

Per i nostri fini e visto che la programmazione del commercio deve tenere conto di tutto il sistema distributivo e non solo delle voci usate dalla regione per le valutazioni in rapporto alla concorrenza della grande distribuzione, occorre utilizzare i dati ISTAT da cui è possibile ricostruire la gamma completa dei beni commercializzati dalla rete commerciale ordinaria (con

la sola esclusione, quindi, dei carburanti e dei servizi). Tale dato, però, non può essere direttamente ricostruito a livello regionale, e tantomeno provinciale, in quanto la disaggregazione dei dati regionali ISTAT non è sufficiente.

Abbiamo dovuto quindi procedere per approssimazioni successive:

- 1) Percentualizzazione delle singole voci di consumo (Macro Regione Nord Ovest – fonte ISTAT) rispetto al totale consumi (Tabella 8).
- 2) Raggruppamento delle percentuali analitiche nelle voci di dettaglio più significative usate dall'ISTAT a livello regionale (Tabella 10).
- 3) Calcolo degli indici dei consumi pro capite provinciali (fatta 100 la media regionale) dedotta dai dati di consumo Ministero/Tagliacarne (Tabella 11).
- 4) Stima dei consumi pro capite per i vari raggruppamenti merceologici e per provincia, ottenuta moltiplicando il totale dei consumi pro capite regionali ISTAT per gli indici di ciascuna provincia (Tabella 11) e ripartendoli per le merceologie in base alle percentuali di cui alla Tabella 10. I dati così ottenuti sono riportati nella Tabella 12
- 5) Calcolo di consumi globali per merceologia e provincia, ottenuto moltiplicando i dati pro capite di cui alla Tabella 12 per gli abitanti di ogni provincia. I dati così ottenuti sono riportati nella Tabella 13.

Tabella 8 – Consumi pro capite per voci a livello di macro regioni - 2009

Gruppi e categorie di consumo	Consumi mensili per famiglia		Pro capite annuo		% Voci di spesa sul totale	
	Italia	Nord-ovest	Italia	Nord-ovest	Italia	Nord-ovest
Pane e cereali	80,06	82,67	400,30	450,93	3,28%	2,99%
Pane, grissini e crackers	31,46	32,45	157,30	177,00	1,29%	1,17%
Biscotti	9,97	10,34	49,85	56,40	0,41%	0,37%
Pasta e riso	16,80	16,56	84,00	90,33	0,69%	0,60%
Pasticceria e dolci	12,61	13,12	63,05	71,56	0,52%	0,47%
Carne	104,91	106,64	524,55	581,67	4,30%	3,86%
Carne bovina	42,02	42,42	210,10	231,38	1,72%	1,53%
Carne suina	11,10	8,19	55,50	44,67	0,45%	0,30%
Pollame, conigli e selvaggina	20,90	21,80	104,50	118,91	0,86%	0,79%
Salumi	24,58	28,55	122,90	155,73	1,01%	1,03%
Pesce	40,07	35,54	200,35	193,85	1,64%	1,29%
Latte, formaggi e uova	62,94	65,16	314,70	355,42	2,58%	2,36%
Latte	18,23	16,78	91,15	91,53	0,75%	0,61%
Formaggi	28,31	31,49	141,55	171,76	1,16%	1,14%
Uova	5,39	5,01	26,95	27,33	0,22%	0,18%
Oli e grassi	16,20	16,98	81,00	92,62	0,66%	0,61%
Olio di oliva	11,98	12,30	59,90	67,09	0,49%	0,45%
Patate, frutta e ortaggi	83,27	84,02	416,35	458,29	3,41%	3,04%
Frutta	41,21	42,93	206,05	234,16	1,69%	1,55%
Zucchero, caffè e drogheria	32,55	33,80	162,75	184,36	1,33%	1,22%
Zucchero	3,30	2,93	16,50	15,98	0,14%	0,11%
Caffè, tè e cacao	12,76	13,07	63,80	71,29	0,52%	0,47%
Gelati	6,71	7,59	33,55	41,40	0,27%	0,27%
Bevande	41,06	45,72	205,30	249,38	1,68%	1,65%
Vino	11,66	14,96	58,30	81,60	0,48%	0,54%
Birra	4,73	4,56	23,65	24,87	0,19%	0,16%
Acqua minerale	12,50	13,55	62,50	73,91	0,51%	0,49%
Alimentari e bevande	461,06	470,53	2.305,30	2.566,53	18,88%	17,02%
Tabacchi	20,58	19,39	102,90	105,76	0,84%	0,70%
Abbigliamento e calzature	142,23	140,45	711,15	766,09	5,82%	5,08%
Abbigliamento	100,97	96,97	504,85	528,93	4,14%	3,51%
Calzature	33,73	34,65	168,65	189,00	1,38%	1,25%
Riparazioni di abbigliamento e calzature	3,29	4,14	16,45	22,58	0,13%	0,15%
Abitazione (principale e secondaria)	683,52	779,60	3.417,60	4.252,36	27,99%	28,21%

Affitto	67,24	78,07	336,20	425,84	2,75%	2,82%
Fitto figurativo	511,63	550,67	2.558,15	3.003,65	20,95%	19,92%
Acqua e condominio	35,46	48,59	177,30	265,04	1,45%	1,76%
Manutenzione ordinaria	19,73	26,71	98,65	145,69	0,81%	0,97%
Manutenzione straordinaria	41,05	59,89	205,25	326,67	1,68%	2,17%
Combustibili ed energia	135,29	151,56	676,45	826,69	5,54%	5,48%
Energia elettrica	48,29	42,23	241,45	230,35	1,98%	1,53%
Gas	66,46	76,88	332,30	419,35	2,72%	2,78%
Riscaldamento centralizzato	10,03	21,41	50,15	116,78	0,41%	0,77%
Mobili, elettrod. e servizi per la casa	133,15	157,31	665,75	858,05	5,45%	5,69%
Elettrodomestici	7,31	9,90	36,55	54,00	0,30%	0,36%
Mobili	31,79	43,50	158,95	237,27	1,30%	1,57%
Articoli di arredamento	4,48	5,50	22,40	30,00	0,18%	0,20%
Biancheria per la casa	6,18	7,84	30,90	42,76	0,25%	0,28%
Detersivi	19,51	18,85	97,55	102,82	0,80%	0,68%
Pentole, posate ed altre stoviglie	3,43	3,66	17,15	19,96	0,14%	0,13%
Tovaglioli/ piatti di carta, cont. alluminio ecc.	9,51	7,29	47,55	39,76	0,39%	0,26%
Lavanderia e tintoria	9,96	10,16	49,80	55,42	0,41%	0,37%
Servizi domestici	20,60	26,93	103,00	146,89	0,84%	0,97%
Riparazioni di mobili, elettrod. e biancheria	7,03	8,37	35,15	45,65	0,29%	0,30%
Sanità	88,20	96,99	441,00	529,04	3,61%	3,51%
Medicinali	40,77	44,30	203,85	241,64	1,67%	1,60%
Visite mediche generiche e specialistiche	29,03	32,80	145,15	178,91	1,19%	1,19%
Trasporti	335,96	393,33	1.679,80	2.145,44	13,76%	14,23%
Acquisto di auto	61,49	91,80	307,45	500,73	2,52%	3,32%
Acquisto di moto e scooter	2,16	..	10,80	..	0,09%	..
Assicurazioni mezzi di trasporto	60,32	63,26	301,60	345,05	2,47%	2,29%
Pezzi di ricambio, olio e lubrificanti	20,26	22,52	101,30	122,84	0,83%	0,81%
Carburanti per veicoli	121,49	125,11	607,45	682,42	4,98%	4,53%
Manutenzione e riparazioni	37,30	39,78	186,50	216,98	1,53%	1,44%
Tram, autobus e taxi	5,86	8,08	29,30	44,07	0,24%	0,29%
Altri trasporti	17,91	25,25	89,55	137,73	0,73%	0,91%
Comunicazioni	48,58	51,88	242,90	282,98	1,99%	1,88%
Telefono	37,92	39,59	189,60	215,95	1,55%	1,43%
Acquisto apparecchi per telefonia	1,90	2,42	9,50	13,20	0,08%	0,09%
Istruzione	23,91	27,06	119,55	147,60	0,98%	0,98%
Libri scolastici	4,20	3,82	21,00	20,84	0,17%	0,14%
Tasse scolastiche, rette e simili	15,81	20,52	79,05	111,93	0,65%	0,74%
Tempo libero, cultura e giochi	101,60	124,89	508,00	681,22	4,16%	4,52%

Giochi e giocattoli	8,88	9,66	44,40	52,69	0,36%	0,35%
Radio, televisore, Hi-Fi e videoregistratore	3,94	5,76	19,70	31,42	0,16%	0,21%
Computer, macchine da scrivere, calcolatori	3,64	4,79	18,20	26,13	0,15%	0,17%
Libri non scolastici	4,56	5,60	22,80	30,55	0,19%	0,20%
Giornali e riviste	10,18	11,78	50,90	64,25	0,42%	0,43%
Dischi, cassette e videocassette	2,35	2,58	11,75	14,07	0,10%	0,09%
Cancelleria	2,87	3,33	14,35	18,16	0,12%	0,12%
Abbonamento radio-televisione e internet	10,17	11,69	50,85	63,76	0,42%	0,42%
Lotto e lotterie	5,61	5,19	28,05	28,31	0,23%	0,19%
Animali domestici	8,62	10,73	43,10	58,53	0,35%	0,39%
Piante e fiori	8,14	8,57	40,70	46,75	0,33%	0,31%
Riparazioni radio, televisore, computer ecc.	3,44	4,21	17,20	22,96	0,14%	0,15%
Altri beni e servizi	267,69	350,94	1.338,45	1.914,22	10,96%	12,70%
Prodotti per la cura personale	38,42	39,02	192,10	212,84	1,57%	1,41%
Barbiere, parrucchiere, istituti di bellezza	31,19	36,11	155,95	196,96	1,28%	1,31%
Argenteria, gioielleria, bigiotteria e orologi	6,29	8,74	31,45	47,67	0,26%	0,32%
Borse, valige ed altri effetti personali	4,66	5,95	23,30	32,45	0,19%	0,22%
Assicurazioni vita e malattie	19,21	25,15	96,05	137,18	0,79%	0,91%
Onorari liberi professionisti	15,36	17,20	76,80	93,82	0,63%	0,62%
Alberghi, pensioni e viaggi organizzati	61,50	110,71	307,50	603,87	2,52%	4,01%
Pasti e consumazioni fuori casa	81,18	94,60	405,90	516,00	3,32%	3,42%
Non alimentari	1.980,71	2.293,39	9.903,55	12.509,40	81,12%	82,98%
TOTALE	2.441,77	2.763,92	12.208,85	15.075,93	100%	100%

Fonte: nostra elaborazione sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) Consumi delle Famiglie – Italia Nord-Ovest

Tabella 9 – Consumi pro capite per raggruppamenti a livello regionale 2009

Gruppi e categorie di consumo	Consumi mensili per famiglia		Consumi mensili pro capite		Consumi annuali pro capite	
	Italia	Lombardia	Italia	Lombardia	Italia	Lombardia
Pane e cereali	80,06	82,35	33,36	35,80	400,30	429,65
Carne	104,91	108,89	43,71	47,34	524,55	568,12
Pesce	40,07	34,93	16,70	15,19	200,35	182,24
Latte, formaggi e uova	62,94	64,27	26,23	27,94	314,70	335,32
Oli e grassi	16,20	16,08	6,75	6,99	81,00	83,90
Patate, frutta e ortaggi	83,27	81,85	34,70	35,59	416,35	427,04
Zucchero, caffè e drogheria	32,55	33,52	13,56	14,57	162,75	174,89
Bevande	41,06	47,21	17,11	20,53	205,30	246,31
Alimentari e bevande	461,06	469,09	192,11	203,95	2.305,30	2.447,43
Tabacchi	20,58	19,16	8,58	8,33	102,90	99,97

Abbigliamento e calzature	142,23	151,82	59,26	66,01	711,15	792,10
Abitazione (principale e secondaria)	683,52	826,54	284,80	359,37	3.417,60	4.312,38
Combustibili ed energia	135,29	153,10	56,37	66,57	676,45	798,78
Mobili, elettrodomestici e servizi per la casa	133,15	164,94	55,48	71,71	665,75	860,56
Sanità	88,20	98,52	36,75	42,83	441,00	514,02
Trasporti	335,96	437,04	139,98	190,02	1.679,80	2.280,21
Comunicazioni	48,58	53,74	20,24	23,37	242,90	280,38
Istruzione	23,91	28,49	9,96	12,39	119,55	148,64
Tempo libero, cultura e giochi	101,60	128,50	42,33	55,87	508,00	670,43
Altri beni e servizi	267,69	386,72	111,54	168,14	1.338,45	2.017,67
Non alimentari	1.980,71	2.448,59	825,30	1.064,60	9.903,55	12.775,25
TOTALE	2.441,77	2.917,68	1.017,40	1.268,56	12.208,85	15.222,68

Fonte: nostra elaborazione sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) Consumi delle Famiglie – Italia - Lombardia

Tabella 10 – Calcolo incidenze percentuali per raggruppamenti di voci 2009

Voci di spesa	NORD OVEST Spesa procapite 2009 (euro)	% sul totale spesa
1) Totale –Alimentari	2.500,28	17,34%
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	817,72	5,67%
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	540,63	3,75%
4) Altri prodotti non alimentari	3.754,43	26,04%
5) Totale – Non Alimentari	7.613,06	52,79%
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	732,31	5,08%
7) Carburanti	8.345,37	57,87%
8) Totale – BENI (6+7)	6.075,08	42,13%
9) Servizi	14.420,45	100,00%
10) Totale SPESA (8+9)	2.500,28	17,34%

Fonte: nostra elaborazione sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) Consumi delle Famiglie – Nord-Ovest

Tabella 11 – Consumi pro capite per provincia della Lombardia anno 2009 - indici

Province	Consumi finali pro capite 2009	Percentuali (Italia=100%)	Percentuali (Nord Ovest=100%)	Percentuali (lombardia=100%)
Bergamo	12.258,90	100,41%	85,01%	80,53%
Brescia	13.950,63	114,27%	96,74%	91,64%
Como	13.510,91	110,66%	93,69%	88,75%
Cremona	14.059,25	115,16%	97,50%	92,36%
Lecco	12.945,57	106,03%	89,77%	85,04%
Lodi	13.893,09	113,80%	96,34%	91,27%
Mantova	13.049,91	106,89%	90,50%	85,73%
Milano	17.754,03	145,42%	123,12%	116,63%
Pavia	14.526,79	118,99%	100,74%	95,43%
Sondrio	15.169,49	124,25%	105,19%	99,65%
Varese	13.484,81	110,45%	93,51%	88,58%
LOMBARDIA	15.222,73	124,69%	105,56%	100,00%
NORD OVEST	14.420,45	118,11%	100,00%	94,73%
ITALIA	12.208,85	100,00%	84,66%	80,20%

FONTE: Ns elaborazioni sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) e Ministero dello sviluppo economico anno 2008 (PUBBLICATI 2010)

Tabella 12 – Consumi pro capite per provincia in Lombardia anno 2009 – Valori Assoluti

Province	Spesa pro capite per prodotti commercializzati euro 2009						Spese per servizi	Totale
	Alimentari	Vestuario, Calzature pellicce	Mobili elettrod. spese varie per la casa	Altri prodotti	Carburanti	Totale Prodotti		
Bergamo	2.125,50	695,15	459,59	3.191,66	622,54	7.094,44	5.164,45	12.258,90
Brescia	2.418,82	791,08	523,01	3.632,11	708,45	8.073,48	5.877,15	13.950,63
Como	2.342,58	766,15	506,53	3.517,63	686,12	7.819,00	5.691,90	13.510,91
Cremona	2.437,65	797,24	527,08	3.660,39	713,97	8.136,34	5.922,91	14.059,25
Lecco	2.244,56	734,09	485,33	3.370,44	657,41	7.491,84	5.453,74	12.945,57
Lodi	2.408,84	787,82	520,86	3.617,13	705,53	8.040,18	5.852,91	13.893,09
Mantova	2.262,65	740,00	489,24	3.397,61	662,71	7.552,22	5.497,69	13.049,91
Milano	3.078,27	1.006,75	665,60	4.622,35	901,60	10.274,58	7.479,46	17.754,03
Pavia	2.518,72	823,75	544,61	3.782,12	737,71	8.406,91	6.119,88	14.526,79
Sondrio	2.630,15	860,20	568,71	3.949,45	770,35	8.778,86	6.390,63	15.169,49
Varese	2.338,05	764,67	505,55	3.510,84	684,80	7.803,90	5.680,91	13.484,81
Lombardia	2.639,38	863,22	570,70	3.963,31	773,06	8.809,67	6.413,06	15.222,73

FONTE: Ns elaborazioni sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) e Ministero dello sviluppo economico anno 2008 (PUBBLICATI 2010)

Tabella 13 – Spesa complessiva per consumi nelle province lombarde anno 2009 (Milioni di €)

Province	Spesa totale per prodotti commercializzati Milioni di €						Spese per servizi	Totale
	Alimentari	Vestiario, Calzature pellicce	Mobili elettrod. spese varie per la casa	Altri prodotti	Carburanti	Totale Prodotti		
Bergamo	2.310,85	755,77	499,67	3.469,99	676,83	7.713,10	5.614,81	13.327,93
Brescia	3.006,41	983,25	650,06	4.514,43	880,55	10.034,71	7.304,84	17.339,56
Como	1.382,24	452,07	298,88	2.075,58	404,85	4.613,60	3.358,51	7.972,11
Cremona	882,58	288,65	190,84	1.325,28	258,50	2.945,85	2.144,45	5.090,31
Lecco	758,46	248,06	164,00	1.138,91	222,15	2.531,58	1.842,88	4.374,46
Lodi	543,98	177,91	117,62	816,84	159,33	1.815,67	1.321,73	3.137,41
Mantova	933,58	305,33	201,86	1.401,87	273,44	3.116,09	2.268,38	5.384,47
Milano	9.614,07	3.144,29	2.078,81	14.436,55	2.815,88	32.089,62	23.359,89	55.449,48
Pavia	1.370,76	448,31	296,39	2.058,34	401,48	4.575,29	3.330,62	7.905,91
Sondrio	480,55	157,17	103,91	721,60	140,75	1.603,98	1.167,63	2.771,60
Varese	2.049,78	670,39	443,22	3.077,97	600,37	6.841,72	4.980,48	11.822,20
Lombardia	25.934,92	8.482,12	5.607,78	38.944,04	7.596,20	86.565,06	63.015,63	149.580,69

FONTE: Ns elaborazioni sui dati ISTAT anno 2009 (PUBBLICATI 2011) e Ministero dello sviluppo economico anno 2008 (PUBBLICATI 2010)

Riepilogando avremo per la regione Lombardia i seguenti valori per i consumi anno 2009 (Totale abitanti al 31.12.2009 – 9.826.141– fonte ISTAT):

Tabella 14 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2009

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.639,38	25.934.926.109,59
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	863,22	8.482.077.060,97
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	570,70	5.607.814.873,08
4) Altri prodotti non alimentari	3.963,31	38.944.060.824,81
5) Totale – Non Alimentari	5.397,23	53.033.952.758,85
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	8.036,61	78.968.878.868,44
7) Carburanti	732,07	7.193.423.041,87
8) Totale – BENI (6+7)	8.809,67	86.565.027.252,78
9) Servizi	6.413,06	63.015.668.404,38
10) Totale SPESA (8+9)	15.222,73	149.580.695.657,17

I consumi totali per l'anno 2011, sono stati stimati moltiplicando il valore dei consumi pro-capite al 2009 per il numero di abitanti (fonte ISTAT) all'ultimo aggiornamento pubblicato ovvero 30.06.2011, pari a 9.957.394.

Tabella 15 – Regione Lombardia valori dei consumi anno 2011

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.639,38	26.281.346.575,72
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	863,22	8.595.421.648,68
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	570,70	5.682.684.755,80
4) Altri prodotti non alimentari	3.963,31	39.464.239.214,14
5) Totale – Non Alimentari	5.397,23	53.742.345.618,62
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	8.036,61	80.023.692.194,34
7) Carburanti	732,07	7.289.509.425,58
8) Totale – BENI (6+7)	8.809,67	87.721.355.199,98
9) Servizi	6.413,06	63.857.365.165,64
10) Totale SPESA (8+9)	15.222,73	151.578.720.365,62

I dati così ottenuti ci consentono di individuare l'entità dei consumi dei beni che vengono commercializzati dalla rete di vendita ordinaria (esclusi i distributori di carburanti).

Tali dati riguardano i soli consumi dei residenti, indipendentemente da dove sono effettuati, e costituiscono quindi la base di calcolo del cosiddetto Mercato Teorico, cioè la potenzialità commerciale espressa dai residenti, al netto di eventuali evasioni o convergenze.

I confronti successivi verranno effettuati in base a tale potenzialità di mercato e consentiranno di valutare se le potenzialità teoriche della rete commerciale (offerta teorica) sono sufficienti, insufficienti o eccedenti rispetto al fabbisogno locale.

Applicando gli stessi calcoli ai valori di spesa pro-capite risultanti per la provincia di BRESCIA avremo quindi come stima di spesa nell'anno 2011 (abitanti al 01.01.2011 - fonte ISTAT 1.256.025) i seguenti valori

Tabella 16 – Provincia di BRESCIA valori dei consumi anno 2011

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.418,82	3.038.095.548,98
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	791,08	993.616.116,59
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	523,01	656.916.365,73
4) Altri prodotti non alimentari	3.632,11	4.562.024.867,59
5) Totale – Non Alimentari	4.946,21	6.212.557.349,92
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	7.365,02	9.250.652.898,90
7) Carburanti	708,45	889.835.756,55
8) Totale – BENI (6+7)	8.073,48	10.140.488.655,45
9) Servizi	5.877,15	7.381.845.658,11
10) Totale SPESA (8+9)	13.950,63	17.522.334.313,56

BRESCIA

Ricordiamo che la spesa delle famiglie, dalla quale abbiamo inizialmente derivato quella procapite, comprende tutte le spese per il consumo di beni e servizi.

In particolare la specificazione della componente più direttamente “commercializzata” comprende le spese per beni (escluso l’acquisto di abitazioni) effettuate nel territorio della provincia, sia dai cittadini che vi risiedono stabilmente, sia dalle persone che vi soggiornano per turismo, affari e simili; mentre esclude, per contro, le analoghe spese che i residenti sostengono nei loro soggiorni in altre province o all’estero.

È da tener presente, inoltre, che i consumi pro capite riportati nelle tabelle in calce debbono essere interpretati con una certa cautela, potendo (come nel caso delle province ad alta intensità turistica o ad alto saldo di pendolarismo in entrata) fornire risultati approssimati.

B.3.2.2 I Consumi Locali

Non esistono strumenti analitici affidabili per estendere a livello comunale una stima differenziata dei consumi, in quanto da anni nessun istituto di ricerca pubblica più stime del reddito a livello subprovinciale (salvo alcuni studi della Regione Piemonte, ovviamente limitati al proprio ambito territoriale di competenza).

Per stimare la spesa della popolazione attuale residente in BRESCIA, abbiamo quindi preso come riferimento la spesa provinciale procapite nell'anno 2011 per tipologia di prodotto commercializzato e per servizi.

I consumi comunali totali per l'anno 2011 sono dati dal prodotto tra il numero degli abitanti residenti nel Comune al 30.06.2011 (ultimo dato ufficiale Istat disponibile) e tale reddito procapite.

Non trattandosi di comune turistico, si da per scontato che la popolazione residente costituisca un dato esaustivo, in quanto non vi è presenza significativa di seconde case o di cittadini presenti ma non residenti.

Avremo di conseguenza, per il Comune di BRESCIA:

Abitanti al 30.06.2011 - fonte ISTAT: 194.472

Tabella 17 - Comune di BRESCIA valori dei consumi anno 2011

Voci di spesa	Consumi pro capite	Consumi Totali
1) Totale –Alimentari	2.418,82	470.392.323,08
2) Vestiario, Calzature e pellicceria	791,08	153.842.888,02
3) Mobili elettrodomestici e spese per la casa	523,01	101.711.223,48
4) Altri prodotti non alimentari	3.632,11	706.344.300,51
5) Totale – Non Alimentari	4.946,21	961.898.412,02
6) Totale – BENI COMMERCIALIZZATI (1+5)	7.365,02	1.432.290.735,10
7) Carburanti	708,45	137.774.438,60
8) Totale – BENI (6+7)	8.073,48	1.570.065.173,71
9) Servizi	5.877,15	1.142.940.856,13
10) Totale SPESA (8+9)	13.950,63	2.713.006.029,84

Va comunque tenuto in considerazione che il livello medio di reddito sia nella Provincia che nel Comune di BRESCIA è sicuramente superiore alla media regionale. Anche se non si dispone di strumenti per quantificare questa differenza di reddito, non possiamo non tenerne conto nella valutazione finale di livello qualitativo.

B.4 Analisi dell'Offerta

L'analisi è stata effettuata non solo sulle attività commerciali propriamente dette (cioè quelle assoggettate al D.Lgs. 114/98 (Decreto Bersani), ma anche sulle attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, di cui alla L.287/91 ed alla L.R. 6/10 Titolo II, Capo III, ed a parte delle attività che definiamo come assimilabili al commercio (paracommerciali.), quelle che vengono ancora impropriamente definite come "artigianato di servizio"

Dal momento che solo poche di queste attività sono assoggettate ad autorizzazione amministrativa, e che parte di tali autorizzazioni non sono di competenza comunale, l'accuratezza di tali dati è sicuramente inferiore a quella conseguita per i negozi e gli esercizi pubblici.

B.4.1 Offerta Commerciale al dettaglio

N.B. I DATI REGIONALI CONTEGGIANO LE STRUTTURE COMMERCIALI UNITARIE COME UN'ENTITA' UNICA SENZA ENTRARE NEL MERITO DELLA LORO COMPOSIZIONE E DEL NUMERO DI ATTIVITA' OPERANTI, IL CHE PUO' PORTARE A CONSIDERAZIONI FUORVIANTI, SPECIALMENTE NEL SENSO DI NON RENDERE CHIARAMENTE COMPRESIBILE IL NUMERO EFFETTIVO DI OPERATORI COMMERCIALI PRESENTI SUL TERRITORIO.

B.4.1.1 Commercio Fisso

Si premette che i dati di riferimento, desunti dal censimento annuale della Regione, derivano dai dati di fonte comunale.

Tali dati, frutto di un accumulo "storico" di informazioni acquisite di anno in anno e non di un censimento diretto, scontano due particolari aspetti di criticità:

- 1) la disomogeneità nelle modalità di valutazione e conteggio dei dati succedutisi nel tempo, ed in particolare il fatto che, dopo la riforma Bersani del 1998 e l'introduzione della SCIA per i negozi di vicinato, non essendo più necessario titolo autorizzativo per l'avvio degli esercizi di vicinato, non sono state effettuate verifiche analitiche sui dati, per cui i numeri potrebbero risultare gonfiati dal fatto che non tutti gli esercizi per cui sono state presentate SCIA sono stati effettivamente attivati, e che parecchi esercizi operanti siano di fatto subingressi ad attività preesistenti, ma non sono stati dichiarati come tali per motivi di natura fiscale (potendo aprire liberamente un'attività è più conveniente fare risultare una cessazione ed una nuova apertura piuttosto che un subingresso, soggetto a costi notarili e ad imposta di registro). Inoltre parecchie chiusure potrebbero non essere state dichiarate o non esattamente scaricate dai dati.
- 2) In molti casi la dichiarazione di inizio di un'attività commerciale non dà luogo ad un vero e proprio esercizio autonomo, ma potrebbe essere un'attività complementare ad esercizi di altra natura (bar, artigiani, vendita diretta dei produttori, ecc.). Non esistendo un meccanismo di verifica, è verosimile che i dati sui negozi di vicinato risultino sovrastimati rispetto alla realtà.

Di conseguenza, pur trovandoci sicuramente in presenza di una rete commerciale di notevole consistenza, l'impressione di un sovraddimensionamento dell'offerta rispetto alla domanda potrebbe risultare fuorviante.

B.4.1.1.1 Offerta a Scala Sovracomunale

I dati sull'offerta commerciale di scala sovracomunale, ossia relativi alle grandi strutture ed a quelle medie comunque di dimensione significativa, site nei comuni del circondario, sono dedotti dal Censimento Regionale delle attività commerciali, che nella sua ultima edizione riporta i dati aggiornati al 30/06/2011.

Tali dati sono stati pubblicati dalla Regione Lombardia con D.D.U.O. del 12 dicembre 2011 n°12244. I suddetti dati, per la fascia di territorio più prossima al comune di BRESCIA, sono mappati nell'allegato cartografico S2.

A titolo di riferimento e raffronto, possiamo utilizzare i dati medi regionali e provinciali, nonché quelli dei comuni contermini, che fanno anch'essi riferimento a tale censimento.

Abbiamo anche riportato analiticamente, nelle Tabelle che seguono le caratteristiche dell'offerta commerciale presente nei comuni contermini.

Tabella 18 - Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini - Esercizi di vicinato valori assoluti

Comune	Res. al 01/01/2011	numero pdv			superfici		
		alim	non alim	totale	alim	non alim	totale
BORGOSATOLLO	9.232	18	57	75	812	3.273	4.085
BOTTICINO	10.792	17	45	62	980	2.830	3.810
BOVEZZO	7.512	17	45	62	1.301	2.603	3.904
CASTEL MELLA	10.803	18	73	91	961	4.119	5.080
CASTENEDOLO	11.215	31	65	96	1.580	4.101	5.681
CELLATICA	4.943	9	11	20	791	703	1.494
COLLEBEATO	4.771	11	22	33	570	1.477	2.047
CONCESIO	15.005	24	105	129	1.380	8.031	9.411
FLERO	8.525	12	44	56	799	2.889	3.688
GUSSAGO	16.759	36	101	137	1.641	8.009	9.650
NAVE	11.142	25	58	83	1.180	3.750	4.930
REZZATO	13.429	37	148	185	1.700	11.800	13.500
RONCADELLE	9.369	22	57	79	1.349	3.600	4.949
S. ZENO NAVIGLIO	4.671	10	39	49	854	3	857
Totale parziale	138.168	287	870	1.157	15.898	57.188	73.086
BRESCIA	193.879	1.218	3.491	4.709	67.327	280.395	347.722
Totale	332.047	1.505	4.361	5.866	83.225	337.583	420.808

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

Tabella 19 – Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini – Esercizi di vicinato indici

Comune	abitanti/n°pdv			densità commerciale (mq/1.000 ab)		
	alim	non alim	totale	alim	non alim	totale
BORGOSATOLLO	512,89	161,96	123,09	87,95	354,53	442,48
BOTTICINO	634,82	239,82	174,06	90,81	262,23	353,04
BOVEZZO	441,88	166,93	121,16	173,19	346,51	519,70
CASTEL MELLA	600,17	147,99	118,71	88,96	381,28	470,24
CASTENEDOLO	361,77	172,54	116,82	140,88	365,67	506,55
CELLATICA	549,22	449,36	247,15	160,02	142,22	302,25
COLLEBEATO	433,73	216,86	144,58	119,47	309,58	429,05
CONCESIO	625,21	142,90	116,32	91,97	535,22	627,19
FLERO	710,42	193,75	152,23	93,72	338,89	432,61
GUSSAGO	465,53	165,93	122,33	97,92	477,89	575,81
NAVE	445,68	192,10	134,24	105,91	336,56	442,47
REZZATO	362,95	90,74	72,59	126,59	878,70	1005,29
RONCADELLE	425,86	164,37	118,59	143,99	384,25	528,23
S. ZENO NAVIGLIO	467,10	119,77	95,33	182,83	0,64	183,47
Totale parziale	481,42	158,81	119,42	115,06	413,90	528,96
BRESCIA	159,18	55,54	41,17	347,26	1446,24	1793,50
Totale	220,63	76,14	56,61	250,64	1016,67	1267,31

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

Tabella 20 – Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini - Medie Strutture

Comune	valori assoluti					indici			
	Res. al 1/1/2011	N° Pdv	superfici			abitanti/n°pdv totale	densità commerciale (mq/1.000 ab)		
			alim	non alim	totale		alim	non alim	totale
BORGOSATOLLO	9.232	7	849	2.661	3.510	1.319	92	288	380
BOTTICINO	10.792	2	1.370	480	1.850	5.396	127	44	171
BOVEZZO	7.512	3	1.296	1.141	2.437	2.504	173	152	324
CASTEL MELLA	10.803	11	2.064	6.348	8.412	982	191	588	779
CASTENEDOLO	11.215	14	1.250	11.710	12.960	801	111	1.044	1.156
CELLATICA	4.943	4	718	920	1.638	1.236	145	186	331
COLLEBEATO	4.771	0	0	0	0	0	0	0	0
CONCESIO	15.005	19	3.798	11.090	14.888	790	253	739	992
FLERO	8.525	18	2.200	8.488	10.688	474	258	996	1.254
GUSSAGO	16.759	6	1.185	4.381	5.566	2.793	71	261	332
NAVE	11.142	4	3.386	1.100	4.486	2.786	304	99	403
REZZATO	13.429	13	1.078	8.381	9.459	1.033	80	624	704
RONCADELLE	9.369	18	992	5.635	6.627	521	106	601	707
S. ZENO NAVIGLIO	4.671	22	1.224	5.559	6.783	212	262	1.190	1.452
Totale parziale	146.155	158	19.798	75.598	95.396	925	135	517	653
BRESCIA	193.879	214	32.535	126.529	159.064	906	168	653	820
Totale	340.034	386	53.833	207.488	261.321	881	158	610	769

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

Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini - Grandi Strutture									
Comune	valori assoluti					indici			
	Res. al 01/01/2011	N° Pdv	superfici			abitanti/n°pdv totale	densità commerciale (mq/1.000 ab)		
			alim	non alim	totale		alim	non alim	totale
BORGOSATOLLO	9.232	0	0	0	0	0	0	0	0
BOTTICINO	10.792	0	0	0	0	0	0	0	0
BOVEZZO	7.512	0	0	0	0	0	0	0	0
CASTEL MELLA	10.803	2	1.500	10.100	11.600	5.402	139	935	1.074
CASTENEDOLO	11.215	3	3.290	17.429	20.719	3.738	293	1.554	1.847
CELLATICA	4.943	0	0	0	0	0	0	0	0
COLLEBEATO	4.771	0	0	0	0	0	0	0	0
CONCESIO	15.005	1	4.200	4.645	8.845	15.005	280	310	589
FLERO	8.525	0	0	0	0	0	0	0	0
GUSSAGO	16.759	1	1.155	2.231	3.386	16.759	69	133	202
NAVE	11.142	0	0	0	0	0	0	0	0
REZZATO	13.429	3	3.400	12.910	16.310	4.476	253	961	1.215
RONCADELLE	9.369	7	5.623	64.654	70.277	1.338	600	6.901	7.501
S. ZENO NAVIGLIO	4.671	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale parziale	138.168	17	19.168	111.969	131.137	8.128	139	810	949
BRESCIA	193.879	15	20.892	57.992	78.884	12.925	108	299	407
Totale	332.047	32	40.060	169.961	210.021	10.376	121	512	633

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

Esercizi di commercio al dettaglio nei Comuni contermini - Totale esercizi									
Comune	valori assoluti					indici			
	Res. al 01/01/2011	N° Pdv	superfici			abitanti/n°pdv totale	densità commerciale (mq/1.000 ab)		
			alim	non alim	totale		alim	non alim	totale
BORGOSATOLLO	9.232	82	1.661	5.934	7.595	113	180	643	823
BOTTICINO	10.792	64	2.350	3.310	5.660	169	218	307	524
BOVEZZO	7.512	65	2.597	3.744	6.341	116	346	498	844
CASTEL MELLA	10.803	104	4.525	20.567	25.092	104	419	1.904	2.323
CASTENEDOLO	11.215	113	6.120	33.240	39.360	99	546	2.964	3.510
CELLATICA	4.943	24	1.509	1.623	3.132	206	305	328	634
COLLEBEATO	4.771	33	570	1.477	2.047	145	119	310	429
CONCESIO	15.005	149	9.378	23.766	33.144	101	625	1.584	2.209
FLERO	8.525	74	2.999	11.377	14.376	115	352	1.335	1.686
GUSSAGO	16.759	144	3.981	14.621	18.602	116	238	872	1.110
NAVE	11.142	87	4.566	4.850	9.416	128	410	435	845
REZZATO	13.429	201	6.178	33.091	39.269	67	460	2.464	2.924
RONCADELLE	9.369	104	7.964	73.889	81.853	90	850	7.887	8.737
S. ZENO NAVIGLIO	4.671	71	2.078	5.562	7.640	66	445	1.191	1.636
Totale parziale	138.168	1.332	54.864	244.755	299.619	110	375	1.675	2.050
BRESCIA	193.879	4.938	120.754	464.916	585.670	39	623	2.398	3.021
Totale	332.047	6.284	177.118	715.032	892.150	54	521	2.103	2.624

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

Tabella 21 Esercizi di vicinato autorizzati e loro superficie, in Lombardia al 30 giugno 2011

Prov.	n° alim	n° non alim	n° Misti	n° totale	Sup. Alim	Sup. non alim	Sup. misti	sup totale
BERGAMO	2.259	8.510	1.281	12.050	111.157	606.070	84.563	801.790
BRESCIA	2.865	12.358	1.707	16.930	153.551	897.958	111.173	1.162.682
COMO	859	4.604	582	6.045	39.764	295.667	35.157	370.588
CREMONA	740	2.785	404	3.929	34.285	168.814	25.998	229.097
LECCO	548	2.549	307	3.404	29.615	178.032	19.688	227.335
LODI	663	2.496	138	3.297	24.314	124.239	10.713	159.266
MONZA BRIANZA	1.199	5.738	402	7.339	67.321	443.490	28.606	539.417
MILANO	5.993	27.826	2.108	35.927	238.411	1.780.132	135.712	2.154.255
MANTOVA	902	4.116	469	5.487	36.500	245.257	31.321	313.078
PAVIA	1.214	4.484	765	6.463	59.494	277.571	34.700	371.765
SONDRIO	507	2.264	403	3.174	24.731	140.263	27.001	191.995
VARESE	1.636	7.321	723	9.680	71.529	506.398	42.354	620.281
Regione Lombardia	19.385	85.051	9.289	113.725	890.672	5.663.891	586.986	7.141.549

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

Tabella 22 Esercizi di vicinato autorizzati in Lombardia al 30 giugno 2011- Densità

Prov.	Residenti al 1/1/11	Ab/n° alim	Ab/n° non alim	Ab/n° misti	Ab/n° totale	m2 alim/ 1.000 Ab	m2 Nalim/ 1.000 Ab	m2 misti/ 1.000 Ab	m2 Tot /1.000 Ab
BERGAMO	1.098.740	486	129	858	91	101,17	551,60	76,96	729,74
BRESCIA	1.256.025	438	102	736	74	122,25	714,92	88,51	925,68
COMO	594.988	693	129	1022	98	66,83	496,93	59,09	622,85
CREMONA	363.606	491	131	900	93	94,29	464,28	71,50	630,07
LECCO	340.167	621	133	1108	100	87,06	523,37	57,88	668,30
LODI	227.655	343	91	1650	69	106,80	545,73	47,06	699,59
MONZA BRIANZA	849.636	709	148	2114	116	79,24	521,98	33,67	634,88
MILANO	3.156.694	527	113	1497	88	75,53	563,92	42,99	682,44
MANTOVA	415.442	461	101	886	76	87,86	590,35	75,39	753,60
PAVIA	548.307	452	122	717	85	108,50	506,23	63,29	678,02
SONDRIO	183.169	361	81	455	58	135,02	765,76	147,41	1.048,19
VARESE	883.285	540	121	1222	91	80,98	573,31	47,95	702,24
Regione Lombardia	9.917.714	512	117	1068	87	89,81	571,09	59,19	720,08

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

Tabella 23 Superfici ed esercizi autorizzati di Medie Strutture di vendita Lombardia 30 giugno 2011

Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV	C.C.			
BERGAMO	99	1001	1100	1088	12	49.508	569.222	618.730
BRESCIA	124	1195	1319	1319	0	70.356	745.855	816.211
COMO	29	496	525	522	3	16.693	273.230	289.923
CREMONA	26	289	315	314	1	14.518	198.465	212.983
LECCO	40	171	211	207	4	18.087	109.532	127.619
LODI	17	147	164	164	0	9.319	103.224	112.543
MONZA BRIANZA	11	685	696	691	5	5.176	485.419	490.595
MILANO	103	1704	1807	1793	14	68.262	1.229.968	1.298.230
MANTOVA	38	424	462	459	3	27.153	308.740	335.893
PAVIA	38	406	444	438	6	26.405	292.074	318.479
SONDRIO	27	266	293	293	0	15.217	115.122	130.339
VARESE	77	669	746	734	12	43.329	449.225	492.554
Regione Lombardia	629	7.453	8.082	8.022	60	364.023	4.880.076	5.244.099

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

Tabella 24 Medie Strutture di vendita autorizzate in Lombardia al 30 giugno 2011 - Densità

Prov.	Residenti al 01/01/2011	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv totali	Residenti / n°pdv singoli	Residenti / n° CC	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	1.098.740	11.098	1.098	999	1.010	91.562	45,06	518,07	563,13
BRESCIA	1.256.025	10.129	1.051	952	952	-	56,01	593,82	649,84
COMO	594.988	20.517	1.200	1.133	1.140	198.329	28,06	459,22	487,28
CREMONA	363.606	13.985	1.258	1.154	1.158	363.606	39,93	545,82	585,75
LECCO	340.167	8.504	1.989	1.612	1.643	85.042	53,17	321,99	375,17
LODI	227.655	13.391	1.549	1.388	1.388	-	40,93	453,42	494,36
MONZA BRIANZA	849.636	77.240	1.240	1.221	1.230	169.927	6,09	571,33	577,42
MILANO	3.156.694	30.648	1.853	1.747	1.761	225.478	21,62	389,64	411,26
MANTOVA	415.442	10.933	980	899	905	138.481	65,36	743,16	808,52
PAVIA	548.307	14.429	1.351	1.235	1.252	91.385	48,16	532,68	580,84
SONDRIO	183.169	6.784	689	625	625	-	83,08	628,50	711,58
VARESE	883.285	11.471	1.320	1.184	1.203	73.607	49,05	508,58	557,64
Regione Lombardia	9.917.714	15.767	1.331	1.227	1.236	165.295	36,70	492,06	528,76

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

Tabella 25 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2011

Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV	C.C.			
BERGAMO	7	37	44	27	17	108.885	345.266	454.150
BRESCIA	19	62	81	41	40	135.520	455.777	591.297
COMO	10	25	35	16	19	51.049	119.405	170.454
CREMONA	1	10	11	8	3	22.546	73.642	96.188
LECCO	5	10	15	8	7	29.713	52.585	82.298
LODI	1	12	13	9	4	23.960	74.086	98.046
MONZA BRIANZA	9	28	37	17	20	70.466	218.979	289.445
MILANO	25	111	136	54	82	244.331	1.017.121	1.261.452
MANTOVA	5	20	25	15	10	42.778	109.973	152.751
PAVIA	6	16	22	10	12	49.870	132.275	182.145
SONDRIO	1	7	8	5	3	12.967	32.437	45.404
VARESE	14	34	48	19	29	73.954	204.934	278.888
Regione Lombardia	103	372	475	229	246	866.039	2.836.480	3.702.518

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

Tabella 26 Grandi superfici di vendita in Lombardia al 30 giugno 2009- Densità

Prov.	Residenti al 01/01/2011	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv TOTALI	Residenti / n°pdv	Residenti / n° CC	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	1.098.740	156.963	29.696	24.971	40.694	64.632	99,10	314,24	413,34
BRESCIA	1.256.025	66.107	20.258	15.506	30.635	31.401	107,90	362,87	470,77
COMO	594.988	59.499	23.800	17.000	37.187	31.315	85,80	200,68	286,48
CREMONA	363.606	363.606	36.361	33.055	45.451	121.202	62,01	202,53	264,54
LECCO	340.167	68.033	34.017	22.678	42.521	48.595	87,35	154,59	241,93
LODI	227.655	227.655	18.971	17.512	25.295	56.914	105,25	325,43	430,68
MONZA BRIANZA	849.636	94.404	30.344	22.963	49.979	42.482	82,94	257,73	340,67
MILANO	3.156.694	126.268	28.439	23.211	58.457	38.496	77,40	322,21	399,61
MANTOVA	415.442	83.088	20.772	16.618	27.696	41.544	102,97	264,71	367,68
PAVIA	548.307	91.385	34.269	24.923	54.831	45.692	90,95	241,24	332,20
SONDRIO	183.169	183.169	26.167	22.896	36.634	61.056	70,79	177,09	247,88
VARESE	883.285	63.092	25.979	18.402	46.489	30.458	83,73	232,01	315,74
Regione Lombardia	9.917.714	96.288	26.661	20.879	43.309	40.316	87,32	286,00	373,32

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

B.4.1.1.1.1 La Struttura del Commercio nell'Area Bresciana

La comprensione della struttura insediativa del commercio a scala sovra comunale è un passaggio chiave per cogliere la valenza strategica di questa particolare attività economica nel suo rapporto con il territorio.

Emergono oggi, infatti, alcune rilevanti criticità connesse:

- ad un'evidente inadeguatezza livelli di governo territoriali preposti alla programmazione e al governo del fenomeno a scala vasta (non stiamo facendo valutazioni sulla qualità delle scelte di governo, ma sulla inadeguatezza derivanti dalla non coincidenza di scala dei livelli di governo e dei fenomeni da governare);
- alla sottovalutazione del fenomeno gravitazionale del commercio, che rischia d'indebolire interessanti sperimentazioni di intese pubblico-privato nel governo sovracomunale.

Per molti anni lo sviluppo della media e soprattutto della grande distribuzione è stato nell'area urbana relativamente contenuto, in parte per ragioni di carattere urbanistico, ma più ancora per scelte di politica commerciale dell'amministrazione comunale.

Questa situazione è mutata per la decisa spinta impressa dalla fine degli anni ottanta alla politica di riutilizzo delle aree dismesse e sottoutilizzate. Il ricorso agli strumenti della programmazione complessa e negoziata per i grandi interventi di trasformazione e riqualificazione urbana ha permesso la realizzazione in tempi relativamente contenuti di nuovi complessi residenziali integrati da funzioni miste, nei quali la costruzione di nuove grandi superfici commerciali, in prevalenza alimentari e promosse da pochi operatori in regime quasi monopolistico, ha avuto un ruolo molto rilevante dal punto di vista dimensionale e come significativo elemento di efficacia della fattibilità economica dei programmi.

La città di Brescia è punto di riferimento per un'area metropolitana che conta altri 15 Comuni, per una popolazione totale di 340.034 abitanti, segnata da un trend demografico tuttora sensibilmente positivo: dal 2003 al 2010 vi è stato un incremento di 17.564 (da 322.470), pari al 5,4%. Alla crescita partecipa anche il Comune capoluogo con un incremento di 2.765 unità, pari all'1,45%. L'hinterland cittadino è da sempre punto di riferimento per i grandi centri commerciali. Gli insediamenti si sono tuttavia rallentati nel periodo 2003/2011: il loro numero è passato da 16 a 18 unità (Rezzato e Castenedolo), una sola delle quali è stata recentemente attivata (Castenedolo) con la tipologia del retail park (solo non alimentare). Altre due grandi strutture (a Roncadelle) non risultano ancora attivate. La densità commerciale complessiva (di tutte le tipologie di vendita) tra la città ed i Comuni dell'hinterland ha registrato in questi anni una tendenza diversificata, con una crescita della presenza degli esercizi di vicinato nella città ed una stabilità nell'hinterland, un calo delle medie strutture di vendita ed una stabilità delle grandi. Per queste ultime tipologie, fattore di indicazione del grado di attrazione commerciale, il "distacco" tra la città ed i Comuni contermini resta inalterato rispetto al 2003: 408 mq/1000 abitanti nella città a fronte di 945 mq/1000 abitanti nell'hinterland.

Abbiamo individuato le grandi strutture di vendita presenti nell'ambito di una percorrenza di circa 20/ 25 minuti in auto dal centro di BRESCIA. L'elenco con le caratteristiche è riportato nella tabella che segue che comprende anche le eventuali grandi strutture autorizzate ma non ancora attivate.

La collocazione di tali strutture sul territorio è indicata nella cartografia allegata sotto S2.

Un fenomeno particolarmente rilevante che si nota esaminando la posizione delle strutture concorrenziali extra comunale, e che su tre lati della città esistono strutture commerciali di grossa capacità attrattiva site immediatamente ai confini del territorio comunale, la cui collocazione deriva evidentemente dall'aver scelto una posizione di minore resistenza in quanto i comuni dell'hinterland avevano dimostrato molta più disponibilità ad accogliere l'insediamento di grandi centri commerciali di quanto non ne avesse il capoluogo.

Benché tali strutture essendo collocate su assi stradali di grande traffico fruiscano comunque della possibilità di intercettare una grossa quantità di clientela in transito, è evidente che il loro bacino di utenza sia costituito per almeno metà dal territorio del comune di Brescia.

Di questo occorre tenere conto nella valutazione dei livelli di servizio disponibili nei vari quartieri della città, in quanto alcune zone che potrebbero apparire sguarnite solo in realtà molto ben servite dai grossi centri siti appena al di là del confine nei comuni di Roncadelle, Concesio e Rezzato.

Tabella 27 Elenco Grandi Strutture di Vendita nell'Hinterland di Brescia

TITOLARE	INDIRIZZO	COMUNE	Mq ALIM	Mq Non ALI	Mq TOT
FOODMARK SPA	V. A. POZZI	CARPENEDOLO	3500	2900	6400
M.VENTINOVE S.R.L.	VIA TANGENZIALE OVEST 1	CASTEGNATO	0	7000	7000
CONFORAMA ITALIA S.P.A	VIA COLORNE	CASTEL MELLA	0	9500	9500
GOITO SUPERMERCATI SRL	VIA DELLA FORNACE - LOC. COLORNE	CASTEL MELLA	1500	600	2100
ROSSETTO IPER SRL - L'AFFARE	VIA DON RECALDINI	CASTENEDOLO	1300	1200	2500
SMAFIN CITYPER	VIA BRESCIA	CASTENEDOLO	2100	2800	4900
RAMERA SRL	VIA BRESCIA, 35	CHIARI	0	3149	3149
GESTIONE CENTRI COMMERCIALI	VIA MILANO, 30	CHIARI	1808	700	2508
ITALFRUTTA SPA	VIA BRESCIA, 31	CHIARI	4000	7307	11307
LA RINASCENTE SPA	V. EUROPA, 8	CONCESIO	4200	4645	8845
IL MERCATONE DI DESENZANO SRL	VIA COLOMBARE DI CASTIGLIONE, 1	DESENZANO DEL GARDA	0	10361	10361
SEMERARO CASA & FAMIGLIA SPA	V.CANTARANE,4	ERBUSCO	0	4000	4000
SEMERARO CASA & FAMIGLIA SPA	V.CANTARANE,4	ERBUSCO	0	4148	4148
POLICENTROITALIA 97	V.ROVATO,44	ERBUSCO	2794	21598	24392
BENNET SPA - LA PORTA DEL GARDA	S.S. 45 BIS GARDESANA OCCIDENTALE	GAVARDO	2000	5850	7850
SVAL SRL	VIA PER ISORELLA 6/F	GHEDI	1299	3165	4464
ITALFRUTTA SPA	VIA RICHIEDEI, 59	GUSSAGO	1155	2231	3386
ZERBIMARK SPA	VIA ROMA,94	ISEO	1206	301	1507
ITALFRUTTA SPA	VIA BRESCIA 1/A	LENO	1850	1650	3500
CEDRO '99 SRL	S.S.567	LONATO	7000	21226	28226
GUEMA MACCHINE SRL	VIA MAPELLA, 2/4	LONATO	0	2950	2950
TONOLI F.LLI DI TONOLI BRUNO & C. SNC	VIA S. ZENO, 2	LONATO	0	3800	3800
ITALFRUTTA	S.P.	MAIRANO	0	8605	8605
AUCHAN SPA - GALLERIE COMMERCIALE SPA	VIA DE GASPERI 6	MAZZANO	5200	13669	18869
FOODMARK SPA	VIA ADUA, 35	ORZINUOVI	1800	1607	3407
METALMARK SRL	VIA ADUA, 36	ORZINUOVI	1368	12773	14141
GESTIONE CENTRI COMMERCIALI SRL	VIALE G. TOVINI, 1	ORZIVECCHI	2500	2880	5380
FOOD MARK	VIA PADANA SUPERIORE	OSPITALETTO	2700	5502	8202
EUROPA SRL	V.LE EUROPA 6	PALAZZOLO	6560	6428	12988

		SULL'OGGIO			
ITALFRUTTA SPA	VIA MONS. PICCINELLI	PALAZZOLO SULL'OGGIO	2900	3740	6640
ANCILLA SCALVINI SPA	VIA S.S. 45 BIS 4	PONCARALE	0	6000	6000
BOTTI GIACOMO	VIA MAZZINI 53	REZZATO	0	2853	2853
LOMBARDINI REZZATO SRL	V. MAZZINI, 97	REZZATO	3400	3957	7357
EUROPEAN FASHION CENTER SRL	LOCALITA' MOIE	RODENGO-SAIANO	0	24551	24551
GROSS COLMARK	VIA INDUSTRIALE, (LOC. MOI	RODENGO-SAIANO	3132	0	3132
SAN MARCO	S.P. 4	ROE' VOLCIANO	3750	3250	7000
B.B.C. S.R.L.	S.S. 11 - LOC. MANDOLOSSA	RONCADELLE	0	2990	2990
CONSORZIO OPERATORI C.C. LE RONDINELLE	VIA MATTEI, 37/39	RONCADELLE	5533	20485	26018
DECATHLON ITALIA S.R.L.	VIA MATTEI, 33/35	RONCADELLE	0	3700	3700
FAR S.N.C. DI SPADA VIRGILIO	VIA MARTIRI D. LIBERTA', 23	RONCADELLE	0	1953	1953
IKEA ITALIA RETAIL SRL - MELLA 2000 SRL	VIA M. D'ANTONA E.M. BIAGI, 9	RONCADELLE	90	18126	18216
MELLA 2000 S.R.L.	VIA INDUSTRIALE P.I.I. MELLA 2000	RONCADELLE	0	8700	8700
TRE LAGHI S.R.L.	VIA INDUSTRIALE P.I.I. MELLA 2000	RONCADELLE	0	8700	8700
SMA S.P.A.	V. RUDONE, 30	ROVATO	2413	3940	6353
GESTIONE CENTRI COMMERCIALI S.R.L.	VIA I? MAGGIO 36	ROVATO	4000	2500	6500
G.S. SPA - ALICENTRO 2 SRL LOGIDIS ITALIA SRL	VIA MONTALE 1-3-5	SALO'	900	2601	3501
LA GALLERIA SRL - SMAFIN S.P.A.	V. MONTESSORI, 1	SALO'	765	1904	2669
LA PERGOLA-MONIGA S.R.L.	VIA ZANARDELLI, 79	VILLANUOVA SUL CLISI	3000	240	3240
LA PERGOLA-MONIGA S.R.L.	VIA ZANARDELLI, 79	VILLANUOVA SUL CLISI	0	1650	1650

B.4.1.1.2 Offerta a Scala Comunale

I dati sull'offerta commerciale esistente in Comune sono stati reperiti tramite i registri delle autorizzazioni tenuti dallo Sportello Unico Attività Produttive del Comune.

Non essendo state effettuate rilevazioni dirette sul campo, non disponiamo dei dati sull'occupazione, peraltro neppure disponibili da fonti ufficiali.

Per garantire l'uniformità di criteri con i dati pubblicati dalla Regione, che considerano i centri commerciali come un'unica struttura, indipendentemente dalle attività che ne fanno parte, tutte le tabelle generali considerano ogni struttura dotata di Autorizzazione Commerciale Unitaria come un'unica unità locale. Per consentire un'analisi realistica della situazione, sono poi state inserite le tabelle di dettaglio con la composizione di ogni centro commerciale ed una tabella generale di riepilogo.

La localizzazione delle attività è riportata nella Tavola allegata S1.

B.4.1.1.2.1 Entità e Caratteristiche

In questa sezione esaminiamo l'entità e le caratteristiche strutturali della rete di vendita al dettaglio esistente in comune (numero, merceologie, dimensioni, ecc) individuando i più significativi indici strutturali e di densità in rapporto alla popolazione, ed operando confronti con le entità di scala maggiore più significative per le quali esistono dati comparabili.

Tabella 28 Unità Locali con attività prevalente di commercio al dettaglio				
COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO	N. TOT.	N. ALIMENTARE	N. NON ALIMENTARE	N. MISTO
VICINATO	4.709	698	3.491	520
MEDIE STRUTTURE	214	2	157	55
GRANDI STRUTTURE SINGOLE	11	4	3	4
GRANDI STRUTTURE UNITARIE	4	0	0	4
TOTALE	4.938	704	3.651	583

(N.B. – in rapporto alle definizioni contenute nella NTA, si considerano misti gli esercizi in cui ogni settore merceologico è presente per non meno del 10%).

B.4.1.1.2.1.1 Analisi della Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Grandi strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup.A	Sup.Na	Sup.Tot	settore
1	SOCIETA' COOPERATIVA DI CONSUMATORI COOP LOMBARDIA ARL	Via Corsica, 204	No	2.426	524	2950	Misto
2	SMA SPA	Via San Zeno, 76	No	1.100	1.472	2.572	Misto
3	OVIESSE SRL	Via G. Verdi, 2	No	772	1.955	2.727	Misto
4	LEROY MERLIN ITALIA SRL	Via Genova, 93	No	0	6.500	6.500	Non Alim.
5	FINSIBI SPAL	Via Dalmazia 90	No	0	6.227	6.227	Non Alim.
6	ESSELUNGA SPA	Via Milano, 50	No	1.710	1.140	2.850	Misto
7	ESSELUNGA	Via Volta, 54	No	1.300	1.620	2.920	Misto
8	COIN SPA	Corso Magenta, 2	No	249	4.498	4.747	Non Alim.
9	CISALFA SPORT SPA	Via Dalmazia 90	No	180	3.419	3.599	Non Alim.
10	CARNEVALI SPA	Via Cefalonia 77	No	0	3.420	3.420	Non Alim.
11	ALPEDIL IMMOBILIARE SRL	C.So G. Mameli, 19	No	2.505	80	2.585	Alim
12	SMA	Via Valcamonica, 17	Si	2.300	6.037	8.337	Misto
13	ITALFRUTTA SPA	Viale S. Eufemia, 108/E	Si	4.000	5.178	9.178	Misto
14	FRECCIA ROSSA SHOPPING CENTRE SRL	Viale Italia 31	Si	1.850	13.122	14.972	Misto
15	BENNET SPA	Via Genova 76	Si	2.500	2.800	5.300	Misto
TOTALE				20.892	57.992	78.884	

Nel territorio comunale esistono 15 grandi strutture di vendita, per un totale di 78.884 mq., quindi con una dimensione media di circa 5.258 mq. In rapporto alla classificazione regionale, la distribuzione delle grandi strutture è la seguente:

	Alimentare	Non Alim.	Misto	Totale	Sup. media
GRANDI STRUTTURE SINGOLE	1	5	5	11	3.736
CENTRI COMMERCIALI "CLASSICI"			3	3	7.605
CENTRI COMMERCIALI INTEGRATI			1	1	14.972
FACTORY OUTLET CENTERS				0	0
PARCHI COMMERCIALI				0	0
TOTALE GRANDI STRUTTURE	1	5	9	15	5.258

All'interno dei 4 centri commerciali sono presenti 4 grandi strutture, 15 medie e 80 esercizi di vicinato (oltre alla ristorazione, ai servizi e ai cinema, non computati nelle superfici indicate). In realtà, anche la struttura della Coop Lombardia di via Corsica è un centro commerciale (Centro Commerciale Flaminia) ma nel database regionale risulta ancora come struttura singola.

E' molto significativo verificare come il settore alimentare, pur coprendo circa il 26% in termini di superficie, costituisce l'attività prevalente solo per il 26% delle grandi strutture. Il classico "supermercato" si individua ormai prevalentemente nella formula delle medie strutture di

vendita, mentre la tipologia di “ipermercato” si presenta ormai con una prevalenza di non alimentari.

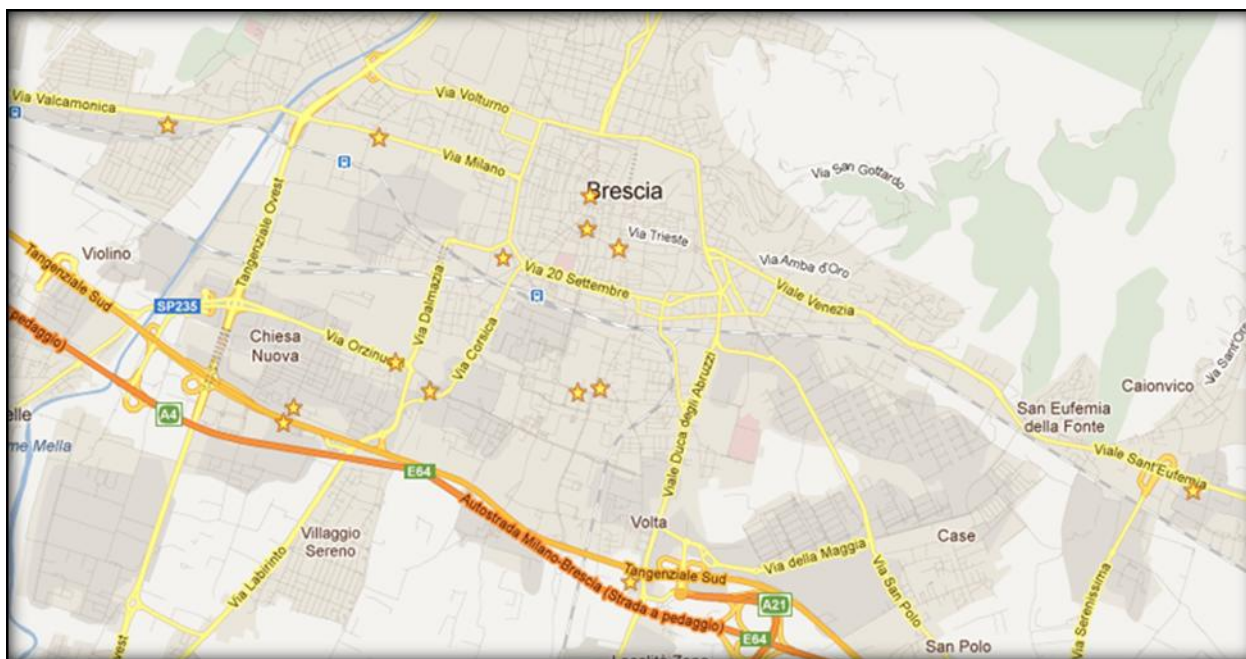
Brescia è una delle prime città in cui si è insediata la grande distribuzione, per cui una buona fetta delle grandi strutture ha oramai una lunga carriera alle spalle, quindi è oramai abbastanza obsoleta. La quantità di superficie di grandi strutture in rapporto agli abitanti (407mq/1.000ab) è di circa il 10% superiore alla media regionale, il che non è certo una dotazione di servizio eccezionale per la seconda città della Lombardia.

Tabella 31 Articolazione dimensionale delle grandi strutture

TIPOLOGIE	Numero				Superficie mq.
	Alim.	Non Alim.	Misto	Totale	
RILEVANZA INTERCOMUNALE < 5.000 MQ	1	3	5	9	28.370
RILEVANZA PROVINCIALE 5.000/10.000 MQ		2	3	5	35.542
RILEVANZA INTERPROVINCIALE 10.000/15.000 MQ			1	1	14.972
RILEVANZA REGIONALE > 15.000 MQ				0	0
TOTALE	1	5	9	15	78.884

Nelle schede che seguono sono illustrate le caratteristiche e le collocazioni delle singole grandi strutture.

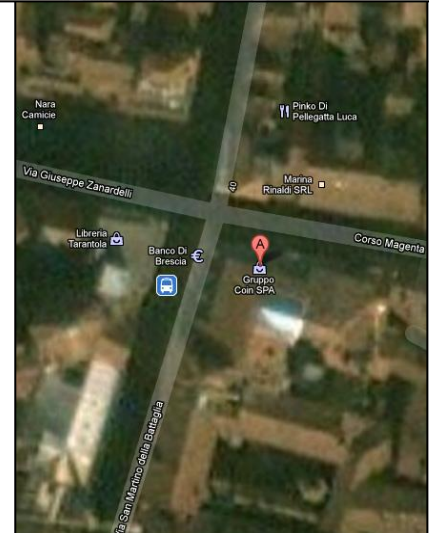
Figura 1 Collocazione delle singole grandi strutture.



Quartiere Brescia Antica:

DENOMINAZIONE	COIN
INDIRIZZO	Corso Magenta, 2 - 25121
MQ SUPERFICIE	4.747

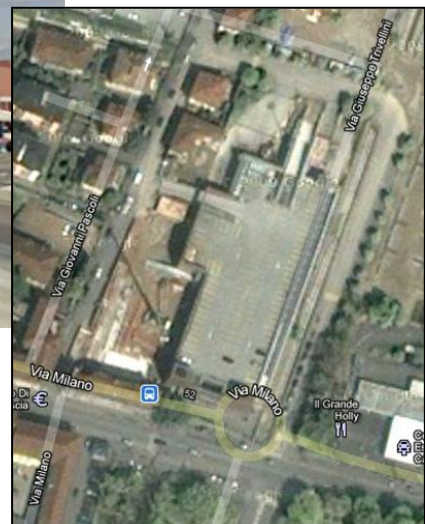
Figura 2 GSV - Cod. 8



Quartiere Porta Milano

DENOMINAZIONE	ESSELUNGA
INDIRIZZO	Via Milano - 25126
MQ SUPERFICIE	2.850

Figura 3 GSV - Cod. 6



Quartiere Centro Storico Nord

DENOMINAZIONE	ALPEDIL Imm. (ex Oviessa)
INDIRIZZO	Corso Mameli, 23 - 25122
MQ SUPERFICIE	2.585

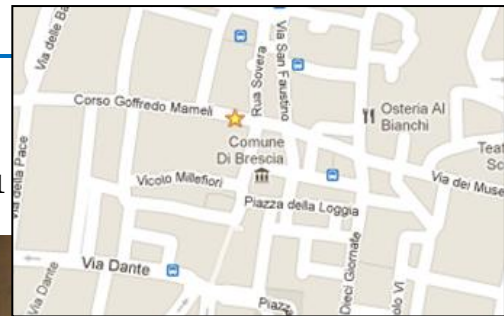


Figura 4 GSV - Cod.11



Quartiere Centro Storico Sud

DENOMINAZIONE	FRECCIA ROSSA SHOPPING CENTRE
INDIRIZZO	Viale Italia, 31
MQ SUPERFICIE	14.972
GSV	1 – mq 2.500
MSV	7
ESV	70

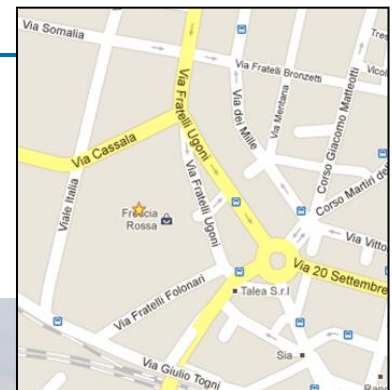
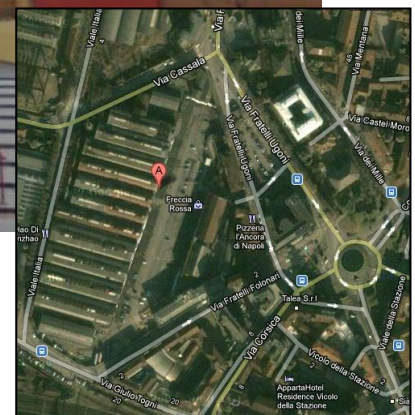
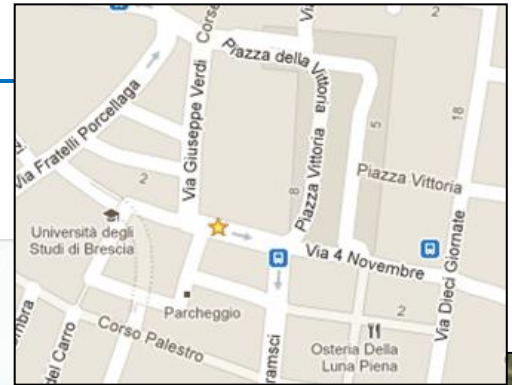


Figura 5 GSV - Cod. 14



DENOMINAZIONE	OVIESSE
INDIRIZZO	Via Verdi – Via IV Novembre
MQ SUPERFICIE	2.727

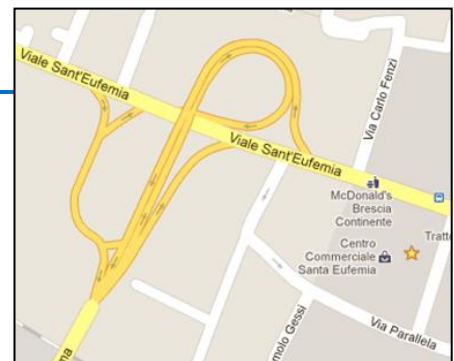
Figura 6 GSV – Cod. 3



Quartiere Caionvico

DENOMINAZIONE	ITALMARK
INDIRIZZO	Viale Sant'Eufemia, 108
MQ SUPERFICIE	9.178
GSV	1 – mq 4.480
MSV	5
ESV	0

Figura 7 GSV Cod. 13



Quartiere Villaggio Badia

DENOMINAZIONE	SANT'ANNA
INDIRIZZO	Via Valcamonica, 15 - 25017
MQ SUPERFICIE	8.337
GSV	1 – mq 5.320
MSV	3
ESV	8

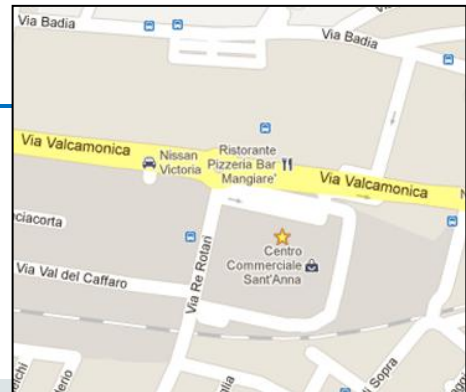


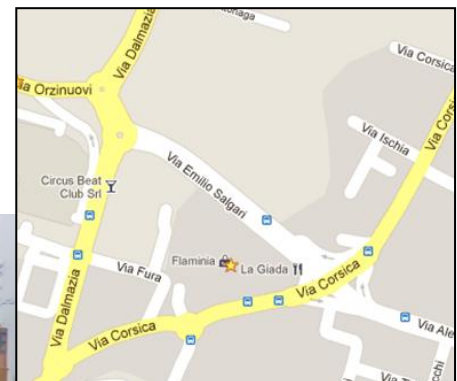
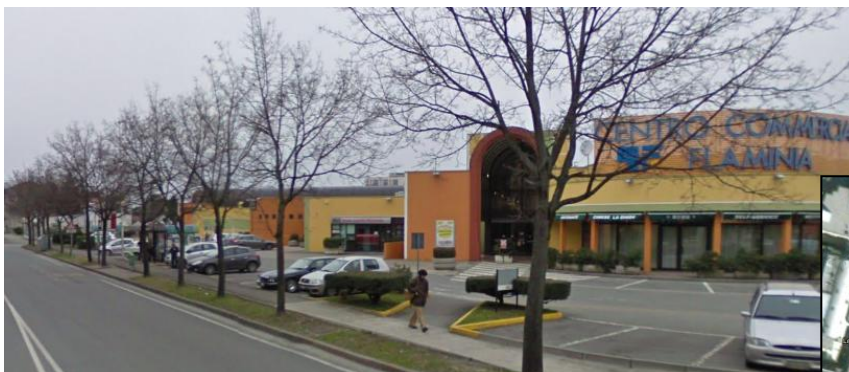
Figura 8 GSV Cod. 12



Quartiere Don Bosco

DENOMINAZIONE	FLAMINIA
INDIRIZZO	Via Corsica - 25125
MQ SUPERFICIE	7.050
GSV	1 – mq 2.950
MSV	0
ESV	9

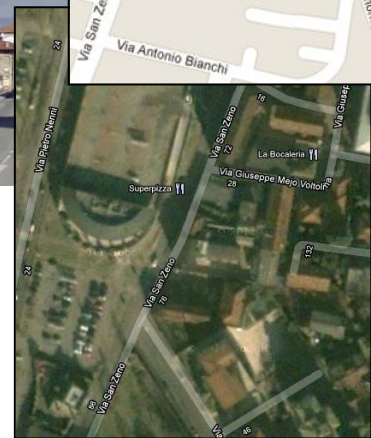
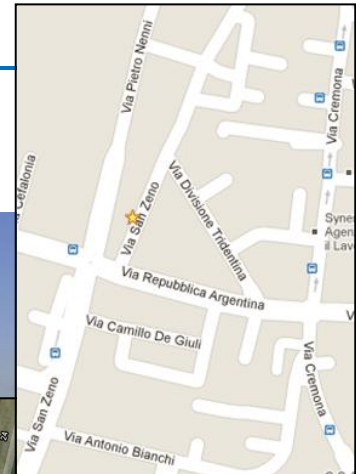
Figura 9 GSV Cod. 1



Quartiere Lamarmora

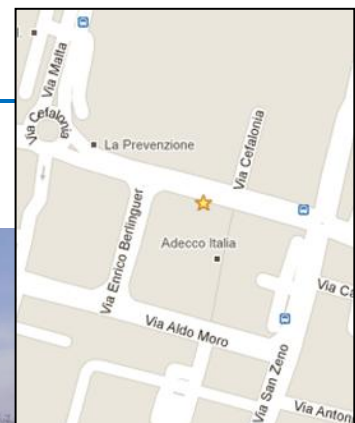
DENOMINAZIONE	SMAFIN
INDIRIZZO	Via San Zeno, 76 - 25124
MQ SUPERFICIE	9.178

Figura 10 GSV -Cod. 2



DENOMINAZIONE	CARNEVALI
INDIRIZZO	Via Cefalonia, 77 - 25124
MQ SUPERFICIE	3.420

Figura 11 GSV - Cod. 10

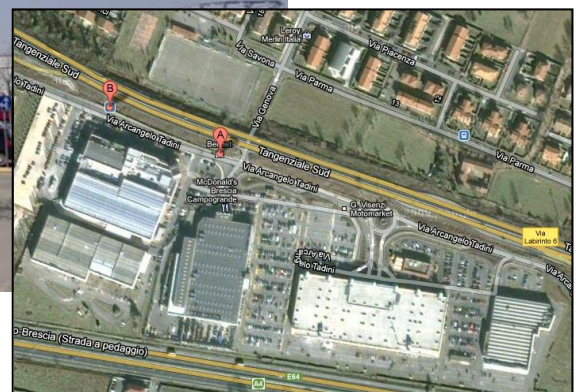


Quartiere Chiesanuova

DENOMINAZIONE	LEROY MERLIN
INDIRIZZO	Via Genova, 93 - 25125
MQ SUPERFICIE	6.500



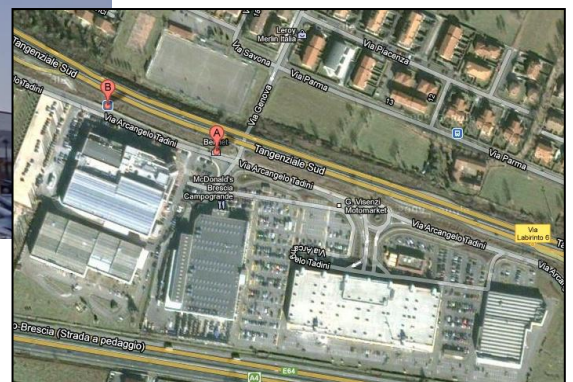
Figura 12 GSV - Cod. 4



DENOMINAZIONE	BENNET
INDIRIZZO	Via Genova, 76 - 25125
MQ SUPERFICIE	5.300
GSV	1 – mq 4.821
MSV	0
ESV	2



Figura 13 GSV Cod.15



DENOMINAZIONE **CISALFA SPORT**

INDIRIZZO Via Orzinuovi, 2 - 25125
MQ SUPERFICIE 3.599

Figura 14 GSV - Cod. 9



DENOMINAZIONE **FINSIBI (MEDIA WORLD)**

INDIRIZZO Via Dalmazia, 90 - 25125
MQ SUPERFICIE 6.227

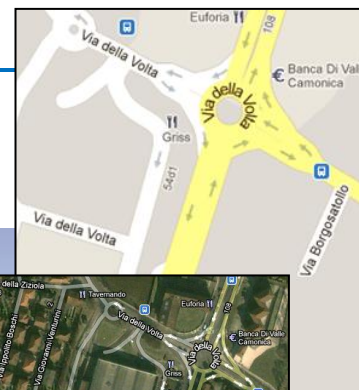
Figura 15 GSV - Cod. 5



Quartiere Porta Cremona

DENOMINAZIONE	ESSELUNGA
INDIRIZZO	Via della Volta, - 25124
MQ SUPERFICIE	2.950

Figura 16 GSV - Cod. 7



Lo sviluppo delle grandi superfici di vendita nel territorio comunale è stato contenuto nel tempo: a fronte delle 14 unità rilevate nel 2003 si registrano oggi 15 punti vendita. In tale periodo è stata attivata un'unica nuova realtà rappresentata dal centro commerciale Freccia Rossa. Vi sono poi 2 attività sospese (inattive). Si è assistito, in sostanza, ad un consolidamento della situazione, con un leggero ampliamento della superficie di vendita di tale tipo di strutture. La maggior parte delle grandi strutture di vendita (9 su 15) è posizionata nella zona sud, sul sistema viario di ingresso alla città dalla tangenziale. Nei centri commerciali sono ubicate circa 120 attività di vendita al dettaglio (prevalentemente esercizi di vicinato) ed oltre 50 attività di servizio (bar, artigianato, sportelli bancari, agenzie, ecc.). Sotto il profilo localizzativo l'evoluzione della grande distribuzione a Brescia è stata caratterizzata da precise scelte: nelle prime esperienze (anni Sessanta) l'area privilegiata è stata quella del centro città (Upim, Standa, Coin) con finalità di rafforzamento e sviluppo del ruolo gerarchico primario di questa parte del capoluogo. Negli anni Ottanta la presenza di unità della GD risponde alle esigenze di decentramento territoriale del servizio in funzione di nuovi quartieri (**Margherita d'Este** – San Polo Nuovo; **Smafin**: Brescia Due) o di quartieri esistenti (**Flaminia**: Corsica, Lamarmora, Chiesanuova, Villaggio Sereno; **Sant'Anna**: Violino, Badia, Chiusure, Fiumicello; **Esselunga**: Volta, Cremona; **Italmark**: Sant'Eufemia, Caionvico, Bettole-Buffalora).

Le realizzazioni successive mirano soprattutto al recupero di edifici industriali dismessi, con un reinserimento nella vita economica attiva della città, mediante riqualificazione di luoghi abbandonati e in degrado: Esselunga Via Milano – ex Formentini; Bennet – ex Brixiatex; Leroy Merlin – ex CipZoo; Cisalfa – ex Orlandi; Freccia Rossa – ex ATB. Complessivamente il valore di densità commerciale (mq/1000 abitanti) delle grandi strutture di vendita nel Comune di Brescia è pari a 408, contro una media provinciale di 476 ed una media dell'hinterland di 639 (945 senza la città) Nel confronto con gli altri capoluoghi lombardi Brescia è inferiore a Mantova (504), Varese (645), Lecco (584) e Cremona (442), ma superiore a tutte le altre città, in

particolare

Milano

(121)

e

Pavia

(242).

Cartina 1 Collocazione Grandi Strutture di vendita

Medie strutture di Vendita

Tabella 32 Medie strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup.Ali m	Sup. Non alim	Sup. Tot	settore
1	LANIFICIO LUIGI COLOMBO - SPA	Borgo Wuhrer, 025	No	0	1.077	1.077	non alim
2	LIBRERIE FELTRINELLI SRL	C.So Giuseppe Zanardelli, 3	No	0	703	703	non alim
3	ZARA ITALIA SRL	C.So Giuseppe Zanardelli, 11	No	0	520	520	non alim
4	EUROSPORT S.N.C. DEI SIGG. CARLO, ROBERTO , E PAOLO MASSO-	C.So Giuseppe Zanardelli, 13	No	0	424	424	non alim
5	MILANO REPORT SPA	C.So Giuseppe Zanardelli, 23	No	0	427	427	non alim
6	L'INNOMINATO SPA	C.So Magenta, 1	No	0	439	439	non alim
7	CM DISTRIBUZIONE SRL	C.So Mameli 23	No	1.245	675	1.920	misto
8	KOINE' DI GABRIELLA COMINI & C SNC	C.So Mameli 42	No	0	343	343	non alim
9	LA GARDENIA BEAUTY SPA	C.So Martiri Della Liberta', 9	No	0	360	360	non alim
10	PRENATAL S.P.A.	C.So Martiri Della Liberta', 12	No	0	333	333	non alim
11	TOMATO S.R.L.	C.So Palestro, 25	No	0	438	438	non alim
12	SUKI SRL	Galleria Duomo, 2	No	0	252	252	non alim
13	LIMONI SPA	P.Le Cesare Battisti, 23	No	0	362	362	non alim
14	SANTI EUGENIO	P.Le Cremona, 14	No	0	335	335	non alim
15	FIBRA 1 CENTRO MODA CASA S.P.A.	P.Le Giuseppe Garibaldi, 14	No	0	1.415	1.415	non alim
16	GIOIELLERIA FASOLI S.P.A.	P.Zza Della Loggia, 8/C	No	0	713	713	non alim
17	TEMPINI SPA	V.Le Della Bornata, 62	No	0	825	825	non alim
18	FRACASSI ABBIGLIAMENTO DI BELTRAMI ANGELA & C. SNC	V.Le Della Stazione, 50	No	0	286	286	non alim
19	ARREDOGRAFICA S.R.L.	V.Le Duca D' Aosta, 28	No	0	296	296	non alim
20	AR ASSISTENZA E RICAMBI DI GIRELLI & C. S.N.C.	V.Le Italia, 14	No	0	298	298	non alim
21	ITALFRUTTA S.P.A.	V.Le Piave, 50/C	No	792	198	990	misto
22	SOC.IN N.C. "ELETRONICA COMPONENTI DI TOSCANI FERNANDO E C.	V.Le Piave, 219	No	0	366	366	non alim
23	BONERA SPA'	V.Le S. Eufemia, 6	No	0	350	350	non alim
24	LA MURRINA SPA	V.Le S. Eufemia, 36/B	No	0	465	465	non alim
25	SPORTLAND S.R.L.	V.Le S. Eufemia, 108/E	No	80	2.420	2.500	misto
26	TOGNAZZI ARREDAMENTI DI TOGNAZZI BENVENUTO & C. S.N.C.	V.Le S. Eufemia, 181	No	0	390	390	non alim
27	OFFICE STORE GIUSTACCHINI SRL	V.Le S. Eufemia, 190	No	20	1.810	1.830	misto
28	AREA CAR S.P.A.	V.Le Venezia, 20	No	0	256	256	non alim
29	KESA SOURCING LIMITED	Via 20 Settembre, 18/D	No	0	1.327	1.327	non alim
30	NEWLIVING SRL	Via 20 Settembre, 068	No	0	568	568	non alim
31	PITTARELLO CALZATURE SPA	Via A. Tadini, 13	No	0	1.350	1.350	non alim
32	HOLDING DEI GIOCHI SPA	Via A. Tadini, 15	No	40	1.407	1.447	misto
33	LIDL ITALIA S.R.L.	Via A. Tadini, 19	No	500	696	1.196	misto
34	BRESCIA TRADE SRL	Via A. Tadini, 27	No	0	1.175	1.175	non alim
35	G. VISENZI MOTOMARKET S.R.L.	Via A. Tadini, 33	No	0	533	533	non alim
36	OVIESSE SPA	Via A. Tadini, 37	No	0	1.945	1.945	non alim

Tabella 32 Medie strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup.Ali m	Sup. Non alim	Sup. Tot	settore
37	ITALFRUTTA S.P.A.	Via Albertano Da Brescia, 5	No	1.184	508	1.692	misto
38	BILLA AKTIENGESELLSCHAFT	Via Alessandro Lamarmora, 163	No	550	100	650	misto
39	SOC. A R.L. "VELOMOTO BS "	Via Angelo Inganni, 6	No	0	353	353	non alim
40	AZIENDE AGRICOLE BRESCIANE SRL	Via Angelo Zanelli, 1	No	170	104	274	misto
41	TENDENZA DI IMPERIALE & C SAS	Via Antonio Gramsci, 13/A	No	0	297	297	non alim
42	PREMOLI GIANNI	Via Antonio Marchetti, 4	No	0	617	617	non alim
43	ITALFRUTTA S.P.A.	Via Antonio Marchetti, 6	No	800	420	1.220	misto
44	FAMILY MARKET S.R.L.	Via Antonio Panigada, 19	No	470	170	640	misto
45	BILLA AKTIENGESELLSCHAFT	Via Armando Diaz, 17	No	325	140	465	misto
46	BONERA SPA	Via Breve, 4	No	0	375	375	non alim
47	SOC.A R.L. "SAOTTINI AUTO"	Via Carlo Fenzi, 1	No	0	1.200	1.200	non alim
48	C.O.P.E. COMPONENTI OLEODINAMICA,PNEUMATICA,ELETRONICA S.R.L	Via Carlo Fenzi, 2	No	0	325	325	non alim
49	SILMAS NUOVA DI PELLIZZARI EMILIA & C. S.N.C.	Via Carpaccio, 18	No	0	384	384	non alim
50	COOP UNIONE DI TREZZO SULL'ADDA SOCIETA' COOPERATIVA A	Via Casazza, 44	No	200	260	460	misto
51	LIBERINI SRL	Via Cassala, 98	No	0	480	480	non alim
52	SOC. IN N.C. "COZZOLINO CONFEZIONI DI COZZOLINO GIUSEPPE E C	Via Catanzaro, 3	No	0	325	325	non alim
53	SMA SPA	Via Cefalonia, 16	No	895	595	1.490	misto
54	CASANOVA GROUP ENGINEERING SRL	Via Cefalonia, 42	No	0	733	733	non alim
55	S.N.C. "AUROSALOTTO DI LOSIO E BOSETTI"	Via Collebeato, 48	No	0	390	390	non alim
56	ROMANAUTO DI ROMANO ROMANO ENRICO &C SNC	Via Colombaie 2	No	0	522	522	non alim
57	FRESCHI MOTOR S.R.L.	Via Colombaie, 1	No	0	415	415	non alim
58	CALESTANI LUIGI E C. S.N.C.	Via Corsica, 99	No	0	406	406	non alim
59	LIMONI SPA	Via Cremona, 16	No	0	280	280	non alim
60	BLOCKBUSTER ITALIA S.P.A.	Via Cremona, 137,139	No	60	300	360	misto
61	ITALFRUTTA S.P.A.	Via Cremona, 145	No	600	150	750	misto
62	GS SPA	Via Crocifissa Di Rosa, 60	No	536	134	670	misto
63	HOLDING DEI GIOCHI SPA	Via Crocifissa Di Rosa, 61	No	0	1.080	1.080	non alim
64	SOCIETA' FERRAMENTA CRESCINI BRUNO E C. S.N.C.	Via Crotte, 3	No	0	266	266	non alim
65	MEDIAMARKET S.P.A.	Via Dalmazia, 90	No	0	2.500	2.500	non alim
66	SOC. A R.L. "IL TELONE"	Via Dalmazia, 127	No	0	264	264	non alim
67	CHINA & AFRICAN MARKET SRL	Via Dalmazia, 137	No	520	274	794	misto
68	UNIVERSO SPORT SPA	Via Dei Mille N. 45/47	No	0	1.011	1.011	non alim
69	FAMILY MARKET S.R.L.	Via Della Chiesa, 59	No	250	126	376	misto
70	ARCHEMA SRL	Via Della Musia, 56	No	0	593	593	non alim
71	MANTUA GOMME S.N.C. DI SCUTARI CLAUDIO E C.	Via Della Musia, 107	No	0	716	716	non alim
72	IL PASSATEMPO S.P.A.	Via Della Volta, 70	No	0	1.849	1.849	non alim
73	GIM TRADING SRL	Via Della Volta, 76/A	No	0	569	569	non alim
74	DEICHMANN CALZATURE SRL	Via Della Volta, 80	No	0	761	761	non alim
75	SOC. AR.L."GELF"	Via Della Volta, 82	No	0	1.200	1.200	non alim

Tabella 32 Medie strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup.Ali m	Sup. Non alim	Sup. Tot	settore
76	CONBIPEL SPA	Via Della Volta, 84/A	No	0	700	700	non alim
77	FRANCHI & KIM INDUSTRIE VERNICI S.P.A.	Via Della Volta, 84/C	No	0	287	287	non alim
78	CHEN XIAOHUI	Via Diaz 15/B	No	0	538	538	non alim
79	RIVA ARREDAMENTI S.P.A.	Via Dieci Giornate, 25	No	0	323	323	non alim
80	F.APOLLONIO & C. S.P.A.	Via Dieci Giornate, 29	No	0	451	451	non alim
81	PRIX QUALITY SPA	Via Divisione Acqui N. 88/A	No	515	70	585	misto
82	ITALFRUTTA S.P.A.	Via Don Giacomo Vender, 18	No	500	380	880	misto
83	GOTTARDO SPA	Via E.Salgari N. 43	No	0	642	642	non alim
84	COMM. MIMMO LO COCO-TAPPETI PERSIANI-I NODI DEL TEMPO-S.R.L.	Via Elia Capriolo, 46/A	No	0	287	287	non alim
85	IN'S MERCATO S.P.A.	Via Emilio Salgari, 45	No	537	182	719	misto
86	ZAPPELLA CAROLINA	Via F.Lli Anderloni, 17	No	0	302	302	non alim
87	PAM PANORAMA SPA	Via F.Lli Porcellaga, 26	No	775	194	969	misto
88	TESSIL MARK DI CAFFI EUGENIO E C. S.N.C.	Via F.Lli Ugoni, 4/A	No	0	895	895	non alim
89	S.N.C. FANTATRE' DI FRANZINI LIVIO & C.	Via F.Lli Ugoni, 30	No	0	380	380	non alim
90	R.B. SRL	Via F.Lli Ugoni, 32	No	0	533	533	non alim
91	GAETI ARREDARE OGGI S.R.L.	Via Filippo Turati, 10	No	0	289	289	non alim
92	S.N.C. "FAR DI SPADA VIRGINIO & C."	Via Fornaci, 88/A	No	0	357	357	non alim
93	CUCCILO SRL	Via Foro Boario 16	No	60	540	600	misto
94	FIOLETTI SPA	Via Foro Boario, 7	No	0	303	303	non alim
95	DEI SRL	Via Foro Boario, 15	No	0	252	252	non alim
96	ALIN S.A.S. DI ALLOISIO ACHILLE E C.	Via Foro Boario, 46	No	400	156	556	misto
97	MAXI ZOO S.P.A.	Via Foro Boario, 16/B	No	200	450	650	misto
98	RACCAGNI ABRAMO & C. SNC	Via Fura, 124	No	475	0	475	alim
99	CA' GRISA S.R.L.	Via Genova, 6	No	0	322	322	non alim
100	ZHOU JINLING	Via Giorgione 7	No	0	548	548	non alim
101	SMA SPA	Via Giorgione 9	No	1.000	300	1.300	misto
102	PIANTE E FIORI DI CASA D'ESTE DI FRANCA ZECCHI & C. S.N.C.	Via Giorgione, 7	No	0	384	384	non alim
103	GREEN SHOES DI ENRIOTTI SERGIO, PELI MASSIMO & C. S.A.S	Via Giorgione, 9	No	0	285	285	non alim
104	OVIESSE SRL	Via Giorgione, 13	No	0	1.300	1.300	non alim
105	CASA 2000 S.R.L.	Via Giorgione, 23	No	0	300	300	non alim
106	SPESA INTELLIGENTE S.R.L.	Via Giotto, 25	No	597	199	796	misto
107	PAPA' LUPIN S.R.L.	Via Giuseppe Mazzini, 34	No	0	324	324	non alim
108	GOTTARDO SPA	Via Goffredo Mameli 30	No	0	342	342	non alim
109	SOC. P.A. "CO.MA.FER COMMERCIO MACCHIME FERRAMENTA"	Via Guglielmo Oberdan, 6/B	No	0	1.428	1.428	non alim
110	L'ALCO S.P.A.	Via Guido Zadei, 49	No	650	150	800	misto
111	AKROPOLIS S.R.L.	Via Indipendenza, 89	No	0	342	342	non alim
112	IDEA VERDE S.R.L.	Via Labirinto 296	No	0	1.445	1.445	non alim
113	BONZIO ROBERTO & C. S.N.C.	Via Laura Cereto, 15/E	No	0	258	258	non alim
114	SOC. A R.L. "LA NUOVA DISTRIBUZIONE ASSOCIATA"	Via Livorno, 3	No	380	95	475	misto
115	SOC. IN N.C. "I.CA.B. INGROSSO CALZATURE BRESCIANE DI ZAMEDR	Via Lucio Fiorentini, 10	No	0	434	434	non alim
116	AMBROSINI SUPERMERCATI SRL	Via Luigi Apollonio, 15	No	800	450	1.250	misto
117	GOTTARDO SPA	Via Luigi Apollonio, 15	No	0	260	260	non alim

Tabella 32 Medie strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup. Alim	Sup. Non alim	Sup. Tot	settore
118	CARTOLIBRERIA CENTRO UFFICIO MODERNO S.R.L.	Via Malta, 12	No	0	310	310	non alim
119	OVIESSE SPA	Via Mantova, 98	No	0	1.100	1.100	non alim
120	JYSK ITALIA SRL	Via Mantova, 100	No	0	599	599	non alim
121	MEDIAMARKET S.P.A.	Via Mantova, 102	No	0	1.935	1.935	non alim
122	COOP LOMBARDIA COOP ARL	Via Mantova, 104	No	1.746	748	2.494	misto
123	SUPERMEDIA SPA	Via Marcantonio Ducco, 81	No	0	599	599	non alim
124	SMA SPA	Via Masaccio, 20	No	890	608	1.498	misto
125	ITALFRUTTA S.P.A.	Via Massimo D'Azeglio, 4/B	No	400	194	594	misto
126	FIBRA 1 CENTRO MODA CASA S.P.A.	Via Milano, 2/A	No	0	590	590	non alim
127	FIBRA 1 CENTRO MODA CASA SPA	Via Milano, 3/D	No	0	1.482	1.482	non alim
128	MERCATINO MILANO SRL	Via Milano, 134	No	0	900	900	non alim
129	SMA SPA	Via Milziade Tirandi, 30	No	740	740	1.480	misto
130	BILLA AKTIENGESELLSCHAFT	Via Modigliani, 165	No	458	280	738	misto
131	IN'S MERCATO S.P.A.	Via Nicolini, 1	No	460	140	600	misto
132	ALPEDIL IMMOBILIARE SRL	Via Orzinuovi 3/B	No	0	1.181	1.181	non alim
133	MAMIMBI SRL UNIPERSONALE	Via Orzinuovi, 12/C	No	60	330	390	misto
134	RECORD RICAMBI SRL	Via Orzinuovi, 38	No	0	299	299	non alim
135	MEDIVET SRL	Via Orzinuovi, 62/A	No	0	302	302	non alim
136	SOC. A R.L. "NUOVA TRABER"	Via Orzinuovi, 71	No	0	1.407	1.407	non alim
137	ORINI & BETTONI DI ORINI GIORGIO E C. S.A.S.	Via Orzinuovi, 121	No	0	330	330	non alim
138	NEVLIN S.R.L.	Via Orzinuovi, 129	No	0	695	695	non alim
139	CENTRO SALOTTI ITALIA S.R.L.	Via P.So Del Brennero, 4	No	0	400	400	non alim
140	VIGASIO FRATELLI S.P.A.	Via Pusterla, 3/A	No	0	490	490	non alim
141	COBRA S.R.L.	Via Pusterla, 45	No	0	385	385	non alim
142	CORONA S.R.L.	Via Ragazzi Del '99, 1	No	567	100	667	misto
143	ELDO ITALIA SPA	Via Rieti, 6	No	0	2.442	2.442	non alim
144	ELDO ITALIA SPA	Via Rieti, 6/A	No	0	1.869	1.869	non alim
145	MAXI DI SRL	Via Rieti, 8/B	No	1.700	800	2.500	misto
146	PRIX QUALITY SPA	Via Rodi 71	No	675	75	750	misto
147	FARMACIA GRENDENE DEI DOTT. R. GRENDENE E ANTONELLA BIANCHI	Via Rose Di Sotto, 2/A	No	0	353	353	non alim
148	PRIMAVERA S.P.A.	Via S. Bartolomeo, 17	No	0	550	550	non alim
149	SMA SPA	Via S. Bartolomeo, 23	No	895	595	1.490	misto
150	ADRIAN PAM S.R.L.	Via S. Polo, 42	No	0	2.248	2.248	non alim
151	EDILIZIA SPAGNOLI DI BANA ENRICO E C. S.A.S.	Via S. Zeno, 29	No	0	783	783	non alim
152	BILLA AG	Via S. Francesco Saverio Cabrini	No	600	135	735	misto
153	SO MAGAZINE S.R.L.	Via S. Martino Della Battaglia, 5/A	No	0	318	318	non alim
154	MODI S.R.L.	Via S. Martino Della Battaglia, 5/C	No	0	254	254	non alim
155	ARTE BIANCA SRL	Via Serenissima 5	No	71	950	1.021	misto
156	HAO FAO SNC DI HU XUEYAN	Via Solferino N. 9/C	No	0	576	576	non alim
157	DISTRIBUZIONE ITALIANA ARREDAMENTI SRL	Via Tadini 29	No	0	1.985	1.985	non alim
158	LA DALIA MOBILI SRL	Via Tadini 45	No	0	744	744	non alim

Tabella 32 Medie strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup.Ali m	Sup. Non alim	Sup. Tot	settore
159	AUMAI SRL	Via Tadini, 23	No	0	1.500	1.500	non alim
160	SUPERFRESCO SRL	Via Torricella Di Sopra, 81	No	260	47	307	misto
161	BELLIN CLAUDIO	Via Torricella Di Sopra, 88	No	312	78	390	misto
162	EUROMOTO GORINI SRL	Via Trento, 159	No	0	255	255	non alim
163	ALPI SPORT DI DAVIDE LEDIZZI & C. S.N.C.	Via Trieste, 61	No	0	335	335	non alim
164	GLOBO SRL	Via Triumplina 173	No	2.100	300	2.400	misto
165	M.P. & IMA SRL	Via Triumplina 177/A	No	0	344	344	non alim
166	HOLDING DEI GIOCHI SPA	Via Triumplina 92	No	0	1.167	1.167	non alim
167	HOU ZHONGYI	Via Triumplina 99	No	0	890	890	non alim
168	SOC. P.A. "PANAUTO PASOLINI"	Via Triumplina, 33	No	0	1.033	1.033	non alim
169	TELONI MANIFATTURA DI ANTONELLI FRANCO E PIETRO S.N.C.	Via Triumplina, 35	No	0	344	344	non alim
170	GARDEN CAMPING GIALDINI S.R.L.	Via Triumplina, 45	No	0	943	943	non alim
171	I.S.E.R.-IDRAULICA SANITARIA ELETDOMESTICI RI	Via Triumplina, 63	No	0	326	326	non alim
172	MANDOLINI AUTO S.P.A.	Via Triumplina, 73	No	0	380	380	non alim
173	CHERUBINI ARREDO SRL	Via Triumplina, 78	No	0	1.150	1.150	non alim
174	PUNTO ERRE S.P.A.	Via Triumplina, 98	No	0	290	290	non alim
175	SOC. A R.L. "TIRONI MOBILI E ARREDAMENTI"	Via Triumplina, 125	No	0	290	290	non alim
176	CAHOS ABBIGLIAMENTO SRL	Via Triumplina, 157	No	0	330	330	non alim
177	LOMBARDINI DISCOUNT S.P.A.	Via Triumplina, 197	No	211	339	550	misto
178	ZAMPEDRI COMMERCIALE SPA	Via Triumplina, 201	No	0	363	363	non alim
179	COBRA AMC SPA	Via Triumplina, 203	No	0	600	600	non alim
180	ALCA S.R.L.	Via Triumplina, 211	No	0	762	762	non alim
181	SCARPE & SPORT	Via Triumplina, 217	No	0	869	869	non alim
182	GREST S.R.L.	Via Triumplina, 235	No	0	1.343	1.343	non alim
183	COMPAR SPA	Via Triumplina, 276	No	0	938	938	non alim
184	AZIENDA BRESCIANA CASALINGHI S.R.L.	Via Ugo Foscolo, 1	No	0	266	266	non alim
185	BIEFFE AUTO S.R.L.	Via Valcamonica, 6/A	No	0	255	255	non alim
186	LIDL ITALIA S.R.L.	Via Valcamonica, 9	No	695	462	1.157	misto
187	SOC. A R.L. "CONDOR 3"	Via Valcamonica, 11/D	No	0	1.305	1.305	non alim
188	ABBIGLIAMENTO TOMASINI DI TOMASINI M. & C. SNC	Via Valcamonica, 11/O	No	0	276	276	non alim
189	FRANZONI AUTO S.P.A.	Via Valcamonica, 12/C	No	0	395	395	non alim
190	ISOCAR S.R.L.	Via Valcamonica, 14	No	0	801	801	non alim
191	MANDOLINI AUTO S.P.A.	Via Valcamonica, 14/B	No	0	347	347	non alim
192	NANNI NEMBER S.R.L.	Via Valcamonica, 15/C	No	0	1.510	1.510	non alim
193	BRIXIA CITTA' ANTIQUARIA S.R.L.	Via Valcamonica, 19/F	No	0	724	724	non alim
194	S.A.S. "F.LLI BOIFAVA DI BOIFAVA DANIELE & C."	Via Valcamonica, 19/F	No	0	900	900	non alim
195	GRUPPO BOSSONI SPA	Via Valcamonica, 21	No	0	850	850	non alim
196	BRESCIA GARDEN S.R.L.	Via Valcamonica, 23/U	No	0	492	492	non alim
197	NORAUTO ITALIA SPA	Via Valcamonica, 19	No	0	570	570	non alim
198	ZODOM ITALIA SRL	Via Valle 20	No	140	200	340	misto
199	MARE AZZURRO SRL	Via Valsaviore 68	No	259	0	259	alim
200	CENTRO GAMMA TERMOSANITARIA S.P.A.	Via Valsaviore, 51	No	0	277	277	non alim
201	REXEL ITALIA SPA	Via Vergnano, 2	No	0	662	662	non alim
202	LO.VIN.SRL	Via Vergnano, 35	No	0	288	288	non alim

Tabella 32 Medie strutture di Vendita

N°	TITOLARE	indirizzo	C.C.	Sup. Alim m	Sup. Non alim	Sup. Tot	settore
203	RIVETTA SOUVENIRS DI FULVIA RIVETTA E C SAS	Via Vergnano, 97	No	0	389	389	non alim
204	ORIENTE ASIA TRADING S.R.L.	Via Vincenzo Foppa, 5	No	210	240	450	misto
205	SELEZIONE AUTO SRL	Via Violino Di Sopra, 1	No	0	1.738	1.738	non alim
206	AUTOSALONE EUROPA 2000 DI BRIGNANI ROBERTO & C. S.N.C.	Via Violino Di Sotto, 86	No	0	290	290	non alim
207	ALIPRANDI ARREDI SRL	Via Vittorio Emanuele II, 2	No	0	315	315	non alim
208	L'ALCO S.P.A.	Via Vivanti 19	No	800	170	970	misto
209	ITALFRUTTA SPA	Via Vivanti 31	No	800	250	1.050	misto
210	S.N.C. "EUROCARPET DI VIVALDI GUALTIERO E C."	Via Volturno, 86	No	0	342	342	non alim
211	DIAL SRL	Via Zara, 66	No	490	35	525	misto
212	BILLA AG	Viale Duca Degli Abruzzi N. 109	No	870	260	1.130	misto
213	OLIVARI CASA SRL	Viale Duca Degli Abruzzi N. 40	No	0	838	838	non alim
214	HD-BS SRL	Viale S. Eufemia, 26	No	0	399	399	non alim
				32.535	126.529	159.064	

Le medie strutture ammontano a 214 unità, per un totale di 159.064 mq., con una superficie media di 746 mq., corrispondenti ad una media struttura ogni 926 abitanti e 820 mq. ogni 1.000 abitanti.

L'articolazione dimensionale degli esercizi è la seguente:

Tabella 33 Articolazione dimensionale delle medie strutture

Dimensione	Alimentare	Non Alimentare	Misto	Totale
251/600 mq.	2	100	18	120
601/1.500 mq.		47	30	77
1.501/2.500 mq		10	7	17
Totale	2	157	55	214

Le medie strutture di vendita costituiscono un asset fondamentale del sistema commerciale urbano. Gli esercizi di maggior dimensione, capaci di proporre ampiezza di assortimento ed efficaci politiche di prezzo e comunicative, possono svolgere infatti la positiva funzione di "locomotive" nel contesto commerciale in cui sono ubicate, sia questo l'asse commerciale o il quartiere periferico o lo stesso centro storico. L'evoluzione di questo segmento distributivo nel periodo 2003/2011 segnala un andamento negativo. Si registra infatti un dato complessivo di riduzione numerica di 38 unità, pari al 15,1% (da 252 nel 2003 alle attuali 214) e un ridimensionamento della superficie di vendita in misura inferiore (da mq 161.109 a 159.064) pari all'1,3%. Il trend è motivato anche dal fatto che in alcuni casi le nuove grandi strutture di vendita sono frutto di concentrazione di medie strutture esistenti: Coop di Via Mantova (3), Bennet (2), Esselunga di Via Milano (3). Va tuttavia segnalata la crescita di medie strutture di vendita nei luoghi destinati al commercio dalla variante di P.R.G. del 2001: ex Samo, 3 unità; ex Fiat Canton Mombello, 4 unità; Borgo Wuhrer, 2 unità. Ciò, a fronte dell'abbandono delle

BRESCIA

localizzazioni tradizionali nell'ambiente urbano di quegli esercizi di dimensione intermedia 600/800 mq. Fattori determinanti per questa situazione sono quelli legati alla dimensione e alla qualità degli edifici, all'accessibilità viabilistica e alla disponibilità di parcheggi, alla integrazione con attività similari che consente la strutturazione di una massa critica sufficiente per svolgere un ruolo attrattivo su un bacino d'utenza quantomeno comunale. Permane comunque una discreta diversificazione dei formati: l'alimentare è costituito prevalentemente da supermercati di prossimità (28 unità tra i 600 ed i 1.500 mq, di cui 7 discount e 19 esercizi tra i 250 ed i 600 mq, di cui 5 discount) che hanno come riferimento di mercato un'area urbana limitata. Solo 5 punti vendita superano i 1.500 mq.

B.4.1.1.2.1.2 Confronti

Confronto tra la rete commerciale di Brescia e quella provinciale, regionale e dei comuni contermini (dati al 30/06/2011).

Tabella 34 Esercizi di vicinato – valori assoluti

	n° alim	n° non alim	n° Misti	n° totale	Sup. Alim	Sup. non alim	Sup. misti	sup totale
Comune di Brescia	698	3.491	520	4.709	34.792	280.395	32.535	347.722
Comuni Contermini	202	870	85	1.157	10.804	57.188	5.094	73.086
Provincia di BRESCIA	2.865	12.358	1.707	16.930	153.551	897.958	111.173	1.162.682
Regione Lombardia	19.385	85.051	9.289	113.725	890.672	5.663.891	586.986	7.141.549

Tabella 35 Esercizi di vicinato - indici

	Residenti / pdv	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Misti/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
Comune di Brescia	41	179	1446	168	1794
Comuni Contermini	119	78	414	37	529
Provincia di BRESCIA	74	122	715	89	926
Regione Lombardia	87	90	571	59	720

Tabella 36 Medie strutture – valori assoluti

	n°PDV	n°C.C.	N° totale	Sup. alim	Sup.non alim	Sup. Totale
Comune di Brescia	214	0	214	32.535	126.529	159.064
Comuni Contermini	141	0	141	21.410	67.894	89.304
Provincia di BRESCIA	1088	12	1100	70.356	745.855	816.211
Regione Lombardia	8.022	60	8.082	364.023	4.880.076	5.244.099

Tabella 37 Medie strutture – indici

	Residenti / n° CC	Residenti / n°pdv	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti	Residenti / n° CC
Comune di Brescia	0	906	168	653	820	0
Comuni Contermini	0	980	155	491	646	0
Provincia di BRESCIA	104.669	1.142	56	594	650	104.669
Regione Lombardia	165.295	1.227	37	492	529	165.295

Tabella 38 Grandi strutture – valori assoluti

	Residenti al 01/01/2011	CC	n° pdv	m2 alim	m2 non alim	m2 totale
Comune di Brescia	193.879	4	15	20.892	57.992	78.884
Comuni Contermini	138.168	8	17	19.168	111.969	131.137
Provincia di BRESCIA	1.256.025	40	81	135.520	455.777	591.297
Regione Lombardia	9.917.714	246	475	866.039	2.836.480	3.702.518

Tabella 39 Grandi strutture - indici

	Residenti / n° CC	Residenti / n°pdv	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
Comune di Brescia	48.470	12.925	107,76	299,11	406,87
Comuni Contermini	17.271	8.128	138,73	810,38	949,11
Provincia di BRESCIA	31.401	15.506	107,90	362,87	470,77
Regione Lombardia	40.316	20.879	87,32	286,00	373,32

Tabella 40 Totale commercio al dettaglio in sede fissa- valori assoluti

	numero pdv				superfici pdv			
	vicinato	MS	GS	tot	vicinato	MS	GS	tot
Comune di Brescia	4.709	214	15	4.938	347.722	159.064	78.884	585.670
Comuni Contermini	1.157	141	17	1.315	73.086	89.304	131.137	293.527
Provincia di BRESCIA	16.930	1100	81	18.111	1.162.682	816.211	591.297	2.570.190
Regione Lombardia	113.725	8.082	475	122.282	7.141.549	5.244.099	3.702.518	16.088.166

Tabella 41 Composizione percentuale dell'offerta per tipologie commerciali

	numero pdv			superfici pdv		
	vicinato	MS	GS	vicinato	MS	GS
Comune di Brescia	95,36%	4,33%	0,30%	59,37%	27,16%	13,47%
Comuni Contermini	87,98%	10,72%	1,29%	24,90%	30,42%	44,68%
Provincia di BRESCIA	93,48%	6,07%	0,45%	45,24%	31,76%	23,01%
Regione Lombardia	93,00%	6,61%	0,39%	44,39%	32,60%	23,01%

Tabella 42 Totale commercio al dettaglio in sede fissa - indici

	Residenti al 01/01/2009	residenti per pdv			m2 Tot/1.000 residenti		
		vicinato	MS	GS	vicinato	MS	GS
Comune di Brescia	193.879	41	905,98	12925,27	1793,50	820,43	406,87
Comuni Contermini	138.168	119	979,91	8127,53	528,96	646,34	949,11
Provincia di BRESCIA	1.256.025	74	1141,84	15506,48	925,68	649,84	470,77
Regione Lombardia	9.917.714	87	1227,14	20879,40	720,08	528,76	373,32

Tabella 43 Peso percentuale dei valori comunali sui totali provinciali e regionali

	Residenti al 1/1/2011	VALORI % PDV				VALORI % SUP.			
		vicinato	MS	GS	Tot.	vicinato	MS	GS	Tot.
BRESCIA/ comuni contermini	140,32	407	151,77	88,24	375,51	475,77	178,12	60,15	199,53
BRESCIA/ Provincia di BRESCIA	15,44	27,81	19,45	18,52	27,27	29,91	19,49	13,34	22,79
BRESCIA/REGIONE LOMBARDIA	1,95%	4,14%	2,65%	3,16%	4,04%	4,87%	3,03%	2,13%	3,64%

Fonte delle tabelle: Regione Lombardia, rilevazione presso i Comuni dell'Osservatorio regionale al 30/06/2011 e nostre elaborazioni

Tabella 44 Caratteristiche dimensionali degli esercizi di vicinato - superficie media

	alim	non alim	Misti	totale
Comune di Brescia	49,85	80,32	62,57	73,84
Comuni Contermini	53,49	65,73	59,93	63,17
Provincia di BRESCIA	53,60	72,66	65,13	68,68
Regione Lombardia	45,95	66,59	63,19	62,80

Tabella 45 Caratteristiche dimensionali delle Medie strutture - superficie media

	Totale pdv
Comune di Brescia	743,29
Comuni Contermini	633,36
Provincia di BRESCIA	750,19
Regione Lombardia	653,71

Tabella 46 Caratteristiche dimensionali delle Grandi strutture - superficie media

	Totale pdv
Comune di Brescia	5.258,93
Comuni Contermini	7.713,94
Provincia di BRESCIA	7.299,96
Regione Lombardia	7.794,77

Tabella 47 Caratteristiche dimensionali degli esercizi nel complesso - superficie media

	Totale pdv
Comune di Brescia	118,60
Comuni Contermini	223,21
Provincia di BRESCIA	141,91
Regione Lombardia	131,57

In termini di consistenza assoluta, la rete commerciale di Brescia risulta di notevole entità: 4.938 punti di vendita per complessivi 585.650 mq.

La rete commerciale di Brescia costituisce il 27% del totale provinciale in termini di numero di esercizi e il 23% in termini di superficie, a fronte di una incidenza del 15% della popolazione.

La differenza di incidenza rispetto alla popolazione a livello provinciale è particolarmente significativa per i negozi di vicinato (28% in termini di numero di esercizi e 30% in termini di superficie), mentre è molto minore per la grande distribuzione (19% in termini di numero, 13% in termini di superficie).

E' evidente che Brescia concentra una grandissima fetta della rete di vicinato, presentando una distribuzione totalmente asimmetrica rispetto ai comuni contermini, nei quali la densità di esercizi di vicinato è molto più bassa (una ogni 119 abitanti, contro 1 ogni 41 nel capoluogo), quella delle medie strutture è pressoché identica (1 ogni 906 abitanti contro 1 ogni 980), mentre per le grandi strutture la densità nel capoluogo (1 ogni 12.925 abitanti) rispetto ai comuni contermini (1 ogni 8.124). La superficie degli esercizi di vicinato ogni 1.000 abitanti è di 1.793 nel capoluogo, tripla di quello dei comuni confinanti (529) e circa doppia della media

BRESCIA

provinciale (926). Per le grandi strutture la dotazione è di 406 mq/1.000 abitanti, contro i 950 nei comuni confinanti e 470 della media provinciale.

Si potrebbe leggere questo dato nel senso che il capoluogo esercita una forte attrazione verso l'hinterland e la provincia per il servizio tradizionale specialistico offerto dai servizi di vicinato, mentre perde clienti verso l'hinterland (ma non verso il resto della provincia) per quanto riguarda la grande distribuzione.

Un'altra lettura è quella che vede ancora la presenza di una situazione di polverizzazione eccessiva della rete di vendita tradizionale. In realtà la dimensione media degli esercizi di vicinato (74 mq) è superiore a quella dello stesso tipo di attività a livello di hinterland, di provincia e di regione. Sicuramente l'alto numero di esercizi di vicinato è dovuto anche alla presenza di una "doppia rete" di vendita per la presenza di una elevata quota di popolazione extracomunitaria.

Mentre per le medie strutture la dimensione non si discosta molto da quella media provinciale, restando superiore a quella dell'hinterland e della Regione, per le grandi strutture si riscontra una superficie media di 5.259 mq, nettamente inferiore di circa il 30% al dato dell'hinterland, della provincia e della Regione, che oscilla da 7.300 ai 7.800 mq.

Resta comunque molto significativo il fatto che la presenza di medie strutture in ambito urbano è comunque molto significativa, con una densità superiore a quella di tutti gli altri capoluoghi della Lombardia, esclusa Mantova.

B.4.1.1.3 Distribuzione Territoriale

B.4.1.1.3.1 Distribuzione rispetto alla residenza

L'analisi viene svolta in rapporto all'azzoneamento amministrativo del Comune, suddiviso in circoscrizioni e quartieri. Non è stato possibile svolgere un'analisi in base alle aggregazioni di servizi commerciali esistenti (sistemi commerciali), in quanto l'attuale fase di sostituzione del sistema informatico del SUAP non ha consentito di estrarre informazioni analitiche e georeferenziate sugli esercizi di vicinato.

L'individuazione dei quartieri ed il loro raggruppamento in circoscrizioni è quella risultante dalle ultime pubblicazioni dell'ufficio statistica.

B.4.1.1.3.1.1 Caratteristiche delle Zone

L'azzoneamento risultante, riportato nell'allegato cartografico, è definito come segue:

Figura 17 Quartieri e circoscrizioni

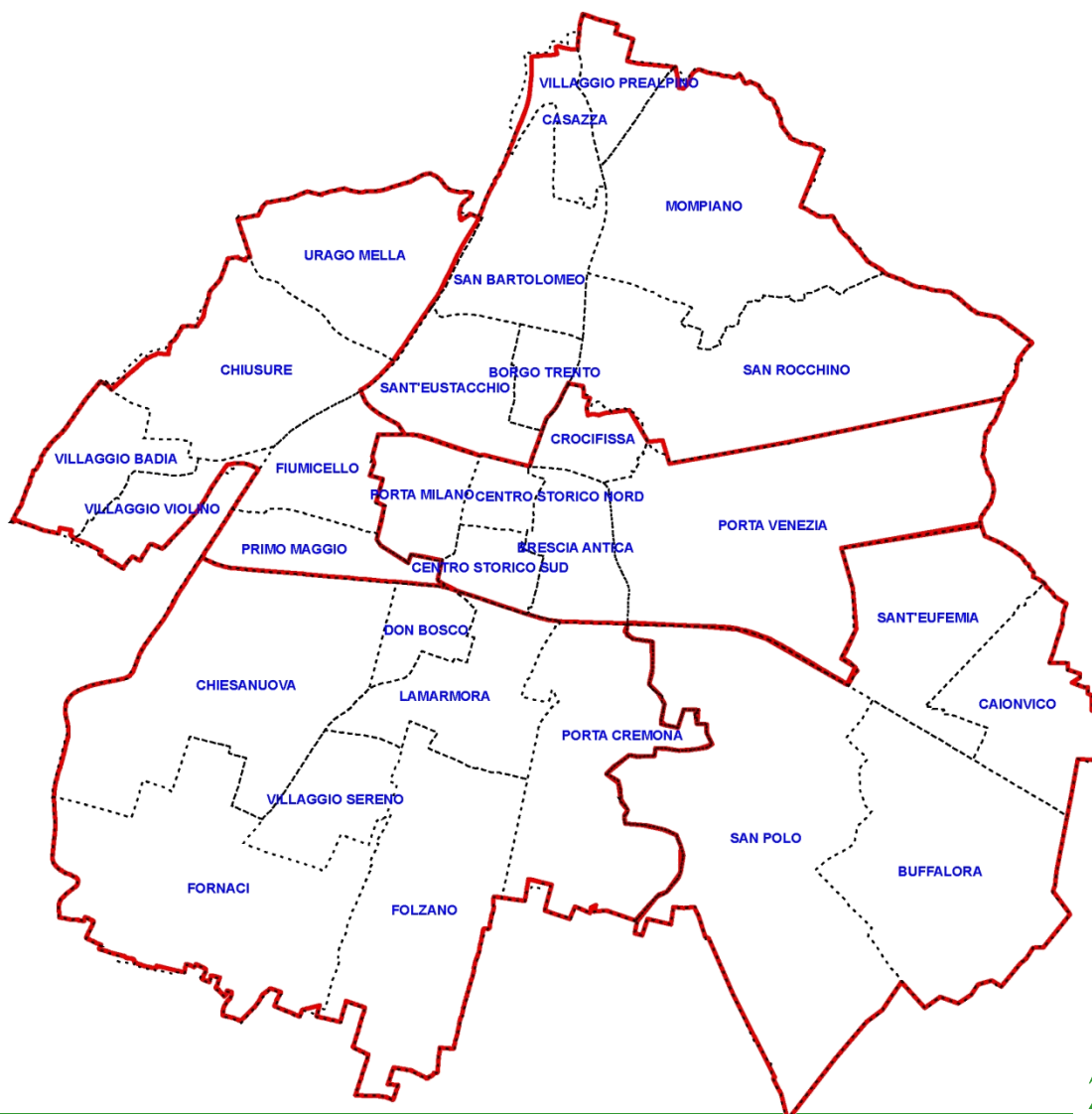


Tabella 48 Consistenza demografica per circoscrizioni e quartieri

NUMERO	CIRCOSCRIZIONE	NOME	ABITANTI
1	CENTRO	BRESCIA ANTICA	7.058
3	CENTRO	PORTA MILANO	5.387
4	CENTRO	CENTRO STORICO NORD	8.204
14	CENTRO	PORTA VENEZIA	10.495
27	CENTRO	CENTRO STORICO SUD	5.769
30	CENTRO	CROCIFISSA	4.988
	CENTRO	Totale CENTRO	41.901
13	EST	BUFFALORA	2.180
16	EST	CAIONVICO	2.422
18	EST	SANT'EUFEMIA	3.309
19	EST	SAN POLO	20.525
	EST	Totale EST	28.436
2	NORD	BORGO TRENTO	7.069
11	NORD	MOMPIANO	7.757
15	NORD	VILLAGGIO PREALPINO	4.175
17	NORD	SAN BARTOLOMEO	5.169
22	NORD	CASAZZA	2.984
28	NORD	SANT'EUSTACCHIO	8.267
29	NORD	SAN ROCCHINO	6.075
	NORD	Totale NORD	41.856
5	OVEST	CHIUSURE	10.508
7	OVEST	FIUMICELLO	7.082
21	OVEST	URAGO MELLA	10.198
23	OVEST	VILLAGGIO BADIA	3.906
25	OVEST	VILLAGGIO VIOLINO	3.322
26	OVEST	PRIMO MAGGIO	2.793
	OVEST	Totale OVEST	37.809
6	SUD	DON BOSCO	6.880
8	SUD	FOLZANO	1.787
9	SUD	FORNACI	2.857
10	SUD	LAMARMORA	8.054
12	SUD	PORTA CREMONA	13.254
20	SUD	CHIESANUOVA	6.772
24	SUD	VILLAGGIO SERENO	5.582
	SUD	Totale SUD	45.186
		Totale ABITANTI	195.188

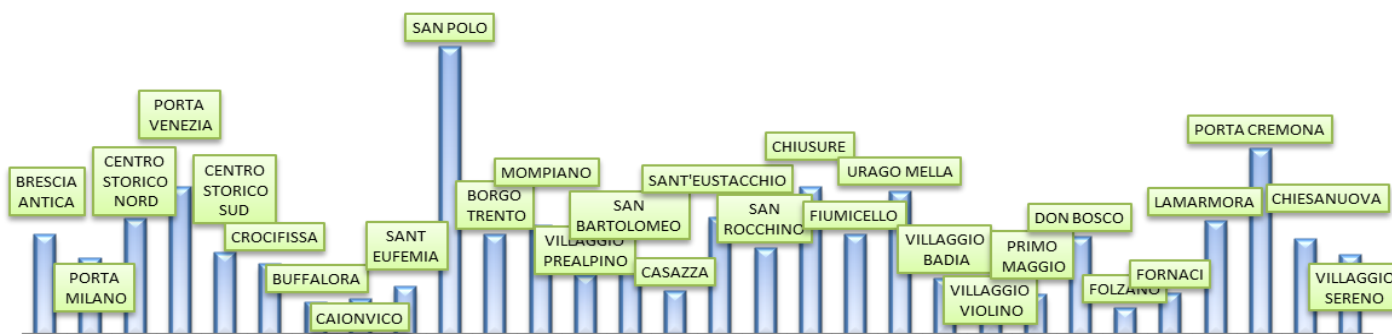
La consistenza demografica delle circoscrizioni e dei quartieri è stata dedotta dalle pubblicazioni dell'ufficio statistico comunale.

La differenza sul totale di popolazione dipende dalle diverse date di riferimento rispetto ai dati utilizzati per la stima dei consumi. La differenza percentuale è trascurabile per cui questi dati sono tranquillamente utilizzabili per calcolare gli indici di servizio per zona.

E' stato possibile calcolare gli indici di densità per le grandi e medie strutture di vendita, ma non per gli esercizi di vicinato, a causa della presenza di disallineamenti tra gli indirizzi dei negozi

risultanti dagli elenchi del SUAP (peraltro in fase di revisione a causa del cambiamento del sistema informatico) e il database dei numeri civici georeferenziati dell'Ufficio Urbanistica.

Grafico 8 Distribuzione abitanti per quartiere



NOTA GENERALE DI LETTURA

Le tabelle e le cartine che seguono (da Cartina 2 a Cartina 10) riportano di dati di consistenza delle medie e delle grandi strutture per quartiere ed il relativo riepilogo per circoscrizione.

Per quanto riguarda il calcolo degli indici di dotazione di superficie ogni 1.000 abitanti, il dato è raggruppato per superfici alimentari e non alimentari, totalizzando la superficie di ogni settore merceologico indipendentemente dal fatto che sia localizzata in esercizi esclusivamente alimentari, nonalimentari o misti.

Dal momento che, specialmente per la grande distribuzione, gli esercizi esclusivamente alimentari sono in pratica inesistenti, questo raggruppamento evidenzia in maniera più comprensibile l'effettivo livello di offerta presente in ogni quartiere.

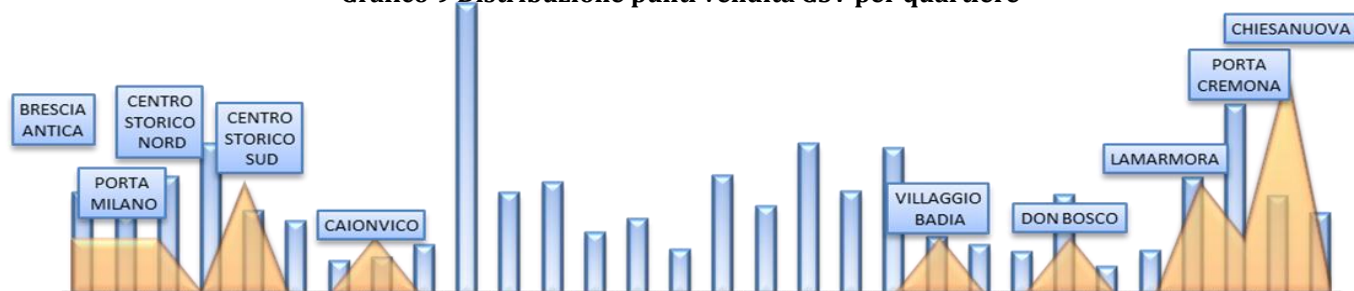
Lo scopo è di consentire l'individuazione delle aree di addensamento del servizio e di quelle di sua totale assenza. Nelle cartine, le perimetrazioni dei quartieri che risultano totalmente in bianco corrispondono alla totale assenza, nel quartiere, del tipo di servizio indicato.

B.4.1.1.3.1.2 Distribuzione Grandi Strutture di vendita

Abbiamo innanzitutto esaminato la distribuzione delle attività per quartiere e circoscrizione separatamente a seconda del settore prevalente di attività. Questi dati ci servono ad una prima analisi generale sulla consistenza del servizio nelle varie parti del territorio.

Il grafico sotto riporta il numero di punti vendita delle Grandi superfici di vendita presenti sul territorio del comune di BRESCIA per quartiere, rispetto alla numerosità della popolazione residente nei singoli quartieri

Grafico 9 Distribuzione punti vendita GSV per quartiere



Di seguito riportiamo la distribuzione delle Grandi Strutture distinte per settore merceologico prevalente (alimentare, non alimentare e misto) per quartiere e circoscrizione.

Tabella 49 Distribuzione PdV Grandi Strutture per quartiere

Circ.	Quartiere	Abitanti	%	TOTALE	%	Alimentari	%	Non Alimentari	%	Misti	%
Centro	Brescia Antica	7.058	4	1	7	0		1	20	0	
Centro	Porta Milano	5.387	3	1	7	0		0		1	11,11
Centro	Centro Storico Nord	8.204	4	1	7	1	100	0		0	
Centro	Porta Venezia	10.495	5	0		0		0		0	
Centro	Centro Storico Sud	5.769	3	2	13	0		0		2	22,22
Centro	Crocifissa	4.988	3	0		0		0		0	
Centro	Totale Centro	41.901	21	5	33	1	100	1	20	3	33
Est	Buffalora	2.180	1	0		0		0		0	
Est	Caionvico	2.422	1	1	7	0		0		1	11
Est	Sant'eufemia	3.309	2	0		0		0		0	
Est	San Polo	20.525	11	0		0		0		0	
Est	Totale Est	28.436	15	1	7	0		0		1	11
Nord	Borgo Trento	7.069	4	0		0		0		0	
Nord	Mompiano	7.757	4	0		0		0		0	
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	2	0		0		0		0	
Nord	San Bartolomeo	5.169	3	0		0		0		0	
Nord	Casazza	2.984	2	0		0		0		0	
Nord	Sant'eustacchio	8.267	4	0		0		0		0	
Nord	San Rocchino	6.075	3	0		0		0		0	
Nord	Totale Nord	41.856	21	0		0		0		0	
Ovest	Chiusure	10.508	5	0		0		0		0	
Ovest	Fiumicello	7.082	4	0		0		0		0	
Ovest	Urago Mella	10.198	5	0		0		0		0	
Ovest	Villaggio Badia	3.906	2	1	7	0		0		1	11
Ovest	Villaggio Violino	3.322	2	0		0		0		0	
Ovest	Primo Maggio	2.793	1	0		0		0		0	
Ovest	Totale Ovest	37.809	19	1	7	0		0		1	11
Sud	Don Bosco	6.880	4	1	7	0		0		1	11
Sud	Folzano	1.787	1	0		0		0		0	
Sud	Fornaci	2.857	1	0		0		0		0	
Sud	Lamarmora	8.054	4	2	13	0		1	20	1	11
Sud	Porta Cremona	13.254	7	1	7	0		0		1	11
Sud	Chiesanuova	6.772	3	4	27	0		3	60	1	11
Sud	Villaggio Sereno	5.582	3	0		0		0		0	
Sud	Totale Sud	45.186	23	8	53	0		4	80	4	44
	Brescia	195.188	100	15	100	1	100	5	100	9	100

Come si può constatare anche visivamente dalla piantina allegata, la maggiore concentrazione di grandi strutture di vendita (8 su 15, pari al 53%), si trova nella circoscrizione sud, ed in particolare nel quartiere Chiesa nuova che ospita quattro grandi strutture di vendita.

Segue la circoscrizione centro, con cinque grandi strutture pari ad un terzo del totale, tra cui due sono nel quartiere Centro Storico Sud, ove è sito il Centro Commerciale Freccia Rossa, che è la più grande struttura di vendita di Brescia.

La circoscrizione Ovest ha una sola grande struttura (quartiere Villaggio Badia, come pure la Est (Quartiere Caionvico), mentre la circoscrizione Nord è totalmente priva di grandi strutture, anche se il servizio è largamente assicurato dalle grandi strutture di Concesio.

Grafico 10 Distribuzione superfici GSV per quartiere

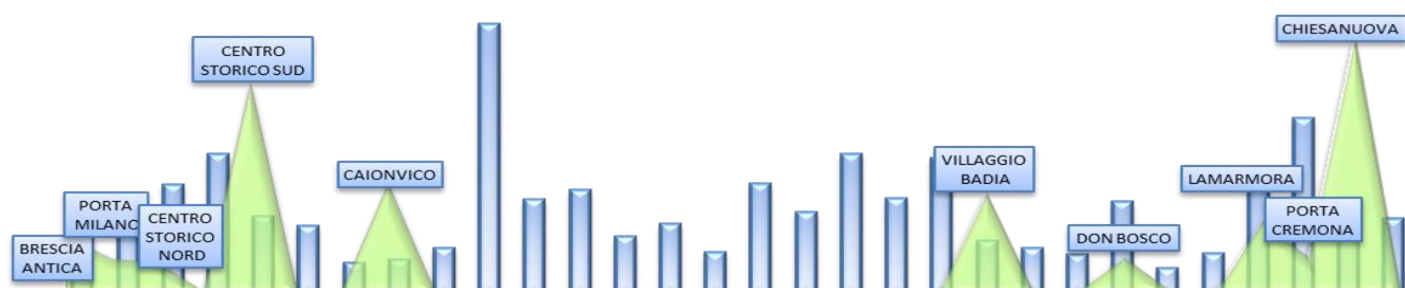


Tabella 50 Distribuzione superfici Grandi Strutture per quartiere Valori assoluti

Circ.	Quartiere	Abitanti	%	Mq Alimentari		Mq Non Alimentari	%	Mq Totali	%
Centro	Brescia Antica	7.058	4	249	1	4.498	8	4.747	6
Centro	Porta Milano	5.387	3	1.710	8	1.140	2	2.850	4
Centro	Centro Storico Nord	8.204	4	2.505	12	80	0	2.585	3
Centro	Porta Venezia	10.495	5	0	0	0	0	0	0
Centro	Centro Storico Sud	5.769	3	2.622	13	15.077	26	17.699	22
Centro	Crocifissa	4.988	3	0	0	0	0	0	0
Centro	Totale Centro	41.901	21	7.086	34	20.795	36	27.881	35
Est	Buffalora	2.180	1	0	0	0	0	0	0
Est	Caionvico	2.422	1	4.000	19	5.178	9	9.178	12
Est	Sant'eufemia	3.309	2	0	0	0	0	0	0
Est	San Polo	20.525	11	0	0	0	0	0	0
Est	Totale Est	28.436	15	4.000	19	5.178	9	9.178	12
Nord	Borgo Trento	7.069	4	0	0	0	0	0	0
Nord	Mompiano	7.757	4	0	0	0	0	0	0
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	2	0	0	0	0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	3	0	0	0	0	0	0
Nord	Casazza	2.984	2	0	0	0	0	0	0
Nord	Sant'eustacchio	8.267	4	0	0	0	0	0	0
Nord	San Rocchino	6.075	3	0	0	0	0	0	0
Nord	Totale Nord	41.856	21	0	0	0	0	0	0
Ovest	Chiusure	10.508	5	0	0	0	0	0	0
Ovest	Fiumicello	7.082	4	0	0	0	0	0	0

Ovest	Urago Mella	10.198	5	0	0	0	0	0	0
Ovest	Villaggio Badia	3.906	2	2.300	11	6.037	10	8.337	11
Ovest	Villaggio Violino	3.322	2	0	0	0	0	0	0
Ovest	Primo Maggio	2.793	1	0	0	0	0	0	0
Ovest	Totale Ovest	37.809	19	2.300	11	6.037	10	8.337	11
Sud	Don Bosco	6.880	4	2.426	12	524	1	2.950	4
Sud	Folzano	1.787	1	0	0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	1	0	0	0	0	0	0
Sud	Lamarmora	8.054	4	1.100	5	4.892	8	5.992	8
Sud	Porta Cremona	13.254	7	1.300	6	1.620	3	2.920	4
Sud	Chiesanuova	6.772	3	2.680	13	18.946	33	21.626	27
Sud	Villaggio Sereno	5.582	3	0	0	0	0	0	0
Sud	Totale Sud	45.186	23	7.506	36	25.982	45	33.488	42
	Brescia	195.188	100	20.892	100	57.992	100	78.884	100

Tabella 51 Distribuzione Grandi Strutture per quartiere - Indici

Circ.	Quartiere	Abitanti	ab/pdv alim	ab/pdv non alim	ab/pdv miste	ab/pdv tot	Mq Alim/1.000 ab	Mq Non Alim/1.000 ab	Mq Tot/1.000 ab.
Centro	Brescia Antica	7.058	0	7.058	0	7.058	35	637	673
Centro	Porta Milano	5.387	0	0	5.387	5.387	317	212	529
Centro	Centro Storico Nord	8.204	8.204	0	0	8.204	305	10	315
Centro	Porta Venezia	10.495	0	0	0	0	0	0	0
Centro	Centro Storico Sud	5.769	0	0	2.885	2.885	454	2.613	3.068
Centro	Crocifissa	4.988	0	0	0	0	0	0	0
Centro	Totale Centro	41.901	41.901	41.901	13.967	8.380	169	496	665
Est	Buffalora	2.180	0	0	0	0	0	0	0
Est	Caionvico	2.422	0	0	2.422	2.422	1.652	2.138	3.789
Est	Sant'eufemia	3.309	0	0	0	0	0	0	0
Est	San Polo	20.525	0	0	0	0	0	0	0
Est	Totale Est	28.436	0	0	28.436	28.436	141	182	323
Nord	Borgo Trento	7.069	0	0	0	0	0	0	0
Nord	Mompiano	7.757	0	0	0	0	0	0	0
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	0	0	0	0	0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	0	0	0	0	0	0	0
Nord	Casazza	2.984	0	0	0	0	0	0	0
Nord	Sant'eustacchio	8.267	0	0	0	0	0	0	0
Nord	San Rocchino	6.075	0	0	0	0	0	0	0
Nord	Totale Nord	41.856	0	0	0	0	0	0	0
Ovest	Chiusure	10.508	0	0	0	0	0	0	0
Ovest	Fiumicello	7.082	0	0	0	0	0	0	0
Ovest	Urago Mella	10.198	0	0	0	0	0	0	0
Ovest	Villaggio Badia	3.906	0	0	3.906	3.906	589	1.546	2.134
Ovest	Villaggio Violino	3.322	0	0	0	0	0	0	0
Ovest	Primo Maggio	2.793	0	0	0	0	0	0	0
Ovest	Totale Ovest	37.809	0	0	37.809	37.809	61	160	221

Sud	Don Bosco	6.880	0	0	6.880	6.880	353	76	429
Sud	Folzano	1.787	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Lamarmora	8.054	0	8.054	8.054	4.027	137	607	744
Sud	Porta Cremona	13.254	0	0	13.254	13.254	98	122	220
Sud	Chiesanuova	6.772	0	2.257	6.772	1.693	396	2.798	3.193
Sud	Villaggio Sereno	5.582	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Totale Sud	45.186	0	11.297	11.297	5.648	166	575	741
	Brescia	195.188	195.188	39.038	21.688	13.013	107	297	404

Esaminando la distribuzione sul territorio, vediamo che i quartieri di:

Porta Venezia
 Crocifissa
 Buffalora
 Sant'Eufemia
 San Polo
 Borgo Trento
 Mompiano
 Villaggio Prealpino
 San Bartolomeo
 Casazza
 Sant'eustacchio
 San Rocchino
 Chiusure
 Fiumicello
 Urago Mella
 Villaggio Violino
 Primo Maggio
 Folzano
 Fornaci
 Villaggio Sereno

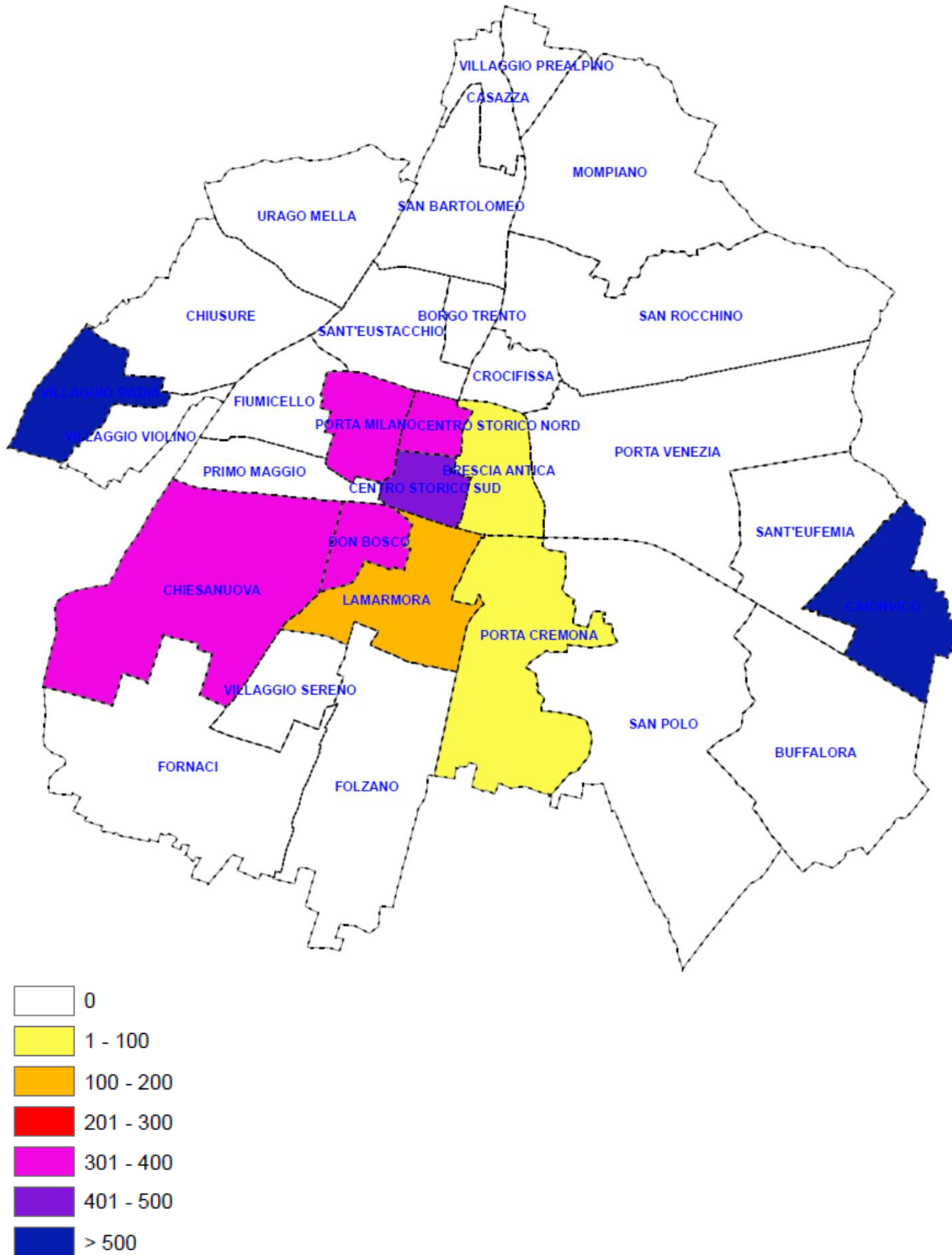
Sono totalmente scoperti di grandi strutture di vendita.

Ovviamente, data la natura stessa delle strutture di grande distribuzione, previste per coprire un territorio molto esteso, la loro assenza nella maggior parte dei quartieri non costituisce un fenomeno preoccupante.

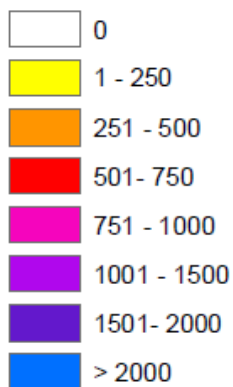
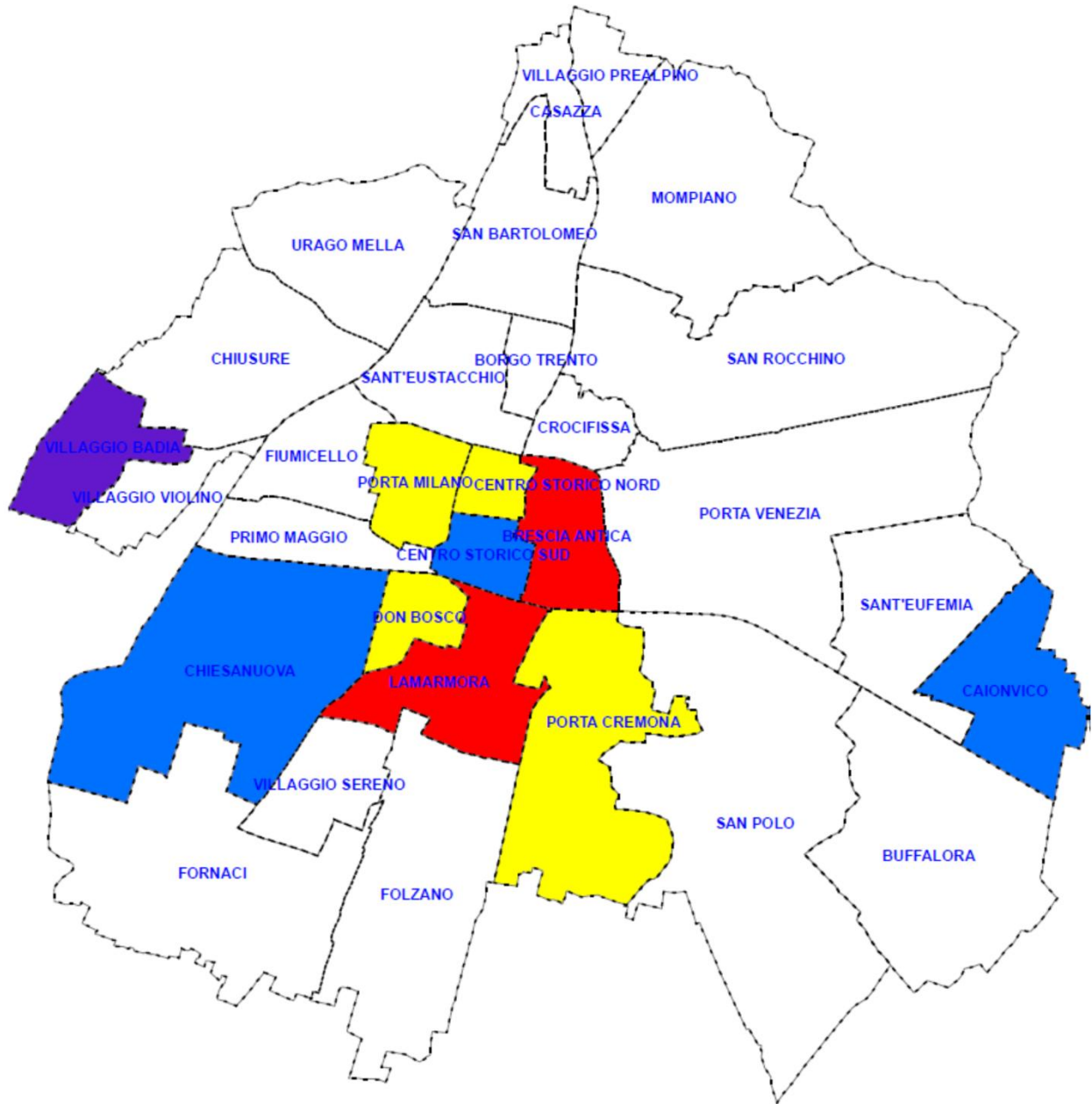
Più preoccupante, al contrario, la concentrazione di gran parte delle grandi strutture esistenti in un numero molto limitato di quartieri, siti per lo più nella fascia centrale del territorio comunale.

Va fatto rilevare, per chiarezza, che la tavolozza di colori utilizzata per gli alimentari, la cui dotazione di superficie per abitante è più bassa, è diversa da quella usata per i non alimentari e le dotazioni complessive.

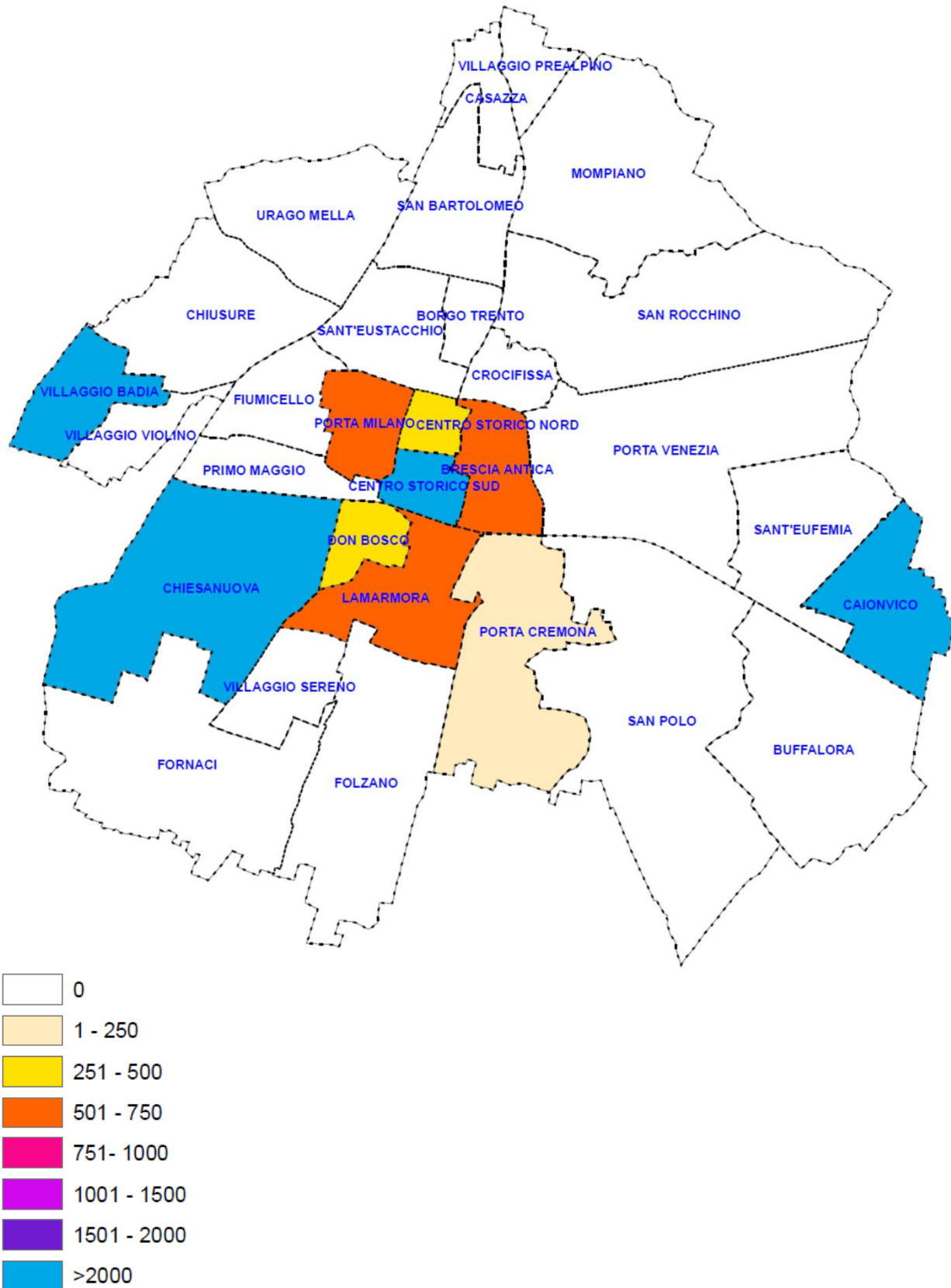
Cartina 2 Densità superfici alimentari (mq/1000 ab) delle Grandi strutture di vendita per quartiere



Cartina 3 Densità superfici non alimentari (mq/1000 ab) delle Grandi strutture di vendita per quartiere



Cartina 4 Densità superfici totali (mq/1000 ab) delle Grandi strutture di vendita per quartiere



B.4.1.1.3.1.3 Distribuzione Medie Strutture di vendita

Grafico 11 Distribuzione punti vendita MSV per quartiere

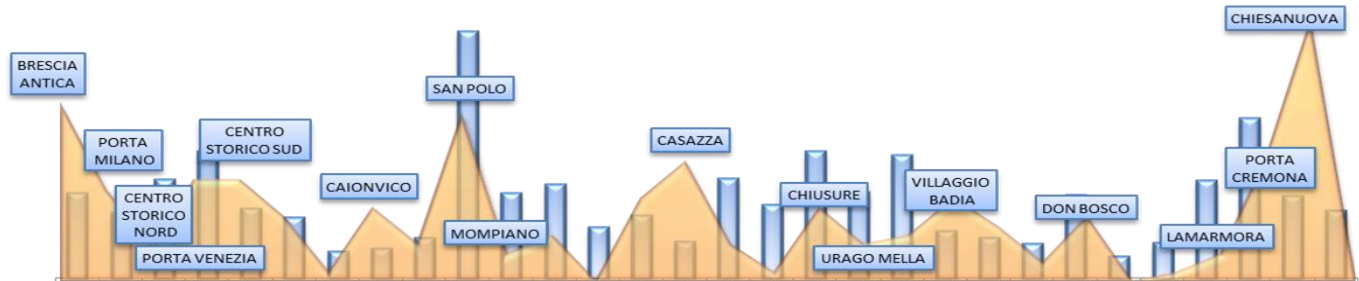


Tabella 52 Distribuzione PdV Medie Strutture per quartiere

Circ.	Quartiere	Abitanti	%	Medie Strutture	%	Alimentari		Non Alimentari	%	Misti	%
Centro	Brescia Antica	7.058	4	19	9			18	11	1	2
Centro	Porta Milano	5.387	3	10	5			9	6	1	2
Centro	Centro Storico Nord	8.204	4	4	2			3	2	1	2
Centro	Porta Venezia	10.495	5	11	5			9	6	2	4
Centro	Centro Storico Sud	5.769	3	11	5			9	6	2	4
Centro	Crocifissa	4.988	3	7	3			4	3	3	5
Centro	Totale CENTRO	41.901	21	62	29			52	33	10	18
Est	Buffalora	2.180	1	1	0				0	1	2
Est	Caionvico	2.422	1	8	4			6	4	2	4
Est	Sant'eufemia	3.309	2	4	2			4	3		0
Est	San Polo	20.525	11	18	8			11	7	7	13
Est	Totale EST	28.436	15	31	14			21	13	10	18
Nord	Borgo Trento	7.069	4	3	1				0	3	5
Nord	Mompiano	7.757	4	5	2			3	2	2	4
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	2		0				0		0
Nord	San Bartolomeo	5.169	3	9	4			8	5	1	2
Nord	Casazza	2.984	2	13	6			10	6	3	5
Nord	Sant'eustacchio	8.267	4	4	2			3	2	1	2
Nord	San Rocchino	6.075	3	1	0			1	1		0
Nord	Totale NORD	41.856	21	35	16			25	16	10	18
Ovest	Chiusure	10.508	5	8	4			6	4	2	4
Ovest	Fiumicello	7.082	4	4	2			2	1	2	4
Ovest	Urago Mella	10.198	5	5	2			1	1	4	7
Ovest	Villaggio Badia	3.906	2	9	4	1	50	8	5		0
Ovest	Villaggio Violino	3.322	2	6	3			5	3	1	2
Ovest	Primo Maggio	2.793	1	2	1			1	1	1	2
Ovest	Totale OVEST	37.809	19	34	16	1	50	23	15	10	18
Sud	Don Bosco	6.880	4	7	3			3	2	4	7
Sud	Folzano	1.787	1		0				0		0
Sud	Fornaci	2.857	1	1	0			1	1		0
Sud	Lamarmora	8.054	4	3	1			1	1	2	4
Sud	Porta Cremona	13.254	7	13	6			9	6	4	7
Sud	Chiesanuova	6.772	3	28	13	1	50	22	14	5	9
Sud	Villaggio Sereno	5.582	3		0				0		0

Sud	Totale SUD	45.186	23	52	24	1	50	36	23	15	27
	Brescia	195.188	100	214	100	2	100	157	100	55	100

Grafico 12 Presenza superfici MSV per quartiere



Tabella 53 Distribuzione superfici Medie Strutture per quartiere

Circ.	Quartiere	Abitanti	%	Medie Strutture	%	Alimentari		Non Alimentari	%
Centro	Brescia Antica	7.058	4	8.000	5	325	1	7.675	6
Centro	Porta Milano	5.387	3	7.910	5	800	2	7.110	6
Centro	Centro Storico Nord	8.204	4	2.892	2	1.245	4	1.647	1
Centro	Porta Venezia	10.495	5	10.227	6	2.538	8	7.689	6
Centro	Centro Storico Sud	5.769	3	6.362	4	985	3	5.377	4
Centro	Crocifissa	4.988	3	4.870	3	1.936	6	2.934	2
Centro	Totale CENTRO	41.901	21	40.261	25	7.829	24	32.432	26
Est	Buffalora	2.180	1	1.021	1	71	0	950	1
Est	Caionvico	2.422	1	7.929	5	100	0	7.829	6
Est	Sant'eufemia	3.309	2	1.556	1	0	0	1.556	1
Est	San Polo	20.525	11	12.886	8	3.605	11	9.281	7
Est	Totale EST	28.436	15	23.392	15	3.776	12	19.616	16
Nord	Borgo Trento	7.069	4	1.734	1	1.190	4	544	0
Nord	Mompiano	7.757	4	4.627	3	1.600	5	3.027	2
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	2		0	0	0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	3	7.079	4	740	2	6.339	5
Nord	Casazza	2.984	2	9.649	6	2.511	8	7.138	6
Nord	Sant'eustacchio	8.267	4	2.668	2	895	3	1.773	1
Nord	San Rocchino	6.075	3	599	0	0	0	599	0
Nord	Totale NORD	41.856	21	26.356	17	6.936	21	19.420	15
Ovest	Chiusure	10.508	5	4.294	3	1.444	4	2.850	2
Ovest	Fiumicello	7.082	4	2.482	2	930	3	1.552	1
Ovest	Urago Mella	10.198	5	2.703	2	1.629	5	1.074	1
Ovest	Villaggio Badia	3.906	2	5.009	3	259	1	4.750	4
Ovest	Villaggio Violino	3.322	2	6.347	4	695	2	5.652	4
Ovest	Primo Maggio	2.793	1	938	1	515	2	423	0
Ovest	Totale OVEST	37.809	19	21.773	14	5.472	17	16.301	13
Sud	Don Bosco	6.880	4	4.840	3	2.442	8	2.398	2
Sud	Folzano	1.787	1		0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	1	357	0	0	0	357	0
Sud	Lamarmora	8.054	4	2.133	1	1.225	4	908	1
Sud	Porta Cremona	13.254	7	9.781	6	1.700	5	8.081	6
Sud	Chiesanuova	6.772	3	30.171	19	3.155	10	27.016	21
Sud	Villaggio Sereno	5.582	3		0	0	0	0	0
Sud	Totale SUD	45.186	23	47.282	30	8.522	26	38.760	31

Brescia	195.188	100	159.064	100	32.535	100	126.529	100
---------	---------	-----	---------	-----	--------	-----	---------	-----

Tabella 54 Distribuzione Medie Strutture per quartiere - Indici

Circ.	Quartiere	Abitanti	ab/pdv alim	ab/pdv non alim	ab/pdv miste	ab/pdv tot	Mq Alim /1.000 ab	Mq Non Alim /1.000 ab	Mq Totali /1.000 ab.
Centro	Brescia Antica	7.058	0	392	7.058	371	46	1.087	1.133
Centro	Porta Milano	5.387	0	599	5.387	539	149	1.320	1.468
Centro	Centro Storico Nord	8.204	0	2.735	8.204	2.051	152	201	353
Centro	Porta Venezia	10.495	0	1.166	5.248	954	242	733	974
Centro	Centro Storico Sud	5.769	0	641	2.885	524	171	932	1.103
Centro	Crocifissa	4.988	0	1.247	1.663	713	388	588	976
Centro	Totale CENTRO	41.901	0	806	4.190	676	187	774	961
Est	Buffalora	2.180	0		2.180	2.180	33	436	468
Est	Caionvico	2.422	0	404	1.211	303	41	3.232	3.274
Est	Sant'eufemia	3.309	0	827		827	0	470	470
Est	San Polo	20.525	0	1.866	2.932	1.140	176	452	628
Est	Totale EST	28.436	0	1.354	2.844	917	133	690	823
Nord	Borgo Trento	7.069	0		2.356	2.356	168	77	245
Nord	Mompiano	7.757	0	2.586	3.879	1.551	206	390	596
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	0				0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	0	646	5.169	574	143	1.226	1.370
Nord	Casazza	2.984	0	298	995	230	841	2.392	3.234
Nord	Sant'eustacchio	8.267	0	2.756	8.267	2.067	108	214	323
Nord	San Rocchino	6.075	0	6.075		6.075	0	99	99
Nord	Totale NORD	41.856	0	1.674	4.186	1.196	166	464	630
Ovest	Chiusure	10.508	0	1.751	5.254	1.314	137	271	409
Ovest	Fiumicello	7.082	0	3.541	3.541	1.771	131	219	350
Ovest	Urago Mella	10.198	0	10.198	2.550	2.040	160	105	265
Ovest	Villaggio Badia	3.906	3.906	488		434	66	1.216	1.282
Ovest	Villaggio Violino	3.322	0	664	3.322	554	209	1.701	1.911
Ovest	Primo Maggio	2.793	0	2.793	2.793	1.397	184	151	336
Ovest	Totale OVEST	37.809	37.809	1.644	3.781	1.112	145	431	576
Sud	Don Bosco	6.880	0	2.293	1.720	983	355	349	703
Sud	Folzano	1.787	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	0	2.857	0	2.857	0	125	125
Sud	Lamarmora	8.054	0	8.054	4.027	2.685	152	113	265
Sud	Porta Cremona	13.254	0	1.473	3.314	1.020	128	610	738
Sud	Chiesanuova	6.772	6.772	308	1.354	242	466	3.989	4.455
Sud	Villaggio Sereno	5.582	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Totale SUD	45.186	45.186	1.255	3.012	869	189	858	1.046
	Brescia	195.188	97.594	1.243	3.549	912	167	648	815

La distribuzione delle medie strutture di vendita è più uniforme rispetto alle grandi, per cui i quartieri totalmente sprovvisti sono solo:

Villaggio Prealpino

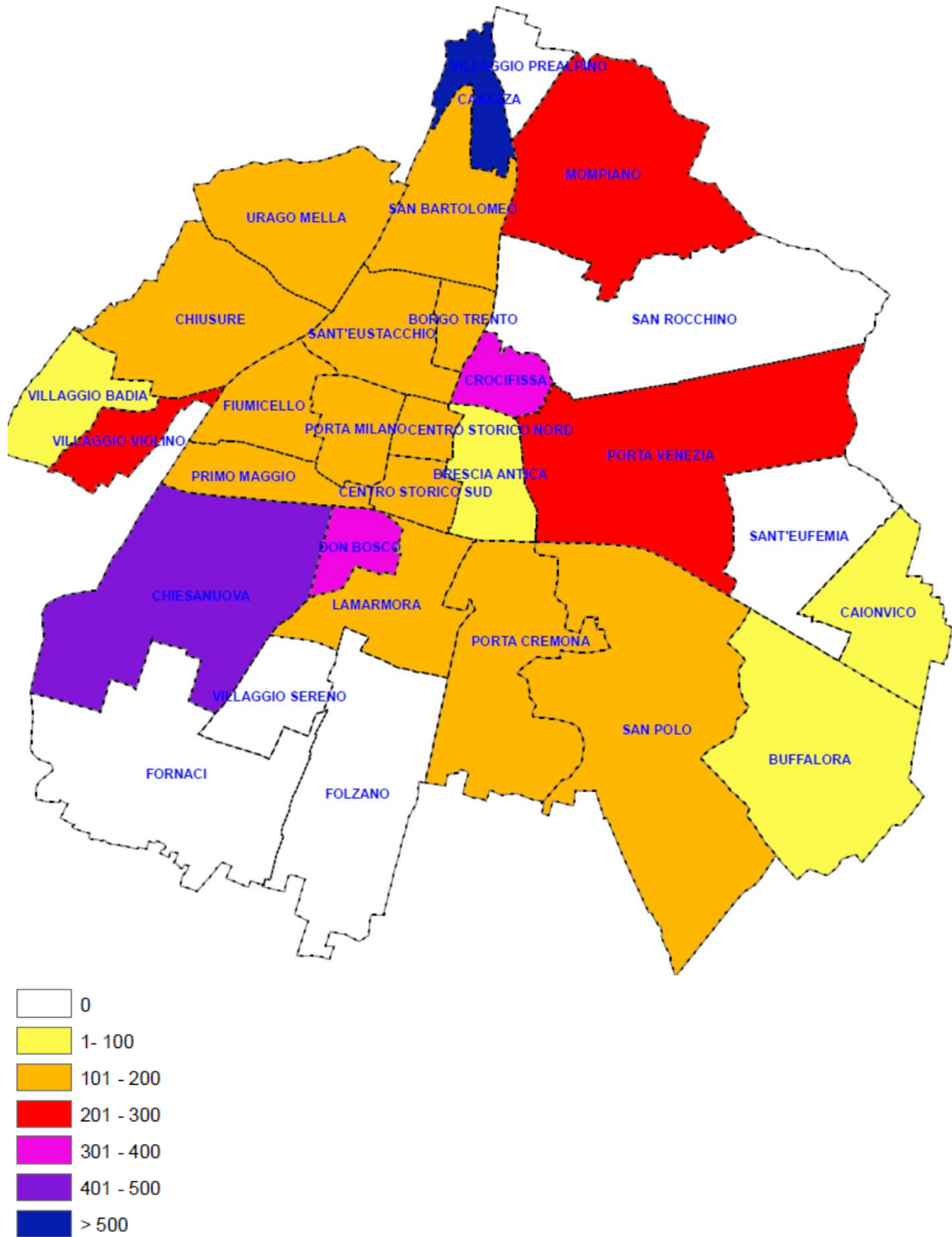
Folzano

Villaggio Sereno.

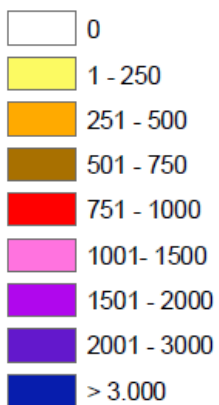
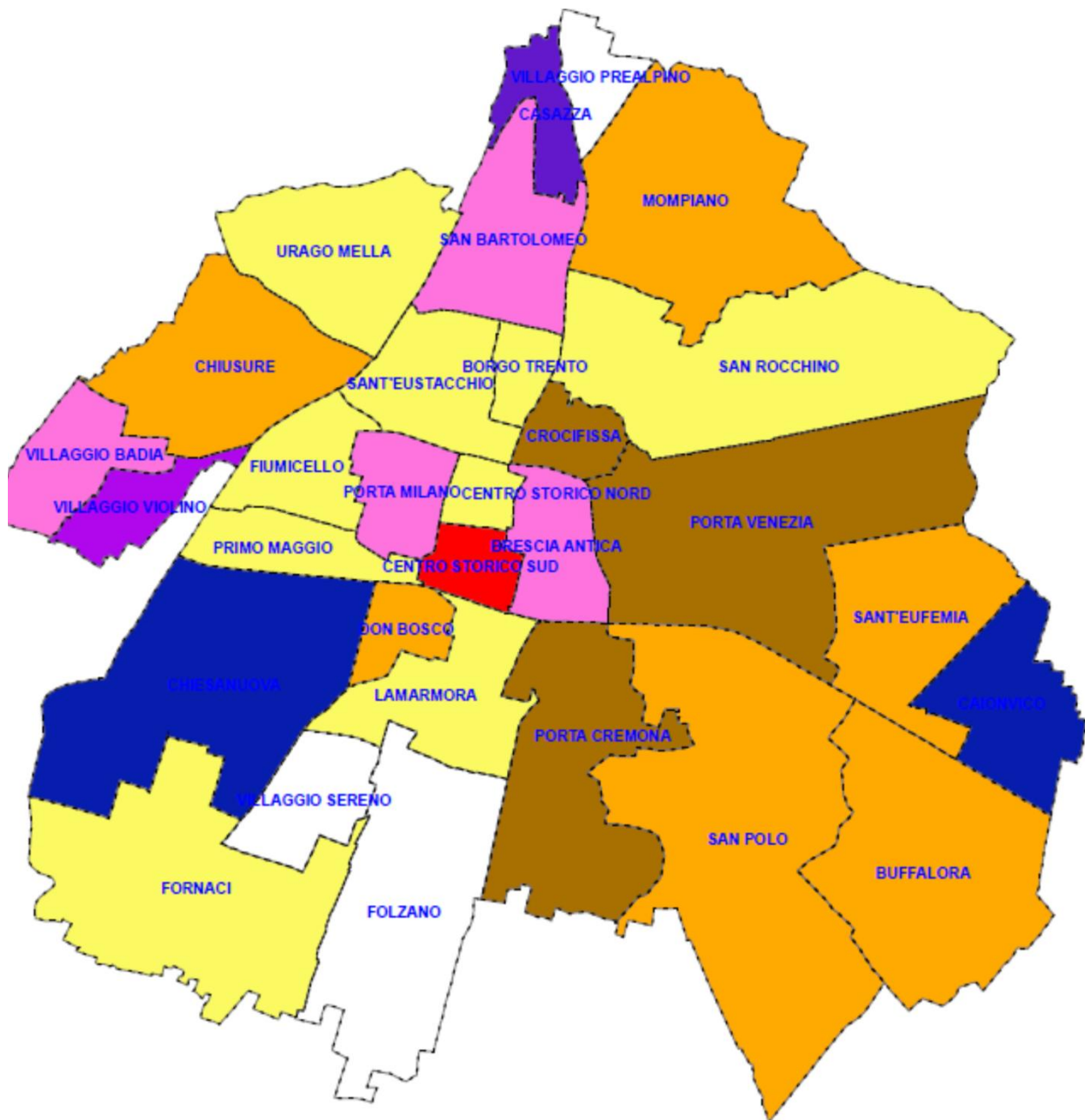
BRESCIA

La maggiore concentrazione di offerta si verifica comunque più o meno negli stessi quartieri della grande distribuzione.

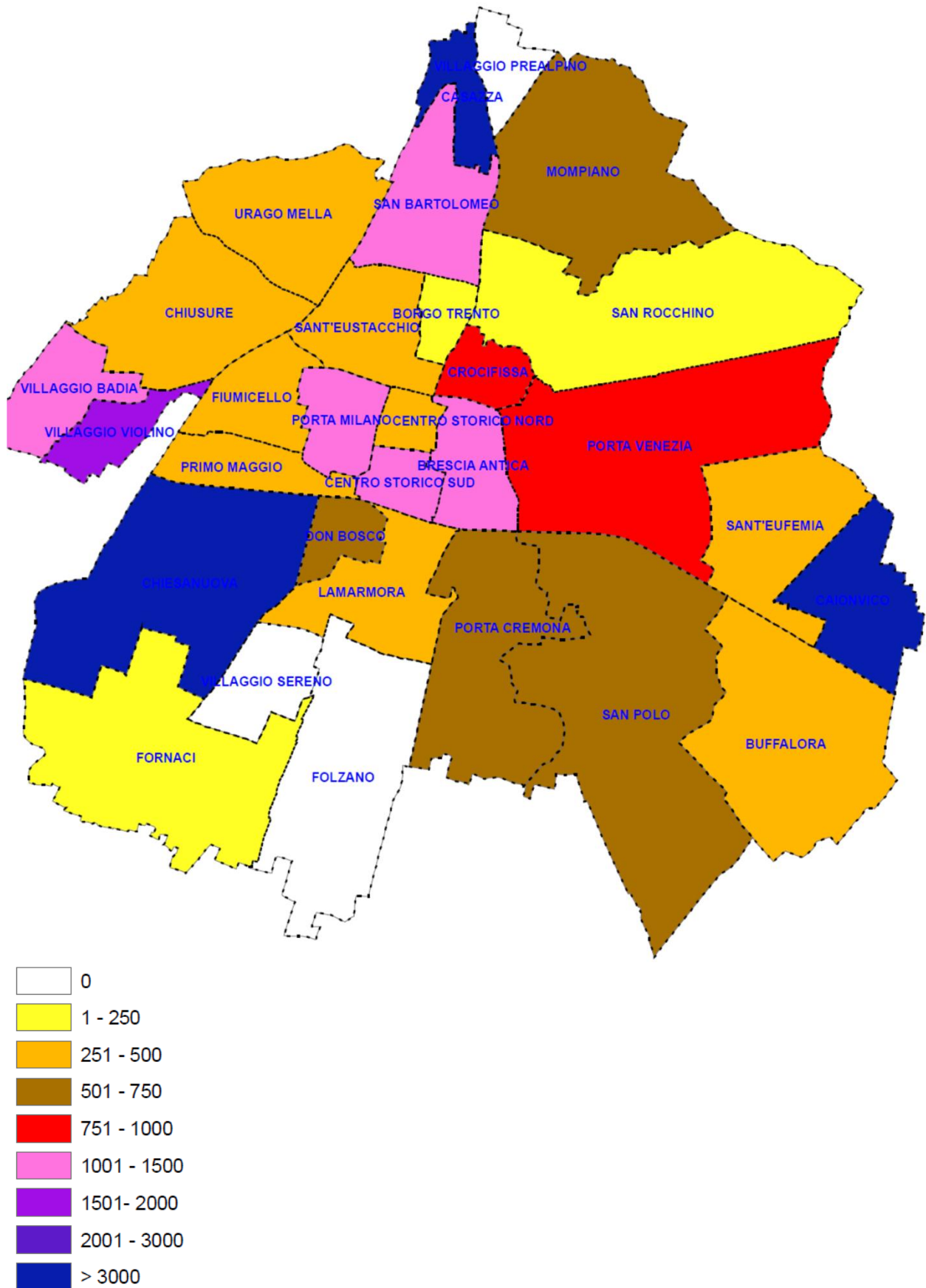
Cartina 5 Densità superfici alimentari (mq/1000 ab) delle Medie strutture di vendita per quartiere



Cartina 6 Densità superfici non alimentari (mq/1000 ab) delle Medie strutture di vendita per quartiere



Cartina 7 Densità superfici totali (mq/1000 ab) delle Medie strutture di vendita per quartiere



B.4.1.1.3.1.4 Distribuzione della GdO

Tabella 55 Distribuzione punti vendita della Gdo per quartiere

Circ.	Quartiere	Abitanti	%	GDO	%	Alimentari		Non Alimentari	%	Misti	%
Centro	Brescia Antica	7.058	4	20	9	0	0	19	12	1	2
Centro	Porta Milano	5.387	3	11	5	0	0	9	6	2	3
Centro	Centro Storico Nord	8.204	4	5	2	1	33	3	2	1	2
Centro	Porta Venezia	10.495	5	11	5	0	0	9	6	2	3
Centro	Centro Storico Sud	5.769	3	13	6	0	0	9	6	4	6
Centro	Crocifissa	4.988	3	7	3	0	0	4	2	3	5
Centro	Totale CENTRO	41.901	21	67	29	1	33	53	33	13	20
Est	Buffalora	2.180	1	1	0	0	0	0	0	1	2
Est	Caionvico	2.422	1	9	4	0	0	6	4	3	5
Est	Sant'eufemia	3.309	2	4	2	0	0	4	2	0	0
Est	San Polo	20.525	11	18	8	0	0	11	7	7	11
Est	Totale EST	28.436	15	32	14	0	0	21	13	11	17
Nord	Borgo Trento	7.069	4	3	1	0	0	0	0	3	5
Nord	Mompiano	7.757	4	5	2	0	0	3	2	2	3
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	3	9	4	0	0	8	5	1	2
Nord	Casazza	2.984	2	13	6	0	0	10	6	3	5
Nord	Sant'eustacchio	8.267	4	4	2	0	0	3	2	1	2
Nord	San Rocchino	6.075	3	1	0	0	0	1	1	0	0
Nord	Totale NORD	41.856	21	35	15	0	0	25	15	10	16
Ovest	Chiusure	10.508	5	8	3	0	0	6	4	2	3
Ovest	Fiumicello	7.082	4	4	2	0	0	2	1	2	3
Ovest	Urago Mella	10.198	5	5	2	0	0	1	1	4	6
Ovest	Villaggio Badia	3.906	2	10	4	1	33	8	5	1	2
Ovest	Villaggio Violino	3.322	2	6	3	0	0	5	3	1	2
Ovest	Primo Maggio	2.793	1	2	1	0	0	1	1	1	2
Ovest	Totale OVEST	37.809	19	35	15	1	33	23	14	11	17
Sud	Don Bosco	6.880	4	8	3	0	0	3	2	5	8
Sud	Folzano	1.787	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	1	1	0	0	0	1	1	0	0
Sud	Lamarmora	8.054	4	5	2	0	0	2	1	3	5
Sud	Porta Cremona	13.254	7	14	6	0	0	9	6	5	8
Sud	Chiesanuova	6.772	3	32	14	1	33	25	15	6	9
Sud	Villaggio Sereno	5.582	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Totale SUD	45.186	23	60	26	1	33	40	25	19	30
	Brescia	195.188	100	229	100	3	100	162	100	64	100

Grafico 13 Distribuzione punti vendita GdO per quartiere

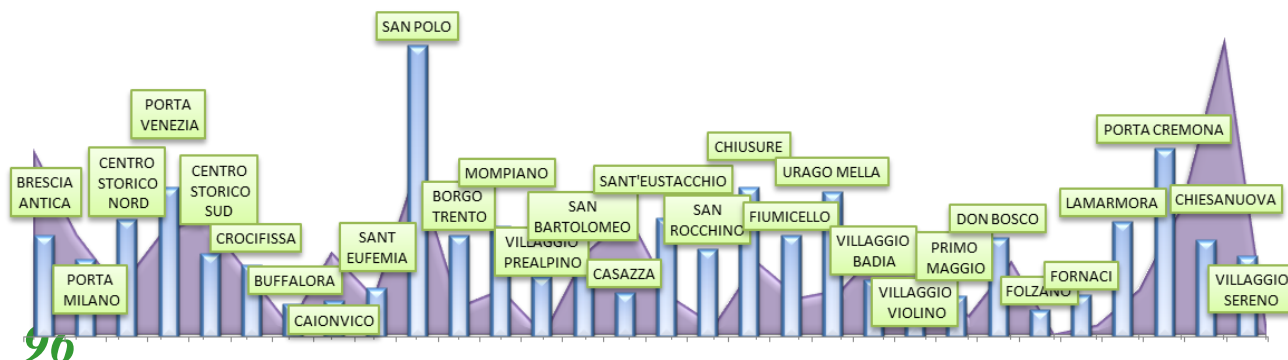


Tabella 56 Distribuzione superfici GDO per quartiere

Circ.	Quartiere	Abitanti	%	GDO	%	Alimentari		Non Alimentari	%
Centro	Brescia Antica	7.058	4	12.747	5	574	1	12.173	7
Centro	Porta Milano	5.387	3	10.760	5	2.510	5	8.250	4
Centro	Centro Storico Nord	8.204	4	5.477	2	3.750	7	1.727	1
Centro	Porta Venezia	10.495	5	10.227	4	2.538	5	7.689	4
Centro	Centro Storico Sud	5.769	3	24.061	10	3.607	7	20.454	11
Centro	Crocifissa	4.988	3	4.870	2	1.936	4	2.934	2
Centro	Totale CENTRO	41.901	21	68.142	29	14.915	28	53.227	29
Est	Buffalora	2.180	1	1.021	0	71	0	950	1
Est	Caionvico	2.422	1	17.107	7	4.100	8	13.007	7
Est	Sant'eufemia	3.309	2	1.556	1	0	0	1.556	1
Est	San Polo	20.525	11	12.886	5	3.605	7	9.281	5
Est	Totale EST	28.436	15	32.570	14	7.776	15	24.794	13
Nord	Borgo Trento	7.069	4	1.734	1	1.190	2	544	0
Nord	Mompiano	7.757	4	4.627	2	1.600	3	3.027	2
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	2	0	0	0	0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	3	7.079	3	740	1	6.339	3
Nord	Casazza	2.984	2	9.649	4	2.511	5	7.138	4
Nord	Sant'eustacchio	8.267	4	2.668	1	895	2	1.773	1
Nord	San Rocchino	6.075	3	599	0	0	0	599	0
Nord	Totale NORD	41.856	21	26.356	11	6.936	13	19.420	11
Ovest	Chiusure	10.508	5	4.294	2	1.444	3	2.850	2
Ovest	Fiumicello	7.082	4	2.482	1	930	2	1.552	1
Ovest	Urago Mella	10.198	5	2.703	1	1.629	3	1.074	1
Ovest	Villaggio Badia	3.906	2	13.346	6	2.559	5	10.787	6
Ovest	Villaggio Violino	3.322	2	6.347	3	695	1	5.652	3
Ovest	Primo Maggio	2.793	1	938	0	515	1	423	0
Ovest	Totale OVEST	37.809	19	30.110	13	7.772	15	22.338	12
Sud	Don Bosco	6.880	4	7.790	3	4.868	9	2.922	2
Sud	Folzano	1.787	1	0	0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	1	357	0	0	0	357	0
Sud	Lamarmora	8.054	4	8.125	3	2.325	4	5.800	3
Sud	Porta Cremona	13.254	7	12.701	5	3.000	6	9.701	5
Sud	Chiesanuova	6.772	3	51.797	22	5.835	11	45.962	25
Sud	Villaggio Sereno	5.582	3	0	0	0	0	0	0
Sud	Totale SUD	45.186	23	80.770	34	16.028	30	64.742	35
	Brescia	195.188	100	237.948	100	53.427	100	184.521	100

Grafico 14 Distribuzione superfici GdO per quartiere

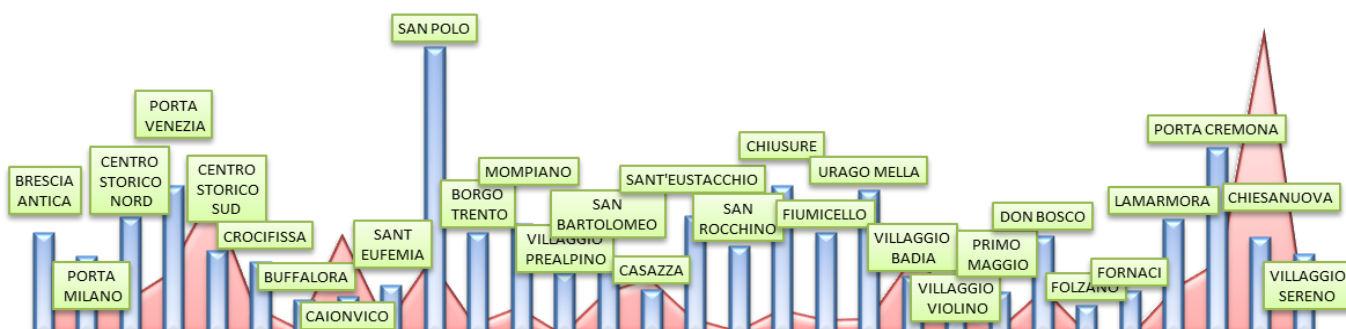


Tabella 57 Distribuzione Gdo per quartiere - Indici

Circ.	Quartiere	Abitanti	ab/pdv alim	ab/pdv non alim	ab/pdv miste	ab/pdv tot	mq non alim/1000a b	mq alim/1000a b	mq tot/1000a b
Centro	Brescia Antica	7.058	0	371	7.058	353	81	1.725	1.806
Centro	Porta Milano	5.387	0	599	2.694	490	466	1.531	1.997
Centro	Centro Storico Nord	8.204	8.204	2.735	8.204	1.641	457	211	668
Centro	Porta Venezia	10.495	0	1.166	5.248	954	242	733	974
Centro	Centro Storico Sud	5.769	0	641	1.442	444	625	3.546	4.171
Centro	Crocifissa	4.988	0	1.247	1.663	713	388	588	976
Centro	Totale Centro	41.901	41.901	791	3.223	625	356	1.270	1.626
Est	Buffalora	2.180	0	0	2.180	2.180	33	436	468
Est	Caionvico	2.422	0	404	807	269	1.693	5.370	7.063
Est	Sant'eufemia	3.309	0	827	0	827	0	470	470
Est	San Polo	20.525	0	1.866	2.932	1.140	176	452	628
Est	Totale Est	28.436	0	1.354	2.585	889	273	872	1.145
Nord	Borgo Trento	7.069	0	0	2.356	2.356	168	77	245
Nord	Mompiano	7.757	0	2.586	3.879	1.551	206	390	596
Nord	Villaggio Prealpino	4.175	0	0	0	0	0	0	0
Nord	San Bartolomeo	5.169	0	646	5.169	574	143	1.226	1.370
Nord	Casazza	2.984	0	298	995	230	841	2.392	3.234
Nord	Sant'eustacchio	8.267	0	2.756	8.267	2.067	108	214	323
Nord	San Rocchino	6.075	0	6.075	0	6.075	0	99	99
Nord	Totale Nord	41.856	0	1.674	4.186	1.196	166	464	630
Ovest	Chiusure	10.508	0	1.751	5.254	1.314	137	271	409
Ovest	Fiumicello	7.082	0	3.541	3.541	1.771	131	219	350
Ovest	Urago Mella	10.198	0	10.198	2.550	2.040	160	105	265
Ovest	Villaggio Badia	3.906	3.906	488	3.906	391	655	2.762	3.417
Ovest	Villaggio Violino	3.322	0	664	3.322	554	209	1.701	1.911
Ovest	Primo Maggio	2.793	0	2.793	2.793	1.397	184	151	336
Ovest	Totale Ovest	37.809	37.809	1.644	3.437	1.080	206	591	796
Sud	Don Bosco	6.880	0	2.293	1.376	860	708	425	1.132
Sud	Folzano	1.787	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Fornaci	2.857	0	2.857	0	2.857	0	125	125
Sud	Lamarmora	8.054	0	4.027	2.685	1.611	289	720	1.009
Sud	Porta Cremona	13.254	0	1.473	2.651	947	226	732	958
Sud	Chiesanuova	6.772	6.772	271	1.129	212	862	6.787	7.649
Sud	Villaggio Sereno	5.582	0	0	0	0	0	0	0
Sud	Totale Sud	45.186	45.186	1.130	2.378	753	355	1.433	1.788
	Brescia	195.188	65.063	1.205	3.050	852	274	945	1.219

Anche per l'insieme della Grande distribuzione Organizzata (Medie più grandi strutture) si riscontra la totale assenza di servizio nei quartieri di:

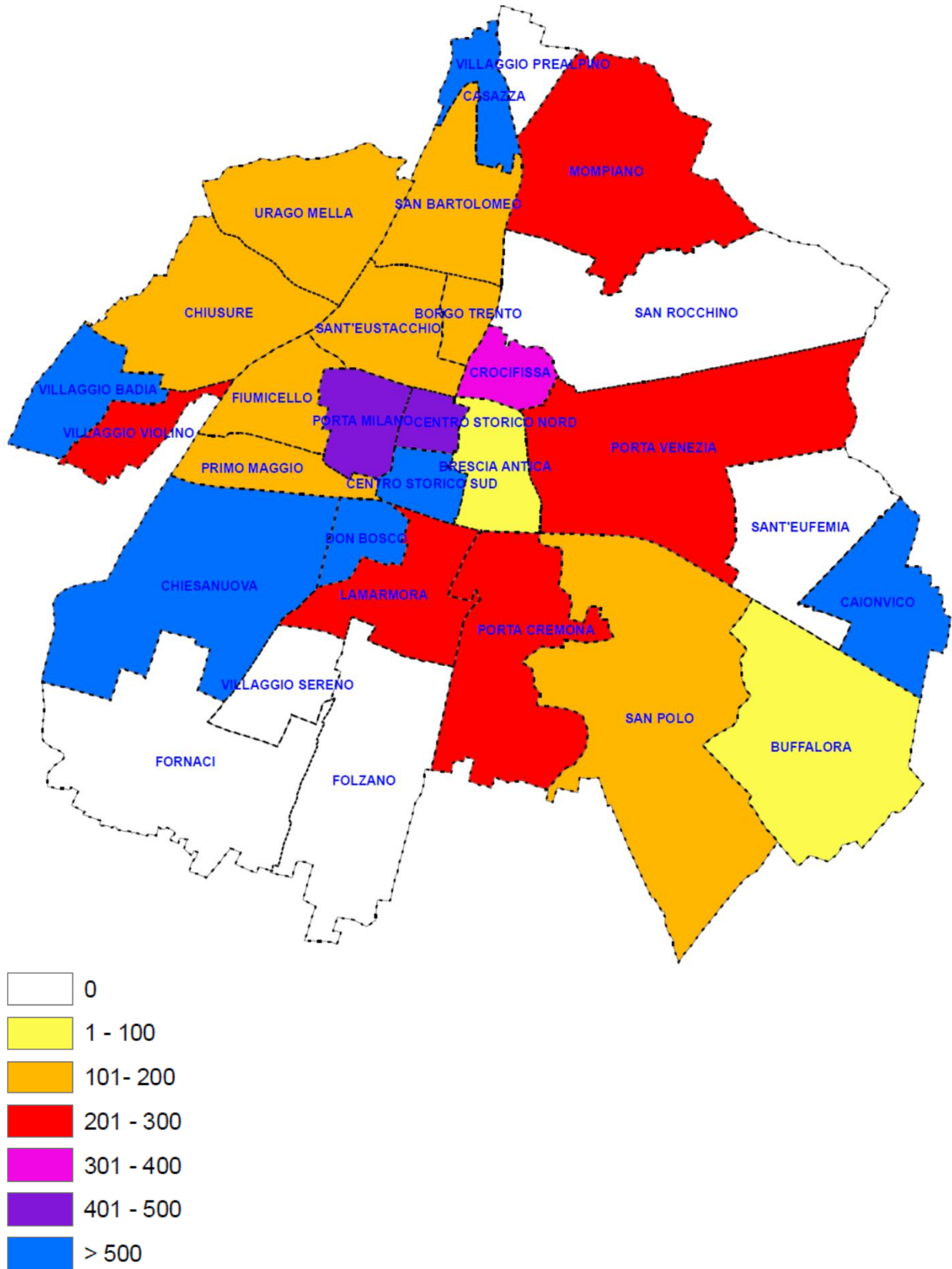
Villaggio Prealpino

Folzano

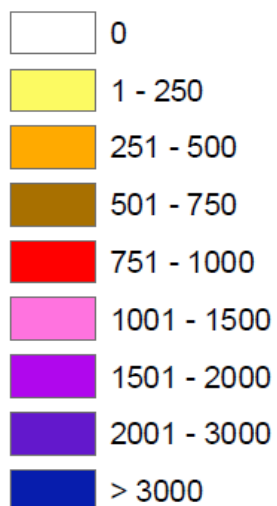
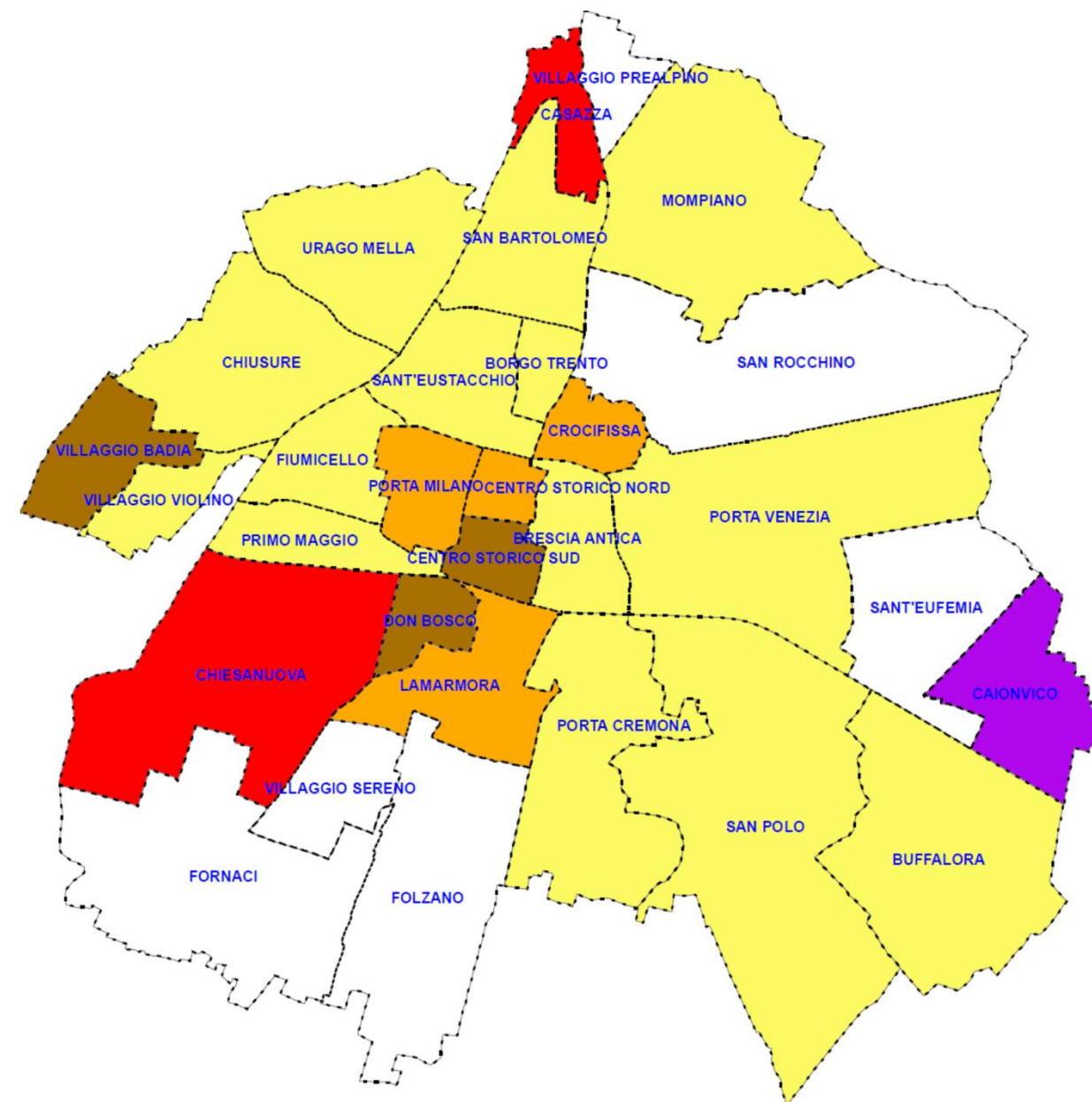
Villaggio Sereno.

In termini di popolazione, questo fenomeno riguarda circa 11.880 persone, pari a. circa il 6% della popolazione totale del Comune.

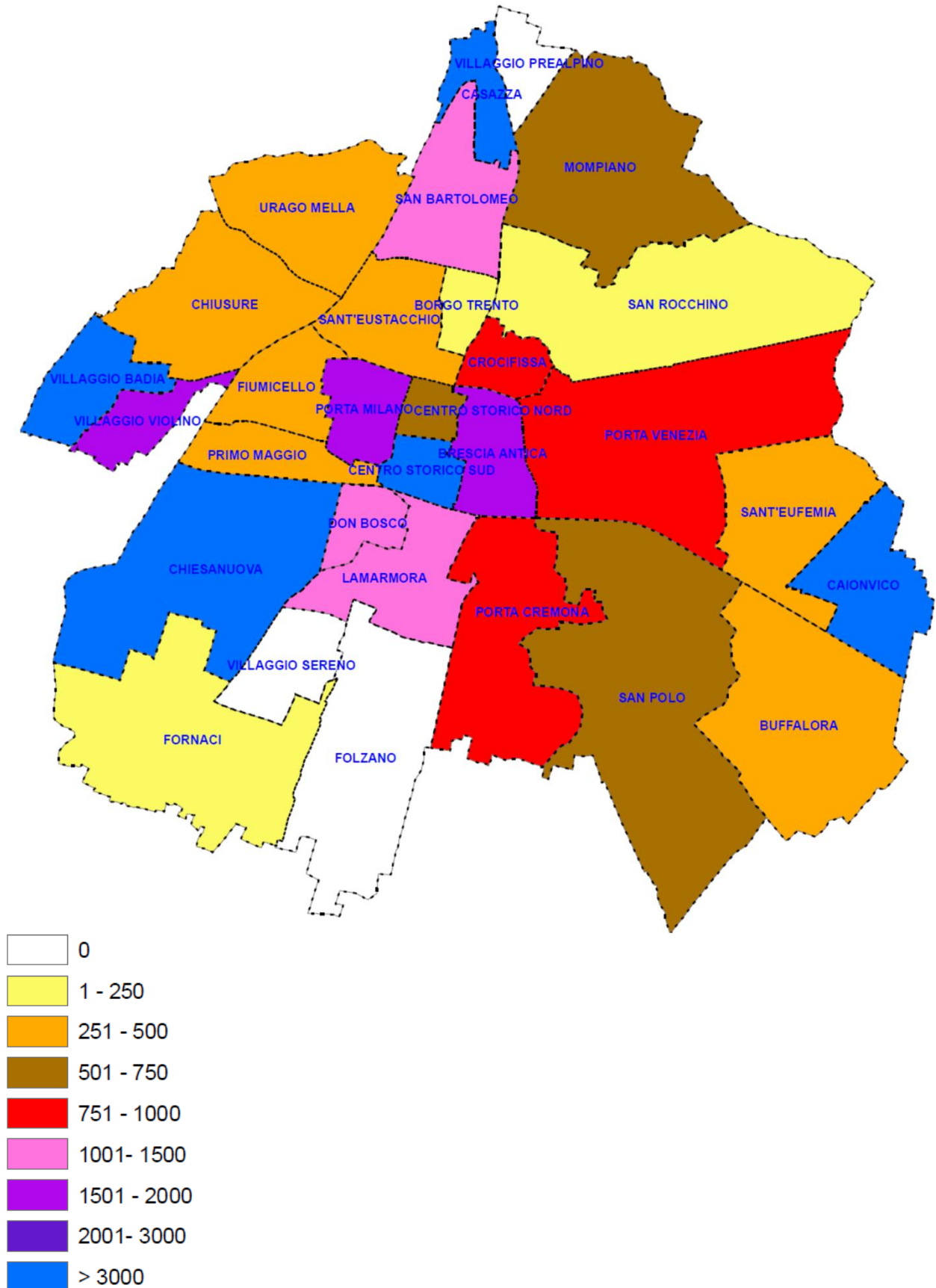
Cartina 8 Densità superfici alimentari (mq/1000 ab) delle Gdo per quartiere



Cartina 9 Densità superfici non alimentari (mq/1000 ab) delle Gdo per quartiere



Cartina 10 Densità superfici totali (mq/1000 ab) delle Gdo per quartiere



B.4.1.1.4 Andamento temporale del servizio.

In linea generale, la messa a punto di analisi statistiche economiche delle attività commerciali e dei principali indicatori socio-economici, che sono in relazione con la domanda di servizi commerciali, risponde a varie esigenze.

Principalmente consente di individuare il quadro quantitativo di riferimento su cui si innescano le scelte di pianificazione, declinare il quadro quantitativo con riferimento ai criteri di zonizzazione utilizzati nella pianificazione del commercio ed infine presentare le principali chiavi di lettura delle analisi statistiche economiche prodotte.

La fonte dei dati da noi utilizzati è l'atto ricognitivo della rilevazione dei punti di vendita effettuata con i Comuni - Sezione riguardante il commercio al dettaglio in sede fissa autorizzato al 30 giugno degli anni dal 2003 al 2011.

Le grandezze considerate sono il numero e le superfici dei punti vendita del commercio fisso autorizzato al 30 giugno di ogni anno nel comune di BRESCIA per le categorie del Commercio di Vicinato, Medie Strutture di vendita e Grandi Strutture di vendita.

L'andamento è stato confrontato con quello dei comuni contermini, della provincia di BRESCIA e dell'intera Regione.

Di seguito vediamo i valori assoluti e le variazioni subite dal 2003 al 2011 dagli esercizi di Vicinato, dalle Medie Strutture e dalle Grandi Strutture di vendita ed i saldi finali.

Nei grafici e nelle tabelle sotto riportate riassumono le variazioni di anno in anno dal 2003 al 2011 ed i saldi finali.

Partiamo dall'evoluzione rilevata a livello Regionale.

Tabella 58 Commercio in sede fissa Regione Lombardia serie storica dei valori dal 2003 al 2011

ANNO	NUMERO PDV				SUPERFICIE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	106.877	7.724	433	154	6.763.488	4.413.286	2.806.360	1.625.066
2004	111.609	8.003	436	170	6.984.155	4.639.654	2.914.323	1.806.035
2005	112.443	7.889	443	178	7.412.228	4.639.779	3.057.936	1.942.881
2006	112.864	7.880	450	193	7.074.081	4.707.684	3.193.641	2.092.617
2007	114.175	8.018	466	203	7.184.301	4.892.509	3.330.117	2.197.825
2008	113.514	8.119	467	207	7.133.955	5.038.102	3.388.797	2.264.748
2009	113.338	8.201	474	217	7.099.732	5.164.131	3.524.055	2.414.138
2010	113.393	8.085	471	223	7.108.582	5.149.555	3.571.736	2.499.153
2011	113.725	8.082	475	229	7.141.549	5.244.099	3.702.518	2.614.024

Tabella 59 Variazioni del numero punti vendita Commercio in sede fissa Regione Lombardia

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	220.667	226.368	107.963	180.969	3,26%	5,13%	3,85%	11,14%
2005	428.073	125	143.613	136.846	6,13%	0,00%	4,93%	7,58%
2006	-338.147	67.905	135.705	149.736	-4,56%	1,46%	4,44%	7,71%
2007	110.220	184.825	136.476	105.208	1,56%	3,93%	4,27%	5,03%
2008	-50.346	145.593	58.680	66.923	-0,70%	2,98%	1,76%	3,04%
2009	-34.223	126.029	135.258	149.390	-0,48%	2,50%	3,99%	6,60%
2010	8.850	-14.576	47.681	85.015	0,12%	-0,28%	1,35%	3,52%

2011	32.967	94.544	130.782	114.871	0,46%	1,84%	3,66%	4,60%
------	--------	--------	---------	---------	-------	-------	-------	-------

Tabella 60 Variazioni delle superfici autorizzate Commercio in sede fissa Regione Lombardia

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	4.732	279	3	16	4,43%	3,61%	0,69%	10,39%
2005	834	-114	7	8	0,75%	-1,42%	1,61%	4,71%
2006	421	-9	7	15	0,37%	-0,11%	1,58%	8,43%
2007	1.311	138	16	10	1,16%	1,75%	3,56%	5,18%
2008	-661	101	1	4	-0,58%	1,26%	0,21%	1,97%
2009	-176	82	7	10	-0,16%	1,01%	1,50%	4,83%
2010	55	-116	-3	6	0,05%	-1,41%	-0,63%	2,76%
2011	6.516	361	38	69	6,03%	4,68%	8,51%	38,27%

Vediamo ora la situazione evolutiva della provincia di BRESCIA e raffrontiamo le due tendenze evolutive.

Tabella 61 Commercio fisso Provincia di BRESCIA-serie storica dei valori dal 2003 al 2011

ANNO	NUMERO PDV			SUPERFICIE				
	VICINATO	MS	ANNO	VICINATO	MS	ANNO	VICINATO	MS
2003	14.793	1.269	2003	14.793	1.269	2003	14.793	1.269
2004	15.298	1.353	2004	15.298	1.353	2004	15.298	1.353
2005	15.622	1.307	2005	15.622	1.307	2005	15.622	1.307
2006	15.699	1.329	2006	15.699	1.329	2006	15.699	1.329
2007	16.000	1.344	2007	16.000	1.344	2007	16.000	1.344
2008	16.335	1.336	2008	16.335	1.336	2008	16.335	1.336
2009	16.587	1.332	2009	16.587	1.332	2009	16.587	1.332
2010	16.640	1.316	2010	16.640	1.316	2010	16.640	1.316
2011	16.930	1.319	2011	16.930	1.319	2011	16.930	1.319

Tabella 62 Variazioni del numero punti vendita - Commercio in sede fissa Provincia di BRESCIA

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE			VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE				
	VICINATO	MS	ANNO	VICINATO	MS	ANNO	VICINATO	MS
2003	-	-	2003	-	-	2003	-	-
2004	505	84	2004	505	84	2004	505	84
2005	324	-46	2005	324	-46	2005	324	-46
2006	77	22	2006	77	22	2006	77	22
2007	301	15	2007	301	15	2007	301	15
2008	335	-8	2008	335	-8	2008	335	-8
2009	252	-4	2009	252	-4	2009	252	-4
2010	53	-16	2010	53	-16	2010	53	-16

2011	290	3	2011	290	3	2011	290	3
------	-----	---	------	-----	---	------	-----	---

Tabella 63 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Provincia di BRESCIA

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE		ANNO	VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE		ANNO	VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE	
	VICINATO	MS		VICINATO	MS		VICINATO	MS
2003	-	-	2003	-	-	2003	-	-
2004	43.379	67.605	2004	43.379	67.605	2004	43.379	67.605
2005	-296	-21.630	2005	-296	-21.630	2005	-296	-21.630
2006	104	36.495	2006	104	36.495	2006	104	36.495
2007	34.564	19.542	2007	34.564	19.542	2007	34.564	19.542
2008	40.735	13.681	2008	40.735	13.681	2008	40.735	13.681
2009	-1.519	13.949	2009	-1.519	13.949	2009	-1.519	13.949
2010	21.180	-10.019	2010	21.180	-10.019	2010	21.180	-10.019
2011	19.841	16.372	2011	19.841	16.372	2011	19.841	16.372

Tabella 64 Commercio fisso Comune di BRESCIA-serie storica dei valori dal 2003

ANNO	NUMERO PDV				SUPERFICIE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	3.533	252	14	1	247.251	161.109	69.109	5.300
2004	3.699	291	15	4	260.607	204.127	78.884	37.787
2005	3.881	280	16	4	263.286	195.186	81.464	37.787
2006	3.741	285	15	4	256.125	196.506	78.884	37.787
2007	3.990	283	15	4	272.643	192.716	78.884	37.787
2008	4.255	278	15	4	290.354	194.102	78.884	37.787
2009	4.508	250	15	4	305.107	177.966	78.884	37.787
2010	4.576	228	15	4	322.663	165.925	78.884	37.787
2011	4.709	214	15	4	347.722	159.064	78.884	37.787

Tabella 65 Variazioni del numero punti vendita - Commercio in sede fissa Comune di BRESCIA

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	166	39	1	3	4,70%	15,48%	7,14%	300,00%
2005	182	-11	1	0	4,92%	-3,78%	6,67%	0,00%
2006	-140	5	-1	0	-3,61%	1,79%	-6,25%	0,00%
2007	249	-2	0	0	6,66%	-0,70%	0,00%	0,00%
2008	265	-5	0	0	6,64%	-1,77%	0,00%	0,00%
2009	253	-28	0	0	5,95%	-10,07%	0,00%	0,00%
2010	68	-22	0	0	1,51%	-8,80%	0,00%	0,00%
2011	133	-14	0	0	2,91%	-6,14%	0,00%	0,00%

Tabella 66 Variazioni delle superfici autorizzate- Commercio in sede fissa Comune di BRESCIA

ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE				VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE			
	VICINATO	MS	GS	C.C.	VICINATO	MS	GS	C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	13.356	43.018	9.775	32.487	5,40%	26,70%	14,14%	612,96%
2005	2.679	-8.941	2.580	0	1,03%	-4,38%	3,27%	0,00%
2006	-7.161	1.320	-2.580	0	-2,72%	0,68%	-3,17%	0,00%
2007	16.518	-3.790	0	0	6,45%	-1,93%	0,00%	0,00%
2008	17.711	1.386	0	0	6,50%	0,72%	0,00%	0,00%
2009	14.753	-16.136	0	0	5,08%	-8,31%	0,00%	0,00%
2010	17.556	-12.041	0	0	5,75%	-6,77%	0,00%	0,00%
2011	25.059	-6.861	0	0	7,77%	-4,14%	0,00%	0,00%

Dal 2003 al 2011, in termini di numero di unità locali, le variazioni complessive sono state:

Tabella 67 Provincia di BRESCIA Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011

N° PUNTI VENDITA	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	2.137	50	10	15
Percentuale	13,64%	4,16%	13,49%	48,69%
SUPERFICIE	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	157.988	135.995	110.843	150.471
Percentuale	14,85%	18,95%	21,32%	45,76%

Tabella 68 COMUNE DI BRESCIA Variazioni complessive del numero di unità locali dal 2003 al 2011

N° PUNTI VENDITA	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	1.176	-38	1	3
Percentuale	29,67%	-14,00%	7,56%	300,00%
SUPERFICIE	Vicinato	Medie	Grandi	C.C.
Valore assoluto	100.471	-2.045	9.775	32.487
Percentuale	35,26%	-2,57%	14,25%	612,96%

Dai suddetti dati si possono trarre le seguenti considerazioni:

Negli anni dal 2003 al 2011, periodo scelto perché è quello più lungo in cui si può garantire una relativa uniformità dei dati (visto che il 2003 è l'anno di inizio della rilevazione regionale), in Comune di BRESCIA la rete commerciale è cresciuta in maniera molto consistente per tutte le tipologie di esercizi, con l'eccezione delle medie strutture.

La crescita si è verificata sia in termini di numero di esercizi che di superficie.

A livello del totale della Provincia di BRESCIA, nello stesso periodo si è parimenti verificata una crescita in tutte le tipologie, incluse le medie strutture.

La percentuale di crescita in provincia è stata più bassa che nel capoluogo per il vicinato e i centri commerciali, mentre è più consistente per le medie e le grandi strutture singole.

L'entità di crescita in valore assoluto porterebbe ad una constatazione in controtendenza con la "vox populi", visto che l'aumento della grande distribuzione non ha "massacrato" il commercio tradizionale, ma quanto meno ha coinciso con la crescita anche del settore tradizionale.

Dai dati regionali, la coincidenza della crescita della grande distribuzione con quella del commercio tradizionale, almeno dal 2003, è un fenomeno che riguarda, sia pure in misura percentualmente minore, anche la rete provinciale e regionale.

Questo dato è di segno opposto rispetto a quelli del Registro Imprese della CCIAA, che indicano, sia pure per un periodo leggermente più breve, per il Comune di Brescia un saldo negativo di circa il 5% (tra ingrosso e dettaglio).

E' evidente che l'universo di riferimento è diverso, per la presenza dell'ingrosso, ma questo da solo non basta a nostro avviso a spiegare una differenza così significativa.

L'altro elemento che può spiegare la differenza sta nella modalità di rilevazione dei dati: infatti i dati del Registro Ditte conteggiano ogni unità locale una sola volta, attribuendola all'attività prevalente (dichiarata dall'operatore al momento dell'iscrizione e non necessariamente corrispondente alla realtà), mentre il censimento regionale conteggia tutti gli esercizi in cui si svolge un'attività di vendita, indipendentemente dal fatto che questa costituisca l'attività prevalente (es. un negozio vero e proprio), secondaria (es. bar-pasticceria) o addirittura marginale (es. una lavanderia a gettoni che mette un espositore di articoli di merceria per i clienti in attesa del lavaggio che nel frattempo vogliono riattaccarsi un bottone).

La sensazione che abbiamo, derivandola dall'esperienza professionale, è che il fenomeno emergente delle attività di vendita "complementari" stia assumendo negli ultimi anni una consistenza crescente, e che, in assenza di un sistema statistico di rilevazione approfondito, possa in taluni casi giungere a "mascherare" il calo dei negozi veri e propri.

Nella situazione di Brescia, caratterizzata da una massiccia presenza di esercizi di vicinato, una adeguata conoscenza di questo fenomeno appare indispensabile ad orientare le politiche di sviluppo e sostegno al commercio di vicinato su cui ha giustamente insistito la Regione nelle sue note. In mancanza di queste informazioni, che non è stato possibile acquisire nel breve tempo che la legge regionale mette a disposizione per controdedurre alle osservazioni, ci pare più saggio sospendere il giudizio, suggerendo di effettuare studi più approfonditi su cui basare la stesura del nuovo studio di programmazione previsto dall'Art. 4bis della LR 6/10, introdotto dalla L.R. 3/2012.

B.4.1.2 Commercio su Aree Pubbliche

Nel territorio di BRESCIA si svolgono 8 mercati settimanali su aree pubbliche, che comprendono 465 posteggi, di cui 95 alimentari e 370 non. Le caratteristiche sono le seguenti:

Tabella 69 Elenco e caratteristiche dei mercati su area pubblica							
UBICAZIONE MERCATO	Giorno di mercato	Totale posteggi mercato	tot. mq. posteggi	Settore merceologico			
				totale posteggi			
				alimentari		non alimentari	
				N°	mq.	N°	mq.
VIA ALLEGRI	Venerdì	31	1.138	12	444	19	694
VILL. SERENO	Giovedì	84	3.204	17	716	67	2.488
VIA CASAZZA	Martedì	33	1.322	7	320	26	1.002
VILL. BADIA	Mercoledì	47	1.825	11	452	36	1.373
Q.RE C. ABBA	Giovedì	39	1.426	11	370	28	1.056
VILL. PREALPINO	Venerdì	94	3.889	15	735	79	3.154
FIUMICELLO	Venerdì	32	1.279	9	228	23	1.051
P.ZZA LOGGIA	Sabato	105	3.754	13	488	92	3.266
TOTALE		465	17.837	95	3.753	370	14.084

In base alla metodologia prevista dal Programma pluriennale, la Regione Lombardia ha calcolato la superficie equivalente (superficie di esercizi di vicinato in sede fisa economicamente equivalente ai mercati esistenti) valutandola in:

Mq. 523,1 di alimentari

Mq. 1.962,9 di non alimentari

Mq. 2.486,0 complessivi.

B.4.2 Attività di Commercio all'Ingrosso

Non è stata effettuata, per mancanza di disponibilità di dati da parte del Comune, la rilevazione delle attività di commercio all'ingrosso. Sono stati comunque raccolti alcuni dati di fonte ISTAT, risalenti al 2001, quindi superati.

Tabella 70 Consistenza Ingrosso (censimento 2001)

COMMERCIO ALL'INGROSSO di	Unita' Locali	Addetti
MATERIE PRIME AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI	21	79
PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO	113	530
ALTRI BENI DI CONSUMO FINALE	482	2.179
PROD. INTERMEDI NON AGRICOLI, ROTTAMI E CASCAMI	320	1.686
MACCHINARI E ATTREZZATURE	181	730
ALTRI PRODOTTI	49	311
TOTALE:	1.166	5.515

B.4.3 Attività di Somministrazione di Alimenti e bevande

Nella tabella che segue è analizzata la distribuzione territoriale del servizio di somministrazione. Nella Circostrizione Centro risultano 545 attività, pari al 41,33% del totale, a fronte del 21,5% degli abitanti, mentre la situazione è diametralmente opposta per la Circostrizione Est, che ha solo 101 esercizi, pari al 7,6%, a fronte del 14,6% degli abitanti.

A livello di quartieri, verificiamo che la maggiore densità di servizio si riscontra nel Centro Storico Sud (24 esercizi ogni 1.000 abitanti) e a Brescia Antica con 22 esercizi ogni 1.000 abitanti.

All'estremo opposto risulta il quartiere Casazza, completamente privo di esercizi, es una serie di quartieri con poco più di 1 esercizio ogni 1.000 abitanti: Folzano, Villaggio Violino, Villaggio Prealpino, San Bartolomeo e Fiumicello.

Un livello intermedio di servizio (con 10 esercizi ogni 1.000 abitanti) caratterizza i quartieri Chiesanuova, Centro Storico Nord, Borgo Trento e Porta Milano.

Anche se la concentrazione del servizio nella Circostrizione Centro è razionale e comprensibile, vista la particolare funzione della zona, il bassissimo livello di servizio esistente in alcuni quartieri, per un'attività tutto sommato di prima necessità come i pubblici esercizi, costituisce una criticità che andrebbe risolta.

Tabella 71 - Valori assoluti e indici delle Attività di Somministrazione per quartieri

CIRC.	QUARTIERE	ABITANTI	es/1000 ab.	ARTIGIANI ALIM.	%	ab/ esercizio	es/1000 ab.
CENTRO	BRESCIA ANTICA	7.058					
CENTRO	PORTA MILANO	5.387	10,02				
CENTRO	CENTRO STORICO NORD	8.204	12,68				
CENTRO	PORTA VENEZIA	10.495	5,62				
CENTRO	CENTRO STORICO SUD	5.769	24,44				
CENTRO	CROCISSA	4.988	5,61				
CENTRO	Totale CENTRO	41.901	13,01	27	34,18	1.551,89	0,64
EST	BUFFALORA	2.180	4,13				
EST	CAIONVICO	2.422	2,89				
EST	SANT'EUFEMIA	3.309	10,28				
EST	SAN POLO	20.525	2,48				
EST	Totale EST	28.436	3,55	3	3,80	9.478,67	0,11
NORD	BORGO TRENTO	7.069	10,19				
NORD	MOMPIANO	7.757	8,90				
NORD	VILLAGGIO PREALPINO	4.175	1,92				
NORD	SAN BARTOLOMEO	5.169	2,32				
NORD	CASAZZA	2.984	0,00				
NORD	SANT'EUSTACCHIO	8.267	5,69				
NORD	SAN ROCCHINO	6.075	4,44				
NORD	Totale NORD	41.856	5,61	16	20,25	2.616,00	0,38
OVEST	CHIUSURE	10.508	6,47				
OVEST	FIUMICELLO	7.082	2,26				

OVEST	URAGO MELLA	10.198	4,41				
OVEST	VILLAGGIO BADIA	3.906	4,86				
OVEST	VILLAGGIO VIOLINO	3.322	1,51				
OVEST	PRIMO MAGGIO	2.793	4,65				
OVEST	Totale OVEST	37.809	4,39	22	27,85	1.718,59	0,58
SUD	DON BOSCO	6.880	4,65				
SUD	FOLZANO	1.787	1,12				
SUD	FORNACI	2.857	4,90				
SUD	LAMARMORA	8.054	9,19				
SUD	PORTA CREMONA	13.254	4,98				
SUD	CHIESANUOVA	6.772	10,19				
SUD	VILLAGGIO SERENO	5.582	2,69				
SUD	Totale SUD	45.186	6,02	11	13,92	4.107,82	0,24
	BRESCIA	195.188	6,76	79	100,00	2.470,73	0,40

Tabella 72 Consistenza Attività di Somministrazione per quartieri

CIRC.	QUARTIERE	ABITANTI	PE	%	ab/ esercizio	es/1000 ab.	ARTIGIANI ALIM.	%	ab/ esercizio	es/1000 ab.
CENTRO	BRESCIA ANTICA	7.058	159		44,39	22,53				
CENTRO	PORTA MILANO	5.387	54		99,76	10,02				
CENTRO	CENTRO STORICO NORD	8.204	104		78,88	12,68				
CENTRO	PORTA VENEZIA	10.495	59		177,88	5,62				
CENTRO	CENTRO STORICO SUD	5.769	141		40,91	24,44				
CENTRO	CROCIFFISSA	4.988	28		178,14	5,61				
CENTRO	Totale CENTRO	41.901	545	41,32	76,88	13,01	27	34,18	1.551,89	0,64
EST	BUFFALORA	2.180	9		242,22	4,13				
EST	CAIONVICO	2.422	7		346,00	2,89				
EST	SANT'EUFEMIA	3.309	34		97,32	10,28				
EST	SAN POLO	20.525	51		402,45	2,48				
EST	Totale EST	28.436	101	7,66	281,54	3,55	3	3,80	9.478,67	0,11
NORD	BORGO TRENTO	7.069	72		98,18	10,19				
NORD	MOMPIANO	7.757	69		112,42	8,90				
NORD	VILLAGGIO PREALPINO	4.175	8		521,88	1,92				
NORD	SAN BARTOLOMEO	5.169	12		430,75	2,32				
NORD	CASAZZA	2.984			0,00	0,00				
NORD	SANT'EUSTACCHIO	8.267	47		175,89	5,69				
NORD	SAN ROCCHINO	6.075	27		225,00	4,44				
NORD	Totale NORD	41.856	235	17,82	178,11	5,61	16	20,25	2.616,00	0,38
OVEST	CHIUSURE	10.508	68		154,53	6,47				
OVEST	FIUMICELLO	7.082	16		442,63	2,26				
OVEST	URAGO MELLA	10.198	45		226,62	4,41				
OVEST	VILLAGGIO BADIA	3.906	19		205,58	4,86				
OVEST	VILLAGGIO VIOLINO	3.322	5		664,40	1,51				
OVEST	PRIMO MAGGIO	2.793	13		214,85	4,65				
OVEST	Totale OVEST	37.809	166	12,59	227,77	4,39	22	27,85	1.718,59	0,58
SUD	DON BOSCO	6.880	32		215,00	4,65				
SUD	FOLZANO	1.787	2		893,50	1,12				

SUD	FORNACI	2.857	14		204,07	4,90				
SUD	LAMARMORA	8.054	74		108,84	9,19				
SUD	PORTA CREMONA	13.254	66		200,82	4,98				
SUD	CHIESANUOVA	6.772	69		98,14	10,19				
SUD	VILLAGGIO SERENO	5.582	15		372,13	2,69				
SUD	Totale SUD	45.186	272	20,62	166,13	6,02	11	13,92	4.107,82	0,24
	BRESCIA	195.188	1.319	100,00	147,98	6,76	79	100,00	2.470,73	0,40

Il data base disponibile presso gli archivi degli uffici comunali non riporta la tipologia di attività (denominazioni ai sensi della DGR VIII/6495 del 23/1/08, Art. 6) per tutti gli esercizi autorizzati, pertanto non abbiamo potuto riportare un'analisi su tali tipologie per carenza di informazioni.

B.4.4 Attività Paracommerciali (Assimilate)

Non esiste una definizione giuridica di attività paracommerciale.

Ai fini del presente studio, indipendentemente dalle definizioni giuridiche, ci interessa individuare tutti i tipi di attività il cui impatto sul territorio è sostanzialmente analogo a quello del commercio propriamente detto.

Parleremo quindi di attività “assimilate” a quelle commerciali, in quanto possono essere assoggettate a normative sostanzialmente analoghe a quelle del commercio.

Rientrano in questa categoria le attività tradizionalmente indicate come “artigianato di servizio”, nonché le attività soggette alle licenze di PS (escluse quelle turistiche-ricettive), le sale giochi, le agenzie viaggi, le scuole guida e agenzie di pratiche auto, i locali di intrattenimento e svago, ecc..

la definizione precisa è contenuta nella normativa. A titolo esemplificativo e non esaustivo possiamo indicare:

- Laboratori artigianali di produzione alimentare con vendita per il consumo sul posto.
- Acconciatori ed estetisti, tatuatori, piercing e simili.
- Sale giochi, sale bingo, sale scommesse e simili.
- Attività di agenzie con significativa presenza di pubblico: agenzie di viaggi, autoscuole e agenzie di pratiche auto, ecc.
- Laboratori di erogazione di servizi vari: tintorie, lavanderie, copisterie, corniciai, sarti, calzolai, riparatori di elettrodomestici, cicli e motocicli, laboratori di analisi mediche, ecc.
- Laboratori di trattenimento e spettacolo (cinema, teatri, sale da ballo, ecc.)
- Phone centers, internet points.

Dal momento che non tutte queste attività sono soggette ad autorizzazioni commerciali, i dati disponibili in proposito sono purtroppo parziali:

Riportiamo di seguito quelli disponibili, che riguardano esclusivamente i servizi alle persona (acconciatori, estetisti e massaggi) e gli artigiani che producono alimenti per la vendita diretta sul posto .

I dati sono disponibili a livello di circoscrizioni per i servizi alla persona ed a livellodi quartiere per i laboratori di produzione di alimenti per il consumo sul posto.

Tabella 73 - Valori assoluti e indici delle Attività Paracommerciali di servizio alla persona

CIRC.	ABITANTI	ACCONCIATORI	%	ab/ esercizio	ESTETISTI	%	ab/ esercizio	MASSAGGI	%	ab/ esercizio
CENTRO	41.901	162	38,94	258,65	92	40,53	455,45	6	42,86	6983,50
EST	28.436	31	7,45	917,29	22	9,69	1292,55	1	7,14	28436,00
NORD	41.856	86	20,67	486,70	42	18,50	996,57	2	14,29	20928,00
OVEST	37.809	59	14,18	640,83	30	13,22	1260,30	1	7,14	37809,00
SUD	45.186	78	18,75	579,31	41	18,06	1102,10	4	28,57	11296,50
BRESCIA	195.188	416	100,00	469,20	227	100,00	859,86	14	100,00	13942,00

Tabella 74 - Valori assoluti e indici delle Attività Paracommerciali di produzione di alimenti per il consumo sul posto per circoscrizioni e quartieri

CIRC.	QUARTIERE	ABITANTI	es/1000 ab.	ARTIGIANI ALIM.	%	ab/ esercizio	es/1000 ab.
CENTRO	BRESCIA ANTICA	7.058					
CENTRO	PORTA MILANO	5.387	10,02				
CENTRO	CENTRO STORICO NORD	8.204	12,68				
CENTRO	PORTA VENEZIA	10.495	5,62				
CENTRO	CENTRO STORICO SUD	5.769	24,44				
CENTRO	CROCIFFISA	4.988	5,61				
CENTRO	Totale CENTRO	41.901	13,01	27	34,18	1.551,89	0,64
EST	BUFFALORA	2.180	4,13				
EST	CAIONVICO	2.422	2,89				
EST	SANT'EUFEMIA	3.309	10,28				
EST	SAN POLO	20.525	2,48				
EST	Totale EST	28.436	3,55	3	3,80	9.478,67	0,11
NORD	BORGIO TRENTO	7.069	10,19				
NORD	MOMPIANO	7.757	8,90				
NORD	VILLAGGIO PREALPINO	4.175	1,92				
NORD	SAN BARTOLOMEO	5.169	2,32				
NORD	CASAZZA	2.984	0,00				
NORD	SANT'EUSTACCHIO	8.267	5,69				
NORD	SAN ROCCHINO	6.075	4,44				
NORD	Totale NORD	41.856	5,61	16	20,25	2.616,00	0,38
OVEST	CHIUSURE	10.508	6,47				
OVEST	FIUMICELLO	7.082	2,26				
OVEST	URAGO MELLA	10.198	4,41				
OVEST	VILLAGGIO BADIA	3.906	4,86				
OVEST	VILLAGGIO VIOLINO	3.322	1,51				
OVEST	PRIMO MAGGIO	2.793	4,65				
OVEST	Totale OVEST	37.809	4,39	22	27,85	1.718,59	0,58
SUD	DON BOSCO	6.880	4,65				
SUD	FOLZANO	1.787	1,12				
SUD	FORNACI	2.857	4,90				
SUD	LAMARMORA	8.054	9,19				
SUD	PORTA CREMONA	13.254	4,98				
SUD	CHIESANUOVA	6.772	10,19				
SUD	VILLAGGIO SERENO	5.582	2,69				
SUD	Totale SUD	45.186	6,02	11	13,92	4.107,82	0,24
	BRESCIA	195.188	6,76	79	100,00	2.470,73	0,40

B.4.5 Aspetti Occupazionali

Non esistono fonti complete ed attendibili da cui dedurre i livelli di occupazione nelle attività commerciali e affini a scala comunale.

Per conoscerli esattamente sarebbe stato necessario svolgere una rilevazione diretta sui singoli esercizi, con il rischio di ottenere comunque dati falsati o imprecisi. Tale rilevazione avrebbe oltretutto avuto costi non compatibili con le risorse disponibili.

Abbiamo comunque tentato alcune stime, allo scopo di valutare quanto meno il peso occupazionale del comparto.

Siamo partiti dai dati occupazionali che la Regione Lombardia utilizza per le valutazioni nelle conferenze di servizi per le grandi strutture di vendita.

I parametri indicati dalla regione sono i seguenti:

Tabella 75 Addetti ogni 1.000 mq. di vendita		
STIMA REGIONALE ADETTI	ALIM	NON ALIM
VICINATO	29,57	17,9
MEDIE STRUTTURE	28,61	8,68
GRANDI STRUTTURE	56,23	14,32

Abbiamo applicato tali dati alle superfici degli esercizi di vicinato e delle medie strutture risultanti dalle indagini.

Tabella 76 Stima addetti attività di commercio fisso			
TIPOLOGIA	MQ ESISTENTI	PARAMETRO	ADETTI
VICINATO ALIMENTARE+ MISTO	67.327	29,57	2.277
VICINATO NON ALIMENTARE	280.395	17,9	15.665
MEDIE STRUTTURE ALIMENTARI	32.535	28,62	1.137
MEDIE STRUTTURE NON ALIMENTARI	126.529	8,68	14.577
GRANDI STRUTTURE ALIMENTARI	20.892	56,23	372
GRANDI STRUTTURE NON ALIMENTARI	57.992	14,32	4.050
TOTALE	585.670		38.077

Per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche, stimando almeno 2 addetti per banco, sui 465 banchi avremmo 930 persone, operative un giorno lavorativo su 6, e quindi approssimativamente corrispondenti a 155 unità full time equivalent.

Si tratta ovviamente di una stima di larga massima, basata su dati regionali, che può avere semplicemente un valore indicativo.

Per quanto riguarda i pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande e le attività paracommerciali non disponiamo di alcun dato.

B.5 Confronto Domanda / Offerta

B.5.1 Metodologia

L'effettuazione di un confronto tra la domanda e l'offerta è richiesto dalle indicazioni regionali sugli studi di corredo al piano.

Va chiarito che, ai sensi delle norme nazionali che oramai vietano l'applicazione di strumenti di pianificazione che si basino sull'introduzione di limitazioni all'offerta poste a tutela degli equilibri di mercato esistenti, tale analisi ha ormai essenzialmente un valore di tipo indicativo/orientativo, volta ad individuare se sul territorio esiste o meno un'offerta "equilibrata" rispetto alla domanda espressa dalla popolazione residente, e se, di conseguenza, il territorio comunale, o talune sue parti significative, siano globalmente degli attrattori di flussi commerciali dall'esterno o se, al contrario, generano flussi commerciali verso l'esterno in quanto l'offerta locale non è in grado di provvedere integralmente ai fabbisogni.

Da tale valutazione, peraltro estremamente approssimativa in assenza di rilevazioni dirette dei flussi commerciali, che risulterebbero estremamente costose, vengono derivate delle scelte generali di orientamento e strategia, e non delle valutazioni di tipo puramente matematico delle quantità di servizio da inserire o da considerare eccedenti.

La metodologia effettuata per il confronto ricalca in linea generale la logica indicata dalla Regione Lombardia per le valutazioni di impatto delle grandi strutture di vendita.

Si parte da una valutazione, contenuta nei documenti regionali, del fatturato medio unitario a mq. delle varie tipologie di esercizio.

Moltiplicando tale fatturato unitario medio per le superficie di vendita delle varie tipologie commerciali presenti in comune, si ottiene una stima della potenzialità di offerta espressa dalla rete commerciale del comune.

Confrontando tale potenzialità con la stima dei consumi dei residenti del comune, si valuta se, globalmente, il territorio comunale perde volumi di acquisto a vantaggio dell'esterno o se, al contrario, costituisce di fatto un attrattore commerciale.

Un'analisi più approfondita, che tenga conto della popolazione fluttuante (cioè di quella che fruisce sistematicamente dei servizi presenti in comune- escludendo gli ingressi motivati solo o prevalentemente dall'effettuazione di acquisti), può portare a valutare se il comune è semplicemente autosufficiente (o carente) rispetto ai fabbisogni dei propri "city users", oppure se determina una vera e propria gravitazione commerciale in entrata (o in uscita).

Il metodo basato sulla stima dei fatturati medi è estremamente rozzo e tanto più approssimativo quando da un'area territoriale molto vasta (in cui le differenze di fatturato derivanti dalle varie merceologie e capacità concorrenziali dei diversi esercizi tendono a compensarsi) si passa ad un'area più ristretta, quale quella di in singolo comune.

I dati di partenza, indicati dalla Regione, sono i seguenti:

Tabella 77 Incasso medio a metro quadro in €			
TIPOLOGIA	ALIMENTARE	NON ALIMENTARE	MISTO
VICINATO	2.900	1.250	1.500
MEDIE STRUTTURE	6.500	1.500	-
GRANDI STRUTTURE	8.500	2.000	-
CENTRI COMMERCIALI	8.000	2.000	-

B.5.2 Quantificazione dell'offerta locale

In base ai parametri riportati, ed alla quantificazione dell'offerta risultante dall'analisi svolta, incrementata dalla stima delle superfici equivalenti dei banchi dei mercati, risultante dai dati regionali, possiamo stimare il volume di offerta potenziale espresso dalla rete commerciale di BRESCIA:

Tabella 78 Offerta Alimentari			
TIPOLOGIA	€/MQ	MQ ESISTENTI	FATTURATO €
VICINATO	2.900	35.315	102.413.692
MEDIE STRUTTURE	6.500	32.535	211.477.500
GRANDI STRUTTURE	8.500	10.242	87.057.000
CENTRI COMMERCIALI	8.000	10.650	85.200.000
TOTALE		88.742	486.148.192

⁽¹⁾ di cui mq.523,1 corrispondenti alla superficie equivalente dei banchi dei mercati

Tabella 79 Offerta Non Alimentari			
TIPOLOGIA	€/MQ	MQ ESISTENTI	FATTURATO €
VICINATO	1.250	282.358	352.947.409
MEDIE STRUTTURE	1.500	126.529	189.793.500
GRANDI STRUTTURE	2.000	30.855	61.710.000
CENTRI COMMERCIALI	2.000	126.529	253.058.000
TOTALE		566.271	857.508.909

⁽¹⁾ di cui mq. 1962,9 corrispondenti alla superficie equivalente dei banchi dei mercati

Tabella 80 Vicinato Misto			
TIPOLOGIA	€/MQ	MQ ESISTENTI	FATTURATO €
VICINATO	1.500	32.535	48.802.500
TOTALE		32.535	48.802.500

In complesso, il volume di offerta potenzialmente espresso dalla rete commerciale di BRESCIA è il seguente:

ALIMENTARI + MISTO	€	534.950.692
NON ALIMENTARI	€	857.508.909
TOTALE	€	1.392.459.601

B.5.3 Rapporto Domanda/Offerta

Confrontiamo ora le potenzialità di offerta con la domanda locale (consumi) stimata vediamo i seguenti risultati:

SETTORE	DOMANDA Mln €	OFFERTA Mln €	RAPPORTO O/D
ALIMENTARE + MISTO	470.392.323,08	534.950.692	114%
NON ALIMENTARE	961.898.412,02	857.508.909	89%
TOTALE	1.432.290.735,10	1.392.459.601	97%

Secondo quanto sopra riportato nel comune di BRESCIA, l'offerta commerciale ha una potenzialità di copertura del 114% della domanda alimentare e del 89% di quella non alimentare locale.

Dal momento che Brescia è la seconda città della Lombardia, è evidente che ospiti di fatto un numero di city users superiore a quello dei residenti, e che debba essere dotata di una quantità e qualità di servizi adeguata al numero di utenti effettivi e potenziali e non solo ai residenti.

Non disponiamo di dati analitici sul numero di utenti, attuali e potenziali, dei servizi (tra cui quelli commerciali) della città, né li abbiamo ricercati perché il commercio è un servizio privato, per il quale la legge dispone ormai che non debba essere condizionata la possibilità di svolgere l'attività alla dimostrazione dell'esistenza di una domanda sufficiente a sostenerla.

La valutazione generale a livello urbanistico è che siamo in presenza di una rete commerciale potenzialmente in grado di coprire le esigenze di servizio alimentare di una utenza di circa il 14% superiore al numero degli attuali residenti, e quindi anche di una discreta quota dei city users, alcuni dei quali sicuramente necessitano di servizi alimentari (es. studenti universitari) e possono trovare comodo fare acquisti a Brescia dove si recano più per lavoro o per usufruire dei servizi pubblici (uffici, ospedali, ecc.).

La situazione appare quindi in sostanziale equilibrio, ma occorre comunque prevedere la disponibilità di aree commerciali per coprire l'aumento di popolazione previsto durante il periodo di validità del piano (+ 5% circa) e per migliorare la dotazione di servizio in alcune zone in cui la dotazione di servizi commerciali è particolarmente scarsa.

Per quanto riguarda i non alimentari la struttura esistente appare sottodimensionata di circa il 10% rispetto ai consumi dei residenti. E' evidente che la struttura commerciale di Brescia serve un'utenza ben più vasta dei residenti e dei city users abituali, il che è tutt'altro che una patologia, perché i servizi commerciali di qualità vengono naturalmente concentrati nei centri

BRESCIA

urbani di maggiore livello gerarchico, dove è possibile presentare ai consumatori un'offerta qualificata, differenziata ed articolata.

Il fatto che Brescia città sia dotata di una qualità elevatissima di servizi di vicinato (il che non vuol dire solo i negozietti degli extracomunitari ma anche boutiques, galleria d'arte, gastronomie, ecc.), e che ospiti uno dei pochi veri centri commerciali integrati urbani esistenti in Italia (il Freccia Rossa) è la dimostrazione che la città esercita, come è normale, una consistente attrazione verso l'hinterland per i servizi di qualità.

Parimenti è evidente che Brescia perde clientela a favore dell'hinterland e, dato che l'offerta presente nei comuni vicini è fatta sostanzialmente della Grande Distribuzione, e che quindi esistono margini per recuperare parte di questa evasione, riportando all'interno del territorio una parte dell'utenza che oggi evade anche per acquisti "banali", e determinando anche una riduzione dei flussi di traffico.

Tenendo conto anche delle previsioni di aumento di popolazione che si prevede, e dell'esigenza di riportare Brescia ad una situazione di saldo attivo dei flussi commerciali per i non alimentari, esiste un margine di recupero vicino al 20%-25% degli attuali consumi.

Ovviamente questo non implica la necessità, né l'opportunità, di un aumento di disponibilità di superfici commerciali, perché il recupero delle evasioni di consumi passa anche tramite un'aumento di produttività dei servizi commerciali e quindi della capacità di realizzare maggiori fatturati a parità di superficie, di recupero di spazi inutilizzati o dismessi e, in generale, di un minore consumo di territorio a parità di risultati.

Appare quindi giustificata la scelta del PGT di prevedere nuove aree per le medie e grandi strutture di vendita, tenendo anche conto che nella maggior parte dei casi la previsione di aree dove è ammesso il commercio non implica necessariamente un utilizzo al 100% delle potenzialità consentite. In particolare per le grandi strutture il PGT prevede delle aree "potenzialmente idonee", la cui sostenibilità effettiva verrà poi valutata dalla Regione in sede di conferenza di servizi.

B.6 Viabilità ed Accessibilità

Per tutti questi elementi si rimanda alla relazione agli studi generali del PGT, che ha sviluppato l'argomento in maniera molto più esaustiva, tenendo conto semplicemente delle considerazioni generali che da tale quadro si possono derivare in relazione al commercio ed alle attività assimilate (in particolare nella definizione dei sistemi commerciali lineari).

C. Valutazione delle Criticità e Potenzialità

La dotazione globale di strutture commerciali per mille abitanti in Brescia città ammonta a circa 3.021 mq, contro i circa 2.000 della Provincia, i 2.050 dei comuni contermini e i circa 1.620 del totale della Regione.

Si tratta di un livello di servizio molto elevato, che potrebbe spingere ad una scelta di blocco indifferenziato.

Abbiamo però visto dall'analisi più dettagliata, con una comparazione con le potenzialità di consumo della città, come la rete presente, almeno per il settore non alimentare risulti insufficiente a coprire il fabbisogno globale.

Occorre quindi interrogarsi sulle implicazioni di questa situazione, individuando le criticità e le potenzialità, e ricercando gli interventi correttivi possibili.

La caratteristica che salta maggiormente all'occhio è che una quota estremamente rilevante dell'offerta (95% in termini di numero e 59% in termini di superficie) è costituita da esercizi di vicinato. Si tratta di una percentuale molto più alta di quella che si riscontra a livello provinciale e regionale, mentre per le medie e le grandi strutture i valori sono molto più simili a quelli del resto del territorio.

Una rete tradizionale così polverizzata, anche se sicuramente comprende elementi, anche molto importanti, di eccellenza, presenta sicuramente degli elementi di criticità, ma anche di una vitalità sorprendente, visto che è riuscita a sopravvivere allo sviluppo della distribuzione moderna che, tra medie e grandi strutture, è giunta ad un livello comunque comparabile a quelle della media regionale.

Occorrerebbe un approfondimento di analisi, innanzitutto per individuare l'area di sovrapposizione tra esercizi di commercio propriamente detti ed attività abbinata alla somministrazione e alla vendita per asporto dei produttori artigianali.

Un secondo elemento da valutare è la consistenza e le caratteristiche del commercio etnico, da valutare non come un segmento dequalificato di servizio ma come una risposta ad un segmento di mercato specifico.

Per la generalità della rete di vicinato sarebbe necessaria un'analisi qualitativa anche per le aree esterne al distretto commerciale, in modo da verificare i punti di forza e debolezza della rete e individuare gli assi e nuclei di aggregazione dei negozi su cui puntare per una riqualificazione della rete di vicinato che la metta in condizione di resistere meglio all'aumento di concorrenza che si determinerà a seguito del potenziamento della media e grande distribuzione consentita dal PGT.

L'elemento maggiore di criticità dell'attuale proposta di PGT è infatti quella di non indicare strategie esplicite (come quelle del Distretto) per armonizzare la crescita complessiva della rete, limitandosi ad intervenire sulle previsioni per le medie e grandi strutture.

Dato che le previsioni del PGT coprono un arco temporale medio-lungo, e che gli interventi sulle medie e grandi strutture, essendo soggetti a piani attuativi, non avranno attuazione immediata, esistono i tempi tecnici per integrare il PGT con strumenti di incentivazione alla riqualificazione

del servizio di prossimità, cogliendo anche l'occasione della stesura del nuovo strumento di programmazione commerciale introdotto dalla L.R. 3/12.

Per quanto riguarda la media e grande distribuzione, ed in particolare per quest'ultima, abbiamo individuato due criticità particolari:

- La distribuzione del servizio sul territorio, che non riflette esattamente la distribuzione della residenza, lasciando alcune zone relativamente scoperte.
- L'esigenza di ammodernamento della rete esistente, che nell'ultimo decennio non ha praticamente visto interventi innovativi, salvo l'apertura del Centro Freccia Rossa e di qualche media struttura.

Entrando nei dettagli, per comprendere l'adeguatezza della distribuzione del servizio sul territorio siamo andati oltre la semplice analisi della dotazione di superficie pro capite nei singoli quartieri, sviluppata al punto B.4.1.

E' infatti evidente come la scarsa o nulla dotazione di strutture di moderna distribuzione in un quartiere (vista anche la limitata estensione e consistenza demografica di alcuni quartieri) potrebbe non essere un reale disservizio se fosse compensato da un servizio adeguato nei quartieri vicini.

Abbiamo quindi impostato un'ulteriore strumento di analisi, i cui risultati sono riportati nelle Tabelle 11 e 12.

In pratica abbiamo individuato, sia pure in maniera abbastanza approssimativa, i bacini primari di utenza delle medie strutture alimentari del Comune, e di tutte le grandi strutture esistenti a Brescia e nei comuni contermini.

Abbiamo quindi tracciato dei cerchi del diametro di:

- 500m. per le strutture fino a 600mq.
- 750m. per le strutture da 600 a 1.500mq.
- 1.000m. per le strutture da 1.500 a 5.000mq.
- 2.000m. per le strutture da 5.000 a 10.000mq.
- 3.000m. per le strutture oltre i 10.000mq.

Si tratta di cerchi che individuano semplicemente una distanza in linea d'aria, il che può corrispondere fino ad una volta e mezzo tale distanza in termini di effettiva percorrenza stradale.

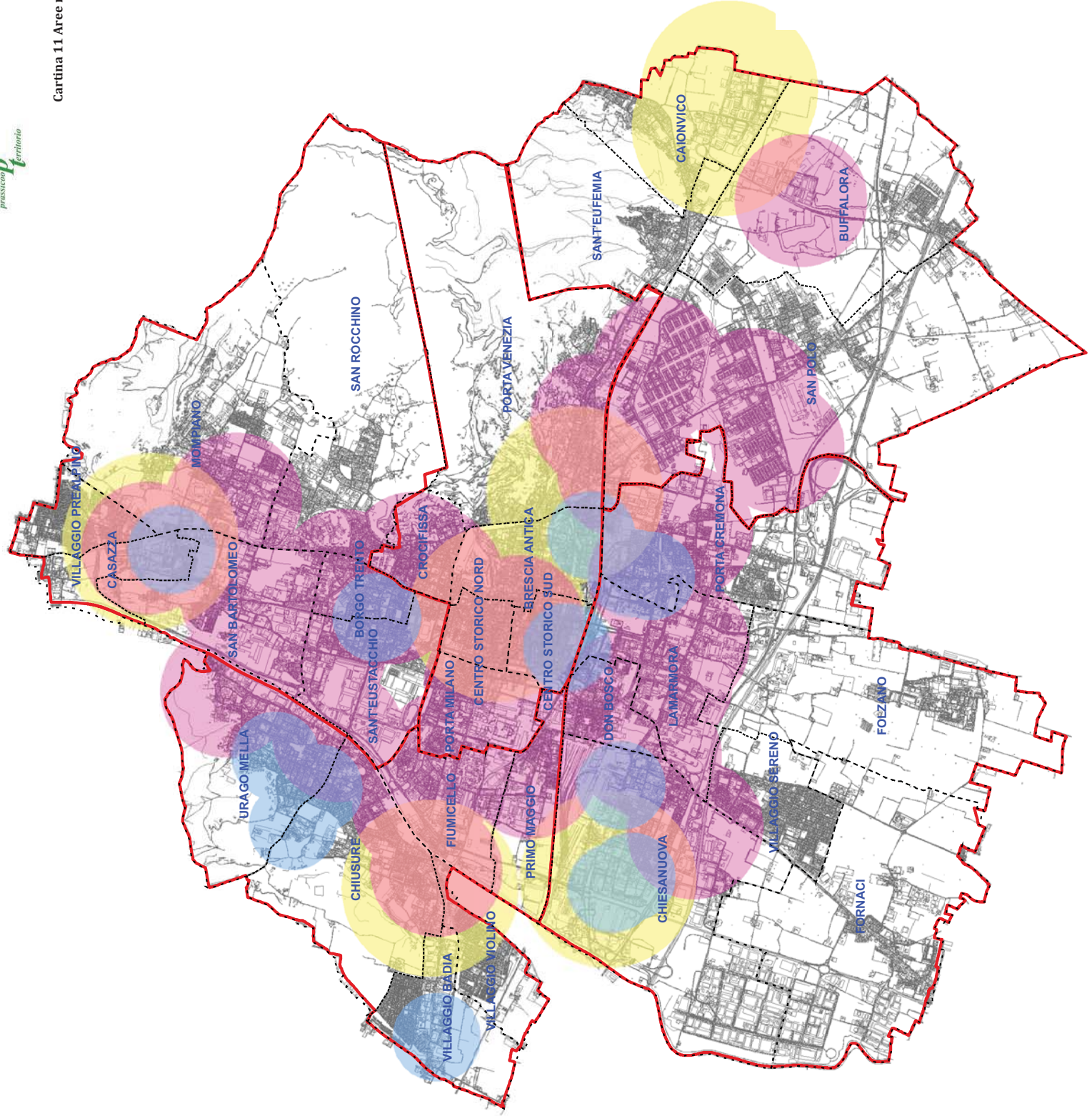
Da questo strumento di indagine, per quanto approssimativo, emergono con grande evidenza alcuni fatti:

- 1) Vi è una fascia centrale di territorio, in cui risiede anche gran parte della popolazione, che rientra nel bacino primario di più di una media e grande struttura (sita in comune o fuori). Questa fascia, di circa 6 Km. di larghezza a cavallo del tracciato della ferrovia, si estende da porta Cremona al confine ovest del Comune.
- 2) E' proprio in questa fascia di massima concentrazione del servizio che si situano 3 dei 5 nuovi insediamenti proposti dal PGT.
- 3) La parte nord del territorio comunale non è dotata di grandi strutture di vendita, ed il relativo servizio è coperto essenzialmente dal Centro Commerciale di Concesio, e presenta anche scarsa dotazione anche di medie strutture alimentari.
- 4) La zona est (S. Eufemia, Buffalora, Caionvico) è coperta sia da grandi strutture locali che da altre immediatamente al di là del confine comunale.
- 5) Vi è invece una vasta porzione del territorio comunale (in pratica una corona intorno all'area centrale, intermedia rispetto ai poli di Concesio a Nord e S. Eufemia ad Est) non solo poco dotata di servizio locale, ma neppure rientrante nei bacini primari delle strutture commerciali più vicine (Urago Mella, San Bartolomeo, Mompiano, San

Rocchino, Porta Venezia, San Polo, Folzano e Fornaci). Tali aree necessiterebbero sicuramente un potenziamento del servizio, da affidare alle medie strutture.

L'ultimo suggerimento è quello di promuovere in qualche modo la riqualificazione delle medie e grandi strutture più "dotate", magari utilizzando prioritariamente le nuove aree disponibili per l'ampliamento o il trasferimento di strutture esistenti.

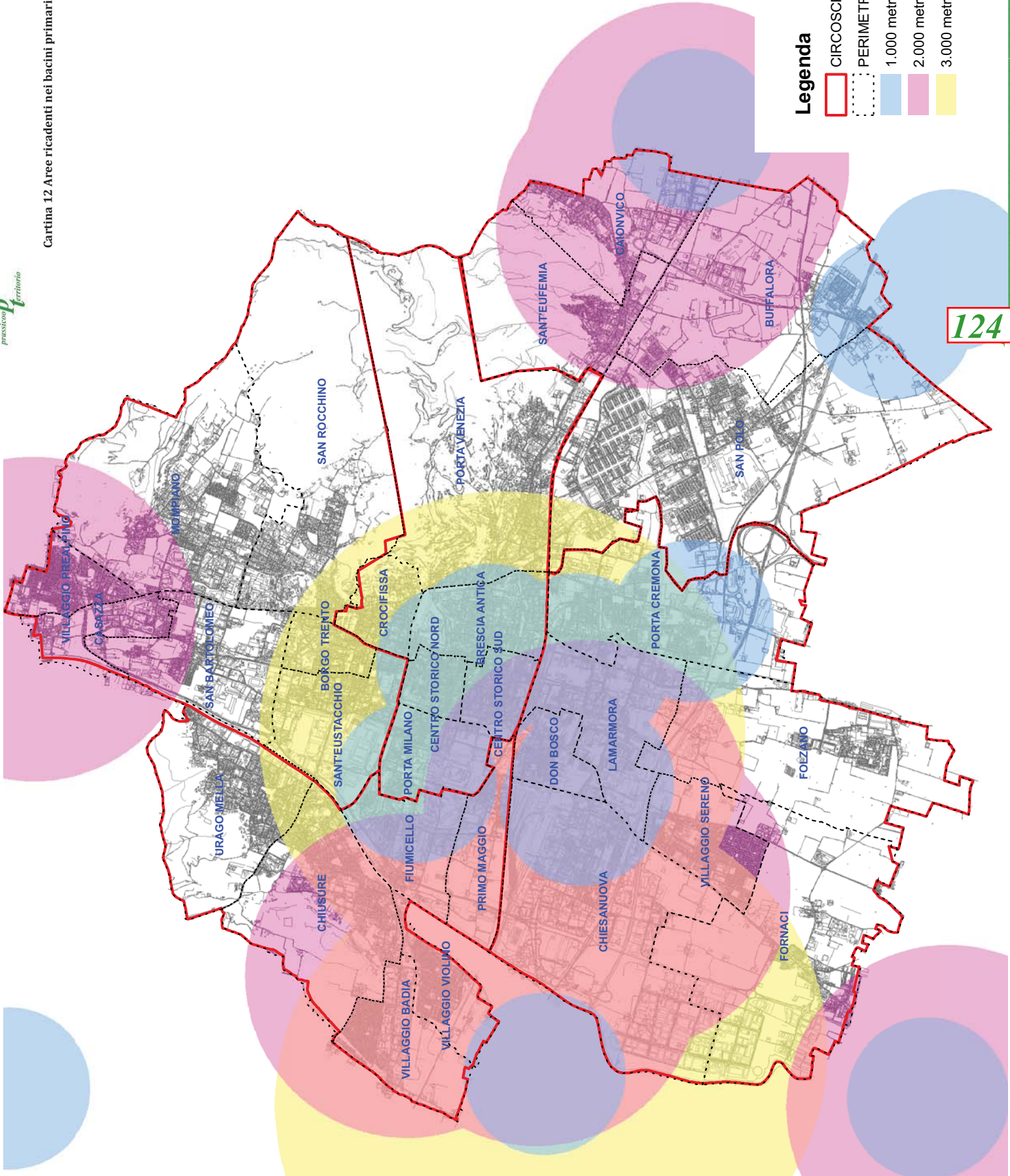
Cartina 11. Aree ricadenti nei bacini primari delle medie strutture alimentari e miste



Legenda

- PERIMETRO QUARTIERI
- CIRCOSCRIZIONI
- 500 metri da MSV < 600 Mq
- 750 metri da MSV da 601 a 1500 Mq
- 1.000 metri da MSV > 1500 Mq

Cartina 12 Aree ricadenti nei bacini primari delle Grandi strutture alimentari e miste



Legenda

- CIRCOSCRIZIONI
- PERIMETRO QUARTIERI
- 1.000 metri da GSV < 5.000 Mq
- 2.000 metri da GSV > 5.000 fino a 10.000 Mq
- 3.000 metri da GSV > 10.000 Mq

D. Scelte Progettuali

D.1 Le previsioni del PGT per la grande distribuzione

Il PGT adottato ha inserito la previsione di cinque aree destinate ad insediamenti di grande distribuzione, nei quali è prevista la presenza di grandi strutture di vendita come attività prevalente, quindi, in base all'impostazione della normativa di piano, obbligatoria.

A questo si aggiunge la previsione a medio-lungo termine, di una struttura di grande distribuzione con funzione complementare al progetto di "parco dello sport".

La scelta dei progetti non è derivata da una valutazione specifica delle potenzialità di mercato, e questo è in linea con l'evoluzione in senso viabilistico della normativa, che assegna al mercato il ruolo di selezionare la fattibilità tra una pluralità di potenzialità rese accessibili dallo strumento urbanistico.

Non è quindi contestabile la legittimità della previsione del PGT, né la globale sostenibilità economica di tali previsioni.

L'incremento previsto, si potrebbe stimare in circa 50.000 m quadri di superficie di vendita, corrispondente ad un aumento di circa il 60% della dotazione esistente a fronte di una previsione di aumento demografico intorno al 12%.

Si tratterebbe di un intervento economicamente sostenibile nell'ipotesi di erodere quote di mercato all'attuale concorrenza presente nell'hinterland, recuperando l'attuale livello di evasione (elemento positivo) ma, necessariamente di erodere mercato agli altri format distributivi.

Una previsione così cospicua di nuova superficie necessita come contropartita la previsione di strategie e interventi volti al sostegno del servizio di prossimità, non in termini di protezionismo corporativo, ma di azioni positive per creare le condizioni un aumento di competitività, di ammodernamento e di distribuzione del servizio sul territorio per portarlo, quanto meno per i beni più banali, il più vicino possibile al consumatore anche per ridurre gli spostamenti ed orientarli verso l'uso del mezzo pubblico.

Il comune di Brescia di fatto non si è dimostrato insensibile a questi temi, attivando iniziative come il Progetto Stazione, il Distretto Urbano del commercio, i piani di Recupero del Carmine/Centro Storico, il Piano di Recupero di Via Milano e il progetto di costruzione della metropolitana.

Il commercio di prossimità, a fronte della crescente pressione concorrenziale della grande distribuzione, per potere sopravvivere necessita di sviluppare sinergie che lo mettano in grado di sommare e moltiplicare l'attrattività dei singoli esercizi, ottimizzare la logistica dei rifornimenti, creare un'immagine di gruppo, attuare politiche di marketing territoriale e fornire alla clientela un insieme integrato con i pubblici servizi e le funzioni di servizio che contribuiscono alla vitalizzazione della città.

Si evidenzia una conseguenza logica tra le osservazioni della Regione circa l'esigenza di una maggiore attenzione alle politiche distrettuali e di promozione del servizio di prossimità, quelle delle associazioni di categoria che propongono una riduzione della quantità di superficie disponibile per le medie e grandi superfici, e le raccomandazioni approvate in consiglio comunale che suggeriscono un "taglio" non lineare alle superfici di grande distribuzione, cioè non una riduzione della superficie di tutte le localizzazioni previste, ma l'effettuazione di una selezione delle localizzazioni con un impatto maggiormente sostenibile.

D.1.1 Analisi delle localizzazioni previste.

Elenchiamo qui gli ambiti di trasformazione in cui sono stati previsti interventi, individuando i punti di forza di criticità di ognuno, per proporre una selezione interventi da confermare.

D.1.1.1 AREA1- Magazzini generali con nuovi uffici del Comune = UNITA' DI INTERVENTO L.4

La previsione riguarda l'area di via Dalmazia già interessata dai magazzini generali e oggetto di un programma integrato di intervento già approvato che richiederebbe soltanto un limitato aggiustamento planivolumetrico per inserire le grandi strutture di vendita.

L'intervento comprende anche la realizzazione dei nuovi uffici comunali e di conseguenza riveste un notevole interesse pubblico data la possibilità per il comune di reperire tramite questa operazione, risorse in tempi certi da destinare appunto alla realizzazione della nuova sede.

Tra i punti di forza vi è quello di un'integrazione tra funzioni diverse evitando la collocazione di strutture commerciali in aree strettamente monofunzionali. L'integrazione con le altre funzioni consentirebbe ad una quota notevole di residenti (presenti e futuri) di fruire di un servizio commerciale moderno a distanza pressoché pedonale, oltre a costituire un servizio aggiuntivo per i fruitori dei nuovi uffici comunali.

Anche dal punto di vista viabilistico la localizzazione offre dei pregi legati al generale livello qualitativo e di funzionalità della nuova viabilità della zona.

Si verrebbe quindi a realizzare una situazione pressoché ottimale di integrazione di servizi commerciali moderni a scala urbana.

È evidente come la possibilità di attivazione di questa localizzazione entri in conflitto con l'ipotesi di destinazione a grande distribuzione anche dell'area L2.1., sita immediatamente al di là della strada, soprattutto vista la non presenza di un intervento unitario e coordinato

Le criticità dell'abbinamento è illustrata nel paragrafo specificamente riferito all'area L.2.1

Non ritenendo sostenibile la collocazione di grandi strutture di vendita in entrambe le aree fronteggianti, si ritiene opportuno dare priorità all'area L4 per la quale si ravvisa una maggiore valenza di interesse pubblico data l'integrazione con gli uffici comunali e conseguentemente la

possibilità per il comune di reperire tramite questa operazione, risorse in tempi certi da destinare appunto alla realizzazione della nuova sede.

Appare quindi opportuno confermare la scelta di questa localizzazione, escludendo comunque l'ipotesi di inserimento di parchi commerciali e Factory outlet.

D.1.1.2 AREA2- Grande struttura articoli per la casa- via S. Eufemia = UNITA' DI INTERVENTO R.1.1

La localizzazione proposta verrebbe a collocarsi lungo il viale Sant'Eufemia, al margine est dell'abitato

Si tratta di una proposta di notevole interesse nella misura in cui possono essere mantenute le indicazioni previste ovverossia la collocazione di una grande struttura di vendita non alimentare focalizzata sulla distribuzione di prodotti per la casa e l'arredamento, destinata a con particolare attenzione ad ospitare punti di vendita di aziende del territorio.

Il principale elemento di pregio della proposta sta nella sua innovatività e del consentire un servizio specializzato attualmente assente sul territorio di Brescia che, se impostato in maniera sufficientemente innovativa potrebbe anche costituire un elemento quasi unico a livello nazionale.

Situazioni simili sono state realizzate all'estero, per quanto ci è dato di conoscere in Polonia ed in Olanda, con risultati estremamente interessanti.

Ulteriore elemento di positività, strettamente correlato col precedente, e che questo tipo di struttura non verrebbe a confliggere in maniera significativa con il resto della rete della rete di vendita, anche di vicinato, presente sul territorio e costituirebbe quindi un arricchimento generale dell'area, richiamando clientela dall'esterno in una posizione facilmente raggiungibile senza creare pesanti problemi di natura viabilistica.

Si suggerisce di conseguenza il mantenimento della previsione, prevedendo comunque l'esclusione della grande distribuzione alimentare e della tipologia di factory outlet, consentendo invece le diverse alternative che la legge consente tra grandi strutture singole e grandi strutture unitarie, anche nella forma di Retail Park.

D.1.1.3 AREA 3- PIETRA CURVA = UNITA' DI INTERVENTO L.2.1

La localizzazione è prevista sulla via Dalmazia di fronte all'area L4 (ex magazzini generali) destinata anch'essa, fra l'altro, ad ospitare spazi commerciali oltre che i nuovi uffici comunali

La proposta prevede la realizzazione di diversi fabbricati ricettivi terziarie, impostati su un basamento commerciale "a piastra", nel quale sarebbe obbligatoria la presenza di grande distribuzione.

Un punto di forza teorico sarebbe il fatto di riqualificare un'area industriale dismessa, il che verrebbe ad avere sicuramente aspetti positivi. In realtà l'area richiede interventi di bonifica estremamente pesanti, con sostenibilità economica dubbia e tempi scarsamente prevedibili.

Una criticità notevole sarebbe invece costituita dalla collocazione esattamente di fronte ad un'altra area a notevole valenza commerciale e generatrice di traffico consistente. La compresenza delle due aree praticamente sullo stesso incrocio, anche se adeguatamente assistita dalla creazione di rotonde, sicuramente verrebbe a generare problemi di traffico molto superiori a quelli che potrebbero derivare dalla destinazione dell'area alle sole funzioni direzionali, ricettive e di servizio.

Si fa anche presente che l'insediamento proposto verrebbe a trovarsi in un punto ricadente nei bacini di utenza primari di una pluralità medie e grandi strutture di vendita, come è chiaramente leggibile dalle cartine 11 e 12, per cui è difficilmente giustificabile l'inserimento in detta area di ben due nuovi poli di grande distribuzione.

Non ritenendo sostenibile la collocazione di grandi strutture di vendita in entrambe le aree fronteggianti si, si ritiene opportuno dare priorità all'area L4 per la quale si ravvisa una maggiore valenza di interesse pubblico data l'integrazione con gli uffici comunali e conseguentemente la possibilità per il comune di reperire tramite questa operazione, risorse in tempi certi da destinare appunto alla realizzazione della nuova sede.

Alla luce del complesso di tutte queste considerazioni si suggerisce di non confermare la destinazione di grande struttura in quest'area, ferma restando per il futuro, una volta risolte le questioni relative alla bonifica e individuati i tempi necessari, la possibilità di prevedere, in sede di revisione lo strumento urbanistico, l'insediabilità di medie strutture, possibilmente non alimentari.

D.1.1.4 AREA 4 AT D1- Aree ex IDRA di via Triumplina.

Dal punto di vista localizzativo l'area presenta due punti di forza molto importanti:

la collocazione (e relativa accessibilità) da un assi viabilistici grida di grande traffico, che costituisce il percorso di penetrazione in Brescia dal Nord;

- la collocazione in una delle aree maggiormente "scoperte " rispetto alla presenza di medie grandi strutture. Dalle cartine 11:12 si può leggere chiaramente questa situazione, e in particolare il fatto che il Polo di richiamo di grande distribuzione più vicino si trova fuori comune, accondiscesi, il che implica la possibilità di operare un recupero di parte delle attuali invasioni verso l'esterno su un bacino di utenza di almeno 20.000 persone.
- Dal punto di vista ambientale si tratta di un recupero di un'area industriale dismessa, in linea con le direttive regionali.

A fronte di questi aspetti positivi non si riscontrano particolari situazioni di criticità.

SI PROPONE LA CONFERMA DELL'AREA

D.1.1.5 AREA 5 – MACELLO- = UNITA' DI INTERVENTO L5

L'intervento è previsto nell'area dell'ex macello di via Caprera nel quartiere Chiesa nuova. Già in sede di definizione dell'ipotesi veniva indicato che "le tipologie merceologiche previste

dovranno essere determinati in base ad uno studio del bacino commerciale di riferimento (Via Orzinuovi) e orientate ad una sinergia rispetto al sistema commerciale esistente."

Questa formulazione indica fin dall'inizio la presenza di forti dubbi sulla sostenibilità dell'intervento in termini di necessità di servizio e di convivenza con le altre strutture commerciali della zona si rileva che l'area entra già nei bacini primari di ben due grosse strutture di vendita di rilevanza interprovinciale (il freccia rossa Brescia e il centro commerciale Le Rondinelle) oltre che di numerose grandi e medie strutture locali, e che verrebbe a sovrapporre il proprio bacino primario anche con le altre strutture previste negli ampi nelle aree L4 e L2.1 .

Questa semplice analisi già individua che le carenze di servizio nel bacino commerciale di riferimento sono pressoché inesistenti e che l'introduzione di una nuova grande struttura di vendita verrebbe certamente a determinare un sovraccarico viabilistico scarsamente sostenibile. Questa valutazione è rafforzata da un esame dello schema indicativo allegato alla scheda che evidenzia la previsione di una struttura completamente circondata da un anello stradale da realizzare ad hoc e per nulla integrata nel resto del quartiere, i cui abitanti difficilmente potrebbero fruire a piedi o in bicicletta di una struttura distante solo poche centinaia di metri. D'altronde l'entità demografica del quartiere (6772 abitanti), e del vicino quartiere Fornaci (2857 abitanti) non è tale da sostenere autonomamente una nuova struttura di grande distribuzione, tanto più delle dimensioni ipotizzate.

Questo implica che la nuova struttura avrebbe esclusivamente un ruolo di servizio di vasta scala con un aggravio viabilistico in una zona che non si può certo considerare carente di servizio commerciale moderno.

L'elemento positivo sarebbe comunque quello del recupero di un'area dismessa, ma non è ipotizzabile che qualunque area dismessa debba essere automaticamente trasformata in commerciale, pena il rischio di trovarsi in tempi brevi di fronte ad un fenomeno, che già si intravede all'orizzonte, di aree commerciali dismesse.

Alla luce di tutte queste considerazioni **si ritiene opportuno di non confermare per l'area la destinazione di commercio di grande distribuzione**. Vista la localizzazione e la possibilità di accesso viabilistico sostanzialmente autonomo dalla residenza, si suggerisce di prendere in considerazione una destinazione eventuale di commercio all'ingrosso.

D.2 Ulteriori valutazioni e suggerimenti generali

Tenendo conto di tutte le considerazioni fin qui fatte, dell'analisi generale della struttura economica e commerciale di Brescia, delle valutazioni della regione e di quelle delle osservazioni presentate, appare opportuno apportare qualche ulteriore correttivo, nei limiti posti dall'esigenza di tenere rispondere alle osservazioni effettivamente presentate, nonché di individuare alcuni suggerimenti che vanno oltre la letterale risposta alle osservazioni ma corrispondono comunque alla filosofia generale indicata dalla Regione e dalle categorie per la valorizzazione del servizio di vicinato.

Alcune modifiche richiederebbero un intervento abbastanza complesso e articolato sulla normativa di piano che comunque non sarebbe possibile effettuare nei tempi brevissimi che la legge assegna per controdedurre alle osservazioni, e che andrebbe basato su alcuni

approfondimenti analitici, anche questi non possibili allo stato di fatto per motivi di tempo e di scarsa disponibilità di dati di base.

Abbiamo quindi a distinguere tra alcuni interventi di modifica relativamente semplici che possono essere effettuati direttamente in sede di controdeduzioni all'osservazione e una serie di suggerimenti per una revisione più articolata della normativa commerciale e di quella relativa alle attività assimilabili (pubblici esercizi, attività para commerciali eccetera) che potranno essere effettuate in un secondo tempo con una apposita variante. Si evidenzia anche come le modifiche recentissimamente apportate (LR3 / 12 del 27 febbraio) alla normativa generale della regione Lombardia per il commercio prevedono che i comuni debbano approvare, in aggiunta al piano di governo del territorio, uno specifico strumento quadriennale di regolamentazione del commercio, la cui operatività è però rinviata a quando la regione avrà provveduto all'emanazione delle direttive ai comuni sulle modalità di tale di approvazione di tale strumento e sui relativi contenuti.

Questo sconsiglia anche dal forzare modifiche frettolose che potrebbero entrare in conflitto con le nuove esigenze di regolamentazione ed è in quest'ottica che si fa presente alla Regione la volontà del comune di tenere in considerazione quanto la regione stessa ha indicato nel proprio parere, pur non potendo immediatamente dare corso in questa sede a tutti i suggerimenti. D'altronde va ricordato che il parere regionale è stato espresso prima dell'entrata in vigore delle modifiche alla legge regionale 6/ 2010 sul commercio.

Per quanto riguarda la possibilità di prevedere la presenza di una grande distribuzione (fino ad un massimo di 5.000 mq di sv) nella Città Storica, si ritiene opportuno che di volta in volta l'Amministrazione Comunale valuti specifici progetti e, in caso la proposta coincida con gli obiettivi strategici di sviluppo e sostegno alla rete commerciale del centro, proponga apposita variante.

D.2.1 Modifiche da inserire in normativa in sede di accoglimento delle osservazioni..

Per quanto riguarda le indicazioni delle categorie sull'eccessiva disponibilità di aree per l'inserimento di grandi e medie strutture, oltre alla riduzione da cinque a tre degli ambiti specificamente destinati alla grande distribuzione, si propone di inserire all'interno delle NTA. del piano delle regole tre fasce dimensionali intermedie per le medie strutture (da 250 a 600, dai 601 a 1.550 e da 1.501 a 2.500, in modo da potere meglio graduare la quantità di spazi commerciali autorizzabili sui singoli lotti, e riservando in linea di massima la fascia sopra i 1.500 alle sole aree indicate della' Art. 62 come "Tessuto prevalentemente commerciale e distributivo".

Allo stesso scopo, nell'art.8 delle NTA viene introdotta una più puntuale classificazione delle attività commerciali (in recepimento anche delle classificazioni introdotte dalle disposizioni attuative del Programma Pluriennale della Regione), precisando anche la distinzione fra alimentare e non alimentare, in modo tale da potere introdurre anche nelle schede di piano disposizioni più puntuali sul tipo di attività ammissibili e di potere escludere anche da alcuni degli ambiti in cui è prevista la Grande Distribuzione talune tipologie di grandi strutture (come ad esempio i parchi commerciali e i factory outlet).

Per quanto riguarda invece l'altro grande problema, cioè la valorizzazione dei servizi di vicinato, è più difficile introdurre modifiche che non implicino dei riaggiustamenti generali della normativa.

Si propongono comunque alcuni "ritocchi" significativi:

- Esclusione dell'attività all'ingrosso dall'ambito del Distretto del Commercio
- Introduzione di un articolo "ad hoc" sul distretto commerciale, che preveda:
 - la possibilità di introduzione di nuove aree distrettuali
 - l'ammissibilità degli interventi che saranno oggetto di progetti speciali dei distretti
 - la possibilità di recepimento delle indicazioni di selezione "qualitativa" delle attività ammissibili previste dalla L.R. 3/12 senza necessità di varianti dello strumento urbanistico (questa facoltà viene concessa anche fuori dalle aree del distretto)
- Riscrittura di alcuni articoli del TITOLO III delle NTA per rendere più comprensibili le prescrizioni sul commercio (Anche facendo ricorso ad esposizioni in forma tabellare) e per risolvere alcune incongruenze riscontrate in qualche altro punto della normativa.

D.2.2 Suggerimenti per ulteriori modifiche successive

D.2.2.1 Obiettivi

Nel pieno rispetto della filosofia generale del Programma Triennale della Regione, si ritiene che l'obiettivo del piano non debba limitarsi al controllo della media – grande distribuzione (ovviamente fondamentale ma non sufficiente) ma debba tendere a promuovere le condizioni ottimali per una tutela della struttura di vicinato esistente e per una crescita della stessa non vista come forma residuale di servizio per coprire gli interstizi lasciati vuoti dalla grande distribuzione, ma come una componente fondamentale del tessuto urbano e dell'effetto città. Questo corrisponde ad una incentivazione degli aspetti qualitativi non tanto visti come "nicchia di mercato" per i consumi degli utenti più facoltosi, ma come "qualità diffusa" non solo dei beni venduti, ma dei livelli di servizio e della vivibilità generale dell'ambiente urbano.

Il secondo punto generale che definisce gli obiettivi del PGT è la presa d'atto del fatto che la funzione di servizio non è affidata alle sole attività commerciali propriamente dette (negozi), ma comprende anche gli esercizi di somministrazione (bar, trattorie, pub, ristoranti), ed altri tipi di botteghe (panetteria, parrucchiere, corniciaio, fotografo, tintoria, riparatori, laboratori, locali di svago, ecc) che di solito venivano classificati sotto la dizione del tutto impropria, ancorché evocativa, di "artigianato di servizio".

L'elemento innovativo da introdurre sta anche nell'occuparsi di tutte queste attività "affini" al commercio, ma ad esso non del tutto assimilabili. Si potrebbe ipotizzare di normare tali attività in modo da favorire un loro ruolo attivo nel mix di servizi urbani, ma senza confonderli né con il commercio "tout court" né con l'artigianato, ma elaborando delle norme di localizzazione che tengono conto della loro specificità funzionale e di integrazione nell'ambiente.

D.2.2.2 Strategie di intervento.

D.2.2.2.1 Valorizzazione del servizio di vicinato

Le scelte di piano, coerentemente con gli obiettivi indicati dal PTSSC debbono partire dal riconoscimento della valenza sociale del servizio di vicinato, tra l'altro per i seguenti motivi:

Fornisce un'alternativa accessibile al consumatore anziano e dotato di scarsa mobilità
Presenta una notevole valenza di tipo identitario legata alla identificazione degli abitanti con il proprio quartiere

Costituisce l'ambiente fisico ed umano di una serie di relazioni "despecializzate" non solo tra utenti di diverse fasce sociali, di età e di consumo, ma anche tra portatori di interessi diversi (non l'incontro solo di chi ha lo stesso scopo – di acquistare).

Tali relazioni hanno il pregio di essere:

- "interstiziali", cioè di riempire spazi e tempi anche programmati per diverse funzioni ed usi (ci si incontra mentre ci si sposta con mete diverse e in tempi diversi)
- "preterintenzionali", cioè accadono di fatto, senza essere scelte o programmate, e neppure possono essere volutamente evitate, e quindi ci mettono in relazione con gli altri "di fatto", anche se non vorremmo farlo.

D.2.2.2.2 Valorizzazione delle sinergie

Il PGT si deve porre l'obiettivo di tutelare e promuovere la "mixité" delle funzioni urbane in particolare per quanto riguarda le funzioni commerciali e quelle ad esse assimilabili, in modo da garantire :

- la presenza "fisica" dei servizi
- la ricchezza dei rapporti umani che ne derivano.
- le condizioni minime di sopravvivenza alle attività che forniscono tali servizi.

Tale obiettivo non può essere solo il fatto di una scelta formale – compositiva delle funzioni urbane da collocare sul territorio, ma deve necessariamente confrontarsi con le leggi dell'economia, garantendo le condizioni minime di sopravvivenza alle attività economiche preposte a formare tali servizi.

Dall'unione di tali esigenze emerge l'esigenza di non consentire la disposizione generalizzata sul territorio degli esercizi, ma di promuovere la creazione di aggregazioni di attività che corrispondono alla duplice esigenza di attivare meccanismi di sinergia che ne rafforzino la competitività e di dare leggibilità e riconoscibilità alle diverse porzioni del territorio, rendendo anche più stimolante e "sorprendente" il percorrere le strade del centro, e permettano :

- di attivare sinergie che rafforzino la competitività degli esercizi
- dare leggibilità e riconoscibilità alle diverse porzioni del territorio, rendendo anche più stimolante e "sorprendente" il percorrere le strade del centro.
- estendere le sinergie non alle sole attività commerciali propriamente dette (negozi), agli esercizi di somministrazione (bar, trattorie, pub, ristoranti), ed altri tipi di botteghe (panetteria, parrucchiere, corniciaio, fotografo, tintoria, riparatori, laboratori, locali di svago, ecc) – il cosiddetto "artigianato di servizio". elaborando delle norme di

localizzazione che tengono conto della specificità funzionale e di integrazione nell'ambiente dei vari tipi di attività.

D.2.2.2.3 Il distretto commerciale

Il Comune di BRESCIA ha partecipato al bando regionale sui Distretti del Commercio, ottenendo anche un riconoscimento europeo di eccellenza sul proprio progetto distrettuale.

La politica distrettuale è sorta come iniziativa "strategica" e pertanto non direttamente coordinata con la normativa urbanistica del PGT.

Occorre invece introdurre nel PGT specifiche normative, anche relative all'ammissibilità ed alle dimensioni delle varie attività, non solo propriamente commerciali, all'interno delle aree distrettuali.

D.3 Il Modello Distributivo

L'analisi della effettiva localizzazione delle strutture commerciali e paracommerciali sul territorio evidenzia di fatto un modello distributivo basato sulla presenza di "SISTEMI COMMERCIALI", in qualche modo organizzati e coerenti (ancorché di fatto) e di esercizi esterni ai sistemi commerciali stessi. L'individuazione di tali sistemi e delle loro caratteristiche ed articolazioni va analiticamente studiata come premessa alla stesura di una normativa di piano che si ponga l'obiettivo di razionalizzare la crescita del comparto valorizzando ed incentivando il più possibile la collocazione delle attività all'interno dei sistemi commerciali, e prevedendo gli insediamenti esterni ai sistemi commerciali più che altro come una eccezione, di cui prendere atto laddove esistente (garantendo ovviamente i diritti acquisiti), e da consentire per i nuovi insediamenti solo in particolari condizioni limite o comunque atipiche.

Le norme dovranno quindi prevedere l'insediabilità o meno delle varie tipologie di attività, a seconda del sistema commerciale di collocazione, anziché genericamente dell'ambito urbanistico o territoriale.

In questo modo si tende ad evitare uno dei problemi fondamentali dell'urbanistica commerciale, quello del pretendere di regolamentare un'attività a distribuzione sostanzialmente puntiforme, quale è il commercio, con delle norme concepite essenzialmente per applicarsi ad aree più o meno omogenee, quali appunto le classiche zone urbanistiche.

Questa impostazione risulta sostanzialmente innovativa rispetto alle usuali normative per il commercio, ma presenta il vantaggio, tra l'altro, di una più facile adattabilità ai modelli di pianificazione dei futuri PGT, per i quali la definizione di zone urbanistiche omogenee sarà limitata solo a porzioni limitate del territorio.

E. APPENDICE

In questa appendice forniamo alcune indicazioni sul significato e le definizioni delle tipologie di aggregazioni commerciali (sistemi) utilizzate sia a livello di analisi delle strutture esistenti che a livello progettuale

E.1 Definizione dei Sistemi Commerciali

Si definiscono SISTEMI COMMERCIALI i raggruppamenti di attività commerciali in insiemi programmati o spontanei di consistenza sufficiente a determinare effetti di sinergia e richiamo.

La distribuzione delle attività commerciali in sistemi è articolata come segue:

La distribuzione delle attività commerciali in sistemi è in genere articolata come segue:

a) sistemi commerciali lineari

- assi di fruizione pedonale;
- assi di attraversamento o penetrazione;
- assi di grande comunicazione
-

b) sistemi commerciali areali

- programmati (per grandi strutture di vendita; per medie strutture di vendita significative; di concentrazione funzionale ,aree mercatali, fieristiche, centri commerciali all'ingrosso);
- consolidati o spontanei (addensamenti commerciali superiori ai 250 mq).

E.2 Articolazione commerciale sul territorio

Innanzitutto esaminiamo l'articolazione del servizio commerciale sul territorio, individuandone le porzioni in cui il commercio e le attività assimilate costituiscono una presenza significativa e caratterizzante e quelli in cui invece tali attività sono assenti o presenti in maniera poco significativa e scarsamente caratterizzante.

E.2.1 Aree di insediamento commerciale

Sono le porzioni del territorio in cui la presenza di attività commerciali è significativa ed è ritenuta coerente con le destinazioni prevalenti in esse esistenti, e come tale costituisce un elemento caratterizzante dell'armatura urbana.

Si possono a loro volta suddividere in:

E.2.1.1 SC Sistemi commerciali

Per la definizione vedere il punto E.1

E.2.1.1.1 SCL Sistemi commerciali lineari

Si possono suddividere nelle seguenti tipologie:

- **SCLAP I sistemi commerciali lineari degli assi di fruizione pedonale**

Sono caratterizzati prevalentemente da tessuto edificato con fronti continui su strada che presentano una notevole densità e continuità del tessuto commerciale e paracommerciale, prevalentemente costituito da attività di vicinato, generalmente presenti su entrambi i lati dell'asse stesso, e con attività commerciali in prevalenza dotate di vetrine ed aventi accesso diretto dalla area pubblica di circolazione.

Tali sistemi commerciali corrispondono ai tratti interni dei principali assi consolidati dell'abitato, in genere ma non necessariamente in maniera esclusiva nei centri storici.

La loro caratteristica generale è la fruizione prevalentemente di tipo pedonale, il che non implica necessariamente la chiusura al traffico di tali assi, bensì il fatto che solitamente l'utenza raggiunge un posteggio in prossimità dell'asse (salvo che arriva a piedi o con i mezzi pubblici), e poi si sposta a piedi da un esercizio all'altro (passeggiata commerciale).

- **SCLAA Sistemi commerciali lineari degli assi di attraversamento o penetrazione**

Sono caratterizzati dalla presenza lungo l'asse stradale ed i suoi eventuali controviali di un tessuto edilizio a destinazione produttiva o residenziale misto con presenza, anche discontinua, di attività commerciali o assimilate di vicinato o media struttura a cui si accede in prevalenza non dalla strada bensì dai controviali o da spazi destinati a parcheggi raccordati all'asse stradale. A differenza degli assi centrali, le attività commerciali possono essere anche prive di vetrine o non essere direttamente prospicienti all'asse stradale. A tali attività si accede in prevalenza non dalla strada bensì da controviali o da spazi destinati a parcheggio raccordati all'asse stradale. Solitamente l'utenza raggiunge in auto il parcheggio del singolo esercizio e poi si sposta in auto verso altri esercizi. A differenza degli assi centrali le attività commerciali possono essere anche prive di vetrine o non essere direttamente prospicienti all'asse stradale

- **SCLAC Sistemi commerciali lineari lungo gli assi di grande comunicazione**

Sono caratterizzati dalla presenza di sole strutture di supporto e servizio ai viaggiatori in transito (distributori di carburante, autogrill, motel, edicole, ecc.) ed il cui accesso avviene esclusivamente dall'infrastruttura di comunicazione (autostrade, tangenziali, metropolitana, ecc) o dai relativi parcheggi di servizio.

In generale l'utenza non accede a tali assi appositamente per fruire dei servizi commerciali, ma utilizza le strutture commerciali per soddisfare bisogni legati allo spostamento che sta compiendo per altri motivi.

E.2.1.1.2 SCA Sistemi commerciali areali

Sono costituiti dall'insieme di una o più strutture commerciali che globalmente raggiungono una soglia di consistenza corrispondente almeno quella minima di una media struttura di vendita, non facenti parte di sistemi commerciali lineari, distinguibili da altri sistemi

commerciali o da esercizi isolati per l'uso di diversi accessi agli assi stradali o per la presenza di significative soluzioni di continuità tra l'uno e l'altro sistema o esercizio isolato.

Le attività commerciali negli addensamenti areali possono essere site sia in edifici aventi specifica destinazione commerciale, sia al piede di uno o più edifici con destinazione mista (residenza, commercio, produttivo, uffici). L'accesso alle attività commerciali, salvo che per gli addensamenti spontanei, avviene in generale attraverso parcheggi, portici, piazze o simili, raccordati alla strada pubblica attraverso un numero limitati di punti di accesso automobilistico.

E.2.1.1.2.1 SCAP Sistemi commerciali areali programmati

Sono quelli frutto di un progetto unitario (di iniziativa autonoma degli operatori o imposto dallo strumento urbanistico) che individui le aree specifiche di parcheggio ed i punti generali di accesso alla rete stradale pubblica, nonché le aggregazioni spontanee di maggiore rilevanza, formatesi nel tempo anche con caratteristiche di accessibilità meno strutturata, la cui esistenza è stata rilevata ed individuata in cartografia al momento della definizione della presente variante. Si dividono in:

- **SCAPGD Aree per grandi strutture di vendita**

Sono i lotti di terreno o fabbricati dotati di accesso automobilistico proprio sui quali insistono o sono consentite grandi strutture di vendita fino ai limiti dimensionali indicati per le singole aree o raggruppamenti di aree nella tabella 1

- **SCAPMS2 Aree per medie strutture di livello 2.**

Sono i lotti di terreno o fabbricati dotati di accesso automobilistico proprio sui quali insistono o sono consentite medie strutture di vendita fino al livello 2.

- **SCAPMS3 Aree per medie strutture di livello 3.**

Sono i lotti di terreno o fabbricati dotati di accesso automobilistico proprio sui quali insistono o sono consentite medie strutture di vendita fino al livello 3.

- **SCAPCF Aree di concentrazione funzionale:**

Sono le aree in cui la presenza di una o più funzioni diverse da quelle propriamente commerciali determinano, al proprio interno, una concentrazione di attività commerciali o assimilate che operano in funzione dell'utenza attratta dall'attività principale (es: fiere, grandi impianti sportivi, grandi comparti di uffici, ecc.)

- **SCAPAM Aree mercatali.**

Sono gli spazi specificamente destinati allo svolgimento di mercati periodici, fiere di commercio su aree pubbliche, attività espositive temporanee o spettacoli viaggianti. In tali aree non possono essere collocate attività commerciali o paracommerciali in sede fissa.

- **SCAPQF Quartieri fieristici.**

Sono spazi almeno parzialmente coperti, funzionalmente attrezzati per lo svolgimento di manifestazioni fieristiche di livello provinciale o superiore

- **SCAPCI centri commerciali all'ingrosso**

Sono aree specificamente progettate per ospitare un pluralità di punti di vendita all'ingrosso, con accessibilità comune e con o senza servizi comuni. In Lombardia sono specificamente normati dal Titolo VI, Capo II del Testo Unico del Commercio.

E.2.1.1.2.2 SCANP Sistemi commerciali areali non programmati:

- **SCANPC sistemi commerciali areali consolidati**

le aggregazioni di almeno tre attività commerciali o paracommerciali che presentino tutte le seguenti caratteristiche:

- insistere all'interno dello stesso isolato o di isolati diversi fronteggianti o adiacenti siti sulla stessa via o incrocio;
- essere collocati entro un percorso pedonale di non oltre 250 ml tra gli ingressi degli esercizi più distanti, che non implichi l'attraversamento di sistemi commerciali lineari degli assi di attraversamento, di barriere quali ferrovie, assi stradali o autostradali di attraversamento o penetrazione;
- raggiungere complessivamente la superficie di vendita, somministrazione e/o servizio di almeno 250 m2. Possono essere inclusi in tale conteggio gli esercizi esistenti collocati entro le distanze di cui sopra, se non facenti già parte di assi commerciali lineari esistenti.
- Essere già esistenti ed individuabili al momento della formazione del Piano

- **SCANPS sistemi commerciali areali spontanei**

le aggregazioni di almeno tre attività commerciali o paracommerciali che presentino tutte le caratteristiche dei sistemi areali consolidati, e che vengono spontaneamente a formarsi dopo la formazione del Piano

Al di fuori dei sistemi commerciali si possono in genere individuare:

E.2.1.2 ACNA Aree a presenza commerciale non addensata.

Sono spazi in generale a funzione residenziale o mista, nei quali la presenza di attività commerciali è più o meno sporadica e comunque priva di una significativa continuità.

In tali aree non si ritiene opportuno consentire nuovi inserimenti di attività commerciali o assimilate, anche sotto forma di destinazioni d'uso complementari, salvo che si costituiscano aggregazioni che presentino quanto meno le caratteristiche precedentemente indicate per gli addensamenti commerciali.

E.2.2 Aree tendenzialmente non commerciali

Sono le parti del territorio in cui la presenza di attività commerciali è di scarsa rilevanza ed è ritenuta incoerente con le destinazioni prevalenti in esse esistenti:

Si possono a loro volta suddividere in:

E.2.2.1 ANCE Aree tendenzialmente non commerciali edificabili

- **ANCER Aree non commerciali a destinazione residenziale**

- Case sparse

- Cascine
- Tessuto residenziale consolidato esclusivo
- Ambiti di trasformazione residenziale esclusiva
-

- **ANCEP Aree non commerciali a destinazione produttiva**

ad eccezione delle porzioni perimetrate ricadenti nei sistemi commerciali, e lotti residenziali interclusi

- **ANCES Aree non commerciali a destinazione pubblica, destinate a servizi individuate nel Piano dei Servizi**

ad eccezione delle porzioni perimetrate ricadenti nei sistemi commerciali;

E.2.2.2 ANCN Aree tendenzialmente non commerciali non edificabili

In dette aree, l'attività commerciale è soggetta a consistenti restrizioni funzionali; non è ammessa come destinazione prevalente ma solo come destinazione compatibile con le precisazioni e limitazioni riportate nel piano delle Regole , tranne in casi particolari in cui l'attività commerciale o paracommerciale presenti una o più delle seguenti caratteristiche.

stretta complementarietà funzionale con le destinazioni prevalenti caratteristiche dell'area (produzione industriale e artigianale, servizi, logistica, ecc.;);

scarsa compatibilità e scarsa sinergia con le attività normalmente compatibili con la residenza per motivi estetici, di ingombro, rumorosità, attrazione di traffico veicolare pesante, presenza di depositi di merci all'aperto (es: depositi di materiali da costruzione, vendita di materiali pericolosi, vendita all'aperto di autoveicoli, combustibili, rottami, ecc., vendita all'ingrosso.)

attività di servizio al personale operante nelle aziende della zona (es.:servizi di ristoro per il personale, vendite di attrezzi o materiali di consumo per le aziende, fornitura di servizi alle aziende).

Gli esercizi non facenti parte di sistemi commerciali sono definiti come isolati e sono così classificati:

esercizi isolati autonomi, quelli che svolgono la loro funzione indipendentemente da connessioni funzionali ad altre attività di natura diversa da quella commerciale insistenti sullo stesso lotto o edificio;

esercizi isolati strumentali o di servizio, quelli collocati all'interno di un lotto unitario o edificio a destinazione diversa da quella commerciale o residenziale, che operano in diretta connessione funzionale con l'attività principale (es. spacci interni, mense, locali di ristoro all'interno di impianti sportivi, scuole, ospedali, ecc.).

F. ALLEGATI

F.1 TABELLE STATISTICHE

F.1.1 Dati Demografici

BRESCIA

Indice delle Tabelle

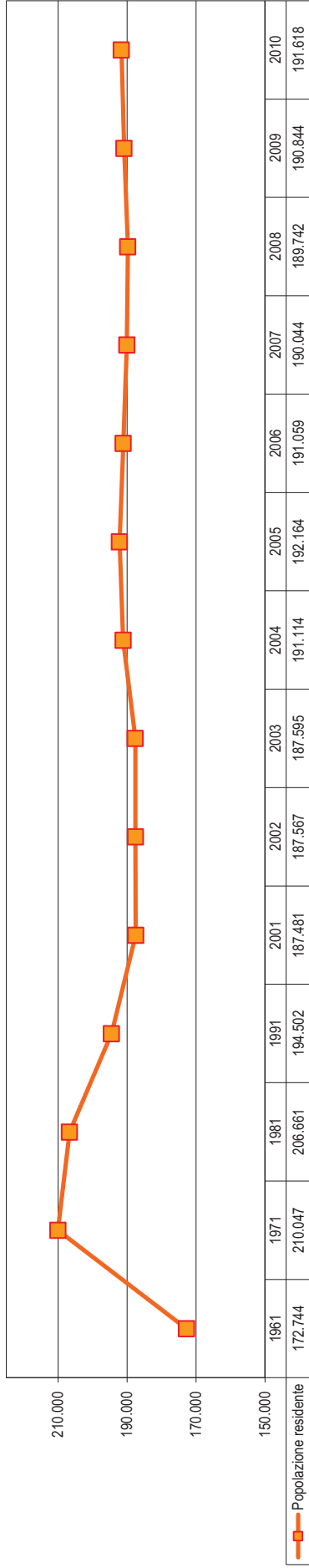
TAB. D 1	ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011	VALORI ASSOLUTI, VARIAZIONI ASSOLUTE E VARIAZIONI PERCENTUALI SULL'ANNO PRECEDENTE
GRAFICO D 1	ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011	
TAB. D 2.1	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	VALORI ASSOLUTI E INDICAZIONE DEI PRINCIPALI INDICI
TAB. D 2.2	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	PERCENTUALI SUI TOTALI VERTICALI
TAB. D 2.3	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	PERCENTUALI SUI TOTALI ORIZZONTALI
TAB. D 2.4	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	PERCENTUALI SUL TOTALE GENERALE
TAB. D 2.5	POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE	I PRINCIPALI INDICI DEMOGRAFICI
GRAFICO D 2.1	PIRAMIDE DELLE ETA'	VALORI ASSOLUTI ESPRESSI
GRAFICO D 2.2	PIRAMIDE DELLE ETA'	VALORI PERCENTUALI SUL TOTALE POPOLAZIONE

ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011

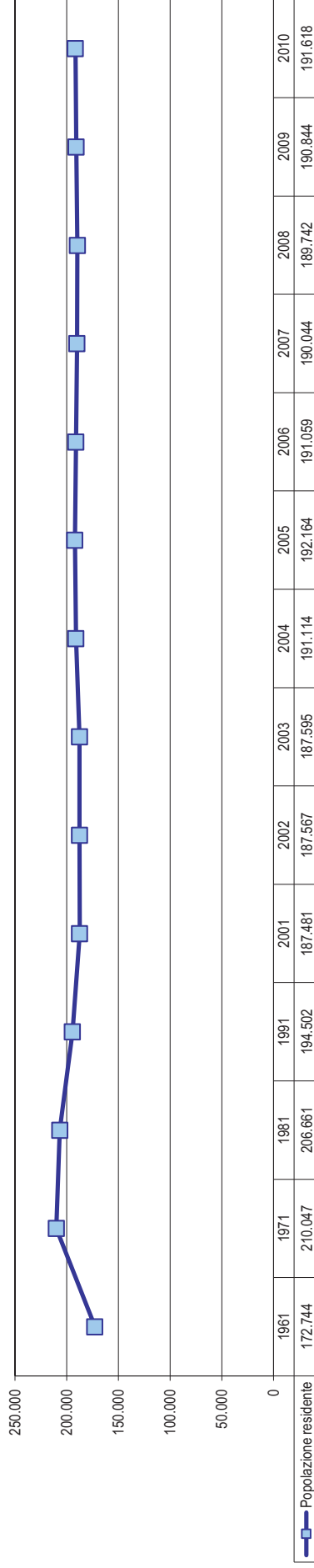
VALORI ASSOLUTI, VARIAZIONI ASSOLUTE E VARIAZIONI PERCENTUALI SULL'ANNO PRECEDENTE

ANDAMENTO DEMOGRAFICO	VALORI ASSOLUTI				VARIAZIONI ASSOLUTE				VARIAZIONI PERCENTUALI			
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	NAZIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	NAZIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	NAZIONE
ANNI												
1961	172.744	882.949	7.406.152	50.623.569	37.303	74.737	1.137.235	3.512.978	21.594	8.464	15.355	6.939
1971	210.047	957.686	8.543.387	54.136.547	-3.386	59.407	348.265	2.420.364	-1.612	6.203	4.076	4.471
1981	206.661	1.017.093	8.891.652	56.556.911	-12.159	27.606	-38.191	221.120	-5.884	2.714	-0.430	0.391
1991	194.502	1.044.699	8.853.461	56.778.031	-7.021	56.031	288.253	145.493	-3.610	5.363	3.030	0.256
2001	187.481	1.100.730	9.121.714	56.923.524	86	8.046	-88.112	37.168	0,046	0,731	-0,966	0,065
2002	187.567	1.108.776	9.033.602	56.960.692	28	17.473	76.894	33.050	0,015	1,576	0,851	0,058
2003	187.595	1.126.249	9.110.496	56.993.742	3.519	23.519	136.300	327.328	1,876	2,088	1,496	0,574
2004	191.114	1.149.768	9.246.796	57.321.070	1.050	19.491	146.296	567.175	0,549	1,695	1,582	0,989
2005	192.164	1.169.259	9.393.092	57.888.245	-1.105	13.078	82.110	863.466	-0,575	1,118	0,874	1,492
2006	191.059	1.182.337	9.475.202	58.751.711	-1.015	13.440	70.239	379.576	-0,531	1,137	0,741	0,646
2007	190.044	1.195.777	9.545.441	59.131.287	-302	15.840	96.965	488.003	-0,159	1,325	1,016	0,825
2008	189.742	1.211.617	9.642.406	59.619.290	1.102	18.542	100.270	425.778	0,581	1,530	1,040	0,714
2009	190.844	1.230.159	9.742.676	60.045.068	774	12.764	83.465	295.260	0,406	1,038	0,857	0,492
2010	191.618	1.242.923	9.826.141	60.340.328	2.261	13.102	91.573	286.114	1,180	1,054	0,932	0,474
2011	193.879	1.256.025	9.917.714	60.626.442								

ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI CENSUARI DAL 1961 AL 1991 E DATI ANNUALI DAL 2001 AL 2011

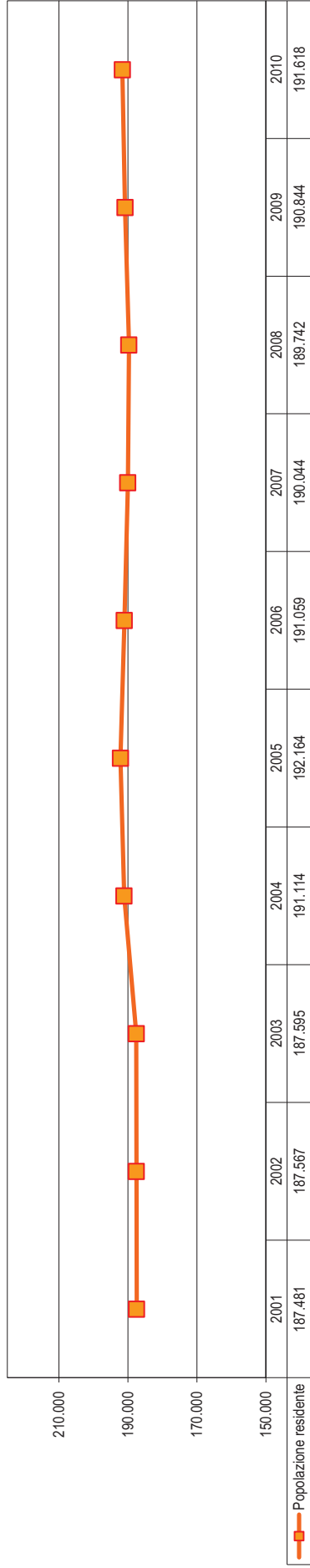


scala: 0 - 25.000

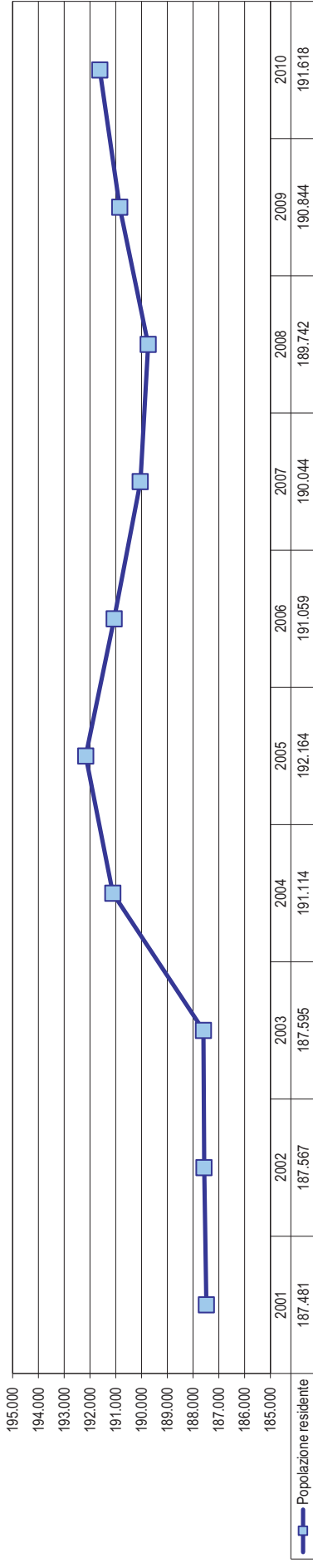


scala: 6.000 - 9.000

ANDAMENTO DEMOGRAFICO: DATI ANNUALI DAL 1° GENNAIO 2001 AL 1° GENNAIO 2011



scala: 150.000 - 210.000



scala: 185.000 - 195.000

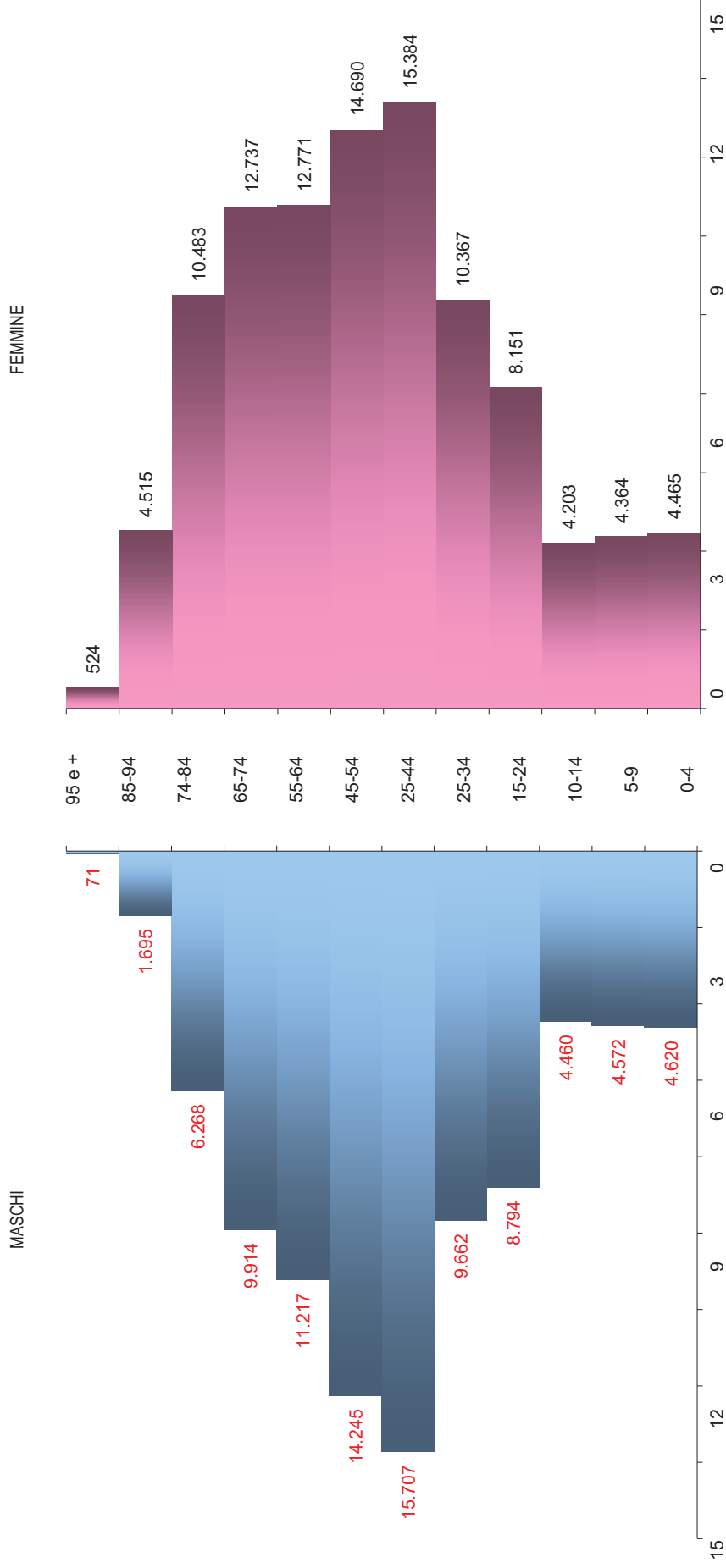
POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2011 PER CLASSE DI ETÀ E STATO CIVILE

I PRINCIPALI INDICI DEMOGRAFICI

	BRESCIA	PROVINCIA DI BRESCIA	LOMBARDIA	ITALIA
INDICE DI VECCHIAIA	173,16	133,18	141,11	144,50
INDICE DI DIPENDENZA TOTALE	60,25	51,10	52,19	52,28
INDICE DI DIPENDENZA GIOVANILE	22,06	21,92	21,65	21,38
INDICE DI DIPENDENZA DEGLI ANZIANI	38,19	29,19	30,54	30,90
INDICE DI CARICO FAMILIARE	27,49	27,36	27,20	25,24
INDICE DI STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE IN ETÀ LAVORATIVA	132,58	122,86	122,19	116,48
INDICE DI RICAMBIO DELLA POPOLAZIONE IN ETÀ LAVORATIVA	149,38	141,88	145,61	130,35

PIRAMIDE DELLE ETA'

VALORI ASSOLUTI



PIRAMIDE DELLE ETA'

VALORI PERCENTUALI SUL TOTALE POPOLAZIONE

