

CITTA' di BRESCIA

REGIONE LOMBARDIA

MEDIA STRUTTURA di VENDITA
Settore misto
Alimentare e non alimentare

Lotto di intervento

Via CARDUCCI fronte via VOLTURNO

RELAZIONE TECNICO ILLUSTRATIVA

Art. 3, comma 2, lett. c), "Norme e criteri per il rilascio delle autorizzazioni di medie strutture di vendita", Deliberazione Giunta Comunale 25 settembre 2009, p.g. 49261

VERIFICA della PRESENZA COMMERCIALE
in AMBITO di PROSSIMITA'

ANALISI della COMPATIBILITA' dell'IMPATTO
COMMERCIALE

contenente gli elementi di cui alla Deliberazione Giunta Regionale 5 dicembre 2007, n. 8/6024 e ss.mm.ii.

PREMESSA	pag.	1
1. GLI ELEMENTI DI ANALISI	pag.	2
1.1 La media struttura di vendita	pag.	2
1.1.1 <u>Localizzazione</u>	pag.	2
1.1.2 <u>Caratteristiche e classificazione del punto vendita</u>	pag.	4
1.1.3 <u>Inserimento territoriale</u>	pag.	5
2. VERIFICA DI COMPATIBILITÀ DELL'IMPATTO COMMERCIALE	pag.	10
2.1 Ricadute occupazionali del nuovo punto di vendita	pag.	10
2.2 Impatto sulla rete distributiva	pag.	11
2.3 Integrazione con le altre tipologie di Vendita - Verifica della conformità con i criteri regionali di programmazione del settore commerciale	pag.	15
3. VERIFICA DELLA SOVRACOMUNALITÀ DELL'INTERVENTO	pag.	16

PREMESSA

La presente analisi contiene gli elementi di valutazione degli aspetti commerciali della domanda di apertura di una Media Struttura di Vendita come indicati all'art. 3, comma 2, lett. c), "Norme e criteri per il rilascio delle autorizzazioni di medie strutture di vendita", Deliberazione Giunta Comunale 25 settembre 2009, p.g. 49261 e dalla Deliberazione Giunta Regionale 5 dicembre 2007, n. VIII/6024 e ss.mm.ii., nonché gli elementi necessari per verificare e visualizzare la dotazione di altre attività commerciali nell'immediato contesto territoriale di inserimento.

Verranno precisate le caratteristiche del nuovo punto vendita, le ricadute occupazionali, l'impatto sulla rete distributiva esistente e l'integrazione della nuova attività con le altre tipologie di vendita, anche in relazione ai criteri regionali di programmazione del settore commerciale di cui alla Deliberazione Consiglio Regionale 18 ottobre 2022, n. XI/2547 "Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale (PTSSC)" per l'ambito territoriale "Ambito Urbano dei Capoluoghi", di cui fa parte la Città di Brescia; infine verrà verificata la sovracomunalità dell'intervento (come previsto dalla stessa D.g.r. 5 dicembre 2007, n. VIII/6024 e ss.mm.ii., punto 2.9).

1. GLI ELEMENTI DI ANALISI

1.1 La media struttura di vendita

1.1.1 Localizzazione

La nuova media struttura di vendita sarà localizzata nel Comune di Brescia, in un ambito di recupero delimitato a sud dalla via Carducci, da cui ha accesso, e dalla via Volturmo a nord.

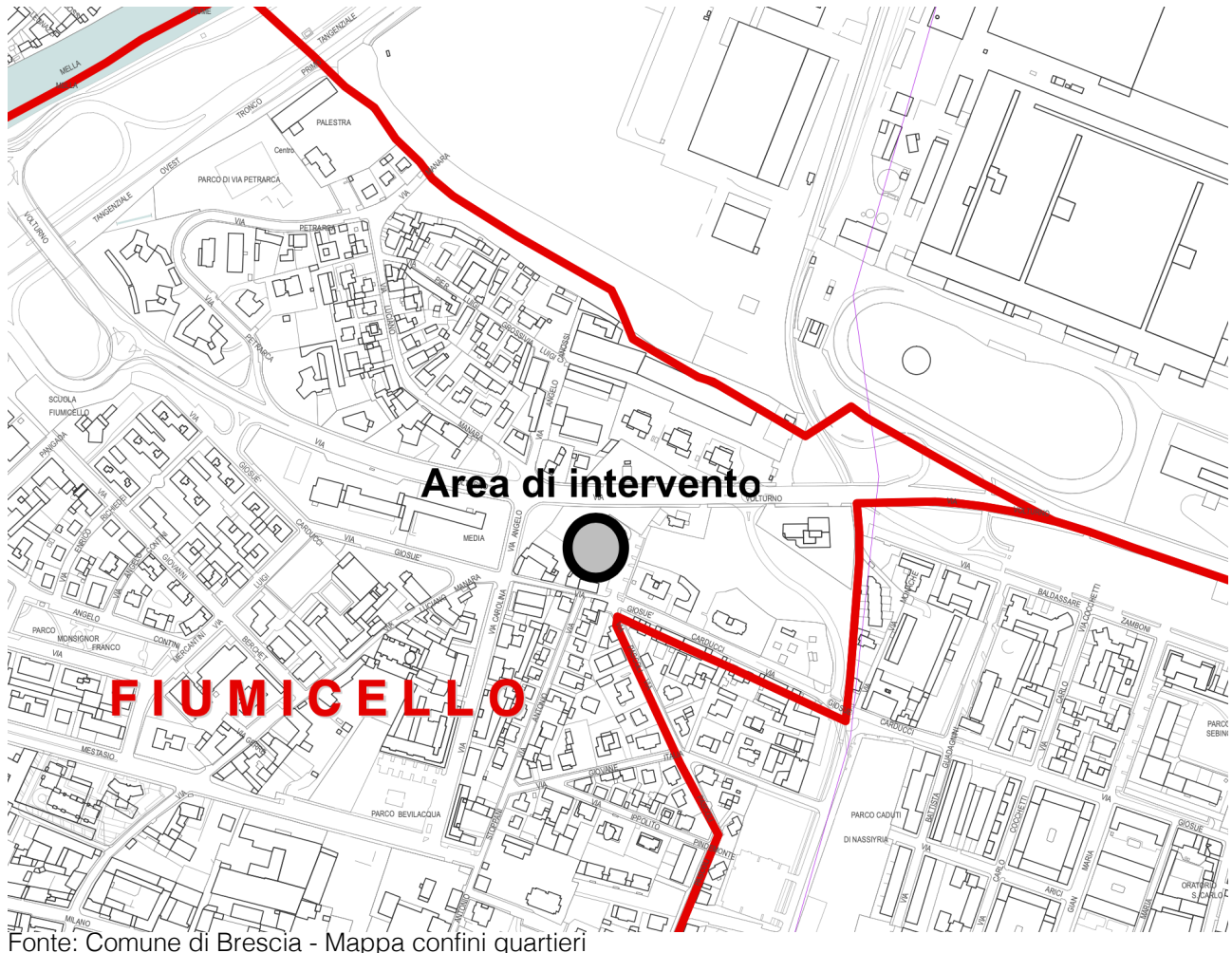


Fonte: GoogleEarth

L'area è inserita all'interno del quartiere Fiumicello, al confine tra questo e i quartieri di Sant'Eustacchio - in corrispondenza dello storico stabilimento OM-Iveco, e quello di Porta Milano.

Il quartiere conta circa 6.500 residenti (6.381 al 31/12/2015, "La Città e i suoi quartieri – Un quadro demografico del quartiere Fiumicello", Ufficio Statistica Comune di Brescia); dal punto di vista demografico il quartiere è caratterizzato da una forte presenza di popolazione straniera (36,4% nel quartiere, incidenza quasi doppia rispetto al 18,6% registrato a livello

comunale); non è altrettanto elevato il divario tra popolazione residente in età cd. lavorativa (compresa tra i 15 e i 64 anni), che rappresenta il 63,6% dei residenti del quartiere Fiumicello rispetto al 62,2% registrato a livello cittadino.



Fonte: Comune di Brescia - Mappa confini quartieri

La zona di insediamento, periferica, è caratterizzata da un tessuto misto, residenziale e produttivo, con inserimento in tempi più recenti di funzioni di pubblica utilità; via Volturno, uno degli assi di accesso rispetto al sistema tangenziale cittadino, rappresenta l'elemento infrastrutturale più significativo. Il complesso produttivo degli stabilimenti OM-Iveco è altro elemento di rilievo, che conferma la perdurante vocazione produttiva ed industriale di questa parte della Città.

1.1.2 Caratteristiche e classificazione del punto vendita

La nuova media struttura di vendita avrà una superficie di vendita di 877 mq dei quali 702 mq alimentari e 175 mq non alimentari; la tipologia sarà quindi quella della media struttura singola, e precisamente una Media struttura di livello 2 di cui all'art. 91, 1.i, delle Norme Tecniche di Attuazione del Piano delle Regole del vigente Piano di Governo del Territorio.

Il settore merceologico è misto con prevalenza alimentare.

L'attività sarà esercitata nella forma del discount alimentare, cioè un esercizio della distribuzione organizzata, a libero servizio, dove sono presenti soprattutto prodotti alimentari a lunga conservazione o freschi confezionati e un'articolazione di offerta che limita il numero delle referenze e la presenza di prodotti di marca, permettendo così un effettivo contenimento dei prezzi di vendita. Il punto vendita in progetto andrà a proporre il servizio assistito unicamente per i prodotti di gastronomia e di macelleria.

Si tratta di un canale che permette, soprattutto in questo periodo di non favorevole congiuntura economica, un contenimento delle spese per l'acquisto di generi alimentari e non alimentari di prima necessità, pur non potendo risultare, per i prodotti freschi, alternativo rispetto all'offerta specializzata proposta dai negozi di vicinato.

Le dimensioni dei discount sono generalmente contenute, comprese tra i 600 e i 1.000 mq., cosa che ne permette un inserimento anche all'interno del tessuto consolidato, attraverso recupero di ambiti dismessi o in lotti di completamento dell'edificato, come nel caso in esame.

Di seguito andremo a verificare gli aspetti socio occupazionali dell'impatto dell'apertura dell'attività, ed in particolare il conseguente saldo occupazionale.

Per quanto riguarda gli aspetti urbanistici ed edilizi, ed in particolare la descrizione del sistema di carico e scarico, la dotazione di parcheggi e di servizi connessi, rimandiamo agli elaborati progettuali allegati alla proposta di Piano Attuativo e a quelli abilitativi edilizi conseguenti, prodotti nell'ambito della procedura finalizzata all'attivazione della media struttura cui la presente analisi si riferisce.

1.1.3 Inserimento territoriale

Brescia è il Comune capoluogo dell'omonima Provincia; la città, con i suoi 196.627 abitanti (dato 31/07/23, fonte: demo.istat.it), è il secondo centro per dimensioni demografiche della Regione Lombardia, nonché uno dei principali comuni d'Italia.

La storia, la rilevanza e la strategicità di Brescia sono evidenti in ogni settore, da quello culturale, che nel 2023 vede la Città Capitale della Cultura insieme a Bergamo, a quello economico, con una rete di imprese che vanno dalle grandi aziende di rilevanza nazionale e internazionale, alla fitta rete di piccole e medie imprese diffuse in tutto il tessuto cittadino.

Come già detto, la media struttura oggetto della presente analisi sarà localizzata in un'area in fregio alla via Volturno a Brescia, a breve distanza dall'omonimo svincolo della Tangenziale Ovest cittadina, che corre parallela al fiume Mella, in un contesto tuttora caratterizzato dalla presenza di attività produttive di grande dimensione e importanza (impianto OM- Iveco).



Dal punto di vista commerciale, tuttavia, la zona risulta caratterizzata da un servizio fortemente deficitario, soprattutto considerando che le caratteristiche demografiche, come l'alta incidenza di residenti extracomunitari, lasciano presumere la presenza di ampie fasce di popolazione non automunita – minori, anziani – quindi scarsamente dotate in termini di mobilità, che, per effettuare gli acquisti, anche di generi di prima necessità, come gli alimentari, freschi e conservati, e gli articoli cd. di drogheria non food, per la pulizia della casa e della persona, devono spostarsi pedonalmente.

Si tratta di un ambito dove la necessità di creare le condizioni di servizio di prossimità è forte ed evidente, andremo quindi, di seguito, a verificare quale sia l'effettiva dotazione attuale nell'ambito di un raggio di distanza di 500 mt in linea d'aria a partire dal centro dell'area proposta per l'insediamento del nuovo punto vendita (si tratta della distanza ritenuta pedonale sulla base del concetto, urbanistico residenziale, della "*città in 15 minuti*", intesa come distanza entro la quale possono essere assicurate le esigenze quotidiane dei residenti spostandosi a piedi o in bicicletta), che andremo ad incrementare fino a raggiungere la distanza di 1 km, distanza comunque percorribile pedonalmente in situazioni atmosferiche non avverse.

Si è ritenuto, prudentemente, di utilizzare il parametro della distanza in linea d'aria, in quanto sicuramente superiore a quello della distanza misurata pedonalmente (si tratta, ad esempio, del parametro utilizzato per verificare le condizioni di prossimità degli ambiti sensibili nelle normative di contrasto alla ludopatia); la fonte per la presenza di attività commerciali è la cosiddetta Banca Dati Regionale, Sistema Informativo Commercio – 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 2023 (Decreto dirigente unità organizzativa 4 ottobre 2023 – n. 14901 in BURL Serie Ordinaria 6 ottobre 2023 n. 40), ed in particolare le tabelle contenenti i dati anagrafici dei negozi di vicinato, delle medie e delle grandi strutture di vendita autorizzate nella Città di Brescia (fonte: www.regione.lombardia.it, Consistenza commercio al dettaglio in sede fissa).

I dati anagrafici contenuti nelle tabelle pubblicate attraverso il Bollettino Regionale della Regione Lombardia (Sistema Informativo Commercio – 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 2023 (Decreto dirigente unità organizzativa 4 ottobre 2023 – n. 14901 in BURL Serie Ordinaria 6 ottobre 2023 n. 40) sono stati geolocalizzati attraverso GoogleEarth, al fine di permettere una più immediata valutazione della presenza di attività commerciali di prossimità rispetto all'area di via Carducci fronte via Volturno.

Il cerchio di colore giallo comprende l'intorno in un raggio di 500 mt.

In blu quello con raggio 750 mt.

In rosso raggio 1 km.

Per quanto riguarda la presenza di attività commerciali, con riferimento al settore alimentare e misto con prevalenza alimentare, sono indicate in:

rosso le grandi strutture di vendita; si tratta di

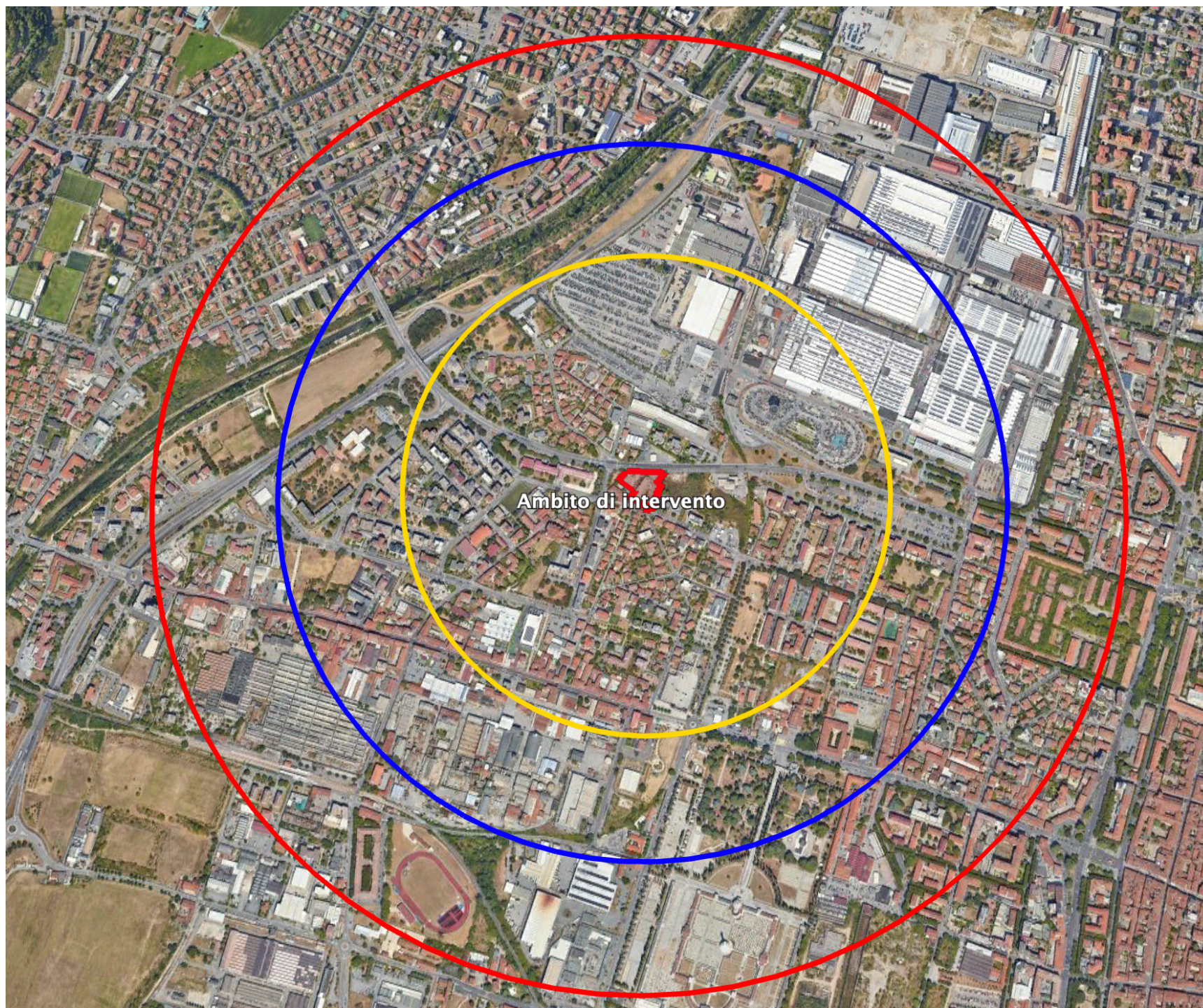
Esselunga, via Milano 50, 2.850 mq di vendita, 1.710 mq alimentari e 1.410 mq non alimentari

verde le medie strutture di vendita:

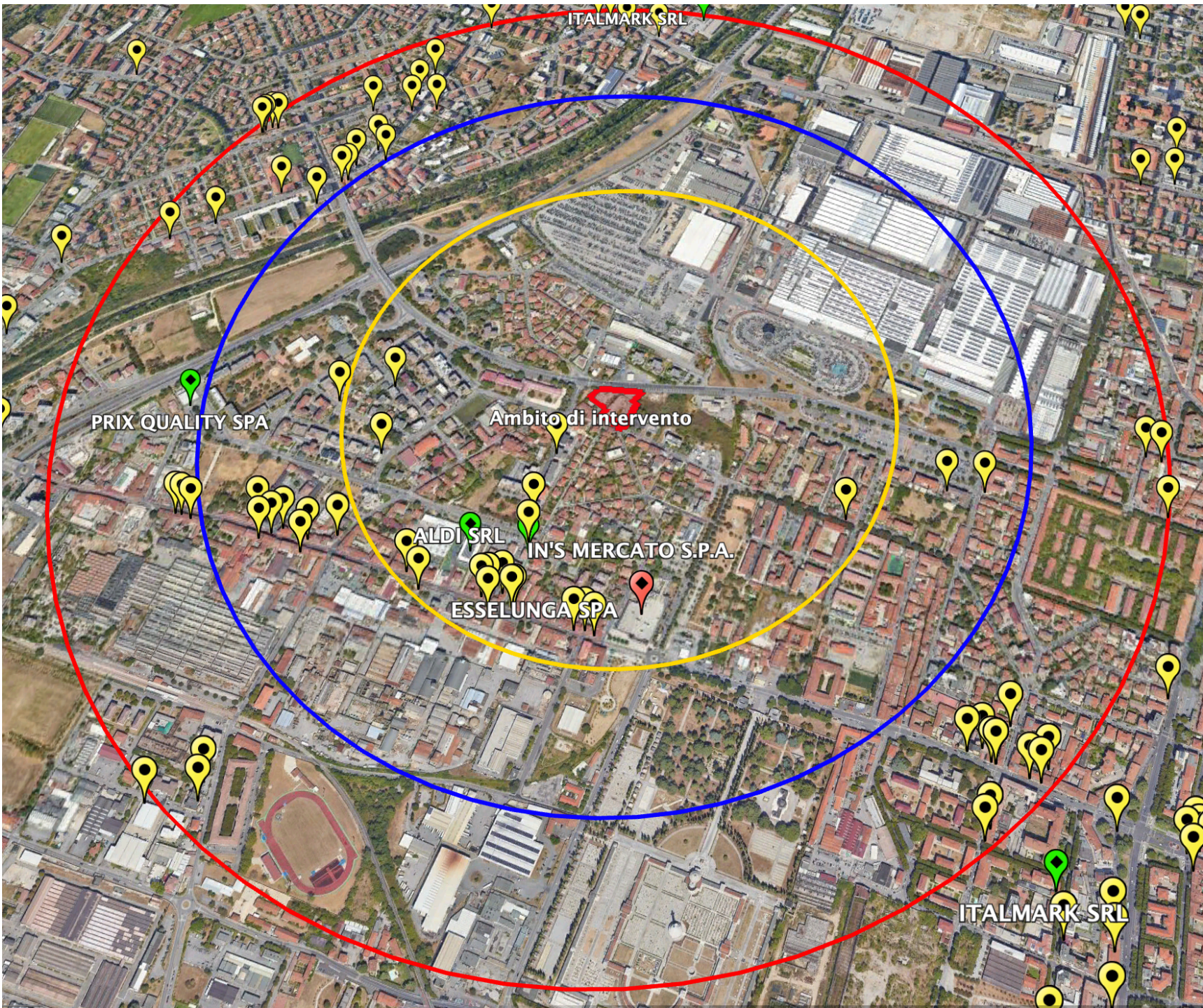
I due punti vendita Italmark sono al di fuori del raggio di 1 km, ma sono stati comunque localizzati in quanto posti a ridosso dell'ambito stesso.

TITOLARE	INDIRIZZO	Sup. Alim.	SUP.non Alim.	Sup. TOTALE
ALDI	Via Nicolini, 5	856	285	1.141
IN'S MERCATO	Via Nicolini, 1	389	166	555
PRIX QUALITY	Via Panigada, 19	514	85	599
ITALMARK .	Via Vender, 18	500	380	880
ITALMARK .	Via Marchetti, 6	960	260	1.220

giallo le attività di vicinato; considerato che si tratta di esercizi la cui apertura e chiusura è soggetta a SCIA (segnalazione certificata di inizio attività), si è riportata solo la localizzazione, rimandiamo al BURL per l'anagrafica complessiva.



Ambito di intervento



La geolocalizzazione del sistema commerciale di vendita di prodotti alimentari evidenzia le carenze riferite all'ambito di insediamento: il nuovo esercizio di via Carducci (fronte Volturno) andrà a rappresentare, per molti consumatori (soprattutto per quelli che risiedono a nord nel quartiere Fiumicello), l'attività di vendita di prodotti di prima necessità più vicina, anche rispetto alle attività di vicinato.

2. VERIFICA DI COMPATIBILITÀ DELL'IMPATTO COMMERCIALE

2.1 Ricadute occupazionali del nuovo punto vendita

Il primo aspetto che andremo a verificare è quello riguardante i posti di lavoro generati dall'intervento, che chiameremo impatto occupazionale attivo; per valutare tale parametro utilizzeremo i dati degli "Addetti per tipologia di vendita (GSV, MSV, EV)" forniti da Regione Lombardia ed aggiornati all'anno 2023, secondo i quali una media struttura di vendita impegna 17,80 addetti ogni 1.000 mq di superficie di vendita per il settore alimentare e 6,90 addetti ogni 1.000 mq di superficie di vendita per il settore non alimentare; quindi la nuova media struttura, con i suoi 877 mq di vendita di cui 702 mq alimentari e 175 mq non alimentari andrà ad occupare circa 14 addetti dipendenti full time equivalent, dei quali 13 riferiti alla vendita di prodotti alimentari e 1 a quella di non alimentari.

Per valutare invece l'impatto occupazionale passivo, andremo in primo luogo a definire l'ambito territoriale sul quale la nuova apertura potrà avere conseguenze.

Per definire il "bacino d'utenza potenziale" faremo riferimento ai parametri definiti da Regione Lombardia nelle "Disposizioni attuative finalizzate alla valutazione delle istanze per l'autorizzazione all'apertura o alla modificazione delle grandi strutture di vendita conseguenti alla d.c.r. 12 novembre 2013 n. X/187 "Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale" di cui alla d.g.r. 20 dicembre 2013, n. X/1193 e ss.mm.ii. (che sostituisce la d.g.r. 4 luglio 2007, n. 5054 e ss.mm.ii.) che all'Allegato 1, tabella 1, attribuisce alle grandi strutture di vendita con superficie fino a 5.000 mq un

bacino d'utenza corrispondente ad un isocrona di 15 minuti di percorrenza automobilistica; applicheremo la stessa isocrona alla media struttura oggetto del presente studio; si tratta di una valutazione estremamente prudentiale, perché presuppone che la media struttura oggetto della presente domanda, di poco meno di 1.500 mq di vendita, possa andare a sviluppare un'attrattività pari a quella di una grande struttura di vendita di dimensioni ben maggiori, fino a 5.000 mq.

All'interno di questa isocrona le condizioni viabilistiche e di traffico riferite al periodo di punta, che in larga parte coincide con agli orari di apertura delle attività commerciali (normalmente compreso tra le ore 8.00 e le ore 21.00), limiteranno le convergenze residenti della Città di Brescia.

Considereremo quale bacino d'utenza l'intero territorio cittadino a causa della prossimità all'ambito di insediamento dello svincolo di collegamento alla Tangenziale Ovest di via Volturno.

In definitiva, il bacino d'utenza potenziale sarà rappresentato dai 196.627 abitanti della Città.

2.2 Impatto sulla rete distributiva

Andremo ora ad individuare la rete di vendita presente nel bacino d'utenza potenziale, con riferimento al settore merceologico alimentare e misto, ovvero alle attività che potranno subire un impatto a seguito dell'apertura del nuovo punto vendita; i dati di riferimento saranno, anche in questo caso, quelli del censimento Sistema Informativo Commercio – 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 2023 (Decreto dirigente unità organizzativa 4 ottobre 2023 – n. 14901 in BURL Serie Ordinaria 6 ottobre 2023 n. 40) riferiti ad attività analoghe a quella oggetto di analisi; per gli esercizi di vicinato, sono stati considerati solo quelli alimentari o misti; per le medie e le grandi strutture di vendita, si sono considerate le attività miste con superficie di vendita alimentare superiore al 10% della superficie totale, in coerenza con quanto disposto a livello urbanistico dall'ultimo comma dell'art. 92 delle Norme Tecniche di

Attuazione del vigente Piano di Governo del Territorio (“... *Le attività miste seguono la disciplina della categoria alimentare, qualora la superficie di vendita alimentare sia superiore al 10% di quella totale* ...”).

Abbiamo quindi 959 esercizi di vicinato alimentari e misti, per un totale di 46.812 mq di vendita.

Le medie strutture di vendita alimentari e miste sono 54 per un totale di 50.948 mq (37.461 mq alimentari e 13.487 mq non alimentari).

Infine, sono presenti 10 grandi strutture di vendita alimentari e miste, per un totale di 76.724 mq, dei quali 27.621 mq alimentari e 49.103 mq non alimentari).

La successiva tabella compara i dati riferiti al Comune di Brescia a quelli della Provincia omonima, con riferimento alla data del 30 giugno 2023: per le attività di vicinato e le grandi strutture di vendita, la dotazione è di molto superiore rispetto alla Provincia, mentre per le medie strutture la situazione è di lieve sottodotazione per il settore alimentare, e di sostanziale allineamento per quello non alimentare.

Tab. 1 - DOTAZIONE DI ATTIVITA' COMMERCIALI						
	VICINATO		MEDIE STRUTTURE		GRANDI STRUTTURE	
	abitanti per esercizio		mq. vendita/1.000 ab.		mq. vendita/1.000 ab.	
	Brescia	BS	Brescia	BS	Brescia	BS
ALIMENTARI	205	301	193,08	209,13	143,42	43,21
NON ALIMENTARI	90	283	489,92	500,39	437,05	88,96

Fonte: ns. elaborazione su Dati Regione Lombardia Osservatorio del Commercio e ISTAT - 30 giugno 2023

La funzione di centralità del Comune di Brescia nell'ambito della sua Provincia non solo ha permesso alla Città di mantenere, soprattutto con riferimento all'area centale, una rete di vicinato vitale ed attrattiva, ma ha anche concentrato nell'ambito periferico cittadino la rete delle grandi strutture di vendita più ampie ed attrattive, poste a servizio dei quasi 200.000 residenti del capoluogo; in questo contesto, ha faticato a svilupparsi la rete delle medie strutture diffuse nel territorio, emersa in altri contesti

metropolitani con funzione di servizio di prossimità, soprattutto per gli acquisti di generi alimentari e di prodotti di largo e generale consumo.

In secondo luogo andremo a stimare qual è il potenziale fatturato che il nuovo punto vendita potrà realizzare e in che misura questo verrà sottratto alle attività esistenti.

Per stimare questo fatturato utilizzeremo i dati più recenti ed aggiornati elaborati dalla dottrina, poiché non sono disponibili dati statistici riguardanti la produttività al mq per le diverse tipologie di vendita provenienti o validati da Enti partecipanti al SiStaN (Sistema Statistico Nazionale) sufficientemente aggiornati.

Per il settore alimentare, utilizzeremo il dato contenuto nell'Annual Report 2020 Conad, che valuta la produttività media degli esercizi della Grande Distribuzione Organizzata per il settore alimentare e misto con prevalenza alimentare in 6.100 euro/mq con riferimento all'anno 2020.

Il fatturato sarà quindi pari a 3,020 milioni di euro, stimato sulla base dei valori di riferimento elaborati utilizzando gli ultimi dati di regionali disponibili (Regolamento Regionale 3/00): per gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita la produttività è rispettivamente pari al 35% ed al 55% di quella delle grandi strutture, e, per il settore non alimentare, il valore è del 40% di quella riferita al settore alimentare; infine, per aggiornare i valori 2020 a quelli attuali, applicheremo l'indice di rivalutazione monetaria dei prezzi al consumo ISTAT Rivaluta (rivaluta.istat.it), ovvero:

Tab. 3 - Valori di riferimento produttività (euro/mq)

GDO alimentare 2020	6.100
Rivalutazione ISTAT	1,166
Valore settembre '22	7.112,60

	alimentare	non alimentare
GDO	7.112,60	2.845,04
Vicinato	2.489,41	995,76
Medie strutture	3.911,93	1.564,77

Tab. 4 - Potenziale fatturato nuovo punto vendita

	Superficie Vendita	Produttività (euro/mq) MS	Potenziale fatturato
Alimentare	702	3.911,93	2,746
Non alimentare	175	1.564,77	0,274
TOTALE (valori in milioni di euro)			3,020

Questi 3,020 milioni di euro saranno sottratti in misura proporzionale rispetto alle superfici di vendita presenti per le diverse tipologie (vicinato, medie e grandi strutture di vendita).

Tab. 5 - Sett. merceologico ALIMENTARE e MISTO

	superficie vendita	Incidenza %
Vicinato	46.812	26,8
Medie strutture	50.948	29,2
Grandi strutture	76.724	44,0
TOTALE	174.484	100

	Incidenza %	Impatto (mln euro)
Vicinato	26,8	0,810
Medie strutture	29,2	0,882
Grandi strutture	44,0	1,328
TOTALE	100	3,020

Ne consegue che l'impatto sulla rete distributiva sarà il seguente:

Tab. 6 - IMPATTO SULLA RETE DISTRIBUTIVA

Sett. merceologico ALIMENTARE e MISTO

	Impatto totale (milioni di euro)	Impatto rete esistente
Impatto su Vicinato	0,810	844,87
n° negozi	959	
Impatto su MS	0,882	173,08 al mq
Sup. Vendita MS	50.948	
Impatto su GS	1,328	
Sup. Vendita GS	76.724	

Per quanto riguarda le attività di vicinato la quota di impatto appare sicuramente trascurabile, sicuramente tale da non comportare la chiusura di nessun esercizio.

Anche per le attività di media struttura l'impatto non appare tale da comportare la cessazione degli esercizi esistenti e neppure un ridimensionamento degli addetti alla vendita; la quota di fatturato sottratta verosimilmente non risulterà percepibile rispetto al fatturato complessivo, e in ogni caso potrà essere recuperata attraverso interventi sulle strategie aziendali e razionalizzazioni sui centri di costo, senza incidere sui livelli occupazionali attuali.

2.3 Integrazione con le altre tipologie di vendita - Verifica della conformità con i criteri regionali di programmazione del settore commerciale

Il Comune di Brescia è inserito nell'“Ambito Urbano dei Capoluoghi”; di seguito andremo a verificare la conformità dell'intervento oggetto della presente domanda con gli obiettivi di sviluppo previsti dalla Deliberazione Consiglio Regionale 18 ottobre 2022, n. XI/2547 "Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale (PTSSC)" per tale ambito.

Prioritaria riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, anche tramite ampliamento e trasferimento che favoriscano l'integrazione con altre funzioni para-commerciali e di servizio

La nuova media struttura di vendita mista con prevalenza alimentare si inserisce in un ambito caratterizzato da una forte dotazione per quanto riguarda il servizio commerciale, anche per le attività di vicinato; la nuova apertura non potrà che potenziare la funzione di polarità in ambito pedonale (Città dei 15 minuti), con evidente miglioramento dell'integrazione fra le diverse funzioni presenti nel tessuto urbano consolidato.

Valorizzazione dell'attrattività consolidata degli addensamenti commerciali urbani (mediante i distretti urbani del commercio) favorendo l'integrazione con il patrimonio storico ed architettonico e culturale presente rafforzando l'offerta commerciale con le altre funzioni di attrattività urbana (attività para-commerciali, artigianali, pubbliche) e promozione del loro servizio commerciale aggregato

Si confermano le considerazioni già proposte per l'obiettivo precedente; pur non sperando che l'introduzione di una nuova attività commerciale possa ridefinire a tal punto la zona tanto da proporla per l'inclusione nel perimetro del Distretto del Commercio, si auspica che il servizio introdotto possa qualificare in senso positivo, anche in termini di presidio, l'ambito cittadino.

Forte disincentivo alla apertura e all'eccessivo ampliamento di grandi strutture di vendita, in particolare su aree libere, realizzate favorendo con misure premiali la rigenerazione di complessi commerciali esistenti da ammodernare e anche in relazione alla loro efficienza energetica, anziché l'apertura di nuove GSV nel medesimo contesto territoriale/bacino primario

L'intervento riguarda una media struttura e si inserisce in un ambito di riqualificazione totalmente intercluso nell'abitato, assolutamente in coerenza con l'obiettivo regionale proposto.

Massima attenzione nella pianificazione territoriale in relazione alla localizzazione di attività commerciali di media e grande dimensione in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico con particolare riferimento alle stazioni ferroviarie, anche attraverso una differente modulazione della dotazione richiesta di spazi per la sosta veicolare

L'ambito di insediamento, posto a ridosso del nucleo di antica formazione della frazione di Fiumicello e in prossimità di uno dei principali insediamenti industriali cittadini, risulta da sempre ben servito dal sistema di trasporto urbano offerto da Brescia Trasporti S.p.A., per quanto riguarda il collegamento con le altre parti della Città e della Provincia attraverso il servizio su gomma e l'integrazione con il servizio di trasporto pubblico su ferro.

Attenta pianificazione a livello locale delle attività di media dimensione nelle aree urbane in presenza di strumenti di aggregazione di imprese (distretti urbani del commercio o reti di impresa) al fine di programmare sinergicamente lo sviluppo del commercio in ambito urbano e periurbano

Richiamiamo le considerazioni già proposte sul miglioramento oggettivo della dotazione commerciale che la nuova media struttura realizzerà con riferimento ad un ambito territoriale caratterizzato da forti carenze di servizio.

Azioni per la valorizzazione dei negozi storici e di storica attività anche attraverso azioni mirate alla conservazione e alla tutela della configurazione architettonica dello spazio urbano e di vendita, per il riuso dei locali sfitti al fine di rilanciare le attività “su strada”

L'attività andrà ad inserirsi in ambito periferico, dove potrà tuttavia svolgere un'importante funzione di “presidio del territorio”, attualmente assente.

Particolare attenzione alla gestione e agli impatti della logistica urbana a servizio del commercio al dettaglio e in particolare quella connessa alle diverse forme dell'e-commerce

L'attività non prevede spazi destinati ad attività di e-commerce attraverso il servizio cosiddetto “drive”, di ritiro della spesa ordinata on line; non sono quindi configurabili criticità logistiche, in termini di orari e di approvvigionamento dell'attività, legati a questa particolare modalità di vendita.

3. VERIFICA DELLA SOVRACOMUNALITÀ DELL'INTERVENTO

Procederemo ora ad effettuare la verifica del carattere sovracomunale dell'istanza di rilascio dell'autorizzazione commerciale di media struttura di vendita sulla base di quanto disposto da Regione Lombardia, che nella D.g.r. 5 dicembre 2007, n. VIII/6024: *“... la struttura assume carattere sovracomunale qualora il peso insediativo del Comune, costituito dal rapporto tra residenti e addetti e superfici di vendita sia uguale o inferiore a 1,5. Il suddetto peso insediativo è dato dalla somma di residenti e addetti occupati in unità locali in relazione alla superficie di vendita richiesta e a quelle di media struttura già esistenti ...”*.

In termini numerici, ciò equivale a dire che se la somma dei residenti e degli addetti, divisa per la superficie di vendita autorizzata per medie strutture è superiore a 1,5, l'istanza di rilascio dell'autorizzazione commerciale di media struttura di vendita non riveste carattere di sovracomunalità, in quanto vi è un numero di consumatori sufficiente ad assicurare il corretto dimensionamento della rete distributiva, senza dover ricorrere a convergenze da parte dei Comuni limitrofi; qualora la domanda avesse carattere di sovracomunalità, per procedere al rilascio dell'autorizzazione, si dovrà acquisire il parere, obbligatorio ma non vincolante, dei comuni contermini.

Per la Città di Brescia, sulla base dei dati ufficiali disponibili (banca dati Regione Lombardia, D.d.u.o. 28 ottobre 2022, n. 15537, Osservatorio del commercio: sistema informativo commercio – 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 2023 e Data Warehouse Censimento Istat Industria e Servizi 2011), il rapporto è il seguente:

A.	Residenti al 31/07/2023:	196.627
	Addetti Cens. ISTAT 2011:	84.822
	<i>residenti + addetti =</i>	281.449
B.	Superficie MS esistenti:	134.295
	Superficie nuova attività:	877
	<i>Superficie Vendita TOTALE</i>	135.172
Rapporto SOVRACOMUNALITA' (A/B) =		2,08

Quindi la domanda NON ha carattere di sovracomunalità ai sensi della D.g.r. 5 dicembre 2007, n. VIII/6024, non deve pertanto essere acquisito il parere dei Comuni contermini.