

# Piano del Commercio della provincia di Mantova





**PROVINCIA DI MANTOVA**  
**ASSESSORATO ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE**

**Assessore alle Attività Produttive**

Ezio Zani

**Il Dirigente**

Giovanni Urbani

**Responsabile**

Olga Formigoni

**Coordinamento**

Paola Commellini

**Hanno collaborato alla stesura del Piano**

Arianna Acerbi, Luisa Catelli, Patrizia Grisotto, Marco Guaita, Giuseppe Magro, Elena Melara, Elena Molinari, Stefano Pasquali, Giorgio Redolfi, Roberta Righi, Chiara Sarzi Braga, Paolo Trevisani.



## PIANO DEL COMMERCIO DELLA PROVINCIA DI MANTOVA

Il nuovo *Piano del Commercio della provincia di Mantova*, si pone l'obiettivo di rendere più equilibrato e selettivo il quadro delle opportunità di sviluppo per il settore commerciale.

Di qui l'esigenza di un ripensamento complessivo dei contenuti strategici e operativi della pianificazione commerciale provinciale in un'ottica di più efficace selezione e promozione dei processi di miglioramento della competitività, di riqualificazione e di sviluppo equilibrato dei territori.

La liberalizzazione del commercio, varata dal Governo con la riforma Bersani, ha determinato una spinta sul fronte dei negozi di piccole superfici così come la rete delle strutture di media dimensione ha continuato la sua fase espansiva.

Stesso discorso per la grande distribuzione organizzata che, grazie alle nuove progettazioni, ha visto la nascita di costruzioni, in media, sempre più grandi anche se il numero delle grandi strutture sta iniziando a rallentare. Infatti dal 2004, anno di approvazione del primo Piano del Commercio della provincia di Mantova, al 31/12/2007, termine ultimo di rilevazione dei dati del presente Piano, sono state rilasciate solamente tre autorizzazioni per nuove aperture di punti vendita della grande distribuzione di cui una che prevede il recupero di un sito dismesso, la seconda rilasciata in ottemperanza ad una sentenza del TAR di Brescia e l'altra relativa a un ampliamento di soli 421 mq.

In una visione generale, la mappa dei servizi della moderna distribuzione vede nel Centro-Nord del Paese un'offerta di strutture commerciali paragonabile alle medie europee, con una spiccata propensione per l'apertura di medie strutture di vendita, mentre il Sud del Paese non ha particolarmente favorito gli investimenti nelle grandi strutture commerciali.

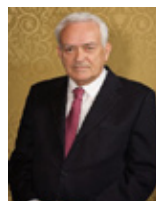
Elemento innovativo del nuovo Piano del Commercio è la particolare attenzione dedicata alla tutela della domanda commerciale con il tentativo di garantire un servizio capillare e di qualità ai consumatori che non aumenti il livello di inquinamento ambientale. Nella provincia di Mantova la dotazione di superficie in medie e grandi strutture è notevolmente superiore a quella di piccoli esercizi specializzati; un assetto adeguato del commercio di vicinato fornisce un contributo cruciale alla qualità della vita delle popolazioni, soprattutto di quelle più anziane, e alla vivibilità e capacità di aggregazione dei centri urbani e delle località minori. Il Piano esprime l'esigenza di una crescita ad impatto zero, in termini di superfici e di externalità negative, da qui l'importanza di razionalizzare e riqualificare le strutture esistenti e attualmente dismesse presenti sul territorio provinciale, rilevate direttamente presso i Comuni.

La particolare attenzione dedicata agli aspetti ambientali trova riscontro anche nella relazione inserita in appendice, che fornisce le indicazioni di parametri qualitativo-prestazionali riguardanti materiali, tecnologie, elementi costruttivi finalizzati ad assicurare la qualità degli interventi in rapporto all'efficienza energetica, alla riduzione dell'inquinamento e al risparmio di risorse naturali.

Il Piano del Commercio è stato un formidabile esempio di concertazione vista la condivisione dei contenuti del documento da parte di tutte le amministrazioni locali.



Avv. Ezio Zani  
Assessore alle Attività Produttive



Prof. Maurizio Fontanili  
Presidente della Provincia





PROVINCIA DI MANTOVA

**Settore Agricoltura, Attività Produttive, Caccia e Pesca**

# **PIANO DEL COMMERCIO DELLA PROVINCIA DI MANTOVA**

**PIANO DI SETTORE  
DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE  
NELLA PROVINCIA DI MANTOVA**



# INDICE

## RELAZIONE GENERALE

Pag.

(INTRODUZIONE)

### **1) Contenuti e Obiettivi del Piano del Commercio**

1.1) Inquadramento normativo	12
1.2) Priorità, obiettivi e linee di azione del Piano	13
1.3) Articolazione del Piano	14
1.4) Valutazione adozione Piano del Commercio della Provincia di Mantova	16
1.5) Esiti ed efficacia applicativa della programmazione precedente	17

(ANALISI)

### **2) La provincia di Mantova: il quadro demografico**

2.1) Il territorio e la struttura demografica nel contesto regionale	20
2.2) la popolazione mantovana residente al 31/12/2007	23

### **3) La rete distributiva**

Premessa	38
3.1) La distribuzione al dettaglio in Lombardia: confronto interprovinciale	39
3.1.1) <i>Il dettaglio in sede fissa</i>	41
3.1.2) <i>Il commercio su aree pubbliche</i>	45
3.2) La distribuzione al dettaglio in provincia di Mantova	47
3.2.1) <i>Analisi di livello provinciale</i>	47
3.2.2) <i>Analisi per circondari</i>	62
3.2.3) <i>Analisi di livello comunale</i>	84

## INDIRIZZI NORMATIVI

### **4) Verso una nuova strategia per il commercio**

4.1) Priorità programmatiche desumibili dal quadro conoscitivo	90
4.2) Il riuso di siti dismessi	95
4.3) Le politiche per il rilancio commerciale dei centri storici	108



## **5) Indirizzi normativi per la Grande e la Media Distribuzione**

5.1) Obiettivi di urbanistica commerciale e indirizzi per i comuni	109
5.2) Indirizzi normativi del Piano del Commercio	111
5.2.1) <i>Obiettivi</i>	111
5.2.2) <i>PTCP e Piano del Commercio</i>	112
5.2.3) <i>Iniziative commerciali rilevanti</i>	113
5.2.4) <i>Contenuti minimi in campo commerciale dell'azione di governo del territorio da parte dei comuni</i>	113
5.2.5) <i>Ruolo della Provincia in sede attuativa: modalità e strumenti</i>	114
5.2.6) <i>Estensione sovra-comunale da considerare nella valutazione preventiva dei Piani attuativi in relazione alle dimensioni delle iniziative commerciali</i>	115
5.2.7) <i>Monitoraggio della rete di vendita</i>	116
5.3) Le Medie strutture di vendita	117
5.3.1) <i>Indirizzi ai comuni per l'adozione di criteri per il rilascio delle autorizzazioni all'esercizio dell'attività delle Medie Strutture di Vendita</i>	117
5.3.2) <i>Modalità per l'individuazione e procedure per l'attuazione delle aggregazioni commerciali rilevanti</i>	118
5.4) La perequazione territoriale	119

## **6) Gli strumenti urbanistici comunali**

6.1) Riferimenti normativi	121
6.2) Criteri per l'individuazione negli strumenti urbanistici comunali delle aree da destinare alla media e alla grande distribuzione	121
6.3) Gli indirizzi per la pianificazione degli insediamenti della Grande Distribuzione Organizzata	122
6.4) L'accordo di programma	122

## **7) La Conferenza di Servizi**

7.1) Autorizzazione dei punti vendita della grande distribuzione	124
7.2) Compatibilità con il quadro programmatico	124
7.3) Indirizzi normativi di carattere ambientale	125
7.3.1) <i>Premessa</i>	125
7.3.2) <i>Gli aspetti ambientali nel quadro normativo del commercio</i>	126
7.4) I principi di compatibilità ambientale applicati attraverso il quadro normativo vigente: Valutazione Ambientale Strategica, Valutazione di Impatto Ambientale, Valutazione di Incidenza	128
7.5) Compatibilità con il quadro infrastrutturale	131

## **APPENDICE**

### **CRITERI PUNTUALI PER LE MODALITÀ DI COMPENSAZIONE E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI**

A.1) Per la componente acqua	132
A.2) Per la componente aria	133
A.3) Per la componente rifiuti	133
A.4) Per la componente suolo, sottosuolo e territorio	133
A.5) Per la componente rumore	133
A.6) Per la componente trasporti e mobilità	134
A.7) Per la componente energia	134
A.8) Per la componente elettromagnetismo	136
A.9) Per la componente ambiente naturale ed ecosistemi	136
A.10) Per la componente sicurezza, comfort e salubrità	137

### **PARAMETRI DI RIFERIMENTO DELLO STUDIO DI IMPATTO RELATIVI AGLI ASPETTI DELLA VIABILITÀ E DEL TRAFFICO**

A) Premessa	137
A.1) Modello per la verifica dell'impatto sulla rete stradale sulla base delle superfici di parcheggio annesse alla nuova struttura di vendita	138
A.2) Definizione dello stato di fatto	141
A.2.1) Inquadramento territoriale	141
A.2.2) Sistema dei parcheggi	141
A.2.3) Sistema dei trasporti	142
A.3) Definizione del quadro futuro	142
A.3.1) Sistema dei parcheggi	142
A.3.2) Sistema dei trasporti	143
A.4) Elaborazioni richieste	144
A.5) Note operative	145



# **RELAZIONE GENERALE**

## **Introduzione**

## 1) CONTENUTI E OBIETTIVI DEL PIANO DEL COMMERCIO

### 1.1) Inquadramento normativo

Il Piano del Commercio della Provincia di Mantova è lo strumento di programmazione dello sviluppo del commercio sul territorio provinciale finalizzato ad orientare in senso equilibrato e sostenibile la diffusione delle strutture commerciali e costituisce strumento di integrazione e specificazione del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP) nell'ambito delle competenze della Provincia in materia di commercio. Esso si inserisce in un contesto normativo incardinato, sul versante della legislazione nazionale, nel D. Lgs. 114/1998 "riforma della disciplina del commercio" (c.d. Decreto Bersani) e, sul versante della legislazione regionale, nella Legge Regionale n. 14/1999 "Norme in materia di attuazione del D. Lgs. 31 marzo 1998, n. 114". La normativa regionale citata delinea le competenze della Provincia in materia di programmazione commerciale, così come definite dal Decreto Legislativo n. 114/1998.

Tale Decreto opera una riforma radicale del settore del commercio basata:

- sull'eliminazione delle licenze per gli esercizi di vicinato (esercizi con superficie di vendita fino a 150 mq. di vendita nei Comuni inferiori a 10.000 abitanti e fino a 250 mq. di superficie nei Comuni maggiori) e la previsione di una semplice comunicazione al Comune competente per territorio;
- sulla programmazione comunale delle medie strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita fino a 1.500 mq. di vendita nei Comuni inferiori a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. di vendita nei Comuni maggiori) attraverso l'approvazione, da parte dei comuni, dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni commerciali;
- sulla programmazione concertata tra Comune, Provincia e Regione per il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento e all'ampliamento di punti vendita della grande distribuzione (esercizi con superficie di vendita superiore ai limiti previsti per le medie strutture di vendita) attraverso una Conferenza di servizi.

La Regione Lombardia è intervenuta sulla materia del commercio con una propria normativa che ha fissato in modo più preciso e rigido alcuni passaggi del procedimento autorizzatorio sia delle Medie Strutture che della Grande Distribuzione Organizzata.

Tra le novità normative di maggiore rilievo, emerge soprattutto la non previsione di obiettivi di sviluppo per le aperture di nuove Grandi Strutture di Vendita, pur non prevedendo un impedimento assoluto all'apertura di nuovi insediamenti, che diventa elemento di valutazione della compatibilità e sostenibilità commerciale. Le modalità di valutazione delle domande per l'apertura e la modificazione dei punti di vendita della grande distribuzione vedono una verifica non solo delle condizioni di compatibilità (commerciale, urbanistica, con il quadro ambientale e con quello infrastrutturale e viabilistico) ma anche di una nuova verifica delle condizioni di sostenibilità dell'intervento in relazione al contesto socio-economico, territoriale e ambientale di riferimento.

Ulteriori elementi di novità sono costituiti dalla differente procedura in caso di apertura di grandi strutture aventi superfici di vendita superiori a mq. 15.000, consentita esclusivamente nell'ambito di strumenti di programmazione negoziata previsti dalla normativa statale e regionale vigenti, dalla D.G.R. n. 8/7182 del 24 aprile 2008 che introduce disposizioni particolari per interventi relativi a strutture

commerciali aventi superfici di vendita non inferiori a mq. 30.000, dalla disciplina del procedimento autorizzatorio e dalle modalità di valutazione delle domande di autorizzazione in sede di Conferenza dei servizi. Dal punto di vista dell'urbanistica commerciale, spiccano le considerazioni sull'impatto territoriale delle grandi strutture di vendita e le indicazioni alle Province per la predisposizione dei PTCP in base a quanto previsto dalla L.R. 12/2005, così come stabilito dalla D.C.R. n. VIII/352 "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge regionale 23 luglio 1999, n. 14".

Rilevanti sono anche gli indirizzi per la pianificazione commerciale da seguire nella predisposizione degli strumenti urbanistici comunali contenuti nella D.G.R. n. 8/5913 del 21 novembre 2007 "Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale".

Il Piano del Commercio è individuato quale Piano di Settore, strumento di attuazione ed approfondimento diretto del PTCP. In armonia con i contenuti del PTCP, il Piano del Commercio della Provincia di Mantova pianifica e governa la rete commerciale, in particolare gli insediamenti di rilevanza sovracomunale.

Proprio per la valenza sovracomunale della programmazione commerciale operata, la Provincia ha avviato un'analisi approfondita dei potenziali problemi ambientali pertinenti al Piano con una articolata stima degli impatti. Il Piano è stato sottoposto al procedimento di verifica di esclusione dalla Valutazione Ambientale Strategica (VAS), così come previsto dagli indirizzi generali per la VAS approvati con D.C.R. 13 marzo 2007, n. VIII/351 e gli ulteriori adempimenti di disciplina approvati dalla Giunta regionale con le Deliberazioni n. 8/6420 del 27 dicembre 2007 e n. 8/7110 del 18 aprile 2008. È indubbio, infatti che tutti gli insediamenti commerciali di rilevanza sovracomunale determinano un impatto significativo sull'ambiente e sul territorio.

L'Unità Operativa Attività Produttive si è occupata della stesura del Piano in sinergia con le altre unità organizzative interessate dell'Ente, coinvolgendo e consultando nel contempo le espressioni socioeconomiche, istituzionali e sindacali del territorio. Il carattere partecipativo che ne deriva investe così due fronti, quello interno all'Ente e quello esterno, delle realtà locali, rendendo il Piano del Commercio strumento di programmazione condiviso anche dai soggetti nella cui sfera andrà a svolgere la sua efficacia.

## **1.2) Priorità, obiettivi e linee di azione del Piano**

Il Piano del Commercio della Provincia di Mantova è lo strumento di programmazione dello sviluppo del commercio sul territorio provinciale finalizzato ad orientare in senso equilibrato e sostenibile la diffusione delle strutture commerciali.

Il quadro conoscitivo che andremo a delineare, l'analisi della rete e l'indagine sui consumi delle famiglie, consentirà di promuovere una pianificazione commerciale che induca il tessuto imprenditoriale a porre una maggiore attenzione alla tutela della domanda commerciale garantendo la qualità dei servizi resi ai consumatori.

Dal punto di vista insediativo è importante garantire infrastrutture, servizi per la popolazione, un'articolazione capillare della rete dei servizi pubblici e lo sviluppo della polifunzionalità per integrare il commercio con altre funzioni complementari già insediate.

Sotto l'aspetto della qualificazione del territorio e del miglioramento della qualità dell'ambiente, sono favoriti i piani di recupero di strutture già esistenti e attualmente in disuso per evitare il consumo di suolo libero. Dello stesso avviso è il Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006 - 2008 della Regione Lombardia che, al § 5.1, esprime l'esigenza di una crescita delle Grandi Strutture di Vendita ad impatto zero, in termini di superfici e di esternalità negative.

Altro obiettivo di fondo è la necessità di non aumentare il livello di inquinamento ambientale, di garantire il risparmio energetico e idrico e di non incrementare il traffico veicolare che in più parti del territorio provinciale appare ormai a livelli di elevata criticità, così come evidenziato dal rapporto ambientale allegato.

Si evidenzia, inoltre, l'importanza di rilanciare il commercio nei centri storici e i servizi presenti nei contesti urbani, così da creare loro le condizioni per una maggiore capacità di competere con la grande distribuzione organizzata.

Nel caso di previsioni di punti vendita della grande distribuzione, saranno attivate procedure di decisione partecipata tra la Provincia e i comuni limitrofi all'area di intervento per attivare una forma di perequazione territoriale al fine di sostenere il piccolo commercio e la rivitalizzazione dei centri storici, anche attraverso iniziative di valorizzazione della loro capacità di attrazione commerciale e turistica.

### **1.3) Articolazione del Piano**

Il Piano del Commercio della Provincia di Mantova si articola in due parti:

#### **Parte I**

- Analisi demografica
- Analisi della rete distributiva,

#### **Parte II**

- Indicazioni ai Comuni per le autorizzazioni alle Medie Strutture di Vendita
- Indirizzi Normativi e Procedure per autorizzazioni alle Grandi Strutture di Vendita.

Nella Parte I - Relazione Generale, a carattere descrittivo, viene analizzato l'assetto della rete distributiva mantovana, a livello provinciale e locale (circondari), dopo aver delineato il contesto demografico in cui si colloca, contesto di cui vengono evidenziate le caratteristiche strutturali e dinamiche.

L'indagine conoscitiva è stata condotta con la collaborazione dei Comuni ai quali è stato chiesto di trasmettere i dati relativi agli esercizi commerciali in sede fissa e su aree pubbliche.

Parallelamente è stata impostata e condotta un'indagine, a campione, in nove Comuni che per dimensione, tipo di esercizi commerciali presenti e collocazione geografica, risultano rappresentativi di tutto il territorio provinciale. Il questionario, sulle abitudini di acquisto e consumo nella Provincia di Mantova, è stato predisposto in collaborazione con il Servizio Statistica dell'Ente e contempla un campione di cittadini suddivisi tra maschi e femmine e per fasce di età. Inoltre, è stato chiesto ai Comuni di segnalare eventuali "siti dismessi", intendendo con tale definizione i siti che per metratura e cubatura di una certa rilevanza, potrebbero per esempio essere stati adibiti, in precedenza, a fabbrica, centro commerciale o attività artigianale.

Nella Parte II – Sono contenute indicazioni ai Comuni per il rilascio delle autorizzazioni commerciali per la media distribuzione, in base all’art. 4.5 del Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008, che prevede l’adozione di appositi criteri per la disciplina del procedimento autorizzatorio delle Medie Strutture di Vendita, e delle disposizioni attuative approvate con D.G.R. 5 dicembre 2007 n. 8/6024, così come modificata dalla D.G.R. 23 gennaio 2008 n. 8/6494.

In merito alle Grandi Strutture di Vendita si forniscono indirizzi, direttive e prescrizioni per gli strumenti urbanistici comunali, in relazione alla loro localizzazione, e si definiscono i criteri per l’esame, da parte della Provincia, delle relative domande di autorizzazione, dettando al contempo i parametri di riferimento dello studio di impatto, relativi agli aspetti della viabilità, dell’ambiente e del traffico.

In rapporto al PTCP della Provincia di Mantova, la Relazione Generale e gli Indirizzi Normativi per la grande distribuzione del Piano del Commercio costituiscono integrazione, rispettivamente, della Relazione Illustrativa e degli Indirizzi Normativi del Piano Territoriale di Coordinamento.

Attraverso il confronto con gli atti di pianificazione di livello regionale e comunale, attraverso le azioni di monitoraggio della rete di vendita e della struttura demografica, quindi attraverso l’analisi della “pressione commerciale” sul territorio, il Piano del Commercio della Provincia di Mantova assume una configurazione dinamica: esso verrà aggiornato di anno in anno seguendo da vicino l’evoluzione di domanda ed offerta commerciale, tenendo peraltro conto del contesto infrastrutturale ed ambientale entro cui il Piano stesso è chiamato ad operare.

La scelta di attribuire una configurazione dinamica al Piano è anche coerente con l’esigenza di uniformarsi alla programmazione di livello regionale, in particolare al Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006–2008 della Regione Lombardia e agli Indirizzi Generali per la Programmazione Urbanistica del Settore Commerciale. Tali strumenti programmatori di rilevanza regionale, infatti, vengono richiamati dall’art. 4, comma 2 della L.R. n. 14/99 in riferimento ai piani territoriali di coordinamento delle Province: le disposizioni del PTCP in materia di punti vendita della grande distribuzione devono appunto tener conto degli obiettivi indicati dal Programma Triennale regionale.

In linea con le disposizioni del PTCP e ai fini del presente Piano, il territorio provinciale è suddiviso in quattro circondari rilevanti ai fini della pianificazione territoriale degli insediamenti commerciali:

- **Circondario A** – Alto mantovano – composto da 21 comuni  
Acquanegra sul Chiese, Asola, Canneto sull’Oglio, Casaloldo, Casalromo, Casalromano, Castel Goffredo, Castiglione delle Siviere, Cavriana, Ceresara, Gazoldo degli Ippoliti, Goito, Guidizzolo, Mariana Mantovana, Medole, Monzambano, Piubega, Ponti sul Mincio, Redonesco, Solferino, Volta Mantovana.
- **Circondario B** – Viadanese – Oglio – Po – composto da 10 comuni  
Bozzolo, Commessaggio, Dosolo, Gazzuolo, Marcaria, Pomponesco, Rivarolo Mantovano, Sabbioneta, San Martino dell’Argine, Viadana.
- **Circondario C** – Oltrepò mantovano – composto da 23 comuni  
Borgofranco sul Po, Carbonara di Po, Felonica, Gonzaga, Magnacavallo, Moglia, Motteggiana, Ostiglia, Pegognaga, Pieve di Coriano, Poggio Rusco, Quingentole, Quistello, Revere, San Benedetto Po, San Giacomo delle Segnate, San Giovanni del Dosso, Schivenoglia, Sermide, Serravalle a Po, Sustinente, Suzzara, Villa Poma.





d'attuazione. Rispetto al Piano del Commercio della Provincia di Mantova, la valutazione verifica la coerenza tra obiettivi prefissati, risultati progressivamente ottenuti ed evoluzione del contesto di riferimento.

In funzione di ciò, gli elementi d'analisi presi in considerazione dalla valutazione sono tre:

- lo stato d'attuazione dell'intervento sotto il profilo procedurale (eventuali problemi per l'Ente, i 70 Comuni, la Regione e il privato);
- l'analisi dell'efficienza realizzativa, intesa come misurazione della coerenza tra le risorse mobilitate (finanziarie ed umane) ed i risultati ottenuti;
- l'analisi dell'efficacia esterna (o sociale), intesa come valutazione della capacità degli interventi di contribuire all'ottenimento degli impatti previsti (alla luce dei risultati conseguiti circa gli obiettivi specifici e dell'evoluzione di uno sviluppo commerciale compatibile nel contesto provinciale come obiettivo generale).

La valutazione dell'adozione del Piano del Commercio della Provincia di Mantova è elemento essenziale per individuare elementi di criticità e per far nascere esigenze di modifica dell'intervento integrato rispetto quanto stabilito nel piano originale: in tal modo il PCPM può diventare migliorativo di se stesso ed in continua evoluzione.

Lo sforzo della Provincia di Mantova nel valutare l'adozione del Piano del Commercio della Provincia di Mantova è un'innovativa attività cognitiva destinata principalmente a produrre effetti esterni tesi a soddisfare i bisogni del territorio.

## **1.5) Esiti ed efficacia applicativa della programmazione precedente**

Il precedente Piano del Commercio della Provincia di Mantova, approvato dalla Giunta Provinciale con Delibera n. 233 del 15 luglio 2004, ha rappresentato il primo strumento programmatico, a livello sovracomunale, della diffusione della distribuzione commerciale sul territorio provinciale. Nel periodo di vigenza del Piano si è registrata una larga diffusione delle Medie strutture di vendita ed è stato confermato il trend positivo della Grande distribuzione Organizzata con tre domande di apertura di insediamenti commerciali conclusi dal 2004 ad oggi con mq. 18.600 di superficie di vendita autorizzata di cui mq. 5.650 di superficie alimentare e mq. 12.950 di superficie non alimentare.

In particolare la grande distribuzione organizzata è oggi largamente diffusa sul territorio provinciale ed ha raggiunto livelli di criticità nel circondario D sia nel settore alimentare che in quello non alimentare, mentre nel circondario A la criticità si registra solo nel settore alimentare.

La diffusione delle medie e grandi strutture di vendita, dei pubblici esercizi, dei mercati su suolo pubblico e il proliferare dei mercati contadini, consentono di poter contare su un articolato arco di servizi in ciascuno dei circondari della Provincia.

Analizzando alcuni degli obiettivi principali del Precedente Piano del Commercio si può fare una prima valutazione di impatto degli stessi.

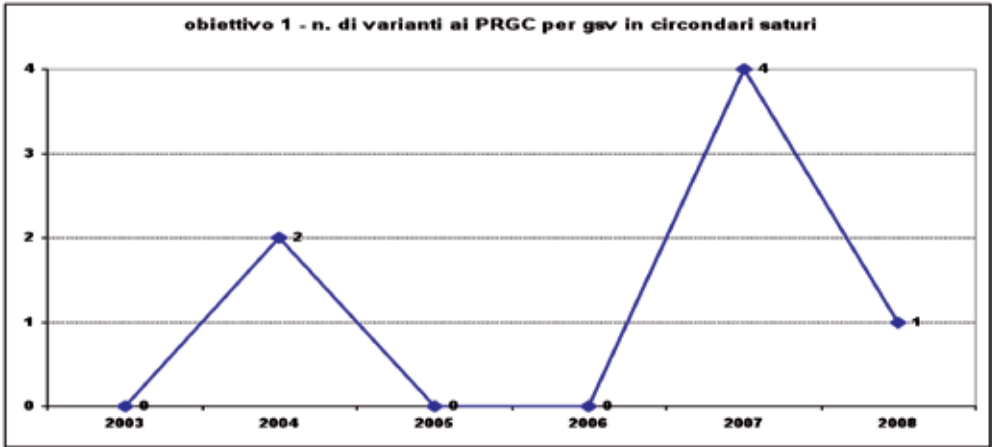
L'indicatore utilizzato per questa verifica è il numero, nell'anno solare, di varianti ai PRG di comuni in circondari saturi in cui sono previste zone a grande distribuzione commerciale.

In particolare, l'analisi dell'obiettivo "*Orientare lo sviluppo del commercio nel territorio provinciale in senso equilibrato e sostenibile*", è stato declinato al fine di indirizzare lo sviluppo commerciale previsto negli

strumenti urbanistici comunali evitando la concentrazione delle aree destinate a grande distribuzione nei comuni compresi in circondari saturi.

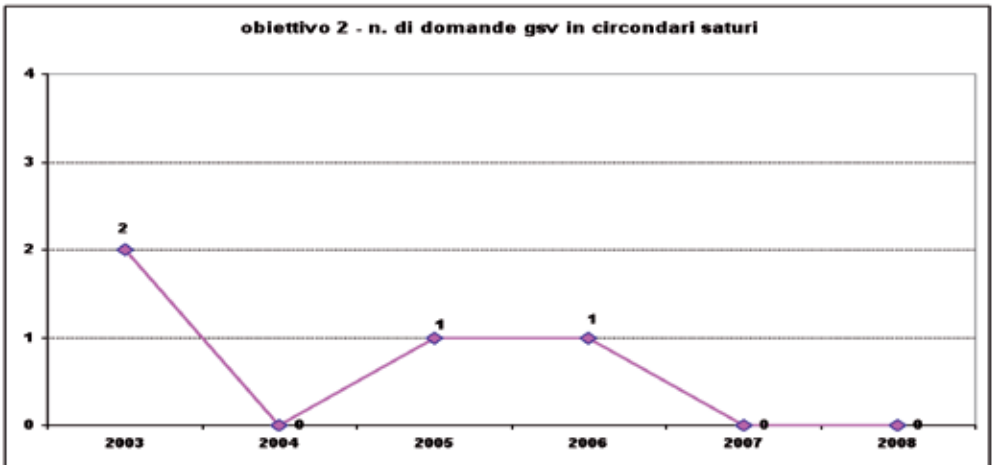
L'obiettivo prefissato era la mancata previsione di nuovi insediamenti della grande distribuzione organizzata e il risultato rilevato è quello espresso nella Fig. 1.1.

Fig. 1.1



L'analisi dell'obiettivo "Definire i criteri per l'espressione del parere della Provincia in sede di Conferenza di Servizi per il rilascio delle autorizzazioni di apertura o trasferimento per le grandi strutture di vendita" è stato individuato al fine di rilevare le domande presentate nell'anno solare per l'apertura di grandi strutture di vendita in circondari saturi e il risultato conseguito è quello espresso nella Fig. 1.2.

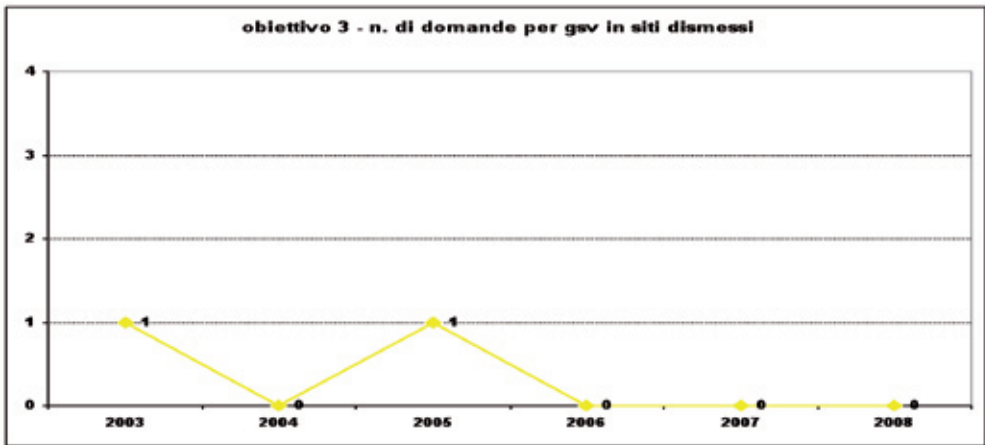
Fig. 1.2



L'analisi dell'obiettivo "Riutilizzare contenitori edilizi che, nati per finalità produttive o militari, possono essere utilmente riconvertiti in strutture commerciali" si pone in un'ottica di contenimento dell'utilizzo di terreni produttivi in quanto uno degli impatti più negativi che l'insediamento della media e grande distribuzione provoca sul territorio attiene proprio al consumo di suolo. Il Piano del Commercio incentiva il riuso dei siti dismessi proprio al fine di limitare l'utilizzo di aree libere. Inoltre, le strutture dismesse si trovano spesso in ambienti urbani da riqualificare, e il commercio rappresenta uno dei principali fattori di rilancio per contesti degradati.

La rilevazione del recupero di siti dismessi sul territorio provinciale è messa in evidenza nella Fig. 1.3.

Fig. 1.3



## 2) LA PROVINCIA DI MANTOVA: IL QUADRO DEMOGRAFICO

### 2.1) Il territorio e la struttura demografica nel contesto regionale

Il quadro demografico, in termini strutturali ed evolutivi, consente una prima interpretazione in merito alle caratteristiche di un territorio fornendo inoltre un iniziale grado di comprensione in merito alla vivacità e alla composizione del potenziale bacino di utenza per gli esercizi commerciali del territorio mantovano.

L'analisi della struttura e dell'andamento della popolazione trova, infatti, connessione e continuità con gli aspetti più strettamente legati alla capacità del tessuto distributivo mantovano di soddisfare le esigenze dal punto di vista commerciale della popolazione residente tenendo conto delle sue peculiari caratteristiche.

Una prima analisi si concentra sull'evoluzione vissuta dalla popolazione mantovana nel contesto regionale dal Censimento del 2001 ad oggi con particolare riferimento ai cambiamenti più recenti, dal 2005 al 2007, in coerenza con il periodo intercorso tra le ultime due rilevazioni degli esercizi commerciali.

Dal 2001 sino ad oggi, il contributo di Mantova rispetto all'espansione demografica regionale si è mantenuto stabile, con un'incidenza pari al 4,2%, mentre si riduce leggermente quello di Milano e aumentano invece quelli delle province di Brescia e Bergamo.

Tab. 2.1 - Popolazione residente nelle province della Lombardia. Anni 2001-2007.

Provincia	popolazione (valori assoluti)						
	Cens 2001	31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2007
Bergamo	973.129	986.924	1.003.808	1.022.428	1.033.848	1.044.820	1.059.593
Brescia	1.108.776	1.126.249	1.149.768	1.169.259	1.182.337	1.195.777	1.211.617
Como	537.500	543.546	551.655	560.941	566.853	572.441	578.175
Cremona	335.939	338.690	342.844	346.168	348.370	350.368	355.947
Lecco	311.452	315.183	318.824	322.150	325.039	327.510	331.607
Lodi	197.672	201.554	205.449	209.129	211.986	215.386	219.670
Mantova	377.790	381.330	385.900	390.957	393.723	397.533	403.665
Milano	3.707.210	3.721.428	3.775.765	3.839.216	3.869.037	3.884.481	3.906.726
Pavia	493.753	497.233	504.761	510.505	515.636	521.296	530.969
Sondrio	176.856	177.568	178.393	179.089	179.767	180.429	181.338
Varese	812.477	818.940	829.629	843.250	848.606	855.400	863.099
Regione Lombardia	9.032.554	9.108.645	9.246.796	9.393.092	9.475.202	9.545.441	9.642.406

Provincia	popolazione (valori percentuali)						
	Cens 2001	31.12.2002	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2007
Bergamo	10,8%	10,8%	10,9%	10,9%	10,9%	10,9%	11,0%
Brescia	12,3%	12,4%	12,4%	12,4%	12,5%	12,5%	12,6%
Como	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%
Cremona	3,7%	3,7%	3,7%	3,7%	3,7%	3,7%	3,7%
Lecco	3,4%	3,5%	3,4%	3,4%	3,4%	3,4%	3,4%
Lodi	2,2%	2,2%	2,2%	2,2%	2,2%	2,3%	2,3%
Mantova	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%
Milano	41,0%	40,9%	40,8%	40,9%	40,8%	40,7%	40,5%
Pavia	5,5%	5,5%	5,5%	5,4%	5,4%	5,5%	5,5%
Sondrio	2,0%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%
Varese	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%	9,0%
Regione Lombardia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Se consideriamo la popolazione per età, gli ultimi dati disponibili per un confronto interprovinciale si riferiscono al 31.12.2006. L'immagine del territorio che ne emerge sembra fornire un quadro complessivamente poco confortante per la provincia di Mantova dato lo sbilanciamento verso le fasce più anziane di popolazione. Gli individui con più di 65 anni rappresentano il 20,9% contro il 18,8% della Lombardia. Parallelamente i giovani tra gli 0 ed i 14 anni rappresentano il 13,1% della popolazione contro il 13,9% della Lombardia.

Tab. 2.2 - Popolazione residente nelle province della Lombardia per grandi classi d'età (valori percentuali) al 31.12.2006.

Provincia	valori percentuali			
	0-14	15-64	65e+	Totale
Bergamo	15,3%	68,3%	16,4%	100,0%
Brescia	15,0%	67,8%	17,2%	100,0%
Como	14,1%	67,5%	18,4%	100,0%
Cremona	13,0%	66,3%	20,8%	100,0%
Lecco	14,4%	67,3%	18,3%	100,0%
Lodi	14,0%	68,2%	17,9%	100,0%
Mantova	13,1%	66,0%	20,9%	100,0%
Milano	13,6%	67,3%	19,1%	100,0%
Pavia	12,2%	65,6%	22,2%	100,0%
Sondrio	14,2%	67,2%	18,6%	100,0%
Varese	13,8%	67,2%	19,0%	100,0%
Regione Lombardia	13,9%	67,3%	18,8%	100,0%

Tab. 2.3 - Indicatori di confronto per le province della Lombardia. Censimento 2001 e 31.12.2006.

Provincia	% over 65		indice di vecchiaia		densità abitativa		percentuale di stranieri	
	Cens 2001	31.12.2006	Cens 2001	31.12.2006	Cens 2001	31.12.2006	Cens 2001	31.12.2006
Bergamo	15,9%	17,3%	108,2	114,1	357	380	3,3%	8,7%
Brescia	16,8%	18,1%	119,3	122,6	232	247	4,4%	11,3%
Como	17,8%	19,3%	130,2	138,3	417	439	2,7%	6,4%
Cremona	20,4%	21,7%	165,0	169,2	190	196	3,2%	8,7%
Lecco	17,5%	19,3%	124,0	135,0	382	397	2,8%	6,5%
Lodi	17,9%	18,8%	135,6	136,2	253	272	2,7%	8,8%
Mantova	21,3%	21,7%	177,9	167,8	162	168	4,1%	10,4%
Milano	18,2%	20,1%	143,5	149,3	1868	1934	4,0%	9,0%
Pavia	22,6%	23,2%	199,5	192,9	167	174	2,2%	7,3%
Sondrio	17,7%	19,5%	124,3	138,4	55	56	1,4%	3,4%
Varese	18,2%	20,0%	137,1	146,9	678	705	2,9%	6,7%
Regione Lombardia	18,2	19,7%	138,1	143,1	379	395	3,5%	8,6%

L'analisi di alcuni indicatori consente di approfondire alcuni temi come l'invecchiamento del territorio, la densità demografica e la presenza straniera e di effettuare un confronto sia in termini temporali che territoriali.

L'indice di vecchiaia<sup>1</sup> conferma l'alto grado di invecchiamento della popolazione mantovana: la provincia di Mantova rappresenta, dopo Pavia e Cremona, la realtà lombarda con l'incidenza più elevata di persone con più di 64 anni rispetto alle persone con meno di 15. Nel dettaglio, l'indice si attesta su di un valore nettamente più elevato rispetto agli altri territori, pari a 167,8, mentre il valore regionale è pari a 143,1. Rispetto ai dati del Censimento 2001 la situazione risulta leggermente migliorata poiché, nonostante il peso percentuale di anziani sulla popolazione si aggiri sempre attorno al 21% della popolazione, l'indice di vecchiaia passa da 177,9 a 167,8. Questa diminuzione è strettamente collegata all'aumento della componente di popolazione tra 0 e 14 anni dovuto alla crescita della presenza straniera in provincia di Mantova che passa dal 4,1% del 2001 al 10,4% all'inizio del 2007 e che, come è noto, presenta una struttura demografica decisamente giovane. La provincia di Mantova è, infatti, seconda solo a Brescia come percentuale di stranieri.

In Lombardia, solo la provincia di Sondrio ha una densità di popolazione minore di quella di Mantova che, in sei anni, è passata da 162 a 168 abitanti per km<sup>2</sup>.

1 - Rapporto fra la popolazione con più di 64 anni e la popolazione appartenente alla classe di età 0-14.

## 2.2) La popolazione mantovana residente al 31/12/2007<sup>2</sup>

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali (modello Istat P2)

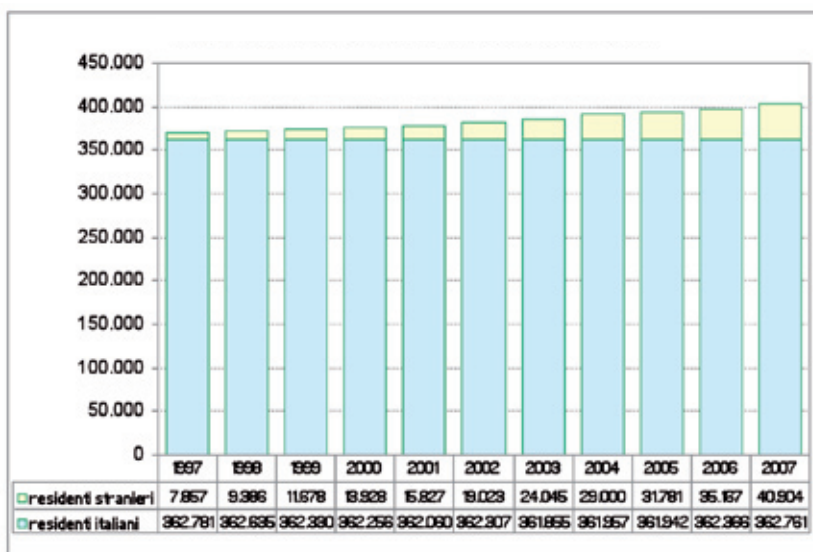
Al 31/12/2007 la popolazione provinciale supera la soglia dei 400.000 abitanti raggiungendo precisamente 403.665 residenti: 197.285 i maschi e 206.380 le femmine.

Rispetto al 2006 ci sono 6.132 nuovi residenti; un incremento che in termini percentuali si traduce in più 1,5%, il valore più alto registrato negli ultimi dieci anni.

La crescita è dovuta principalmente all'aumento della presenza straniera che è passata da 7.857 residenti (con regolare permesso di soggiorno) nel 1997 a 40.904 nel 2007, il 10% della popolazione mantovana.

I nuovi residenti di nazionalità straniera sono 5.740 mentre gli italiani sono solo 395 in più; in altre parole, questi ultimi da soli, avrebbero contribuito ad aumentare la popolazione virgiliana dello 0,1%. Una tale crescita della popolazione provinciale supera ogni previsione ed è stata in parte influenzata dall'attuazione della legge Bossi-Fini che contempla ingressi annuali in base alle richieste di nuovi lavoratori stranieri da parte delle aziende.

Fig. 2.1 - La popolazione mantovana residente dal 1997 al 2007.



Al 31.12.2007 la provincia di Mantova presenta un bilancio demografico positivo con un guadagno di 6.132 nuovi residenti, di cui 5.740 stranieri e 392 italiani, attribuibili del tutto alla componente migratoria. Infatti il bilancio naturale continua ad essere negativo, anche se si mostra in notevole ripresa tendendo ad una situazione di equilibrio tra nascite e decessi.

2 - Per ulteriori approfondimenti sulla popolazione del territorio provinciale consultare "La popolazione mantovana – rapporto 2007" a cura dell'Osservatorio demografico della Provincia di Mantova presso il Servizio Statistica.



Anche in questo caso è fondamentale il contributo degli stranieri senza i quali il saldo naturale avrebbe raggiunto la soglia di -1.125. Questo dipende dal fatto che la popolazione immigrata è una popolazione giovane che, pertanto, presenta una mortalità numericamente irrilevante (53 decessi in un anno) ma resta il fatto che, pur rappresentando il 10% della popolazione mantovana, contribuisce a circa il 27% delle nascite.

Il saldo migratorio mostra invece un andamento altalenante con picchi che si trovano in corrispondenza delle attuazioni della Legge Bossi-Fini.

Rispetto al 2006 i nuovi iscritti sono, infatti, aumentati dell' 11,2% mentre i cancellati sono rimasti costanti. Questo risultato, accompagnato dall'aumento delle nascite e dal conseguente miglioramento del saldo naturale, ha condotto alla crescita del saldo totale che è passato da +3.810 nel 2006 a +6.132 nel 2007 e che si è tradotto in un aumento complessivo della popolazione dell'1,5%.

Tra i comuni che hanno contribuito in maniera rilevante alla significativa crescita demografica spicca San Giorgio di Mantova (+4,6%), che non sembra intenzionato ad arrestare la sua grande espansione, Medole (+4,2%) e il piccolo centro di Mariana Mantovana (+4,3%).

Alcuni comuni mantovani (11) hanno invece visto calare la propria popolazione, tra questi troviamo il comune capoluogo la cui popolazione dopo la ripresa demografica dell'anno scorso è tornata a registrare un calo dello 0,3% a fine 2007. In questa direzione si muovono anche i comuni di Borgofranco sul Po (-3,3%), Redondesco (-2,7%) e Magnacavallo (-2,0%).

In dieci anni la densità demografica è cresciuta passando da 158,5 abitanti per kmq nel 1997 a 172,6 nel 2007 e si è particolarmente intensificata nei comuni dell'hinterland mantovano a cui fa eco Casteld'Ario, dell'alto mantovano e del suzzarese. In particolare i comuni di San Giorgio, Castiglione delle Stiviere e Porto Mantovano hanno visto crescere la loro densità demografica rispettivamente di 98, 86 e 68 abitanti per kmq.

Dal lato opposto si nota una situazione piuttosto statica nelle zone del destra secchia e dei comuni sul confine emiliano ma la perdita maggiore riguarda il comune di Mantova con meno 22 residenti per kmq.

La presenza degli stranieri incide anche sulla struttura per età della popolazione mantovana attenuando il suo progressivo invecchiamento.

La composizione della popolazione per grandi classi d'età avvalorata questa tesi e descrive una popolazione straniera decisamente giovane composta principalmente da persone in età lavorativa e da bambini, con una presenza di anziani praticamente inesistente.

Solo l'1,4% degli stranieri residenti in provincia ha infatti più di 65 anni, contro il 24% degli italiani, al contrario il 24% e il 75% ha rispettivamente meno di 15 anni e tra i 15 e i 64 anni.

Questi valori incidono evidentemente sulla composizione per età della popolazione virgiliana con il risultato che il 23% dei bambini da 0 a 4 anni non ha nazionalità italiana così come il 21% dei giovani tra i 25 e i 29 anni. Nel complesso, se gli stranieri costituiscono il 10% dei residenti, rappresentano ben il 17% di quelli con meno di 45 anni. Dai 45 anni in su, al contrario, le percentuali di stranieri diminuiscono progressivamente fino a toccare l'0,9% tra gli over 60.

Fig. 2.2 - Variazioni del nr. di abitanti per kmq '07-'97.

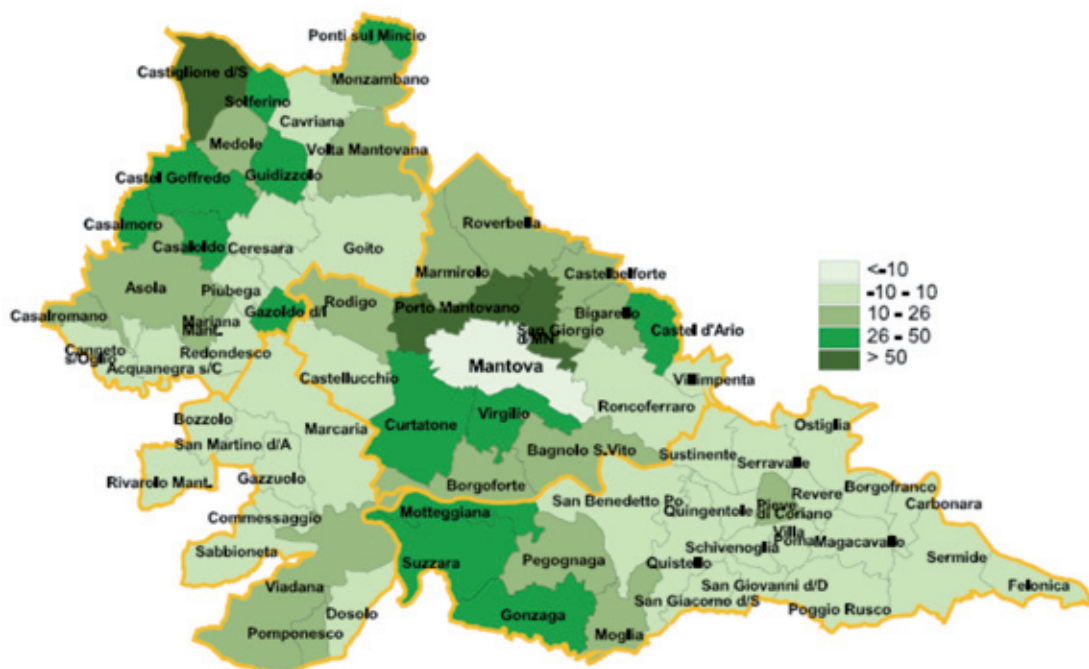
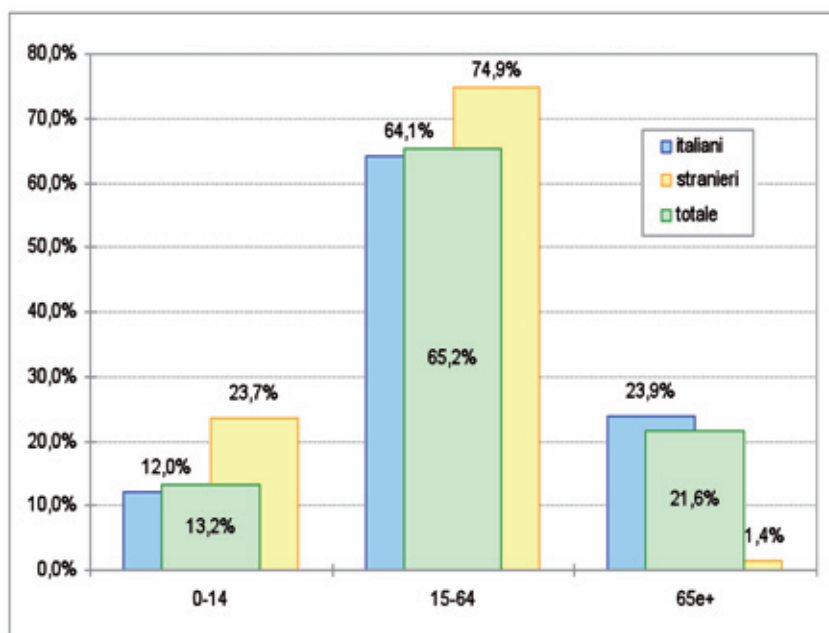


Fig. 2.3 - Composizione della popolazione per grandi classi d'età.



Disaggregando a livello di singoli territori la situazione e la tendenza complessiva della provincia, si evidenziano livelli e momenti di sviluppo distinti. A questo proposito è utile insistere, dal punto di vista demografico, sulla disaggregazione territoriale individuata dal Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale ed in particolare quattro **circondari sovracomunali: Alto Mantovano, Medio Mantovano, Viadanese-Oglio-Po ed Oltrepò.**<sup>3</sup>

Tab. 2.4 - Popolazione residente, densità demografica e variazione percentuale 2007/1997 nei circondari della provincia di Mantova.

Circondari	Sup (Km2)	Popolazione 31/12/1997	Popolazione 31/12/2007	Densità 1997	Densità 2007	Variazione % popolazione 2007/1997
Alto Mantovano - Asolano	618,7	92.617	106.037	150	171	+14,5%
Medio Mantovano	656,3	139.895	151.493	213	231	+8,3%
Oltrepò	701,1	93.122	98.556	133	141	+5,8%
Viadanese - Oglio Po	362,8	45.004	47.579	124	131	+5,7%
Provincia Di Mantova	2.338,8	370.638	403.665	158	173	+8,9%

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali (modello Istat P2)

Tab. 2.5 - Popolazione residente anni 2006 e 2007, variazione percentuale 2007/2006 e movimento demografico al 31/12/2007 nei circondari della provincia di Mantova.

Circondari	Popolazione 31/12/2006	Popolazione 31/12/2007	Variazione % popolazione 2007/2006	Movimento al 31/12/2007		
				Saldo Naturale	Saldo Migratorio	Saldo Totale
Alto Mantovano - Asolano	104.059	106.037	+1,9%	+275	+1.703	+1.978
Medio Mantovano	149.421	151.493	+1,4%	-95	+2.167	+2.072
Oltrepò	97.186	98.556	+1,4%	-236	+1.606	+1.370
Viadanese - Oglio Po	46.867	47.579	+1,5%	-55	+767	+712
Provincia di Mantova	397.533	403.665	+1,5%	-111	+6.243	+6.132

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali (modello Istat P2)

3 In coerenza con quanto stabilito dal Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale, sulla base di fattori di carattere fisico-naturale così come in relazione ai livelli di cooperazione sovralocale, si individuano quattro circondari che raggruppano i seguenti comuni:

- **Alto Mantovano:** Acquanegra sul Chiese, Asola, Canneto sull'Oglio, Casaloldo, Casalmoro, Casalromano, Castel Goffredo, Castiglione delle Stiviere, Cavriana, Ceresara, Gazoldo degli Ippoliti, Goito, Guidizzolo, Mariana Mantovana, Medole, Monzambano, Piubega, Ponti sul Mincio, Redonesco, Solferino, Volta Mantovana;
- **Viadanese-Oglio-Po:** Bozzolo, Commessaggio, Dosolo, Gazzuolo, Marcaria, Pomponesco, Rivarolo Mantovano, Sabbioneta, San Martino dell'Argine, Viadana;
- **Oltrepò Mantovano:** Borgofranco sul Po, Carbonara di Po, Felonica, Gonzaga, Magnacavallo, Moglia, Motteggiana, Ostiglia, Pegognaga, Pieve di Coriano, Poggio Rusco, Quingentole, Quistello, Revere, San Benedetto Po, San Giacomo delle Segnate, San Giovanni del Dosso, Schivenoglia, Sermeide, Serravalle a Po, Sustinente, Suzzara, Villa Pompa;
- **Medio Mantovano:** Bagnolo San Vito, Bigarello, Castelbelforte, Castel D'Ario, Castellucchio, Curtatone, Mantova, Marmirolo, Porto Mantovano, Rodigo, Roncoferraro, Roverbella, San Giorgio di Mantova, Villimpenta, Virgilio.

Tab. 2.6 - Previsioni della popolazione residente al 2012 in ipotesi di fecondità costante e crescente, densità demografica e variazione percentuale 2012/2007 nei circondari della provincia di Mantova.

Circondari	Popolazione 31/12/2012		Densità		Variazione % Popolazione 2012/2007	
	Ipot. Fec. Costante	Ipot. Fec. Crescente	Ipot. Fec. Costante	Ipot. Fec. Crescente	Ipot. Fec. Costante	Ipot. Fec. Crescente
Alto Mantovano - Asolano	113.578	113.768	184	184	6,6%	6,8%
Medio Mantovano	156.042	156.494	238	238	2,9%	3,2%
Oltrepò	102.422	102.647	146	146	3,8%	4,0%
Viadanese - Oglio Po	49.371	49.492	136	136	3,6%	3,9%
Provincia di Mantova	421.413	422.401	180	181	4,2%	4,4%

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali (modello Istat P2)

Tab. 2.7 - Previsioni della popolazione residente per grandi classi d'età al 31.12.2007 e al 31.12.2012 in ipotesi di fecondità costante (ip. bassa), nei circondari della provincia di Mantova.

CIRCONDARIO	2007				2012			
	0 - 14	15 - 64	65 e +	Totale	0 - 14	15 - 64	65 e +	Totale
Alto Mantovano - Asolano	14,9%	66,7%	18,4%	100,0%	16,0%	66,0%	18,0%	100,0%
Medio Mantovano	12,6%	65,0%	22,4%	100,0%	13,4%	64,1%	22,4%	100,0%
Oltrepò	12,4%	64,2%	23,4%	100,0%	13,6%	63,8%	22,6%	100,0%
Viadanese - Oglio Po	12,7%	64,9%	22,4%	100,0%	13,6%	64,6%	21,8%	100,0%
Provincia di Mantova	13,2%	65,2%	21,6%	100,0%	14,2%	64,6%	21,2%	100,0%

Nel corso dell'ultimo decennio il territorio mantovano ha visto crescere la propria popolazione di 33.027 unità pari al 8,9% e si prevede un ulteriore aumento che oscilla tra il 4,2% e il 4,4% per fine 2012. A questa espansione ha contribuito in modo particolare l'**Alto Mantovano** la cui popolazione è aumentata del 14,5% a causa della particolare forza attrattiva di questo territorio e del derivante incremento delle immigrazioni.

Di conseguenza, la densità abitativa di questo circondario è notevolmente cresciuta passando da 150 abitanti per Km<sup>2</sup> nel 1997 a 171 nel 2007. Tale indicazione è rilevante non solo dal punto di vista demografico ma anche dal punto di vista sociale ed economico poichè un tessuto più fitto e strutturato è indice della presenza di relazioni ed interazioni di natura economica e sociale e quindi di un maggiore potenziale di sviluppo del territorio.

Il fenomeno delle immigrazioni ha di certo influenzato positivamente anche il valore del saldo naturale di questo circondario che, al 31/12/2007, ammonta a +275 individui. L'Alto Mantovano è, infatti, l'unico circondario a presentare un valore del saldo naturale positivo.

Secondo le previsioni demografiche calcolate sulla base dei valori registrati nel 2007 si stima per il 2012 una crescita ulteriore del 6,6%, se il comportamento riproduttivo dovesse rimanere immutato, e

del 6,8%, se ci fosse una ripresa della fecondità. Tale ipotizzato aumento di popolazione supera di oltre 2 punti quello provinciale ed è il valore maggiore tra i circondari mantovani.

Questo territorio è inoltre caratterizzato da una struttura per età giovane se confrontata con gli altri circondari che vedrà crescere ulteriormente la sua componente di popolazione tra 0 e 14 anni che passerà dal 14,9% al 16% a scapito di una lieve perdita da parte delle componenti di adulti e anziani.

All'interno del circondario la popolazione si concentra principalmente nei comuni di Castiglione (506 abitanti per km<sup>2</sup>), Castel Goffredo (269 abitanti per km<sup>2</sup>), Guidizzolo (263 abitanti per km<sup>2</sup>), Gazoldo degli Ippoliti (219 abitanti per km<sup>2</sup>).

Lo sviluppo è legato in particolare alle dinamiche di alcuni comuni che hanno vissuto una notevole crescita della propria popolazione in dieci anni e tra questi in particolare Casaloldo (+26,6%), Castel Goffredo (+22,7%), Ponti sul Mincio (+22,2%) e Castiglione (+20,5%).

Inoltre i comuni di questo circondario mostrano generalmente valori dell'indice di vecchiaia e di dipendenza strutturale inferiori a quelli provinciali che rivelano un grado di criticità meno evidente rispetto a quanto evidenziato complessivamente per l'intero territorio provinciale. Quest'aspetto è particolarmente evidente nei comuni di Casalmoro, Castiglione e Castelgoffredo dove la struttura della popolazione appare meno sbilanciata verso le fasce d'età più anziane e dove l'indice di vecchiaia fotografa una situazione più favorevole. Questo aspetto va ancora una volta di pari passo alle alte percentuali di stranieri residenti in questi comuni: a Castel Goffredo si tocca il 17,1% ben 7 punti percentuali oltre il valore provinciale.

Tab. 2.8 - La popolazione nei comuni dell'Alto Mantovano: residenti, indici di vecchiaia e percentuale di stranieri al 31/12/2007, variazione percentuale 1997-2007.

comune	popolazione 31/12/2007	densità 2007	var. 2007-1997 x 100	indice di vecchiaia	percentuale di stranieri
Acquanegra sul Chiese	3013	106,6	3,0%	191,5	8,8%
Asola	9950	135,2	9,8%	138,1	12,9%
Canneto sull'Oglio	4560	176,0	0,6%	168,6	13,0%
Casalmoro	2216	159,8	20,3%	90,7	18,4%
Casaloldo	2542	151,0	26,6%	111,7	16,5%
Casalromano	1569	131,7	18,2%	108,2	13,7%
Castel Goffredo	11356	268,8	22,7%	90,4	17,1%
Castiglione delle Stiviere	21317	506,5	20,5%	94,0	16,4%
Cavriana	3864	105,1	8,3%	128,6	8,7%
Ceresara	2642	69,9	9,4%	132,3	6,9%
Gazoldo degli Ippoliti	2833	219,3	15,7%	137,8	10,4%
Goito	10021	127,1	7,6%	160,3	9,4%
Guidizzolo	5908	263,2	19,9%	132,5	12,5%
Mariana Mantovana	700	79,5	17,3%	141,0	9,7%
Medole	3697	143,0	15,5%	128,6	12,1%
Monzambano	4827	161,2	12,5%	131,0	9,7%
Piubega	1732	105,6	5,6%	150,8	6,4%
Ponti sul Mincio	2238	190,3	22,2%	120,4	9,0%
Redondesco	1350	70,6	-4,3%	194,8	6,1%
Solferino	2600	198,9	20,5%	124,0	10,4%
Volta Mantovana	7102	141,2	15,0%	133,3	8,4%
Alto Mantovano	106037	171,4	14,5%	123,4	12,6%
Provincia di Mantova	403665	172,6	8,9%	163,8	10,1%

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali

Nel complesso il **Medio Mantovano**, costituito dai comuni che circondano il capoluogo, ha visto crescere la propria popolazione di 11.598 abitanti (+8,3%) negli ultimi dieci anni, dei quali 2.072 rappresentano i nuovi residenti del 2007. Tale crescita è sostenuta in particolare da un saldo migratorio ampiamente positivo che sottolinea l'alto richiamo del territorio dovuto molto probabilmente alla presenza del comune capoluogo e dell'area industriale circostante. Medio e Alto mantovano registrano quindi i saldi migratori più elevati ma, a differenza di quest'ultimo, nel circondario in esame le nascite non riescono a compensare i decessi facendo registrare un saldo naturale negativo.

In base alle previsioni di popolazione il Medio Mantovano è il circondario che manifesta l'incremento

più debole che oscilla tra una stima minima del 2,9% ad una massima del 3,2%. Anche se, si evidenzia un aumento della fascia 0-14 a scapito di quella 15-64.

Tra i comuni, Mantova risulta senza dubbio il territorio più densamente abitato con 745 abitanti per km<sup>2</sup> anche se, nell'ultimo decennio, ha visto una riduzione di abitanti pari al 2,9% a favore dei comuni della prima cintura che al contrario mostrano un incremento demografico: è questo il caso di San Giorgio (+35,8), Bigarello (24,4%), Porto Mantovano (+19,7%), Curtatone (+18%) e Castel d'Ario (17,5%). I valori degli indici di vecchiaia denotano, inoltre, un invecchiamento della popolazione del capoluogo maggiore rispetto a quella degli altri comuni. Al contrario, si riscontra una situazione meno critica, ancora una volta, nei comuni confinanti. San Giorgio, in particolare, presenta gli indici più bassi dell'intero circondario e al contempo valori alti del tasso di natalità e di immigratorietà. E' ragionevole quindi supporre la tendenza delle coppie giovani ad insediarsi nei comuni della prima cintura lasciando in Città una popolazione decisamente più anziana. In questo caso non sembra essere la presenza straniera ad abbassare l'età media poiché le percentuali di stranieri superano il valore provinciale solo nel caso di Castel d'Ario, Borgoforte, Roverbella e Villimpenta.

Tab. 2.9 - La popolazione nei comuni del Medio Mantovano: residenti, indici di vecchiaia e dipendenza strutturale al 31/12/2007, variazione percentuale 1997-2007.

comune	popolazione 31/12/2007	densità 2007	var. 2007-1997 x 100	indice di vecchiaia	percentuale di stranieri
Bagnolo San Vito	5778	117,2	10,2%	176,2	8,4%
Bigarello	2074	76,9	24,4%	140,7	6,8%
Borgoforte	3506	90,1	15,0%	171,6	12,6%
Castelbelforte	2803	125,5	8,9%	156,8	6,6%
Castel d'Ario	4746	212,0	17,5%	148,1	14,8%
Castellucchio	5044	108,5	5,1%	172,3	7,2%
Curtatone	13829	205,0	18,0%	142,8	3,9%
Mantova	47649	744,9	-2,9%	242,7	9,5%
Marmirolo	7576	179,7	6,3%	155,6	7,2%
Porto Mantovano	15374	410,6	19,7%	137,3	5,3%
Rodigo	5350	128,5	8,7%	189,1	7,4%
Roncoferraro	7245	114,3	7,5%	196,2	7,8%
Roverbella	8369	132,5	11,1%	136,0	11,8%
San Giorgio di Mantova	9073	370,3	35,8%	113,7	7,6%
Villimpenta	2176	145,2	2,7%	240,0	11,4%
Virgilio	10901	348,6	11,5%	146,7	8,6%
Medio Mantovano	151493	230,8	8,3%	176,9	8,3%
Provincia di Mantova	403665	172,6	8,9%	163,8	10,1%

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali

Per quanto riguarda gli altri territori, nei comuni del circondario **Viadanese-Oglio-Po** la popolazione fa capo quasi esclusivamente ai comuni di Viadana (18.777 abitanti) e in misura minore di Marcaria (7.072) anche se tra i comuni più densamente abitati troviamo Bozzolo (220 residenti per km<sup>2</sup>).

In questo circondario lo sviluppo naturale e quello migratorio si sono complessivamente compensati durante gli ultimi dieci anni conducendo ad un quadro sostanzialmente stabile della dinamica della popolazione e ad una crescita complessiva inferiore a quella degli altri circondari.

Anche nel 2007 la popolazione cresce solamente di 712 unità con un saldo naturale pari a -55 e un saldo migratorio pari a +767 individui.

Il modello di previsione riporta per il 2012 un crescita della popolazione che va dal 3,6% al 3,9% nell'ipotesi maggiore. La struttura per età del 2007 si avvicina a quella del Medio Mantovano ma, a fine 2012, si stima oltre ad una crescita della componente giovane in linea con quanto avviene in generale per gli altri territori una diminuzione, in controtendenza, del peso percentuale di anziani che passano dal 22,4% al 21,8%.

Considerando le singole realtà la variazione della popolazione è negativa o stabile, ad eccezione di Pomponesco, Viadana e Dosolo dove la popolazione ha mostrato un'evoluzione, pari rispettivamente a +17,7% , +13,4% e +7,8%. Riguardo alla composizione della popolazione, generalmente il quadro presenta problematiche più significative rispetto a quelle messe in luce dagli altri circondari mostrando indici di vecchiaia più elevato, in particolare a San Martino, Gazzuolo, Commessaggio e Sabbioneta. Fa eccezione il comune di Viadana che mostra un indice di vecchiaia inferiore a quello provinciale (144,3) e la più alta percentuale di stranieri del circondario (12,1%).

Tab. 2.10 - La popolazione nei comuni del Viadanese-Oglio-Po: residenti, indici di vecchiaia e dipendenza strutturale al 31/12/2007, variazione percentuale 1997-2007.

comune	popolazione 31/12/2007	densità 2007	var. 2007-1997 x 100	indice di vecchiaia	percentuale di stranieri
Bozzolo	4143	219,9	-1,0%	194,5	9,5%
Commessaggio	1165	100,3	3,7%	230,4	6,7%
Dosolo	3351	129,0	7,8%	182,1	9,9%
Gazzuolo	2429	108,8	-3,1%	267,1	9,5%
Marcaria	7072	78,9	0,0%	197,1	6,9%
Pomponesco	1720	140,0	17,7%	160,7	10,7%
Rivarolo Mantovano	2724	107,0	-1,6%	191,3	9,4%
Sabbioneta	4366	116,7	0,9%	200,6	6,8%
San Martino dell'Argine	1832	107,6	-3,2%	247,5	4,1%
Viadana	18777	183,8	13,4%	144,3	12,1%
Viadanese-Oglio-Po	47579	131,2	5,7%	176,3	9,7%
Provincia di Mantova	403665	172,6	8,9%	163,8	10,1%

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali



Così come il Viadanese-Oglio-Po anche il circondario Oltrepò ha registrato negli ultimi dieci anni una crescita modesta (+5.434 abitanti) seppur con una decisiva ripresa a partire dal 2001 sostenuta dall'incremento del saldo migratorio. Nell'ultimo anno il saldo totale ha evidenziato, rispetto al 2006, un incremento positivo di +1.370 individui, che si avvicina ai valori registrati dall'Alto Mantovano. Per il 2012 si stima un aumento complessivo che oscilla tra il 3,8% e il 4,0%, il secondo nella classifica degli incrementi per circondario.

L'Oltrepò con il Medio Mantovano presentano le percentuali maggiori di popolazione anziana anche se, le previsioni di popolazione segnalano per il territorio in oggetto una riduzione del valore, che si stima nel 2012 pari al 22,6% circa e che risulta superiore solo all'Alto Mantovano.

Tra i comuni di questo circondario, il nucleo maggiore è costituito da Suzzara dove la popolazione raggiunge i 19.726 abitanti per una densità abitativa che quasi raddoppia il valore provinciale (324 residenti per km<sup>2</sup>). Spiccano, inoltre, rispetto al quadro generale del territorio costituito principalmente da molti comuni di piccole dimensioni, Gonzaga (9.088), Ostiglia (7.092), San Benedetto Po (7.643) e Sermide (6.428).

Negli ultimi dieci anni l'incremento di popolazione maggiore riguarda il comune di Motteggiana che ha visto aumentare i propri residenti del 36,1%, seguono Gonzaga (+18,7%), Pieve di Coriano (+21,5%), Suzzara (+13,0%) e Pegognaga (+10,2%). Ben 10 comuni su 23 hanno invece subito una perdita di popolazione in modo particolare Felonica (-12,9%) e Borgofranco sul Po (-8,9%).

Anche rispetto al 2006 Motteggiana si riconferma tra i comuni con crescita maggiore (+3,8%) mentre Borgofranco, Carbonara, Felonica, Magnacavallo, Quingentole, Serravalle e Sustinente rappresentano 7 degli 11 comuni della provincia con variazione di residenti negativa.

Quella dell'Oltrepò è inoltre l'area della provincia di Mantova che presenta le maggiori debolezze dal punto di vista della struttura della popolazione. Sono in particolare i comuni appartenenti all'area del Destra Secchia a mostrare, oltre ad una riduzione degli abitanti, anche uno sbilanciamento verso le fasce più anziane come emerge chiaramente dalla rappresentazione cartografica degli indici di vecchiaia. In particolare emergono i casi di Felonica e Borgofranco con valori dell'indice di vecchiaia pari rispettivamente a 458,6 e 400, i più alti dell'intera provincia. In termini di percentuale di stranieri spicca ancora il dato relativo al comune di Motteggiana (15,4%) e di San Giovanni del Dosso (13,4%).

I problemi demografici possono essere ricondotti ad una struttura urbanistica formata da comuni di piccole e piccolissime dimensioni dai quali emerge un processo di progressivo spopolamento che il debole e a volte assente flusso migratorio in entrata non riesce a contrastare, portando ad un graduale invecchiamento della popolazione, anche se negli ultimi anni si nota un aumento in questo circondario della componente straniera la cui percentuale supera il valore provinciale.

Tab. 2.11 - La popolazione nei comuni del Oltrepò: residenti, indici di vecchiaia e dipendenza strutturale al 31/12/2007, variazione percentuale 1997-2007.

comune	popolazione 31/12/2007	densità 2007	var. 2007-1997 x 100	indice di vecchiaia	percentuale di stranieri
Borgofranco sul Po	860	57,4	-8,9%	400,0	8,4%
Carbonara di Po	1333	87,9	-0,1%	244,2	8,3%
Felonica	1506	66,8	-12,9%	458,6	5,4%
Gonzaga	9088	182,5	18,7%	119,9	12,0%
Magnacavallo	1703	60,3	-5,0%	248,6	9,5%
Moglia	5998	190,1	8,9%	177,2	11,1%
Motteggiana	2476	100,7	36,1%	119,5	15,4%
Ostiglia	7092	178,6	-1,4%	224,4	10,2%
Pegognaga	7083	151,7	10,2%	160,9	9,8%
Pieve di Coriano	1001	79,3	21,5%	178,7	7,7%
Poggio Rusco	6539	154,4	4,7%	178,5	10,1%
Quingentole	1210	84,6	-0,7%	202,0	11,2%
Quistello	5923	130,3	1,8%	226,8	7,4%
Revere	2575	181,3	-0,5%	260,6	8,5%
San Benedetto Po	7643	109,8	1,0%	220,8	10,6%
San Giacomo delle Segnate	1775	109,0	1,0%	233,7	12,9%
San Giovanni del Dosso	1292	84,7	8,6%	180,1	13,4%
Schivenoglia	1291	98,0	4,1%	244,1	10,6%
Sermide	6428	113,0	-4,1%	254,6	8,4%
Serravalle a Po	1688	64,1	-1,3%	249,0	10,4%
Sustinente	2254	85,7	-3,8%	232,6	6,9%
Suzzara	19726	324,4	13,0%	160,3	13,0%
Villa Poma	2072	145,0	0,9%	219,6	4,9%
<b>Oltrepò</b>	<b>98556</b>	<b>140,6</b>	<b>5,8%</b>	<b>189,6</b>	<b>10,5%</b>
<b>Provincia di Mantova</b>	<b>403665</b>	<b>172,6</b>	<b>8,9%</b>	<b>163,8</b>	<b>10,1%</b>

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali

Fig. 2.4 - Popolazione dei comuni mantovani in ordine crescente.

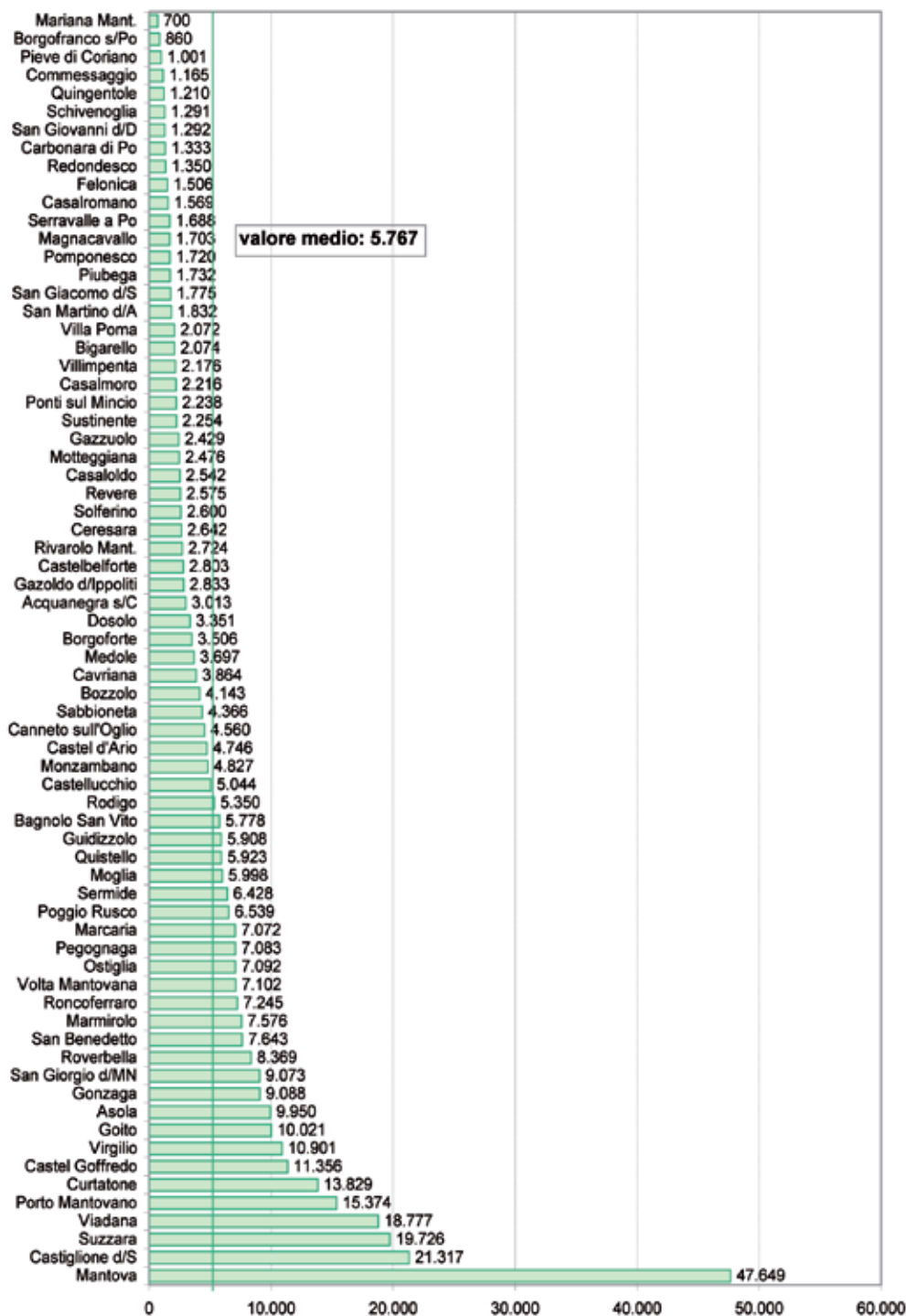
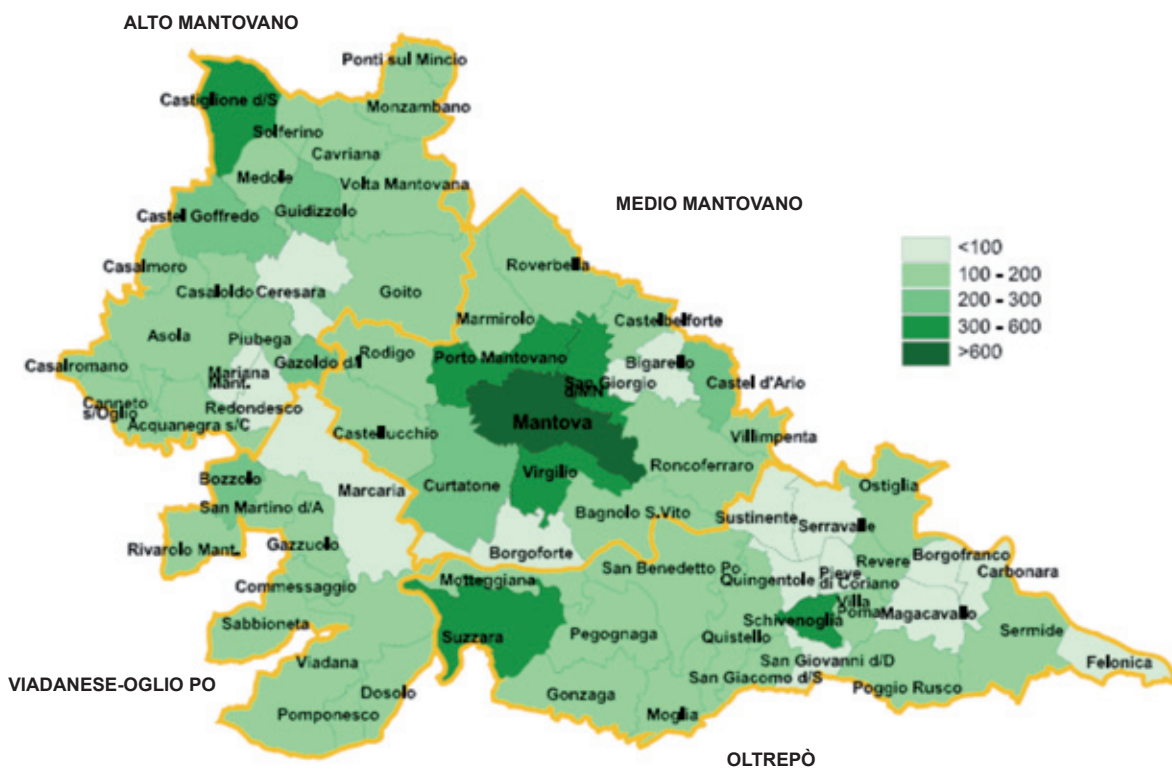






Fig. 2.7 - Densità demografica (abitanti per kmq) della popolazione mantovana per comune. Provincia di Mantova, anno 2007. Suddivisione territoriale per circondari.

Fonte: elaborazioni del Servizio Statistica su dati comunali



### 3) LA RETE DISTRIBUTIVA

#### **Premessa**

Dopo le rilevazioni 2001 e 2003, presenti rispettivamente nella prima edizione del Piano del Commercio e nell'aggiornamento, l'indagine sulla consistenza della rete distributiva provinciale è stata effettuata anche nel 2005 e nel 2007, al fine di realizzare l'obiettivo della rappresentazione, con dati e analisi, dell'evoluzione diacronica del settore commerciale.

Il Nuovo Piano ha previsto notevoli innovazioni rispetto alle due edizioni passate, in ordine sia al metodo che ai contenuti della rilevazione. È stato innanzitutto semplificato il lavoro dei comuni, a cui la Provincia ha richiesto semplicemente di inviare l'elenco degli esercizi commerciali presenti nel proprio territorio, indicando per ciascuna categoria merceologica, superficie di vendita e appartenenza o meno ad un centro commerciale. Sono scomparsi quindi tutti gli adempimenti connessi al complesso questionario delle precedenti versioni del Piano.

La possibilità di disporre direttamente degli elenchi relativi agli esercizi commerciali, ha permesso alla Provincia di svolgere elaborazioni più precise, soprattutto nella classificazione degli esercizi a merceologia mista. Se nelle precedenti edizioni, a causa della struttura rigida del questionario, risultava difficile classificare queste attività, l'elaborazione diretta degli elenchi ha reso possibile un'analisi della realtà distributiva più verosimile e approfondita.

Queste le categorie merceologiche miste che sono state spiegate e maggiormente esplicitate:

a) *esercizi misti food*: sono gli esercizi (quasi sempre di vicinato) di alimentari in genere che offrono due o più tipi di prodotti appartenenti alle seguenti categorie merceologiche alimentari (panetteria, formaggi e salumi, frutta e verdura, carni, pesce, bevande, gastronomie, ecc.);

b) *esercizi di vicinato misti food/no food*: si tratta ad esempio di minimarket, latterie, piccoli negozi di alimentari, igiene della casa e della persona, che per la loro limitata estensione non consentono di differenziare con sufficiente approssimazione la superficie alimentare da quella non alimentare;

c) *media struttura food/no food*: esercizi commerciali di media dimensione all'interno dei quali è possibile distinguere la superficie di vendita alimentare e quella non alimentare;

d) *esercizi misti no food*: offrono, indipendentemente dalla loro dimensione, almeno due tipi di prodotti appartenenti alle seguenti categorie merceologiche non alimentari:

- tessili;
- abbigliamento;
- calzature/articoli in cuoio;
- mobili/arredo;
- elettrodomestici/multimedia;
- ferramenta/vernici;
- libri/giornali/riviste/cancelleria/ufficio;
- profumerie;
- auto/moto/ricambi;

- animali/caccia/pesca;
- fiori/piante;
- ottica/foto;
- farmacie/erboristerie/sanitari;
- prodotti/attrezzature agricole;
- onoranze funebri;
- gioiellerie/orologerie/bigiotterie;
- oggettistica/casalinghi;
- tabacchi/monopolio.

Oltre a semplificare il lavoro dei comuni, la nuova impostazione metodologica ha consentito la messa a fuoco di realtà prima ignorate, stante l'inadeguatezza degli strumenti di rilevazione. La conoscenza degli esercizi misti food o misti no food (lett. a) e d)), ad esempio, rappresenta un utile indicatore per tracciare un bilancio della riforma Bersani in ordine alla commistione di varie categorie prima trattate come compartimenti stagni.

### **3.1) La distribuzione al dettaglio in Lombardia: confronto interprovinciale**

*Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio*

L'Osservatorio del Commercio della Regione Lombardia è attivo dal 2003 e, al 30 giugno di ogni anno, fornisce, utilizzando come fonte i comuni lombardi, un quadro delle rete distributiva di tutte le province lombarde. I dati vengono forniti disaggregati sulla base delle tre formule distributive indicate nel D.Lgs. n. 114/9: grandi strutture di vendita, medie ed esercizi di vicinato a livello provinciale e comunale. Attraverso questi dati è possibile ottenere un quadro della consistenza della rete distributiva a livello regionale facendo quindi un raffronto tra le province lombarde.

La tabella 3.1 costituisce una rielaborazione dei dati forniti dall'Osservatorio Regionale e fornisce, per ogni provincia, un quadro d'insieme del numero totale di esercizi in sede fissa. I dati sono stati rielaborati tralasciando le varie forme di vendita (edv, mdv, gdv) su cui verrà fatto un focus successivamente e mantenendo la distinzione tra alimentare, non alimentare e misto. La categoria mista, presente negli esercizi di vicinato, è stata creata anche per le medie e per le grandi strutture di vendita e ha comportato un'ulteriore elaborazione consistente nella somma tra i metri quadrati alimentari e non alimentari. La presenza e lo studio di questa tipologia di esercizi (che come si può notare sono numericamente molto numerosi) rappresenta un esito della riforma Bersani in materia di liberalizzazione della distribuzione commerciale.

La rilevazione sulla struttura commerciale della Lombardia al 30 giugno 2007 indica in 122.660 gli esercizi commerciali attivi, autorizzati per vendita al dettaglio in posto fisso: di questi il 15,6% sono



esercizi alimentari, il 75,2% sono non alimentari e il 9,1% misti.

Gli esercizi commerciali della provincia di Mantova costituiscono il 5,1% del totale regionale. La ripartizione per settore è in linea con quella lombarda in quanto il 13,7% degli esercizi è alimentare, il 76,5% è non alimentare e il 9,8% è misto.

Tab. 3.1 - Numero di esercizi e relativi mq per settore merceologico nelle province lombarde al 30 giugno 2007.

PROVINCE	alimentare			non alimentare			misto			totale		
	N°	MQ	dim. media	N°	MQ	dim. media	N°	MQ	dim. media	N°	MQ	Indice di densità
Bergamo	2.317	120.317	51,9	10.108	1.091.337	108,0	1.624	561.174	345,6	14.049	1.772.828	1673,1
Brescia	2.622	163.353	62,3	12.765	1.491.365	116,8	2.039	774.045	379,6	17.426	2.428.763	2004,6
Como	864	48.352	56,0	4.987	520.119	104,3	748	240.975	322,2	6.599	809.446	1400,0
Cremona	708	38.103	53,8	3.030	311.832	102,9	479	172.084	359,3	4.217	522.019	1466,6
Lecco	508	31.059	61,1	2.733	273.713	100,2	390	132.734	340,3	3.631	437.506	1319,4
Lodi	386	21.818	56,5	1.765	212.251	120,3	215	126.137	586,7	2.366	360.206	1639,8
Mantova	866	40.060	46,3	4.825	492.395	102,1	618	264.906	428,7	6.309	797.361	1975,3
Milano	7.660	400.036	52,2	36.550	3.718.164	101,7	2.930	1.674.842	571,6	47.140	5.793.042	1482,8
Pavia	1.198	51.362	42,9	4.993	489.836	98,1	850	258.237	303,8	7.041	799.435	1505,6
Sondrio	481	22.814	47,4	2.447	232.079	94,8	489	89.661	183,4	3.417	344.554	1900,1
Varese	1.593	97.261	61,1	8.034	898.821	111,9	838	345.685	412,5	10.465	1.341.767	1554,6
Regione	19.203	1.034.535	53,9	92.237	9.731.912	105,5	11.220	4.640.480	413,6	122.660	15.406.927	1597,8

L'ultima colonna della tabella 3.1 riporta l'indice di densità commerciale costruito rapportando i metri quadrati totali di tutta la rete commerciale in sede fissa al numero di abitanti di ogni provincia (Fonte Istat 2007). Questo indice costituirà una sorta di filo conduttore di tutti i livelli di analisi che seguiranno (a quello regionale seguirà infatti l'analisi provinciale, l'analisi per circondari e quella a livello comunale).

L'indice di densità permette il confronto tra territori diversamente popolati valutando la superficie delle strutture di vendita, che risulta più significativa dal punto di vista della programmazione commerciale (regionale, provinciale e comunale) rispetto al numero delle strutture. Ciò è evidente se si pensa alle grandi strutture di vendita che, dal punto di vista del loro numero, sono sempre meno degli esercizi di vicinato e delle medie struttura ma, ovviamente, occupano grandissime metrature.

Guardando all'indice di densità generato dai dati dell'Osservatorio regionale si può vedere come Mantova sia una provincia molto servita in rapporto ai propri abitanti; con circa 1.975 metri quadrati ogni mille abitanti occupa infatti la seconda posizione dopo la provincia di Bergamo che raggiunge i 2.004 mq ogni mille abitanti (tab. 3.1).

### 3.1.1) Il dettaglio in sede fissa

La situazione mantovana del settore commerciale può essere sinteticamente inquadrata nello scenario lombardo comparando alcuni dati ed indicatori di base riferiti alle tre formule distributive con quelli della realtà regionale complessiva e con le altre province lombarde.

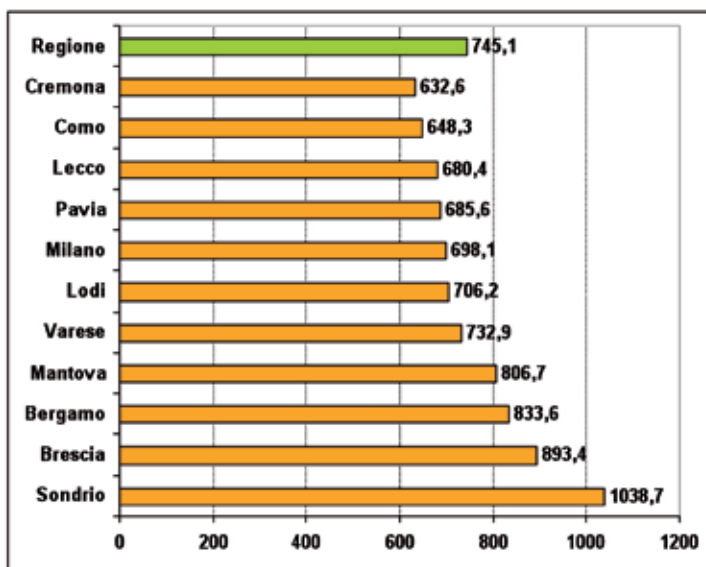
#### **Esercizi di vicinato**

Tab. 3.2 - Esercizi di vicinato e relativi mq in valore assoluto e in percentuale nelle province lombarde al 30 giugno 2007.

PROVINCE	N° totale	%	MQ totali	%
Bergamo	12968	11,4	883.328	12,3
Brescia	16000	14,0	1.082.445	15,1
Como	6066	5,3	374.844	5,2
Cremona	3888	3,4	225.184	3,1
Lecco	3397	3,0	225.614	3,1
Lodi	2193	1,9	155.127	2,2
Mantova	5813	5,1	325.625	4,5
Milano	44439	38,9	2.727.159	38,0
Pavia	6594	5,8	364.027	5,1
Sondrio	3132	2,7	188.351	2,6
Varese	9685	8,5	632.597	8,8
Regione	114175	100,0	7.184.301	100,0

Il grafico sottostante raffigura la graduatoria provinciale dell'indice di densità provinciale degli esercizi di vicinato. Ne esce una graduatoria in cui la provincia di Mantova risulta ben servita dagli esercizi di vicinato in quanto occupa il quarto posto con 806,7 mq ogni 1.000 abitanti, rispetto ad un valore regionale di 745,1 mq ogni 1.000 abitanti.

Fig. 3.1 - Indice di densità provinciale degli esercizi di vicinato



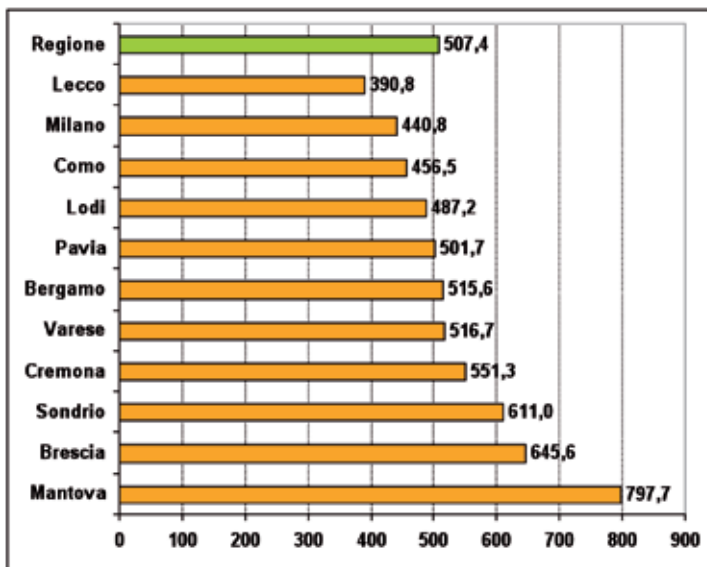
### Medie strutture di vendita

Tab. 3.3 - Medie strutture e relativi mq in valore assoluto e in percentuale nelle province lombarde al 30 giugno 2007.

PROVINCE	N° totale	%	MQ totali	%
Bergamo	1042	13,0	546339	11,2
Brescia	1344	16,8	782228	16,0
Como	498	6,2	263917	5,4
Cremona	316	3,9	196236	4,0
Lecco	218	2,7	129594	2,6
Lodi	160	2,0	107033	2,2
Mantova	472	5,9	322013	6,6
Milano	2532	31,6	1721998	35,2
Pavia	425	5,3	266401	5,4
Sondrio	277	3,5	110799	2,3
Varese	734	9,2	445951	9,1
Regione	8018	100,0	4892509	100,0

In provincia di Mantova si concentrano solo il 6% delle medie strutture lombarde ma il relativo indice di densità evidenzia che la provincia di Mantova è la provincia lombarda meglio servita da questa tipologia di vendita con 797,7 mq ogni mille abitanti. Questo dato, superiore sia alla provincia capoluogo (440,8 mq ogni 1.000 abitanti) che al dato regionale complessivo (507,4 mq ogni 1.000 abitanti) mette in luce come sia necessario capire le ragioni della diffusione di questa tipologia di vendita nella nostra provincia.

Fig. 3.2 - Indice di densità provinciale delle medie strutture di vendita



### Grandi strutture di vendita

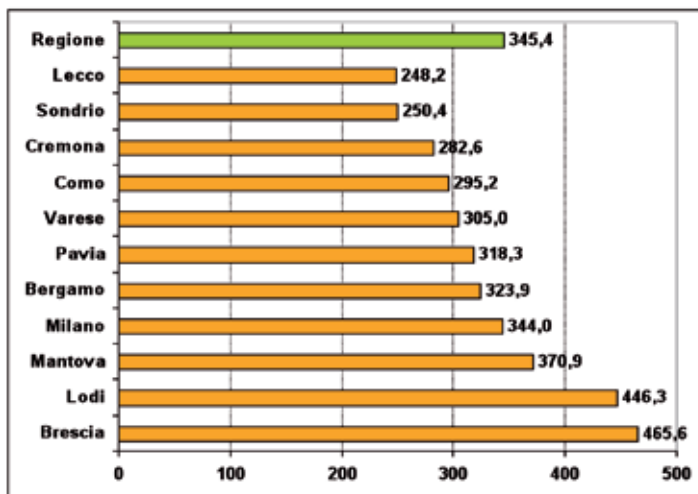
Tab. 3.4 - Grandi strutture e relativi mq in valore assoluto e in percentuale nelle province lombarde al 30 giugno 2007.

PROVINCE	N° totale	%	MQ totali	%
Bergamo	39	8,4	343161	10,3
Brescia	82	17,6	564090	16,9
Como	35	7,5	170685	5,1
Cremona	13	2,8	100599	3,0
Lecco	16	3,4	82298	2,5
Lodi	13	2,8	98046	2,9
Mantova	24	5,1	149723	4,5
Milano	169	36,2	1343885	40,4
Pavia	22	4,7	169007	5,1
Sondrio	8	1,7	45404	1,4
Varese	46	9,9	263219	7,9
Regione	467	100,0	3330117	100,0

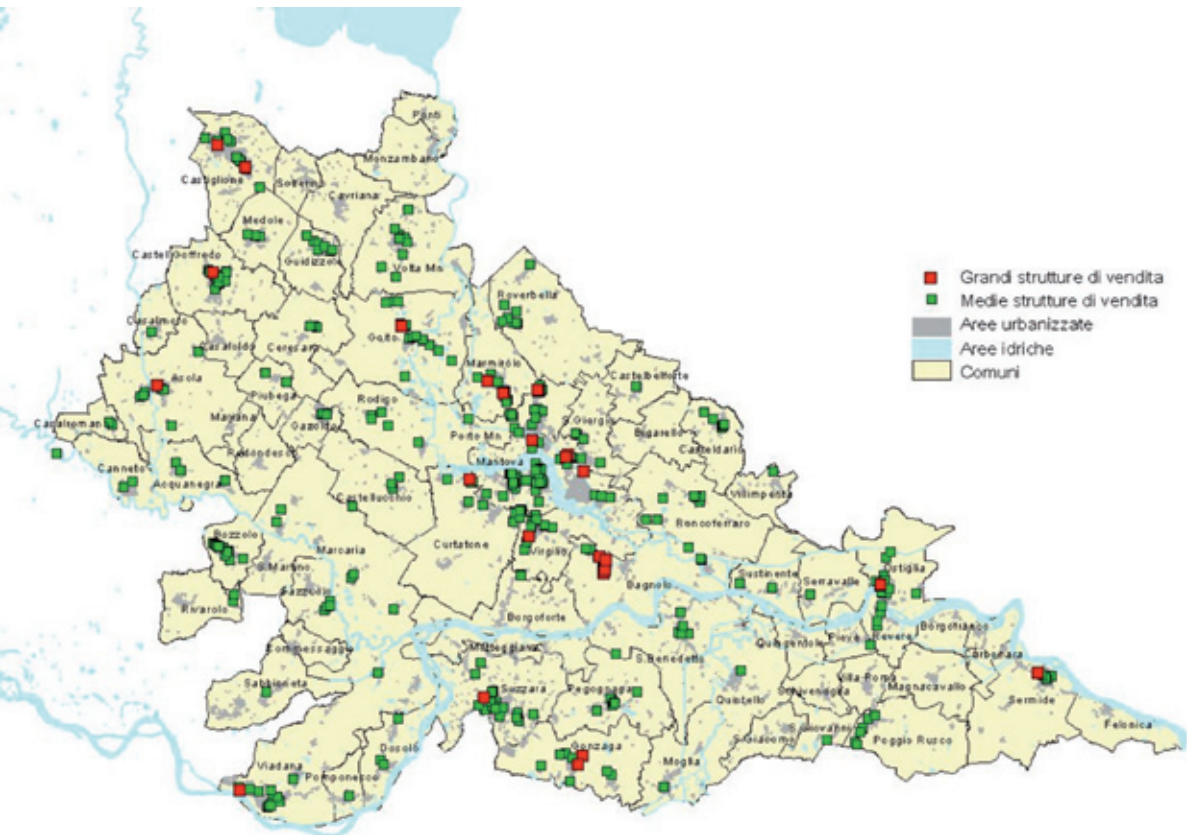
Nel caso delle grandi strutture di vendita l'indice di densità costruito, come già precisato in precedenza, rapportando i metri quadrati di superficie di vendita agli abitanti acquista un particolare significato in quanto i numeri di punti vendita della grande distribuzione sono ovviamente pochi mentre quello che li caratterizza è una grande superficie di vendita.

Anche in questo caso le grandi strutture di vendita rappresentano solo il 5,1% del totale regionale ma il loro indice di densità provinciale evidenzia come Mantova sia, da questo punto di vista, ben servita: occupa infatti il terzo posto con 370,9 mq ogni 1000 abitanti.

Fig. 3.3 - Indice di densità provinciale delle grandi strutture di vendita



La distribuzione delle grandi e delle medie strutture di vendita in provincia di Mantova



Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio (30 Giugno 2007)

### 3.1.2) Il commercio su aree pubbliche

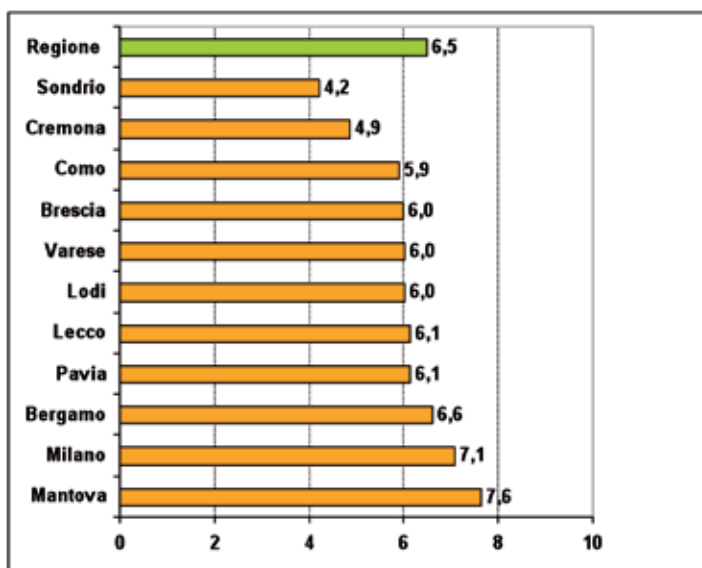
Pur essendo stato compreso all'interno della riforma del commercio del 1998, il commercio su aree pubbliche è oggetto di una specifica normativa e, conseguentemente, di una propria terminologia che fa in parte riferimento ad usi consolidati. Gli operatori commerciali che si dedicano a questa particolare forma di vendita al dettaglio operano su posteggi e, pertanto, il posteggio costituisce l'unità di misura principale.

Tab. 3.5 - Mercati, posteggi e relativi mq in valore assoluto e in percentuale nelle province lombarde al 30 giugno 2007.

province	tot mercati	n° posteggi	totale MQ	% posteggi	post/ab
Sondrio	42	764	31573	1,2	4,2
Lodi	34	1323	41073	2,1	6,0
Cremona	55	1737	59697	2,8	4,9
Lecco	72	2030	65032	3,2	6,1
Mantova	119	3079	118051	4,9	7,6
Pavia	87	3261	98524	5,2	6,1
Como	103	3407	105207	5,4	5,9
Varese	111	5188	160487	8,3	6,0
Bergamo	248	7011	244342	11,2	6,6
Brescia	201	7269	272643	11,6	6,0
Milano	368	27640	675434	44,1	7,1
Regione	1440	62709	1872063	100,0	6,5

Guardando alla graduatoria provinciale costruita rapportando il numero di posteggi totale agli abitanti di ogni provincia si può notare come ancora una volta Mantova sia la provincia meglio servita con circa 8 posteggi ogni mille abitanti.

Fig. 3.4 - Numero di posteggi ogni 1.000 residenti in provincia di Mantova.



## 3.2) La distribuzione al dettaglio in provincia di Mantova

Fonte: Osservatorio Provinciale Commercio - Indagine Provincia di Mantova su dati comunali

### 3.2.1) Analisi di livello provinciale

Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio del Commercio della Provincia di Mantova, al 31.12.2007 sul territorio provinciale sono presenti 8.504 esercizi commerciali di cui 5.673 in sede fissa e 2.831 esercizi di commercio ambulante (tab. 3.6).

Rispetto alla rilevazione effettuata al 31.12.2005 la distribuzione al dettaglio ha subito una perdita complessiva pari all'7,5% in termini di esercizi ma solo dell'1,8% se si considerano i metri quadri destinati alla vendita. La ragione di questa sproporzione dipende non solo dalla netta diminuzione del numero di esercizi di vicinato (-14,1%) a favore di un aumento delle medie strutture di vendita (+8,3%) che, come è noto, hanno dimensioni maggiori dei primi, ma anche dalla crescita della dimensione media dei piccoli esercizi (+7,7%).

Gli esercizi di vicinato coprono comunque l'88% della rete distributiva mantovana in sede fissa anche se, in termini di percentuale di superficie, sono le medie strutture a predominare con il 49,3% (fig.3.6 e 3.7).

Il 76,8% delle strutture di vendita trattano beni non alimentari, il 16,5% beni alimentari e il 6,5% entrambi. Gli esercizi di vicinato rispecchiano questa suddivisione mentre le medie strutture sono solo alimentari per una percentuale pari al 2,6, così come le grandi strutture che trattano in prevalenza entrambi i generi (62,5%) (fig. 3.8 e 3.9).

Tab. 3.6 - Struttura distributiva per tipo di esercizio al 31.12.2007 e variazione percentuale rispetto alla rilevazione precedente del 31.12.2005 .

	2007			variazione 07/05		
	nr	mq	dim media	nr	mq	dim media
esercizi di vicinato	4991	299923	60,1	-14,1%	-7,4%	7,7%
medie strutture di vendita	666	352122	528,7	8,3%	4,5%	-3,5%
grandi strutture di vendita	16	61703	3856,4	-5,9%	-11,7%	-6,2%
comm. aree pubbliche	2831	111519	39,4	2,7%	1,4%	-1,2%
<b>totale</b>	<b>8504</b>	<b>825266</b>	<b>97,0</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>6,2%</b>



Fig. 3.5 - Mq ogni 1.000 residenti per tipo di esercizio. Anni 2005-2007

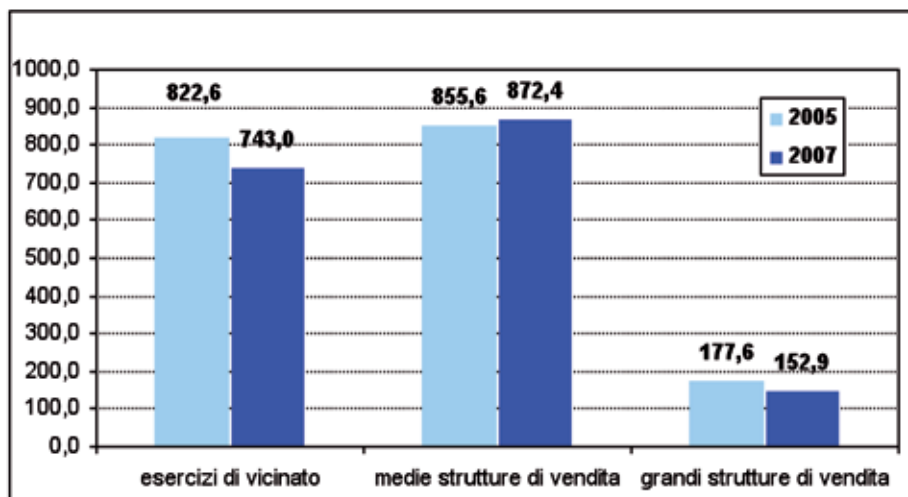


Fig. 3.6 - Percentuale di esercizi secondo la tipologia. Anni 2005-2007.

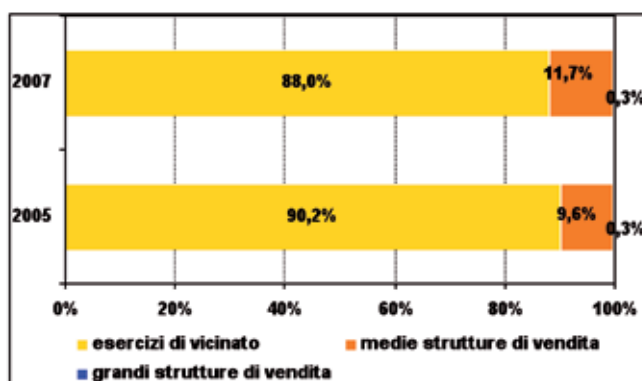


Fig. 3.7 - Percentuale di superficie per tipo di esercizio. Anni 2005-2007.

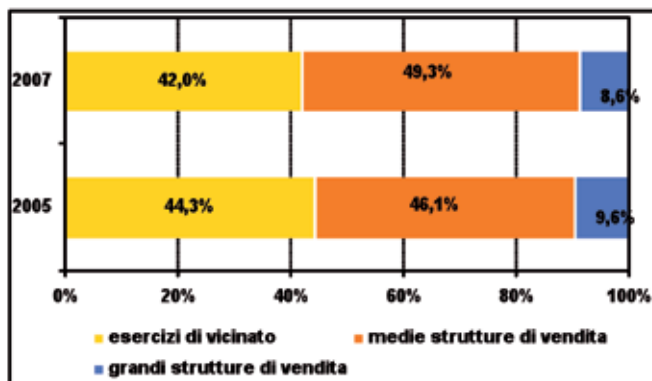


Fig. 3.8 - Percentuale di esercizi per tipologia di merce trattata e per tipo di esercizio. Anno 2007.

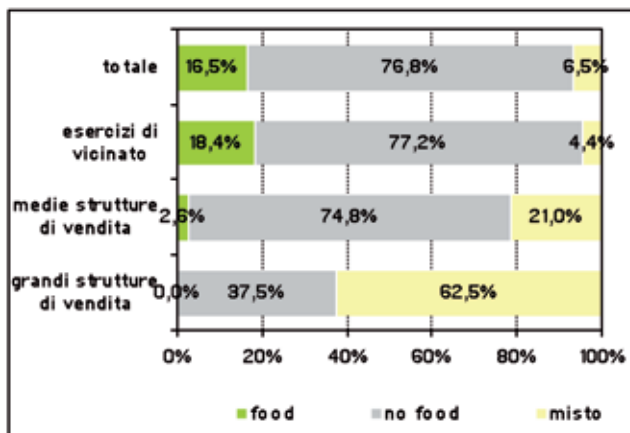
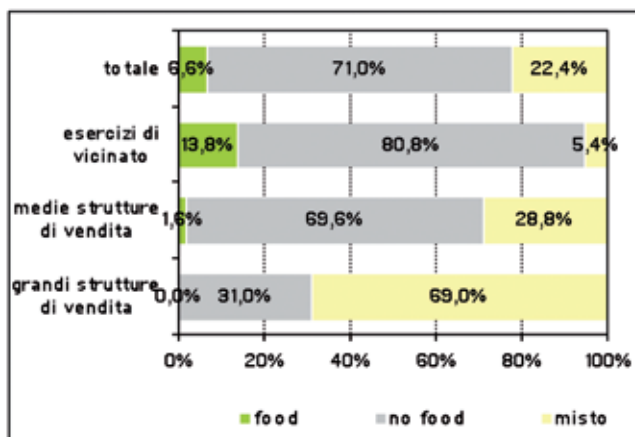


Fig. 3.9 - Percentuale di superficie per tipologia di merce trattata e per tipo di esercizio. Anno 2007.



### Esercizi di vicinato

Al 31.12.2007 sono 4.991 gli esercizi di vicinato presenti in provincia di Mantova per un totale di 299.923 mq e una dimensione media di 60,1 mq. Le strutture di vicinato inserite all'interno di un centro commerciale autorizzato sono solo 195 e sono caratterizzate da una dimensione più ampia rispetto alla media e pari a circa 97 mq.

Rispetto al 2005 si sono ridotti complessivamente del 14,1% mentre la loro metratura complessiva è diminuita dell'7,4%, aumenta di conseguenza la loro dimensione media del 7,7% (tab. 3.6).

Il 44% degli esercizi si concentra nei 9 comuni della provincia che superano i 10.000 abitanti; qui gli esercizi di vicinato possono arrivare a misurare, secondo la normativa, fino a 250 mq mentre nei comuni più piccoli la massima superficie è pari a 150 mq.

A questo proposito va detto che dal 2005 al 2007 il comune di Goito ha passato la soglia dei 10.000 abitanti anche se ciò non incide particolarmente sulla diminuzione registrata a livello provinciale.

Fig. 3.10 - Variazione del numero di esercizi di vicinato secondo il settore merceologico. Anni 2005-2007.

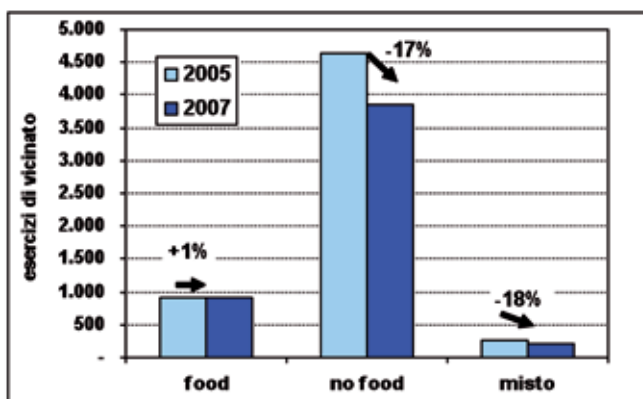
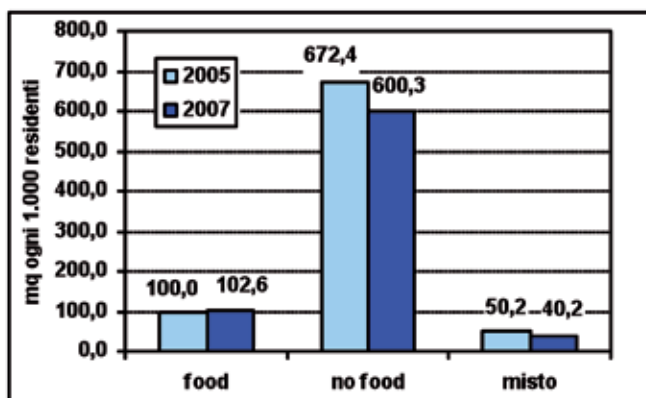


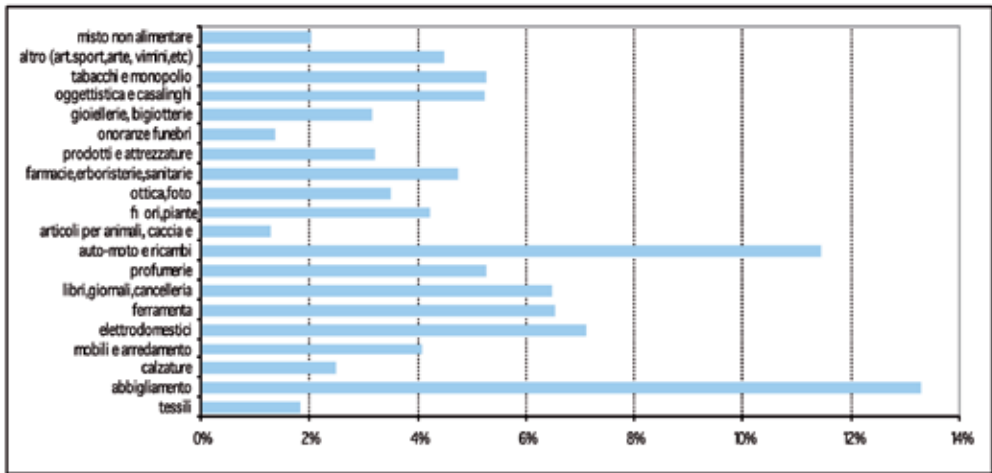
Fig. 3.11 - Variazione dei mq per 1.000 residenti secondo il settore merceologico. Anni 2005-2007.



Il comparto non alimentare assorbe il 77,2% degli esercizi e l'80,8% dei mq; rispetto al 2005 ha subito una perdita del 17% degli esercizi che sono passati dai 672,4 mq ogni 1.000 residenti ai 600,3 (fig. 3.10 e 3.11).

La categoria merceologica più diffusa tra i beni no food è l'abbigliamento (13,3%) mentre la meno presente riguarda gli articoli per animali (fig. 3.12).

Fig. 3.12 - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica no food. Anno 2007.

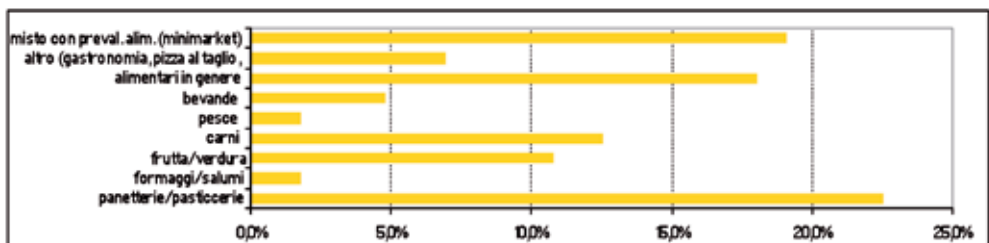


Il comparto alimentare in senso stretto copre il 18,4% degli esercizi e il 13,8% dei mq ma se si considera che per comparto misto si intendono i piccoli esercizi a carattere prevalentemente alimentare, queste percentuali salgono rispettivamente a 22,8% e 19,2% (fig. 3.8 e 3.9).

In quest'ottica, rispetto al 2005, il comparto alimentare è rimasto più o meno stazionario (+1%) mentre sono diminuiti del 18% gli esercizi che trattano merci miste con prevalenza alimentare.

A fine 2007 gli esercizi alimentari o misti a carattere prevalentemente alimentare sono quindi complessivamente 1.135, tra questi i più diffusi sono le panetterie/pasticcerie (22,6%), seguono i minimarket (19,1%) e gli alimentari in genere (18,1%) (fig. 3.13).

Fig. 3.13 - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica food. Anno 2007.



### Medie strutture di vendita

A fine 2007 le medie strutture di vendita ammontano a 666 esercizi per un totale di 352.122 mq e una dimensione media di 528,7 mq.

Il 48,2% di queste strutture si concentra nei 9 comuni mantovani con più di 10.000 abitanti e il 51,8% nei restanti 61 comuni.

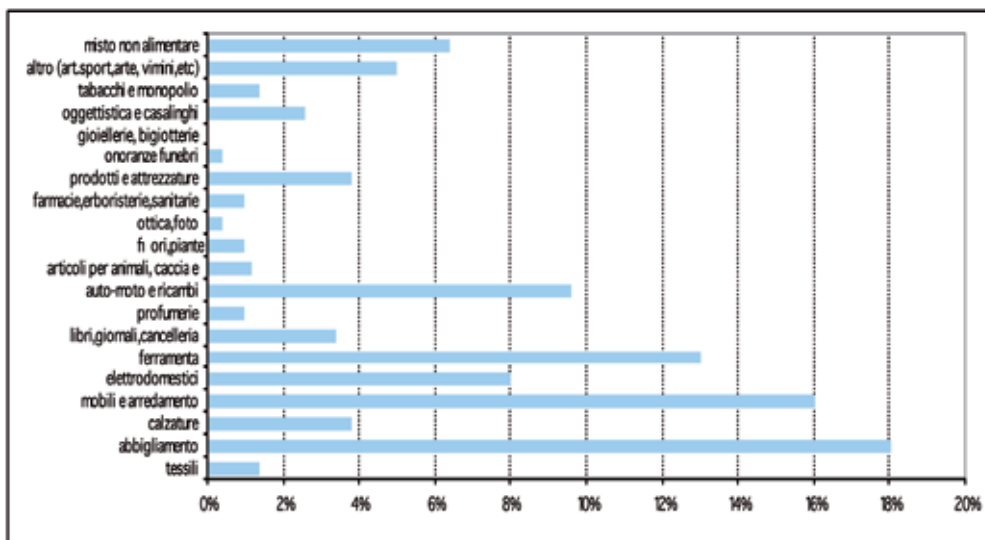
Rispetto al 2005 sono l'unica tipologia di struttura di vendita che ha visto un incremento, crescendo del 8,3% in valore assoluto e del 4,5% in termini di metratura destinata alla vendita (tab. 3.6).

Scendendo nella specificità della tipologia di merce venduta si nota che la crescita sopraccitata riguarda principalmente il comparto non alimentare in misura pari al +8%.

Al 31.12.2007, il 74,8% delle medie strutture vende esclusivamente merci non alimentari e dedica il 69,6% dello spazio di vendita (fig. 3.8 e 3.9).

La tipologia di merce più diffusa in questi punti di vendita è l'abbigliamento (18,1%) a cui seguono i mobili e l'arredamento (16,1%) e le ferramenta (13,1%) (fig. 3.14).

Fig. 3.14 - Percentuale di medie strutture per categoria merceologica no food. Anno 2007.



Le medie strutture che trattano esclusivamente alimentare in provincia di Mantova sono solo 17 e riguardano prevalentemente le bevande (5). Va però sottolineato che in questo tipo di esercizi si collocano spesso i supermercati i quali trattano principalmente generi alimentari ma vendono anche beni non alimentari e ricadono perciò nella categoria del misto che riguarda il 21% delle medie strutture e ben il 28,8% della loro superficie complessiva e merita perciò un approfondimento.

Si specifica che delle 140 medie strutture di categoria mista solo 97 possiedono la distinzione tra la superficie destinata alla vendita di generi alimentari e quella destinata ai non alimentari mentre nei casi restanti l'indicazione è generica.

### **La grande distribuzione organizzata**

Le grandi strutture di vendita del territorio mantovano sono complessivamente 16 (17 nel 2005) per un totale di 61703 mq e una dimensione media di 3856,4 mq. Rispetto al 2005 si passa da 201,7 a 152,9 mq ogni 1.000 abitanti.

Considerata l'importanza di questa tipologia di struttura di vendita e il suo impatto sul territorio si è ritenuto opportuno verificare i dati al 31.12.2008 rilevando una nuova grande struttura di vendita nel comune di Castel Goffredo denominata ITALFRUTTA e inserita in un nuovo centro commerciale denominato ITALMARK inaugurato nel settembre 2008 che porta a 65.603 mq la superficie complessiva delle grandi strutture di vendita del mantovano.

Queste 16 strutture di vendita hanno sede in 12 comuni della provincia di cui 5 con meno di 10.000 abitanti (Asola, Bagnolo, Gonzaga, Marmirolo e Ostiglia).

Rispetto alle altre tipologie di strutture cresce significativamente lo spazio dedicato alla vendita di articoli misti che raggiunge il 69% della metratura complessiva mentre il 31% è dedicato esclusivamente al non alimentare e riguarda in particolare 6 strutture che vendono principalmente arredamento, generi non alimentari misti e ferramenta.

Nessuna struttura tratta esclusivamente generi alimentari ma lo spazio dedicato all'alimentare è solitamente compreso nella categoria merceologica "misto" poiché riguarda essenzialmente le grandi catene distributive come Iper coop, il Gigante, Italmark, Cityper, Famila e l'Affare, le quali trattano anche generi no food. In queste strutture, a carattere misto, l'alimentare copre in media il 51% dello spazio vendita contro il 49% del non alimentare. Nel complesso, quindi, l'alimentare copre il 35% della superficie totale delle grandi strutture mentre il non alimentare il restante 65% (tab. 3.7).

Tab. 3.7 - Le grandi strutture di vendita del territorio mantovano al 31.12.2007 e aggiornamento al 31.12.2008.

Comune	Nome Struttura	Categoria Merceologica	In Centro Commerciale	Mq Food	Mq No Food	Mq Totale
ASOLA	ITALMARK	misto alimentare e non	sì	2200	960	3160
BAGNOLO SAN VITO	PONTI ARREDAMENTI	arredamento	no		2200	2200
CASTIGLIONE D/STIVIERE*	ITALFRUTTA	misto alimentare e non	sì	2700	1210	3910
CURTATONE	IL GIGANTE	misto alimentare e non	sì	4270	5012	9282
GONZAGA	CALZOLARI	ferramenta/bricolage	no		2000	2000
MANTOVA	IPER COOP	misto alimentare e non	sì	1200	4500	5700
MANTOVA	BRICOCENTER	ferramenta/bricolage	no		5700	5700
MANTOVA	GRAN CASA	misto non alimentare	no		3820	3820
MANTOVA	CITYPER	misto alimentare e non	no	1300	1700	3000
MARMIROLO	L'AFFARE E'	misto alimentare e non	no	1853	400	2253
OSTIGLIA	FAMILA	misto alimentare e non	no	1000	1499	2499
PORTO MANTOVANO	BIZ STORE	misto non alimentare	no		2900	2900
PORTO MANTOVANO	AREA IN	arredamento	no		2514	2514
SUZZARA	IPER COOP	misto alimentare e non	sì	2880	1194	4074
VIADANA	CITYPER	misto alimentare e non	no	1500	2000	3500
VIRGILIO	IPER COOP	misto alimentare e non	sì	2777	2414	5191
totale GDV al 31.12.2007 (nr.)				21680	40023	61703
totale GDV al 31.12.2007 (%)				35,1%	64,9%	100,0%
CASTEL GOFFREDO	ITALFRUTTA	misto alimentare e non	sì	3195	705	3900
totale GDV al 31.12.2008 (nr.)				24875	40728	65603

Accanto alle grandi strutture di vendita, completano il quadro della grande distribuzione organizzata mantovana i centri commerciali di cui fanno parte 6 delle 16 grandi strutture di vendita sopra descritte. Considerando i valori aggiornati al 31.12.2008, le grandi strutture di vendita sono passate a 7 delle 17 totali, per una metratura complessiva pari a 87.520. I centri commerciali sono infatti medie o grandi strutture che accorpano più esercizi commerciali di piccola, media o grande natura che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente.

Tab. 3.8 - I centri commerciali del territorio mantovano al 31.12.2007 e aggiornamento al 31.12.2008.

COMUNE	Nome / Titolare	Mq Autorizzati			Mq Occupati				Percentuale Di Superficie Totale Occupata
		Mq Food	Mq No Food	Mq Totale	Mq Food	Mq No Food	Mq Misto Senza Specifica	Mq Totale	
ASOLA	ITALMARK	3.200	2.231	5.431	2200	3225	0	5425	100%
BAGNOLO S. VITO	FASHION DISTRICT*	0	20.310	20.310	0	15585	0	15585	77%
CASTIGLIONE D/STIVIERE	ITALMARK	3.000	6.401	9.401	2700	6495	0	9195	98%
CASTIGLIONE D/STIVIERE	BENACO	2.700	4.360	7.060	2000	2979	0	4979	71%
CURTATONE	QUATTROVENTI	4.277	9.025	13.302	4270	8912	0	13182	99%
MANTOVA	LA FAVORITA	5.700	6.300	12.000	1225	10719	0	11944	100%
SERMIDE	ARCOBALENO	1.052	3.948	5.000	0	907	656	1563	31%
SUZZARA	CENTRO COMM "PO"	3.040	7.684	10.724	2945	3574	0	6519	61%
VIRGILIO	VIRGILIO	2.827	9.376	12.203	2777	8801	0	11578	95%
totale centri comm. al 31.12.2007		25.796	69.635	95.431	18.117	61.197	656	79970	84%
CASTEL GOFFREDO	ITALMARK	3.200	7.800	11.000	3200	4350	0	7550	69%
totale centri comm. aggiornati al 31.12.2008		28.996	77.435	106.431	21.317	65.547	0	87520	82%

\* si tratta di due autorizzazioni distinte

A questi, vanno aggiunti i seguenti centri commerciali già autorizzati ma non ancora occupati (tab. 3.8).

Tab. 3.9 - La grande distribuzione organizzata del territorio mantovano la cui superficie non risulta ancora occupata al 31.12.2008.

comune	nome	mq autorizzati			stato attuale
		mq food	mq no food	mq totale	
GOITO	TIBRE POINT	1.500	4.400	5.900	autorizzazione prorogata al 31/12/08
MARMIROLO	SUPERDI'	950	976	1.926	autorizzazione in sospensiva
GONZAGA	S.VA.L srl	950	1.550	2.500	in costruzione
BAGNOLO S. VITO	CASELLO SRL	1.500	3.600	5.100	in costruzione



La metratura complessiva autorizzata dei 9 centri commerciali mantovani è pari a 95.431 mq di cui, però, circa l'84% è realmente occupato. In particolare 4 centri commerciali vedono occupata meno del 70% della superficie a disposizione e tra questi si segnalano il Centro Commerciale "Arcobaleno" a Sermide con solo il 33% di superficie utilizzata e il Centro Commerciale "Po" a Suzzara con il 61%.

Nel complesso la superficie autorizzata è occupata per il 24% da esercizi di vicinato e in ugual misura da medie e grandi strutture (38%).

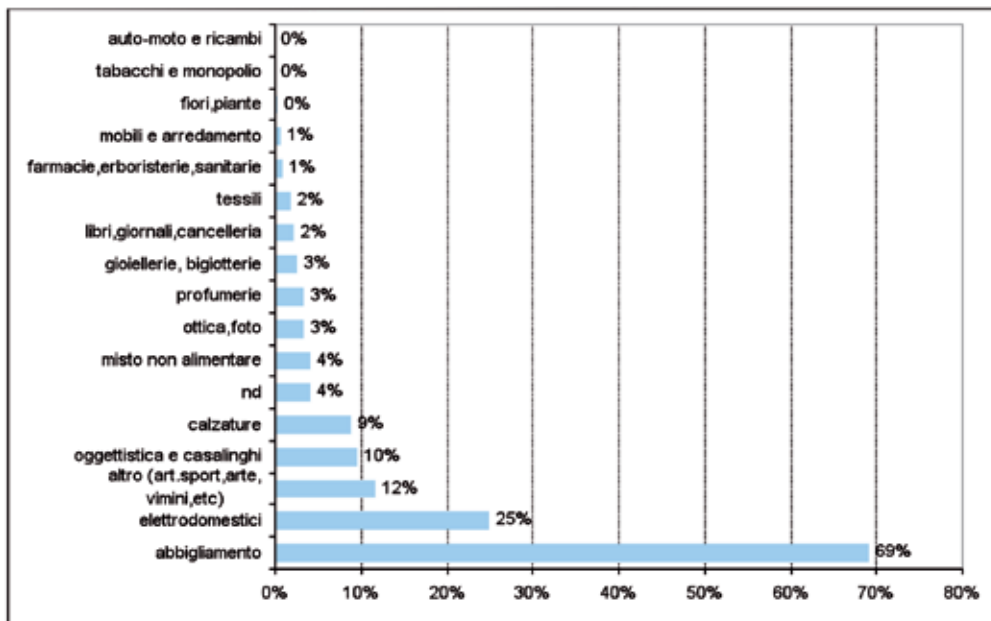
Fig. 3.15 - Percentuale di mq occupati in centro commerciale per tipo di struttura di vendita al 31.12.2007.



Gli esercizi che trattano esclusivamente alimentare sono 4, 12 sono le strutture che trattano generi misti e 256 i punti vendita che vendono solo non alimentare. Di questi è interessante precisare la categoria merceologica trattata.

La tipologia di merce più diffusa nei punti di vendita inseriti in un centro commerciale è l'abbigliamento (69%) a cui seguono gli elettrodomestici (25%), gli articoli sportivi e altro in genere (12%), l'oggettistica e casalinghi (10%), le calzature (9%).

Fig. 3.16 -Percentuale di mq dedicati al no food per categoria merceologica nei centri commerciali. Anno 2007.



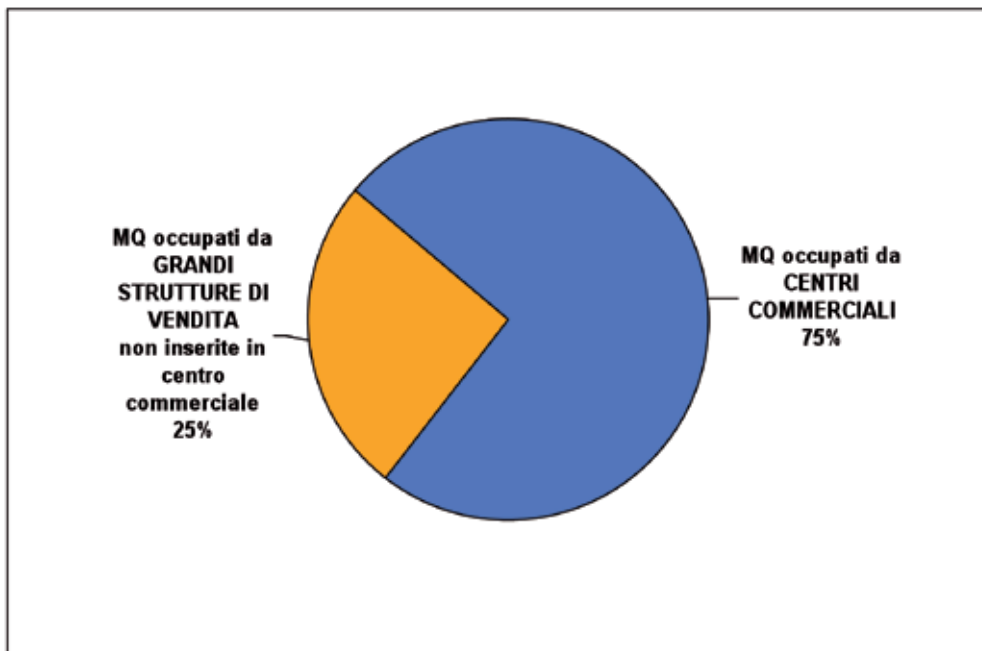
La tabella sottostante rappresenta la situazione della Grande Distribuzione Organizzata nella nostra provincia al 31.12.2008. La tabella è costruita in modo da evidenziare i centri commerciali all'interno dei quali si trova una grande struttura di vendita (oltre ad altre tipologie di vendita), i centri commerciali costituiti solo da medie strutture e esercizi di vicinato e le grandi strutture di vendita singole.

Tab 3.10 - Quadro riassuntivo della Grande Distribuzione Organizzata in provincia di Mantova aggiornata al 31.12.2008

Comune	Centro Commerciale	GSV inserita o meno in centro commerciale	Mq Autorizzati	Mq Occupati	Percentuale di superficie totale occupata
ASOLA	Centro Commerciale ITALMARK		5.431	5.425	100%
		di cui Ipermercato ITALFRUTTA		3.160	
CASTIGLIONE D/STIVIERE	Centro Commerciale ITALMARK		9.401	9.195	98%
		di cui Ipermercato ITALFRUTTA		3.910	
CURTATONE	Centro Commerciale QUATTROVENTI		13.302	13.182	99%
		di cui Ipermercato IL GIGANTE		9.282	
MANTOVA	Centro Commerciale LA FAVORITA		12.000	11.944	100%
		di cui Ipermercato IPERCOOP		5.700	
SUZZARA	Centro Commerciale CENTRO COMM "PO"		10.724	6.519	61%
		di cui Ipermercato IPERCOOP		4.074	
VIRGILIO	Centro Commerciale VIRGILIO		12.203	11.578	95%
		di cui Ipermercato IPERCOOP		5.191	
CASTEL GOFFREDO	Centro Commerciale ITALMARK		11.000	7.550	69%
		di cui Ipermercato ITALFRUTTA		3.900	
BAGNOLO S. VITO	Centro Commerciale FASHION DISTRICT		20.310	15.585	77%
CASTIGLIONE D/STIVIERE	Centro Commerciale BENACO		7.060	4.979	71%
SERMIDE	Centro Commerciale ARCOBALENO		5.000	1.563	31%
BAGNOLO S. VITO		PONTI ARREDAMENTI	2.200	2.200	100%
GONZAGA		CALZOLARI	2.000	2.000	100%
MANTOVA		BRICOCENTER	5.700	5.700	100%
MANTOVA		GRAN CASA	3.800	3.800	100%
MANTOVA		CITYPER	3.000	3.000	100%
MARMIROLO		L'AFFARE E'	2.253	2.253	100%
OSTIGLIA		FAMILA	2.499	2.499	100%
PORTO MANTOVANO		BIZ STORE	2.900	2.900	100%
PORTO MANTOVANO		AREA IN	2.900	2.514	87%
VIADANA		CITYPER	3.000	3.000	100%
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA			136.683	117.386	86%
TOTALE CENTRI COMMERCIALI			106.431	87.520	82%
TOTALE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA NON IN CENTRO COMMERCIALE			30.252	29.866	99%

Rispetto al totale dei metri quadrati occupati dalla grande distribuzione organizzata, i centri commerciali (con o senza grandi strutture di vendita al proprio interno) occupano il 75% e le grandi strutture di vendita singole il restante 25%. Mq occupati dalla Grande distribuzione organizzata in provincia di Mantova

Fig. 3.17 - Mq occupati dalla Grande distribuzione organizzata in provincia di Mantova.

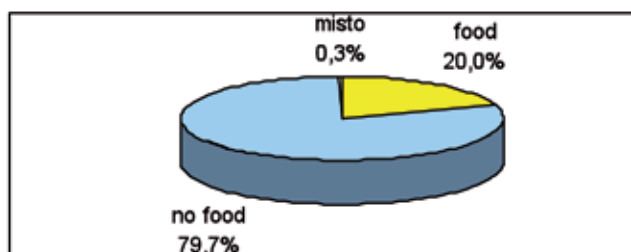




### Commercio su aree pubbliche

Al 31.12.2007 i punti di vendita su aree pubbliche destinati al commercio ambulante presenti in provincia di Mantova sono 2.831 per un totale di 111.519 mq e una dimensione media di 39,4 mq. Rispetto al 2005 si è verificato un aumento del 2,7% in termini di numero e dell'1,4% in termini di metratura.

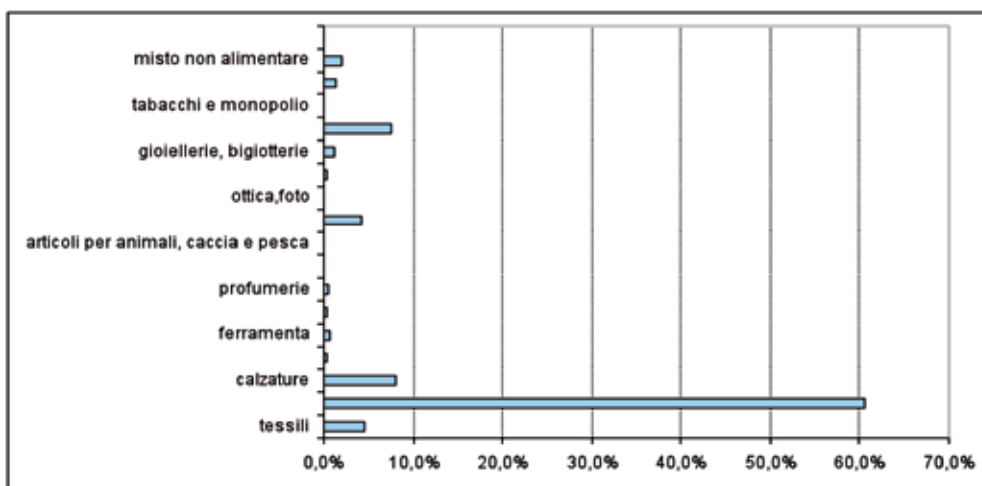
Fig. 3.18 - Percentuale di mq destinati a commercio su area pubblica per settore merceologico. Anno 2007.



Il comparto non alimentare assorbe il 79,7% dei mq, quello alimentare il 20% e il misto a carattere prevalentemente alimentare solo lo 0,3%.

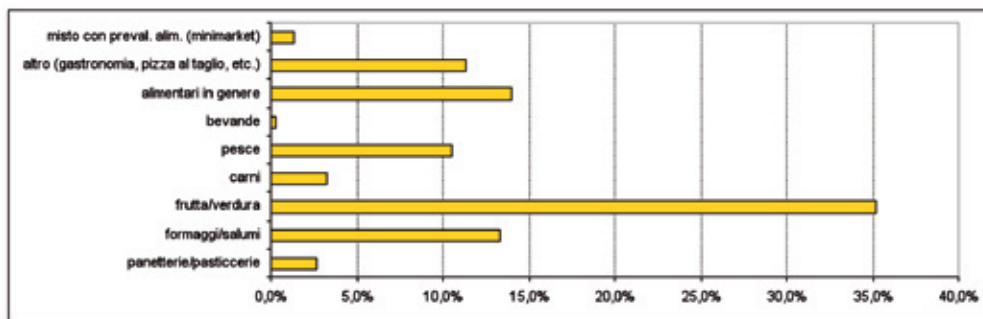
I posteggi dedicati ai generi non alimentari sono 2.223 per 86.286 mq. La categoria merceologica più diffusa tra i beni no food è l'abbigliamento (60,6%) seguita dalle calzature (8,1%) e dai casalinghi (7,5%).

Fig. 3.19 - Percentuale di mq dedicati al no food per categoria merceologica nel commercio su suolo pubblico. Anno 2007



A fine 2007 i posteggi adibiti alla vendita di alimentare o di generi misti a carattere prevalentemente alimentare sono complessivamente 608 per 22.635 mq, tra questi i più diffusi sono quelli che trattano frutta e verdura (35,2%), segue la categoria alimentari in genere (14%) e quella denominata "altro" in cui ricadono le gastronomie e le pollerie (11,3%).

Fig. 3.20 - Percentuale di mq dedicati al food per categoria merceologica nel commercio su suolo pubblico. Anno 2007

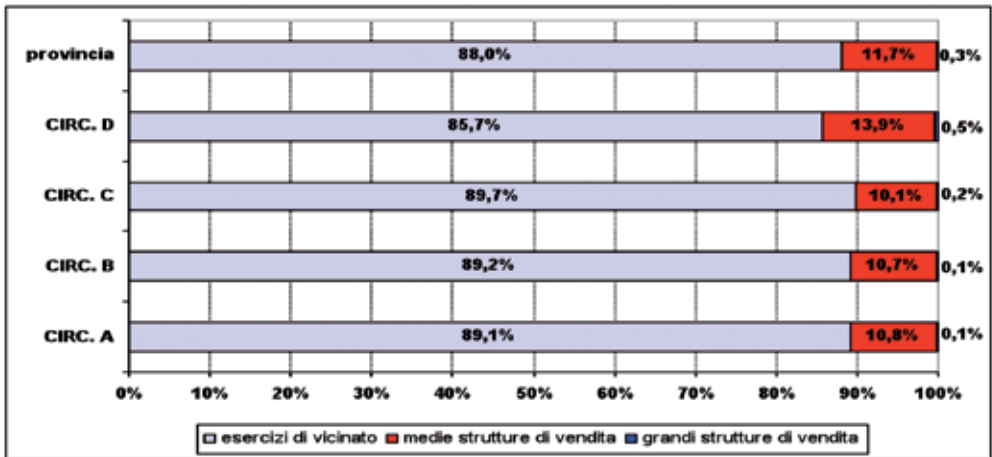


### 3.2.2) Analisi per circondari

Al fine di fornire chiavi di lettura delle problematiche del settore commerciale in provincia di Mantova riconducibili ad un'interpretazione del territorio provinciale visto sia come elemento a sé sia come parte di un sistema territoriale più ampio, i dati sono stati rielaborati tenendo come punto di riferimento la caratterizzazione dei circondari del PTCP.

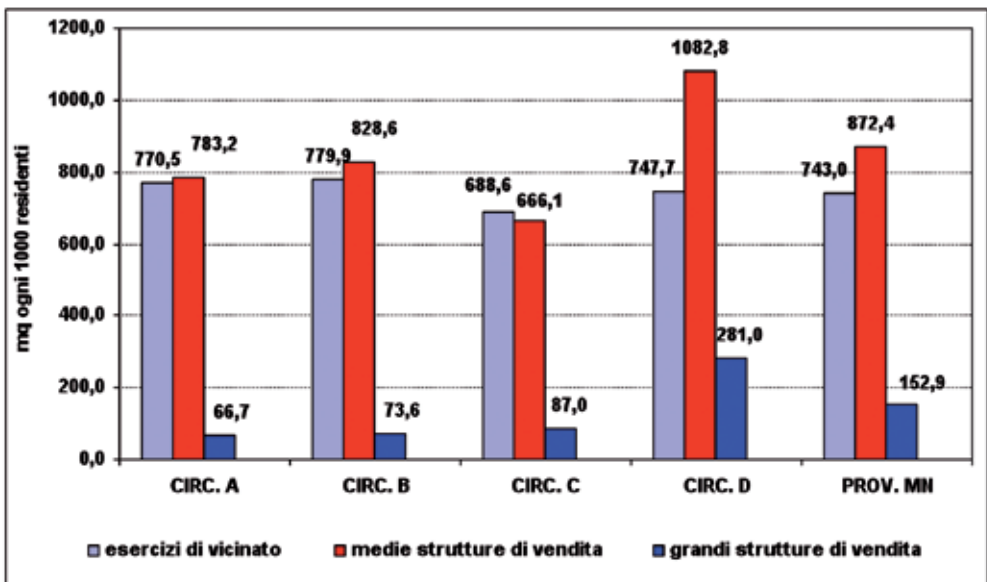
Prima di analizzare ogni singolo circondario si è ritenuto opportuno offrire una visione d'insieme dei quattro circondari e della provincia guardando alla composizione percentuale del tipo di esercizi in sede fissa da un punto di vista esclusivamente numerico. In tutte le realtà gli esercizi di vicinato coprono più dell'80% della rete distributiva in sede fissa. Rispetto al risultato provinciale (88%), i circondari A, B, C sono di poco superiori (rispettivamente 89,1% - 89,2% - 89,7%) mentre il circondario D ha una percentuale inferiore di esercizi di vicinato (85,7%) a vantaggio di medie e grandi strutture di vendita.

Fig. 3.21 -Composizione percentuale del tipo di esercizi in sede fissa. Anno 2007



Dal punto di vista dei metri quadrati sono le medie strutture a predominare in ogni circondario ad eccezione del circondario C dove predominano gli esercizi di vicinato (688,6 mq ogni mille abitanti). L'indice di densità, costruito per ogni circondario e per ogni tipologia di vendita, evidenzia che il circondario B predomina con 779,9 metri quadrati ogni 1000 abitanti dedicati agli esercizi di vicinato mentre il circondario D predomina sia per le medie strutture (1.082,8 mq) che per le grandi strutture (281 mq).

Fig. 3.22 - Mq ogni 1.000 residenti per tipo di esercizio





## Circondario A – Alto Mantovano

Il Circondario A è costituito da 21 comuni e, per numerosità, è secondo solo al circondario C (23 comuni). Presenta inoltre 3 comuni con popolazione superiore ai 10.000 abitanti, vale a dire Castiglione delle Stiviere (21.317), Castel Goffredo (11.356) e Goito (10.022).

Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio del Commercio della Provincia di Mantova, al 31.12.2007, i comuni appartenenti al circondario A potevano contare su 2.135 esercizi commerciali di cui 1.445 in sede fissa e 690 esercizi di commercio ambulante. In questo circondario spicca un indice di densità molto elevato per i metri quadrati destinati agli esercizi di vicinato che risultano ben 770,5 ogni mille abitanti.

Rispetto alla rilevazione effettuata nel 2005, l'andamento della distribuzione al dettaglio in questo circondario si dimostra in controtendenza rispetto al totale provinciale che registra una perdita sia nel numero di esercizi che nei metri quadrati destinati alla vendita (rispettivamente - 7,5% e - 1,8%). In questo caso siamo di fronte ad un aumento del 2,3% del numero di esercizi e del 4,6% dei metri quadrati riconducibile sia agli esercizi di vicinato (+4,5% nel numero di esercizi e +5,9 nei mq) che alle medie strutture (+1,3% come numero +6% come metratura). Le grandi strutture sono invariate sia come numero che come metratura.

Tab. 3.11 - Struttura distributiva per tipo di esercizio al 31.12.2007 e variazione percentuale rispetto alla rilevazione precedente del 31.12.2005.

	2007			variazione 07/05		
	nr	mq	dim media	nr	mq	dim media
esercizi di vicinato	1287	81702	63,5	4,5%	5,9%	1,3%
medie strutture di vendita	156	83049	532,4	1,3%	6,0%	4,6%
grandi strutture di vendita	2	7070	3535,0	0,0%	0,0%	0,0%
comm. aree pubbliche	690	28027	40,6	-1,6%	-1,3%	0,2%
<b>totale</b>	<b>2135</b>	<b>199848</b>	<b>93,6</b>	<b>2,3%</b>	<b>4,6%</b>	<b>2,3%</b>

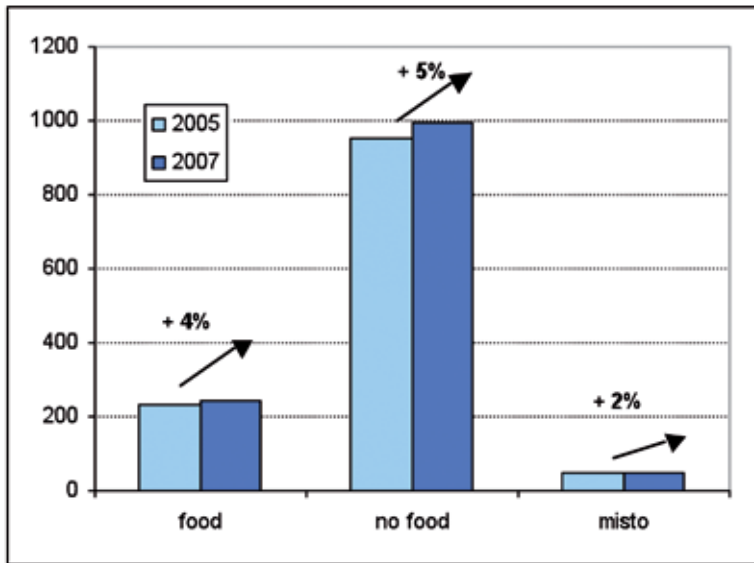
### Esercizi di vicinato

Al 31.12.2007 gli esercizi di vicinato di questo circondario sono 1.287 per un totale di 81.702 mq e una dimensione media di circa 63,5 mq. Come già sottolineato, rispetto al 2005, sono aumentati del 4,5%, mentre la loro metratura complessiva è aumentata dell'5,9% e la dimensione media dell'1,3%.

Gli esercizi di vicinato coprono, nel 2007, l'89,1% dell'intera rete distributiva in sede fissa di questo circondario.

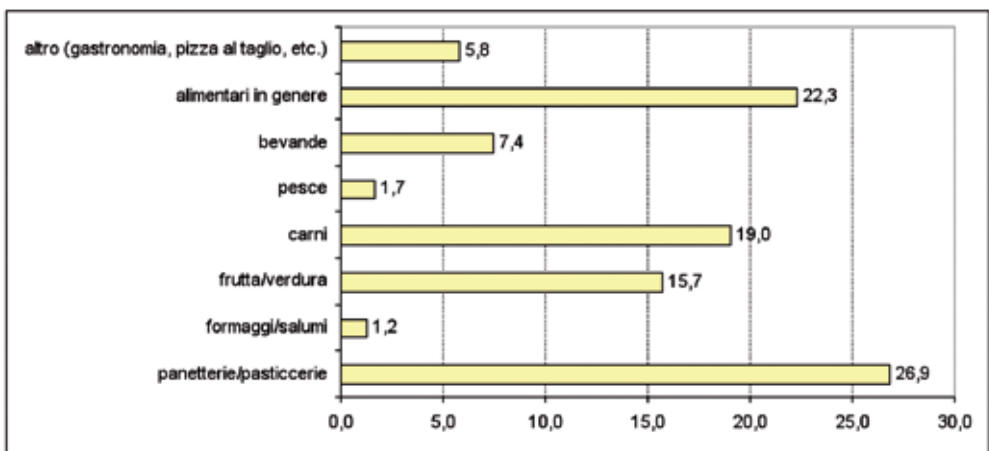
Il comparto non alimentare assorbe il 77,4% degli esercizi con un aumento del 5% rispetto al 2005, l'alimentare copre il 18,8% con un aumento del 4% e il misto il 3,8% con un aumento del 2%.

Fig. 3.23 - Circondario A - Variazione del numero di esercizi di vicinato secondo il settore merceologico. Anni 2005-2007



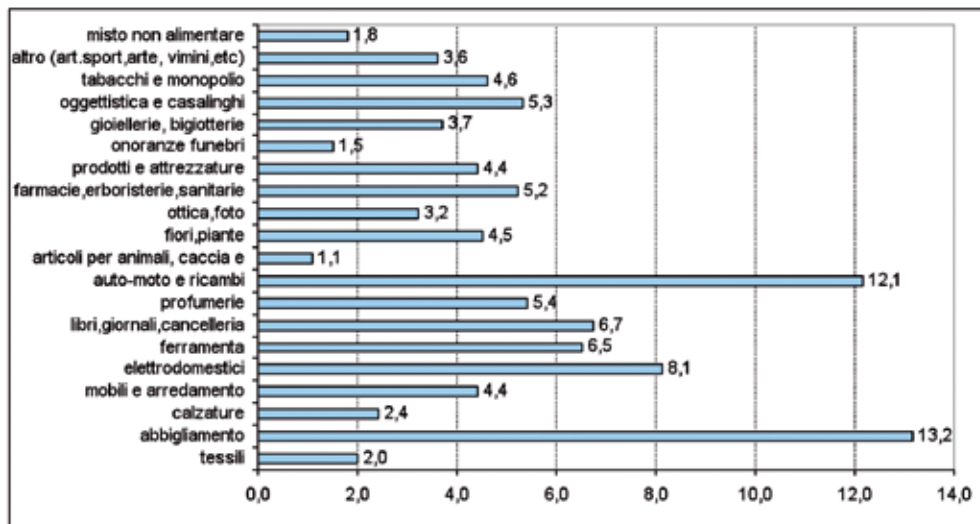
La categoria merceologica più diffusa nell'ambito del food è quella delle panetterie con circa il 27% e gli alimentari in genere (22% circa) che sono una tipica realtà commerciale dei piccoli comuni.

Fig. 3.24 - Circondario A- Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica food. Anno 2007.



Invece, in linea con i risultati provinciali, la categoria merceologica più diffusa tra i beni no food è l'abbigliamento (13,2%) e la meno presente riguarda gli articoli di animali (1,1%).

Fig. 3.25 - Circondario A - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica no food. Anno 2007.



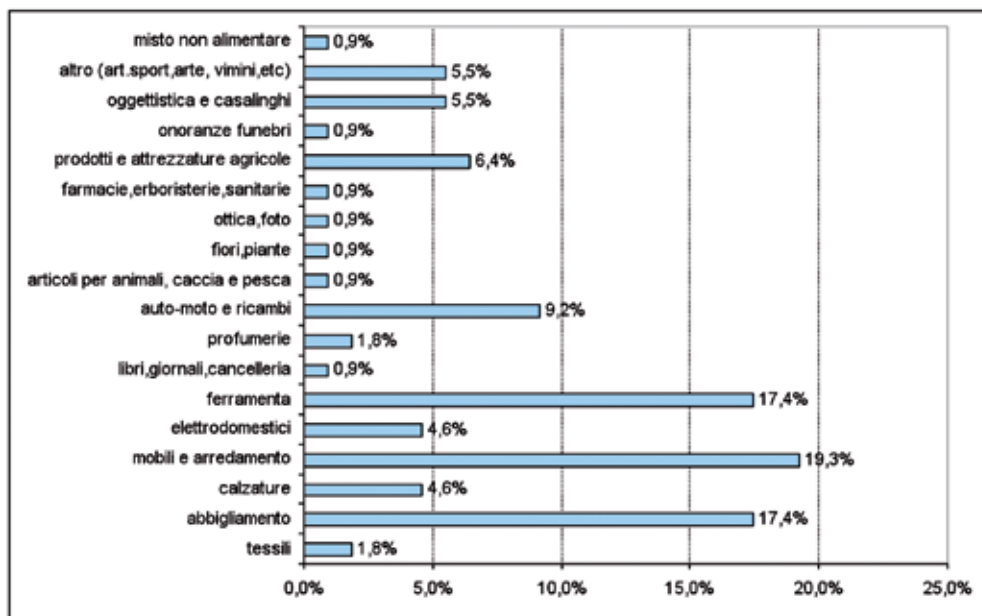
### Medie strutture di vendita

Nel circondario A le medie strutture di vendita sono 156 per un totale di 83.049 mq e una dimensione media di 532,4 mq. Se a livello provinciale questa tipologia di vendita ha registrato un incremento, nel circondario A siamo in presenza di una sostanziale stabilità come numero (+1,3%) e di aumento come metratura (+ 6%) e quindi della dimensione media (+ 4,6%).

Per questa tipologia di vendita, il comparto non alimentare assorbe il 69,9% degli esercizi, il misto si attesta sul 25,6% e l'alimentare è residuale con appena il 4,5%.

La tipologia di merce più diffusa in questi punti di vendita sono i mobili e l'arredamento (19,3%) seguiti da abbigliamento (17,4%) e ferramenta (17,4%).

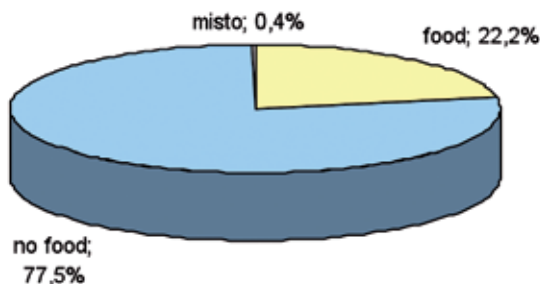
Fig. 3.26 - Circondario A - Percentuale di medie strutture per categoria merceologica no food. Anno 2007.



### Commercio su aree pubbliche

Il commercio su aree pubbliche al 31.12.2007 può contare su 690 posteggi per un totale di 28.027 mq e una dimensione media di posteggio pari a 40,6 mq. Rispetto al 2005 non si notano particolari cambiamenti. Il comparto non alimentare assorbe, in termini metri quadrati, il 77,5% dei posteggi.

Fig. 3.27 - Percentuale di mq destinati a commercio su area pubblica per settore merceologico. Anno 2007.



La tabella sottostante offre una quadro dettagliato a livello comunale sia per il dettaglio in sede fissa che per il commercio su aree pubbliche. Ancora una volta ci aiuta nell'analisi l'indice di densità a livello comunale: nelle prime posizioni si collocano le realtà comunali più importanti ma Asola (3332,1 mq ogni mille abitanti), con la prima posizione, supera comuni molto più strategici come Castel Goffredo e Castiglione delle Stiviere.

Tab. 3.12 - Circondario A - Commercio al dettaglio in sede fissa e commercio su aree pubbliche: dettaglio comunale. Anno 2007.

2007	esercizi di vicinato		medie strutture di vendita		grandi strutture di vendita		comm. aree pubbliche		totale		indice di densità
	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	
ASOLA	197	10927	29	14918	1	3160	101	4150	328	33155	3332,1
GOITO	155	10713	15	12594			100	3610	270	26917	2685,8
CASTIGLIONE DELLE STIVIERE	270	21401	32	22486	1	3910	93	3753	396	51550	2418,3
GUIDIZZOLO	70	4712	10	5475			58	2507	138	12694	2148,6
GAZOLDO DEGLI IPPOLITI	36	1867	5	1495			55	2374	96	5736	2024,7
CASTEL GOFFREDO	148	9098	16	8430			75	2973	239	20501	1805,3
PIUBEGA	16	1052	3	1764			9	294	28	3110	1795,6
VOLTA MANTOVANA	62	3029	13	5248			39	1819	114	10096	1421,6
MONZAMBANO	39	2253	6	3335			34	1232	79	6820	1412,9
CASALOLDO	16	1161	5	2100			9	297	30	3558	1399,7
MARIANA MANTOVANA	9	479	1	374					10	853	1218,6
CASALROMANO	12	751	3	922			6	198	21	1871	1192,5
CANNETO SULL'OGGIO	41	2360	3	682			40	1965	84	5007	1097,9
CERESARA	23	1221	4	1055			12	494	39	2770	1048,4
MEDOLE	43	2558	3	692			8	391	54	3641	984,9
PONTI SUL MINCIO	24	1837	3	320			1	16	28	2173	971,0
ACQUANEGRA SUL CHIESE	39	1582	3	649			13	510	55	2741	909,7
REDONDESCO	12	629					10	470	22	1099	814,1
CASALMORO	17	991	2	510			4	101	23	1602	723,6
CAVRIANA	35	1832					15	568	50	2400	621,1
SOLFERINO	23	1249					8	305	31	1554	597,7
Totale complessivo	1287	81702	156	83049	2	7070	690	28027	2135	199848	1884,7

## Circondario B – Viadanese Casalasco

Il circondario B è il circondario con il minor numero di comuni; è infatti costituito da 10 comuni tra cui spicca la realtà di Viadana con 18.777 abitanti.

La rete distributiva è costituita da 1.112 esercizi commerciali di cui 702 in sede fissa e 410 di commercio ambulante. Nonostante sia il circondario meno popolato, si colloca in prima posizione dal punto di vista dell'indice di densità degli esercizi di vicinato (779,9 mq ogni mille abitanti) e in seconda posizione per quello delle medie strutture (828,6 mq ogni mille abitanti).

Rispetto al 2005, si registra una sostanziale stabilità a livello di numero di esercizi (-0,4%) e una lieve flessione nel numero di metri quadrati (-1%) ma se si legge tra le varie tipologie di vendita si vede come il numero di esercizi di vicinato scende del 2,6% e i metri quadrati del 5% e le medie strutture diminuiscono dell'1,3% come numero, mentre si registra un aumento dell'1% nei metri quadrati.

Da segnalare anche un aumento superiore al 3% del commercio ambulante sia come numero di posteggi che come metri quadrati.

Un recente articolo comparso sul SOLE 24 Ore segnala la grande crisi dei piccoli negozi (a livello nazionale nei primi tre mesi del 2008 circa 13.300 esercizi hanno dovuto cessare l'attività) e mette in luce come la formula distributiva dell'ambulantato sia ancora abbastanza vincente.

Le variazioni della struttura distributiva di questo circondario sembrano rispecchiare questo quadro.

Tab. 3.13 - Struttura distributiva per tipo di esercizio al 31.12.2007 e variazione percentuale rispetto alla rilevazione precedente del 31.12.2005.

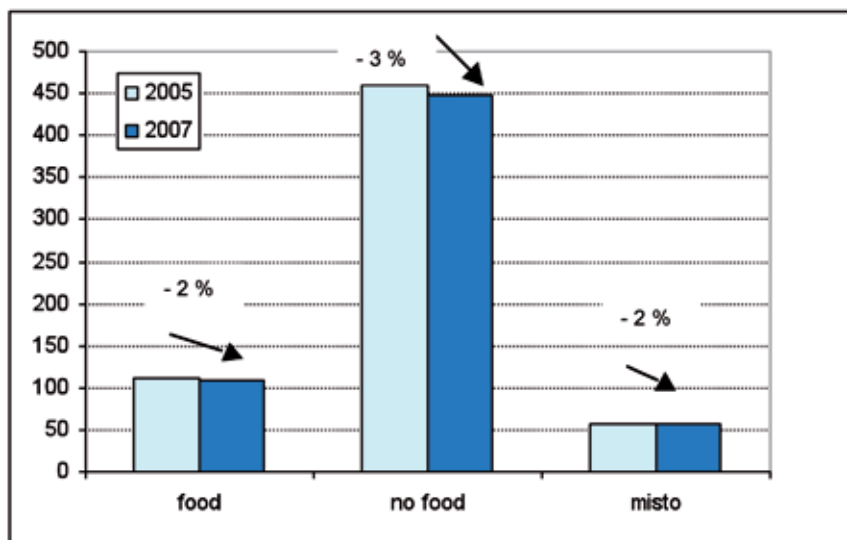
	2007			variazione 07/05		
	nr	mq	dim media	nr	mq	dim media
esercizi di vicinato	626	37110	59,3	-2,6%	-5,0%	-2,4%
medie strutture di vendita	75	39427	525,7	-1,3%	1,0%	2,3%
grandi strutture di vendita	1	3500	3500,0	0,0%	0,0%	0,0%
comm. aree pubbliche	410	16468	40,2	3,3%	3,4%	0,1%
<b>totale</b>	<b>1112</b>	<b>96505</b>	<b>86,8</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-0,6%</b>

### Esercizi di vicinato

A fine 2007, gli esercizi di vicinato del circondario B sono 626 per un totale di 37.110 mq e una dimensione media di circa 59 mq. Come già segnalato, questa formula distributiva è in contrazione, in linea con i risultati a livello provinciale ma copre comunque l'89,2% dell'intera rete distributiva in sede fissa del circondario.

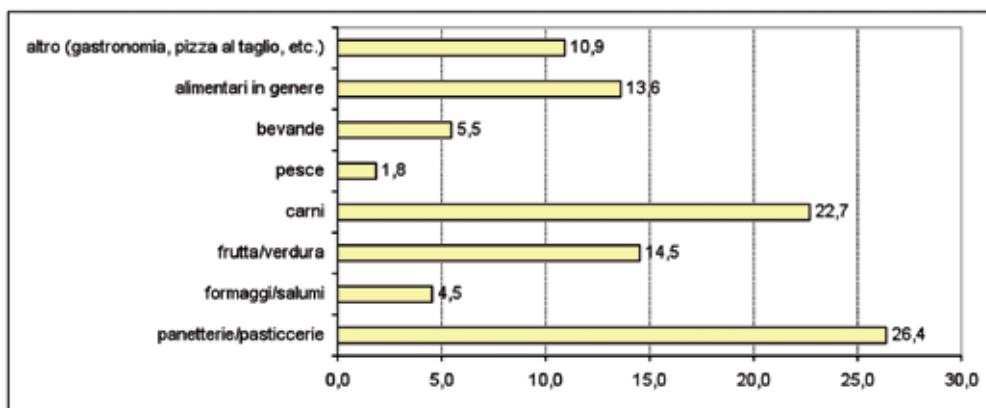
Il comparto non alimentare assorbe il 73,3% degli esercizi con una diminuzione del 3% rispetto al 2005, l'alimentare copre il 17,6% con una diminuzione del 2% e il misto il 9,1%, con una diminuzione del 2%.

Fig. 3.28 - Circondario B - Variazione del numero di esercizi di vicinato secondo il settore merceologico. Anni 2005-2007



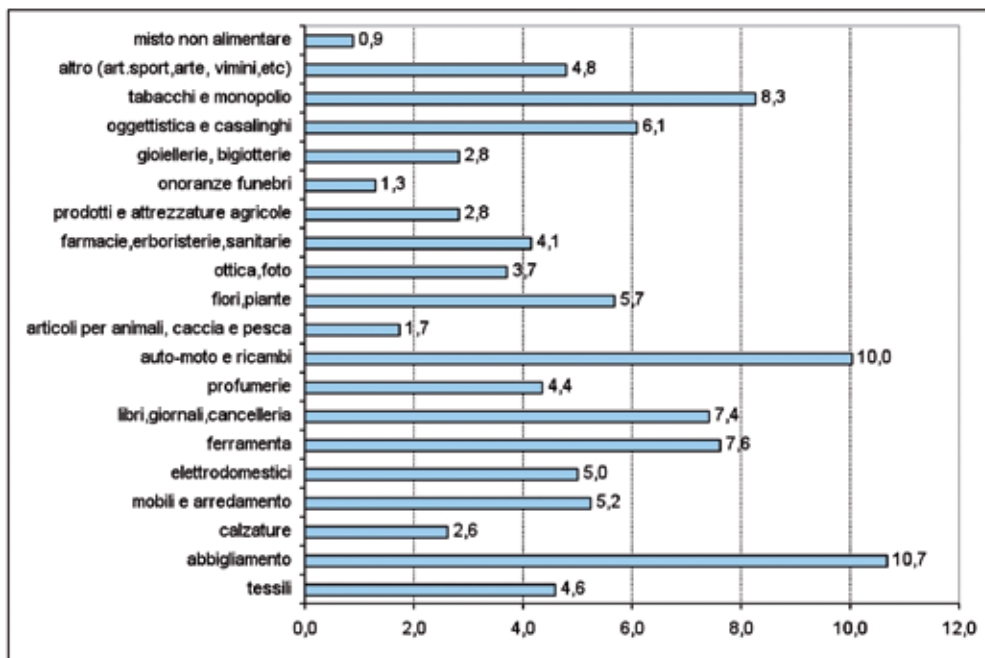
Per quanto riguarda il food la categoria merceologica più diffusa è quella delle panetterie (prevale con una percentuale del 26,4%) seguita dalle macellerie (22,7%).

Fig. 3.29 - Circondario B - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica food. Anno 2007.



Niente di nuovo dal punto di vista delle categorie merceologiche no food: prevale l'abbigliamento (10,7%), mentre la categoria in assoluto meno prevalente è quella del misto non alimentare (0,9%).

Fig. 3.30 - Circondario B - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica no food. Anno 2007.



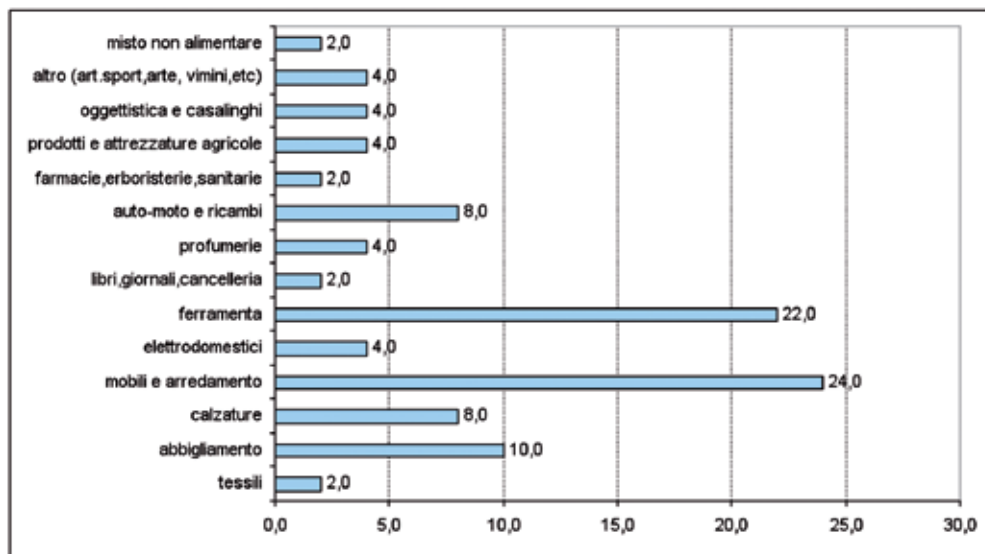
### **Medie strutture di vendita**

Nel circondario B le medie strutture sono 75 per un totale di 39.427 mq e una dimensione media di 525,7 mq. Rispetto al 2005, si deve registrare solo un lieve aumento nei metri quadrati (+ 1%) e di conseguenza della loro dimensione media (+2,3%).

Le medie strutture del circondario B si distribuiscono per il 67,6% nel comparto non alimentare e per il 2,7% nell'alimentare. Si registra una buona diffusione del misto con una percentuale pari al 29,7%. Le categorie merceologiche più diffuse sono i mobili e l'arredamento (24%) e la ferramenta (22%).



Fig. 3.31 - Circondario B - Percentuale di medie strutture per categoria merceologica no food. Anno 2007.

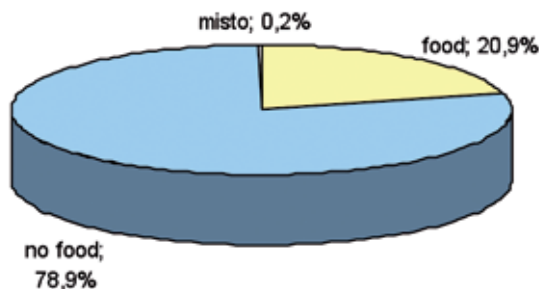


### Commercio su aree pubbliche

Il commercio su aree pubbliche conta 410 posteggi per un totale di 16.468 mq e una dimensione media di posteggio pari al 40,2 mq.

Come segnalato nella premessa, rispetto al 2005, sono cresciuti sia i posteggi che i metri quadrati degli stessi e, per quanto riguarda la tipologia, si nota un aumento del 1% negli esercizi alimentari e del 4% negli esercizi non alimentari.

Fig. 3.32 - Percentuale di mq destinati a commercio su area pubblica per settore merceologico. Anno 2007.



Per quanto riguarda il quadro dettagliato a livello comunale si può notare come il comune di Bozzolo occupi con 3.612 la prima posizione nella graduatoria costruita in base all'indice di densità superando un comune strategico e popoloso come Viadana.

Tab. 3.14 - Circondario B- Commercio al dettaglio in sede fissa e commercio su aree pubbliche: dettaglio comunale. Anno 2007.

2007	esercizi di vicinato		medie strutture di vendita		grandi strutture di vendita		comm. aree pubbliche		totale		indice di densità
	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	
BOZZOLO	63	3278	15	9317			56	2377	134	14972	3612,1
VIADANA	282	19380	27	20345	1	3500	156	6326	466	49551	2638,9
SAN MARTINO DALL'ARGINE	19	1131	3	1635			18	801	40	3567	1947,1
SABBIONETA	60	2965	13	4418			20	832	93	8215	1881,6
MARCARIA	86	3913	7	1567			98	3941	191	9421	1332,2
DOSOLO	41	2615	2	285			17	582	60	3482	1039,1
POMPONESCO	13	753	2	621			10	370	25	1744	1014,0
GAZZUOLO	22	1139	4	879			8	245	34	2263	931,7
RIVAROLO MANTOVANO	25	1181	2	360			24	948	51	2489	913,7
COMMESSAGGIO	15	755					3	46	18	801	687,0
<b>Totale complessivo</b>	<b>626</b>	<b>37110</b>	<b>75</b>	<b>39427</b>	<b>1</b>	<b>3500</b>	<b>410</b>	<b>16468</b>	<b>1112</b>	<b>96505</b>	<b>2028,2</b>

## Circondario C – Oltrepò

Il circondario C, costituito da 23 comuni, è il più numeroso ma è costituito da tanti piccoli comuni e da una sola realtà che supera i 10.000 abitanti ovvero il comune di Suzzara con 19.726 abitanti.

La struttura distributiva è costituita da 2.300 esercizi commerciali suddivisi in 1.428 esercizi in sede fissa e 872 posteggi del commercio su aree pubbliche.

A livello di densità commerciale questo circondario è quello che presenta gli indici di densità più bassi per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture mentre occupa la seconda posizione, dopo il circondario D per le grandi strutture di vendita (87 mq ogni mille abitanti).

Il confronto con il 2005 evidenzia una tenuta nel numero di esercizi ma, in controtendenza, una riduzione dei metri quadrati (-2,4%).

Tale riduzione è principalmente da imputare ad una riduzione del 9,2% dei metri quadrati delle medie strutture di vendita. Da registrare, inoltre, un aumento del commercio su aree pubbliche sia in termini numerici (+1,8%) che dal punto di vista dei metri quadrati (+2,3%).

Tab. 3.15 - Struttura distributiva per tipo di esercizio al 31.12.2007 e variazione percentuale rispetto alla rilevazione precedente del 31.12.2005 .

	2007			variazione 07/05		
	nr	mq	dim media	nr	mq	dim media
esercizi di vicinato	1281	67887	53,0	0,5%	2,2%	1,6%
medie strutture di vendita	144	65672	456,1	-4,6%	-9,2%	-4,8%
grandi strutture di vendita	3	8573	2857,7	0,0%	0,0%	0,0%
comm. aree pubbliche	872	36622	42,0	1,8%	2,3%	0,5%
<b>totale</b>	<b>2300</b>	<b>178754</b>	<b>77,7</b>	<b>0,7%</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-3,0%</b>

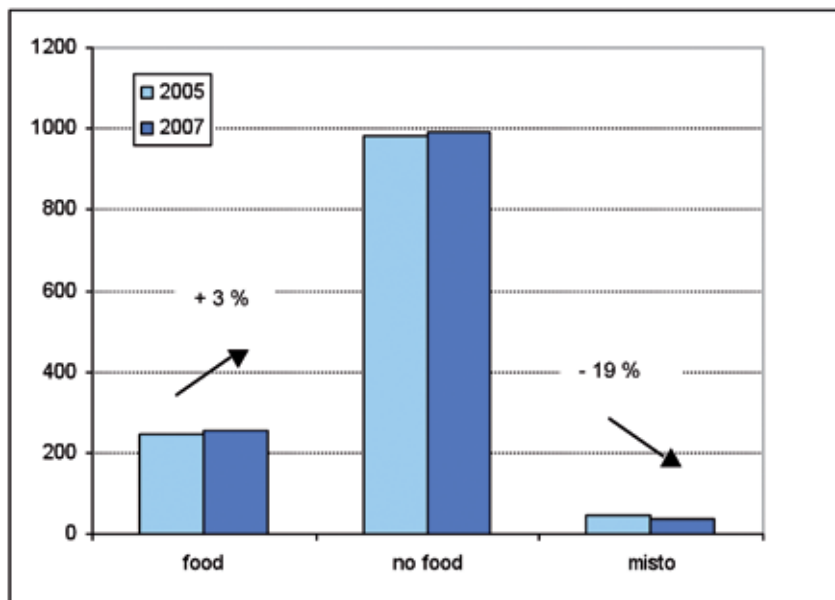
### Esercizi di vicinato

Gli esercizi di vicinato sono 1.281 per un totale di 67.887 mq e una dimensione media di 53 mq. Rispetto al 2005 si nota un aumento del 2,2% nei metri quadrati e dell'1,6% nella dimensione media.

Attualmente gli esercizi di vicinato coprono l'89,7% della rete distributiva in sede fissa.

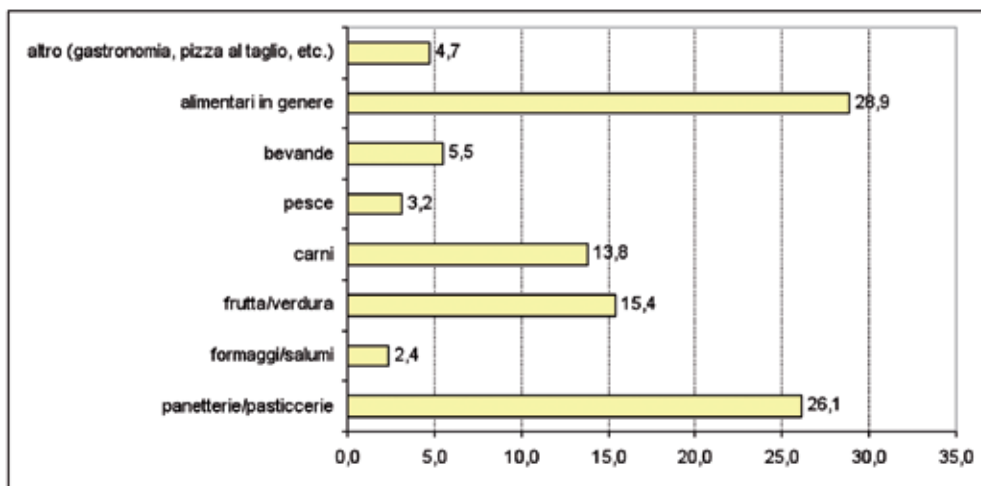
Il comparto non alimentare assorbe il 77,3% ed è stabile rispetto al 2005, l'alimentare copre il 19,8 con un aumento del 3% e il misto il 3% con una diminuzione del 19% (pari in realtà a 9 unità in valore assoluto).

Fig. 3.33 - Circondario C - Variazione del numero di esercizi di vicinato secondo il settore merceologico. Anni 2005-2007



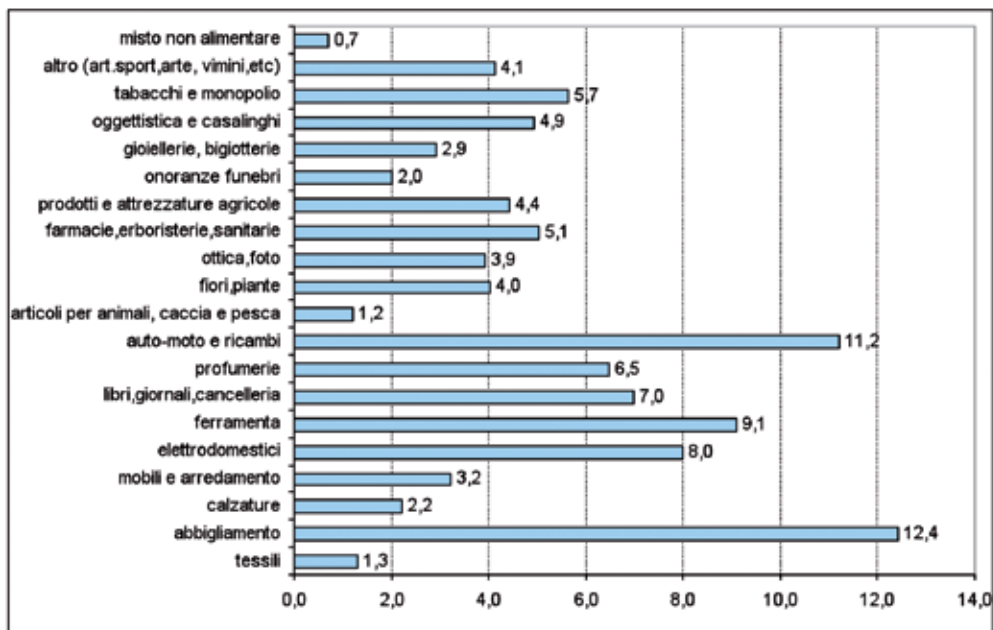
La categoria merceologica più diffusa nell'ambito del food è quella degli alimentari in genere con il 28,9% seguita dalle panetterie con il 26,1%.

Fig. 3.34 - Circondario C - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica food. Anno 2007.



Per il no food prevale ancora una volta l'abbigliamento con il 12,4% e la meno presente riguarda il misto non alimentare.

Fig. 3.35 - Circondario C - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica no food. Anno 2007.



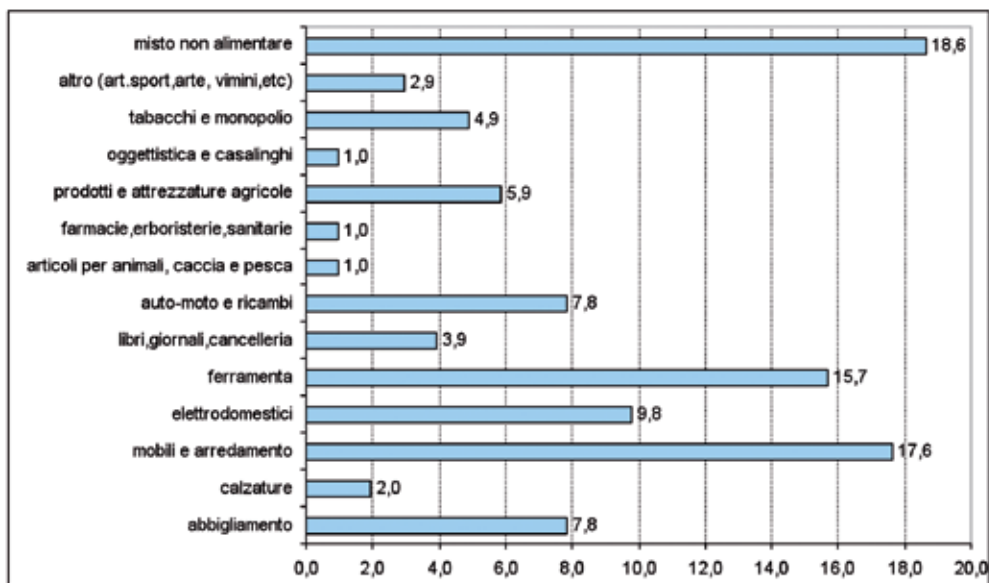
### Medie strutture di vendita

In questo circondario le medie strutture sono numerose e con 144 unità rappresentano circa il 21,6% del totale provinciale. Occupano una metratura totale di 65.672 mq e hanno una dimensione media di 456,1 mq. Rispetto al 2005 si assiste ad una riduzione del numero di esercizi (-4,6%) ed ad una ancor più pesante riduzione dei metri quadrati (-9,2%).

Il comparto non alimentare si assesta sul 70,8% del totale, l'alimentare solo sull'1,4% e il misto sul 27,8%.

In questo circondario sono diffuse le medie strutture del misto non alimentare (18,6%) seguite da quelle che vendono mobili (17,6%) e dalle ferramenta (15,7%).

Fig. 3.36 - Circondario C - Percentuale di medie strutture per categoria merceologica no food. Anno 2007.



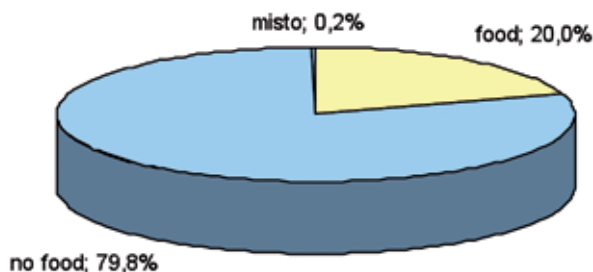
### Commercio su aree pubbliche

Il totale dei posteggi del Circondario C, 872 in valore assoluto, rappresenta il 30,8% del totale provinciale.

I metri quadrati totali sono 36.622 e la dimensione media dei posteggi è di 42 mq.

Il comparto non alimentare prevale in assoluto con quasi l'80% dei posteggi.

Fig. 3.37 - Percentuale di mq destinati a commercio su area pubblica per settore merceologico. Anno 2007.



La graduatoria comunale vede al primo posto un comune piuttosto grande come Ostiglia (3301 mq ogni mille abitanti) seguito da una realtà piccola come Serravalle a Po (2444,3 mq ogni mille abitanti). Il comune di Suzzara si colloca solo al quarto posto (2236,9 mq).

Tab. 3.16 - Circondario C - Commercio al dettaglio in sede fissa e commercio su aree pubbliche: dettaglio comunale. Anno 2007

2007	esercizi di vicinato		medie strutture di vendita		grandi strutture di vendita		comm. aree pubbliche		totale		Indice di densità
	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	
OSTIGLIA	157	9401	17	8026	1	2499	80	3485	255	23411	3301,0
SERRAVALLE A PO	10	431	5	3695					15	4126	2444,3
POGGIO RUSCO	131	7438	10	3880			103	4345	244	15663	2395,3
SUZZARA	250	13768	41	18281	1	4074	202	8002	494	44125	2236,9
PEGOGNAGA	104	5200	9	6339			59	2435	172	13974	1972,9
SERMIDE	92	4522	9	4491			82	3301	183	12314	1915,7
QUISTELLO	77	3711	10	4030			71	2908	158	10649	1797,9
REVERE	38	1733	4	2236			19	625	61	4594	1784,1
GONZAGA	71	3730	9	7042	1	2000	60	2613	141	15385	1692,9
MOGLIA	76	4181	13	3397			44	1954	133	9532	1589,2
SAN BENEDETTO PO	87	4402	5	1413			87	4083	179	9898	1295,0
VILLA POMA	37	2182					1	30	38	2212	1067,6
SCHIVENOGLIA	14	465	2	792			3	102	19	1359	1053,5
CARBONARA DI PO	21	1130					5	200	26	1330	997,7
FELONICA	19	940	1				9	372	29	1312	870,6
SAN GIACOMO DELLE SEGNATE	19	826					16	666	35	1492	823,9
SUSTINENTE	15	730	2	364			11	678	28	1772	786,2
MAGNACAVALLO	15	841					13	468	28	1309	768,6
MOTTEGGIANA	13	561	4	1134			3	150	20	1845	744,9
QUINGENTOLE	13	770					1	25	14	795	657,0
PIEVE DI CORIANO	8	393	1	200					9	593	592,4
BORGOFRANCO SUL PO	8	307	1	180					9	487	566,3
SAN GIOVANNI DEL DOSSO	6	225	1	172			3	180	10	577	446,6
circondario C	1281	67887	144	65672	3	8573	872	36622	2300	178754	1813,0

## Circondario D – Medio Mantovano

Il circondario D, con i suoi 16 comuni, è detto la Grande Mantova in quanto intorno al comune capoluogo sono raggruppati alcuni comuni molto importanti dal punto di vista della numerosità come Curtatone, Virgilio, Porto Mantovano e San Giorgio. In questo circondario si trova inoltre il Comune di Bagnolo San Vito che, in seguito alla creazione del Fashion District, ha visto aumentare considerevolmente il numero di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita.

A livello metodologico è necessario precisare che il Comune di Mantova, considerata la numerosità della propria rete distributiva, si è dotato solo in questi ultimi anni di uno strumento di monitoraggio in grado di registrare tutti i cambiamenti intervenuti a livello di esercizi di vicinato, di medie strutture e di grandi strutture.

Grazie a questo strumento il Comune è stato in grado di fornire i dati completi per la rilevazione del 2007, mentre per la rilevazione del 2005 aveva fornito solo il numero di posteggi del commercio su aree pubbliche.

Per garantire la possibilità di fare un confronto a livello di circondario con la rilevazione effettuata nel 2005 è stata fatta, solo per il Comune di Mantova, una stima utilizzando come riferimento quelli registrati dall'Osservatorio Regionale del Commercio al 30 Giugno 2005.

Per tutte queste ragioni le variazioni in percentuale tra il 2005 e il 2007 devono essere considerate con la dovuta cautela in quanto potrebbero risentire della diversità di fonti utilizzate.

Nel 2007 la rete distributiva di questo circondario conta 2.957 esercizi commerciali suddivisi in 2.098 in sede fissa e 859 di commercio ambulante.

Come già segnalato, l'indice di densità commerciale segnala come questo circondario sia in assoluto il meglio servito come medie strutture (1.082,8 mq ogni mille abitanti) e come grandi strutture (281 mq ogni mille abitanti).

Il confronto con il 2005 evidenzia una flessione nel numero di esercizi pari al 20,2% che risulta in carico principalmente al vicinato (- 32,4%). Di contro si assiste ad un aumento del 24,4% delle medie strutture.

La contrazione dei metri quadrati di tutta la rete distributiva è abbastanza alta ma non così consistente come quella del numero di esercizi (- 5,1%), mentre a livello degli esercizi di vicinato è del 19,8%. Aumentano i metri quadrati delle medie (+11,4%).

Tab. 3.17 - Struttura distributiva per tipo di esercizio al 31.12.2007 e variazione percentuale rispetto alla rilevazione precedente del 31.12.2005 .

	2007			variazione 07/05		
	nr	mq	dim media	nr	mq	dim media
esercizi di vicinato	1797	113224	63,0	-32,4%	-19,8%	18,6%
medie strutture di vendita	291	163974	563,5	24,4%	11,4%	-10,4%
grandi strutture di vendita	10	42560	4256,0	-9,1%	-16,2%	-7,8%
comm. aree pubbliche	859	30402	35,4	7,1%	2,0%	-4,8%
<b>totale</b>	<b>2957</b>	<b>350160</b>	<b>118,4</b>	<b>-20,2%</b>	<b>-5,1%</b>	<b>18,9%</b>



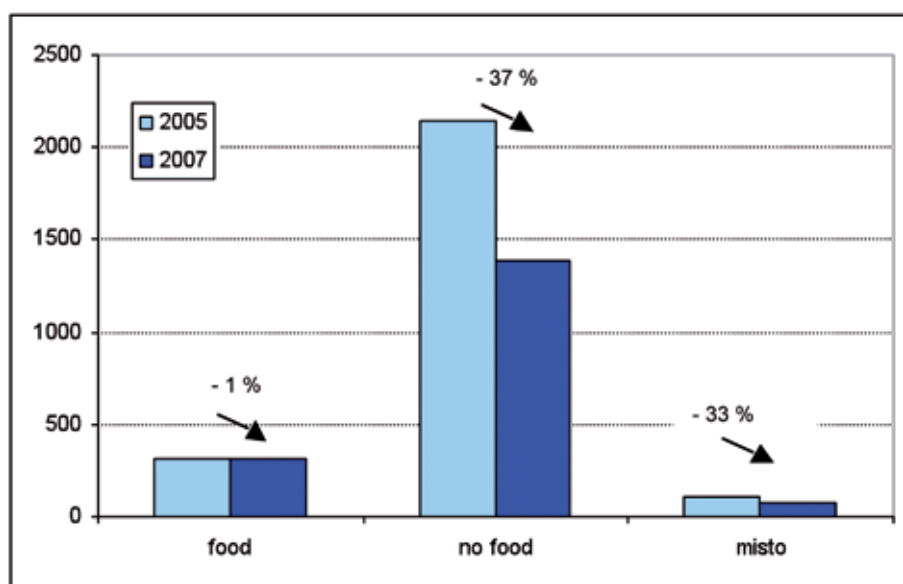
### Esercizi di vicinato

Al 31.12.2007 gli esercizi di vicinato sono 1.797 distribuiti su una superficie totale di 113.224 mq e una dimensione media di 63 mq.

Questa formula distributiva è in pesante contrazione a confronto con il 2005 e, rispetto alla rete distributiva in sede fissa del circondario, occupa l'85,7%, percentuale inferiore alla provincia e agli altri tre circondari.

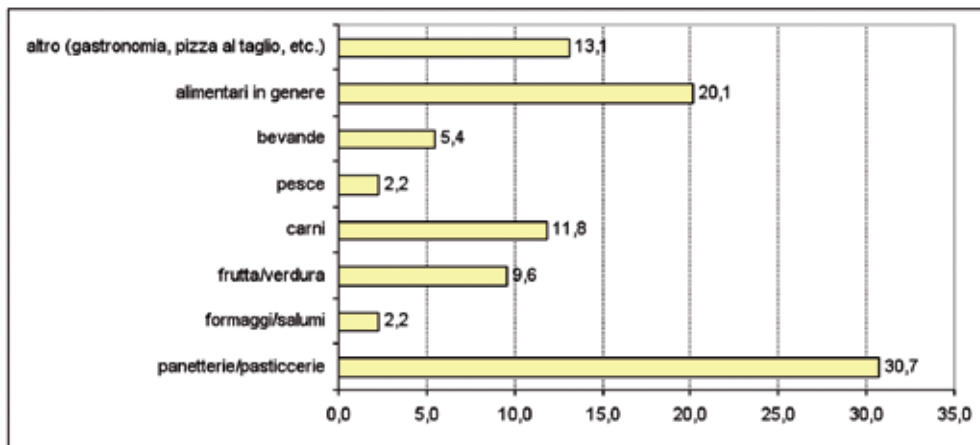
A livello di struttura gli esercizi sono distribuiti per il 78,3% nel comparto non alimentare, per il 17,4% nell'alimentare e per il 4,3% nel misto.

Fig. 3.38 - Circondario D - Numero di esercizi di vicinato secondo il settore merceologico. Anni 2005-2007



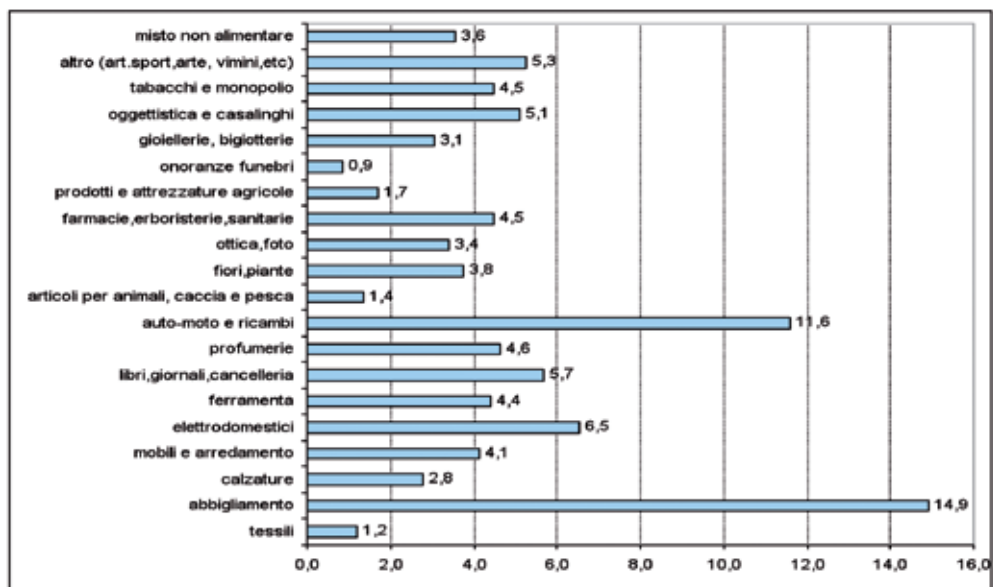
La categoria merceologica prevalente nel comparto alimentare è quella delle panetterie con una percentuale del 30,7% seguita dagli alimentari in genere con il 20,1%.

Fig. 3.39 - Circondario D - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica food. Anno 2007.



Invece, la categoria merceologica non alimentare che predomina è quella dell'abbigliamento con il 14,9% seguita da auto-moto e ricambi con l'11,6%.

Fig. 3.40 - Circondario D - Percentuale di esercizi di vicinato per categoria merceologica no food. Anno 2007.



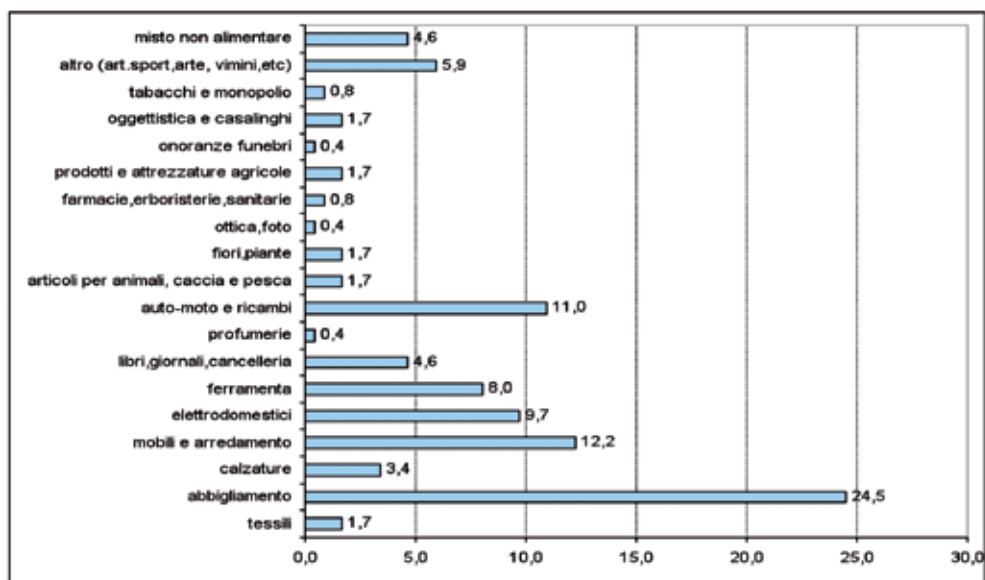
### Medie strutture di vendita

Le medie strutture che si trovano in questo circondario costituiscono il 43,6% di tutte le medie strutture della provincia. Le 291 strutture si distribuiscono su una superficie di 163.974 mq (pari al 45,5% dei metri quadrati delle medie strutture di tutta la provincia). La dimensione media è di 563,5 mq, superiore alla dimensione media provinciale (528,7 mq) e a quella degli altri circondari.

Le strutture si suddividono nell'84,3% di non alimentare, 2,1% alimentare e 13,5% misto.

La categoria merceologica più diffusa nel non alimentare è l'abbigliamento con il 24,5%.

Fig. 3.41 - Circondario D - Percentuale di medie strutture per categoria merceologica no food. Anno 2007.

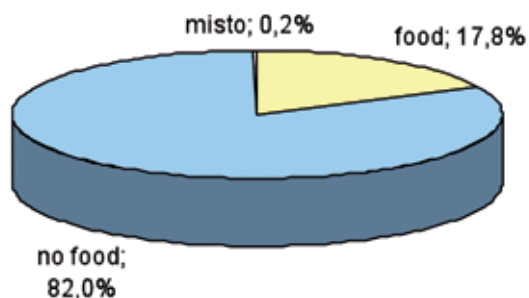


### Commercio su aree pubbliche

Il commercio su aree pubbliche è costituito da 859 posteggi per un totale di 30.402 mq e una dimensione media di posteggio pari a 35,4 mq. Il settore risulta in espansione rispetto al 2005: si registra, infatti, un +7,1% nel numero di posteggi e +2% nei metri quadrati.

L'aumento del numero di posteggi è dovuto, in parte, alla recente istituzione del mercato nel Comune di Porto Mantovano.

Fig. 3.42 - Percentuale di mq destinati a commercio su area pubblica per settore merceologico. Anno 2007.



La graduatoria comunale dell'indice di densità vede nelle prime posizioni, non a caso, i comuni caratterizzati dalla presenza da centri commerciali molto grandi come Bagnolo San Vito (primo con 4395,7 mq) e Curtatone (3013,3 mq).

Da segnalare l'ultima posizione del Comune di San Giorgio (516,6 mq ogni mille abitanti).

Tab. 3.18 - Circondario D - Commercio al dettaglio in sede fissa e commercio su aree pubbliche: dettaglio comunale. Anno 2007

2007	esercizi di vicinato		medie strutture di vendita		grandi strutture di vendita		comm. aree pubbliche		totale		indice di densità
	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	nr	mq	
BAGNOLO SAN VITO	140	12958,53	29	8899,68	1	2200	34	1340	204	25398	4395,7
CURTATONE	135	9744	26	20746	1	9282	48	1899	210	41671	3013,3
MANTOVA	686	39835	106	68854	4	18220	274	8165	1070	135074	2835,2
VIRGILIO	117	8681	19	14328	1	5191	46	2025	183	30225	2771,9
PORTO MANTOVANO	159	12518	39	21093	2	5414	40		240	39025	2538,4
CASTELBELFORTE	22	1262	6	1267			105	3937	133	6466	2306,0
MARMIROLO	73	4036	21	6993	1	2253	36	1601	131	14883	1965,8
BIGARELLO	18	1040	3	2620					21	3660	1764,7
VILLIMPENTA	17	908	2	447			54	2121	73	3476	1597,4
RONCOFERRARO	78	4264	13	5569			29	1261	120	11094	1531,3
RODIGO	51	2684	8	3634			40	1652	99	7970	1489,7
CASTEL D'ARIO	63	2831	5	3190			22	817	90	6838	1440,9
ROVERBELLA	81	4510	8	5208			43	1640	132	11358	1365,6
CASTELLUCCHIO	64	3579					57	2546	121	6125	1214,3
BORGOFORTE	24	1176	2	580			10	453	36	2209	630,1
SAN GIORGIO DI MANTOVA	69	3197	4	545			21	945	94	4687	516,6
<b>Totale complessivo</b>	<b>1797</b>	<b>113223,53</b>	<b>291</b>	<b>163973,68</b>	<b>10</b>	<b>42560</b>	<b>859</b>	<b>30402</b>	<b>2957</b>	<b>350160</b>	<b>2312,3</b>

### 3.2.3) Analisi di livello comunale

La novità che si presenta in questa sede rispetto alle analisi effettuate nel Piano precedente consiste in un focus a livello comunale effettuato attraverso delle classifiche in cui i 70 comuni mantovani vengono ordinati sulla base di alcuni indici considerati cruciali per fotografare la realtà commerciale mantovana. Per ragioni di spazio, per ogni classifica sono state riportate le prime e ultime 10 posizioni in quanto sono anche quelle che possono rivestire interesse e necessitare di una spiegazione.

La prima classifica si basa sull'indice di densità che, come già chiarito in altra sede, si genera dal rapporto tra i metri quadrati di vendita, in questo caso dei metri quadrati di tutti gli esercizi in sede fissa e la popolazione dei comuni. Alcuni dei risultati sono già stati sottolineati nell'analisi dei circondari come, ad esempio, la prima posizione (questa volta assoluta) del Comune di Bagnolo San Vito che, probabilmente anche a causa della presenza del Fashion District caratterizzato da un'ampia metratura, conta 4.163 mq ogni 1.000 abitanti. L'ultima posizione è occupata da San Giovanni Dosso con appena 307 mq ogni 1.000 abitanti.

Tab. 3.19 - Classifica dell'indice di densità per tutti gli esercizi commerciali in sede fissa dei comuni mantovani, prime e ultime 10 posizioni. Anno 2007.

	comune	indice di densità
1	BAGNOLO SAN VITO	4163,8
2	BOZZOLO	3038,6
3	ASOLA	2915,1
4	CURTATONE	2876,0
5	OSTIGLIA	2809,6
6	MANTOVA	2663,8
7	VIRGILIO	2586,2
8	PORTO MANTOVANO	2538,4
9	SERRAVALLE A PO	2444,3
10	GOITO	2325,6
61	RIVAROLO MANTOVANO	565,7
62	BORGOFORTE	500,9
63	MAGNACAVALLO	493,8
64	SUSTINENTE	485,4
65	SOLFERINO	480,4
66	CAVRIANA	474,1
67	REDONDESCO	465,4
68	SAN GIACOMO D/S	456,1
69	SAN GIORGIO DI MANTOVA	412,4
70	SAN GIOVANNI DEL DOSSO	307,3
	<b>PROVINCIA</b>	<b>1768,3</b>





Le due classifiche che seguono sono costruite sempre nello stesso modo tenendo conto però nel primo caso dei metri quadrati destinati all'alimentare e nel secondo caso di quelli destinati al non alimentare.

L'alimentare, tradizionalmente presente anche nei comuni molto piccoli, giustifica la presenza al primo posto di un piccolo comune come Mariana Mantovana. Il primo posto della classifica del non alimentare è occupata da Bagnolo San Vito, probabilmente dovuta alla forte espansione di esercizi non alimentari verificatasi in seguito all'apertura del Fashion District.

E' curiosa la presenza, nelle ultime posizioni sia dell'alimentare che del non alimentare, di un grosso comune come San Giorgio che, evidentemente, in rapporto alla propria popolazione non è ben servito o forse risente della vicinanza del Centro Commerciale La Favorita che, però fa parte del Comune di Mantova.





Tab. 3.20 - Classifica dell'indice di densità per tutti gli esercizi commerciali in sede fissa dei comuni mantovani secondo il tipo di merce venduta, prime e ultime 10 posizioni. Anno 2007.

	comune	indice di densità alimentare		comune	indice di densità non alimentare	
1	MARIANA MANTOVANA	778,6		1	BAGNOLO SAN VITO	3850,8
2	SAN MARTINO DALL'ARGINE	688,3		2	PORTO MANTOVANO	2151,5
3	REVERE	285,4		3	SERRAVALLE A PO	2124,4
4	CARBONARA DI PO	267,8		4	ASOLA	1989,5
5	CASTIGLIONE DELLE STIVIERE	246,4		5	MANTOVA	1987,4
6	PONTI SUL MINCIO	232,8		6	BOZZOLO	1817,9
7	REDONDESCO	206,7		7	CURTATONE	1792,7
8	BAGNOLO SAN VITO	198,7		8	VIRGLIO	1788,4
9	FELONICA	163,2		9	OSTIGLIA	1787,1
10	ASOLA	162,6		10	GOITO	1621,9
61	SAN GIORGIO DI MANTOVA	52,2		61	CAVRIANA	377,3
62	GONZAGA	46,7		62	RIVAROLO MANTOVANO	362,7
63	MONZAMBANO	46,6		63	FELONICA	359,0
64	SERRAVALLE A PO	38,5		64	SAN GIORGIO DI MANTOVA	351,4
65	SABBIONETA	38,0		65	SAN GIACOMO DELLE SEGNALE	340,1
66	SUSTINENTE	35,5		66	MAGNACAVALLLO	320,6
67	PIEVE DI CORIANO	30,0		67	SOLFERINO	285,0
68	CASALROMANO	25,5		68	REDONDESCO	259,3
69	BORGOFORTE	24,5		69	SUSTINENTE	228,9
70	VILLIMPENTA	9,2		70	SAN GIOVANNI DEL DOSSO	226,8
	<b>PROVINCIA</b>	<b>116,6</b>		<b>PROVINCIA</b>	<b>1255,3</b>	

Dal punto di vista di un'analisi a livello comunale rivestono una particolare importanza le due classifiche che seguono costruite l'una con i metri quadrati dei soli esercizi di vicinato e l'altra con i metri quadrati delle medie strutture di vendita.

La prima posizione di Bagnolo San Vito negli esercizi di vicinato è sempre spiegabile con la forte espansione data dal Fashion District costituito in prevalenza proprio da questa tipologia di vendita, mentre la prima posizione del comune di Bozzolo nella classifica delle medie denota che, evidentemente, Bozzolo è ben servito dalle medie strutture sia nell'alimentare che nel non alimentare.

Tab. 3.21 - Classifica dell'indice di densità per gli esercizi di vicinato e le medie strutture dei comuni mantovani, prime e ultime 10 posizioni. Anno 2007.

edv	comune	indice di densità		mdv	comune	indice di densità	
1	BAGNOLO SAN VITO	2242,7		1	BOZZOLO	2247,8	
2	OSTIGLIA	1325,6		2	SERRAVALLE A PO	2189,0	
3	POGGIO RUSCO	1137,5		3	BAGNOLO SAN VITO	1540,3	
4	ASOLA	1098,2		4	CURTATONE	1500,2	
5	GOITO	1068,9		5	ASOLA	1499,3	
6	VILLA POMA	1053,1		6	MANTOVA	1445,2	
7	VIADANA	1032,1		7	PORTO MANTOVANO	1372,0	
8	CASTIGLIONE DELLE STIVIERE	1003,9		8	VIRGLIO	1314,0	
9	CARBONARA DI PO	847,7		9	BIGARELLO	1263,3	
10	MANTOVA	835,1		10	GOITO	1256,6	
61	GONZAGA	410,4		50	MEDOLE	187,2	
62	PIEVE DI CORIANO	392,6		51	SAN BENEDETTO PO	184,9	
63	SCHIVENOGLIA	380,5		52	BORGOFORTE	165,4	
64	BORGOFRANCO SUL PO	357,0		53	SUSTINENTE	161,5	
65	SAN GIORGIO DI MANTOVA	352,4		54	CANNETO SULL'OGLIO	149,5	
66	BORGOFORTE	335,4		55	PONTI SUL MINCIO	143,0	
67	SUSTINENTE	323,9		56	SAN GIOVANNI DEL DOSSO	133,1	
68	SERRAVALLE A PO	255,3		57	RIVAROLO MANTOVANO	132,2	
69	MOTTEGGIANA	225,5		58	DOSOLO	85,0	
70	SAN GIOVANNI DEL DOSSO	174,1		59	SAN GIORGIO DI MANTOVA	60,1	
	<b>PROVINCIA</b>	<b>743,0</b>		<b>PROVINCIA</b>	<b>1255,3</b>		

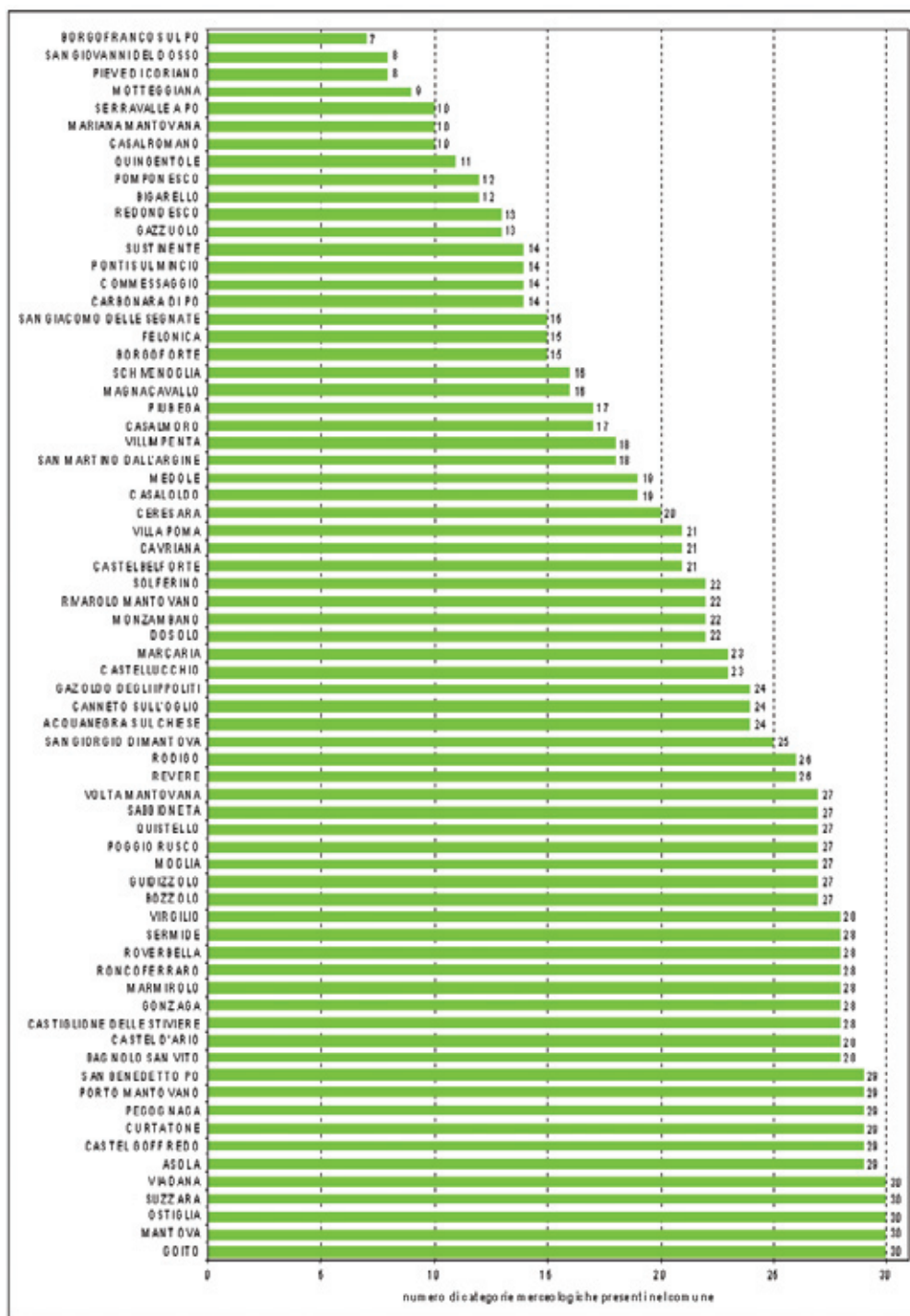
Tutta l'analisi delle reti distributive si è basata sulla rilevazione della presenza o meno di 31 categorie merceologiche di cui 9 del comparto alimentare e 21 del non alimentare. E' apparso da subito interessante poter analizzare quali sono i comuni che presentano il maggior numero di categorie merceologiche tra i loro esercizi commerciali potendo quindi permettere alla propria popolazione la soddisfazione di un ampio spettro di servizi e bisogni.

La graduatoria seguente è stata costruita calcolando il numero di categorie merceologiche (su un totale di 31 categorie) presenti in ogni paese laddove esiste almeno un esercizio per ogni categoria.

I paesi che permettono di soddisfare il maggior numero di bisogni e di accedere al maggior numero di servizi sono, con 30 categorie merceologiche presenti, Goito, Mantova, Ostiglia, Suzzara e Viadana.

Borgofranco sul Po, con 7 categorie merceologiche, è il comune meno servito ma è necessario precisare che 2 di queste categorie sono miste. Infatti, come è noto, nei comuni molto piccoli la presenza di esercizi misti (ad esempio, alimentari in genere o minimarket) garantisce, soprattutto nel comparto alimentare, la presenza, in uno stesso esercizio, di generi alimentari diversi.

Invece, il comune di San Giovanni Dosso, che risulta penultimo con 8 categorie merceologiche, non ha categorie merceologiche miste che possano in qualche sopperire alla scarso numero di categorie presenti.







**INDIRIZZI NORMATIVI PER LA GRANDE  
E LA MEDIA DISTRIBUZIONE**

## 4) VERSO UNA NUOVA STRATEGIA PER IL COMMERCIO

### 4.1) Priorità programmatiche desumibili dal Quadro conoscitivo

Gli elementi salienti desumibili dall'analisi dell'attuale assetto della rete di vendita, in rapporto al quadro evolutivo socio-economico e demografico di riferimento, concorrono a definire le priorità programmatiche del nuovo Piano del commercio.

La prima opzione riguarda la sostenibilità, ormai ridotta ai minimi termini, di un ulteriore sviluppo di medie e grandi strutture. L'esigenza di valutare con grande cautela le ipotesi e le modalità di una eventuale ulteriore crescita della presenza di medie e grandi strutture di vendita non nasce da una pregiudiziale scelta ostativa, ma dalle condizioni effettive del territorio della provincia di Mantova.

La grande distribuzione ha contribuito alla modernizzazione della rete, ha trovato un largo seguito fra i consumatori e svolge un ruolo importante nel territorio, così come la presenza di medie strutture; quello che è in discussione è un modello insediativo che si affidi ancora a nuovi grandi insediamenti a destinazione commerciale realizzati al di fuori delle concentrazioni esistenti di servizi urbani e distributivi. Un modello che, se spinge i consumatori fuori dalle città e dai centri storici e intensifica le gravitazioni e la mobilità per acquisti, si dimostra sempre meno sostenibile dal punto di vista ambientale e anche da quello territoriale aumentando la pressione del traffico su infrastrutture viarie spesso già al limite del collasso e richiedendo al consumatore finale di accollarsi i costi e tempi di trasporto sempre più rilevanti.

Una organizzazione logistica e distributiva che, al contrario, avvicini alle residenze i punti di acquisto, non solo "di vicinato" ma anche di media dimensione, appare oggi più commisurata alle esigenze effettive di un territorio in cui le dinamiche socio-economiche e demografiche non determinano più la predominanza delle "grandi spese" periodiche di tipo despecializzato per nuclei familiari ampi e dotati di robusta e crescente capacità di acquisto. Occorre invece oggi far fronte al prevalere della segmentazione estrema delle esigenze, alla frammentazione e varietà di aspettative dei nuclei familiari, ai fenomeni di riduzione della capacità di spesa, di contrazione dell'importo medio degli scontrini, di maggior ricorso ad approvvigionamenti "di comunità" (di residenza, di lavoro, di studio, nei punti di snodo e interscambio della mobilità quotidiana delle persone, presso i produttori).

Il tema da affrontare con il nuovo Piano è dunque quello di impostare un nuovo modello di urbanistica commerciale che, tenendo fortemente integrate scelte settoriali e scelte territoriali e urbanistiche, privilegi un assetto integrato e solleciti l'adeguamento e la qualificazione delle aree e degli assi commerciali esistenti, in particolare dei centri storici, da sempre fulcro della vita aggregativa, della coesione sociale, della capacità di incontro e di scambio (non solo commerciale) fra le popolazioni.

Impegnare ulteriori cospicue risorse territoriali per nuovi grandi insediamenti commerciali, in particolare se collocati all'esterno dei centri urbani, appare oggi una scelta stridente non solo con il contesto generale dell'economia e con la crisi dei consumi, ma anche con le specifiche condizioni del territorio della provincia di Mantova, in particolare per quanto riguarda le tendenze demografiche e il rapporto esistente fra popolazione e rete distributiva.

La popolazione residente in Provincia mantiene lo stesso peso specifico del 2000 rispetto alle restanti province della regione (4,2%), mentre cresce, rispetto al totale regionale, l'incidenza degli abitanti delle province di Brescia e Bergamo e cala quella di Milano (la cui rete commerciale deve perciò puntare su

consumatori provenienti dall'esterno). La dimensione dei centri urbani presenti in provincia di Mantova è relativamente modesta; nonostante la crescita in corso, non ci sono comuni, salvo il capoluogo di provincia, che raggiungano i 25.000 abitanti. In provincia di Mantova è più elevata di due punti della media regionale la quota di popolazione con oltre 65 anni (21,7% rispetto a 19,7%) e spicca soprattutto l'incidenza della popolazione di origine estera, più che raddoppiata negli ultimi cinque anni e ormai al di sopra del 10% (anche in questo caso con valori di quasi due punti percentuali superiori alla media regionale). Inoltre la densità abitativa, pur essendo in crescita grazie all'apporto migratorio (+ 33.000 residenti di origine straniera in dieci anni), resta fra le più basse della regione: in Lombardia solo la provincia montana di Sondrio evidenzia una minore densità di abitanti.

L'incremento di densità abitativa e la riduzione dell'invecchiamento demografico degli ultimi anni è tendenza presente soprattutto nei comuni mantovani che registrano il più alto tasso di residenti stranieri (l'indice di vecchiaia sotto al valore 100 lo si riscontra solo in comuni con una compagine di immigrati dall'estero superiore al 15%, mentre quasi sempre l'indice di vecchiaia superiore a 200 corrisponde ad una quota di stranieri assai inferiore: fra il 4 e il 10%). L'integrazione dal punto di vista dei consumi di queste ingenti compagini di immigrati, che potrebbero effettivamente ringiovanire e rinsanguare le dinamiche di acquisto, risulta piuttosto difficile sul breve-medio termine e non solo per le differenze di usi e costumi, ma soprattutto per la (mediamente) modesta, se non marginale, capacità di spesa e propensione all'acquisto. La propensione alla spesa in loco degli immigrati, rispetto all'erosione del ben noto fenomeno (anche per l'emigrazione italiana dei passati decenni) delle rimesse degli emigranti, dipende dal livello di integrazione e dalle prospettive di vita nel territorio di queste popolazioni; solo su un terreno di piena integrazione e duratura convivenza con le popolazioni di origine locale si potranno esplicitare, per opera degli immigrati dall'estero, effetti positivi sulla spesa complessiva significativi e duraturi.

Tutte queste tendenze e caratteristiche del territorio, in particolare la modesta densità di abitanti e la moltiplicazione delle tipologie di consumatori deboli e con problemi di mobilità (anziani, vecchi, immigrati), non evidenziano certo una condizione che giustifichi l'inserimento di ulteriori grandi magneti commerciali collocati al di fuori del tessuto abitativo. Si tratta piuttosto di indicatori e parametri che, fra gli obiettivi da assegnare al nuovo Piano, mettono in evidenza le seguenti priorità:

- innovazione del commercio tradizionale e articolazione tipologica del servizio locale e zonale mirata a soddisfare i bisogni di categorie di utenti sempre più fra loro diversificate in relazione alla composizione socio-demografica e alle esigenze/abitudini dei vecchi e nuovi residenti;
- valorizzazione degli insediamenti commerciali che possono essere configurati come "centri commerciali naturali" ed in particolare dei centri storici, anche attraverso un inserimento di medie strutture con ruolo integrativo della capacità di attrazione e di servizio del commercio esistente;
- attenzione alle località minori (anche attraverso la sperimentazione di esercizi polifunzionali e attività multifunzionali) e necessità di monitorare il rischio, a fronte della presenza massiccia di grandi insediamenti commerciali attrattivi, di lasciare sguarniti di adeguati servizi distributivi gli ambiti meno popolosi presenti in vaste aree del territorio provinciale.

Queste priorità derivano anche dalla lettura dell'attuale assetto del sistema distributivo e della storia recente del commercio in provincia di Mantova descritti in dettaglio nei capitoli precedenti e qui di seguito riassunti e valutati.

Con riferimento alle restanti province della regione, i dati dell'Osservatorio regionale al 30 giugno 2007 segnalano valori locali di dotazione molto elevati. Gli esercizi commerciali della provincia di Mantova, con circa 6.000 attività, costituiscono il 5,1 % del totale regionale, mentre le superfici di vendita (circa 800.000 mq.) rappresentano il 5,2%; rispetto al 4,2% di popolazione residente, l'incidenza sul totale regionale del numero degli esercizi e soprattutto delle superfici di vendita è di un punto percentuale superiore.

Gli esercizi di vicinato sono la parte preponderante dei punti di vendita in sede fissa, ma rappresentano meno della metà della superficie commerciale totale. In provincia di Mantova la dotazione di esercizi di vicinato è superiore alla media regionale: con 806,7 mq. ogni 1.000 abitanti, rispetto ad un valore regionale di 745,1 mq. ogni 1.000 abitanti, la provincia si colloca al quarto posto della graduatoria regionale superata solo da Sondrio, Brescia e Bergamo. A differenza di Sondrio e Bergamo, però, Mantova si colloca ai primi posti anche per quanto riguarda la dotazione procapite di superficie in medie e grandi strutture di vendita (solo in quest'ultimo caso superata da Brescia).

In particolare sono le medie strutture, con 797,7 mq. ogni mille abitanti, ad evidenziare parametri di dotazione di gran lunga superiori alla media regionale (507,4 mq. ogni 1.000 abitanti) e anche alla provincia capoluogo regionale (440,8 mq. ogni 1.000 abitanti). I motivi della diffusione di questa tipologia di vendita nella nostra provincia sono da attribuire originariamente al modello insediativo della popolazione (tanti comuni di medio/piccola e media dimensione) ma anche, soprattutto negli ultimi anni, al formarsi di numerosissimi casi di aggregazioni di medie strutture, specie in aree periferiche, lungo la viabilità di scorrimento, in zone a destinazione produttiva e terziaria, spesso esterne ai centri e alle zone più densamente abitate. Oggi il 6,6% delle superfici in medie strutture della regione si trova in provincia di Mantova, rispetto ad una concentrazione di popolazione del 4,2%. Il grado di concentrazione di questa tipologia appare davvero ingente, tanto da richiedere una politica di urbanistica commerciale più selettiva, in particolare per evitare la crescita incontrollata di capannoni per il commercio affastellati e disseminati in modo irrazionale nel territorio. Invece di migliorare l'offerta questi fenomeni di dispersione e proliferazione di contenitori per il commercio possono costituire fattori di degrado urbano (svuotando i centri storici) e territoriale (aggravando la congestione stradale) e determinare una serie di "esternalità" negative difficilmente compensate dalle politiche di prezzo. La competitività in termini di prezzo di tali strutture di vendita spesso infatti si realizza scaricando costi sull'esterno e determinando un assetto dell'offerta sbilanciato in favore di tipologie che moltiplicano, anche in ragione delle loro localizzazioni, la mobilità per acquisti e le situazioni di congestione da traffico, gravando, in definitiva, sul bilancio delle famiglie e delle comunità locali.

Per quanto riguarda le grandi strutture, la provincia di Mantova può contare su valori elevati occupando in regione il terzo posto con 370,9 mq. ogni 1000 abitanti, rispetto ad una media regionale di 345,4 mq. ogni 1000 abitanti. Ad eccezione delle province di Brescia e Lodi, tutte le altre province, Milano compresa, sono caratterizzate da valori di dotazione decisamente inferiori. Alcune delle province limitrofe di altre regioni (in particolare Reggio Emilia e Modena) sono al momento caratterizzate da dotazioni procapite ancora più modeste, specie per quanto riguarda i grandi specialisti non alimentari, ma hanno definito Piani del commercio che prevedono un notevole sviluppo di queste tipologie distributive; ciò in prospettiva non potrà che limitare la convergenza di acquirenti di quelle aree, oggi rilevante, verso i grandi insediamenti commerciali del mantovano.

Infine, anche per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche, Mantova dispone di una quota di

posteggi (4,9%) superiore al peso in abitanti sul totale regionale.

In sostanza, stando ai dati dell'Osservatorio regionale (gli unici che consentono un confronto su basi omogenee), la provincia di Mantova è, nell'insieme, ai primi posti in regione (e fuori regione) per quanto riguarda la dotazione quantitativa riferibile a tutte le tipologie di commercio; in specifico per quanto riguarda le medie strutture dispone di un livello di dotazione così elevato da consigliare una politica di programmazione e soprattutto di selezione più oculata delle nuove opportunità insediative. A fine 2007 i dati dell'Osservatorio provinciale (che utilizzano criteri di classificazione in parte diversi da quelli regionali) segnalano un ulteriore incremento della presenza di medie strutture, mentre risultano in calo sia i piccoli esercizi di vicinato che le grandi strutture. Le variazioni positive di dotazione di medie strutture fra il 2005 e il 2007 rafforzano il peso e l'incidenza di questa tipologia distributiva. I dati di fonte provinciale, più recenti di quelli regionali, vedono ormai assegnata alle medie strutture la maggioranza dei mq. di superficie di vendita (49,3%), a fronte di una rete di vicinato ridotta a meno al 42% della superficie totale e ad una presenza di grandi strutture che conta l'8,6% della superficie complessiva.

Le medie strutture di vendita ammontano, a fine 2007, a 666 esercizi per un totale di 352.122 mq. di vendita; queste strutture sono cresciute in due anni del 8,3% in valore assoluto e del 4,5% in termini di metratura destinata alla vendita. La crescita riguarda il comparto non alimentare (+8%) e l'alimentare (+21% pari a 3 strutture in valore assoluto) mentre il misto rimane sostanzialmente invariato. Al 31.12.2007, il 74,8% delle medie strutture vende esclusivamente merci non alimentari. La merceologia più diffusa è l'abbigliamento (18,1%), a cui seguono i mobili e l'arredamento (16,1%) e le ferramenta (13,1%). La crescita di queste merceologie, spesso all'esterno degli assi commerciali delle città e dei paesi, determina inevitabilmente un indebolimento delle potenzialità competitive delle aree commerciali storiche.

Il calo della consistenza di esercizi di vicinato riguarda infatti soprattutto gli esercizi non alimentari che ancora costituiscono il fattore essenziale dello shopping urbano; non è un caso che i piccoli negozi specializzati di abbigliamento rappresentino ancora la merceologia più diffusa in questa categoria di esercizi. Nel vicinato alimentare le specializzazioni esclusive sono ormai meno dei minimarket, salvo le panetterie/pasticcerie che sembrano resistere in modo importante come specializzazione esclusiva.

Per quanto riguarda le grandi strutture è cresciuta la presenza di esercizi misti (con reparti alimentari e non alimentari) che ormai rappresentano circa il 75% della superficie di questa tipologia; anche in questo caso il calo di capacità competitiva sembra da attribuire al ruolo crescente degli specialisti non alimentari e alle aggregazioni di medie strutture. Sui 61.703 mq. di vendita in grandi strutture a fine 2007, ben 38.813 (63%) sono dedicati a prodotti non alimentari, in prevalenza in strutture miste (una decina di ipermercati su 16 grandi strutture).

Nei nove centri commerciali in attività, comprensivi di sei delle sedici grandi strutture presenti in provincia, sono autorizzati 95.431 mq. di vendita (uno di questi ospita solo attività non alimentari: il Fashion district di Bagnolo autorizzato per 20.310 mq. di vendita, di cui 15.585 in esercizio); i mq. effettivamente occupati nei centri commerciali sono 79.970 (84% del totale). Oltre a questa disponibilità autorizzativa residua (circa 15.500 mq. di vendita), sono da conteggiare anche il centro commerciale aperto nel 2008 a Castel Goffredo con 11.000 mq. di vendita e ulteriori quattro centri commerciali già autorizzati, ma non ancora in attività, per un totale di quasi 16.000 mq. di vendita.

In definitiva l'assetto attuale, l'evoluzione recente e tendenziale della rete non lasciano dubbi

sulla fortissima presenza nel territorio provinciale di medie e grandi strutture di vendita e di centri commerciali.

Praticamente in tutti i circondari della provincia l'assetto della rete tende a squilibrarsi in favore di queste tipologie distributive e rischia perciò di creare alcune posizioni dominanti e un preoccupante schiacciamento delle restanti forme distributive.

In tutti i circondari la dotazione di superficie in medie e grandi strutture è notevolmente superiore a quella dei piccoli esercizi specializzati. La forza di competizione delle medie e grandi strutture, alla lettura dei parametri di dotazione, appare già oggi sproporzionata con quella del piccolo commercio e dei centri storici. Questi ultimi possono però giovare della capacità di richiamo culturale, escursionistica e turistica e, fattore importante, anche della presenza dei mercati su suolo pubblico non a caso basati proprio su una proposta di merceologie per la persona (soprattutto abbigliamento) che, pur in un quadro di impellenti difficoltà, resta ancora il punto di forza di queste realtà commerciali. Nei mercati alimentari è invece il "fresco", in particolare ortaggi, frutta e verdure, a svolgere la funzione principale di attrazione. Da rimarcare, sia nei mercati sia nel commercio in sede fissa, il ruolo crescente dei prodotti tipici, biologici, con marchi di garanzia a tutela della qualità, dell'origine e delle modalità di lavorazione e trasformazione (disciplinari).

La documentazione trasparente del percorso dei prodotti dal territorio d'origine alle case dei consumatori, la riconoscibilità della filiera (tracciabilità) che va dalla produzione al consumo (anche in termini di correttezza, eticità, equità e sostenibilità delle modalità produttive) è un requisito sempre più richiesto dal pubblico, così come lievita la preferenza per prodotti locali, specie se di elevata qualità. Nonostante la crisi economica, resta alta fra la popolazione, stando anche ad indagini recenti, l'aspettativa innanzitutto di salubrità, ma anche di qualità e tipicità degli acquisti. In ampie fasce di consumatori questi comportamenti d'acquisto sono difesi anche a costo di limitare le quantità, evitando in particolare quegli eccessi di consumismo, indotti da assillanti campagne pubblicitarie e stimolati dal credito "facile", che hanno connotato la fase di sviluppo ormai alle nostre spalle.

L'indagine sui comportamenti di acquisto effettuata in preparazione del nuovo Piano provinciale ha messo in luce esigenze dei consumatori, circa le caratteristiche del prodotto, che vertono precipuamente sul mix qualità/prezzo (89% delle risposte). Considerando, invece, i due elementi singolarmente, si vede che la qualità regge, sia pure in parte, anche a dispetto dei prezzi, mentre al contrario il fattore prezzo, senza qualità, mostra un "bassissimo appeal". La crisi profonda in atto potrà peggiorare queste propensioni alla quantità da parte dei consumatori, ma la propensione alla qualità, presumibilmente, resterà sotto traccia come aspettativa fondamentale. Probabilmente il consumatore preferirà rinunciare ad alcune spese, ridurre ulteriormente l'entità dello scontrino medio o posticipare acquisti, in particolare di beni durevoli (vedi il crollo del mercato dell'auto), per poter continuare a permettersi acquisti di routine ritenuti validi e gratificanti.

Per quanto riguarda gli alimentari l'indagine ha registrato un elevato grado di soddisfazione dell'attuale offerta commerciale basata sulle medie e grandi strutture: oltre il 70% delle risposte non segnala mancanze di esercizi nel proprio comune di residenza. Una quota preponderante di consumatori (nove su dieci) non giudica utile inserire ulteriori strutture commerciali (centri commerciali, supermercati ecc.). L'unica tipologia di vendita che taluni consumatori considerano insufficiente è quella dei negozi tradizionali (il 20% degli intervistati richiede nuove aperture).

Per quanto riguarda il settore non alimentare i comportamenti e i giudizi risultanti dall'indagine

sull'attuale offerta commerciale sono più articolati; prevale l'utilizzo dei piccoli negozi specializzati, ma dimostrano un'ampia capacità di richiamo anche i centri commerciali. I consumatori richiedono una maggiore articolazione delle opportunità di scelta e manifestano un giudizio più favorevole circa la previsione di nuovi spazi di vendita e l'apertura di nuovi esercizi commerciali. L'incidenza di chi dichiara che nel proprio comune di residenza non mancano strutture scende di 12 punti rispetto al comparto alimentare, ma resta maggioritaria (58%). Le richieste riguardano strutture a prezzo scontato (spacci, outlet), ma anche piccoli negozi specializzati.

In sostanza le aspettative degli intervistati restano in prevalenza orientate verso un assetto della rete articolato, con diverse opportunità fra loro in competizione, senza che una tipologia distributiva diventi monopolista, in modo da poter scegliere, volta a volta, il mix più conveniente e/o gratificante in termini di rapporto prezzo/qualità, vicinanza/comodità, accessibilità, piacevolezza dello shopping.

Per dare risposta a questo tipo di aspettative la pianificazione commerciale deve preoccuparsi di evitare il formarsi di posizioni dominanti nel mercato e di squilibri eccessivi nell'articolazione tipologica della rete, consentendo anche al piccolo commercio e ai centri storici di mantenere un proprio spazio competitivo, favorendone l'innovazione e la capacità di richiamo, in particolare riqualificando gli spazi, migliorando l'accessibilità e indirizzando verso i "centri commerciali naturali" (e non verso ulteriori localizzazioni periferiche) l'insediamento delle medie strutture specializzate.

## 4.2) Il riuso di siti dismessi

Il Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008 della Regione Lombardia al cap. 5 § 5.1, non fornisce obiettivi di sviluppo per la grande distribuzione, visto il forte incremento registrato negli anni passati, ed evidenzia la necessità di una crescita ad "impatto zero", in termini di superfici e di externalità negative. In un quadro di forte disincentivo all'apertura di nuovi insediamenti della grande distribuzione che comportino l'utilizzo di nuovo territorio, diventa scelta strategica del Piano del Commercio della Provincia di Mantova il recupero di comparti e di insediamenti dismessi o sottoutilizzati, riadattati in funzione di un riuso a fini commerciali. Ex filande, fornaci, stabilimenti di archeologia industriale o siti industriali dismessi, stabilimenti militari come caserme, fortificazioni, depositi, ecc. sono tutti spazi che potrebbero utilmente essere implementati con funzioni commerciali, terziarie, ricreative, ludiche, per lo svago ed il tempo libero.

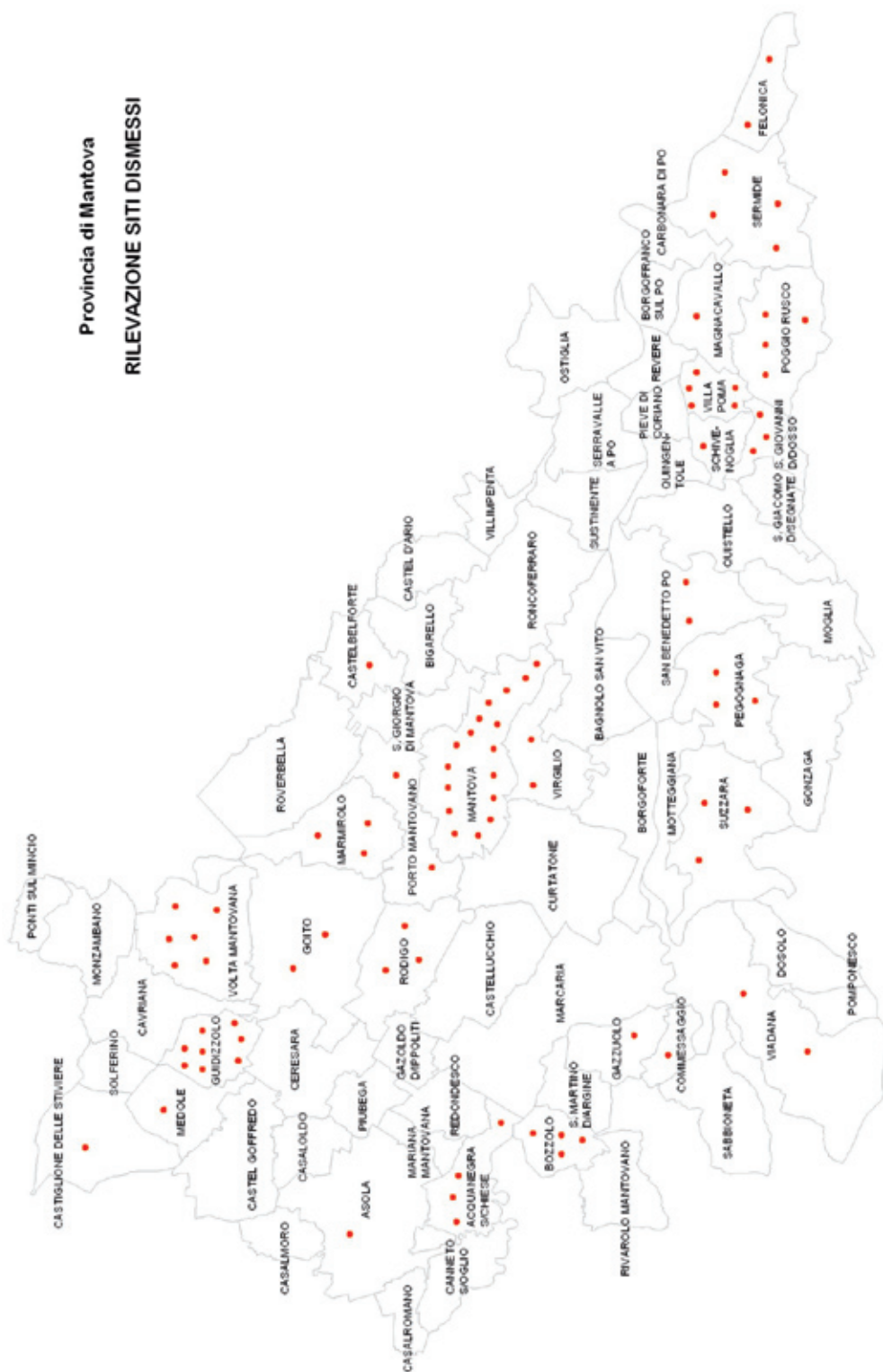
Si tratta in genere di localizzazioni decentrate, ma spesso a ridosso degli insediamenti urbani, dotate di infrastrutturazione idonea o che necessita di modesti adeguamenti.

Ancorché previste in aree dismesse, le nuove iniziative commerciali dovranno essere compatibili con i parametri ambientali e paesaggistici previsti al fine di promuovere una progettazione eco-compatibile degli insediamenti commerciali.

La Provincia di Mantova ha intrapreso, in collaborazione con i Comuni, un'attività di ricerca dei siti dismessi presenti sul territorio provinciale volta a fornire indicazioni utili agli operatori che intendano sviluppare progetti di insediamenti commerciali realmente sostenibili. Il recupero delle aree dismesse, che preveda anche un'adeguata riqualificazione ambientale e il contenimento dei fattori inquinanti, potrebbe contribuire alla riqualificazione di quartieri ormai in degrado, ad esempio garantendo la permeabilità dei suoli, le piantumazioni e alberature nonché la dotazione di adeguati spazi verdi. Oggi



**Provincia di Mantova**  
**RILEVAZIONE SITI DISMESSI**



si sta procedendo su due fronti, uno riguarda la crescita progressiva di nuove aree urbanizzate e l'altro mira a combattere il declino di quelle di più antica urbanizzazione. La soluzione è nel promuovere lo sviluppo di un'edificazione sostenibile, che incentiva il riuso del suolo in alternativa all'edificazione di nuovi terreni, boschi o aree agricole. La crescita economica però deve essere compatibile con le esigenze ambientali, ma la tendenza attuale vede la nascita di centri commerciali localizzati nei punti chiave degli svincoli autostradali, che incoraggiano l'uso dell'automobile anziché il ricorso al trasporto pubblico.

Il recupero di spazi dismessi è una valida strategia per riqualificare un'area in modo che generi profitto per gli operatori, realizzi l'obiettivo del miglioramento delle condizioni di vita degli abitanti della zona e contribuisca al gettito fiscale locale.

La recente rilevazione dei siti dismessi, effettuata dalla Provincia, è stata rappresentata con una carta geografica che ne evidenzia la localizzazione sul territorio mantovano.

Comune	Circ	Denominazione Area	Tipologia attività dismessa	Sup. MQ	Destinazione Urbanistica	Strumento urbanistico	Anno ultima dismissione	Motivo dismissione	Eventuali utilizzi postdismissione	Collocazione rispetto al centro urbano	Caratteristiche del tessuto	Accessibilità	Accesso diretto	Caratteristiche del sito
1 Acquanegra sul Chiese	A	Via Trieste Fraz. Mosio	Industriale artigianale	21.000	Produttivo	PRG vigente	2004	Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
2 Acquanegra sul Chiese	A	Via Brunelli - Vic. Ceresa	Industriale artigianale	9.000	Produttivo	PRG vigente	2003	Fallimento	Nessuno	Centrale	Area in zona mista	si	Str. Comunale	Sito da indagare
3 Asola	A	Via Paradiso - Loc. Caste- Inuovo	Industriale artigianale	28.000	Produttivo	PRG vigente	1985	Inquinamento da idrocarburi	Nessuno	extra urbana	Area isolata	si	Str. Comunale	Sito contaminato
4 Bozzolo	B	Via Cremona	Industriale artigianale	3.670	Produttivo	PRG vigente	1995	Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
5 Bozzolo	B	Via Giuseppina	Industriale artigianale	5.300	Produttivo	PRG vigente	2003	Rilocalizzazione	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito bonificato per uso industr./ commerc.
6 Bozzolo	B	Viale Lombardia	Industriale artigianale	720	Produttivo	PRG vigente	2002	Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
7 Bozzolo	B	Viale Lombardia	Altro	700	Produttivo	PRG vigente				Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
8 Castelforte	D	Ex tex Mantua - Via Parolara	Industriale artigianale	45.000	Produttivo	PRG vigente	2006	Rilocalizzazione	Occupazione abusiva	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. provinciale	Sito da indagare
9 Castelforte	D	Ex tratt. Al Ponte - Via Cavour 74	Turistico ricettivo	124	Commerciale	PRG vigente	2006	Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona mista	si	Str. provinciale	Sito da indagare
10 Castiglione delle Stiviere	A	Loc. Pirossina	Altro	127.712	Servizi di livello locale	PRG vigente	1998	Altro	Nessuno	Periferica	Area in zona mista	si	Str. Comunale	
11 Felonica	C	Via Garibaldi, 173	Industriale artigianale	4.800	Produttivo	PRG vigente	1986	Altro	Altro	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	
12 Felonica	C	Via Albarello 23	Industriale artigianale	6.845	Produttivo	PRG vigente	2001	Altro	Altro	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	
13 Gazzuolo	B	Via S. Pietro	Industriale artigianale	11.200	Produttivo	PRG vigente		Altro	Nessuno	Extra urbana	Area isolata	si	Str. provinciale	
14 Goito	A	Complesso polifunzionale Sordello - ex S.s. Goitese 236	Terziario	8.460	Terziario	PRG vigente	2000	Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito con messa in sicurezza permanente
15 Guidizzolo	A	Bio Rolymer - Via Bazzani	Industriale artigianale	1.500	Produttivo	PRG vigente				Centrale	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	
16 Guidizzolo	A	Dosca - Via per Cavriana	Industriale artigianale	1.800	Produttivo	PRG vigente	2007	Rilocalizzazione	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. provinciale	
17 Guidizzolo	A	Idromeccanica Lucchini - Via V. da Feltre	Industriale artigianale	1.300	Commerciale	PRG vigente	2006	Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Provinciale	
18 Guidizzolo	A	Off. Piccardi - Via Battisti	Industriale artigianale	750	Commerciale	PRG vigente				Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	
19 Magnacavallo	C	Via Alessandrina	Industriale artigianale	2.000	Produttivo	PRG vigente		Fallimento	Nessuno	extra urbana	Area in zona mista	si	Str. provinciale	

Comune	Circ	Denominazione Area	Tipologia attività dismessa	Sup. MQ	Destinazione Urbanistica	Strumento urbanistico	Anno ultima dismissione	Motivo dismissione	Eventuali utilizzi postdismissione	Collocazione rispetto al centro urbano	Caratteristiche del tessuto	Accessibilità	Accesso diretto	Caratteristiche del sito	
20	Mantova	D	Area militare - strada Ghisiolo 2/A	Altro	13.900		PRG vigente		Altro	Altro	Periferica	Area isolata	si	Str. Comunale	20
21	Mantova	D	Capannone strada Ostigliese 39	Industriale artigianale	550	Commerciale	PRG vigente		Altro	Altro	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Provinciale	21
22	Mantova	D	Capannone Via Vespucci 20	Industriale artigianale	5.000	Commerciale	PRG vigente		Altro		Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	22
23	Mantova	D	Area ex Marcanzani Via Vespucci 18	Industriale artigianale	7.000	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	23
24	Mantova	D	Ex Mantova Diesel Strada Ostigliese 8/E	Commerciale	2.000	Commerciale	PRG vigente		Altro	Altro	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Provinciale	24
25	Mantova	D	Ex Casa del Sapone Via Rinaldo Mantovano 1	Industriale artigianale	2.700	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	25
26	Mantova	D	Complesso commerciale Strada Madonna 8/A	Altro	9.600	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	26
27	Mantova	D	Ex Apam Str. Dosso del Corso 4	Infrastrutture/mobilità	13.000	Commerciale	PRG vigente		Altro	Altro	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	27
28	Mantova	D	Ex Bozzola Bagni Str. Dosso del Corso 12-14	Commerciale	5.000	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	28
29	Mantova	D	Ex Butan Gas Str. Lunetta	Industriale artigianale	9.000	Commerciale	PRG vigente		Rilocalizzazione	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	29
30	Mantova	D	Ex Charlie Lab Via Medole 8/A	Industriale artigianale	2.800	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	30
31	Mantova	D	Ex Gilgarden Str. Circonvallazione Sud 23/B	Commerciale	13.400	Commerciale	PRG vigente			Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Provinciale	31
32	Mantova	D	Ex Mercato Ortofrutticolo Str. Mantovanella	Commerciale	18.500	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	32
33	Mantova	D	Ex Siva Strada Mantovanella	Industriale artigianale	38.000	Commerciale	PRG vigente		Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	33
34	Mantova	D	Capannone Piazzale Nervi	Altro	11.000	Commerciale	PRG vigente	Mai ultimato	Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	34
35	Mantova	D	Capannone Str. Maldinaro	Altro	9.700	Commerciale	PRG vigente	Mai ultimato	Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	35
36	Mantova	D	Capannone Via B. Croce	Commerciale	4.500	Commerciale	PRG vigente	Mai ultimato	Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	36
37	Marmirolo	D	Str. Ghiaie	Industriale artigianale	38.345	Commerciale	PRG vigente		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
38	Marmirolo	D	Via Tagliamento	Altro	11.020	Residenza	PRG vigente		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. provinciale	38
39	Marmirolo	D	Str. Foroni - Fraz. Pozzolo	Industriale artigianale	61.950	Produttivo	PRG vigente		Fallimento	Nessuno	extra urbana	Area isolata	si	Str. provinciale	Sito da indagare

Comune	Circ	Denominazione Area	Tipologia attività dismessa	Sup. MQ	Destinazione Urbanistica	Strumento urbanistico	Anno ultima dismissione		Motivo dismissione	Eventuali utilizzi postdismissione	Collocazione rispetto al centro urbano	Caratteristiche del tessuto	Accessibilità	Accesso diretto	Caratteristiche del sito	
40	Medole	A	Via Pesenti	Turistico ricettivo	2.300	Turistico ricettivo	PRG vigente	2004		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	40
41	Medole	A	Via Umberto I°	Industriale artigianale	7.900	Produttivo	PRG vigente			Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	41
42	Medole	A	Via Pieve	Industriale artigianale	4.900	Produttivo	PRG vigente	2007		Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	42
43	Medole	A	Via Brigoni	Industriale artigianale	56.000	Produttivo	PRG vigente			Fallimento	Magazzino	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. Privata	Sito da indagare
44	Pegognaga	C	Ex Fornace Ca' Rossa - Str. Prov.le Est	Industriale artigianale	65.000	Produttivo	PRG vigente	2004		Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. provinciale	Sito da indagare
45	Pegognaga	C	Ex Magazzini Cariplo - Via Garibaldi - Via Battisti - Via Viola Camatte - Via Marconi	Commerciale	14.500	Commerciale	PRG vigente	2005		Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. provinciale	Sito da indagare
46	Pegognaga	C	Ex Rivendita legnami Zucchi - Via Roma - Via Belfiore - Via Rossi	Commerciale	2.017	Commerciale	PRG vigente	2006		Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. provinciale	Sito da indagare
47	Poggio Rusco	C	Via Pinzone 6/8 . Loc. Pinzone	Industriale artigianale	2.500	Produttivo	PRG vigente	2007		Altro	Nessuno	extra urbana	Area industriale/artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
48	Poggio Rusco	C	SS 12 Abetone Brennero 132	Industriale artigianale	5.500	Produttivo	PRG vigente	2005		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. Statale	Sito da indagare
49	Poggio Rusco	C	Via Isidoro Capi 21	Commerciale	694	Commerciale	PRG vigente	2007		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	49
50	Poggio Rusco	C	Via Abetone Brennero 155	Commerciale	500	Commerciale	PRG vigente	2008		Altro	Altro	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. Statale	Sito da indagare
51	Poggio Rusco	C	Via Abetone Brennero 144	Commerciale	487	Commerciale	PRG vigente	2008		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. Statale	Sito da indagare
52	Porto Mantovano	D	Str. Soave	Industriale artigianale	74.878	Produttivo	PRG vigente			Fallimento	Nessuno	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. Comunale	Sito dichiarato non contaminato con nota ARPA
53	Porto Mantovano	D	SS Cisa 103	Industriale artigianale	9.289	Produttivo	PRG vigente				Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	53
54	Rodigo	D	Viale Rimembranze	Commerciale	420	Residenza	PRG vigente	2000		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
55	Rodigo	D	Via Sant'Antonio loc. Rivalta s.m.	Terziario	515	Residenza	PRG vigente	1995		Fallimento	Nessuno	Periferica	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
56	Rodigo	D	Via Arrivabene loc. Rivalta s.m.	Industriale artigianale	3.000	Residenza	PRG vigente	1990		Fallimento	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	Sito da indagare
57	S. Benedetto Po	C	Str. Romana Nord 1	Industriale artigianale	19.000	Produttivo	PRG vigente	2004		Altro	Nessuno	Periferica	Area industriale/artigianale	si	Str. provinciale	Sito bonificato per uso industr./commerc.

Comune	Circ	Denominazione Area	Tipologia attività dismessa	Sup. MQ	Destinazione Urbanistica	Strumento urbanistico	Anno ultima dismissione		Motivo dismissione	Eventuali utilizzi postdismissione	Collocazione rispetto al centro urbano	Caratteristiche del tessuto	Accessibilità	Accesso diretto	Caratteristiche del sito
58 S. Benedetto Po	C	Str. Virgiliana 91	Industriale artigianale	54.000	Produttivo	PRG vigente	2005		Rilocalizzazione	Nessuno	extra urbana	Area isolata	si	Str. provinciale	Sito bonificato per uso industr./ commerc.
59 S. Giovanni del Dosso	C	Via Virgilio	Commerciale	164	Residenza	PRG vigente	2003		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	
60 S. Giovanni del Dosso	C	Via Villa Pentita	Commerciale	301	Agricolo	PRG vigente	1998		Fallimento	Nessuno	Periferica	Area in zona mista	si	Str. Comunale	
61 S. Giovanni del Dosso	C	Piazza Marconi	Industriale artigianale	178	Produttivo	PRG vigente	2003		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona mista	si	Str. Comunale	
62 S. Giovanni del Dosso	C	Piazza Marconi	Industriale artigianale	166	Produttivo	PRG vigente	2003		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona mista	si	Str. Comunale	
63 Schivenoglia	C	Via V. Veneto	Industriale artigianale	9.000	Produttivo	PRG vigente	2000		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona mista	si	Str. provinciale	Sito da indagare
64 Sermide	C	Via XXIV Aprile - Area Bassanello	Industriale artigianale	200.000	Produttivo	PRG vigente	1982		Fallimento	Nessuno	Centrale	Area in zona mista	si	Str. Comunale	Sito bonificato per uso industr./ commerc.
65 Sermide	C	Via Torricelli - Area Boaria Gottara	Industriale artigianale	6.770	Produttivo	PRG vigente	1997		Rilocalizzazione	Magazzino	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	
66 Sermide	C	Via XXIX Luglio 1848	Industriale artigianale	1.120	Residenza	PRG vigente	2001		Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	
67 Sermide	C	Via XXIV Aprile - Area Le Spadine	Industriale artigianale	10.000	Produttivo	PRG vigente	1999		Rilocalizzazione	Nessuno	Periferica	Area in zona mista	si	Str. provinciale	Sito da indagare
68 Suzzara	C	Via Montecchi 5	Commerciale	553	Commerciale	PRG vigente	2007		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale			
69 Suzzara	C	Via G. Bruno, 10	Commerciale	1.485	Commerciale	PRG vigente	2007		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale			
70 Suzzara	C	Via XXIII Aprile 17/c	Commerciale	560	Commerciale	PRG vigente	2007		Altro	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale			
71 Viadana	B	Via Ottoponti - Franz. Casaletto	Industriale artigianale	28.856	Produttivo	PGT vigente	1990		Fallimento	Nessuno	extra urbana	Area isolata	si	Str. provinciale	Sito da indagare
72 Viadana	B	Via Vazzone - Via Terzone Franz. Cavallara	Industriale artigianale	9.160	Produttivo	PGT vigente	1996		Altro	Nessuno	Periferica	Area in zona mista	si	Str. provinciale	Sito bonificato per uso industr./ commerc.
73 Villa Poma	C	Via Matteotti 17	Industriale artigianale	180	Residenza	PRG vigente	2002		Altro	Altro	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	
74 Villa Poma	C	Via Roma Nord 51	Industriale artigianale	190	Residenza	PRG vigente	2001		Altro	Altro	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Statale	
75 Villa Poma	C	Via Roma Nord 208/210	Industriale artigianale	15.000	Produttivo	PRG vigente	1994		Altro	Altro	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Statale	
76 Villa Poma	C	Via Roma Nord 214	Commerciale	470	Agricolo	PRG vigente	1996		Altro	Altro	Periferica	Area in zona mista	si	Str. Statale	

	Comune	Circ	Denominazione Area	Tipologia attività dismessa	Sup. MQ	Destinazione Urbanistica	Strumento urbanistico	Anno ultima dismissione		Motivo dismissione	Eventuali utilizzi postdismissione	Collocazione rispetto al centro urbano	Caratteristiche del tessuto	Accessibilità	Accesso diretto	Caratteristiche del sito	
77	Villa Poma	C	Via Roma Nord 222	Commerciale	405	Agricolo		2003		Altro	Altro	Periferica	Area in zona mista	si	Str. Statale		77
78	Villa Poma	C	Via Rosselli 56	Industriale artigianale	250	Residenza	PRG vigente	2006		Altro	Altro	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale		78
79	Virgilio	D	Via Arginotto - Cerese	Industriale artigianale	5.576	Residenza	PGT vigente	1993		Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale	Sito potenzialmente contaminato almeno con copertura in amianto	79
80	Virgilio	D	Via Carducci, 12 - Cappelletta	Industriale artigianale	3.510	Residenza	PGT vigente	2005		Rilocalizzazione	Nessuno	Centrale	Area in zona residenziale	si	Str. Comunale		80
81	Volta Mantovana	A	SS Goitese	Industriale artigianale	39.770	Produttivo	PRG vigente			Fallimento	Altro	extra urbana	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare	81
82	Volta Mantovana	A	Str. Dei Colli Nord 29	Altro	13.362	Produttivo	PRG vigente			Fallimento	Altro	extra urbana	Area isolata	si	Str. provinciale	Sito da indagare	82
83	Volta Mantovana	A	Via Borgo Stazione, 21	Industriale artigianale	6.790	Produttivo	PRG vigente			Rilocalizzazione	Altro	Periferica	Area in zona mista	si	Str. provinciale	Sito da indagare	83
84	Volta Mantovana	A	Via Fermi, 2	Industriale artigianale	3.065	Produttivo	PRG vigente			Altro	Magazzino	Periferica	Area industriale/ artigianale	si	Str. Comunale	Sito da indagare	84
85	Volta Mantovana	A	Via Fermi, 1	Industriale artigianale	6.280	Produttivo	PRG vigente			Fallimento	Altro	Periferica	Area in zona mista	si	Str. Comunale	Sito da indagare	85
86	Volta Mantovana	A	Via Goito, 28	Industriale artigianale	14.920	Produttivo	PRG vigente			Fallimento	Altro	Periferica	Area in zona mista	si	Str. Comunale	Sitp da indagare	86

### **4.3) Le politiche per il rilancio commerciale dei centri storici**

I centri storici, con la loro rete di piccoli esercizi e con i mercati settimanali che si svolgono nelle piazze e nelle strade, svolgono un ruolo fondamentale di aggregazione sociale. L'elevato sviluppo della grande distribuzione però ha messo in difficoltà la piccola distribuzione che, pur non registrando una significativa diminuzione nei numeri degli insediamenti, evidenzia un elevato turn over di queste attività.

Di qui l'esigenza di sostenere il piccolo commercio delle aree urbane, tenuto conto anche delle indicazioni relative alle testimonianze storiche del commercio del Programma Triennale regionale 2006-2008 che rileva una specifica considerazione agli interventi di riqualificazione degli spazi urbani caratterizzati dalla presenza di mercati storici.

Coerentemente con questo indirizzo, le disposizioni della Regione Lombardia per la pianificazione comunale, D.C.R. n. VIII/352 del 13/03/2007, contengono precisi riferimenti sulla necessità di coerenza le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani. Nel Documento di piano, che compone i P.G.T., deve essere data specifica attenzione al sistema commerciale locale e in particolare alla rivitalizzazione e al sostegno della funzione commerciale dei centri storici e dei nuclei urbani centrali.

Si evidenzia la necessità per i centri storici di dare spazio a progetti di valorizzazione che prevedano anche sinergiche collaborazioni tra operatori privati e amministrazioni locali.

I criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale prevedono forme di compensazione e servizi a favore degli esercizi di vicinato, nonché interventi a sostegno dei Comuni, che insistono nell'area di insediamento di una nuova localizzazione commerciale.



## 5) INDIRIZZI NORMATIVI PER LA GRANDE E LA MEDIA DISTRIBUZIONE

### 5.1) Obiettivi di urbanistica commerciale e indirizzi per i Comuni

Il Piano del commercio è piano di settore del PTCP; gli elementi di valutazione, rispetto alla pianificazione/programmazione e localizzazione degli sviluppi insediativi comunali, contenuti nel PTCP vigente, sono pertanto da recepire ed applicare anche agli insediamenti commerciali, in particolare:

- le direttive e i criteri per l'individuazione degli ambiti di sviluppo insediativo e l'articolazione degli indirizzi del PTCP per ambiti, sistemi ed elementi a dominanza urbana (articoli 13 e 28 degli Indirizzi Normativi);
- il dimensionamento dello sviluppo comunale (art. 14 degli Indirizzi Normativi);
- la tutela di elementi a valenza paesistico-ambientale (tavole 2 e 3 del PTCP e articoli 23, 26 e 27 degli Indirizzi Normativi).

Il PTCP in corso di adeguamento alla L.R. 12/2005 prevede di rivedere ed integrare i suddetti contenuti alla luce di quanto richiesto dalla nuova legge regionale che, coerentemente con i provvedimenti regionali di settore, indica l'esigenza di promuovere uno sviluppo sostenibile, di perseguire gli obiettivi di riqualificazione del territorio e, di conseguenza, richiede una attenta valutazione degli impatti sull'ambiente e sul territorio derivanti dalle iniziative commerciali più complesse.

La moltiplicazione di grandi insediamenti commerciali diffusi nel territorio, dovendo necessariamente puntare, per affermarsi, a sviluppare una forte capacità di attrazione e ad incrementare la mobilità per acquisti, rende asfittica la tenuta delle attività commerciali nei centri storici e tende a diradare o azzerare la presenza di commercio locale situato a contatto con gli insediamenti abitativi nei quartieri e nelle piccole località.

Alla luce delle valutazioni emerse dall'esame del Quadro Conoscitivo, il Piano del commercio identifica una prioritaria esigenza di salvaguardia e valorizzazione dei "centri commerciali naturali", del piccolo e medio commercio nei centri storici, della permanenza di un adeguato servizio nelle località minori a rischio di desertificazione della presenza commerciale. Questi obiettivi tendono ad entrare in rotta di collisione con la massiccia e diffusa proliferazione di grandi strutture di vendita e anche di aggregazioni di medie strutture che assumano, nel corso del tempo, dimensioni simili alle grandi strutture, specie se questi insediamenti commerciali a forte impatto si collocano in nuove aree urbanizzate o urbanizzabili, distanti dai centri storici e dagli assi commerciali tradizionali, in localizzazioni tali da non integrarsi con la rete esistente.

Obiettivo della pianificazione commerciale è consentire e stimolare una riorganizzazione della rete dei servizi che allarghi la gamma delle opportunità di acquisto per la popolazione residente, privilegiando le tipologie che tendono ad integrarsi con la rete esistente (ad esempio le medie strutture che si inseriscono nel tessuto commerciale degli assi urbani di servizio e nelle zone centrali dei paesi) e salvaguardando una articolazione di forme distributive e di tipi di esercizi che affidi un ruolo importante al piccolo commercio specializzato e al commercio su suolo pubblico.

In relazione a questi indirizzi generali, il Piano provinciale del commercio sostiene e promuove un'equilibrata programmazione e modernizzazione del sistema distributivo commerciale, nel rispetto delle esigenze di tutela del sistema paesistico-ambientale e in coerenza con gli obiettivi di sviluppo del

sistema socioeconomico, del sistema insediativo e della mobilità.

A tal fine, definisce i seguenti obiettivi specifici:

- agevolazione dei processi di razionalizzazione e ammodernamento dell'offerta commerciale negli ambiti urbani;
- sostegno allo sviluppo e qualificazione dei sistemi commerciali urbani, dei centri commerciali naturali, degli esercizi di vicinato anche favorendo condizioni di equilibrio tra le diverse tipologie e formule commerciali;
- disincentivo al consumo di aree libere in contesti extraurbani per la localizzazione di nuove funzioni commerciali, in particolare medie e grandi strutture di vendita; in alternativa sostegno alla loro localizzazione in contesti urbani, prioritariamente connessi alla riqualificazione di comparti urbani con presenza di idonei mix funzionali;
- agevolazione alla complessiva integrazione del sistema distributivo commerciale con il sistema della mobilità ed in particolare con il trasporto pubblico, favorendo interventi che risolvano criticità pregresse.

Inoltre, la programmazione comunale di grandi o di medie strutture di vendita dovrà essere supportata, nel documento di piano del PGT, con adeguate valutazioni di sostenibilità condotte ad una scala più ampia rispetto al territorio comunale, in relazione ai seguenti profili:

- analisi dell'impatto socioeconomico e della rete di vendita relativamente a tutta l'area su cui incide l'insediamento commerciale da programmare;
- riuso del tessuto urbano consolidato e riduzione dell'impermeabilizzazione complessiva dei suoli;
- contributo al potenziamento, alla razionalizzazione ed al coordinamento del sistema dei servizi, in particolare nei Comuni polo attrattore (ove si focalizzano i servizi più complessi e rari), anche in rapporto all'accessibilità, alla qualità ed alla fruibilità degli interventi proposti;
- sostegno ai processi di riqualificazione dei centri storici e dei "centri commerciali naturali";
- sostegno al mantenimento del servizio nelle località minori anche attraverso la sperimentazione, nelle zone a rischio di desertificazione del servizio, di esercizi polifunzionali;
- contributo alla qualificazione eco-sostenibile degli interventi;
- contributo alla sostenibilità delle condizioni di mobilità;
- contributo all'attuazione dei progetti strategici di rete verde provinciale, all'attuazione dei parchi locali di interesse sovracomunale, allo sviluppo di meccanismi di compensazione ambientale delle trasformazioni, in particolare in rapporto alla attuazione di interventi di qualificazione energetica, paesistica ed ambientale del territorio.

In rapporto ai suddetti obiettivi e criteri di valutazione, la scelta da parte dei Comuni di inserire nei PGT aree per medie e grandi strutture commerciali dovrà essere esaminata con attenzione e motivata valutando in particolare:

- l'ambito di gravitazione e l'impatto potenziale sulla rete preesistente della struttura commerciale da insediare;
- la consistenza del sistema economico commerciale (esistente e previsto) nell'ambito territoriale di gravitazione e nel territorio sottoposto ad impatto così come sopra determinato;
- le ricadute degli impatti potenziali generabili sia a scala locale che sovracomunale e sotto i vari aspetti di possibile incidenza.

Le previsioni di localizzazioni di grandi o di medie strutture di vendita devono in ogni caso essere orientate a potenziare e razionalizzare il sistema distributivo esistente.

E' esclusa la localizzazione e realizzazione di grandi o di medie strutture di vendita all'interno di siti della Rete Natura 2000, parchi naturali, riserve naturali regionali, monumenti naturali, parchi regionali, parchi locali di interesse sovracomunale esistenti e proposti. Gli atti di pianificazione comunali promuovono l'integrazione tra le diverse funzioni urbane, indicando, per le medie e grandi strutture di vendita localizzate in ambiti di trasformazione urbana, la previsione di mix funzionali di residenza, terziario, produzione di beni e servizi, attività ricreative e del tempo libero, verde fruibile.

Il Piano del commercio, in sintonia con le esigenze di adeguamento alla L.R. 12/2005, prevede inoltre che il PTCP recepisca, in materia di urbanistica commerciale, nuovi contenuti sia orientativi che prevalenti sulla pianificazione comunale, aventi efficacia anche sulla previsione di insediamenti commerciali:

nell'ambito inerente alla tutela paesaggistica, alla determinazione di prescrizioni ed indirizzi per l'attenta localizzazione, il corretto inserimento nel contesto e la qualità paesaggistico-ambientale dei nuovi insediamenti commerciali di grande distribuzione, o comunque di rilevanza sovracomunale, al fine di assicurarne la congruenza con le caratteristiche degli ambiti interessati e con le indicazioni della pianificazione paesaggistica;

nell'ambito delle indicazioni puntuali per la realizzazione di insediamenti di portata sovracomunale, ad orientamenti per il raccordo con i sistemi della mobilità anche con la definizione di modalità di compensazione per favorire l'ottimale inserimento territoriale ed ambientale di singoli insediamenti;

definisce e individua ambiti esclusi dall'ammissibilità di iniziative commerciali, in particolare gli ambiti agricoli strategici, in quanto preclusi allo sviluppo insediativo di qualsiasi funzione;

nell'ambito dei contenuti minimi sui temi di interesse sovracomunale, individua gli elementi di valutazione preventiva che devono essere assicurati dalla pianificazione comunale per la localizzazione dei nuovi insediamenti di grande distribuzione;

nell'ambito delle modalità di coordinamento intercomunale, definisce misure di razionalizzazione e coordinamento dello sviluppo degli insediamenti di grande distribuzione, o comunque di rilevanza sovracomunale, prevedendo anche forme compensative o finanziarie finalizzate anche all'associazionismo tra comuni; determina indirizzi volti ad assicurare la compatibilità a scala sovracomunale delle previsioni di sviluppo commerciale, in particolare con riferimento alle dinamiche di evoluzione della rete distributiva e alle condizioni di accessibilità.

Quindi, mentre restano valide le indicazioni già presenti nel PTCP vigente, alcuni contenuti previsti dal PTCP in adeguamento alla L.R. 12/2005 vengono anticipati nel Piano del Commercio e assumono maggiore concretezza negli Indirizzi Normativi dello stesso.

## **5.2) Indirizzi normativi del Piano del commercio**

### **5.2.1) Obiettivi**

Il commercio è elemento strategico della qualità e competitività del territorio; un assetto adeguato di questo settore fornisce un contributo cruciale alla qualità della vita delle popolazioni e alla vivibilità e capacità di aggregazione dei centri urbani e delle località minori.

La pianificazione commerciale persegue obiettivi di innovazione settoriale limitando il più possibile

impatti negativi sull'ambiente e sul territorio, evitando un eccessivo ricorso alla mobilità per acquisti e salvaguardando nelle realtà urbane una presenza articolata delle diverse forme distributive e tipologie di esercizi.

Obiettivo della pianificazione commerciale è garantire ai consumatori una ampia gamma di opportunità di scelta di prodotti e di servizi diversificati e specializzati favorendo la qualità e promuovendo la conoscenza e la commercializzazione dei prodotti tipici locali.

La presenza delle piccole e medie imprese commerciali è elemento insostituibile dell'identità dei luoghi, della capacità delle strade e delle piazze di aggregare la popolazione residente e attirare visitatori e turisti; occorre rafforzarne la presenza stimolando processi di innovazione, riqualificazione, associazionismo imprenditoriale.

I centri storici e i "centri commerciali naturali", che sono la risorsa principe del tessuto insediativo, della qualità urbana e della coesione sociale, devono essere messi in condizione di competere alla pari con i centri distributivi che si sono insediati all'esterno degli ambiti urbani attraverso una pianificazione oculata dei nuovi insediamenti commerciali che eviti sprechi di territorio, privilegi i recuperi di contenitori dismessi e le localizzazioni integrate, fornendo ai consumatori opportunità di acquisto innovative che si inseriscano in modo armonico nella rete esistente.

Fattore essenziale di efficacia della pianificazione commerciale è la piena coerenza e integrazione fra scelte settoriali e scelte generali di tipo territoriale e urbanistico. La selezione delle aree per il commercio, in particolare delle aree per insediamenti commerciali dotati di forte capacità di attrazione, è, prima e più delle autorizzazioni commerciali, lo strumento cardine per definire un assetto ottimale della rete di vendita. Di qui l'esigenza di coordinare in modo stringente Piano del Commercio e Piano Territoriale di Coordinamento provinciale (PTCP).

### **5.2.2) PTCP e Piano del Commercio**

Il Piano del commercio, in quanto piano di settore del Piano territoriale di coordinamento provinciale (PTCP), deve fornire al Piano generale gli elementi di valutazione rispetto alla pianificazione/programmazione e localizzazione dello sviluppo degli insediamenti commerciali.

In particolare spetta al Piano provinciale del commercio individuare e regolamentare, congiuntamente con il PTCP, le iniziative commerciali rilevanti che esercitano la propria influenza su una pluralità di comuni e che, proprio in conseguenza della loro incisiva capacità di attrazione, determinano:

- impatti sull'ambiente e sul territorio coinvolto;
- impatti sul sistema socio-economico e sulla rete commerciale esistente.

Il concetto che deve sovrintendere ad una adeguata pianificazione di area vasta è che a decidere su iniziative di rilievo sovracomunale siano chiamate tutte le comunità locali coinvolte.

Spetta in particolare alla Provincia promuovere il coordinamento fra Comuni ai fini di un esame preventivo della possibilità e delle modalità di inserimento nel territorio di tipologie distributive che determinano impatti rilevanti sull'ambiente e sul territorio coinvolgendo nei procedimenti di verifica i territori influenzati dall'iniziativa.

La verifica preventiva di questi impatti va riferita innanzitutto alla pianificazione urbanistica delle aree

in cui ammettere iniziative commerciali rilevanti, scelta che non può essere affidata al singolo comune sede dell'iniziativa, ma che è da valutare e condividere con i Comuni del territorio coinvolto sia in sede istituzionale, sia in sede di confronto con la cittadinanza attraverso la procedura di VAS (Valutazione Ambientale Strategica - Direttiva Europea 2001/42/EC relativa agli impatti di area vasta che prevede anche: l'informazione e consultazione del pubblico e l'interazione con il processo decisionale sulla base della valutazione).

La Provincia, svolgendo il proprio compito istituzionale, definisce procedure, criteri, condizioni e modalità attuative che consentano alle istituzioni, alle parti sociali e alla cittadinanza tutta dei territori coinvolti da iniziative commerciali con prevedibili impatti di area vasta di poter concorrere alla valutazione preventiva degli impatti.

Si saldano in questo modo le indicazioni programmatiche del piano provinciale di settore, volte a tutelare la presenza equilibrata delle diverse forme distributive e le scelte in favore dei "centri commerciali naturali", dei centri storici e dei centri minori, con l'azione di pianificazione territoriale e il ruolo di coordinamento delle previsioni urbanistiche dei Comuni che la Provincia esercita con il PTCP ai fini della salvaguardia, a tutela delle future generazioni, del patrimonio indisponibile delle risorse naturali, paesaggistico ambientali, degli elementi di identità storico culturale del territorio e ai fini della necessaria verifica della sostenibilità ambientale e territoriale delle iniziative, nonché dell'individuazione delle misure di mitigazione e compensazione e della perequazione territoriale delle stesse.

### **5.2.3) Iniziative commerciali rilevanti**

Anticipando alcuni contenuti del PTCP, il Piano del Commercio definisce, in relazione al Quadro Conoscitivo, i livelli di rilevanza sovracomunale delle aree per strutture commerciali. Si ritengono di rilevanza sovracomunale le seguenti tipologie di insediamenti:

- le previsioni di ambiti di trasformazione comprensivi di grandi strutture di vendita;
- le previsioni di ambiti di trasformazione, o di ambiti fra loro limitrofi, comprensivi di destinazioni commerciali che possano superare i 1500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti) o i 2.500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti).

### **5.2.4) Contenuti minimi in campo commerciale dell'azione di governo del territorio da parte dei Comuni**

Il momento in cui può validamente essere effettuata la valutazione preventiva di iniziative commerciali rilevanti, è la fase preliminare all'approvazione dei Piani attuativi di aree a destinazione commerciale. In questa fase, a fronte di proposte commerciali già precisate (almeno in termini di lay-out degli spazi commerciali richiesti), si possono esaminare gli impatti e definire le misure di mitigazione e compensazione degli stessi. I Comuni che inseriscono nei loro strumenti urbanistici aree per iniziative commerciali rilevanti sono pertanto tenuti ad osservare alcune procedure e alcuni contenuti minimi ai fini della verifica congiunta degli impatti con le comunità coinvolte.

Sono perciò da stabilire nel nuovo PTCP i seguenti contenuti minimi dell'azione di pianificazione e governo del territorio da parte dei Comuni ai fini della pianificazione/programmazione delle iniziative commerciali rilevanti:

- l'obbligatorietà del Piano Attuativo per tutte le iniziative commerciali di oltre 1.500 mq. di vendita e della comunicazione, entro un mese dall'approvazione, degli esiti dei procedimenti alla Provincia ai fini del monitoraggio dell'evoluzione del settore commerciale;
- l'obbligatorietà della valutazione congiunta dei Piani attuativi di aree confinanti nel caso che entrambe le aree dispongano di potenzialità insediative per oltre 1.500 mq. di superficie di vendita e, comunque, che complessivamente superino i 2.500 mq. di vendita;
- l'obbligatorietà della valutazione preventiva, concertata a livello sovracomunale, preliminare alla approvazione dei Piani Attuativi, per gli insediamenti commerciali con rilevanza sovracomunale definiti al punto precedente, ovvero le previsioni di ambiti di trasformazione comprensivi di grandi strutture di vendita e le previsioni di ambiti di trasformazione, o di ambiti fra loro limitrofi, comprensivi di destinazioni commerciali che possano superare i 1500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti) o i 2.500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti);
- l'apertura nei casi sopra definiti della procedura di Vas al confronto con le Comunità locali e con la cittadinanza dei territori coinvolti;
- il convenzionamento, preliminare all'approvazione del Piano attuativo, di misure di mitigazione e compensazione stabilite d'intesa con le Comunità locali oggetto dell'impatto dell'intervento commerciale rilevante;
- la concertazione preventiva delle modalità di perequazione e ripartizione, fra le Comunità locali coinvolte dall'impatto, di parte delle risorse derivanti da apposite convenzioni stipulate con i soggetti attuatori secondo procedure delineate dal PTCP stesso e definite in dettaglio da apposito successivo provvedimento applicativo;
- la definizione nel PTCP di una quota di risorse perequative specificamente destinata (alla stessa stregua dei "mercati di quartiere" previsti dalla legge regionale 12/2005) alla qualificazione e valorizzazione commerciale dei centri storici, dei "centri commerciali naturali" e delle località minori a rischio di desertificazione del servizio del territorio coinvolto dall'impatto dell'iniziativa commerciale rilevante, motivando questa tipologia di opere e interventi da realizzare, conformemente alla legge regionale, in relazione al loro ruolo culturale (identità dei luoghi), sociale (aggregazione delle persone) e di presidio per la sicurezza pubblica (presenza costante e supporto al controllo delle strade e delle piazze).

### **5.2.5) Ruolo della Provincia in sede attuativa: modalità e strumenti**

Il ruolo di indirizzo e coordinamento della Provincia non si esercita solo al momento della definizione del Piano del commercio e del PTCP ma anche in sede attuativa:

- promuovendo e coordinando le valutazioni preventive di livello sovracomunale;
- monitorando l'attuazione del Piano del commercio e l'avanzamento attuativo delle scelte di urbanistica commerciale.

La Provincia, ai fini della pianificazione e programmazione coordinata delle iniziative commerciali di rilevante impatto sul territorio, integra l'azione del Piano del Commercio e del PTCP e inserisce congiuntamente nei due livelli di pianificazione, con le specifiche modalità consentite dall'ordinamento vigente, gli strumenti atti a omogeneizzare il proprio ruolo di coordinamento nei confronti dei Comuni, di concertazione nei confronti delle Associazioni economico-sociali, di tutela e promozione dell'espressione di pareri e proposte da parte della cittadinanza effettivamente coinvolta da iniziative di livello sovracomunale.

Il ruolo attivo e permanente della Provincia di coordinamento dei Comuni nell'azione di pianificazione commerciale si esplica prioritariamente nella previsione congiunta nel PTCP e nel Piano del commercio:

- del ruolo costante della Provincia, in relazione all'introduzione fra i contenuti minimi dei PGT comunali della valutazione preventiva concertata a livello sovracomunale (L.R. 12/2005, articolo 15, comma 2, lettera c), per il coordinamento e la valutazione dei Piani attuativi comprensivi di iniziative commerciali rilevanti in ordine all'esame congiunto dell'impatto da parte di tutte le comunità locali coinvolte e per il coordinamento della procedura di VAS prevedendo l'obbligo di sottoporre in modo trasparente la proposta all'esame della cittadinanza coinvolta nell'impatto;
- del ruolo di coordinamento e mediazione per la definizione delle connesse misure di mitigazione e compensazione e delle modalità di perequazione in favore dei territori coinvolti;
- nella definizione e attuazione di strumenti permanenti di monitoraggio del Piano.

### **5.2.6) Estensione sovra-comunale da considerare nella valutazione preventiva dei Piani attuativi in relazione alle dimensioni delle iniziative commerciali**

In base al Quadro conoscitivo e all'esame degli effetti pregressi derivanti dall'apertura di medie e grandi strutture di vendita in provincia di Mantova, il Piano del Commercio e il PTCP congiuntamente individuano tre livelli territoriali di sovracomunalità che delimitano il probabile impatto delle iniziative commerciali rilevanti e l'estensione dell'ambito sovracomunale da coinvolgere nella valutazione preventiva:

- livello provinciale;
- livello comprensivo dei comuni dello stesso ambito sovracomunale (circondari);
- livello comprensivo dei soli comuni contermini.

La corrispondenza fra dimensioni dell'iniziativa commerciale e livello presumibile di influenza ed estensione dell'impatto sul territorio è così fissata:

- le nuove aperture e le modificazioni di strutture esistenti che comportino l'autorizzazione aggiuntiva di oltre 15.000 mq. di superficie di vendita sono considerate con impatto di livello di provinciale;
- le nuove aperture e le modificazioni di strutture esistenti che comportino l'autorizzazione aggiuntiva di oltre 5.000 mq. di superficie di vendita e fino a 15.000 mq. di vendita sono considerate con livello di impatto circondariale;

- le nuove aperture e le modificazioni di strutture esistenti che comportino l'autorizzazione di grandi strutture o più medie strutture per una superficie commerciale aggiuntiva inferiore a 5.000 mq. e superiore a 1500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti) o 2.500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti) sono considerate con livello di impatto per i comuni contermini; i casi di strutture esclusivamente alimentari o con incrementi della parte alimentare di strutture miste superiori a 3.500 mq. di vendita sono considerati con livello di impatto circondariale.

### **5.2.7) Monitoraggio della rete di vendita**

L'attuale strumentazione conoscitiva di settore, avendo come riferimento solo le autorizzazioni alla vendita, non consente una tempestiva ricognizione dei casi, molto numerosi, di aggregazioni esistenti e pianificate di medie strutture, aggregazioni le cui caratteristiche sono spesso tali da determinare impatti sul territorio e sulla restante rete di vendita simili a quelli delle grandi strutture. Pertanto il monitoraggio del Piano, per essere efficace, deve dotarsi di strumentazioni che consentano ai decisori pubblici e alle categorie interessate di avere a disposizione dati completi ed aggiornati anche sugli iter attuativi di natura urbanistica che sovrintendono alla realizzazione di strutture e insediamenti commerciali di dimensioni rilevanti, con particolare riguardo alle aggregazioni di medie strutture.

Per articolare in modo esaustivo il monitoraggio sui processi attuativi delle iniziative commerciali rilevanti, si prevede che il monitoraggio dell'attuazione del Piano del commercio consideri congiuntamente i dati relativi alle autorizzazioni alla vendita e i dati relativi ai procedimenti attuativi urbanistici di aree a destinazione commerciale significativa.

Ai fini del monitoraggio dei procedimenti urbanistici attuativi di interesse per la pianificazione e programmazione commerciale si prevede che:

- la Provincia istituisca, di concerto con i Comuni e la Camera di Commercio, un Osservatorio dotato di specifico Servizio di monitoraggio su tutti i dati sensibili per la pianificazione e programmazione commerciale che esamini in particolare, non solo i dati sulla rete esistente e sui processi attuativi relativi alle grandi strutture (risultanti dalle Conferenze di Servizi), ma anche quelli connessi all'attuazione delle medie strutture di vendita soggette a Piano urbanistico attuativo e comunque di iniziative commerciali superiori ai 1.500 mq. di vendita;
- i Comuni forniscano alla Provincia la documentazione dell'esito dei procedimenti attuativi (Piani attuativi unitari, Piani Particolareggiati) comprensivi di strutture di vendita per un totale di oltre 1.500 mq.;
- l'Osservatorio sia supportato da un Tavolo di concertazione provinciale istituito dalla Provincia e della Camera di Commercio con la partecipazione dei Comuni e, congiuntamente, delle Associazioni di categoria ed economico-sociali che valuti periodicamente, almeno una volta all'anno, con apposite sedute, i dati forniti dal Servizio di monitoraggio;
- che delle valutazioni che il Tavolo potrà esprimere o con documento unitario, ovvero con diversi motivati pareri, si tenga conto nell'espressione del punto di vista della Provincia, e che questi documenti siano comunque citati nei pareri per esteso, specie se comprensivi di elementi che



possano suffragare la sussistenza di condizioni negative e di impedimento per l'attuazione dell'iniziativa commerciale in esame:

- in sede di concertazione preventiva delle iniziative di rilevanza sovracomunale (preliminare all'approvazione dei Piani attuativi),
- in sede di Conferenza di servizi per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita,
- in sede di procedure negoziate o piani d'area per l'autorizzazione degli insediamenti con oltre 15.000 mq. di vendita.

### **5.3) LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

#### **5.3.1) Indirizzi ai Comuni per l'adozione di criteri per il rilascio delle autorizzazioni all'esercizio dell'attività delle Medie Strutture di Vendita**

Ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs. 114/1998, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di medie strutture di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio. In linea con la presenza ormai capillare raggiunta dalla media distribuzione sul territorio provinciale, il § 4.5 del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008 pone dei limiti all'apertura di nuove strutture della media distribuzione, prevedendo che le stesse siano giustificate dalla necessità di garantire una diffusione armonica della rete distributiva in quelle zone in cui la domanda non risulta soddisfatta dalle attuali strutture. In linea con le indicazioni del Piano provinciale del commercio per la grande distribuzione, si prevede anche per le medie strutture di vendita di rilevanza comunale la necessità di privilegiare interventi di recupero di eventuali siti dismessi anziché la localizzazione di punti vendita in aree nuove.

I Comuni, che non hanno già provveduto, devono adottare i criteri per il rilascio delle autorizzazioni commerciali per la media distribuzione, così come previsto dalle disposizioni attuative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale delle medie strutture di vendita, D.G.R. 5/12/2007 n. 8/6024, così come modificata dalla D.G.R. 23/01/2008 n. 8/6494.

Negli strumenti di pianificazione comunale gli insediamenti commerciali devono essere individuati in base alle distinte e specifiche categorie delle strutture di vendita previste dal D.Lgs. 114/1998. Tale puntuale individuazione è il presupposto urbanistico e la condizione necessaria per il rilascio degli atti abilitativi di natura urbanistico-edilizia e commerciale. Infatti, in mancanza della specifica individuazione della tipologia commerciale all'interno del PGT, all'amministrazione comunale è consentita esclusivamente la localizzazione di esercizi di vicinato.

I Comuni devono prevedere altresì modalità di valutazione degli impatti commerciali, urbanistico-territoriali ed ambientali degli interventi relativi alla tipologia commerciale della media distribuzione.

### **5.3.2) Modalità per l'individuazione e procedure per l'attuazione delle aggregazioni commerciali rilevanti**

Tra le strutture commerciali che hanno un'influenza sovracomunale sono da annoverare quelle forme di aggregazione di strutture di vendita, sorte anche attraverso fasi successive di accrescimento, che si concentrano in un unico contesto spaziale anche se non riconducibili espressamente alla tipologia dei centri commerciali prevista dal D.Lgs. n. 114/1998. Queste forme di aggregazione, non assimilabili al centro commerciale così come definito dal Decreto Bersani (struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente), sono suscettibili di impatti da valutare in modo unitario.

La Regione Lombardia ha introdotto il divieto al rilascio delle autorizzazioni di singole medie strutture di vendita, anche se previste all'interno di piani attuativi o di strumenti di programmazione negoziata, che configurano una grande struttura di vendita organizzata in forma unitaria riconducibile alla tipologia del centro commerciale, così come disposto dal § 2.8 delle D.G.R. n. 8/6024 del 5/12/2007 "Medie strutture di vendita – Disposizioni attuative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008", modificata dalla D.G.R. n. 8/6494 del 23/01/2008.

L'impatto sull'ambiente e sul territorio di più strutture collocate nella stessa area o in aree fra loro contigue è da considerarsi sostanzialmente equiparabile all'impatto della singola grande struttura. Di conseguenza dal punto di vista urbanistico, due o più ambiti di trasformazione con destinazione commerciale contigui, così da consentire la costruzione di più strutture di vendita di medie dimensioni che complessivamente superino i 1500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti) o i 2.500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti), comportano una valutazione congiunta degli impatti sulla compatibilità commerciale, urbanistica, ambientale, infrastrutturale e viabilistica nonché la verifica delle condizioni di sostenibilità.

Questi ambiti, all'interno dei quali sono previste più unità edilizie autonome realizzate contemporaneamente o in tempi diversi, dal punto di vista della collocazione urbanistica, dell'organizzazione insediativa, dell'accessibilità all'area e degli effetti sul territorio, sono zone da considerare unitariamente ai fini della valutazione del livello di rilevanza e dell'impatto delle superfici di vendita ospitate.

In questi casi, al pari dei casi di singole strutture o singole aree che ospitano grandi strutture con oltre 1500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti) o 2.500 mq. di superficie di vendita (nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti), si prevede l'obbligo di attuazione attraverso Piano attuativo unitario e la valutazione preventiva degli impatti.

Ne deriva che, anche in presenza di procedure autorizzative disgiunte, queste aree devono essere valutate congiuntamente per quanto riguarda la rilevanza sovracomunale e il livello di competenza nella concertazione interistituzionale.

La procedura attuativa, per consentire una valutazione preventiva delle iniziative commerciali rilevanti, deve essere così articolata:

- obbligo di Piano attuativo unitario in tutti i casi di iniziativa commerciale comprensiva di più di 1.500 mq. di vendita e obbligo di comunicazione alla Provincia dell'esito del Piano attuativo stesso;

- obbligo di comunicazione alla Provincia dell'avvio dell'iter per l'approvazione del Piano attuativo che preveda la realizzazione di strutture di vendita con superficie di vendita superiore ai 1500 mq. (nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti) o ai 2.500 mq. (nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti) in un'unica area e, analogamente, in aree contigue in modo da consentire alla Provincia di coordinare la procedura di concertazione tra il Comune sede dell'iniziativa e i Comuni coinvolti dall'impatto dell'iniziativa stessa, così da definire consensualmente gli interventi di mitigazione e/o compensazione.

#### **5.4) La perequazione territoriale**

Ai fini dell'espressione del parere di competenza per l'apertura o la modificazione di un insediamento commerciale della grande distribuzione, la Provincia promuove l'avvio di misure perequative al fine di sostenere il piccolo commercio e la rivitalizzazione dei centri storici confinanti con la località oggetto dell'intervento.

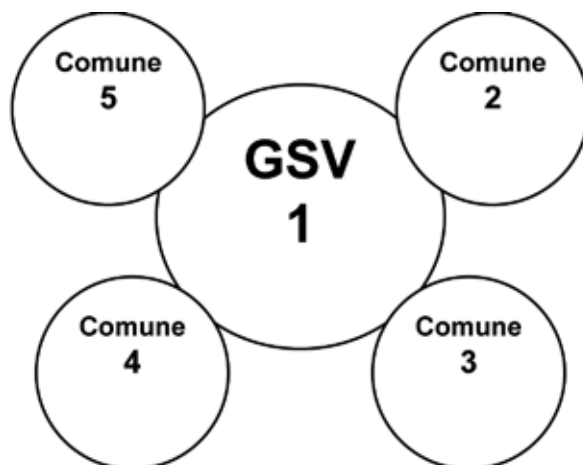
Per costruire un sistema organico di perequazione è innanzitutto necessario partire dall'individuazione delle esternalità generate. È indubbio infatti che i punti vendita della grande distribuzione generano un impatto negativo sul territorio provinciale per l'incremento dei livelli di inquinamento e per l'ulteriore consumo di risorse idriche ed energetiche che provocano. Gli effetti territoriali indotti dalla localizzazione di una nuova struttura commerciale in un determinato comune si risolvono sovente in esternalità negative nei confronti dei comuni confinanti, in termini di incremento di domanda di servizi, di aumento di traffico, di incremento di costi ambientali. Inoltre, proprio per la loro natura sovracomunale, queste scelte insediative determinano anche uno squilibrio nella rete commerciale esistente non solo sul territorio comunale che ospita la nuova struttura ma su un raggio d'azione che va oltre tali confini.

Per definire un efficace modello di perequazione territoriale per la quantificazione di massima dei costi, anche in termini di mancati benefici, è necessario ricorrere all'Accordo negoziale da stipulare dalla Provincia, con il Comune competente per territorio al rilascio dell'autorizzazione e i Comuni con esso confinanti. Le procedure per l'attivazione dello strumento di concertazione avranno inizio prima della presentazione della domanda di autorizzazione al Comune e daranno indicazioni in merito alle opere di mitigazione e di riorganizzazione della viabilità e degli accessi alle aree oggetto dell'intervento nonché in merito alle tipologie di strutture commerciali che il territorio è in grado di sostenere.

Nell'ambito della procedura di concertazione saranno valutati i progetti per la valorizzazione dei centri storici e per il sostegno del piccolo commercio e verranno sostenuti economicamente quelli giudicati prioritari per il rilancio di tali attività.

Proprio per far fronte a tutte queste esigenze, lo strumento di concertazione prevede il conferimento di apposite risorse, da parte del Comune che ospita la nuova struttura di vendita, in un apposito Fondo Provinciale la cui entità e le cui modalità di distribuzione tra i Comuni contermini verranno definite in sede di Accordo negoziale.

Ad esempio, in figura, GSV 1 è il Comune interessato dalla nuova struttura, Comune 2-5 sono i Comuni contermini interessati dal sistema di perequazione.



La Provincia si fa carico di destinare le risorse ai Comuni confinanti con il territorio che ospita la nuova struttura in base a pesature che verranno definite in fase di concertazione (che tengano conto della distanza dal Comune che ospita il nuovo insediamento commerciale, dell'estensione del Comune confinante, della presenza di altre strutture commerciali nel raggio di 5-10 Km dal luogo dell'intervento, del tempo medio di vita degli esercizi di vicinato esistenti in tale raggio di azione) e di attuare un monitoraggio annuale della realizzazione degli interventi programmati.

Lo strumento della perequazione territoriale, che opera attraverso un meccanismo di sinergica collaborazione tra i Comuni e la Provincia, consente di riequilibrare le differenti opportunità e le varie criticità legate allo sviluppo della grande distribuzione organizzata.

Il fondo di perequazione può essere visto anche come uno strumento di finanza sovracomunale che consente di riequilibrare le risorse tra i Comuni interessati da un nuovo insediamento commerciale.

## 6) GLI STRUMENTI URBANISTICI COMUNALI

### 6.1) Riferimenti normativi

Ai sensi dell'art. 3, L.R. 14/1999, sono stati approvati dalla Regione Lombardia con D.C.R. n. VIII/215 del 02/10/2006, il Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006–2008 e gli Indirizzi Generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale, con D.C.R. n. VIII/352 del 13/03/2007. Successivamente, la Regione ha adottato i provvedimenti attuativi del Programma Triennale con D.G.R. n. 8/5054 del 04/07/2007, "Modalità applicative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008", modificata con D.G.R. n. 8/5258 del 02/08/2007, e con D.G.R. n. 8/5913 del 21/11/2007, "Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, L.R. 14/1999)".

### 6.2) Criteri per l'individuazione negli strumenti urbanistici comunali delle aree da destinare alla media e grande distribuzione

Ai sensi della L.R. 12/2005 i Piani di Governo del Territorio debbono determinare le politiche di intervento per la distribuzione commerciale, evidenziando le eventuali scelte di rilevanza sovracomunale. I criteri per la definizione di tali scelte sono quelli contenuti nel PTCP e quelli conseguenti all'approvazione del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008:

- Programma Triennale per lo sviluppo del Settore commerciale 2006-2008, approvato con D.c.r. 2 ottobre 2006 n. VIII/215 e successive modifiche e integrazioni (D.g.r. 23 ottobre 2007 n. 8/5641);
- Modalità applicative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008, approvate con D.g.r. 4 luglio 2007 n. 8/5054 e successive modifiche e integrazioni (D.g.r. 2 agosto 2007 n. 8/5258);
- Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge regionale 23 luglio 1999, n. 14, approvati con D.c.r. 13 marzo 2007 n. VIII/352;
- Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale (art. 3, comma 3 l.r. 14/99), approvati con D.g.r. 21 novembre 2007 n. 8/5913;
- Medie strutture di vendita – Disposizioni attuative del Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008, approvate con D.g.r. 5 dicembre 2007 n. 8/6024 ed integrate con D.g.r. 23 gennaio 2008 n. 8/6494.

Tali criteri costituiscono riferimento anche per le valutazioni di compatibilità con il PTCP. In particolare, si richiamano gli indirizzi per le indagini conoscitive di carattere urbanistico-territoriale e commerciale, i relativi indicatori e gli orientamenti espressi per i diversi contesti urbanistici.

Tali criteri potranno essere attuati in corrispondenza delle caratteristiche dei vari contesti urbanistici individuati negli Indirizzi Generali, valutando altresì i diversi scenari qualitativi e quantitativi in funzione delle possibili tipologie di vendita insediabili, della gamma merceologica posta in vendita, dell'offerta

complementare di attività paracommerciali, terziarie e ricreative.

Della verifica dei richiamati criteri urbanistici, va data ampia giustificazione nella relazione accompagnatoria e negli elaborati allegati alla variante al Piano Regolatore.

### **6.3) Gli indirizzi per la pianificazione degli insediamenti della Grande Distribuzione Organizzata**

Al fine di concretizzare, almeno in parte, i ragionamenti sopra esposti, nel seguito vengono presentati alcuni parametri che possono contribuire a dare corpo alla programmazione provinciale di settore. Due sono i temi affrontati:

- 1) la formulazione di indirizzi, direttive e prescrizioni per i Comuni e gli strumenti di pianificazione comunale, in particolare per quanto riguarda criteri di insediabilità, aree di rilevanza paesistico-ambientale, standard urbanistici;
- 2) la formulazione di direttive relative alla valutazione di compatibilità e di sostenibilità da esprimere nell'ambito della procedura di autorizzazione per i punti vendita della grande distribuzione, con particolare riguardo alla valutazione dell'impatto territoriale indotto dalla loro realizzazione, in relazione soprattutto ai temi di ambiente e traffico.

Numero dei posti auto, tempo medio di sosta, livelli di traffico anteriori e successivi all'intervento commerciale, portata globale e residua delle tratte stradali interessate, origine-destinazione dei flussi di traffico, caratteristiche e geometria delle strade, questi sono i parametri più importanti che vengono esaminati e posti tra loro in relazione attraverso uno schema logico di calcolo, al fine di pervenire a risultati che possono contribuire nella decisione dell'Amministrazione provinciale nel rilascio del parere di competenza.

In appendice viene quindi fornito uno schema relativo alla documentazione che necessita per lo sviluppo dello studio di impatto territoriale ed ambientale – individuato come elemento essenziale della domanda di autorizzazione dall'art. 5, comma 3 della L.R. 14/1999.

Si propongono, infine, alcune elaborazioni necessarie per completare lo studio e contemporaneamente si forniscono anche le modalità operative che rientrano nello schema logico proposto.

### **6.4) L'accordo di programma**

L'accordo di programma è una convenzione tra enti territoriali (regioni, province o comuni) e altre amministrazioni pubbliche mediante la quale le parti coordinano le loro attività per la realizzazione di opere, interventi o programmi di intervento ed è disciplinato dall'art. 34 del D.Lgs. 267/2000.

La definizione normativa è molto generica ed ampia, tuttavia gli effetti dell'intesa sono immediatamente vincolanti per i soggetti che l'hanno sottoscritta.

Tale strumento procedurale potrà costituire una caratteristica forma di programmazione integrativa rispetto alle previsioni sia degli strumenti urbanistici generali, sia rispetto al Piano provinciale del commercio, conferendo al sistema pianificatorio una particolare dinamica.

L'esercizio consensuale del potere amministrativo rappresenta un'espressione del principio di

coordinamento, inteso come svolgimento in via congiunta e collaborativa da parte di più soggetti pubblici di un'attività finalizzata ad uno scopo unitario. Emerge, quindi, la fondamentale funzione di raccordo tra le diverse amministrazioni e di coordinamento delle loro azioni.

A questo proposito, attraverso l'Accordo di programma, stipulato tra gli enti interessati è possibile:

- prevedere l'adeguamento infrastrutturale necessario all'insediamento di punti vendita della grande distribuzione;
- adottare le misure di mitigazione ambientale necessarie, in relazione all'intervento;
- definire un sistema organico di perequazione territoriale per mitigare gli impatti negativi generati da nuove strutture commerciali.

Il sistema della copianificazione, attuato attraverso Accordi di programma o altro strumento di Programmazione Negoziata, ove incontra il consenso dei convenuti, in particolare, consente:

- di pervenire alla variante urbanistica con una procedura al tempo stesso rapida e veloce, pur senza diminuire le garanzie a tutela del cittadino, previste in materia urbanistica;
- di autorizzare i punti vendita della grande distribuzione, a seguito di valutazioni in ordine ai criteri riguardanti la corrispondenza a piani e programmi comunali e sovramunicipali e alla previsione di realizzazione di interventi infrastrutturali di portata strategica;
- di individuare benefici diretti o altre opportunità a favore della popolazione che risiede e opera nel territorio interessato, quali ad esempio l'esecuzione di opere infrastrutturali, sistemazione di nodi stradali, realizzazione di spazi verdi, ma anche la salvaguardia dei livelli occupazionali o la fornitura di determinati servizi alla cittadinanza;
- di quantificare uno specifico contributo perequativo alla sostenibilità dei nuovi interventi indirizzato a finanziare interventi per la valorizzazione dei centri storici e per il sostegno del piccolo commercio.

## **7) LA CONFERENZA DI SERVIZI**

### **7.1) Autorizzazione dei punti vendita della grande distribuzione**

L'autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede e all'ampliamento di punti vendita della grande distribuzione è rilasciata dal Comune a seguito della Conferenza dei servizi di cui all'art.9, comma 3, D.Lgs.114/98.

Il Programma Triennale regionale 2006-2008, oltre a confermare il sistema della valutazione integrata di impatto dell'insediamento commerciale proposto, definita valutazione di compatibilità, introduce una nuova componente di valutazione delle domande, la verifica delle condizioni di sostenibilità in rapporto al contesto socio-economico, territoriale ed ambientale in cui è richiesta la grande struttura di vendita.

Tutti i riferimenti conoscitivi per la valutazione integrata prevista nonché le valutazioni e le proposte del promotore sulle misure compensative degli effetti d'impatto prodotti dall'insediamento commerciale sono inseriti in un apposito Rapporto di impatto che deve, obbligatoriamente, essere allegato alla domanda di autorizzazione.

Una particolare disciplina è prevista per i nuovi insediamenti con superfici di vendita uguali o superiori a mq. 15.000 che sono consentiti esclusivamente nell'ambito di strumenti di programmazione negoziata.

La verifica delle condizioni di compatibilità e sostenibilità da parte della Provincia di Mantova, per ognuna delle componenti di valutazione di cui alla D.G.R. n. 8/5054 del 04/07/2007, modificata dalla D.G.R. n. 8/5258 del 02/08/2007, è demandata all'unità organizzativa competente, che si esprime attraverso il subparere motivato del rispettivo responsabile. Nel caso la competenza su singoli elementi di componente valutativa sia in carico ad un Settore o Servizio non appartenente alla struttura organizzativa del responsabile, nel relativo subparere sono acquisite le valutazioni espresse dal Settore o Servizio competente.

I subpareri vanno a costituire il formale ed unico parere motivato che la Provincia esprime in sede di Conferenza di Servizi attraverso il competente Settore Agricoltura, Attività Produttive, Caccia e Pesca.

### **7.2) Compatibilità con il quadro programmatico**

Va verificata la compatibilità dell'intervento con eventuali istituti di programmazione negoziata attivati (ad es., Patto territoriale, Programma Integrato di Sviluppo Locale, ...), nonché con piani e programmi provinciali di settore.



## 7.3) Indirizzi normativi di carattere ambientale

### 7.3.1) Premessa

L'attenzione all'impatto ambientale degli insediamenti commerciali, arrivata ben più tardi rispetto a quella relativa agli insediamenti produttivi e alla localizzazione delle infrastrutture, inizia a diventare patrimonio comune. I consumatori prestano un'attenzione crescente alle politiche ambientali della distribuzione, fino ad influenzare le strategie commerciali anche di grandi gruppi.

Le aziende commerciali, come quelle industriali, si trovano oggi a rispondere a questa nuova sensibilità sociale, valutando gli effetti delle loro politiche sulla salute dei consumatori, sulle strutture economiche e sociali dei paesi dove le imprese acquistano i loro prodotti, e soprattutto sull'ambiente fisico del territorio in cui si collocano. Una conferma di queste tendenze è la diffusione dei "rapporti di sostenibilità" delle imprese, che integrano i bilanci sociali e i rapporti ambientali in un'ottica che favorisce il collegamento con gli aspetti economico-finanziari.

Per quanto riguarda ad esempio la sostenibilità degli insediamenti, aziende leader nel settore commerciale, come Wal-Mart e Tesco, hanno investito in modo consistente in questa direzione, Wal-Mart creando già nel 2003 due supercenter (20mila mq) "verdi" a McKinney, nel Texas, e ad Aurora, nel Colorado, e Tesco, il più grande distributore britannico, lanciando un ambizioso piano di riduzione dei consumi di energia che prevede di dimezzare le emissioni di anidride carbonica entro il 2020, e impegnandosi a costruire il negozio "più verde del mondo", ad Ailsham, che sarà costruito completamente di legno e di materiali riciclabili e progettato per garantire una elevata riduzione nelle emissioni di anidride carbonica.

Mancano sul nostro territorio esempi di iniziative di questo tipo, che al di là della evidente funzione pubblicitaria e di marketing, possono essere considerate tentativi interessanti di proporre soluzioni reali al problema dell'impatto della distribuzione commerciale.

Per quanto riguarda i risvolti ambientali connessi alla realizzazione e all'esercizio degli insediamenti commerciali, il quadro normativo statale e regionale impone a livello di cogenza il rispetto della normativa, per quanto riguarda aspetti specifici, come:

- la Valutazione di Impatto Ambientale in funzione della soglia ai sensi del D.Lgs. 152/2006 e s.m.i. e della L.R. 3 settembre 1999, n.20 "Norme in materia di impatto ambientale" così come modificata ed integrata dalla L.R. 24 marzo 2003, n.3;
- l'inquinamento luminoso ai sensi della L.R. 27 marzo 2000 n. 17, così come descritto dalla D.G.R. 20 settembre 2001, n.7/6162;
- l'inquinamento acustico ai sensi della d.g.r. 8 marzo 2002 n.8313;
- l'eventuale valutazione di incidenza come previsto dalla Direttiva Habitat (Art. 6 Direttiva 92/42/CEE e art. 5 D.P.R. 357/97), e dall'art. 6 comma 3 della Dir. 92/43/CEE.

Questi strumenti, a cui si ritiene di dedicare un successivo specifico paragrafo, non sono sufficienti, di per sé, a ottimizzare l'impatto di insediamenti commerciali, in particolare per le tipologie che non rientrano nella casistica sottoposta a Valutazione di Impatto Ambientale.

Tuttavia, la disciplina del settore commerciale in Regione Lombardia, calata di fatto in due ambiti distinti, quello relativo in modo specifico al commercio (L.R. 14/99) e quello relativo alla pianificazione territoriale (L.R. 12/2005), presta grande attenzione al tema dell'ambiente, e impone l'adozione di

criteri di sostenibilità ambientale per consentire la realizzazione di strutture commerciali, con grande dettaglio in particolare rispetto alla realizzazione di grandi strutture di vendita.

Ulteriori proposte, a livello provinciale, che specifichino modalità operative o indirizzi particolari, anche per medie strutture, sarebbero possibili in un ambito di governance locale, e quindi potrebbero trovare definizione negli indirizzi del PTCP, sulla base di una concertazione con i Comuni, o in strumenti di progettazione partecipata, la messa in atto dei quali, per quanto auspicabile, esula dai propositi del presente Piano.

Un esempio di azione di governance che coinvolge più stakeholders territoriali è l'iniziativa della Provincia di Mantova, che con D.G.P. 163 del 24 settembre 2008, ha approvato un protocollo di intesa successivamente sottoscritto da operatori della grande distribuzione locale per "Attività di prevenzione e riduzione della produzione di rifiuti urbani", consistente nella collocazione di distributori di detergenti liquidi "alla spina" in tre grandi centri commerciali.

### **7.3.2) Gli aspetti ambientali nel quadro normativo del commercio**

La Regione Lombardia, come già rilevato, dedica grande attenzione al tema dell'ambiente, sia nella normativa specificamente relativa al commercio che nella normativa dedicata alla pianificazione territoriale, essendo le due strettamente connesse, tanto che lo stesso Piano del Commercio è un Piano di Settore del PTCP della Provincia. L'obiettivo di sostenibilità delineato nel Programma Triennale del Commercio (D.C.R. VIII/215 del 2 ottobre 2006) è quello esplicitamente definito "IMPATTO ZERO" delle realizzazioni di strutture commerciali di grandi dimensioni.

Peraltro, già nella L.R. 14/1999, in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, si fa cenno alla necessità di prescrizioni, nella pianificazione comunale, finalizzate a garantire la sostenibilità ambientale e paesaggistico-culturale degli insediamenti commerciali (art.4, comma 4, lett.b), e tutto l'art. 4, dedicato alla programmazione urbanistica, è incentrato sulla valutazione degli impatti delle strutture commerciali, anche se in modo assolutamente embrionale.

Il citato Programma Triennale del Commercio, a livello di indirizzo, prende in considerazione il tema dell'ambiente a partire dall'individuazione degli "Scenari di sviluppo" (Cap.1), con considerazioni specifiche sull'inquinamento atmosferico, sull'inquinamento acustico, su biodiversità e paesaggio. Negli "Obiettivi generali" (Cap.3), si esplicita che uno di questi è proprio la compatibilità del commercio rispetto al territorio e alle sue risorse, fino alla elaborazione di uno specifico Allegato del Piano, il "Rapporto ambientale", ai sensi della Direttiva 42/2001/CE, col quale si individuano indirizzi generali per lo sviluppo sostenibile del settore, con una descrizione delle tipologie e entità di pressione cui è sottoposto l'ambiente, i rischi dello sviluppo e della inadeguata gestione delle strutture commerciali e delle loro esternalità. In esso si definisce come declinare il principio dell' "IMPATTO ZERO". Nel Cap.4 "Indirizzi per lo sviluppo e la qualificazione della rete commerciale", in particolare ai punti 4.3.4. e 4.3.5. vengono dettagliate una serie di azioni specifiche per il contenimento degli impatti di nuove strutture e la riqualificazione dell'esistente. Nel Cap.5 "Criteri generali per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita", la verifica della sostenibilità dell'insediamento è un passaggio fondamentale (fatta peraltro salva l'eventuale necessità di ottemperare a quanto previsto dalla specifica disciplina sulla Valutazione di Impatto Ambientale).

Con la D.C.R. n.VIII/352 del 13 marzo 2007 “Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale ai sensi dell’art.3, comma 1, della L.R. 14 del 23 luglio 1999”, si individuano di fatto, anche se necessariamente ancora a livello di indirizzo, gli strumenti di programmazione urbanistica per il settore commerciale, con riferimento specifico a quanto previsto dalla L.R. 12/2005. In esso si individuano, con riferimento al settore commerciale, i contenuti che assumono particolare rilievo nel PTCP, che può esprimere significativi obiettivi e indirizzi in ordine alla evoluzione della rete commerciale nel territorio provinciale, e all’articolazione all’interno delle varie sezioni dei PGT della applicazione dei principi di sostenibilità della distribuzione commerciale.

Gli indirizzi espressi a livello di Delibere di Consiglio Regionale vengono infine dettagliati nelle successive Delibere di Giunta Regionale, e in un Decreto Dirigenziale della D.G. Commercio, Fiere e Mercati:

1. D.G.R. n.8/5258 del 2 agosto 2007, che modifica la precedente D.G.R. 4 luglio 2007, n. VIII/5054 “Modalità applicative del Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008”: individua come passaggio fondamentale per la valutazione delle domande e l’autorizzazione di grandi strutture di vendita l’esame complessivo della sostenibilità degli interventi proposti, sulla base dell’indagine predisposta sulla base dell’Allegato 1, lo schema del “Rapporto di impatto”. La valutazione della sostenibilità dell’intervento proposto va effettuata sulla base della griglia dell’Allegato 2 “Parametri per la valutazione integrata di impatto e la verifica delle condizioni di sostenibilità delle domande”. Essa prevede inoltre che “... l’apertura di nuovi insediamenti con superficie di vendita superiori a 15.000 mq è consentita esclusivamente nell’ambito di strumenti di programmazione negoziata previsti dalla normativa statale e regionale vigente ....”.
2. D.G.R. n.8/5913 del 21 novembre 2007 “Criteri urbanistici per l’attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale”: definisce la responsabilità pianificatoria di livello comunale per quanto riguarda la tematica degli insediamenti commerciali, con uno specifico dettaglio all’applicazione dei criteri di sostenibilità ambientale degli insediamenti.
3. D.G.R. 24 aprile 2008 – n. 8/7182 “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”.
4. Decreto direttore Generale n. 970 del 7 febbraio 2008, D.G. Commercio, fiere e mercati “Indicazioni relative ai criteri e ai parametri di valutazione della compatibilità e della sostenibilità”: si definisce uno schema di valutazione delle domande di autorizzazione di grandi strutture di vendita basato su un sistema di punteggi, il 20% della valutazione è relativo a valutazioni urbanistico-ambientali, ma anche la compatibilità commerciale include considerazioni che hanno risvolti sull’impatto, come ad esempio la coerenza con l’obiettivo di crescita ad impatto zero della Grande Distribuzione Organizzata.
5. Decreto Direttore Generale 19 dicembre 2008 n. 15387 e relativo allegato A, D.G. Commercio, Fiere e Mercati “Indicazioni operative relative alla valutazione della sostenibilità e di altri aspetti riguardanti le domande di autorizzazione delle grandi strutture di vendita di cui alle dd.gg.rr. 5054/2007 e 7182/2008”.

## **7.4) I principi di compatibilità ambientale applicati attraverso il quadro normativo vigente: Valutazione Ambientale Strategica, Valutazione di Impatto Ambientale, Valutazione di Incidenza**

I principi generali della sostenibilità ambientale delle attività antropiche, del coinvolgimento del pubblico dei processi pianificatori e decisionali, dell'accessibilità alle informazioni ambientali, sono esaurientemente affrontati, in diversi ambiti, dalla normativa comunitaria, che ha sempre coerentemente espresso grande attenzione al tema del rispetto delle risorse naturali e della diffusione delle informazioni ambientali. Esula dalle finalità di questo Piano fare una rassegna completa del diritto comunitario sul tema dell'ambiente, le cui origini, e la relativa base giuridica, risalgono a una conferenza dei Capi di Stato e di Governo dell'ottobre 1972, che ha ritenuto indispensabile una politica ambientale comune. Si ritiene tuttavia utile richiamare alcune procedure amministrative legate all'inserimento di principi di tutela ambientale in fase di pianificazione e in fase di valutazione di specifici progetti (Valutazione Ambientale Strategica, Valutazione di Impatto Ambientale, Valutazione di Incidenza), che coinvolgono il settore del commercio.

### **Valutazione Ambientale Strategica**

Il Piano del Commercio della Provincia di Mantova fornisce disposizioni attuative finalizzate al conseguimento dei seguenti obiettivi:

Crescita della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) ad "impatto zero", in termini di superfici e di esternalità negative;

Razionalizzazione e ammodernamento dell'esistente;

Recupero dei siti dismessi;

Aumento dei servizi resi ai consumatori (centri polifunzionali);

Rispetto dell'ambiente.

Il Piano ha quindi l'obiettivo di contenere entro i minimi termini il consumo di nuovo suolo favorendo il recupero di aree già antropizzate e l'ammodernamento delle strutture esistenti.

Tuttavia la crescita ad "Impatto zero" riguarda esclusivamente le G.D.O., senza che venga preclusa la realizzazione di nuove strutture di vendita di altro tipo.

Pertanto, le tipologie di interventi (stressor) individuabili sul territorio sono sintetizzabili nella realizzazione di nuove strutture e nell'ammodernamento di strutture esistenti, non valutabili in termini di Valutazione Ambientale Strategica (VAS) nel Piano, che non prevede l'individuazione né di ambiti territoriali ove collocare la strutture commerciali né il numero o la tipologia delle stesse.

In relazione alla VAS, la strada percorsa è stata quella della esclusione dalla VAS.

Ciò in considerazione del quadro normativo, che introduce lo strumento di VAS a vari livelli nella pianificazione territoriale, all'interno della quale si collocano le proposte di localizzazione e di inserimento di progetti specifici di insediamenti commerciali.

In particolare, la L.R. 12/2005, per il settore commerciale, prevede che:

- > il Piano Territoriale Regionale (PTR) sia corredato da VAS;
- > il Piano Territoriale di Coordinamento provinciale (PTCP) sia corredato da VAS;
- > i Piani di Governo del Territorio (PGT), di cui fanno parte Il Documento di Piano, il Piano dei Servizi ed il Piano delle Regole sia corredato da VAS.

Lo svolgimento di una Valutazione Ambientale Strategica effettuato nell'ambito della specifica pianificazione territoriale (PTCP; PGT), va inoltre ad incrociarsi con una serie di specifiche indicazioni/prescrizioni di cui la normativa regionale sul commercio risulta corredata, e che forniscono ulteriori vincoli alla pianificazione/progettazione per raggiungere il risultato di una migliore sostenibilità ambientale:

- > nella L.R. 14/1999 indicazioni sulle prescrizioni di tipo ambientale nella pianificazione comunale;
- > Programma Triennale del Commercio (D.G.R. 8/5641 del 23 ottobre 2007), a livello di indirizzo, Allegato del Piano il "Rapporto ambientale", ai sensi della Direttiva 42/2001/CE, col quale si individuano indirizzi generali per lo sviluppo sostenibile del settore, con una descrizione delle tipologie ed entità di pressione cui è sottoposto l'ambiente, i rischi dello sviluppo e della inadeguata gestione delle strutture commerciali e delle loro esternalità. In esso si delinea come la filosofia che attraversa la disciplina dedicata al commercio sia quella dell' "IMPATTO ZERO";
- > D.C.R. n.VIII/352 del 13 marzo 2007 "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale ai sensi dell'art.3, comma 1, della L.R. 14/1999", si individuano a livello di indirizzo, gli strumenti di programmazione urbanistica per il settore commerciale, con riferimento alla L.R. 12/2005;
- > D.G.R. n.8/5258 del 2 agosto 2007 "Modalità applicative del Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008";
- > D.G.R. n.8/5913 del 21 novembre 2007 "Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale": definisce la responsabilità pianificatoria di livello comunale per quanto riguarda la tematica degli insediamenti commerciali, con uno specifico dettaglio all'applicazione dei criteri di sostenibilità ambientale degli insediamenti;
- > il PGT, configurati in tre distinti documenti (Documento di Piano, Piano dei Servizi, Piano delle Regole), si rapportano alle problematiche relative alla distribuzione commerciale con: costruzione quadro conoscitivo territorio comunale, nel quale deve essere evidenziata la criticità esistente del settore commerciale, la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale – esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o contenimento del settore commerciale, la determinazione delle politiche di settore, con attenzione al comparto della distribuzione commerciale nelle sue varie componenti tipologiche, l'evidenziazione di previsioni di carattere commerciale con ricadute su scala sovracomunale, la valutazione ambientale e paesaggistica delle strategie e azioni di piano (Documento di Piano); l'integrazione delle politiche commerciali con politiche di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature di interesse generale offerte alla popolazione locale, rendere coerenti le politiche commerciali con l'insieme delle azioni di riqualificazione dei tessuti urbani, con particolare attenzione alle azioni di recupero degli ambiti degradati, strumenti attuativi di pianificazione comunale e atti di programmazione negoziata con valenza territoriale, inserimento territoriale, paesistico e ambientale di dettaglio degli insediamenti, eventuale valutazione di impatto ambientale (Piano dei Servizi e Piano delle Regole).

### **Valutazione di Impatto Ambientale**

I principi comunitari, ripresi in sede nazionale dal D.Lgs.152/2006 e s.m.i., in particolare il D.Lgs. 4/2008, indicano come finalità della Valutazione di Impatto Ambientale (VIA) quella di proteggere la salute umana, contribuire a migliorare la qualità della vita, mantenere la funzionalità degli ecosistemi

valutando gli impatti sulle specie viventi e sulle componenti ambientali e antropiche, proponendo ove possibile mitigazioni o compensazioni degli impatti.

Gli insediamenti commerciali sottoposti a verifica di assoggettabilità a VIA, di competenza regionale, sono quelli di cui all'allegato IV, punto 7, lett.b) del D.Lgs. 4/2008.

Per insediamenti commerciali diversi da quelli ricadenti nella assoggettabilità a VIA, la compatibilità ambientale può essere ancora indirizzata e ottimizzata attraverso il "Piano della Regole" del PGT, che è lo strumento di promozione della qualità urbana e territoriale e, in particolare, rappresenta lo strumento attraverso cui si può assicurare l'integrazione tra le diverse componenti del tessuto edificato. È infatti all'interno del Piano delle regole che deve essere individuato un corretto dimensionamento e posizionamento delle attività commerciali in rapporto all'assetto urbano consolidato, dettagliando le caratteristiche degli insediamenti commerciali consentiti.

### **Valutazione di Incidenza**

Un aspetto chiave nella conservazione dei siti, previsto dalla Direttiva Habitat (Art. 6 Direttiva 92/42/CEE e art. 5 DPR 357/97, coerentemente con quanto espresso dalla Direttiva 79/409/CEE), è la procedura di valutazione di incidenza avente il compito di tutelare la Rete Natura 2000 dal degrado o comunque da perturbazioni esterne che potrebbero avere ripercussioni negative sui siti che la costituiscono. Sono sottoposti a valutazione di incidenza tutti i piani o progetti non direttamente connessi e necessari alla gestione dei siti di Rete Natura 2000 ma che possono avere incidenze significative su di essi (art. 6 comma 3 della Dir. 92/43/CEE). È importante sottolineare che sono sottoposti alla stessa procedura anche i progetti o i piani esterni ai siti ma la cui realizzazione può interferire su di essi.

Lo Studio di Incidenza, i cui riferimenti sono contenuti nell'allegato G del DPR 357/1997 e nell'allegato D della D.G.R.14106 dell'8/8/2003, deve contenere tutti gli elementi necessari per individuare e valutare i possibili impatti che l'opera ha sulle specie e sugli habitat per cui quel sito è stato designato, e qualora siano evidenziati impatti deve illustrare le misure mitigative o compensative che dovranno essere messe in atto per minimizzarli.

Grande importanza, nella valutazione, va posta oltre che agli impatti dell'esercizio dell'opera proposta, anche all'impatto della fase cantiere, che va accuratamente calendarizzata in funzione dei periodi di riproduzione, nidificazione, migrazione. Con la D.G.R. 7/14106 del 8/8/2003 viene affidato agli enti gestori dei parchi, delle riserve e dei monumenti naturali regionali la gestione dei Siti di Importanza Comunitaria (SIC) situati anche parzialmente all'interno di tali aree protette. Con D.G.R. 7/18453 del 30/07/2004 sono stati identificati anche gli enti gestori dei SIC esterni da aree protette e quelli delle Zone di Protezione Speciale (ZPS) identificate con D.M. del 2000. A tali enti gestori spetta il compito di esprimersi sulla base di uno studio di incidenza predisposto dal proponente dell'intervento.

La provincia di Mantova è caratterizzata da un territorio prevalentemente pianeggiante ad eccezione della fascia interessata dalla presenza delle colline moreniche (localizzate a nord). Un altro aspetto fondamentale che contraddistingue la provincia di Mantova è la ricchezza d'acqua dei suoi territori, la provincia viene infatti attraversata da numerosi elementi del reticolo idrografico ed in particolare sono presenti elementi di primo livello quali il Fiume Po, il Fiume Mincio ed il Fiume Oglio.

Nella provincia di Mantova sono presenti numerosi siti appartenenti alla Rete Natura 2000. Essi si trovano generalmente in corrispondenza di questi elementi di pregio della provincia di Mantova; sono frequenti i siti localizzati in ambiti golenali, o in corrispondenza di paleovalvei in cui sono generalmente

riscontrabili habitat tipici delle zone umide con presenza di specie vegetali igrofile e boschi ripariali. Tra le specie faunistiche viene segnalata la presenza di numerose specie, soprattutto appartenenti all'avifauna, ritenute di interesse comunitario.

Nel corso della Valutazione di Incidenza sono stati presi in considerazione gli obiettivi di conservazione e tutela dei Siti Natura 2000 facendo riferimento ai Piani di gestione relativi, qualora presenti, ai Piani di Coordinamento Territoriale relativi al Parco del Mincio e al Parco Oglio Sud e alle prescrizioni normative contenute nella D.G.R. n. 6648/08 Nuova classificazione delle Zone di Protezione Speciale (ZPS) e individuazione di relativi divieti, obblighi e attività, in attuazione degli articoli 3, 4, 5 e 6 del d.m. 17 ottobre 2007, n. 184 "Criteri minimi uniformi per la definizione di misure di conservazione relative a Zone Speciali di Conservazione (ZSC) e a Zone di Protezione Speciale (ZPS)" e s.m.i., ovvero la D.G.R. n. 7884/08 "Misure di conservazione per la tutela delle ZPS lombarde ai sensi del D.M. 17 ottobre 2007, n. 184 – Integrazione alla D.G.R. n. 6648/2008".

Come già illustrato in dettaglio in precedenza, il Piano del Commercio pone particolare attenzione alle condizioni ambientali della provincia e compie una scelta dei propri obiettivi orientata verso uno sviluppo di tipo sostenibile.

Per quanto concerne la realizzazione di nuove medie strutture di vendita vengono indicate come priorità localizzative, ai sensi della D.G.R. 8/6024 del 05/12/2007, aree di scarso valore naturalistico, da usare in via prioritaria per evitare consumo di suolo pregiato e interferenze con siti di pregio.

In ogni caso, particolare attenzione dovrà essere posta alla realizzazione o all'ampliamento di strutture che possano provocare effetti negativi sui siti sensibili.

## **7.5) Compatibilità con il quadro infrastrutturale**

Fatte salve le previsioni delle Modalità Applicative regionali, si fa rinvio a quanto diffusamente indicato in Appendice.

## APPENDICE

### CRITERI PUNTUALI PER LE MODALITÀ DI COMPENSAZIONE E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI

Le indicazioni di parametri qualitativo-prestazionali riguardanti materiali, tecnologie, elementi costruttivi finalizzati ad assicurare la qualità degli interventi in rapporto all'efficienza energetica, alla riduzione dell'inquinamento, al risparmio di risorse naturali, possono individuare a titolo esemplificativo e non esaustivo alcuni criteri, che vengono elencati in correlazione con le componenti ambientali interessate.

#### A.1) per la componente acqua

Controllare l'inquinamento, migliorare la qualità dei corpi idrici superficiali e sotterranei, migliorare il funzionamento dei corpi idrici superficiali, tutelare le risorse e le riserve idriche, ridurre i consumi e gli sprechi:

- recupero al 100% delle acque meteoriche provenienti dal dilavamento dei tetti e predisposizione apposite reti di distribuzione per l'irrigazione delle aree verdi e per operazioni di pulizia e lavaggi stradali e altri usi non potabili;
- sistemi di ottimizzazione dell'uso di acqua in funzione della specifica destinazione della struttura (ristorazione, lavanderie, strutture sportive annesse ...) In particolare va incentivata nei nuovi edifici la realizzazione di impianti idrosanitari che consentano la riduzione dei consumi e il recupero e riutilizzo delle acque bianche e grigie, quali l'alimentazione delle cassette di scarico con acque grigie, cassette a flusso di scarico differenziato, ecc.;
- ridurre l'impermeabilizzazione delle superfici esterne allo stretto indispensabile (impermeabilizzazione limitata alle aree di carico scarico, anche in funzione delle tipologie di merci movimentate), con eventuali sistemi di raccolta di sversamenti accidentali ove necessario;
- devono essere analizzate l'entità e le caratteristiche dei consumi idrici e valutate le opportunità di risparmio, di riciclo, di riuso in uscita per usi irrigui, lavaggi, ecc., nonché le eventuali opportunità di realizzazione di reti idriche dedicate, alimentate con acque grezze e/o depurate per gli usi diversi da quelli civili;
- si dovranno altresì verificare, in accordo con gli Enti e le Aziende idrauliche, le possibili fonti alternative alla rete acquedottistica e alle acque sotterranee, per l'approvvigionamento idrico in grado di soddisfare gli usi meno esigenti, attraverso l'impiego preferenziale delle acque di superficie e di riciclo.



## **A.2) per la componente aria**

Mantenere/migliorare la qualità dell'aria locale, ridurre le emissioni di inquinanti atmosferici. Realizzare ove possibile superfici a verde con fini mitigativi/compensativi.

## **A.3) per la componente rifiuti**

Ridurre la produzione di rifiuti, aumentare il riciclaggio;

- adozione di accordi territoriali per la riduzione di rifiuti (riutilizzo pallets, vendita prodotti "alla spina");
- promozione di prodotti con imballaggi meno impattanti;
- promozione di campagne di educazione del consumatore;
- promozione di sistemi di recupero degli imballaggi finalizzati ad un riutilizzo;
- messa a disposizione di piccole superfici per Associazioni no-profit per ospitare iniziative di scambio/recupero di beni riciclabili (es. cassonetti "trasparenti", della campagna "Rifiuto con affetto" promossa da IUAV).

## **A.4) per la componente suolo, sottosuolo e territorio**

Tutelare la fertilità dei suoli, preservare i suoli da processi erosivi e da contaminazioni, garantire la stabilità, non alterare la permeabilità superficiale del bacino o sottobacino limitando l'impermeabilizzazione nelle aree vulnerabili; limitare il consumo di inerti da cava:

- ridurre il più possibile il consumo di suolo, preferendo soluzioni architettoniche che sfruttino al massimo l'altezza degli edifici, compatibilmente con l'impatto visivo e paesaggistico;
- limitare il più possibile i parcheggi a raso, orientandosi verso proposte integrate che recuperino parte dei posti auto sulle coperture o interrati;
- nel rispetto di quanto previsto dalla norma, riutilizzare ove possibile inerti da riciclo in luogo di materiale pregiato di cava.

## **A.5) per la componente rumore**

Ridurre l'esposizione ad alti livelli acustici della popolazione:

- nei nuovi insediamenti, oltre al rispetto dei valori limite, si deve tendere a garantire il rispetto di valori di qualità definiti con provvedimenti di livello nazionale;
- per perseguire obiettivi di qualità in materia di clima acustico deve essere assicurata la coerenza fra le previsioni degli strumenti urbanistici e la classificazione acustica del territorio. In particolare, con riferimento alle relazioni fra gli insediamenti e le infrastrutture per la mobilità, deve essere perseguita la coerenza fra le destinazioni d'uso previste in ciascun insediamento, la classificazione acustica attribuita, e le funzioni assegnate e il livello d'uso di ciascuna infrastruttura che interferisca con l'insediamento stesso. Al fine di verificare e mantenere nel

tempo tale coerenza, alle variazioni degli strumenti urbanistici devono essere strettamente correlate, ove necessarie, le corrispondenti e coerenti variazioni della classificazione acustica e degli strumenti di regolamentazione della circolazione. La pianificazione attuativa di nuovi insediamenti urbani, sia mediante urbanizzazione di nuove aree sia mediante interventi di trasformazione urbana di aree a precedente diversa destinazione, deve essere accompagnata da una documentazione previsionale del clima acustico che garantisca la compatibilità acustica dell'insediamento con il contesto, tenendo conto anche delle infrastrutture per la mobilità interne o esterne al comparto attuativo, esistenti o di cui sia stato approvato almeno il progetto preliminare, o di cui sia prevista la progettazione e realizzazione contestualmente al comparto stesso. Nella realizzazione di tali insediamenti, sono poste a carico dei soggetti attuatori tutte le opere e misure di mitigazione necessarie per rispettare la normativa; tali opere sono da prevedersi nel piano attuativo del comparto nel quadro delle opere di urbanizzazione primaria. Nella progettazione degli insediamenti si dovrà perseguire il raggiungimento del clima acustico idoneo principalmente attraverso una corretta organizzazione dell'insediamento e localizzazione degli usi e degli edifici, gli interventi di mitigazione, quali ad esempio i terrapieni integrati da impianti vegetali o le eventuali barriere, dovranno in ogni caso essere adeguatamente progettati dal punto di vista dell'inserimento architettonico-paesaggistico e realizzati prima dell'utilizzazione degli insediamenti.

## **A.6) per la componente trasporti e mobilità**

Ridurre i flussi di traffico privato circolante:

- prevedere collegamenti adeguati mediante trasporto pubblico
- realizzare percorsi di accesso ciclopedonali collegati almeno con i centri abitati limitrofi.

## **A.7) per la componente energia**

Ridurre le emissioni climalteranti, minimizzare l'uso di fonti fossili, ridurre i consumi di risorse non rinnovabili, conservare e valorizzare il potenziale rinnovabile:

- la progettazione dovrà tendere a recuperare in forma "passiva" la maggior parte dell'energia necessaria a garantire le migliori prestazioni per i diversi usi finali (riscaldamento, raffrescamento, illuminazione ecc.) privilegiando prioritariamente l'attenta integrazione tra sito ed involucro e, in seconda fase, compiere le scelte di carattere tecnologico - impiantistico. A tale scopo nei nuovi insediamenti, prima della fase di definizione della disposizione delle strade e degli edifici, va redatta una relazione descrittiva del sito contenente: caratteristiche fisiche del sito, come pendenze, vie di scorrimento dell'acqua, percorso del sole nelle diverse stagioni, ecc.; contesto del sito: edifici e strutture adiacenti, relazione dell'area con strade esistenti, altre caratteristiche rilevanti (viste sul panorama circostante, orientamento dell'appezzamento...); le ombre prodotte dalle strutture esistenti sul sito o adiacenti; gli alberi sul sito o adiacenti, identificandone la posizione, la specie, le dimensioni e le condizioni; direzione, intensità, stagionalità dei venti

prevalenti;

- sulla base dell'analisi precedente, il lay-out delle strade, dei lotti da edificare e dei singoli edifici dovrà tendere a: garantire un accesso ottimale alla radiazione solare per tutti gli edifici, in modo che la massima quantità di luce naturale risulti disponibile anche nella peggiore giornata invernale (21 dicembre); consentire che le facciate ovest degli edifici possano essere parzialmente schermate da altri edifici o strutture adiacenti per limitare l'eccessivo apporto di radiazione termica estiva, se ciò lascia disponibile sufficiente luce naturale; garantire accesso al sole per tutto il giorno per tutti gli impianti solari realizzati o progettati o probabili (tetti di piscine, impianti sportivi, strutture sanitarie o altre con elevati consumi di acqua calda sanitaria); trarre vantaggio dai venti prevalenti per strategie di ventilazione/raffrescamento naturale degli edifici e delle aree di soggiorno esterne (piazze, giardini...); predisporre adeguate schermature di edifici ed aree di soggiorno esterne dai venti prevalenti invernali;
- per il riscaldamento, andrà privilegiato il ricorso ad impianti centralizzati, con contabilizzazione individuale del calore, a servizio di singoli edifici o di più edifici (piccole reti di teleriscaldamento). In particolare si dovrà valutare la possibilità di realizzare un'unica rete di riscaldamento;
- nelle aree per le quale è previsto un piano di sviluppo di una rete di teleriscaldamento, si dovranno prevedere tutti gli impianti necessari per il collegamento alla rete stessa (scambiatori di calore, distribuzione e contabilizzazione individuale del calore);
- sarà necessario favorire il risparmio energetico garantendo la climatizzazione estiva in modo naturale, sfruttando il corretto orientamento dell'organismo edilizio (edificio), la posizione e le caratteristiche delle finestre e la progettazione di opportuni elementi ombreggianti architettonici, di finitura o naturali;
- sarà necessario favorire il risparmio energetico mediante la valorizzazione dell'apporto solare sulle superfici finestrate, sfruttando l'orientamento dell'edificio e delle finestre, le caratteristiche delle finestre e la possibilità di modificare, in inverno, la posizione delle schermature ombreggianti;
- VENTILAZIONE NATURALE ESTIVA. I consumi energetici per la climatizzazione estiva devono essere ridotti grazie allo sfruttamento della ventilazione naturale, al preraffrescamento dell'aria immessa negli spazi di vita dell'organismo edilizio, all'uso di sistemi di ventilazione naturale forzata (camini di ventilazione che captano aria preraffrescata, ad es. nei locali interrati).
- PROTEZIONE DAI VENTI INVERNALI. Il risparmio energetico per la climatizzazione invernale si realizza anche attraverso la protezione (con elementi architettonici o vegetazionali esterni) delle pareti dell'organismo edilizio più esposte ai venti invernali.
- RISPARMIO ENERGETICO NEL PERIODO INVERNALE. E' necessario concepire la realizzazione degli edifici in modo tale da ridurre il consumo energetico necessario alla climatizzazione invernale (con conseguente riduzione di emissioni di CO2 in atmosfera) riducendo la dispersione termica dell'involucro edilizio, aumentando l'inerzia termica ed inoltre incentivando un maggior rendimento globale dell'impianto termico e gli apporti energetici gratuiti (serre, vetrate opportunamente esposte, ecc.).

- USO DELL'INERZIA TERMICA PER LA CLIMATIZZAZIONE ESTIVA. Le oscillazioni di temperatura dell'aria all'interno dell'organismo edilizio devono essere limitate sfruttando la massa superficiale delle pareti che delimitano ciascuno spazio.
- USO DELL'APPORTO ENERGETICO SOLARE PER IL RISCALDAMENTO DELL'ACQUA. L'apporto energetico solare per il riscaldamento dell'acqua dovrà essere almeno il 50% del fabbisogno, e dovrà essere realizzato mediante: - la progettazione di impianti idrici per usi sanitari che utilizzino, per il riscaldamento dell'acqua nel periodo estivo, esclusivamente l'energia ottenuta da pannelli solari; - l'integrazione tra l'impianto a pannelli solari e l'impianto termico per ottenere un ulteriore risparmio nel periodo di riscaldamento invernale. I pannelli dovranno essere preferibilmente adagiati sulle falde del tetto e disposti in modo ordinato e compatto. Il serbatoio ad essi collegato dovrà essere preferibilmente posizionato al di sotto delle falde del tetto.
- COGENERAZIONE. Nel caso di ristrutturazione di edifici o di progetti di nuovi impianti con potenzialità calcolata pari o superiore ad 1MW termico per riscaldamento ambienti va considerata la possibilità di realizzare impianti di cogenerazione. La mancata realizzazione di tale tipo di impianto deve essere motivata con apposita relazione tecnica che comprenda le tipologie impiantistiche considerate e gli eventuali impedimenti tecnici.
- CERTIFICAZIONE ENERGETICA DEGLI EDIFICI. Si raccomanda l'adozione di procedure concernenti la certificazione energetica quale strumento per l'incentivazione di azioni di risparmio energetico. Andrà perlomeno effettuata la fase di diagnosi energetica ai sensi delle disposizioni regionali.

### **A.8) per la componente elettromagnetismo**

Minimizzare l'esposizione della popolazione ai campi elettromagnetici.

### **A.9) per la componente ambiente naturale ed ecosistemi**

Promuovere il riequilibrio ecologico dell'ambiente urbano, conservare l'estensione e la varietà di ambienti naturali, tutelare le specie rare e vulnerabili, tutelare/migliorare la biodiversità, aumentare la dotazione di verde urbano, favorire la ricostituzione nell'ambito urbano e periurbano di un miglior habitat naturale e la costituzione di reti ecologiche di connessione, mantenere o creare spazi aperti all'interno del territorio urbano e perturbano:

- il 10% della superficie complessiva dell'insediamento dovrà essere corredato a verde, con funzioni di compensazione. La superficie indicata dovrà essere boscata con le maggiori caratteristiche possibili di naturalità, compatibilmente con l'assetto architettonico previsto per l'opera e in coerenza con i principi generali espressi dalla pianificazione territoriale (in particolare, il Piano di Indirizzo Forestale della Provincia).
- dovrà essere il più possibile ridotto l'effetto di interruzione ecologica rappresentato

dall'insediamento, attraverso la realizzazione di passaggi per le specie più vulnerabili presenti nell'area o nel suo intorno;

- Dovrà dove possibile essere realizzata una zona umida con la creazione di micro- habitat per specie gravitanti nell'area o nel suo intorno.

### **A.10) per la componente sicurezza, comfort e salubrità**

Tutelare e migliorare la situazione sanitaria e di sicurezza dei cittadini, conservare il patrimonio culturale, migliorare la qualità dell'ambiente percepita in termini di luce e suono, garantire e mantenere appropriati spazi edificati residenziali, sociali e commerciali in localizzazioni adeguate ed accessibili.

## **PARAMETRI DI RIFERIMENTO DELLO STUDIO DI IMPATTO RELATIVI AGLI ASPETTI DELLA VIABILITÀ E DEL TRAFFICO**

### **A) Premessa**

La Regione Lombardia, nell'allegato 1, punto 5 delle "Modalità applicative del programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008" approvato con D.G.R. n. 5054/07 e modificato con D.G.R. n. 5258/08, prescrive una metodologia per la determinazione dell'indotto veicolare e per la valutazione della compatibilità con la rete viaria.

La Provincia di Mantova intende fare propria la sopraccitata metodologia della Regione Lombardia di verifica, analisi e valutazione degli impatti generati sulla rete viaria a seguito dall'apertura o ampliamento di grandi strutture di vendita, precisando però quanto segue.

Al punto 5.4 della sopraccitata metodologia si dice che il promotore può, con opportuna e documentata motivazione, indicare la quota di traffico attratto-generato da considerarsi realmente aggiuntiva sulla rete in sostituzione dei parametri desunti dalle tabelle.

Si precisa che nel caso di grande struttura di vendita si deve considerare il flusso di traffico da essa attratto-generato interamente confluyente nella rete stradale provinciale in quanto è altamente probabile che la clientela di tale struttura la raggiunga utilizzando un autoveicolo.

E' opportuno che chi intende farsi promotore di una grande struttura di vendita esegua uno studio preliminare dell'impatto della medesima sulla rete stradale provinciale prevedendone la localizzazione in uno o più siti individuati nell'ambito del territorio provinciale.

Tale studio preliminare deve essere presentato e approvato dall'Amministrazione provinciale prima di procedere con la progettazione dell'eventuale struttura di vendita.

Si istituisce pertanto una procedura che eviti al proponente di sostenere i costi di progettazione di una nuova struttura di vendita qualora siano prevedibili impatti sulla rete non risolvibili e che possono essere motivo di negazione delle autorizzazioni necessarie.

Lo studio preliminare dovrà eseguito con le stesse modalità indicate in seguito adottando il traffico

indotto calcolato sulla base di una superficie di vendita stimata sulla base dei piani urbanistici vigenti. I piani urbanistici di norma consentono di valutare il volume edificabile. Dividendo tale volume per un'altezza media normalmente adottata nella realizzazione di grandi strutture si riesce a stimare la superficie coperta. Tramite il confronto con una serie di strutture analoghe è possibile determinare in proporzione la porzione di superficie coperta destinata a vendita. Sempre tramite confronto è possibile suddividere la superficie commerciale totale in superficie commerciale alimentare e non alimentare. Di conseguenza è possibile stimare in prima approssimazione il traffico indotto dall'eventuale futura grande struttura di vendita.

Se la struttura prevista è ubicata in un comparto in cui è già stata definita la destinazione commerciale, produttivo o direzionale è possibile stimare in prima approssimazione, sulla base degli indici urbanistici, i flussi di traffico indotti.

Pertanto è necessario che nello studio preliminare siano considerati, in prima approssimazione, anche i flussi generati dal comparto considerato interamente edificato secondo le previsioni urbanistiche.

Quindi, in una seconda fase, il promotore, una volta individuata l'ubicazione della nuova grande struttura di vendita che intende realizzare, procederà con la redazione del progetto della stessa e presenterà lo studio di impatto sulla viabilità provinciale sulla base dei flussi indotti calcolati sulla base della superficie di vendita prevista dal progetto.

Ovviamente i valori dei flussi di traffico indotti determinati sulla base del progetto dovranno paragonabili ai valori dei flussi di traffico determinati nello studio preliminare.

Nel paragrafo seguente si descrive un modello di calcolo del flusso indotto sulla rete stradale sulla base delle superfici di parcheggio annesse alla struttura di vendita il quale risulta un utile strumento di verifica e di conferma del metodo regionale oltre a costituire una controprova del dimensionamento dei sopraccitati parcheggi.

Il modello può costituire utile supporto alla decisione sia per il soggetto proponente, sia per le Amministrazioni chiamate per legge a decidere in seno alla conferenza dei servizi in merito alla richiesta di autorizzazione.

Per tali ragioni il modello trova collocazione in appendice al Piano, non costituendone base fondante. Il metodo è comunque applicabile sia in caso di istanza per nuova apertura di GSV, sia in caso di ampliamento: in entrambi i casi è possibile la verifica dei probabili impatti, nonché la controprova circa il dimensionamento degli spazi di sosta.

### **A.1) Modello per la verifica dell'impatto sulla rete stradale sulla base delle superfici di parcheggio annesse alla nuova struttura di vendita**

Ai fini della valutazione dell'impatto può essere utile verificare, attraverso la sequenza proposta, i flussi veicolari aggiuntivi indotti dall'apertura di una grande struttura di vendita, che dovranno sommarsi al traffico veicolare che già oggi esiste sulla nostra rete stradale.

Uno degli elementi di base per la stima del traffico indotto dalle grandi strutture di vendita è la quantificazione degli spazi destinati a parcheggio.

Il numero dei posti-auto (P) costituisce infatti un limite fisico per la determinazione del traffico che può essere generato dall'insediamento commerciale. È infatti ragionevole ipotizzare che, in prima

approssimazione, ciascun punto vendita non possa attrarre più vetture di quante non possano essere parcheggiate.

È inoltre opportuno valutare, in relazione alla dimensione del punto vendita, alla gamma merceologica offerta, alle opportunità extracommerciali presenti, il tempo medio di occupazione degli stalli, ovvero il periodo medio di sosta (T).

In via di prima approssimazione e fatta comunque salva la possibilità di verifica, a fronte di ulteriori specifici studi, appare corretto assegnare quale periodo medio di sosta per grandi strutture di vendita organizzate in esercizio singolo il tempo di un'ora.

Viceversa, per punti vendita strutturati in centro commerciale, quindi con offerta merceologica alimentare ed extralimentare, o con presenza di ipermercato e galleria, o comunque con ampia offerta commerciale e paracommerciale il tempo di sosta sale fino ad un'ora e mezza. Due ore e mezza è indicativamente il tempo medio di sosta in caso di presenza di sala cinematografica o multisala.

Per tipologie di vendita di grandi dimensioni, denominate "Factory outlet" il periodo medio di sosta può essere individuato in circa tre ore ed oltre.

La quantificazione del parametro "periodo medio di sosta (T)", che tiene ragionevolmente conto della gamma merceologica offerta (alimentare, extralimentare, paracommerciale) e dei periodi di massimo afflusso (fascia oraria di punta giornaliera e settimanale, periodi stagionali di particolare richiamo -vendite di fine stagione, periodo natalizio ecc.-) è stata ottenuta sulla base di appositi studi statistici, e verificata attraverso la specifica letteratura di settore.

Con riferimento all'intero insediamento:

$$F_{I/O} = P / T$$

con:

⇒  $F_{I/O}$ : flussi orari massimi in ingresso ed in uscita per direzione di marcia.

⇒  $P$ : numero dei posti-auto

⇒  $T$ : periodo medio di sosta (statisticamente ore 1-1 ½).

La determinazione del numero dei posti-auto e del periodo medio di sosta è indispensabile per la stima dei flussi orari massimi in ingresso ed in uscita ( $F_{I/O}$ ) dalla grande struttura di vendita, stimato per direzione di marcia.

Infatti, lo stesso flusso veicolare in ingresso ed uscita, che deriva dalla somma dei flussi che volgono a destra ed a sinistra di ciascuna strada che accede o si diparte dal punto vendita, costituisce un flusso aggiuntivo che graverà sul sistema stradale:

$$F_{I/O_n} = \sum_n F_{Sd} + F_{Ss}$$

con:

⇒  $F_{I/O_n}$ : flusso stradale aggiuntivo per tratta stradale interessata

⇒  $\sum_n$ : somma dei flussi di ciascun tratto ennesimo di strada d'accesso

⇒  $F_{Sd}$ : flusso stradale orario massimo in ingresso ed in uscita a destra

⇒  $F_{Ss}$ : flusso stradale orario massimo in ingresso ed in uscita a sinistra.

Per la quantificazione dei flussi stradali aggiuntivi, per direzione di marcia, è utile strumento la disponibilità di una matrice Origine-Destinazione, riferibile almeno alle principali relazioni o tratti stradali interessati. In assenza (o per le relazioni secondarie) è plausibile ripartire il traffico proporzionalmente al traffico orario ricorrente.

Il dato dei flussi I/O, ovvero delle quote di traffico aggiuntivo, ripartito per direzione di marcia, dovrà essere sommato al traffico effettivo delle tratte stradali interessate ( $F_{En}$ ), tenendo conto di un indice di incremento fisiologico del traffico ordinario di circa un 2,5% annuo, per ottenere un dato di stima del traffico complessivo a regime ( $F_{Rn}$ ).

$$F_{Rn} = F_{En} (1 + 0,025 \times a) + F_{I/O n}$$

con:

⇒  $F_{Rn}$ : traffico complessivo a regime per il tratto ennesimo di strada

⇒  $F_{En}$ : traffico effettivo del tratto stradale ennesimo interessato

⇒ 2,5%: indice di incremento fisiologico annuo del traffico ordinario

⇒  $a$ : numero di anni considerati

Il dato dei flussi orari per tratto stradale e per senso di marcia, stimati a regime, dovrà essere posto in relazione con il valore del flusso veicolare ammesso per tratto stradale e per direzione di marcia ( $F_{An}$ ), che complessivamente rappresenta la capacità della rete stradale circostante.

$$F_{Rn} < F_{An}$$

Il valore di capacità degli archi stradali interessati può essere definito partendo dal valore di capacità attribuibile ai rispettivi nodi.

Il livello di utilizzo massimo delle sezioni stradali interessate può quindi essere correlato alla capacità delle relative intersezioni: l'intersezione avente il minore valore di capacità determinerà complessivamente il valore di capacità dell'arteria nel senso di marcia in esame.

La letteratura propone diversi metodi di calcolo per la valutazione della capacità delle intersezioni (siano esse libere, semaforizzate o con rotatoria) ed ad essi si fa rimando.

In alternativa, è possibile valutare la misura della prestazione della strada nello smaltire il traffico, attraverso la tecnica della stima il livello di servizio delle tratte stradali.

Tale tecnica si fonda sostanzialmente sulla valutazione di elementi strutturali e geometrici (quantitativi e qualitativi) della piattaforma stradale nei tratti interessati.

In base a tale metodo, il livello di utilizzo delle sezioni stradali interessate, dovrà indicativamente essere inferiore all'80% del flusso di saturazione teorico, calcolato in termini di veicoli per senso di marcia, come da norme tecniche CNR – Bollettino n. 91/83, secondo il seguente schema:

tab. A.1

LARGHEZZA CARREGGIATA	N° MAX VEICOLI/ORA
< m 7,00	960
≥ m 7,00	1200
Carreggiate indipendenti	2400



Le caratteristiche strutturali, la geometria, il livello di sicurezza delle strade possono costituire quindi ulteriori elementi di valutazione che influiscono sulla stima dei volumi di traffico sostenibili.

Ove possibile, per tutte le analisi di inquadramento di larga scala dovranno essere utilizzati sia la matrice O/D regionale sia il grafo regionale di rete.

Per la determinazione del traffico effettivo, se non si disponesse di dati ufficiali, sarà indispensabile procedere alla rilevazione diretta. In ogni caso, anche i dati ufficiali dovranno essere aggiornati con l'indice di incremento fisiologico del traffico ordinario (2,5% annuo).

La quantità di traffico generato può quindi essere messa in relazione alle emissioni in ambiente.

## **A.2) Definizione dello stato di fatto**

Gli studi di impatto territoriale ed ambientale, per gli aspetti di viabilità e traffico, ove facciano riferimento al presente schema di calcolo, dovranno essere redatti secondo le indicazioni di seguito riportate.

### **A.2.1) Inquadramento territoriale**

- a) *Localizzazione*: articolazione territoriale, circondario, Comune; indicazione di riferimenti georeferenziali;
- b) *definizione dell'ambito di localizzazione della struttura*: centro storico, area urbana, peri-urbana, sub-urbana, extra-urbana; verifica adeguamento PRG;
- c) *individuazione del bacino di utenza della struttura*, con riferimento ai principali centri insediativi interessati o comunque gravitanti, dimensione demografica degli stessi, popolazione complessiva interessata (minima - massima); eventuale sovrapposizione o conflittualità con altre realtà commerciali in essere.

### **A.2.2) Sistema dei parcheggi**

- a) *Offerta di spazi di parcheggio*: verifica del livello di servizio del sistema dei parcheggi. Dovranno essere computati gli standard urbanistici, i parcheggi pubblici, quelli privati ad uso pubblico, convenzionati ecc., in essere o comunque consentiti dalla disciplina urbanistica in relazione alle diverse destinazioni e funzionalità. Possono essere prese in considerazione ulteriori opportunità di parcheggio, come i parcheggi fuori standard, le autorimesse pubbliche o d'uso pubblico, gli autosilos ecc., purché sia chiarito il livello di correlazione con il sito commerciale in esame;
- b) *domanda di spazi di parcheggio*: classificazione della necessità di parcheggio in relazione alle diverse destinazioni e funzionalità presenti ed ammesse: residenza, attività produttive, attività terziarie, svago e tempo libero ecc.;
- c) *interazione domanda-offerta parcheggi*: quantificazione dei bilanci in essere, con particolare riguardo ai deficit riscontrabili.

### **A.2.3) Sistema dei trasporti**

- a) *Offerta dei sistemi di trasporto*: quadro d'insieme in scala 1.25.000; planimetria isoscalare con lo strumento urbanistico generale (1:10.000 o 1:5.000) dell'area interessata dall'intervento, con rappresentazione della viabilità di avvicinamento e dei relativi nodi entro un raggio di almeno un Km; planimetria in scala 1:500 o 1:1.000 del lotto da insediare, con rappresentazione della viabilità di accesso; grafo del sistema trasportistico; capacità e frequenza durante il corso della giornata e della settimana, dell'eventuale sistema di trasporto collettivo che serve l'area e stima del possibile livello di soddisfacimento della richiesta generata dal punto vendita. Definizione del livello di servizio del sistema viario interessato dall'insediamento commerciale;
- b) *domanda di trasporto*: ripartizione modale della domanda (trasporto individuale/collettivo); indicazione del TGM e dei flussi nelle ore di punta attuali ed in quelle determinate dall'insediamento/ampliamento della GSV; dati sulle O/D attuali alle intersezioni nelle ore di punta attuali e future nel caso di ampliamento di GSV pre-esistente;
- c) *interazione domanda-offerta trasporti*: assegnazione della domanda (nell'ora di punta attuale e futura) al grafo di rete e sua rappresentazione flussogrammatica; modellizzazioni effettuate con l'ausilio degli opportuni algoritmi di calcolo, del sistema di gestione dei flussi nelle intersezioni più critiche.

Per l'analisi della domanda è possibile riferirsi a rilevazioni storiche relative al massimo al quinto anno antecedente lo studio (previo aggiornamento + 2,5% annuo) dando la preferenza a rilevazioni eseguite a cura dell'Amministrazione Provinciale.

Qualora non siano disponibili dati relativi a tratte o intersezioni comprese nella porzione di rete considerata è necessario eseguire rilievi integrativi ad hoc. I risultati desunti dai suddetti rilievi dovranno risultare congruenti alle rilevazioni eseguite dall'Amministrazione Provinciale.

## **A.3) Definizione del quadro futuro**

(descrizione dei futuri sistemi dell'offerta e della domanda)

### **A.3.1) Sistema dei parcheggi**

- a) *Offerta di spazi di parcheggio*: rappresentazione planimetrica in scala opportuna dell'immobile commerciale, del sistema degli accessi al comparto commerciale; rappresentazione della viabilità interna al comparto, con obbligo di distinzione dei percorsi tra clienti ed approvvigionamenti per punti vendita del settore alimentare; verifica degli standard minimi di parcheggio. Quantificazione ed indicazione planimetrica dei posti-auto;
- b) *domanda di spazi a parcheggio*: valutazione degli eventuali deficit di parcheggio in atto; quantificazione degli standard per le attività commerciali, nonché di quelli richiesti da ciascuna funzionalità ammessa nel comparto interessato (uffici, residenza, tempo libero, intrattenimento, ecc.);
- c) *interazione domanda-offerta*: valutazione dei bilanci in essere e verifica degli elaborati progettuali. Quantificazione del traffico indotto, tenendo conto del tempo medio di ricambio all'interno del

parcheggio (ad esempio: numero scontrini/ore di apertura, con valutazione dei picchi nelle ore di punta rilevabili in complessi di analoga estensione ed offerta merceologica). In assenza di dati di maggior definizione si può assumere una durata media di spesa pari ad un'ora.

### **A.3.2) Sistema dei trasporti**

- a) *Offerta dei sistemi di trasporto*: planimetria in scala opportuna degli interventi infrastrutturali previsti; grafo del sistema trasportistico; capacità e frequenza, durante il corso della giornata e della settimana, dell'eventuale sistema di trasporto collettivo che serve l'area (in ragione del possibile livello di soddisfacimento della richiesta generata dal punto vendita) rappresentazione planimetrica in scala opportuna dell'edificio commerciale, del sistema degli accessi al comparto commerciale e della viabilità interna alla struttura di vendita;
- b) *domanda dei sistemi di trasporto*: ripartizione modale prevista dalla domanda (trasporto individuale e collettivo): stima dei flussi nelle future ore di punta e loro rappresentazione flussogrammatica; stima delle O/D alle intersezioni nelle future ore di punta;
- c) *intersezione domanda-offerta*: assegnazione alla domanda (in quella che potrebbe essere la futura ora di punta) al grafo della rete e sua rappresentazione flussogrammatica; modellizzazioni effettuate con l'ausilio degli opportuni algoritmi di calcolo, del sistema di gestione dei flussi nelle intersezioni più critiche;

Le informazioni sulla domanda futura si basano su ipotesi di crescita del flusso attuale e su opportune stime del livello di attrazione-generazione dell'insediamento commerciale.

Il flusso indotto dovrà essere valutato sulla base:

- della metodologia indicata dalla Regione Lombardia nell'allegato 1 , punto 5 delle "Modalità applicative del programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008" approvato con D.G.R. n. 5054/07 e modificato con D.G. R. n. 5258/08;
- dal modello di stima dei flussi legato alla frequenza della sosta riportato nello specifico paragrafo precedente adottando un valore medio di occupazione di ciascun stallo di sosta da parte di ciascun utente pari a 60-90 minuti primi.

Quindi dovrà essere eseguita la ripartizione del flusso sopraccitato sulla rete viaria provinciale sulla base dei modelli di attrazione più recenti e sperimentati disponibili in letteratura e relativi a insediamenti similari (analoga estensione ed offerta merceologica) i quali devono comunque essere coerenti con il dato relativo al fatturato previsto per l'insediamento commerciale in oggetto (considerato un valore tipico dello scontrino medio emesso).

Il modello di ripartizione sopraccitato dovrà tener conto:

- della popolazione dei centri abitati compresi nell'area di attrazione ipotizzate concentrate nel centro di ciascun centro abitato;
- della popolazione delle aree agricole comprese nell'area di attrazione da intendere concentrata e aggiuntiva alla popolazione dei centri abitati;
- della popolazione dei quartieri del centro abitato in cui è ubicata la nuova struttura e dei centri abitati contigui, nel caso in cui i suddetti centri abitati siano di grandi dimensioni (popolazione maggiore a 5000 abitanti).

Se la struttura prevista è ubicata in un comparto in cui è già stata definita la destinazione commerciale, produttiva o direzionale è necessario aggiungere i flussi futuri, stimati in prima approssimazione sulla base degli indici urbanistici, relativi alla parte che deve essere ancora edificata.

#### **A.4) Elaborazioni richieste**

- a) Rappresentazione della tratta o delle tratte stradali interessate dall'intervento per un raggio di almeno 1.000 metri rispetto ai punti di ingresso e uscita dell'area da insediare, con indicazione degli incroci ed intersezioni più prossimi, e degli eventuali svincoli di autostrade e/o superstrade;
- b) descrizione della geometria della tratta o delle tratte stradali interessate dalla struttura:
  - larghezza di ciascuna carreggiata e corsia,
  - pendenze longitudinali per tratta,
  - tortuosità e condizioni di visibilità,
  - intersezioni, vincoli (puntuali, laterali) e singolarità;
- c) indagini e rappresentazione dei flussi di traffico diurno ante opera per fasce orarie (08.00-20.00) divise per intervalli di 15 minuti delle giornate di venerdì e sabato, con evidenziazione delle ore di punta mattinali e pomeridiane (statisticamente 11.00-12.00 e 17.00-18.00). I rilievi di traffico integrativi, relativi a quelle tratte e nodi della rete per cui non sono disponibili dati in forma aggiornata ed esaustiva presso l'Ente proprietario delle strade, dovranno essere effettuati sotto la direzione di tecnici abilitati e da questi sottoscritti. Le rilevazioni dovranno essere concordate con l'Ente proprietario delle strade.  
 I risultati dei rilievi integrativi dovranno essere conformi ai dati già disponibili. E' necessario comunque che parte dei dati di base per le successive elaborazioni, siano relativi a rilevazioni effettuate dall'Amministrazione provinciale. Pertanto il promotore dovrà informare per tempo la medesima Amministrazione provinciale, dell'intenzione di procedere alla progettazione della nuova struttura in modo che la stessa possa organizzare eventuali rilievi a integrazione dei dati già disponibili.
- d) dimostrazione di ammissibilità degli accessi sulla viabilità principale (direttamente o tramite viabilità secondaria o di servizio), in relazione alla capacità teorica di questa, dei livelli di congestione esistenti e dei margini di capacità residua;
- e) studi, analisi ed idonea rappresentazione dell'impatto sulla circolazione in funzione delle soluzioni adottate e delle prevedibili frequenze di rotazione della sosta, eseguiti – secondo i principi della teoria e tecnica della circolazione – con modelli di assegnazione, simulazione dei flussi, calcolo delle curve di deflusso e relativa previsione di livelli di servizio, tempi d'attesa e lunghezza delle eventuali code;
- f) studio che fornisca una previsione dei livelli di rumore e che confronti gli stessi con quanto previsto dai Piani di Zonizzazione Acustica comunale, e che consenta una stima delle quantità di polveri e di inquinanti prodotti, in relazione ai flussi di traffico di previsione;
- g) studio, analisi e verifica funzionale dettagliata dei nodi e delle intersezioni esistenti e previste verificati come al precedente punto
- h) Nel caso di intersezioni semaforizzate dovranno essere rappresentati ed ottimizzati i cicli e le fasi

- semaforiche, nonché formulate eventuali proposte di adeguamento dell'impianto;
- h) elenco e descrizione sommaria dei lavori e delle opere in corso o comunque previste, atte a migliorare la fruibilità delle tratte stradali interessate, con indicazione dei soggetti onerati, dello stato di progettazione, dei tempi di esecuzione. Dovranno essere evidenziati in particolare gli interventi nei quali il proponente l'iniziativa commerciale partecipa finanziariamente (mediante atto convenzionale o unilaterale d'obbligo);
- i) progettazione esecutiva dei lavori e delle opere sulla viabilità direttamente a carico del soggetto proponente l'iniziativa commerciale.

### A.5) Note operative

**Nei centri storici** l'organizzazione della circolazione - pur assicurando l'accessibilità delle strutture per il traffico specializzato - dovrà privilegiare la modalità pedonale e dei mezzi pubblici, contribuendo a possibili interventi di riqualificazione e sistemazione ambientale degli stessi Centri storici.

Per i comuni dotati di Piano urbano del traffico dovrà essere verificata la coerenza delle scelte progettuali con le direttive di Piano.

Il sistema dei parcheggi (ad esempio parcheggi di servizio, scambiatori ecc.) dovrà essere proporzionato con il livello di fruibilità veicolare della struttura commerciale.

**Nelle zone di completamento o di trasformazione urbana** sarà indispensabile compendiare le diverse esigenze di salvaguardia delle attività e delle funzioni consolidate e le necessità di rinnovo delle stesse; particolare attenzione dovrà essere posta al reperimento degli spazi di sosta e degli elementi di snodo tra le funzioni di viabilità e di sosta.

**Negli ambiti extraurbani, periurbani, suburbani**, esterni alle delimitazioni di centro abitato l'organizzazione della circolazione sulla rete viaria dovrà tenere conto dell'opportunità di diluire i flussi veicolari generati o attratti dalla struttura commerciale, evitandone l'immissione diretta sulla viabilità principale in situazioni di criticità.

Va pertanto verificata la disponibilità di:

- viabilità alternativa, secondaria o di servizio esistente o da realizzare;
- aree per la realizzazione di eventuali allargamenti necessari alla costruzione di corsie d'accumulo, incroci delivellati, roatorie.

E' altresì opportuna una verifica, presso gli Enti proprietari delle strade, al fine di definire tempi e costi in ordine alle previsioni di miglioramento o adeguamento della viabilità.

Qualora gli accessi non possano che essere posizionati direttamente sulla viabilità principale, per quanto possibile dovranno essere accorpati ad altri contigui preesistenti mediante controstrade, sempre con l'obbligo di adeguare le intersezioni.

Dette intersezioni vanno accuratamente studiate con idonei raccordi delivellati o idonee soluzioni alternative a raso, tali da garantire un adeguato livello di servizio.

In via di principio le immissioni sulla viabilità principale (strade di primaria importanza) dovranno avvenire mediante svincoli delivellati ove le condizioni del luogo lo consentano.

Le geometrie delle soluzioni adottate o proposte alle intersezioni vanno verificate con studi e modelli di simulazione della circolazione e circuitazione dei flussi veicolari previsti e concordati con l'Ente proprietario delle strade o territorialmente competente.

La stima dei flussi I/O dalle grandi strutture deve essere proporzionata alla frequenza della sosta, per tipologia di vendita ed in relazione all'offerta commerciale ed offerta integrata (media statistica per centri commerciali 60-90 minuti primi).



