

RELAZIONE DI ANALISI DI IMPATTO ECONOMICO DELLA GRANDE STRUTTURA DI VENDITA

*COMUNE DI ORBASSANO/RIVALTA
Soc. Bricoman Italia*

*Domanda di autorizzazione per ampliamento di grande struttura di vendita da tipologia distributiva G-SE2 di mq. 4061 a tipologia G-SE2 di 4500 mq
PRESENTATA AI SENSI DELL'ART 16 C.1 DCR N. 563-13414/99 smi*

La presente relazione istruttoria analizza i dati e le informazioni forniti dalla Società istante ai sensi dell'art.5, c.1, sub 11) della D.G.R. n. 100-13283 del 3.8.2004.

È redatta al fine di fornire ulteriori elementi di valutazione alla Giunta regionale per l'espressione del proprio parere previsto all'art.6, c. 2 ter della sopra menzionata deliberazione, in ordine alla produttività del sistema commerciale e alla concorrenza dell'ambito del bacino gravitazionale di Orbassano.

I dati assunti dalla relazione costituiscono inoltre base di informazioni ai fini dell'implementazione della banca dati dell'Osservatorio regionale del Commercio – Settore programmazione del Settore Terziario Commerciale –Direzione Commercio

La struttura che la società promotrice intende ampliare nel comune di Orbassano (TO) è una grande superficie extralimentare G-SE2 da 4.061 mq a mq. 4500 di superficie di vendita. Le dimensioni della G-SE2 non sono compatibili con quanto ammesso dalle tabelle di programmazione regionale per l'addensamento commerciale che ospita questa struttura.

È richiesta pertanto un'autorizzazione all'applicazione dell'art. 16 comma 1 ultima parte della citata delibera consiliare.

Il bacino di gravitazione

Il bacino gravitazionale considerato nella presente relazione è quello definito da un'isocrona di 20 minuti di percorrenza auto, in considerazione delle dimensioni della struttura G-SE2 oggetto di valutazione e della tipologia di prodotti che offre, non ad altissima frequenza di acquisto.

Il bacino di gravitazione del Comune di Orbassano comprende 26 comuni, per la stragrande maggioranza ricadenti nell'area di programmazione di Torino, di cui fa parte lo stesso comune di Orbassano

Tra questi comuni va segnalata la presenza di 6 comuni polo e due comuni subpolo, nei quali è vi è una significativa presenza di grandi strutture di vendita, sia ad offerta alimentare sia extralimentare.

COMUNE	Livello gerarchico del comune	Area programmazione
ORBASSANO	polo	Torino
TORINO	polo	Torino
NICHELINO	polo	Torino
MONCALIERI	polo	Torino
RIVOLI	polo	Torino
COLLEGNO	polo	Torino
BEINASCO	subpolo	Torino
GRUGLIASCO	subpolo	Torino
PIOSSASCO	intermedio	
SCALENGHE	intermedio	Pinerolo
AIRASCA	intermedio	
VOLVERA	intermedio	Torino
NONE	intermedio	Torino
CANDIOLO	intermedio	Torino
VINOVO	intermedio	Torino
LA LOGGIA	intermedio	Torino
SANGANO	intermedio	
BRUINO	intermedio	
RIVALTA DI TORINO	intermedio	Torino
PIOBESI TORINESE	minore	
VILLARBASSE	minore	Torino

L'analisi del bacino di gravitazione si basa principalmente sull'indicatore densità commerciale, ottenuto dal rapporto tra abitanti, in migliaia e superficie di vendita complessivamente disponibile.

È un indice particolarmente importante perché una più numerosa concentrazione di superfici di vendita si traduce per il consumatore in una maggiore possibilità di scelta, con la possibilità di valutare entro uno spazio fisico contenuto e con un impiego di tempo ridotto una quantità di articoli maggiore.

Quindi l'attrattività e l'importanza di un Addensamento o localizzazione commerciale è tanto maggiore quanto più grande è la superficie di vendita cumulata dalle varie strutture che ospita.

La popolazione residente nei comuni compresi nell'isocrona da 20' ammonta complessivamente a 1.331.280 unità, poco più del 57% della popolazione residente nella provincia di Torino (2.277.686 unità).

Il bacino di utenza potenziale è quindi molto grande.

INDICATORE	Popolazione residente	Famiglie
Fonte	Istat	Istat
Anno	2007	2007
Unità di misura	n°	n°
COMUNE/DATO		
ORBASSANO	22.082	9.067
TORINO	908.263	439.936
NICHELINO	48.864	19.852
MONCALIERI	56.944	25.249
RIVOLI	50.115	22.415
COLLEGNO	50.175	21.558
BEINASCO	18.095	7.680
GRUGLIASCO	37.873	15.845
PIOSSASCO	17.621	7.178
SCALENGHE	3.285	1.322
AIRASCA	3.787	1.437
VOLVERA	8.485	3.218
NONE	7.911	3.128
CANDIOLO	5.616	2.200
VINOVO	13.690	5.532
LA LOGGIA	7.461	2.960
SANGANO	3.796	1.491
BRUINO	8.389	3.205
RIVALTA DI TORINO	18.800	7.547
PIOBESI TORINESE	3.608	1.439
VILLARBASSE	3.167	1.293
Totale comuni compresi nei 20'	1.298.027	603.552

Gli indici di densità relativi a medie e grandi strutture di vendita nel bacino di gravitazione confrontati con gli indici regionali evidenziano che le densità per tutte le tipologie

distributive sono inferiori al dato medio regionale. Vi è quindi un gap tra medie, grandi strutture e centri commerciali presenti nel bacino di Orbassano e il dato medio regionale.

	densità medie strutture	densità grandi strutture	densità centri commerciali
Bacino di gravitazione Orbassano	468,17	79,36	167,68
Regione Piemonte	526,17	93,42	198,18

Fonte: Osservatorio regionale del Commercio, Anno 2008

Questa minore dotazione di medie e grandi strutture è confermata da un'analisi focalizzata sul settore merceologico non alimentare. Infatti gli indici di densità relativi alle medie e grandi strutture non alimentari comprese quelle inserite in centri commerciali conferma la minor dotazione di medie e grandi strutture commerciali ad offerta non alimentare nel bacino di gravitazione di Orbassano rispetto al dato medio regionale.

Settore non alimentare	densità medie strutture	densità grandi strutture
Bacino di gravitazione Orbassano	330,68	68,50
Regione Piemonte	400,99	84,05

Fonte: Osservatorio regionale del Commercio, Anno 2008

Questi indici nel loro insieme evidenziano una situazione dove vi sono ancora spazi di mercato, anche in considerazione del fatto che quest'area è una delle più popolate del Piemonte. Vi si concentra infatti, come evidenziato in precedenza, oltre la metà della popolazione della provincia di Torino e circa un quarto della popolazione dell'intera regione.

I confronti internazionali

In ottemperanza a quanto richiesto dalla normativa regionale, la società promotrice, ha effettuato alcuni confronti con località simili di altre nazioni dell'Unione Europea.

Sono state prese in considerazione 4 aree commerciali:

- Francia - Dipartimento (31) – Haute Garonne, parz. Dip. (82) Tarn-et-Garonne Comune Fenouillet, collocato a nord di Tolosa (comune capoluogo); sede del punto vendita Bricoman;
- Germania – Baviera – Distretto Governativo: Alta Baviera – Comune Dachau, comune capoluogo Bayern - Baviera
- Spagna – Regione Aragona – Comune Utebo, collocato a nord di Saragozza (Zaragoza) (comune capoluogo);
- Polonia – Voivodato: Piccola Polonia (Malopolska); comune capoluogo Cracovia;
- Polonia – Voivodato: Grande Polonia (Wielkopolska), comune capoluogo Poznan', sede del punto vendita Bricoman.

La scelta delle aree è stata fatta in base alla collocazione geografica paragonabile sotto molti aspetti a quella del comune di Orbassano, con un comune grande direttamente confinante con quello sede della struttura e un intorno di comuni di prima cintura relativamente grandi e comuni della seconda cintura più piccoli.

Sono state escluse le città molto grandi, la cui popolazione si aggira intorno ai 2.000.000 di abitanti.

Dalle analisi effettuate dalla società proponente si evince, pur con le cautele dovute alle diverse modalità di rilevazione delle superfici delle strutture commerciali adottate da ciascuna nazione (superficie di vendita per il bacino di Orbassano, superfici coperte per le altre aree considerate) che il bacino gravitazionale di Orbassano (isocrona 0-20') è quello che presenta l'indice di densità peggiore per quanto riguarda le medie e grandi strutture del settore bricolage.

Bacino di gravitazione	popolazione*	superfici di vendita settore bricolage (medie e grandi strutture)*	Indice di densità
Orbassano	563408	22085	39,20
Fenouillet	524751	52449	99,95
Utebo	703751	30946	43,97
Dachau	782368	92342	118,03
Cracovia	759054	61524	81,05
Poznan'	712635	48445	67,98

*da relazione società proponente

Quindi, la superficie di vendita disponibile per 1000 abitanti in tutti i casi esaminati risulta essere significativamente superiore anche quando la spesa media pro capite nel settore del bricolage risulta essere molto inferiore alla media italiana.

L'analisi della spesa pro-capite effettuata dalla società proponente sulla base delle elaborazioni di world DIY Market Report 2008 evidenzia che la spesa media annuale pro-capite si attesta intorno ai seguenti valori:

- in Italia: 189 €;
- in Francia: 335 €;
- in Germania: 463 €;
- in Spagna: 109 €;
- in Polonia: 78 €.

Tuttavia bisogna considerare che Bricoman rappresenta una nuova formula distributiva pensata e strutturata per soddisfare le esigenze in particolare di professionisti e piccole e medie imprese e quindi bisogna tener conto che, poiché tale formato distributivo si rivolge in via prioritaria ad uno specifico segmento di mercato, la spesa media pro capite è un indicatore molto generico rispetto alla specificità del target di clientela scelto dalla Bricoman Italia.

La concorrenza del sistema

Appare condivisibile la scelta fatta di basare il confronto nell'ambito della rete distributiva del polo di Torino per le considerazioni espresse in precedenza in merito alle dimensioni della struttura in termini di superficie di vendita e alle caratteristiche dei prodotti venduti,

tuttavia l'analisi della concorrenza all'interno di tale sistema distributivo risulta estremamente scarna.

Al fine di calcolare l'impatto dell'ampliamento grande struttura di vendita Bricoman sulle imprese commerciali dello stesso settore è stato calcolato l'indice di concentrazione di Herfindahl-Hirschman (HHI) che per valori superiori a 1800 individua un mercato molto concentrato.

Come evidenziato nella tabella che segue l'indice presenta valori particolarmente alti ma l'ampliamento della struttura G-SE2 non comporta un peggioramento significativo del livello di concentrazione.

Inoltre il mercato del bricolage è un comparto ad elevata concentrazione a livello mondiale e il gruppo ADEO è uno dei quattro gruppi leader a livello mondiale. Quindi l'elevata concentrazione non è un tratto specifico del bacino preso in esame ma è più generale e attiene alle caratteristiche specifiche dello specifico comparto in cui opera la società Bricoman Italia.

Nella tabella che segue è evidenziato l'indice HHI per i vari gruppi commerciali presenti sul polo di Torino. Si evince facilmente che i marchi del gruppo ADEO nel loro complesso dispongono di circa il 67% della superficie di vendita complessiva.

GRUPPI COMMERCIALI	Superficie di Vendita disponibile pre-ampliamento (mq) (polo di Torino)	Superficie di Vendita disponibile post – ampliamento (mq) (polo di Torino)	Indice HHI pre-ampliamento	Indice HHI post-ampliamento
MARCHI GRUPPO ADEO	27.859	28.298	4467,83	4514,15
OBI	6.867	6.867	271,46	265,83
SELF	3.765	3.765	81,60	79,91
ALTRI/INDIPENDENTI	3.188	3.188	58,51	57,29

Consumi e verifica della spesa attratta

Il mercato teorico potenziale del settore bricolage nel bacino di Orbassano è stimato dalla società in Euro 101.004.751. Di questo solo il 13% proviene da Orbassano e dal suo più immediato intorno (isocrona 0-10'). L'87% proviene invece da consumatori residenti in un intorno più ampio (dai 10 ai 20 minuti di percorrenza con l'auto).

La quota di questo mercato che la società proponente stima sia attualmente attratta dalla G-SE2 di Orbassano è stimata essere di 10.152.500 Euro, pari al 15,5% della quota del fatturato che, ipotizzando una produttività di 2500 euro a metro quadro (in linea con uno studio Databank – sito internet <http://databank.it>), l'attuale sistema di offerta del settore bricolage nel suo complesso è in grado di attrarre. Tale quota costituisce solo il 53% del mercato teorico potenziale.

L'ampliamento della G-SE2 di 439 mq porterebbe la quota di mercato, e quindi, detto in altri termini, il fatturato realizzato dalla struttura dall'attuale 15,5% del fatturato complessivo al 17,2%, migliorando l'attrattività complessiva del sistema di offerta del comparto bricolage nel bacino gravitazionale di Orbassano.

I dati sono leggermente sovrastimati in quanto la società proponente non ha preso in considerazione per questo calcolo il fatturato della media struttura Self di via Isonzo, a

Torino, di mq. 2.370 di superficie di vendita, che ricade nel bacino di Orbassano così come perimetrato dalla società proponente.

Dall'insieme delle considerazioni fatte fino a questo punto emerge che il settore del bricolage, nell'ambito preso in considerazione, pur essendo un comparto ad elevata concentrazione, non è un comparto maturo dove l'insediamento di nuove strutture porta all'uscita dal mercato di strutture meno efficienti.

Tuttavia proprio questa considerazione, unita alla consapevolezza che il settore del bricolage presenta elevati livelli di concentrazione, che lo porta ad essere ben lontano da un mercato concorrenziale, impone di prestare particolare attenzione alla tutela del consumatore.

L'occupazione

Il potenziamento di una struttura commerciale nel bacino gravitazionale potrebbe avere delle ricadute sull'occupazione del comparto e stimare tali eventuali ricadute e la loro dimensione è fondamentale per effettuare una valutazione economica complessiva che tale ampliamento comporta.

Tuttavia anche se a fronte di trend negativi nell'ultimo decennio che fanno registrare in tutta la provincia di Torino e anche nel comune di Orbassano una riduzione nel numero di addetti nel settore distributivo, il potenziamento della G-SE2 non comporterà una riduzione dell'occupazione nelle altre strutture del comparto per due ordini di ragioni:

- stante la non saturazione del comparto non si prevedono chiusure di strutture esistenti a seguito del potenziamento della G-SE2 di Orbassano; la previsione è confortata anche dall'apertura della nuova struttura OBI nel comune di Rivalta da 3.500 mq di superficie di vendita;
- l'organico operante nel punto vendita di Orbassano, costituito da 98 unità di cui 15 con contratto a tempo indeterminato e 83 con contratto a tempo determinato, è stato tarato per un lay-out di 4.061 mq di superficie di vendita, una porzione della quale di circa 500 mq è destinata a deposito interno, zona ritiro merci voluminose e taglio interno. L'ampliamento della struttura di 439 mq fa prevedere un incremento occupazionale di 4-5 unità.

Conclusioni

Le valutazioni condotte in ordine alla concentrazione del mercato, che non si possono sostituire al ruolo che in tale ambito è coperto dalle norme della L.287, condotte con gli strumenti analitici disponibili, hanno dimostrato che nell'ambito del bacino gravitazionale di Orbassano, l'ampliamento di 439 mq della struttura G-SE2, pur intervenendo in un comparto che per le sue caratteristiche intrinseche presenta elevati livelli di concentrazione, non comportano ulteriori condizioni di restrizione della concorrenza.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
Dirigente Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale
Arch. PATRIZIA VERNONI