



*Direzione Attività Produttive  
Settore Programmazione del settore terziario commerciale*

# **DINAMICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA E PROGRAMMAZIONE REGIONALE 2000 - 2012**

**SETTORE PROGRAMMAZIONE DEL SETTORE TERZIARIO COMMERCIALE**

**OSSERVATORIO REGIONALE DEL COMMERCIO**



**Giugno 2012**

## **DINAMICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA E PROGRAMMAZIONE REGIONALE 2000 - 2011**

### **Analisi sullo stato di attuazione della programmazione commerciale in Piemonte**

La programmazione della Regione Piemonte in materia commerciale, approvata con la D.C.R. 563-13414 del 1999 e successivamente rivista con la D.C.R. 347-42514 del 2003 e con la D.C.R. 59-10831 del 2006, ha avuto un significativo impatto sull'attuale assetto della rete distributiva indirizzando la distribuzione territoriale dell'offerta.

Ai fini della programmazione del settore, la normativa classifica gerarchicamente i comuni in base alla consistenza demografica, alle caratteristiche della rete distributiva e alle condizioni socioeconomiche in "comuni polo", "comuni subpolo", "comuni intermedi" e "comuni minori" e identifica le zone di sviluppo commerciale nei comuni, distinguendo tra "addensamenti", ambiti nei quali si è sviluppata una concentrazione spontanea di esercizi e "localizzazioni", ambiti nei quali si ritiene opportuno sviluppare un sistema di offerta commerciale. Gli addensamenti e le localizzazioni possono essere classificati in base alla loro ubicazione nel territorio comunale, in aree urbane o extraurbane. Ai comuni è riconosciuta la competenza di individuare, nel loro territorio, gli addensamenti e localizzazioni in sede di adeguamento degli strumenti urbanistici agli indirizzi della programmazione regionale.

Il sistema prevede che i comuni minori siano subordinati a quelli più grandi, secondo un ordine gerarchico di importanza commerciale. La capacità dei comuni più piccoli di ospitare grandi strutture di vendita è ridotta rispetto a quella dei comuni più grandi, per evitare effetti fortemente depolarizzanti sul sistema distributivo locale da parte di strutture che per le loro dimensioni sono caratterizzate da una forte attrattività a scala sovracomunale. Le modifiche apportate alla D.C.R. 563-13414 hanno ulteriormente accentuato questa subordinazione anche per i comuni intermedi e subpolo, che possono rappresentare i nodi di reti distributive di dimensioni più contenute, andando ad incidere su quegli ambiti che potevano diventare nodi di riequilibrio commerciale, rispetto alle spinte alla concentrazione territoriale, indotta dalle logiche di mercato e dalle maggiori opportunità localizzative nei comuni a più forte attrazione commerciale.

La normativa regionale identifica, per ogni zona di potenziale insediamento di attività commerciali, le compatibilità dello sviluppo delle strutture distributive, ovvero definisce per ciascuna localizzazione o addensamento e per ciascuna tipologia di comune le dimensioni delle grandi strutture che vi si possono insediare. È stata lasciata invece alle amministrazioni comunali la responsabilità di definire le compatibilità commerciali delle medie strutture di vendita per ciascuna zona di sviluppo commerciale individuata.

Sono stati, inoltre, individuati sistemi territoriali di offerta commerciale sovracomunali, le aree di programmazione commerciale che si configurano come un sistema di offerta rivolto ad un unico bacino di utenza, formate da un comune polo attrattore, che determina l'importanza dell'area, e dai comuni che ad esso fanno riferimento.

L'impianto di programmazione si prefiggeva, attraverso il governo del territorio, di modernizzare il sistema distributivo orientando l'insediamento degli esercizi commerciali in zone idonee a incentivare sinergie tra le differenti strutture distributive, per favorire la formazione di un sistema articolato sul territorio, composto da una pluralità di tipologie distributive. Un altro obiettivo era il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità nei centri urbani, nei piccoli comuni e nelle altre aree scarsamente servite.

L'Osservatorio regionale del commercio ha analizzato la dinamica della rete distributiva negli ultimi 12 anni, dal 2000 al 2011, per comprendere gli effetti sul sistema distributivo in Piemonte dell'applicazione della programmazione regionale.

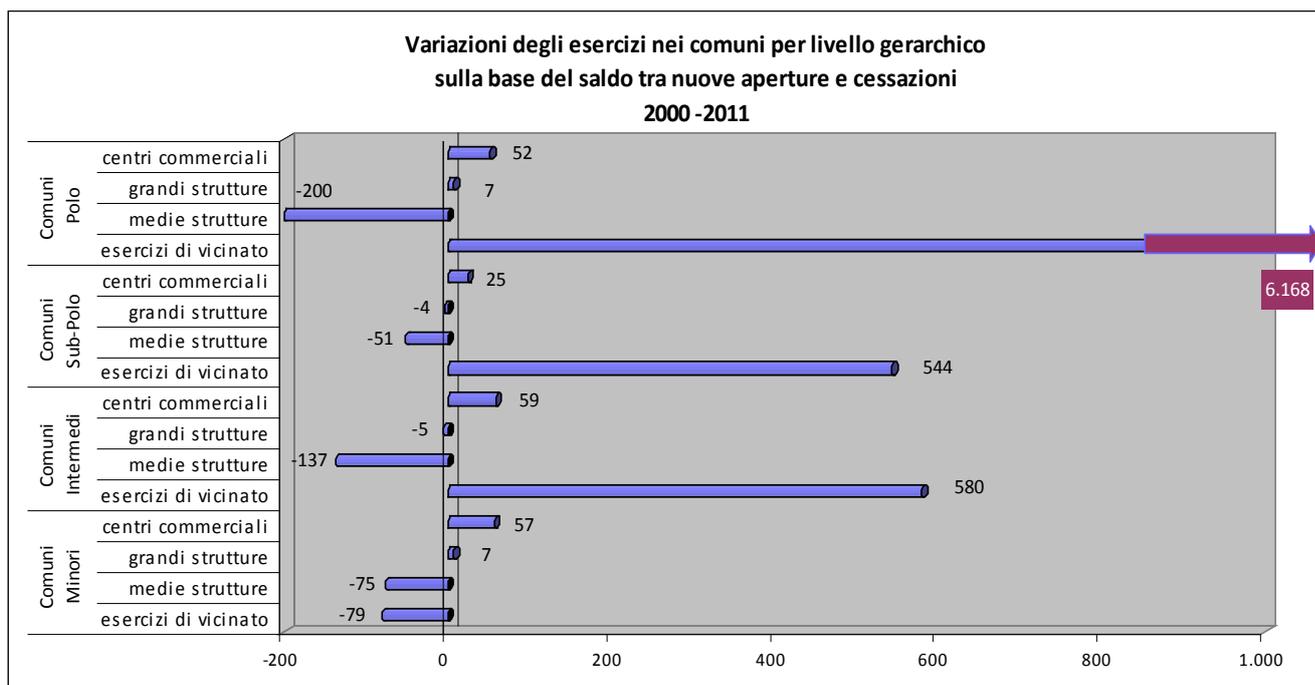
## DINAMICA DELLA RETE DISTRIBUTIVA 2000 - 2011

Tipologia esercizi	Anno 2000		Anno 2011		Saldo 2000 - 2011	
	numero	superficie	numero	superficie	numero	superficie
Esercizi di vicinato	57.046	3.384.505	64.259	3.844.973	7.213	460.468
Medie strutture a localizzazione singola	4.338	2.112.401	3.875	2.214.306	-463	101.905
Centri commerciali medie strutture	32	42.657	146	174.675	114	132.018
Grandi strutture a localizzazione singola	112	378.517	117	402.076	5	23.559
Centri commerciali grandi strutture	52	327.624	130	930.550	78	602.926
<b>TOTALE</b>	<b>61.580</b>	<b>6.245.704</b>	<b>68.527</b>	<b>7.566.580</b>	<b>6.947</b>	<b>1.320.876</b>

L'analisi della dinamica strutturale della rete distributiva e della distribuzione territoriale dell'offerta commerciale nella regione ha evidenziato :

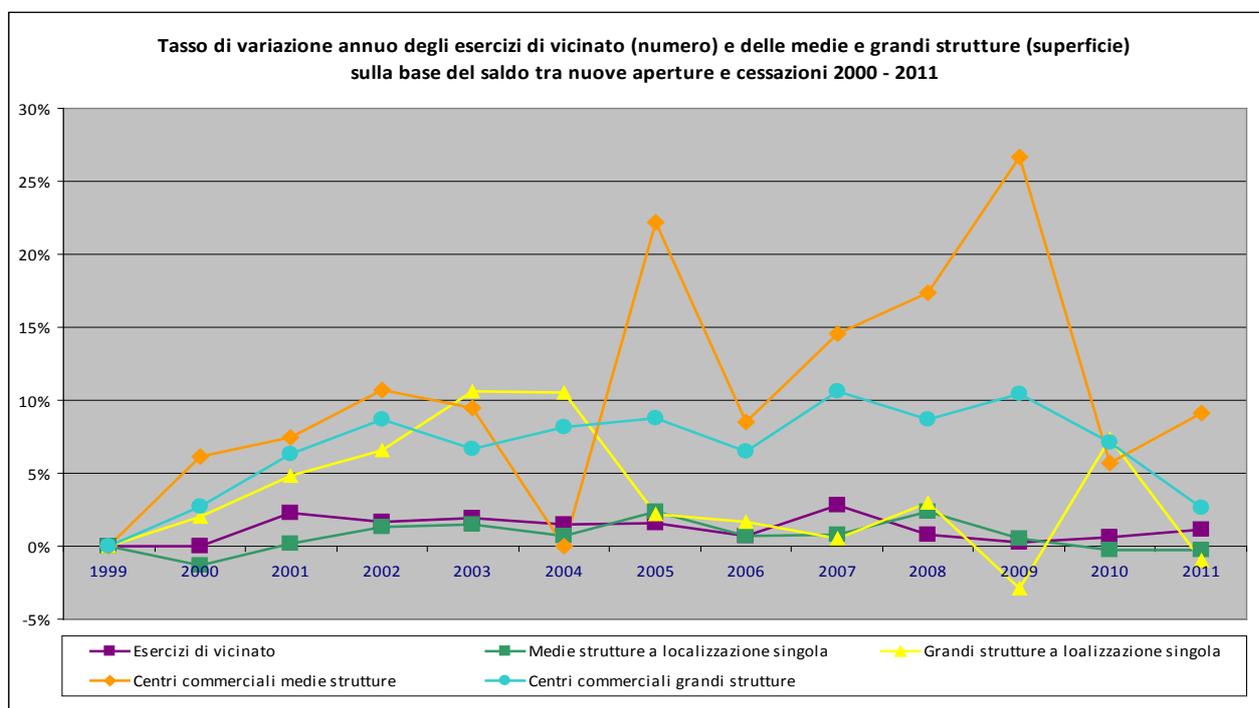
da un punto di vista strutturale

- un aumento degli esercizi di vicinato (+7.213 esercizi)
- una diminuzione del numero delle medie strutture di vendita a localizzazione singola (-463) che sono, tuttavia, aumentate in termini di superficie di vendita (+101.905 mq.)
- una sostanziale stasi delle grandi strutture di vendita a localizzazione singola sia in termini di numero (+5) sia in termini di superficie di vendita (+23.559 mq.)
- un rapido sviluppo dei centri commerciali sia di media dimensione (+114 centri per 132.018 mq.) sia di grande dimensione (+78 centri per 734.944 mq.)



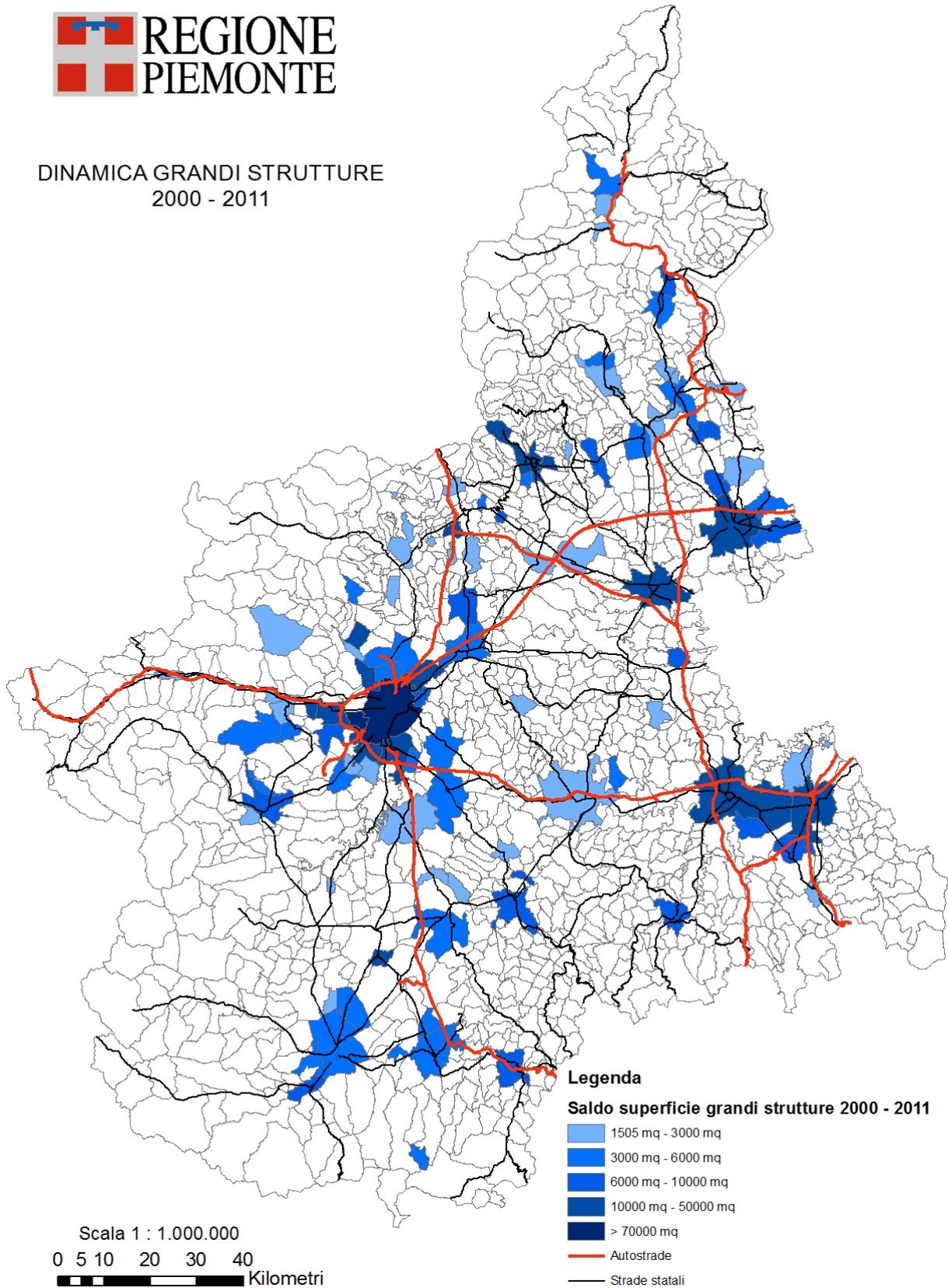
da un punto di vista territoriale

- un maggiore sviluppo della rete distributiva nei comuni appartenenti ad aree di programmazione commerciale (+6.848 esercizi, + 679.906 mq. di superficie di vendita delle medie e grandi strutture) rispetto a quelli non inseriti nelle aree (+100 esercizi, +180.502 mq. di superficie di vendita delle medie e grandi strutture)
- un notevole incremento degli esercizi di vicinato nei comuni polo (+ 6.188), una loro più modesta crescita nei comuni subpolo (+544) e intermedi (+ 580) e una loro flessione nei comuni minori (-79)
- una diminuzione del numero delle medie strutture in tutti comuni gerarchicamente considerati: polo (-76), subpolo (-137), intermedi (-51) e minori (-342) accompagnata, tuttavia, da un aumento della loro superficie di vendita (+101.905 mq. di superficie di vendita complessiva)

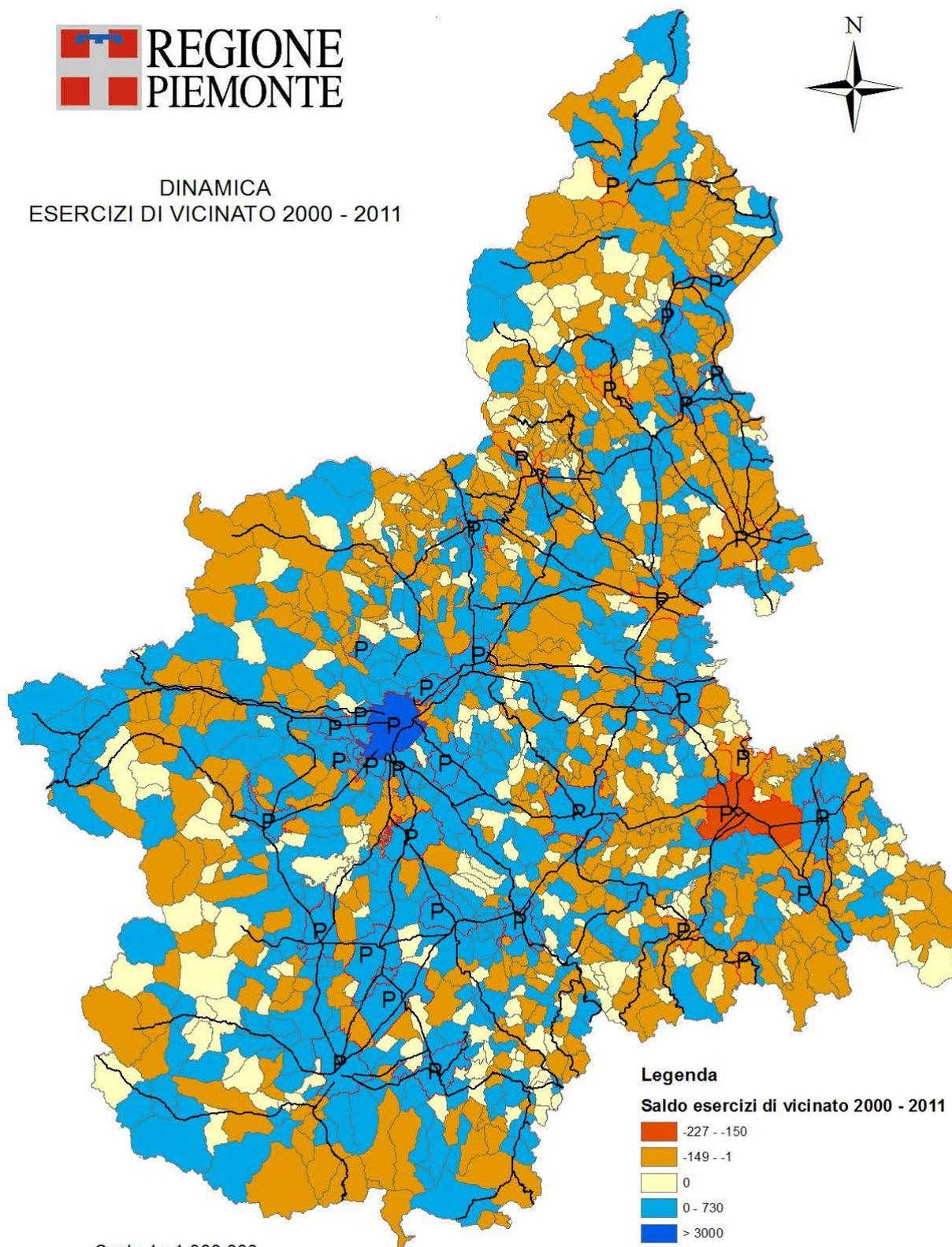


Dal 2000 al 2011 la rete distributiva piemontese fa registrare un significativo aumento delle strutture commerciali correlato all'aumento della popolazione che passa da 4.291.441 residenti nel 2000 a 4.446.230 nel 2011, con un incremento percentuale del 3,6%. Gli esercizi commerciali aumentano di 6.947 unità (+11%) e la superficie di vendita di oltre un 1,3 milioni di mq., con un aumento percentuale superiore al 20%. A fronte di un notevole incremento dei centri commerciali, sia di media sia di grande dimensione, si riscontra anche un rilevante aumento degli esercizi di vicinato. Tanto che il peso percentuale in termini di superficie di vendita degli esercizi di vicinato sulla rete distributiva nel suo complesso rimane stabile dal 2000 al 2011 e gli esercizi di dettaglio tradizionale continuano a detenere nel 2011 oltre il 50% della superficie di vendita regionale. I centri commerciali di grande dimensione raddoppiano il loro peso e controllano nel 2011 il 12% della superficie di vendita regionale, poco influente nonostante l'aumento il peso dei centri commerciali di media dimensione. Diminuisce il peso percentuale delle strutture a localizzazione singola, in particolare delle medie strutture di vendita che nel 2011 controllano meno del 30% della rete distributiva a fronte del 36% controllato nel 2000. Le grandi strutture a localizzazione singola controllano nel 2011 poco più del 5% della rete distributiva, con una flessione di poco superiore al punto percentuale. La dinamica territoriale delle grandi strutture di vendita e degli esercizi di vicinato dal 2000 al 2011 è presentata nella relative carte (pagg. 5-6).

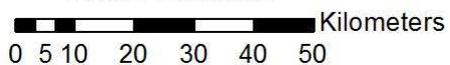
**DINAMICA GRANDI STRUTTURE  
2000 - 2011**



DINAMICA  
ESERCIZI DI VICINATO 2000 - 2011



Scala 1 : 1.000.000

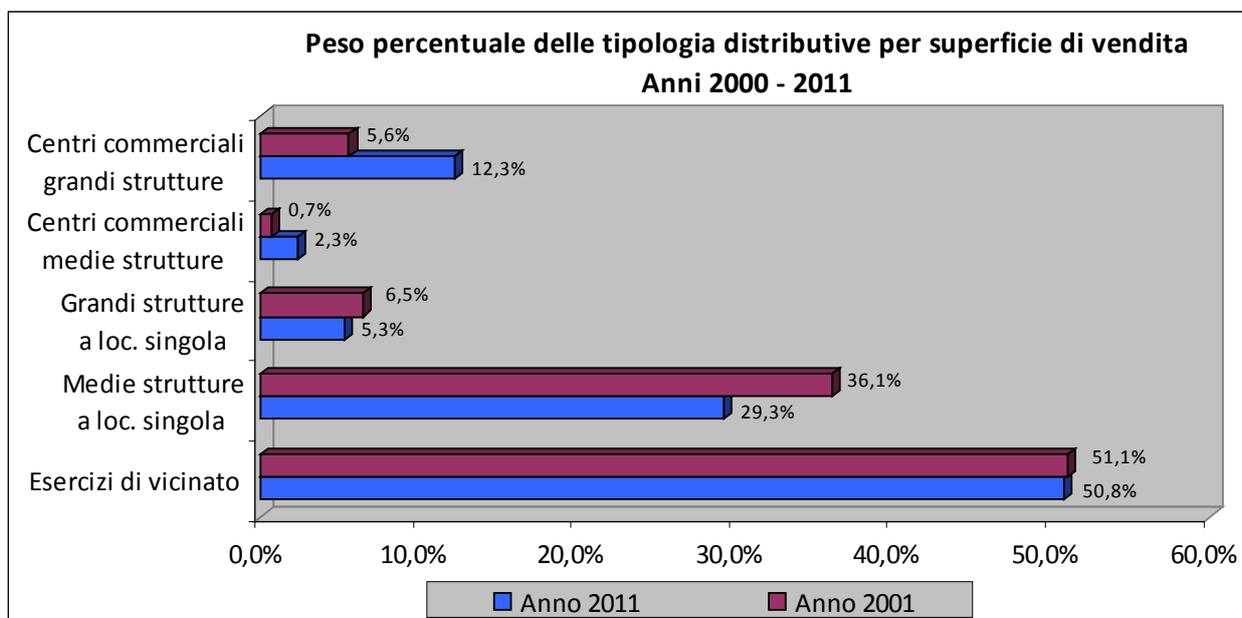


**Legenda**

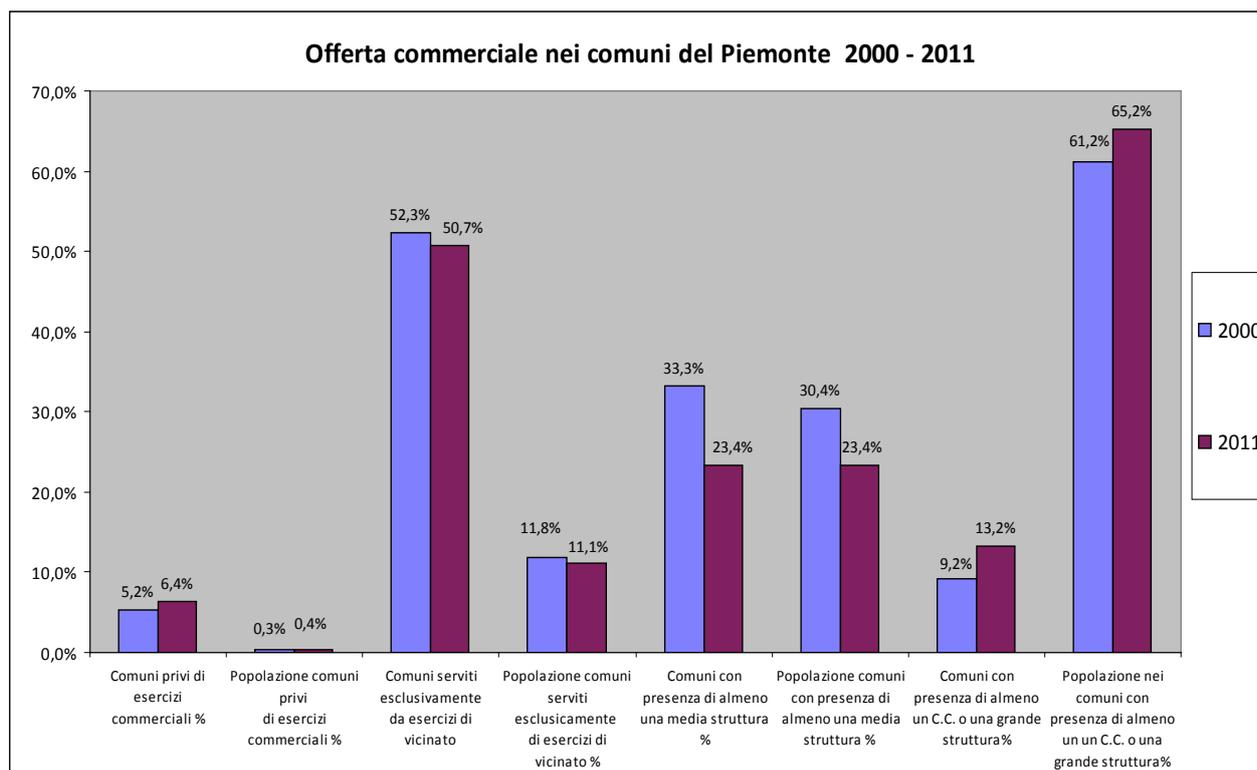
**Saldo esercizi di vicinato 2000 - 2011**

- 227 - -150
- 149 - -1
- 0
- 0 - 730
- > 3000

- Confini comunali
- [P] Comuni Polo
- Strade statali

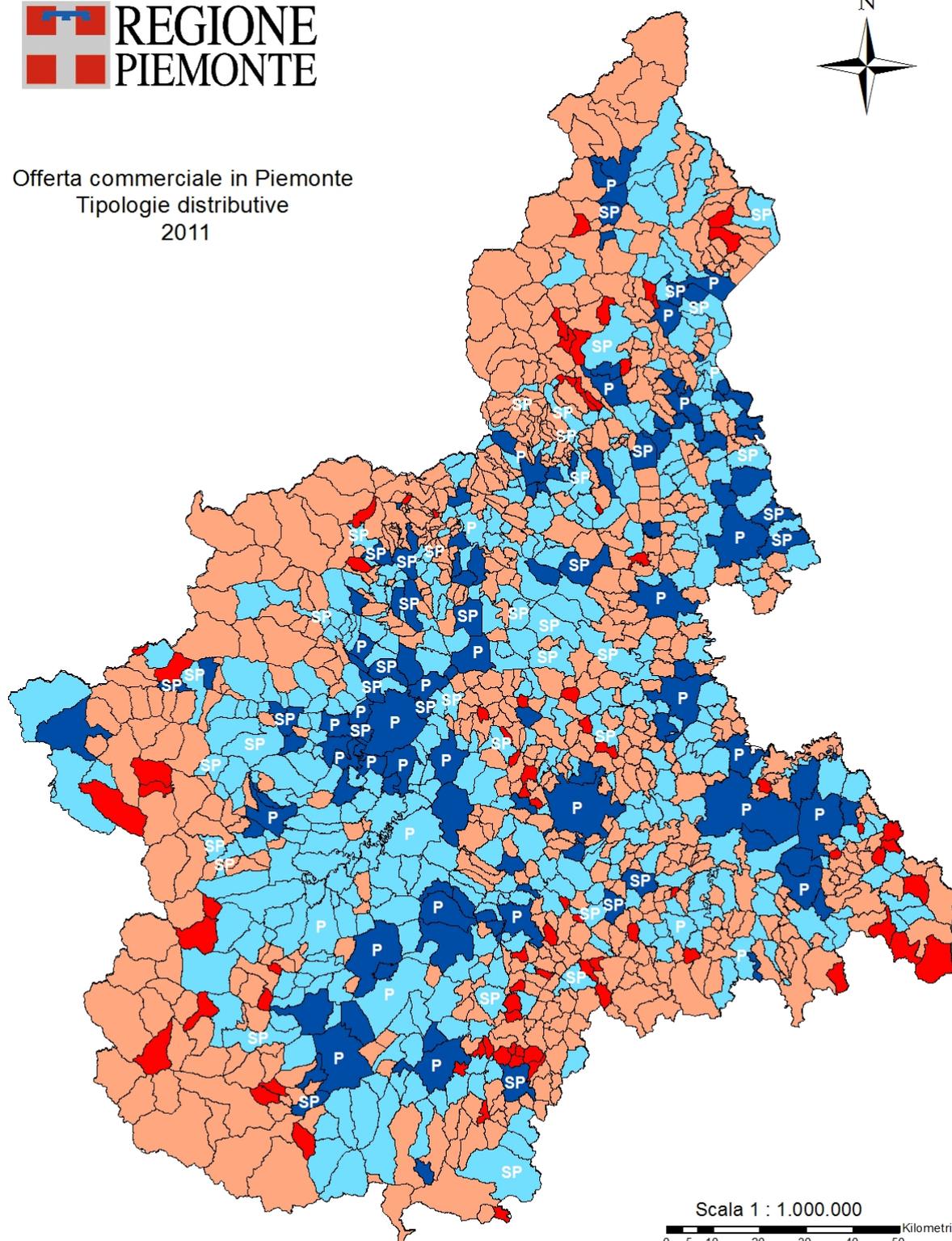


Come riflesso dell'evoluzione della struttura della rete distributiva l'articolazione territoriale dell'offerta commerciale è mutata nel corso degli anni dal 2000 al 2011. Le variazioni più evidenti sono un aumento dei comuni privi di esercizi commerciali che passano da 63 a 77, il fenomeno rimane tuttavia residuale interessando nel 2011 meno dello 0,4% della popolazione regionale. Gli esercizi di vicinato continuano a servire in esclusiva oltre la metà dei comuni del Piemonte e l'11% della popolazione regionale, nonostante la leggera diminuzione dei comuni serviti soltanto dal dettaglio tradizionale (-20). Diminuiscono in maniera più evidente i comuni e di conseguenza la popolazione servita anche da medie e grandi strutture di vendita a localizzazione singola. In notevole aumento i comuni serviti da centri commerciali (+54) e la popolazione che ha disposizione almeno un centro commerciale nel comune di residenza, che passa da poco più di 2 milioni ad oltre 2,7 milioni di abitanti (+11,5%). Una fotografia territoriale dell'offerta commerciale nei comuni è fornita dalla relativa carta (pag. 8). La carta evidenzia come i comuni privi di esercizi commerciali si localizzino nelle aree commercialmente più deboli.





Offerta commerciale in Piemonte  
Tipologie distributive  
2011



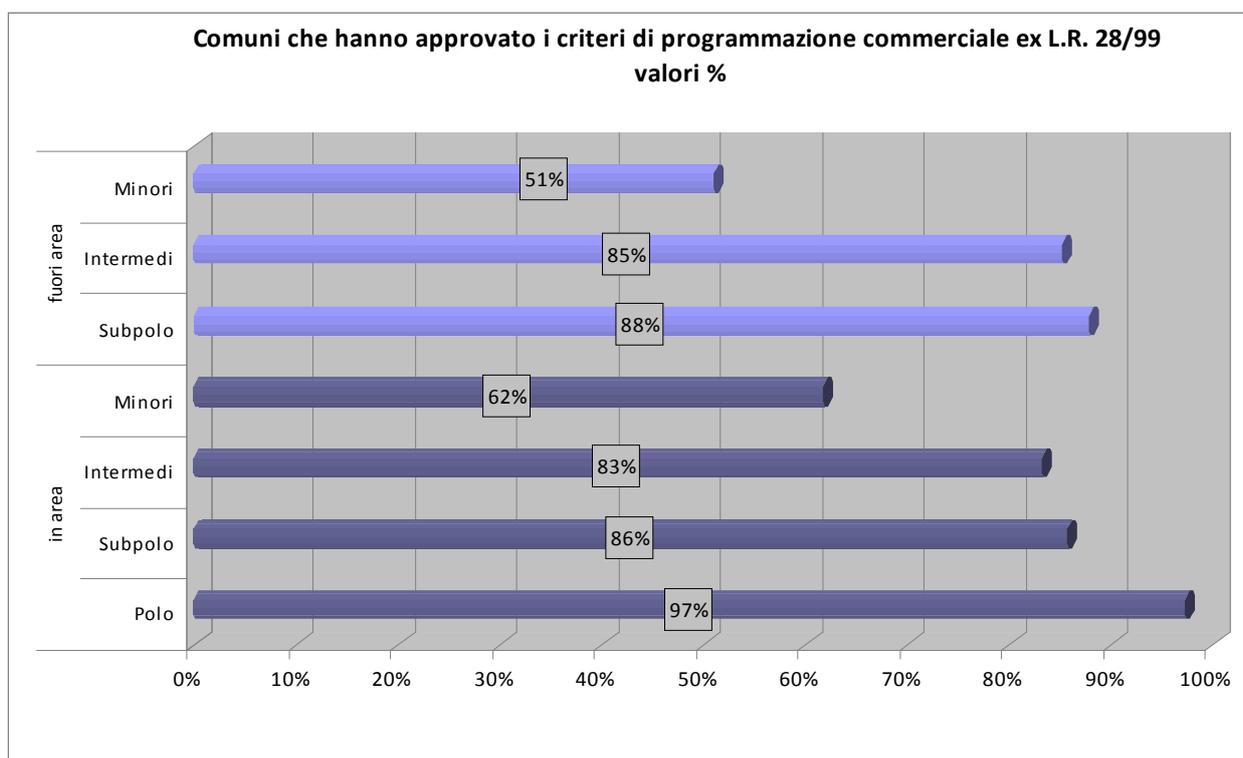
**Legenda**

- |   |   |
|---|---|
|  Comuni privi di esercizi commerciali                  |  Comuni con presenza di una media struttura o un centro commerciale media struttura          |
|  Comuni serviti esclusivamente da esercizi di vicinato |  Comuni con presenza di almeno una grande struttura o un centro commerciale grande struttura |
|  [P] e [SP] Comuni Polo e Subpolo                      |  Confini comunali  |

L'analisi territoriale della rete distributiva nel 2011 fotografa un sostanziale equilibrio in termini di offerta commerciale tra commercio tradizionale e forme di distribuzione moderna. Se si considera l'offerta commerciale da un punto di vista territoriale appare chiaro che oltre la metà dei Comuni del Piemonte (50,5%) è servito esclusivamente da esercizi di vicinato, ma se si valuta l'offerta in rapporto ai residenti risulta evidente come la maggioranza della popolazione fruisce di un servizio offerto da strutture della distribuzione moderna (88,5%). Il dato dipende dalla particolare conformazione socio-economica della regione caratterizzata da un estremo frazionamento amministrativo, con la presenza di numerosi centri rurali o montani.

La dinamica del settore distributivo negli anni di applicazione della programmazione regionale dimostra che il processo di modernizzazione e riqualificazione della rete distributiva nei 12 anni presi in considerazione, frutto di dinamiche contrapposte, ha portato ad un progressivo rafforzamento della rete distributiva nei comuni a più forte attrazione commerciale, i comuni polo. L'incremento maggiore della rete si è, infatti, registrato in tali ambiti territoriali, per effetto della concentrazione delle strutture di vendita, in particolare degli esercizi di vicinato nei centri urbani che presentavano già una dotazione di strutture di vendita sufficientemente numerosa, in grado di esercitare una forte attrattività di area vasta. In questi 12 anni si è assistito ad un progressivo rafforzamento degli ambiti territoriali che costituiscono, da soli o in sinergia con altri comuni contigui, il centro di gravitazione delle aree di programmazione regionale.

La trasformazione della rete distributiva e il suo attuale assetto sono strettamente correlati allo stato di attuazione della programmazione regionale a livello comunale.

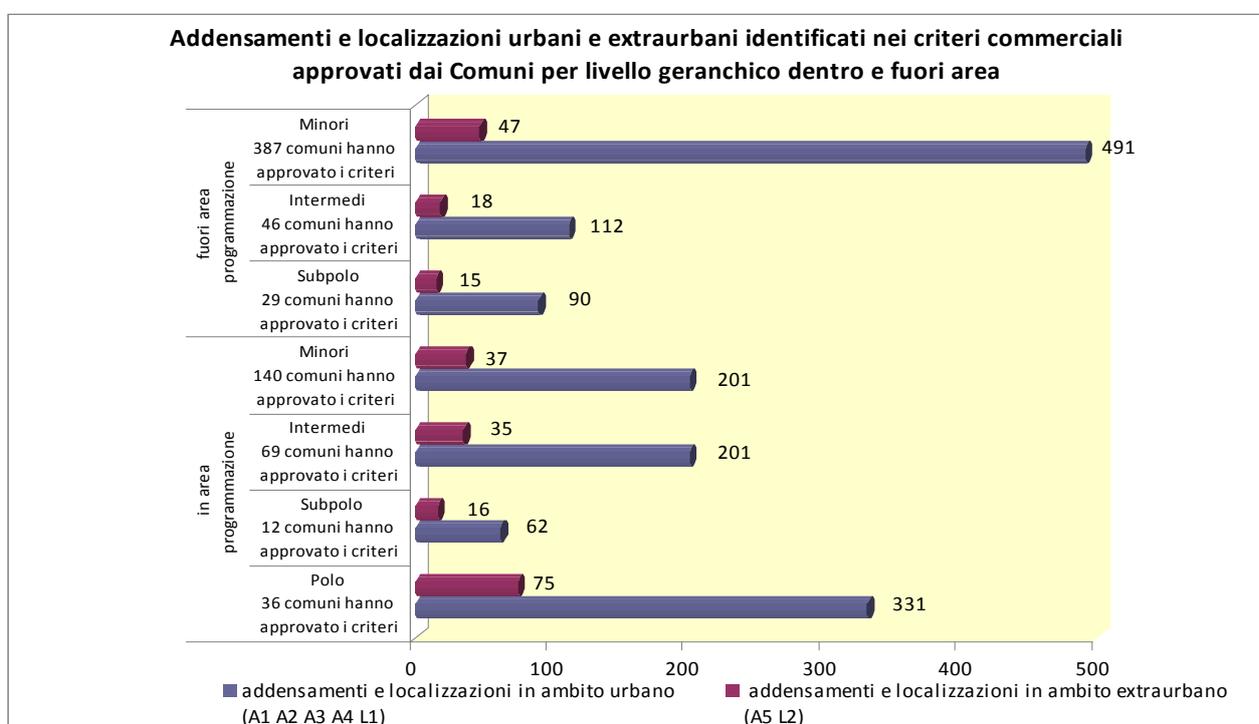


L'analisi dei risultati del monitoraggio della programmazione commerciale nella Regione, costantemente effettuato dal Settore Programmazione del settore terziario commerciale, ha messo in luce lo stato di attuazione della programmazione commerciale nei comuni.

Per quanto riguarda la situazione della pianificazione commerciale dei comuni :

- dal 2006 ad oggi 719 comuni (59,5%) hanno provveduto ad approvare i criteri di programmazione commerciale ex art. 4 della L.R. 28/1999

- dei 719 comuni che hanno approvato i criteri, 257 (su 361) appartengono ad area di programmazione (71% dei comuni inseriti in aree di programmazione) e 462 (su 845) non vi appartengono (54,5% dei comuni non appartenenti ad aree di programmazione).
- hanno dato attuazione agli indirizzi e criteri di programmazione in materia di commercio, adeguando i loro Piani Regolatori alla legge 28/1999 :
  - il 97% dei comuni polo (36 su 37)
  - l'87% dei comuni subpolo (41 su 47). 12 su 14 (85,5% dei comuni subpolo inseriti in aree di programmazione) appartengono ad aree di programmazione e 29 su 33 (88%) non vi appartengono
  - l'84% dei comuni intermedi (115 su 137). Come per i comuni subpolo la percentuale maggiore di comuni (85%) che hanno approvato i criteri (46 su 54) non appartiene ad aree di programmazione mentre l'83% (69 su 83) vi appartiene
  - il 53,5% dei comuni minori (527 su 985). Il 61,5% (140 su 227) appartiene ad area di programmazione e il 51% (387 su 758) non vi appartiene.



per quanto attiene ai contenuti della programmazione commerciale dei comuni :

- I comuni dotati di pianificazione commerciale hanno individuato 1.488 addensamenti e localizzazioni in ambito urbano (736 A1 - 336 L1 - 266 A4 - 133 A3 - 174 A2) e 243 addensamenti e localizzazioni in ambito extra-urbano (precisamente 193 L2 e 50 A5).
- Il 53,5% delle zone di sviluppo in ambito urbano (795) sono state identificate da Comuni in area di programmazione, il restante 46,5% (693) da comuni fuori area. Il 67% delle zone di sviluppo extra-urbane (163) sono state definite da comuni in area di programmazione, il rimanente 33% (80) in comuni non appartenenti ad area.

L'analisi di questi dati evidenzia come la spinta a dare attuazione alla normativa regionale in materia di programmazione commerciale è risultata molto più forte nei comuni appartenenti ad area di programmazione commerciale.

Fanno eccezione i comuni subpolo e i comuni intermedi, nei quali la sensibilità all'adeguamento commerciale dei propri strumenti urbanistici è risultata maggiore nei comuni non inseriti in area di programmazione rispetto a quelli inseriti nelle aree.

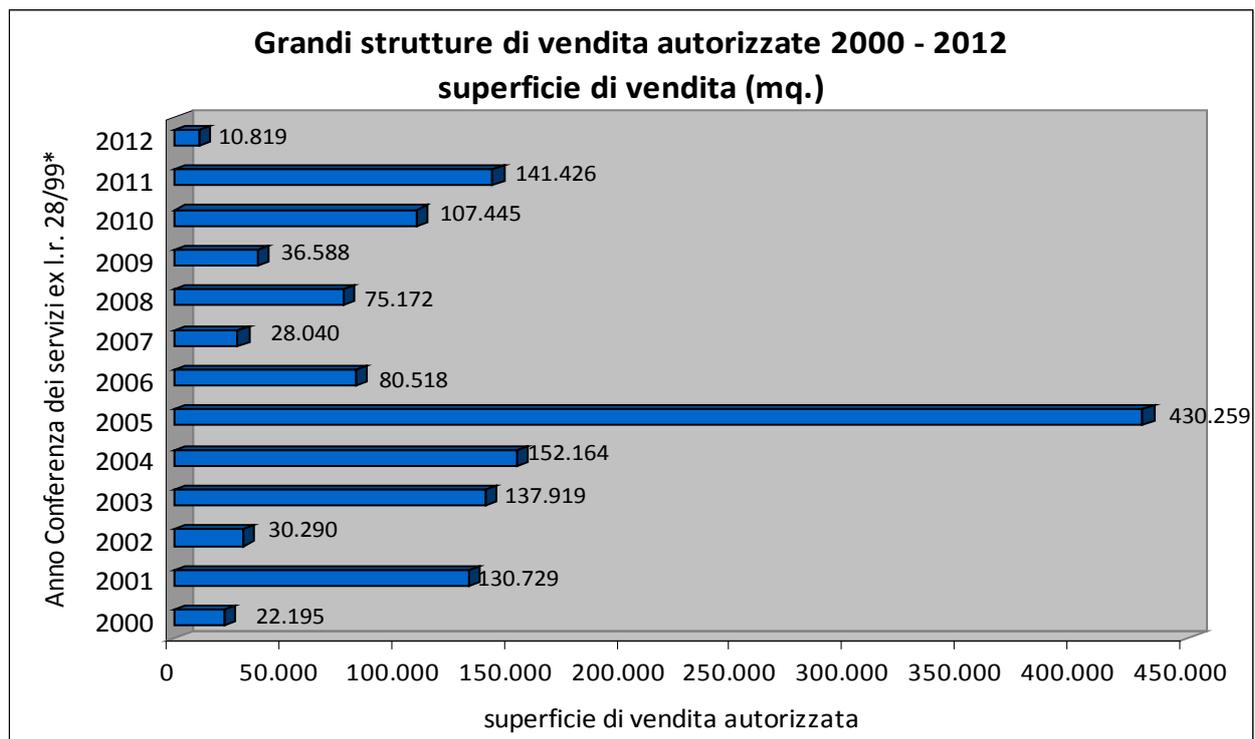
Di fatto, i comuni subpolo e intermedi rappresentano i nodi delle reti di offerta commerciale secondaria e risultano essere molto spesso il punto di riferimento di zone che non hanno le caratteristiche e le dimensioni per essere individuate come aree di programmazione commerciale ma che, tuttavia, costituiscono piccoli sistemi di offerta a scala sovra-comunale.

La maggior parte degli insediamenti e delle localizzazioni extra-urbane sono state identificate da comuni appartenenti ad aree di programmazione commerciale, indipendentemente dalla loro classificazione gerarchica.

La spinta allo sviluppo della rete commerciale in ambito urbano è risultata molto forte nei comuni polo e nei comuni subpolo appartenenti da area di programmazione, meno nei comuni subpolo non inseriti in aree di programmazione.

I comuni intermedi e quelli minori non inseriti in aree di programmazione hanno programmato uno sviluppo della rete distributiva finalizzato prevalentemente al rafforzamento della rete esistente in ambito urbano, identificando pochi addensamenti e localizzazioni extra-urbane. Sia i comuni intermedi sia i comuni minori appartenenti ad area di programmazione, oltre a definire le condizioni per il rafforzamento e il consolidamento della propria rete urbana, hanno individuato anche addensamenti e localizzazioni extra-urbane al fine di completare l'offerta di reti commerciali più complesse collegandosi con la rete primaria attraverso le connessioni costituite dagli addensamenti A5 e dalle Localizzazioni L2.

L'Osservatorio regionale del commercio ha condotto un'analisi della programmazione regionale attraverso l'esame delle deliberazioni della Conferenza dei servizi prevista dalla L.R. 28/99 per il rilascio delle autorizzazioni per grandi strutture di vendita, approvate dal 2000 ad oggi.



L'analisi ha evidenziato:

Per quanto attiene alle deliberazioni della conferenza dei servizi ex L.R. 28/1999 :

- Sono state approvate 270 deliberazioni con esito favorevole (escluse 9 deliberazioni successivamente revocate e 6 non utilizzate in seguito a rinuncia da parte dei

richiedenti) per complessivi 1.296.061 mq. di superficie di vendita, così ripartite per tipologia d'intervento:

- 171 rilasciate per l'attivazione di nuove strutture di vendita, per un totale di 1.154.883 mq.
- 62 per ampliamenti e trasformazioni di strutture già esistenti per 147.471 mq.
- 11 per riduzione di superficie di vendita che hanno comportato una diminuzione di 8.020 mq.
- 26 per interventi di ridefinizione o modifiche tipologiche di strutture esistenti e non hanno comportato variazione della superficie di vendita

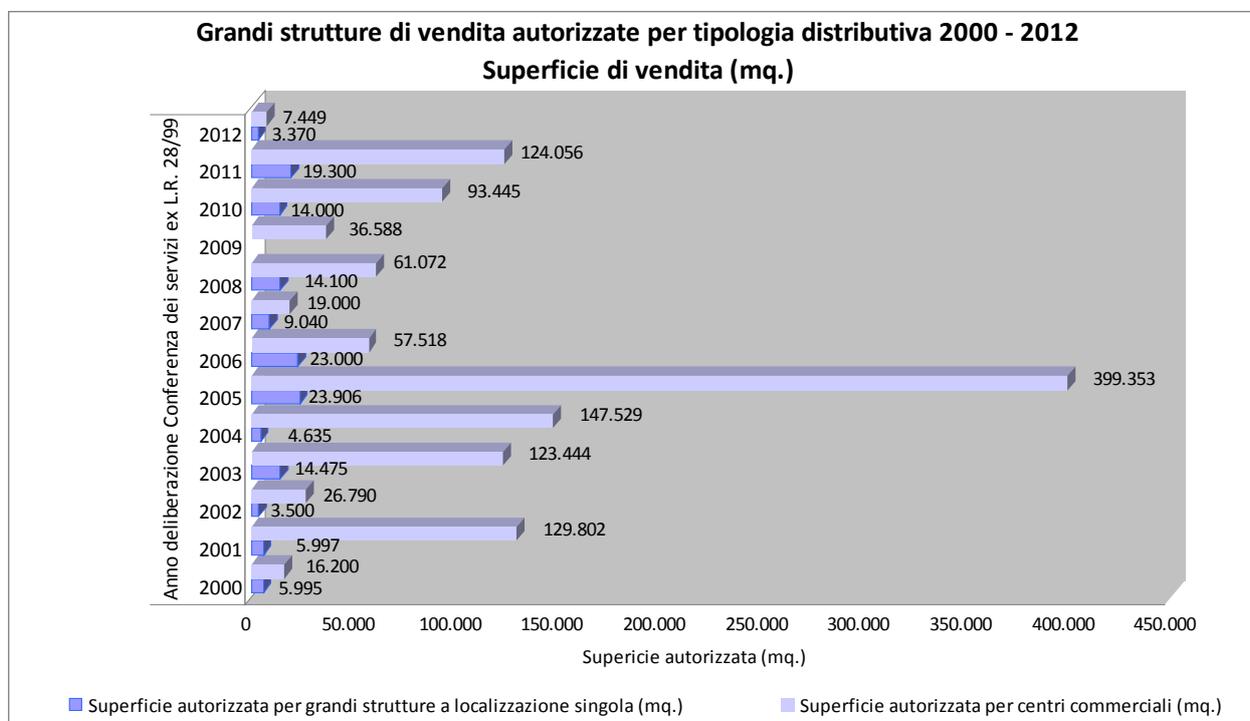
➤ 24 istanze per una superficie di vendita complessiva di 196.191 mq. hanno avuto esito negativo.

Gli anni di approvazione delle deliberazioni della Conferenza dei Servizi ex L.R. 28/99 sono presentati nella tabella che segue:

ANNO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Deliberazioni Conferenza dei servizi ex L.R. 28/99	5	25	12	32	34	62	10	5	18	15	22	27	3

\* escluse quelle successivamente revocate e quelle per le quali il richiedente ha rinunciato

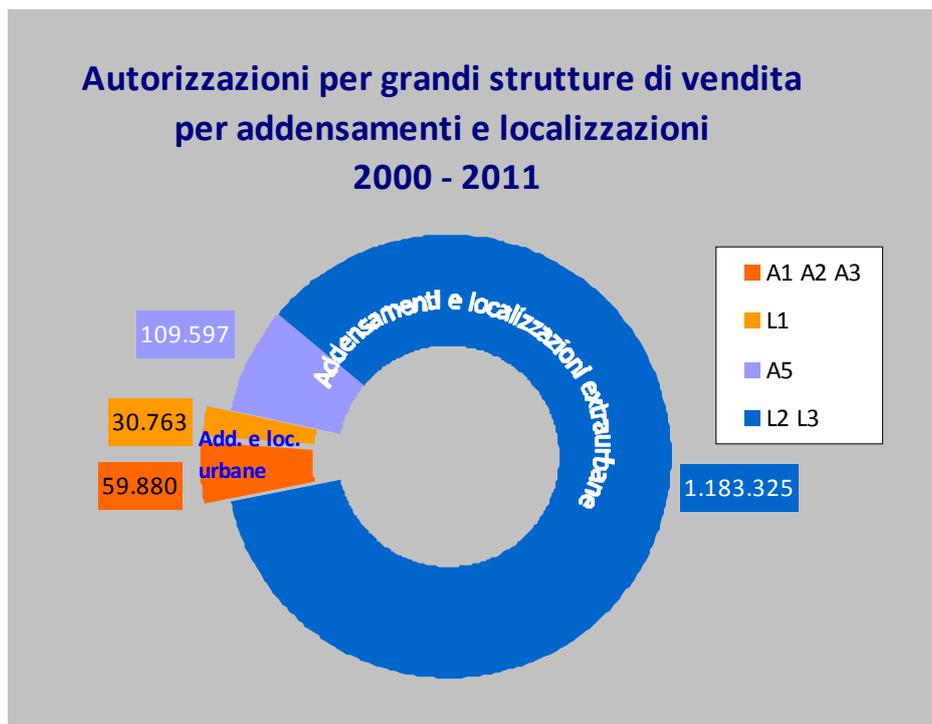
Poiché per alcune strutture sono state presentate più istanze per il rilascio di autorizzazioni, per successivi interventi di ampliamento, riduzione, ridefinizione tipologica e trasformazione, il numero delle strutture autorizzate è minore di quello delle deliberazioni approvate della conferenza dei servizi.



➤ dal 2000 ad oggi sono state autorizzate 210 grandi strutture di vendita, per una superficie complessiva di 1.383.565 mq. (la differenza di 87.504 mq. con la superficie di vendita approvata con le deliberazioni della Conferenza dei servizi deriva da

autorizzazioni rilasciate per interventi di ampliamento di strutture esistenti, alcune delle quali autorizzate prima del 2000), così suddivise per tipologia :

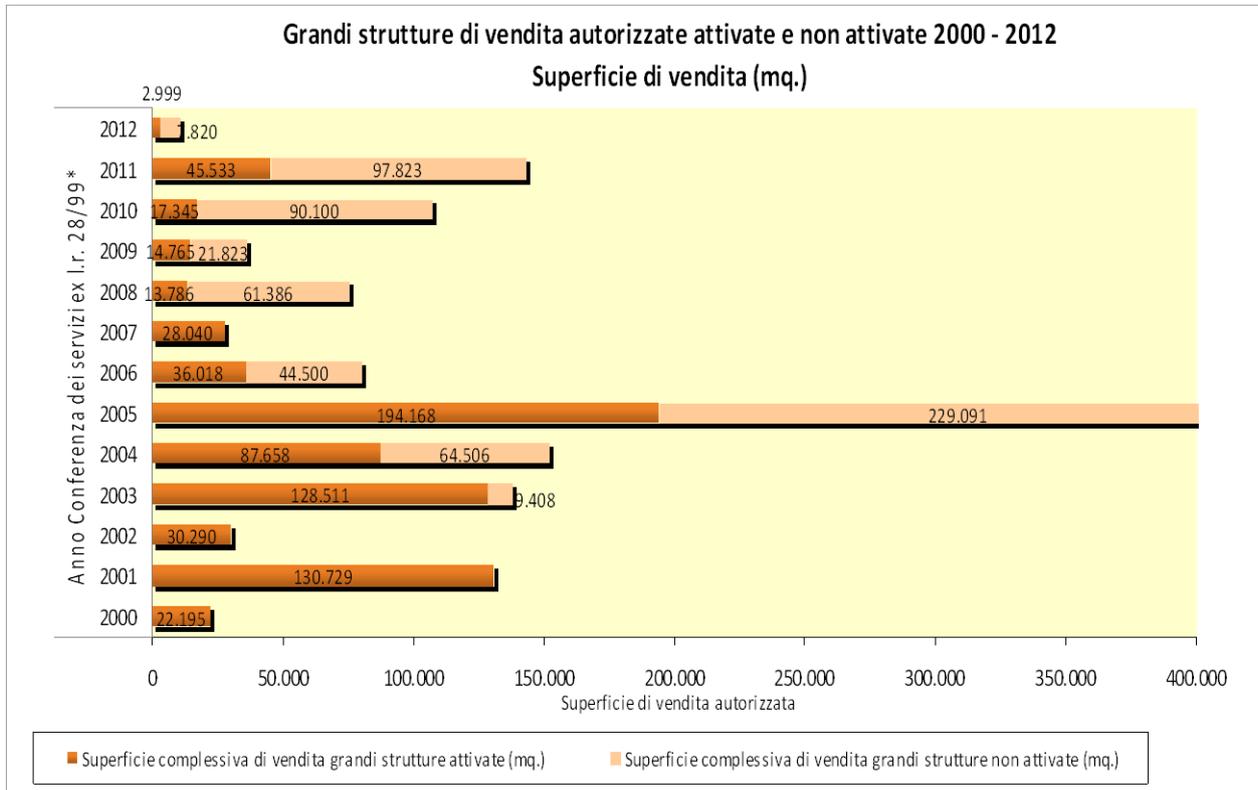
- 175 centri commerciali per 1.242.247 mq.
  - 35 grandi strutture a localizzazione singola per 141.318 mq.
- di queste, 168 per una superficie di vendita complessiva di 1.190.978 mq. sono state rilasciate in comuni appartenenti ad aree di programmazione e 42 per 192.587 mq. in comuni non appartenenti ad aree di programmazione. Per livello gerarchico dei comuni:
- 95 per 720.222 mq. in comuni polo
  - 16 per 136.994 mq. in comuni subpolo
  - 59 per 312.579 mq. in comuni intermedi
  - 33 per 167.91 mq. in comuni minori



- L'89,5% delle strutture (188) e il 93,5% della superficie di vendita (1.292.922 mq.) è stato autorizzato in localizzazioni e addensamenti extra-urbani (L2 e A5), il rimanente 10,5% delle strutture (22) e il 6,5% della superficie di vendita (90.643 mq.) è stato autorizzato in localizzazioni e addensamenti urbani (L1, A1, A2, A3 e A4).
- Delle 210 strutture autorizzate ne sono state attivate 122 (58%) per una superficie di 757.108 mq. (54,5%), precisamente :
- 97 centri commerciali per 653.478 mq.
  - 25 grandi strutture a localizzazione singola per 103.630 mq.
- risultano ancora da attivare 88 strutture (42%) per una superficie di 626.457 mq. (43,5%). Per tipologia distributiva:
- 78 centri commerciali per 588.769 mq.
  - 10 grandi strutture a localizzazione singola per 37.688 mq.
- delle 88 autorizzazioni per strutture non ancora attivate
- 35 risultano in corso di validità
  - 53 hanno ottenuto una proroga

di queste:

- 30 per 193.788 mq. hanno avviato il procedimento per ottenere le autorizzazioni urbanistiche (L.R. 56/77)
- 23 per 175.026 mq. stanno completando l'iter inerente la valutazione d'impatto ambientale (L.R. 40/77)
- 35 per 257.643 mq. non hanno ancora avviato i procedimenti per la valutazione ambientale o per l'autorizzazione urbanistica



La localizzazione territoriale delle autorizzazioni rilasciate attivate e non ancora attivate e presentata nelle relative carte (pagg. 15-16).

I dati sulle deliberazioni della Conferenza dei servizi ex L.R. 28/99 per l'autorizzazione di grandi strutture di vendita confermano le evidenze emerse dall'analisi della dinamica strutturale e dell'applicazione della programmazione a livello comunale.

Emerge in maniera evidente come le grandi strutture di vendita si siano polarizzate nelle zone di programmazione extra-urbana, favorite in questo dalle maggiori possibilità di insediamento previste dalla tabella di compatibilità territoriale dello sviluppo e dai minori costi d'acquisto dei terreni e degli adeguamenti urbanistici.

E' interessante notare che sia nei comuni appartenenti ad aree di programmazione, sia in quelli non appartenenti ad aree sono state autorizzate più strutture nei comuni intermedi di quelle autorizzate nei comuni subpolo e pur essendo i Comuni intermedi molto più numerosi dei comuni subpolo, questo dato conferma la tesi che i comuni intermedi possono rappresentare i nodi delle reti di offerta commerciale secondaria e possono costituire il centro attrattore di piccoli sistemi di offerta a scala sovracomunale.

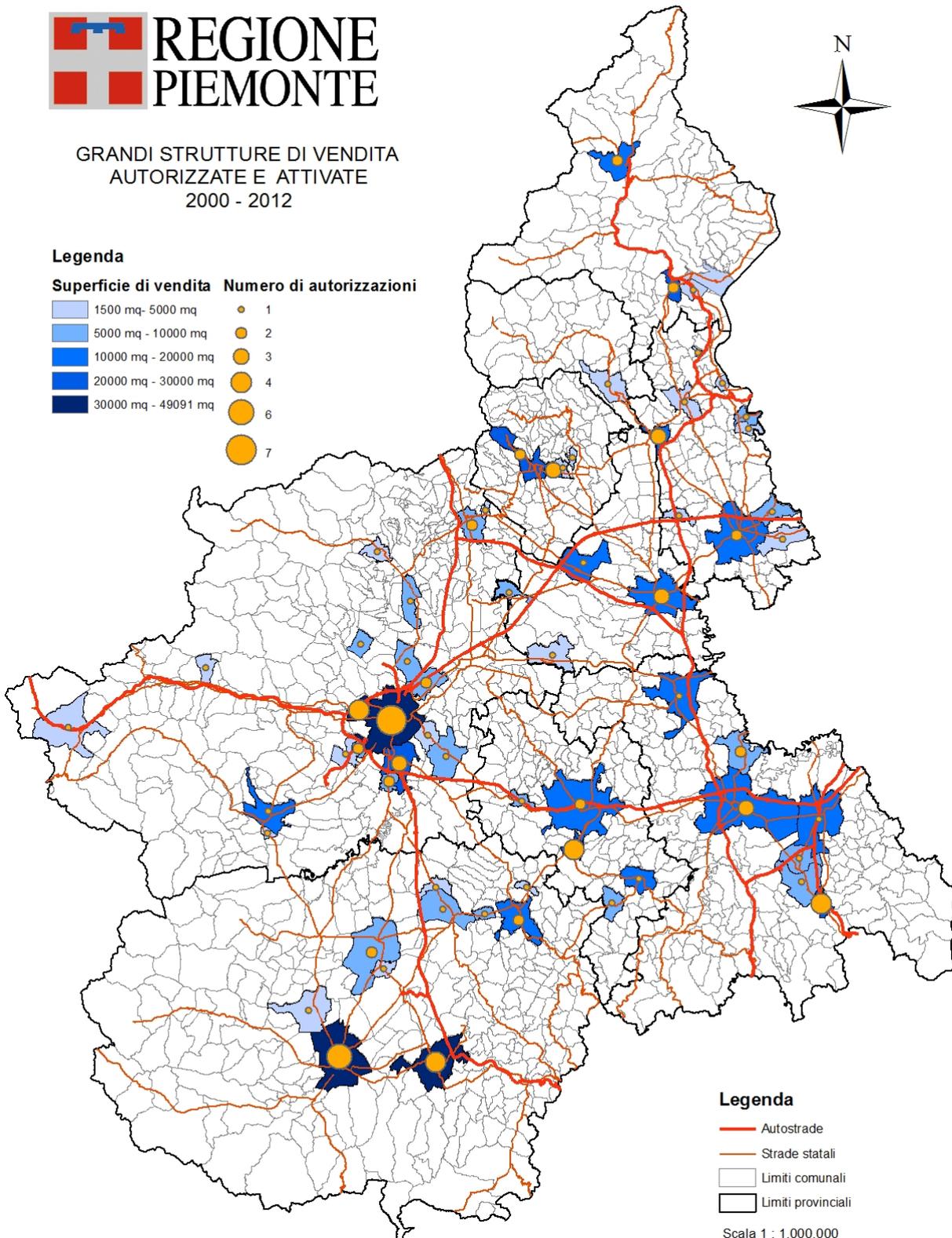
Per quanto attiene alle autorizzazioni per strutture di vendita non ancora attivate, alla luce dei dati sulla situazione dei procedimenti, si può presumere che le 54 autorizzazioni che hanno avviato il procedimento per ottenere le autorizzazioni urbanistiche o stanno completando l'iter inerente la valutazione d'impatto ambientale saranno attivate, mentre è possibile che non tutte le rimanenti 35 autorizzazioni vengano attivate.

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA  
AUTORIZZATE E ATTIVATE  
2000 - 2012



**Legenda**

Superficie di vendita	Numero di autorizzazioni
1500 mq - 5000 mq	1
5000 mq - 10000 mq	2
10000 mq - 20000 mq	3
20000 mq - 30000 mq	4
30000 mq - 49091 mq	6
	7



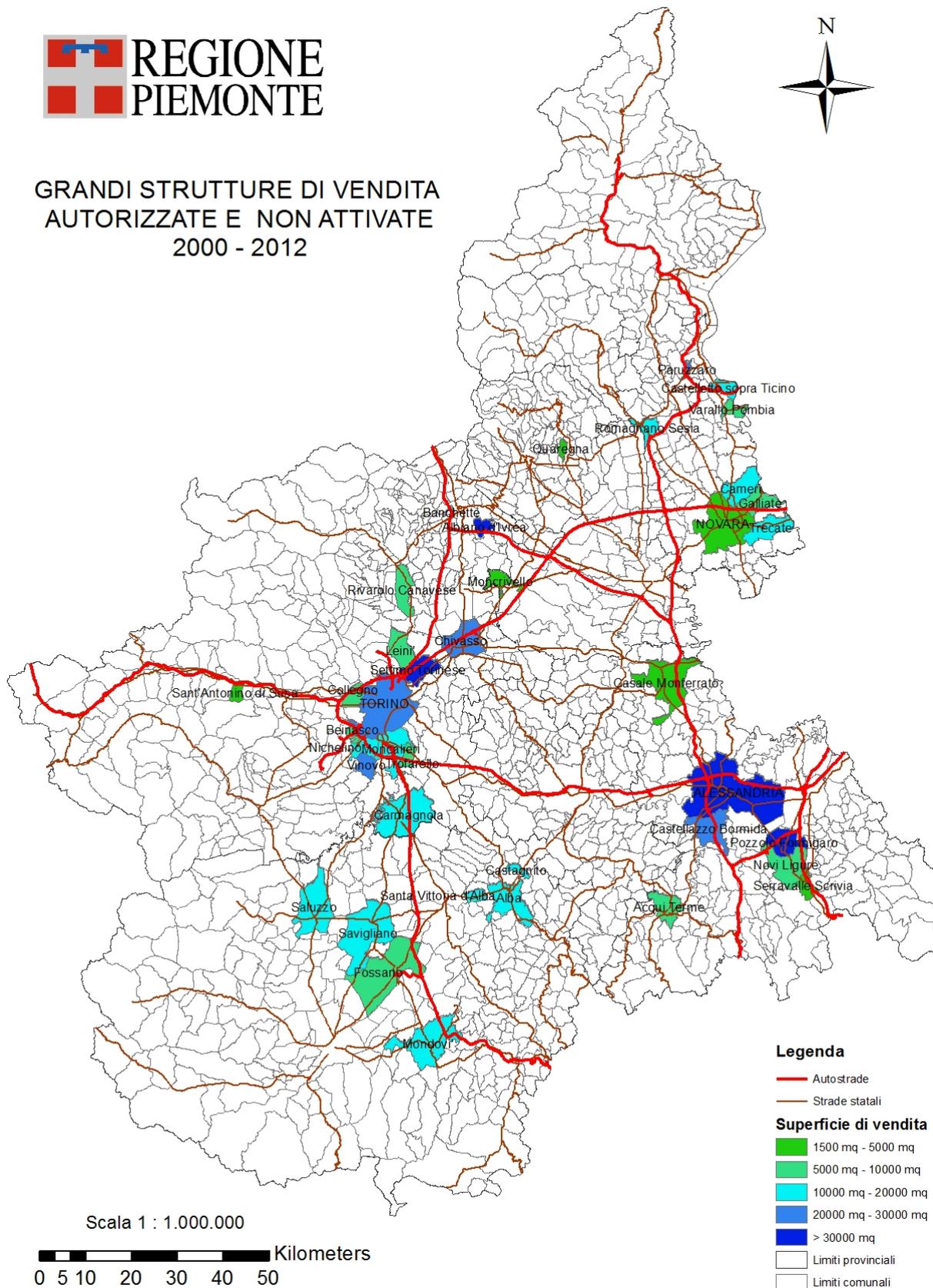
**Legenda**

-  Autostrade
-  Strade statali
-  Limiti comunali
-  Limiti provinciali

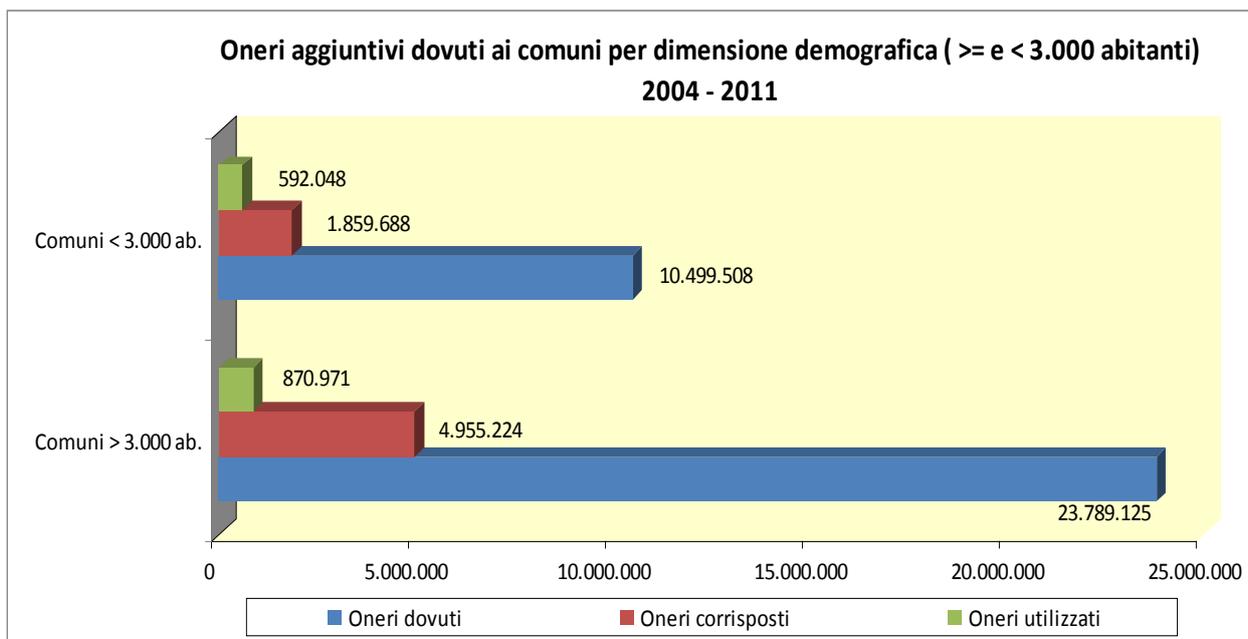
Scala 1 : 1.000.000



**GRANDI STRUTTURE DI VENDITA  
AUTORIZZATE E NON ATTIVATE  
2000 - 2012**



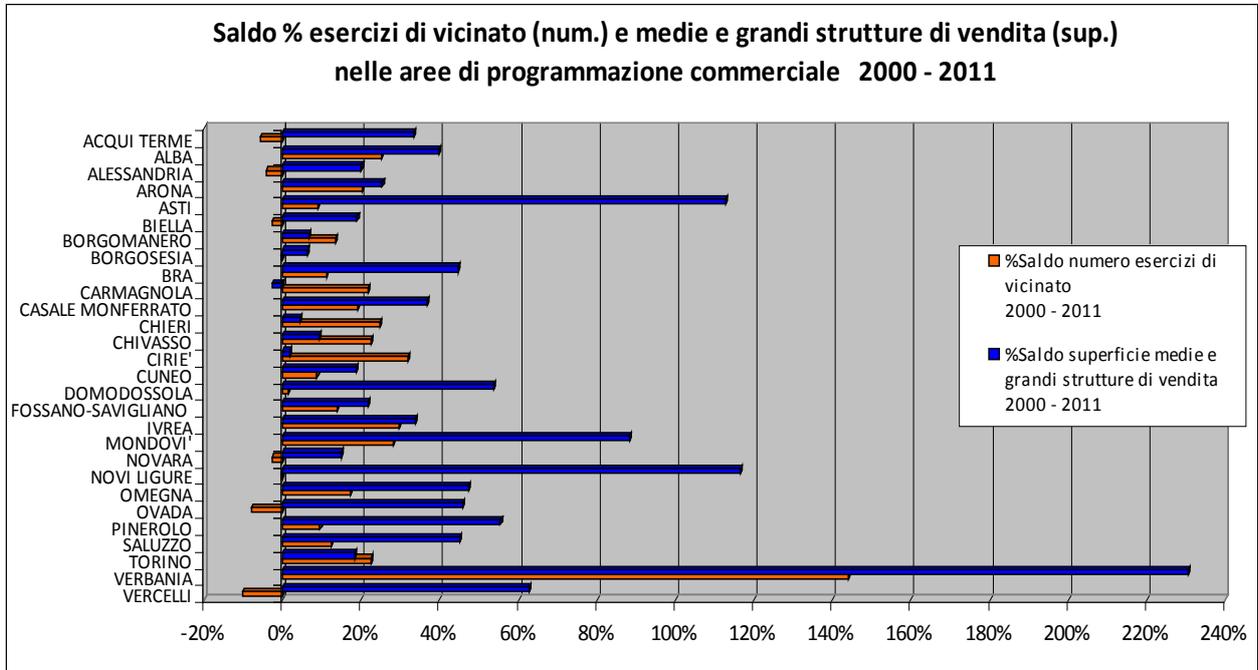
La L.R. 37/2003 di modifica della L.R. 28/99 ha introdotto un onere aggiuntivo per il rilascio delle autorizzazioni per grandi strutture di vendita che deve essere erogato dalle società che realizzano insediamenti distributivi di grandi dimensioni al comune sede dell'intervento e/o ai comuni contermini. L'utilizzo degli oneri aggiuntivi è finalizzato alla riqualificazione e rivitalizzazione del commercio. Con la D.G.R. 21-4844/2006 è stata avviata una fase sperimentale di prima attuazione della relativa disciplina. L'Osservatorio regionale del commercio ha monitorato la fase sperimentale e ha fotografato la situazione antecedente all'approvazione della L.R. 13/2011, che ha istituito un fondo regionale nel quale confluisce una quota pari 25% degli oneri aggiuntivi.



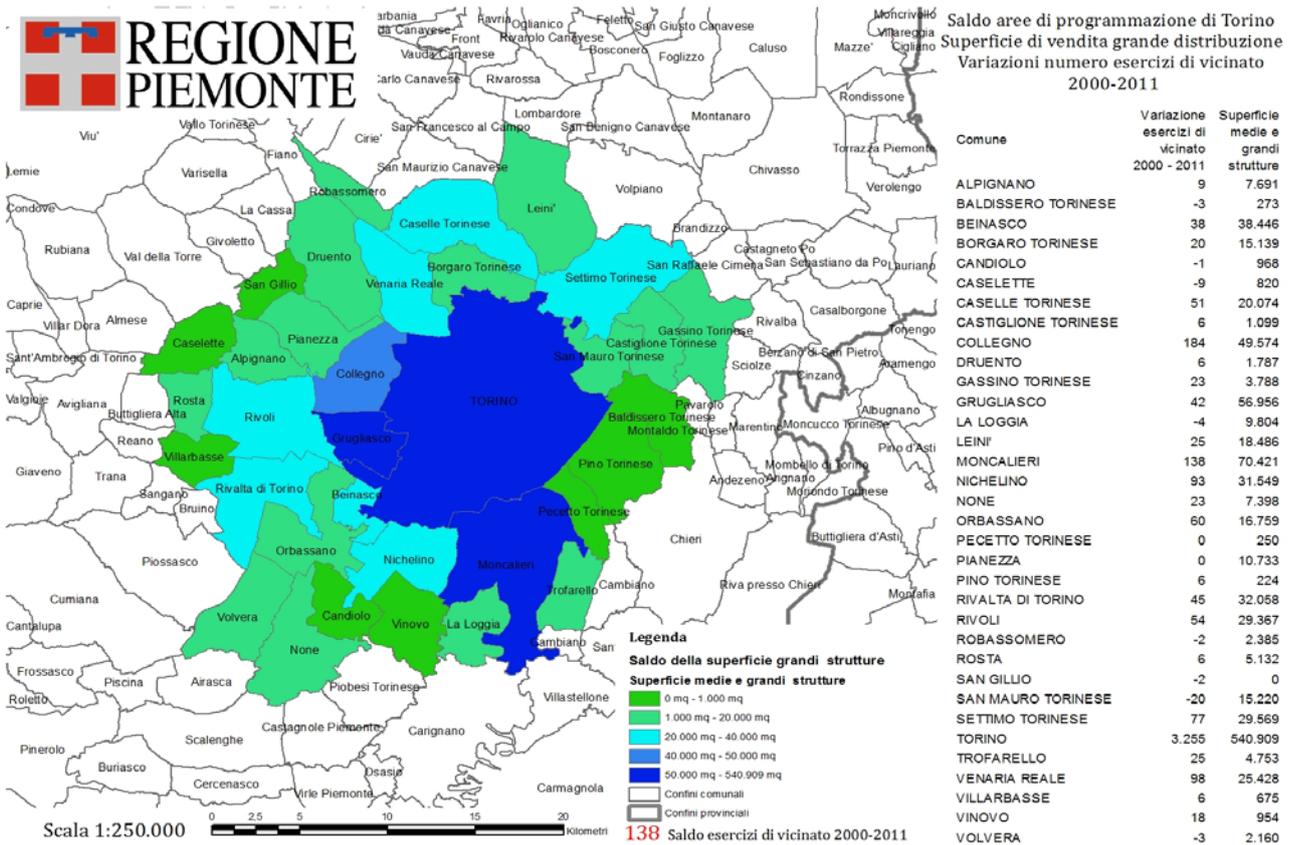
- sono state approvate 129 deliberazioni della Conferenza dei servizi ex L.R. 28/99 con obbligo del pagamento degli oneri aggiuntivi
- 34.288.633 gli oneri aggiuntivi complessivamente dovuti a 449 comuni beneficiari, di cui:
  - 23.789.125 dovuti a 166 comuni > 3.000 abitanti
  - 10.499.508 dovuti a 283 comuni =< 3.000 abitanti
- 6.814.912 gli oneri aggiuntivi complessivamente corrisposti a 237 comuni, di cui:
  - 4.955.224 corrisposti a 106 comuni > 3.000 abitanti
  - 1.859.688 corrisposti a 131 comuni =< 3.000 abitanti
- 1.463.018 gli oneri aggiuntivi complessivamente utilizzati da 73 comuni per interventi destinati alla rivitalizzazione e alla riqualificazione delle zone di insediamento commerciale, di cui:
  - 870.971 utilizzati da 39 comuni > 3.000 abitanti
  - 592.047 utilizzati da 34 comuni =< 3.000 abitanti

Nei dieci mesi successivi all'approvazione della L.R. 13/2011 che ha istituito un fondo regionale per la qualificazione del commercio nel quale deve essere versato il 25% degli oneri aggiuntivi, sono state approvate 6 deliberazioni della Conferenza dei servizi ex L.R. 28/99 per grandi strutture di vendita con obbligo del pagamento degli oneri aggiuntivi, per complessivi 338.164 euro, di cui 84.541 destinati al fondo regionale e 253.623 destinati a 29 comuni beneficiari. L'esame della dinamica degli esercizi commerciali nelle aree di programmazione commerciale conferma il fenomeno della polarizzazione degli esercizi commerciali, in particolare degli

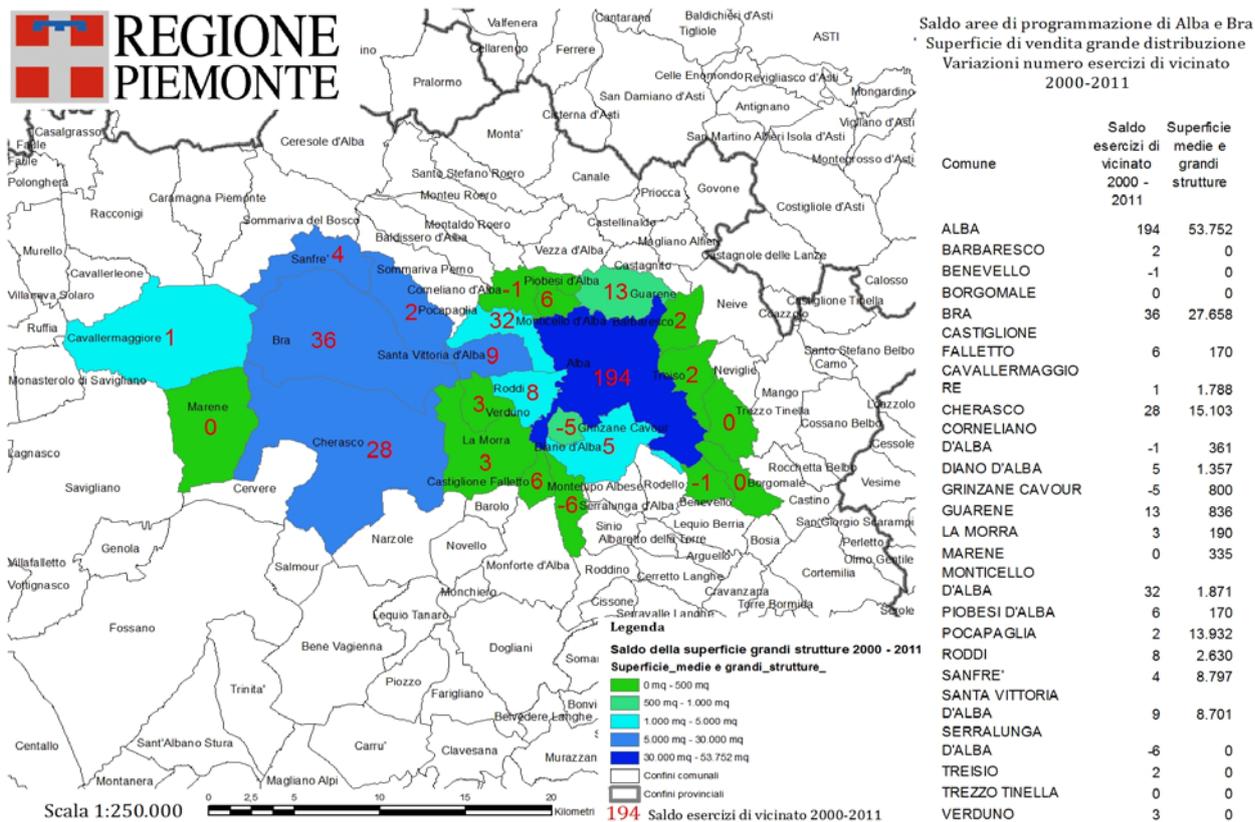
esercizi di vicinato nei comuni a più forte attrazione che costituiscono il centro di gravitazione delle aree di programmazione. Fanno eccezione 8 aree di programmazione, nelle quali a fronte di uno sviluppo della grande distribuzione organizzata si riscontra una flessione degli esercizi di vicinato. Il fenomeno è particolarmente evidente nelle aree di Alessandria e di Vercelli nelle quali gli esercizi di vicinato fanno registrare una forte flessione nel capoluogo. Nelle altre 20 aree a fronte di uno sviluppo della distribuzione moderna di assiste ad un proporzionale aumento degli esercizi di vicinato.



E' stata analizzata più in dettaglio la dinamica della rete distributiva in alcune aree di programmazione che presentano gli andamenti più significativi: l'area commerciale di Torino, quelle di Vercelli e Novara e quelle di Alba e Bra.



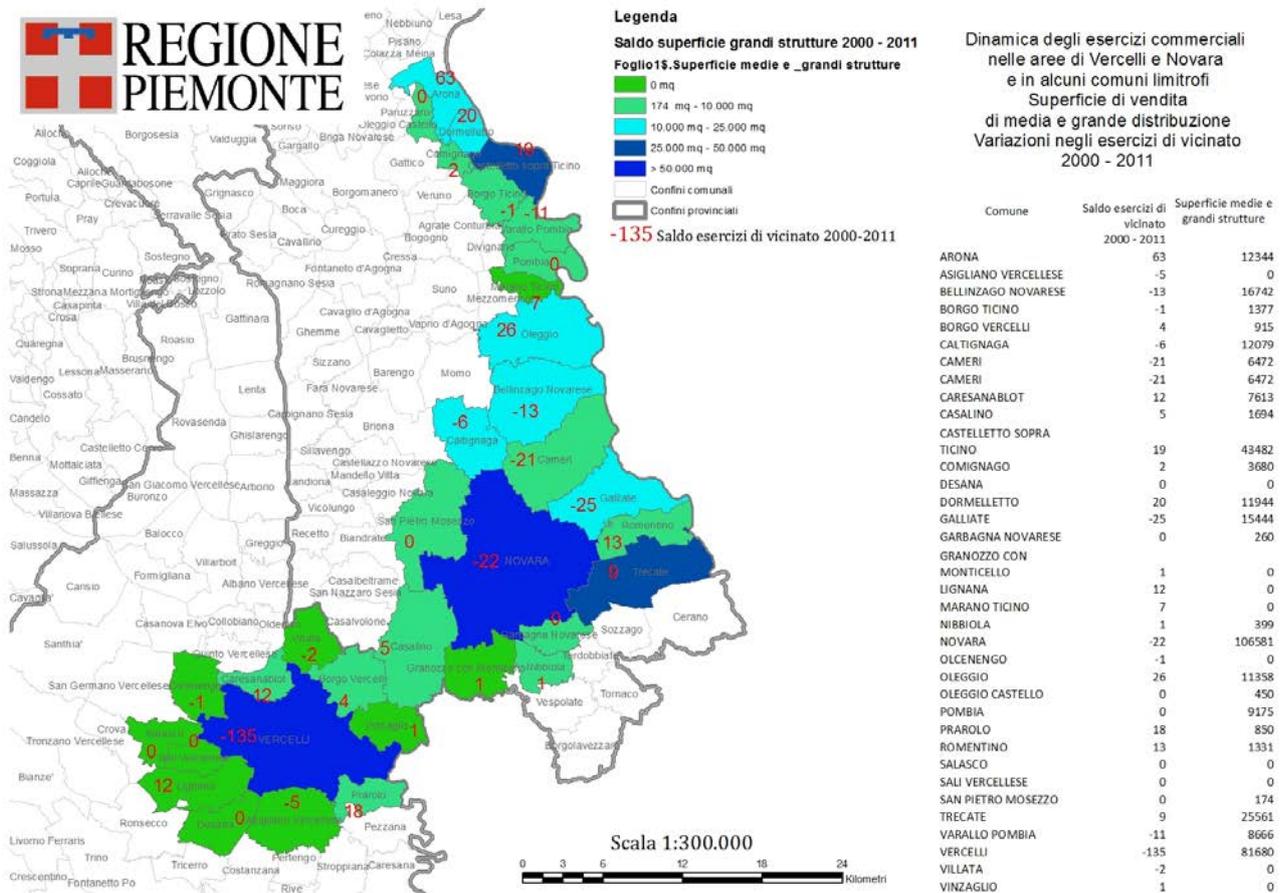
Nell'area di programmazione di Torino si è registrato un forte aumento degli esercizi di vicinato, polarizzati in particolare nel capoluogo e nei comuni di Moncalieri e Collegno, dove più forte è risultato lo sviluppo della grande distribuzione moderna. In tutta l'area, il vicinato ha perso alcuni esercizi soltanto in pochi comuni contermini dei contermini del capoluogo. L'aumento percentuale del numero degli esercizi di vicinato nell'area è risultato superiore all'aumento della superficie di vendita della grande distribuzione. Nelle aree di Alba e di Bra si è registrato un aumento degli esercizi di vicinato praticamente in tutti i comuni delle due aree, più elevato nei due comuni polo dove più significativo è stato lo sviluppo della grande distribuzione, ma comunque sostenuto anche nei comuni nei quali non si sono insediate strutture di dettaglio moderno.



Diverso il caso delle Aree di Novara e Vercelli nelle quali gli esercizi di vicinato sono diminuiti nei comuni capoluogo, in particolare a Vercelli, dove più forte è la presenza di grandi strutture di vendita, mentre hanno resistito nei comuni contermini, soprattutto nei comuni confinanti con Vercelli. Va ricordato, tuttavia, che la provincia di Novara è l'unica in Piemonte nella quale non vi sono comuni privi di esercizi commerciali. Contrariamente alle aree di Torino, Alba e Bra, la maggior parte delle grandi strutture presenti a Novara e soprattutto a Vercelli sono state autorizzate prima dell'entrata in vigore della L.R. 28/1999 e lo sviluppo di forme distributive più moderne nei due capoluoghi dopo il 2000 è risultato alquanto modesto. Per questo motivo è stata esaminata la dinamica della rete distributiva nei comuni confinanti con l'area di Novara tra Bellinzago Novarese e Castelletto sopra Ticino e Dormelletto, nei quali sono state autorizzate dopo il 2000 forme di grande distribuzione moderna. Nei comuni confinanti con Castelletto Ticino gli esercizi di vicinato sono aumentati mentre sono diminuiti nei Comuni confinanti con l'Area di Novara.

L'analisi dimostra che la grande distribuzione non entra in concorrenza con il vicinato nei comuni a forte polarizzazione commerciale e a notevole concentrazione demografica (Area di Torino) dove maggiore è il potere d'acquisto della popolazione residente (Alba-Bra) e nelle aree in cui sviluppano le forme più moderne di grande distribuzione (Area di Torino e Alba-Bra, Comune di Castelletto sopra Ticino). La concorrenza tra vicinato e grande distribuzione si

manifesta quando la domanda si contrae o si riscontra una diminuzione demografica (Vercelli) o nelle aree nella quali non si sviluppano forme di distribuzione moderna (Novara e Vercelli).



Le analisi dell'Osservatorio regionale del Commercio e del Settore Regionale Programmazione del Settore Terziario Commerciale evidenziano come la crescita e la modernizzazione della rete distributiva regionale si è concentrata, rispondendo ad una logica di mercato, negli ambiti più densamente popolati e ha interessato prevalentemente i poli di più forte attrazione commerciale. In questi 12 anni si è assistito ad un progressivo rafforzamento degli ambiti che costituiscono, da soli o in sinergia con altri comuni polo, il centro di gravitazione delle aree di programmazione commerciale.

I dati confermano che il mercato, nei comuni a più forte attrazione commerciale, è ormai maturo e che la riqualificazione del sistema dovrebbe essere ricercata non soltanto con uno sviluppo quantitativo ma anche soprattutto attraverso processi di riqualificazione delle strutture esistenti. Va tuttavia considerato che l'eventuale ingresso di nuovi operatori nei comuni a più forte attrazione rappresenta un incentivo alla concorrenza.

Come lo studio ha evidenziato, la tipologia distributiva che ha incontrato le maggiori difficoltà in questi anni è quella delle medie strutture a localizzazione singola. In seguito all'ingresso nel mercato dei centri commerciali, le medie strutture a localizzazione singola, per poter competere, hanno avviato un processo di riqualificazione tipologica e localizzativa a partire dal 2002, testimoniato dalla diminuzione del loro numero accompagnata da un aumento della loro superficie di vendita. Le imprese che non sono riuscite a riqualificarsi sono quindi uscite dal mercato. Il fenomeno tuttavia si è esaurito negli ultimi due anni, nei quali le medie strutture hanno fatto registrare una flessione del loro numero e una, sia pur leggera, diminuzione della loro superficie.

Alla luce di questi risultati, al fine di consentire uno sviluppo più equilibrato della rete distributiva sul territorio regionale ed evitare l'eccessiva polarizzazione degli esercizi nei comuni a più forte

attraazione commerciale, soprattutto nelle zone di programmazione extra-urbana, sarebbe opportuno prevedere interventi per incentivare l'insediamento di esercizi commerciali di contenute dimensioni, in particolare di medie strutture a localizzazione singola, nei comuni minori ed intermedi, soprattutto in quelli non appartenenti ad aree di programmazione commerciale, utilizzando incentivi per favorire migliori condizioni per l'insediamento in questi comuni, disincentivando contemporaneamente la localizzazione di grandi strutture nei comuni polo, e in particolare nelle localizzazioni extra-urbane. E' opportuno, tuttavia, valutare attentamente tali interventi per evitare che risultino in contrasto con la direttiva Bolkestein e il decreto Monti.

Tali politiche, unite ad un rafforzamento dei programmi integrati di rivitalizzazione delle realtà minori, servirebbero anche per contrastare il fenomeno della desertificazione commerciale, che sia pure marginale, non accenna a regredire.

Sarebbe opportuno, infine, rivedere la classificazione gerarchica dei Comuni, in particolare dei 24 comuni minori, che in questi 12 anni, hanno visto la loro popolazione residente aumentare e superare i 3.000 abitanti, acquistando quindi dignità di comuni intermedi.