



COMUNE DI
MASSALENGO
PROVINCIA DI LODI

PGT

Piano di Governo del Territorio

ai sensi della Legge Regionale 11 marzo 2005, n. 12

REVISIONE 2019-2020
e adeguamento alla LR n. 31/2014

1

DdP

Documento di Piano

Fascicolo

IL SISTEMA COMMERCIALE

allegato alla deliberazione di Consiglio Comunale n. del

SINDACO
geom. Severino Serafini

PROGETTISTI
dott. arch. Mario Mossolani
dott. ing. Marcello Mossolani

SEGRETARIO
dott. Gabriele Maggiori

COLLABORATORI
geom. Mauro Scano

RESPONSABILE DEL SETTORE TECNICO
dott. ing. Luca Lena



STUDIO MOSSOLANI
urbanistica architettura ingegneria
via della pace 14 - 27045 casteggio (pavia) - tel. 0383 890096 - telefax 0383 803683

Comune di Massalengo

Provincia di Lodi

PGT

Piano di Governo del Territorio

REVISIONE 2019-2020

e adeguamento alla LR n. 31/2014

PIANO PER GLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI

INDICE

1.	IL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMMERCIALE	2
1.1.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: QUADRO NORMATIVO.....	2
1.2.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: DEFINIZIONI, FORME E TIPI.....	3
1.3.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: PROGRAMMAZIONE REGIONALE	4
1.4.	COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: INDICAZIONI URBANISTICHE DELLA L.R. N. 12/2005	6
1.5.	LA LEGGE REGIONALE 2 FEBBRAIO 2010, N. 6.....	10
2.	ANALISI DEL SISTEMA COMMERCIALE.....	12
2.1.	IL SISTEMA COMMERCIALE DI MASSALENGO	12
2.2.	QUADRO RICOGNITIVO TERRITORIALE E DEMOGRAFICO	12
2.3.	QUADRO CONOSCITIVO DEL SISTEMA COMMERCIALE	27
2.3.1.	punti di vendita al dettaglio in Regione Lombardia e nella Provincia di Lodi	27
2.3.2.	Commercio ambulante	31
2.3.3.	commercio al dettaglio in sede fissa.....	32
2.3.4.	Caratteristiche del sistema distributivo a Massalengo.....	38
2.3.5.	La dimensione dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa...	41
3.	PROPOSTE PER IL PGT DEL SISTEMA COMMERCIALE.....	44
3.1.	METODOLOGIA.....	44
3.2.	FABBISOGNO COMMERCIALE.....	47
3.2.1.	Calcolo per il settore alimentare	49
3.2.2.	Calcolo per il settore non alimentare.....	51
3.3.	LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE DEL PGT	53
3.3.1.	CRITERI DI LOCALIZZAZIONE	53
3.3.2.	CLASSIFICAZIONE	53
3.3.3.	NUMERO , TIPOLOGIA E LOCALIZZAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI CONSENTITI.....	53

1. IL SISTEMA DISTRIBUTIVO COMMERCIALE

Il presente documento costituisce la relazione illustrativa della componente commerciale della "REVISIONE 2019-2020" e adeguamento alla LR n. 31/2014 del Piano di Governo del Territorio del Comune di Massalengo,

Il PGT deve occuparsi di attività di commercio al dettaglio in sede fissa, intesa come attività esercitata da chi acquista merci e le rivende direttamente al consumatore finale, cioè al pubblico in generale.

La presente relazione descrive le scelte della citata revisione del PGT propone le proprie scelte sulla base delle indicazioni normative nazionali e regionali, che determinano il quadro di azione e di sviluppo del settore commerciale.

1.1. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: QUADRO NORMATIVO

Il riferimento fondamentale per il settore commerciale è il d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114 (c.d. "legge Bersani", ovvero la Riforma del commercio), che ha innovato profondamente la normativa sul commercio al dettaglio. Esso suddivide i settori merceologici di vendita nelle sole due sole categorie alimentare e non alimentare.

La Regione Lombardia si è adeguata con la Legge Regionale sul Commercio (LR 23 luglio 1999, n. 14) ed ha avviato una prima fase "sperimentale" con il Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3 (Regolamento di attuazione della legge regionale 23 luglio 1999 n. 14 per il settore del commercio) ed ha poi regolamentato in modo più compiuto la disciplina del Commercio,

Attualmente gli strumenti normativi vigenti, a cui fare riferimento, sono:

- 1) legge regionale 23 luglio 1999, n. 14 "Norme in Materia di Commercio su Attuazione del D. lgs. 31/3/1998 n. 114" "Riforma della Disciplina Relativa al Settore Commercio, a Norma dell'Art. 4, comma 4, della Legge 15/3/1997 n. 59" e Disposizioni Attuative del D. lgs 11/2/1998, n. 32 "Razionalizzazione del Sistema di distribuzione dei Carburanti, a Norma dell'Art. 4, comma 4, lettera e), della Legge 15/3/1997 n. 59".
- 2) Delibera Consiglio Regionale 13 marzo 2007, 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"

Modalità attuative:

- Deliberazione Giunta Regionale 21 novembre 2007, n° VIII/5913 - "Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli enti locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, LR 14/1999)" - B.U.R.L. 3 dicembre 2007, n° 49
 - Deliberazione Giunta Regionale 5 dicembre 2007, n° VIII/6024 e ss.mm.ii. - "Medie strutture di vendita - Disposizioni attuative del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008" - B.U.R.L. 3 dicembre 2007, n° 49
- 3) Delibera Consiglio Regionale 2 ottobre 2006 n. VIII/215 "Programma Triennale per lo Sviluppo del Sistema Commerciale 2006-2008". Fino all'approvazione da parte della Giunta regionale dei provvedimenti attuativi del Programma, restano in vigore le disposizioni contenute nella DCR 30 luglio 2003, n. VII/871 e le relative modalità attuative

Modalità attuative:

- Deliberazione Giunta Regionale 4 luglio 2007 n. 8/5054 "Modalità applicative del programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006 – 2008"
- 4) legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6 "Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere". Con questo Testo Unico la Lombardia si è dotata di una normativa organica della materia, completando il consistente lavoro di semplificazione realizzato nel corso dell'VIII Legislatura. Tutte le norme regionali vigenti sul commercio, le fiere e i mercati sono quindi contenute in un'unica raccolta di 156 articoli raggruppati in 7 Titoli.
- 5) Delibera Consiglio Regionale 12 novembre 2013, n. X/187 "Nuove linee per lo sviluppo del settore commerciale"

Conservano una grande importanza soprattutto informativa ed applicativa i seguenti provvedimenti regionali, precedenti la l.r. n. 12/2005:

- 6) Delibera Consiglio Regionale 30 luglio 2003 n. VII/871 "Programma Triennale per lo Sviluppo del Sistema Commerciale 2003-2005".

Modalità attuative:

- Deliberazione Giunta Regionale n. VII/15701 del 18/12/2003 "Modalità applicative del Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2003-2005 in materia di grandi strutture di vendita PRS: Obiettivo Gestionale 3.10.91. Aggiornamento della normativa e della Programmazione regionale in materia commerciale e distributiva.
- Deliberazione Giunta Regionale n. VII/15716 del 18/12/2003 "Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2003-2005: modalità applicative e criteri urbanistici per l'attività di pianificazione di gestione degli enti locali in materia commerciale (L.R. 23/7/99 n. 14).

1.2. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: DEFINIZIONI, FORME E TIPI

Gli esercizi di vendita sono invece suddivisi in base alla loro dimensione, diversa per comuni con popolazione inferiore o superiore a 10.000 abitanti:

Dimensione dell'esercizio	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Esercizio di vicinato	fino a 150 m²	fino a 250 m²
Media struttura di vendita	da 151 a 1.500 m²	da 251 a 2.500 m²
Grande struttura di vendita	oltre 1.500 m²	oltre 2.500 m²
Grande struttura di vendita area estesa	maggiore di 5.000	

La riforma ha effettuato anche la "liberalizzazione totale" delle attività di vicinato, l'affidamento ai comuni delle licenze per le medie strutture ed alla regione (tramite una conferenza di servizi che la vede insieme con il comune e la provincia) quello delle grandi strutture di vendita.

Secondo la DGR 4 luglio 2007, n. VIII/5054, nel caso di attività di vendita esclusiva di merci ingombranti, non immediatamente amovibili e a consegna differita (es. mobilifici, autoconcessionarie, legnami, materiali edili) la superficie di vendita è computata nella misura di 1/8 della Superficie lorda di pavimento.

La Regione Lombardia ha articolato (DGR 4 luglio 2007, n. VIII/5054, Allegato 2, tavola 1) le grandi strutture di vendita in quattro sottocategorie:

Dimensione dell'esercizio di GRANDE DISTRIBUZIONE	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Grande struttura a rilevanza comunale	da 1.501 a 5.000 m ²	da 2.501 a 5.000 m ²
Grande struttura a rilevanza provinciale	da 5.001 a 10.000 m ²	
Grande struttura a rilevanza interprovinciale	da 10.001 a 15.000 m ²	
Grande struttura a rilevanza regionale	maggiore di 15.000	

Secondo il d.lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lettera g), le medie e le grandi strutture di vendita possono assumere la forma del centro commerciale, quando "... più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente".

Secondo la citata DGR 4 luglio 2007, n. VIII/5054, punto 4.2.1, comma 2 lettere a e b), in Regione Lombardia il centro commerciale può essere suddiviso in quattro categorie:

- Centro commerciale tradizionale
- Centro commerciale multifunzionale
- Factory outlet centre
- Parco commerciale

1.3. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: PROGRAMMAZIONE REGIONALE

Come si è detto, il d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114 svolge il ruolo di legge quadro, che la Regione Lombardia ha sviluppato con la legge regionale 23 luglio 1999, n. 14, ha integrato e completato con il Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008 (DCR 215/2006) con le sue modalità applicative (DGR 5054/2007).

Con il Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008 (che conferma gli obiettivi del PRS - Piano Regionale di Sviluppo- e dei Documenti di Programmazione Economico Finanziaria di breve e di lungo periodo) la Regione Lombardia ha individuato gli scenari e gli indirizzi per la qualificazione della rete commerciale e per sua regolamentazione.

Con i provvedimenti attuativi la Regione Lombardia fornisce più specifici indirizzi, criteri, modalità di valutazione in merito a singoli aspetti della Legge e del Programma Triennale.

Secondo la Delibera Consiglio Regionale 2 ottobre 2006 n. VIII/215, il territorio della regione è suddiviso in ambiti territoriali con caratteristiche di omogeneità (ai sensi dell'art. 2 della legge regionale 14/1999), allo scopo di migliorare l'offerta del servizio commerciale ai cittadini e di consentire la razionalizzazione e lo sviluppo della rete distributiva perseguendo nel contempo il controllo e il contenimento dell'impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale.

Gli ambiti territoriali sono già stati definiti nel precedente PTSSC 2003-05 sulla base delle caratteristiche della rete commerciale e delle sue dinamiche recenti, nonché in relazione a caratteristiche geografiche, economiche e sociali, in rapporto alla domanda esistente e prevedibile dal punto di vista qualitativo e quantitativo.

L'articolazione territoriale tiene conto in particolare di:

- densità della popolazione residente e distribuzione territoriale per fasce di età;
- attrattività dell'offerta commerciale esistente;
- densità e dinamiche evolutive della distribuzione commerciale al dettaglio con particolare riferimento all'ultimo triennio;
- situazione geografica ed ambientale del territorio.

In ogni ambito territoriale sono definite misure di riequilibrio e di sviluppo sostenibile della rete commerciale in considerazione della presenza di aree metropolitane, di centri storici e di centri di minore dimensione demografica e della loro valorizzazione e rivitalizzazione, con particolare attenzione alla rete distributiva di prossimità.

Coerentemente con quanto stabilito nel precedente PTSSC, il territorio lombardo è stato suddiviso nei seguenti ambiti territoriali:

- ambito commerciale metropolitano;
- ambito di addensamento commerciale metropolitano;
- ambito urbano dei capoluoghi;
- ambito montano;
- ambito lacustre;
- ambito della pianura lombarda.

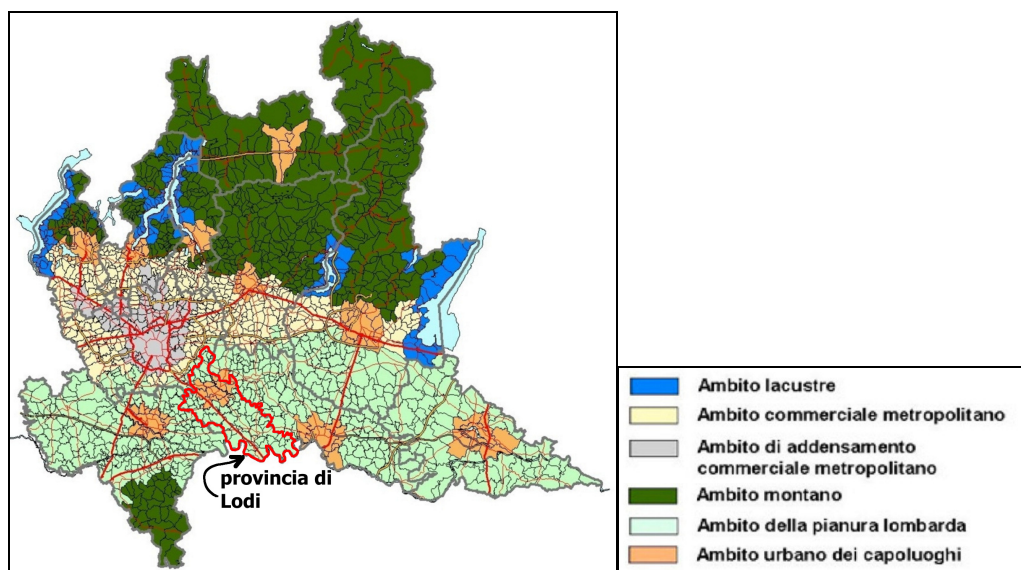


Figura 1 Ambiti commerciali individuati dal PTSSC della Regione Lombardia per il comune di Massalengo

Il comune di Massalengo fa parte dell' ambito della pianura lombarda:

Cod. ISTAT	provincia	comune	ambito
98037	Provincia di Lodi	Massalengo	AMBITO della pianura lombarda

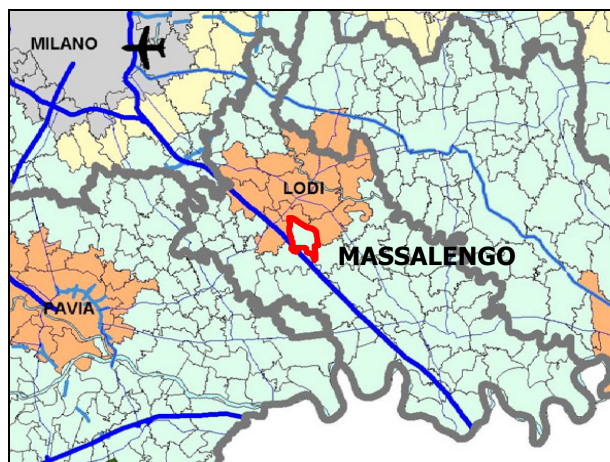


Figura 2 Ambiti commerciali individuati dal PTSSC della Regione Lombardia per il comune di Massalengo

L'ambito della pianura lombarda è così definito:

Ambito della pianura lombarda

È costituita dalla fascia meridionale del territorio regionale (bassa pianura lombarda), connotata da una minore densità demografica, con prevalenza di piccoli centri e da un tessuto commerciale prevalentemente impostato secondo la rete tradizionale e interessato da localizzazioni recenti della grande distribuzione, con aree di criticità nella disponibilità locale di esercizi di vicinato.

Sono presenti centri urbani di media attrattività commerciale e si riscontra una significativa dipendenza dai capoluoghi provinciali in rapporto all'offerta più evoluta.

Indirizzi di riqualificazione e sviluppo sostenibile della rete:

- *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *valorizzazione della articolazione strutturale della rete di vendita, con un limitato sviluppo della media e grande distribuzione nei centri di storica aggregazione commerciale;*
- *qualificazione e specializzazione della rete di vicinato;*
- *promozione dell'integrazione con il commercio ambulante e dell'individuazione di aree dedicate agli operatori ambulanti;*
- *disincentivo alla localizzazione delle attività commerciali in aree extraurbane;*
- *integrazione della rete commerciale con i sistemi produttivi locali;*
- *possibilità di autorizzazione, in un solo esercizio, dell'attività commerciale e di altre attività di interesse collettivo;*
- *valorizzazione e promozione delle attività commerciali di prossimità nei piccoli comuni.*

1.4. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA: INDICAZIONI URBANISTICHE DELLA L.R. N. 12/2005

1.4.1. DCR 352/2007

Secondo le indicazioni della DCR 352/2007 [deliberazione consiglio regionale 13 marzo 2007, n. 352 (indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale)], il Piano di Governo del Territorio, nelle sue tre componenti (Documento di piano, Piano dei servizi, Piano delle regole) deve affrontare le problematiche relative alla distribuzione commerciale nel seguente modo:

- con il Documento di piano per quanto riguarda:
 - la costruzione del quadro conoscitivo del territorio comunale [articolo 8, comma 1, lettera b)], nell'ambito del quale deve essere evidenziata la strutturazione esistente del settore commerciale;
 - la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale [articolo 8, comma 2, lettere a) e b)], dove devono essere evidenziate le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale;
 - la determinazione delle politiche di settore (articolo 8, comma 2, lettera c)), dove particolare attenzione deve essere posta al comparto della distribuzione commerciale nelle sue varie componenti tipologiche;

- l'evidenziazione delle previsioni di carattere commerciale che presentano ricadute a scala sovracomunale [articolo 8, comma 2, lettere c) ed e)], da evidenziare specificamente;
- la valutazione ambientale e paesaggistica delle strategie e delle azioni di piano;
- con il Piano dei servizi ed il Piano delle regole per quanto riguarda:
 - la necessità di integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature di interesse generale offerte alla popolazione locale;
 - la necessità di coerenza le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani sia centrali che periferici, con particolare attenzione alle azioni di recupero degli ambiti degradati e da riconvertire a nuovi usi.
- con gli strumenti attuativi di pianificazione comunale non- ché con gli atti di programmazione negoziata con valenza territoriale, previsti dall'articolo 6 della l.r. 12/2005 per quanto riguarda:
 - gli aspetti di concreto inserimento territoriale, paesaggistico ed ambientale della progettazione dei nuovi insediamenti e l'eventuale valutazione di impatto ambientale.

Ancora, la già DCR 8/352 precisa che:

- nel Documento di Piano pertanto deve essere garantita specifica attenzione al sistema commerciale locale ed in particolare a:
 - la funzionalità complessiva della rete commerciale;
 - la distribuzione sul territorio comunale degli esercizi commerciali e le relative potenzialità o carenze;
 - la presenza e localizzazione delle diverse tipologie di vendita;
 - la consistenza della rete commerciale nei nuclei di antica formazione, evidenziando l'eventuale presenza di esercizi "storici" o di aree urbane a specifica funzionalità commerciale da valorizzare. ..."

Nel caso di nuove previsioni di carattere commerciale di rilevanza sovracomunale (con riferimento, quindi, alle grandi strutture di vendita), gli elementi sopra indicati dovranno essere integrati da valutazioni a scala sovracomunale, "... in relazione a:

- l'accertamento dell'ambito di gravitazione della struttura commerciale da insediare;
- la verifica della consistenza del sistema economico commerciale (esistente o previsto) nell'ambito territoriale di gravitazione così come sopra determinato;
- la necessità di valutare preventivamente le ricadute e gli impatti generati sia a scala locale che sovracomunale e sotto i vari aspetti di possibile incidenza (infrastrutturale, ambientale, paesaggistico, di dotazione dei servizi), nonché attraverso uno studio di prefattibilità che, anche ricorrendo a modelli matematici di simulazione, documenti lo stato di criticità della rete viabilistica esistente ed il grado di incidenza dell'indotto derivante dall'attuazione dell'intervento programmato;
- il riconoscimento del livello di accessibilità della localizzazione prescelta per l'intervento dal punto di vista dei servizi pubblici di trasporto;
- la verifica di coerenza con le valutazioni di sostenibilità derivanti dal contemporaneo processo, da condursi all'interno del Documento di Piano, di Valutazione Ambientale Strategica (VAS).
- il Piano dei Servizi rappresenta lo strumento atto a promuovere una corretta integrazione delle funzioni commerciali con i servizi pubblici di interesse generale per la comunità; può definire infatti scelte idonee a valorizzare il comparto, quali:
 - l'integrazione con i servizi per il tempo libero, rispondendo all'esigenza di fornire attrezzature che coniughino shopping e svago, sia all'interno delle città che in luoghi esterni opportunamente dedicati;
 - il coordinamento con la realizzazione di parcheggi, aree di sosta e di interscambio;
 - l'integrazione con programmi comunali e sovracomunali di ricostruzione di connessioni verdi e di reti ciclo – pedonali;
 - l'eventuale raccordo con l'attivazione di servizi culturali o ricreativi nei centri urbani;

- l'interazione con le previsioni del Piano Urbano del Traffico e del Programma triennale delle opere pubbliche;
 - la promozione della partecipazione delle associazioni del commercio nella realizzazione esecutiva, gestionale e finanziaria dei servizi di qualificazione dell'offerta commerciale locale”.
 - il Piano delle Regole si connota come 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 quindi all'interno del Piano delle Regole che deve essere ricercato il corretto dimensionamento e posizionamento delle attività commerciali in rapporto all'assetto urbano consolidato, considerandole come una risorsa importante a disposizione della pianificazione ai fini del raggiungimento di obiettivi generali di qualificazione di parti di città e di tessuto urbano, di risanamento e rivitalizzazione dei centri storici, di recupero e integrazione urbana di ambiti degradati, compromessi o abbandonati. Il Piano delle Regole dettaglierà pertanto le caratteristiche degli interventi commerciali consentiti per le diverse situazioni urbane presenti nell'ambito comunale:
 - centri di antica formazione ed aree urbane centrali,
 - aree perturbane o periferiche,
 - aree extraurbane di interesse sovracomunale
- Il Piano delle Regole deve normare puntualmente le modalità di inserimento di tali strutture nel contesto territoriale, avendo particolare attenzione a:
- la disciplina dell'assetto morfologico in rapporto alle caratteristiche funzionali, insediative, paesistiche ed ambientali e le potenzialità di riorganizzazione urbanistica locale conseguenti all'insediamento dell'attività commerciale;
 - la specificazione delle categorie commerciali non ammissibili in determinati contesti;
 - la prescrizione di parametri qualitativo – prestazionali riguardanti materiali, tecnologie, elementi costruttivi finalizzati ad assicurare la qualità degli interventi in rapporto all'efficacia energetica, alla riduzione dell'inquinamento, al risparmio di risorse naturali;
 - l'incentivazione delle attività commerciali di vicinato.

1.4.2. DGR 5913/2007

Secondo le indicazioni della DGR 5913/2007 (Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, L.R. n. 14/99)), ai fini dell'individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali, gli strumenti urbanistici comunali devono prevedere una ricognizione della struttura distributiva presente sul territorio comunale integrata da un'analisi di contesto sovracomunale.

Le indagini conoscitive di carattere urbanistico e commerciale da predisporre nei PGT dovranno essere articolate con riferimento sia ad un livello di approfondimento sviluppato alla scala della struttura e della dinamica della rete commerciale locale, sia con attenzione al contesto territoriale più ampio in cui il Comune è inserito.

La verifica delle analisi e delle scelte compiute in rapporto alle indicazioni della DGR 5913/2007 è dimostrata nei successivi paragrafi.

Al fine di integrare e rendere coerenti le scelte di programmazione in materia di commercio con le scelte di sviluppo territoriale individuate dal PGT, e di valutare le compatibilità tra le aree di possibile insediamento e le tipologie delle strutture distributive, con riferimento agli specifici contesti urbanistici, la deliberazione regionale suggerisce di definire nel modo seguente:

- a) nuclei di antica formazione e ambiti centrali urbani consolidati;
- b) ambiti di margine dei centri urbani medio-piccoli;

- c) ambiti consolidati periurbani delle aree metropolitane (dei capoluoghi e di addensamento commerciale metropolitano);
- d) ambiti di trasformazione extraurbani.

La Regione Lombardia suggerisce altresì che, nelle aree sopra individuate, dovranno essere prestate le seguenti attenzioni:

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

- Valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico ed architettonico, attraverso l'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, pubbliche, artigianali, servizi, etc.).
- Insediamento di attività commerciali che per caratteristiche qualitative siano idonee a conservare ed arricchire il ruolo trainante del centro urbano come luogo commerciale e di aggregazione sociale (come storicamente avvenuto nella gran parte dei Comuni lombardi).
- Sviluppo degli esercizi di vicinato, attraverso azioni di sostegno a questa categoria di attività commerciale che più pesantemente ha subito le ricadute negative dell'avvento dei nuovi format distributivi ma che rappresenta l'attività commerciale più radicata e compenetrata nei nuclei storici e centrali.
- Qualificazione dei negozi storici anche per migliorarne l'integrazione con il sistema dei servizi e della mobilità. Particolare attenzione in questo specifico contesto andrà assicurata alla presenza di «negozi storici» ovvero a quegli esercizi commerciali che presentano caratteristiche di eccellenza sotto il profilo storico ed architettonico e che costituiscono significativa testimonianza dell'attività commerciale lombarda.
- Attenzione alle nuove previsioni di medie strutture di vendita in coerenza con le disposizioni del vigente Programma Triennale del Commercio.

L'ipotesi di previsione di medie strutture di vendita dovrà preliminarmente essere valutata in rapporto alla dimensione del singolo Comune ed allo specifico contesto territoriale, tenendo conto che il rilievo urbanistico delle medie strutture di vendita, segnatamente se localizzate in particolari situazioni; nuclei consolidati di centri urbani minori, centri storici caratterizzati da forti criticità nell'accessibilità, può essere significativo anche a scala territoriale più vasta.

In ogni caso le medie strutture di vendita dovranno essere realizzate attraverso progetti di riqualificazione complessiva ed in stretto raccordo con lo sviluppo della rete degli esercizi di vicinato esistenti e di nuovo insediamento, considerato che le medie strutture di vendita possono costituire una componente rilevante per l'equilibrato sviluppo della distribuzione commerciale. Dovrà in ogni caso essere accordata preferenza per gli interventi di razionalizzazione, ammodernamento o ampliamento degli esercizi della rete distributiva esistente. Dovrà comunque essere data priorità agli insediamenti allocati in situazioni urbane dismesse o sottoutilizzate o in aree oggetto di interventi di riqualificazione urbanistica.

b) Ambiti di margine dei centri urbani medio-piccoli

- Attenzione alla riqualificazione e concentrazione sui principali assi commerciali degli esercizi di vendita nonché alla riqualificazione dei nuclei di servizio già esistenti.
- Priorità alle azioni di razionalizzazione, riconversione o ammodernamento di strutture esistenti, mediante operazioni di riqualificazione urbana anche comportanti previsioni di insediamento di medie strutture di vendita attraverso la concentrazione di esercizi di vicinato.
- Attenzione all'integrazione della funzione commerciale con altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, pubbliche, artigianali, servizi, etc.).
- Ricerca nelle nuove localizzazioni di attività commerciali di elementi di ricucitura e ricomposizione dei bordi urbani.
- Assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici.
- Rispetto degli eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso.
- Esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico-ambientale quali i parchi naturali regionali. le riserve naturali regionali, i monumenti naturali ed i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo eccezioni eventualmente contemplate dai Piani Territoriali di Coordinamento.

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

- Razionalizzazione delle aree in cui si siano formate nel tempo, a volte in modo del tutto spontaneo e non programmato, aggregazioni di grandi o medie strutture.
- Utilizzazione degli strumenti di programmazione negoziata per il recupero e riqualificazione di aree.
- Priorità alle concentrazioni commerciali sui nodi di interscambio del trasporto pubblico e privato.
- Qualificazione dell'offerta commerciale in contesti che presentino significativa erosione dell'offerta commerciale, e/o condizione di degrado fisico e sociale.
- Esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico-ambientale.
- Assicurazione di adeguata dotazione di verde.

- *Rispetto degli eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso.*

Si segnala che i casi c) e d) non sono presenti nel territorio e nelle ipotesi previste dal PGT di Massalengo.

Le grandi strutture di vendita

La Regione Lombardia chiede una attenzione più alta ed un approfondimento maggiore per l'insediamento delle grandi strutture di vendita, con le azioni indispensabili per promuovere in positivo i processi di trasformazione territoriale generati: verifiche di impatto socio-economico, urbanistico-infrastrutturale e ambientale e controllo delle possibili esternalità negative costituiscono. Anche questo caso non è presente nel territorio e nelle ipotesi previste dal PGT di Massalengo,

I negozi storici

Alla luce delle priorità individuate dalle politiche regionali in funzione della conservazione e valorizzazione degli esercizi commerciali storici è necessario che, anche in sede di elaborazione degli strumenti urbanistici locali, vi sia un attivo concorso alla tutela di tali esercizi, con modalità idonee rispetto alle specifiche condizioni urbanistiche ed edilizie locali.

Il commercio su aree pubbliche

La Regione Lombardia sottolinea l'importanza che, anche in sede di pianificazione urbanistica, venga riconosciuta adeguata attenzione a misure inerenti la localizzazione dei mercati e delle aree per la sosta degli operatori commerciali ambulanti, ovvero all'adeguamento e modernizzazione delle sedi già deputate a tali attività.

1.5. LA LEGGE REGIONALE 2 FEBBRAIO 2010, N. 6

Come si è detto, la legge regionale 2 febbraio 2010, n.6 "Testo Unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere" sostituisce tutte le norme regionali vigenti sul commercio, le fiere e i mercati.

La pianificazione urbanistica del commercio è trattata dal Capo I del Titolo VI (disciplina urbanistica del commercio), agli articoli 149 (Programmazione regionale) e 150 (Programmazione urbanistica riferita al settore commerciale dei comuni e delle province).

Riferendoci in particolare all'art. 150, ai comuni ed alle province spettano i seguenti compiti:

- Comuni: I comuni definiscono i contenuti attinenti agli insediamenti commerciali nei propri piani urbanistici e negli strumenti di programmazione commerciale tenuto conto delle finalità di cui al Titolo II. Capo I. Sezione I del presente testo unico e delle indicazioni stabilite nel programma pluriennale e nei criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale di cui all'articolo 149.
- Province: I piani territoriali di coordinamento delle province dettano disposizioni in materia di grandi strutture di vendita tenuto conto degli obiettivi indicati dal programma pluriennale regionale. In assenza dei piani territoriali di coordinamento, le varianti di adeguamento dei piani urbanistici comunali concernenti le grandi strutture di vendita sono trasmesse, dopo l'adozione e contestualmente al deposito, alle province che formulano osservazioni nei termini previsti dalla vigente normativa.

Inoltre, al fine di integrare la pianificazione territoriale ed urbanistica generale con la programmazione commerciale, i comuni favoriscono:

- a) una integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;
- b) un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;
- c) una integrazione delle attività commerciali con le altre attività lavorative al fine di garantire la presene continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste con la presenza di funzioni produttive, funzioni di servizio, funzioni commerciali, funzioni direzionali, funzioni ricettive e di spettacolo; tali zone sono prioritariamente individuate nelle aree dismesse e degradate, se presenti;
- d) un equilibrato rapporto tra la rete viaria e gli insediamenti commerciali in modo da evitare fenomeni negativi sulla rete viaria esistente;
- e) la creazione di uno o più centri commerciali nei cenni storici agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti nel comune.

In particolare gli strumenti urbanistici comunali, in coerenza con i criteri urbanistici definiti dalla regione, individuano:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e di grandi strutture di vendita al dettaglio, nonché la disciplina per la realizzazione degli stessi;
- b) le prescrizioni cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché all'arredo urbano, nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- c) le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;
- d) le prescrizioni e gli indirizzi di natura urbanistica ed in particolare quelle inerenti alla disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita.

Per quanto riguarda la grande distribuzione, infine, gli strumenti urbanistici comunali devono prevedere che le aree destinate a grandi strutture di vendita siano dotate di attrezzature pubbliche o di uso pubblico almeno nella misura del 200 per cento della superficie lorda di pavimento degli edifici previsti, di cui almeno la metà deve essere destinata a parcheggi di uso pubblico.

La lettura della legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6 conferma le indicazioni regionali contenute nella DCR 352/2007 e nella DGR 5913/2007 di cui si è trattato nei precedenti paragrafi.

2. ANALISI DEL SISTEMA COMMERCIALE

2.1. IL SISTEMA COMMERCIALE DI MASSALENGO

E' stata effettuata una analisi accurata del settore commerciale ai fini della individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali.

Sono stati valutati, inoltre, in rapporto alle indicazioni della DGR 5913/2007, gli aspetti critici esistenti e sono state conseguentemente individuate le più opportune linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale. Tale ricognizione è stata sviluppata in relazione a:

- Ottimizzazione dell'uso del territorio
- Compatibilità ambientale
- Salvaguardia dell'equilibrio tra tipologie distributive
- Mobilità
- Valutazione delle ipotesi di insediamento rispetto agli assetti:
 - socio-economici
 - insediativi
 - dei servizi
 - della rete distributiva

2.2. QUADRO RICOGNITIVO TERRITORIALE E DEMOGRAFICO

1. INQUADRAMENTO TERRITORIALE DEL COMUNE

Massalengo è un comune della provincia di Lodi in Lombardia.

Situato a pochi chilometri da Lodi tra il fiume Lambro e il Canale Muzza, il comune di Massalengo è costituito da due agglomerati principali, distanti l'uno dall'altro circa mezzo chilometro, Massalengo, alla destra del Canale Muzza, e la frazione di Motta Vigana.

I Comuni Confinanti sono i seguenti:

- ad est: Ossago Lodigiano, San Martino in Strada;
- a nord: Cornegliano Laudense;
- ad ovest: Pieve Fissiraga;
- a sud: Villanova del Sillaro

Del comune di Massalengo fanno parte anche le cascine storiche di Paderno, Scappadina, Badia, Priora, Lanfroia, Pontirolo, Vigana, Castellotti o Motta, Mottina.



Figura 3 *Massalengo: inquadramento territoriale*

2. BACINO COMMERCIALE DEL COMUNE

Abbiamo ritenuto opportuno di individuare un bacino di gravitazione commerciale dei punti di vendita valido per Massalengo, che costituisce il riferimento territoriale in relazione al quale operare la valutazione degli effetti dell'impatto socio-economico, con riguardo alla struttura della domanda ed a quella dell'offerta commerciale.



Figura 4 *Massalengo e i comuni confinanti*

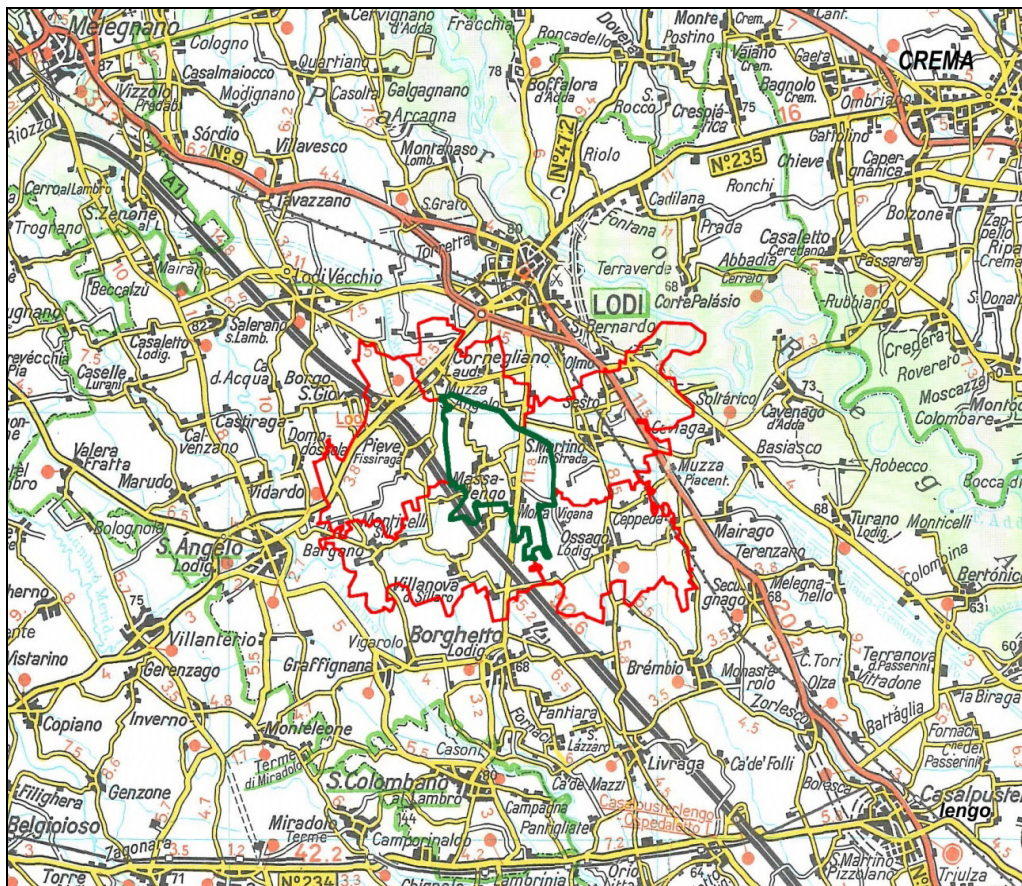


Figura 5 Massalengo: inquadramento geografico (carta TCI)

Il bacino ideale dovrebbe essere delimitato dalla curva gravitazionale corrispondente sul territorio al tempo di percorrenza massimo per raggiungere una struttura commerciale in autovettura privata (linee isocrone). E' definito tenendo conto della tipologia, del settore merceologico e della superficie di vendita dell'insediamento richiesto.

Il bacino di gravitazione commerciale viene individuato sulla base di curve isocrone, come rappresentato nella tabella successiva, in funzione delle variabili:

- tipologia dell'intervento e dimensione della superficie di vendita e dell'insediamento nel suo complesso;
- settore merceologico prevalente.

Livello distributivo	Alimentare	Misto	Extra Alimentare	Alimentare e Extra Alimentare In centri commerciali
Esercizio di vicinato fino a mq. 150	5'	5'	5'	5'
Media struttura di vendita "1" fino a mq. 600	10'	10'	10'	10'
Media struttura di vendita "2" fino a mq. 1500	10'	10'	10'	10'
Grandi strutture a rilevanza Intercomunale Fino a mq. 4.000	10'	10'	10'	30' (outlet 40')
Grandi strutture a rilevanza Provinciale Da mq. 4.001 a mq. 10.000	30'	30'	30'	40' (outlet 50')
Grandi strutture a rilevanza Interprovinciale Da mq. 10.001 a mq. 15.000	40'	40'	40'	50' (outlet 60')
Grandi strutture a rilevanza Regionale Oltre mq. 15.000	60'	60'	60'	70' (outlet 90')

Tabella 1. Isocrone per le diverse tipologie commerciali

Isocrone di riferimento per il calcolo del bacino gravitazionale (DGR 24 aprile 2008 n° 8/7182)			
Tipologia distributiva	Alimentare	Misto	Extra Alimentare
Insedimenti aventi superficie di vendita fino a mq 30.000	60'	60'	60'
Insedimenti aventi superficie di vendita superiore a mq 30.000	70'	70'	70'

Tabella 2. Isocrone per la grande distribuzione

Isocrone di riferimento per il calcolo del bacino gravitazionale (DGR 2 agosto 2007 n° 8/5258)				
Tipologia distributiva	Alimentare	Misto	Extra Alimentare	Alimentare ed extra alim. in centri commerciali parchi comm.
Grandi strutture a rilevanza Intercomunale fino a mq. 5.000	15'	15'	15'	15' centri comm. tradizionali e parchi
				25' centri comm. multifunzione
				30' factory outlet centre
Grandi strutture a rilevanza Provinciale da mq. 5.001 a mq. 10.000	25'	25'	25'	25' centri comm. tradizionali e parchi
				30' centri comm. multifunzione
				40' factory outlet centre
Grandi strutture a rilevanza Interprovinciale da mq. 10.001 a mq. 15.000	35'	35'	35'	35' centri comm. tradizionali e parchi
				40' centri comm. multifunzione
				50' factory outlet centre
Grandi strutture a rilevanza regionale oltre mq.15.000	50'	50'	50'	50' centri comm. tradizionali e parchi

Tabella 3. Isocrone per la grande distribuzione

Ne consegue che possiamo definire il bacino di utenza come quello corrispondente al territorio di Massalengo e a quello dei comuni di prima confinanti.

3. IL SISTEMA VIABILISTICO DEL COMUNE

A Massalengo non è interessato da linee ferroviarie.

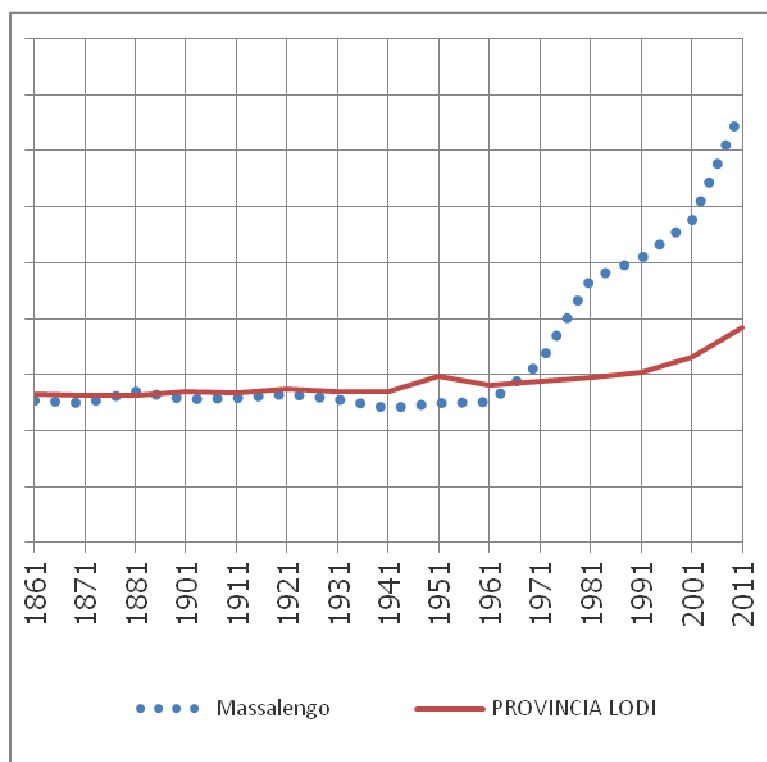
Dal punto di vista della viabilità stradale, si accenna al fatto che l'Autostrada del Sole A1 taglia il territorio, nell'angolo sud ovest. Il casello più vicino è quello di Lodi, posto a pochi chilometri.

Le strade provinciali sono le seguenti:

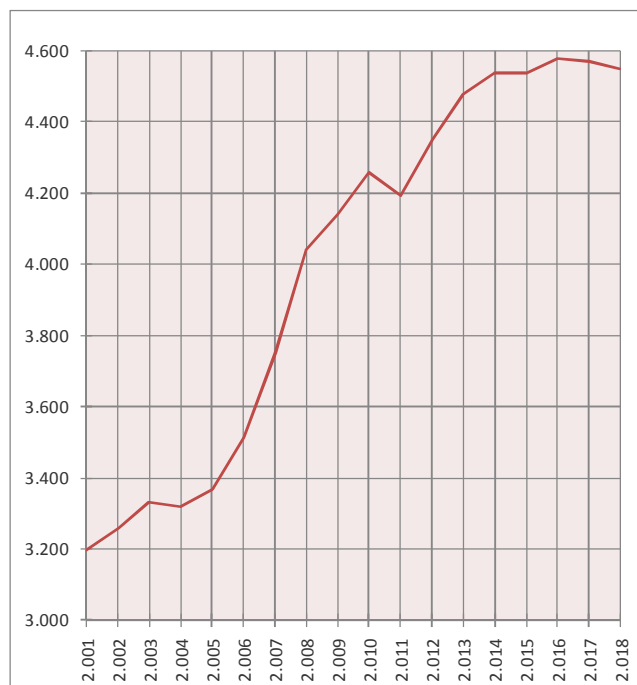
- SP 23, Lodi - San Colombano al Lambro è la più importante, in quanto collega la parte sud della provincia con il capoluogo. Essa attraversa il comune con andamento Nord-Sud molto preciso e divide il Capoluogo con l'importante frazione di Motta Vigana
- SP 167, Sant'Angelo Lodigiano - Motta Vigana, che si dirama dalla S.P. n. 23 e collega Massalengo con Villanova del Sillarto, posta a Sud Ovest del paese.
- SP 187, Muzza – Massalengo, che parte dalla S.P. n. 26, attraversa il centro abitato di Massalengo (via Achille Grandi) e raggiunge la frazione Muzza Sant'Angelo di Cornegliano Laudense

4. ANDAMENTO DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE

anno	Massalengo		PROVINCIA LODI	
	valore assoluto	Variazione %	valore assoluto	Variazione %
1861	1.595	-	164.896	-
1871	1.568	- 1,69%	163.469	- 0,9%
1881	1.669	+ 6,4%	163.605	+ 0,1%
1901	1.606	- 3,8%	167.415	+ 2,3%
1911	1.613	+ 0,4%	165.570	- 1,1%
1921	1.644	+ 1,9%	168.667	+ 1,9%
1931	1.598	- 2,8%	167.420	- 0,7%
1941	1.525	- 4,6%	167.083	- 0,2%
1951	1.561	+ 2,4%	180.436	+ 8, %
1961	1.576	+ 1, %	172.912	- 4,2%
1971	1.926	+ 22,2%	175.844	+ 1,7%
1981	2.680	+ 39,1%	179.049	+ 1,8%
1991	2.859	+ 6,7%	184.119	+ 2,8%
2001	3.200	+ 11,9%	197.971	+ 7,5%
2011	4.192	+ 31, %	223.755	+ 13, %

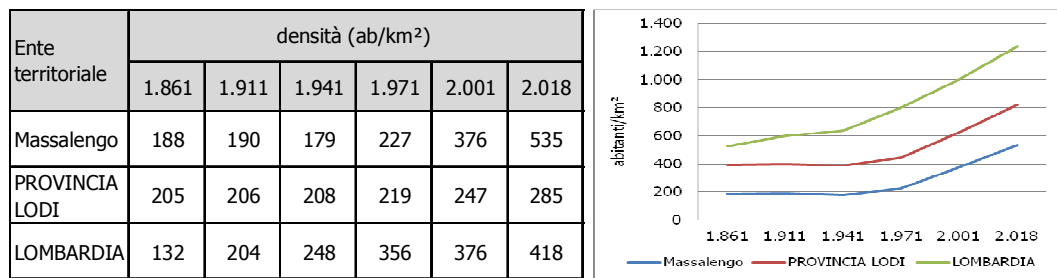


ANNO	Massalengo	incremento assoluto N.	indice al 1998=100 N.
2.001	3.200		100,00
2.002	3.257	+ 57	101,78
2.003	3.330	+ 73	104,06
2.004	3.320	- 10	103,75
2.005	3.370	+ 50	105,31
2.006	3.515	+ 145	109,84
2.007	3.752	+ 237	117,25
2.008	4.039	+ 287	126,22
2.009	4.141	+ 102	129,41
2.010	4.257	+ 116	133,03
2.011	4.192	- 65	131,00
2.012	4.350	+ 158	135,94
2.013	4.477	+ 127	139,91
2.014	4.538	+ 61	141,81
2.015	4.538	+ 0	141,81
2.016	4.578	+ 40	143,06
2.017	4.571	- 7	142,84
2.018	4.550	- 21	142,19



Fonte: ISTAT

Tabella 4. Evoluzione della popolazione residente a Massalengo.



Come si può osservare nella tabella, la popolazione di Massalengo è in costante aumento. Il bacino di utenza ha caratteristiche molto diverse, più stabili:

AMBITO	POPOLAZIONE AL 31 DICEMBRE									
	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
1 Massalengo	4.141	4.257	4.192	4.350	4.477	4.538	4.538	4.578	4.571	4.550
2 Cornegliano Laudense	2.838	2.887	2.881	2.838	2.879	2.933	2.946	2.923	2.905	2.920
3 Ossago Lodigiano	1.438	1.442	1.412	1.425	1.438	1.453	1.428	1.430	1.416	1.433
4 Pieve Fissiraga	1.654	1.680	1.604	1.651	1.761	1.779	1.775	1.789	1.780	1.769
5 San Martino in Strada	3.647	3.624	3.624	3.619	3.653	3.663	3.641	3.681	3.744	3.755
6 Villanova del Sillaro	1.809	1.824	1.732	1.813	1.816	1.845	1.830	1.859	1.869	1.850
SOMMA DEI COMUNI CONFINANTI	15.527	15.714	15.445	15.696	16.024	16.211	16.158	16.260	16.285	16.277
PROVINCIA LODI	225.825	227.655	223.755	225.798	229.082	229.576	229.413	229.338	229.765	228.700
LOMBARDIA in milioni	9,824	9,916	9,700	9,792	9,971	10,000	10,006	10,019	10,036	10,051

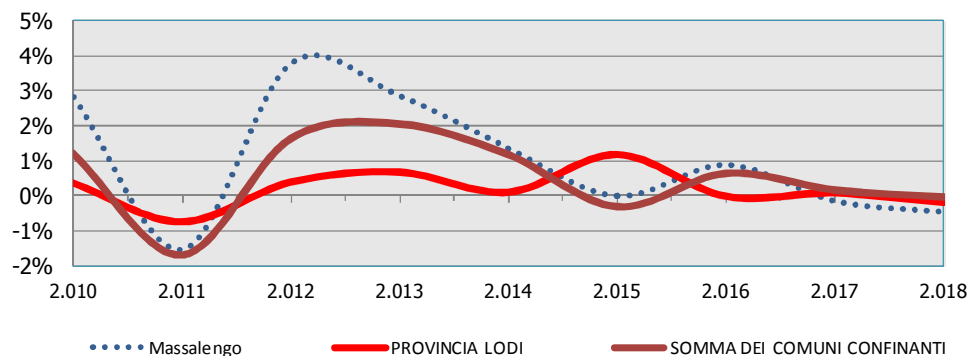


Tabella 5. Evoluzione della popolazione residente nel bacino, nel comprensori e nella provincia.

5. LE FAMIGLIE

Occorre prendere in esame la composizione della popolazione, in quanto i livelli di spesa, e la ripartizione della spesa stessa, sono diversi per le diverse categorie sociali e le diverse età. Infatti, ad esempio, un pensionato, mediamente, ha una spesa mensile di poco superiore ai 1.300 euro, di cui quasi il 50% destinato a spese per la casa, mentre

un single di età inferiore ai 35 anni ha una spesa di poco superiore a 1.900 euro, dei quali circa un terzo destinato alla casa.

Popolazione al 31.12. 1.998

Maschi	1.534	49,72%
Femmine	1.551	50,28%
Popolazione totale	3.085	100%
Famiglie	1.094	
Numero medio di componenti per famiglia	2,82	

Popolazione al 31.12. 2.018

Maschi	2.315	50,88%
Femmine	2.235	49,12%
Popolazione totale	4.550	100%
Famiglie	1.868	
Numero medio di componenti per famiglia	2,44	

	Anno	Componenti M+F	Famiglie	componenti per famiglia
ITALIA	2001	56.993.742	21.503.088	2,65
	2002	57.321.070	n.d.	n.d.
	2003	57.888.245	22.876.102	2,53
	2004	58.462.375	23.310.604	2,51
	2005	58.751.711	23.600.370	2,49
	2006	59.131.287	23.907.410	2,47
	2007	59.619.290	24.282.485	2,46
	2008	60.045.068	24.641.200	2,44
	2009	60.340.328	24.905.042	2,42
	2010	60.626.442	25.175.793	2,41
	2011	59.394.207	25.405.663	2,34
	2012	59.685.227	25.872.613	2,31
	2013	60.782.668	25.791.690	2,36
	2014	60.795.612	25.816.311	2,35
	2015	60.665.551	25.853.547	2,35
	2016	60.589.445	25.937.723	2,34
	2017	60.483.973	25.981.996	2,33
	2018	60.359.546	26.081.199	2,31
LOMBARDIA	2001	9.031.697	3.652.147	2,47
	2002	9.106.742	n.d.	n.d.
	2003	9.244.819	3.857.902	2,40
	2004	9.391.075	3.954.796	2,37
	2005	9.473.131	4.015.358	2,36
	2006	9.543.319	4.071.308	2,34
	2007	9.640.230	4.131.907	2,33
	2008	9.740.447	4.202.250	2,32
	2009	9.823.914	4.248.219	2,31
	2010	9.915.513	4.305.697	2,30
	2011	9.699.710	4.361.884	2,22
	2012	9.792.346	4.408.716	2,22
	2013	9.971.174	4.395.143	2,27
	2014	10.000.405	4.399.854	2,27
	2015	10.006.122	4.415.412	2,27
	2016	10.019.166	4.439.434	2,26
	2017	10.028.615	4.456.792	2,25
	2018	10.045.087	4.485.777	2,24
LODI	2001	198.020	77.979	2,54
	2002	201.554	n.d.	n.d.
	2003	205.449	82.143	2,50
	2004	209.129	83.544	2,50
	2005	211.986	85.213	2,49
	2006	215.386	87.187	2,47
	2007	219.670	89.439	2,46
	2008	223.630	91.165	2,45
	2009	225.825	92.240	2,45
	2010	227.655	93.262	2,44
	2011	223.755	94.414	2,37
	2012	225.798	94.864	2,38
	2013	229.082	95.719	2,39
	2014	229.576	95.984	2,39
	2015	229.413	96.105	2,39
	2016	229.338	96.614	2,37
	2017	229.765	97.140	2,37
	2018	230.198	97.619	2,36
Massalengo	2001	3.200	1.205	2,66
	2002	3.257	n.d.	n.d.
	2003	3.330	1.416	2,35
	2004	3.320	1.333	2,49
	2005	3.370	1.361	2,48
	2006	3.515	1.409	2,49
	2007	3.752	1.491	2,52
	2008	4.039	1.618	2,50
	2009	4.141	1.635	2,53
	2010	4.257	1.667	2,55
	2011	4.192	1.777	2,36
	2012	4.350	1.761	2,47
	2013	4.477	1.836	2,44
	2014	4.538	1.866	2,43
	2015	4.538	1.842	2,46
	2016	4.578	1.876	2,44
	2017	4.571	1.877	2,44
	2018	4.550	1.868	2,44

Tabella 6. Famiglie a Massalengo, in provincia, in regione ed in Italia

6. SPESA MENSILE FAMILIARE

2.005				
Capitoli di spesa	Italia		Lombardia	
	Valore assoluto		Percentuale	
Alimentari e bevande	€ 456,12	€ 485,72	19,0%	16,9%
Tabacchi	€ 20,24	€ 20,16	0,8%	0,7%
Abbigliamento e calzature	€ 152,05	€ 180,10	6,3%	6,3%
Abitazione, combustibili ed energia	€ 735,37	€ 897,30	30,7%	31,2%
Arredamenti	€ 147,02	€ 169,10	6,1%	5,9%
Servizi sanitari e spesa per la salute	€ 91,91	€ 128,88	3,8%	4,5%
Trasporti	€ 342,60	€ 407,49	14,3%	14,2%
Comunicazioni	€ 50,41	€ 52,12	2,1%	1,8%
Istruzione	€ 24,52	€ 26,98	1,0%	0,9%
Tempo libero e cultura	€ 110,97	€ 142,49	4,6%	5,0%
Altri beni e servizi	€ 266,34	€ 362,09	11,1%	12,6%
SPESA MEDIA MENSILE	€ 2.397,55	€ 2.872,43	100,0%	100,0%

Tabella 7. Spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale e regionale al 2005

2.016				
Capitoli di spesa	Italia		Lombardia	
	Valore assoluto		Percentuale	
Alimentari e bevande	€ 444,30	€ 449,98	17,6%	14,8%
Tabacchi	€ 45,44	€ 54,73	1,8%	1,8%
Abbigliamento e calzature	€ 118,65	€ 179,38	4,7%	5,9%
Arredamenti	€ 903,73	€ 969,88	35,8%	31,9%
Arredamenti	€ 106,02	€ 142,90	4,2%	4,7%
Servizi sanitari e spesa per la salute	€ 113,60	€ 158,10	4,5%	5,2%
Trasporti	€ 270,11	€ 377,01	10,7%	12,4%
Comunicazioni	€ 63,11	€ 66,89	2,5%	2,2%
Istruzione	€ 15,15	€ 21,28	0,6%	0,7%
Tempo libero e cultura	€ 131,27	€ 176,34	5,2%	5,8%
Altri beni e servizi	€ 313,02	€ 443,90	12,4%	14,6%
SPESA MEDIA MENSILE	€ 2.524,38	€ 3.040,38	100,0%	100,0%

Tabella 8. Spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale e regionale al 2016

2.018				
Capitoli di spesa	Italia	Lombardia	Italia	Lombardia
	Valore assoluto		Percentuale	
Alimentari e bevande	€ 461,70	€ 476,36	18,3%	15,7%
Bevande alcoliche e tabacchi	€ 46,57	€ 51,71	1,8%	1,7%
Abbigliamento e calzature	€ 118,88	€ 148,56	4,7%	4,9%
Abitazione, combustibili ed energia	€ 902,77	€ 1.065,07	35,8%	35,0%
Mobili, articoli e servizi per la casa	€ 107,93	€ 124,89	4,3%	4,1%
Servizi sanitari e spesa per la salute	€ 120,74	€ 139,82	4,8%	4,6%
Trasporti	€ 292,39	€ 375,89	11,6%	12,4%
Comunicazioni	€ 62,06	€ 67,73	2,5%	2,2%
Istruzione	€ 16,00	€ 23,68	0,6%	0,8%
Tempo libero e cultura	€ 127,71	€ 164,33	5,1%	5,4%
Altri beni e servizi	€ 314,99	€ 382,07	12,5%	12,6%
SPESA MEDIA MENSILE	€ 2.571,74	€ 3.020,11	101,9%	99,3%

Fonte: nostra elaborazione da ISTAT 2018

Tipo di soggetto	Spesa media mensile			
	2006	2010	2016	2018
Persona sola 18-34 anni	€ 1.913,00	€ 1.898,25	€ 1.715,55	€ 1.859,30
Persona sola 35-64 anni	€ 1.929,00	€ 2.001,40	€ 1.952,01	€ 1.906,15
Persona sola 65 anni e più	€ 1.328,00	€ 1.446,47	€ 1.634,67	€ 1.655,54
Coppia senza figli con p.r. 18-34 anni	€ 2.632,00	€ 2.908,19	€ 2.357,83	€ 2.792,41
Coppia senza figli con p.r. 35-64 anni	€ 2.863,00	€ 2.857,79	€ 2.874,37	€ 2.967,67
Coppia senza figli con p.r. 65 anni e più	€ 2.112,00	€ 2.213,45	€ 2.617,11	€ 2.674,49
Coppia con 1 figlio	€ 2.962,00	€ 2.922,22	€ 2.997,30	€ 3.089,10
Coppia con 2 figli	€ 3.204,00	€ 3.130,90	€ 3.255,52	€ 3.380,08
Coppia con 3 e più figli	€ 3.031,00	€ 3.298,48	€ 3.173,66	€ 3.263,35
Mono-genitore	€ 2.383,00	€ 2.308,10	€ 2.466,56	€ 2.412,73
Altre tipologie	€ 2.714,00	€ 2.643,81	€ 2.643,12	€ 2.781,75
MEDIA PER FAMIGLIA	€ 2.461,00	€ 2.453,26	€ 2.524,38	€ 2.571,24

Fonte: ISTAT, dati anni 2006-2018

Tabella 9. Ripartizione percentuale della spesa media mensile familiare per tipologia di famiglia: nazionale.

2006

Tipo di soggetto	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli						
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro	TOTALE
single età <35	15,0%	6,5%	32,7%	17,7%	6,4%	21,7%	100,0%
single età 35-64	16,3%	5,8%	35,3%	15,5%	5,0%	22,1%	100,0%
single età >64	21,9%	3,3%	45,3%	7,9%	3,2%	18,4%	100,0%
coppia senza prole <35	14,1%	6,4%	27,9%	20,1%	5,9%	25,6%	100,0%
coppia senza prole 35-64	16,8%	6,1%	30,7%	18,4%	4,7%	23,3%	100,0%
coppia senza prole 65 e più	21,9%	4,3%	38,7%	12,6%	3,7%	18,8%	100,0%
coppia con 1 figlio	18,3%	6,8%	28,3%	18,2%	5,8%	22,6%	100,0%
coppia con 2 figli	19,0%	7,7%	25,6%	19,2%	6,8%	21,7%	100,0%
coppia con 3 o più figli	21,9%	8,0%	24,7%	17,8%	7,6%	20,0%	100,0%
famiglie monogenitore	18,5%	6,7%	31,4%	16,8%	5,9%	20,7%	100,0%
altre tipologie	20,9%	6,2%	29,0%	18,5%	5,1%	20,3%	100,0%
MEDIA PER FAMIGLIA	19,0%	6,4%	31,0%	16,8%	5,5%	21,3%	100,0%

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

2010

Tipo di soggetto	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli						
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro	TOTALE
single età <35	16,8%	6,7%	28,1%	15,0%	4,7%	28,7%	100,0%
single età 35-64	16,7%	5,5%	31,4%	14,1%	4,3%	28,0%	100,0%
single età >64	21,3%	2,8%	40,9%	5,0%	3,6%	26,3%	100,0%
coppia senza prole <35	13,9%	6,4%	26,4%	19,5%	4,3%	29,4%	100,0%
coppia senza prole 35-64	16,5%	5,2%	27,7%	16,4%	4,5%	29,6%	100,0%
coppia senza prole 65 e più	21,7%	3,6%	34,4%	9,9%	3,8%	26,6%	100,0%
coppia con 1 figlio	18,2%	6,6%	25,9%	15,3%	4,6%	29,4%	100,0%
coppia con 2 figli	19,0%	7,2%	23,2%	16,7%	4,8%	29,1%	100,0%
coppia con 3 o più figli	20,3%	7,8%	21,6%	15,8%	4,7%	29,9%	100,0%
famiglie monogenitore	20,2%	5,7%	28,7%	11,8%	4,5%	29,1%	100,0%
altre tipologie	21,2%	5,7%	26,7%	13,6%	4,1%	28,6%	100,0%
MEDIA PER FAMIGLIA	19,4%	5,8%	28,7%	13,9%	4,6%	27,6%	100,0%

2016

Tipo di soggetto	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli						
	Alimentari	Vestiario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro	TOTALE
single età <35	14,7%	5,4%	34,3%	10,5%	7,3%	27,8%	100,0%
single età 35-64	14,7%	4,8%	37,9%	10,7%	5,3%	26,6%	100,0%
single età >64	18,4%	3,0%	48,0%	14,0%	3,9%	12,7%	100,0%
coppia senza prole <35	12,7%	7,3%	29,9%	4,1%	5,7%	40,3%	100,0%
coppia senza prole 35-64	15,7%	5,0%	34,8%	14,8%	5,5%	24,2%	100,0%
coppia senza prole 65 e più	18,4%	3,2%	41,9%	11,5%	4,0%	21,0%	100,0%
coppia con 1 figlio	18,2%	5,2%	31,7%	8,0%	5,4%	31,5%	100,0%
coppia con 2 figli	18,1%	5,6%	30,0%	12,8%	6,2%	27,3%	100,0%
coppia con 3 o più figli	21,4%	6,3%	27,6%	13,5%	5,9%	25,3%	100,0%
famiglie monogenitore	18,2%	4,7%	36,3%	13,8%	4,9%	22,1%	100,0%
altre tipologie	19,8%	4,0%	35,7%	10,2%	4,2%	26,1%	100,0%
MEDIA PER FAMIGLIA	17,7%	4,7%	35,8%	10,7%	5,2%	25,9%	100,0%

2019							
Tipo di soggetto	Ripartizione % della spesa tra i diversi capitoli						
	Alimentari	Vestiriario	Abitazione	Trasporti	Tempo libero	Altro	TOTALE
Persona sola 18-34 anni	13,7%	4,6%	39,6%	14,3%	4,8%	23,0%	100,0%
Persona sola 18-34 anni	14,7%	4,2%	43,2%	10,7%	5,2%	22,0%	100,0%
Persona sola 65 anni e più	17,8%	2,5%	54,3%	4,4%	3,3%	17,7%	100,0%
Coppia senza figli con p.r. 18-34 anni	12,3%	5,9%	34,6%	17,2%	5,0%	25,1%	100,0%
Coppia senza figli con p.r. 35-64 anni	16,1%	4,5%	36,9%	13,7%	5,3%	23,4%	100,0%
Coppia senza figli con p.r. 65 anni e più	19,3%	3,5%	44,0%	9,0%	4,1%	20,2%	100,0%
Coppia con 1 figlio	18,0%	5,4%	35,2%	13,3%	5,3%	22,6%	100,0%
Coppia con 2 figli	18,8%	5,9%	32,5%	13,8%	5,9%	23,1%	100,0%
Coppia con 3 e più figli	21,5%	5,8%	32,2%	13,2%	6,1%	21,3%	100,0%
Mono-genitore	18,3%	4,6%	40,3%	10,0%	4,8%	22,1%	100,0%
Altre tipologie	20,8%	4,1%	38,2%	11,0%	4,3%	21,5%	100,0%
MEDIA PER FAMIGLIA	18,0%	4,6%	39,3%	11,4%	5,0%	21,8%	100,0%

Fonte: ISTAT, dati pubblicati anno 2019

Tabella 10. Ripartizione percentuale della spesa media mensile familiare nazionale per tipologia di famiglia al 2006-2010-2016-2019

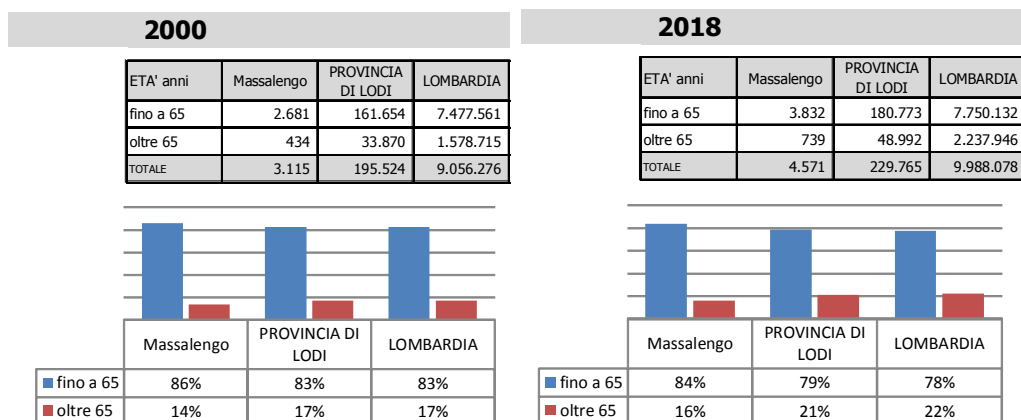
7. STRUTTURA DELLA POPOLAZIONE

Analizzando la composizione della popolazione (età e stato civile della popolazione residente), si possono confrontare i dati comunali con quelli provinciali, lombardi e nazionali forniti dall'ISTAT.

Questi aspetti sono molto significativi, poiché, ad esempio, ad una popolazione più anziana corrisponde una spesa minore, e, all'opposto, un'incidenza maggiore di persone non coniugate potrebbe comportare un incremento significativo della domanda di beni da acquistare.

7.1. ETÀ DELLA POPOLAZIONE

Valutando il valore dell'età della popolazione, ovvero l'incidenza di ultra sessantacinquenni, che definiamo "indice di vecchiaia" (= rapporto percentuale tra la popolazione in età da 65 anni in poi e quella della classe 0-14 anni), possiamo rilevare che la popolazione di Massalengo risulta molto vicina alla media provinciale. Il fenomeno si manifesta costantemente negli ultimi anni:



Ambiti geografici	Indice di Vecchiaia (*)			
	2004	2008	2012	2016
Massalengo	107,2	100,9	91,4	98,3
Lodi	136,3	135,2	134,7	139,1
Lombardia	140,4	143,1	145,6	149,5
Italia	135,9	142,8	148,6	154,1

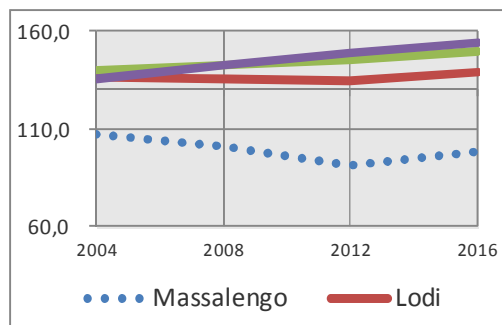


Tabella 11. *Indice di vecchiaia struttura della popolazione di Massalengo, provincia, regione, Italia negli ultimi anni.*

(*) Indice di vecchiaia: rapporto percentuale tra la popolazione in età da 65 anni in poi e quella della classe 0-14 anni.

Fonte: elaborazione su dati ISTAT Il fenomeno, analizzato ne dettaglio nell'ultimo dato disponibile è il seguente:

2016	Indice di Vecchiaia	Dipendenza			Ricambio popolaz. età lavorativa	Quota popolazione 65 e +
		Totale	giovane	anziani		
Massalengo	98,30	44,70	22,50	22,20	127,60	15,30
Lodi	139,10	52,40	21,90	30,50	132,70	20,00
Lombardia	149,50	55,50	22,30	33,20	133,40	21,40
Italia	154,10	54,60	21,50	33,10	126,80	21,40

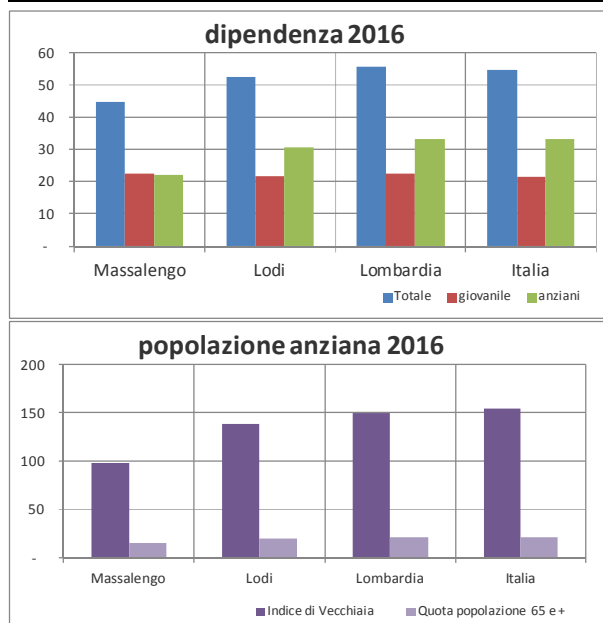


Tabella 12. *Indici di struttura della popolazione di Massalengo, provincia, regione, Italia al 1° gennaio 2016.*

- Indice di dipendenza totale: rapporto percentuale avente al numeratore la somma tra la popolazione in età 0-14 anni e quella in età da 65 anni in poi e al denominatore la popolazione in età 15-64 anni.
- Indice di dipendenza giovanile: rapporto percentuale tra la popolazione in età 0-14 anni e quella in età 15-64 anni.

- Indice di dipendenza degli anziani: rapporto percentuale tra la popolazione in età da 65 in poi e quella in età 15-64 anni.
- Indice di ricambio della popolazione in età lavorativa: rapporto percentuale tra la popolazione della classe 60-64 anni e quella della classe 15-19 anni.

7.2. STATO CIVILE

Valutando poi lo stato civile dei residenti, si rilevano valori allineati alle medie regionale e provinciale; si conferma una disponibilità di spesa analoga a quella riferita a queste realtà territoriali.

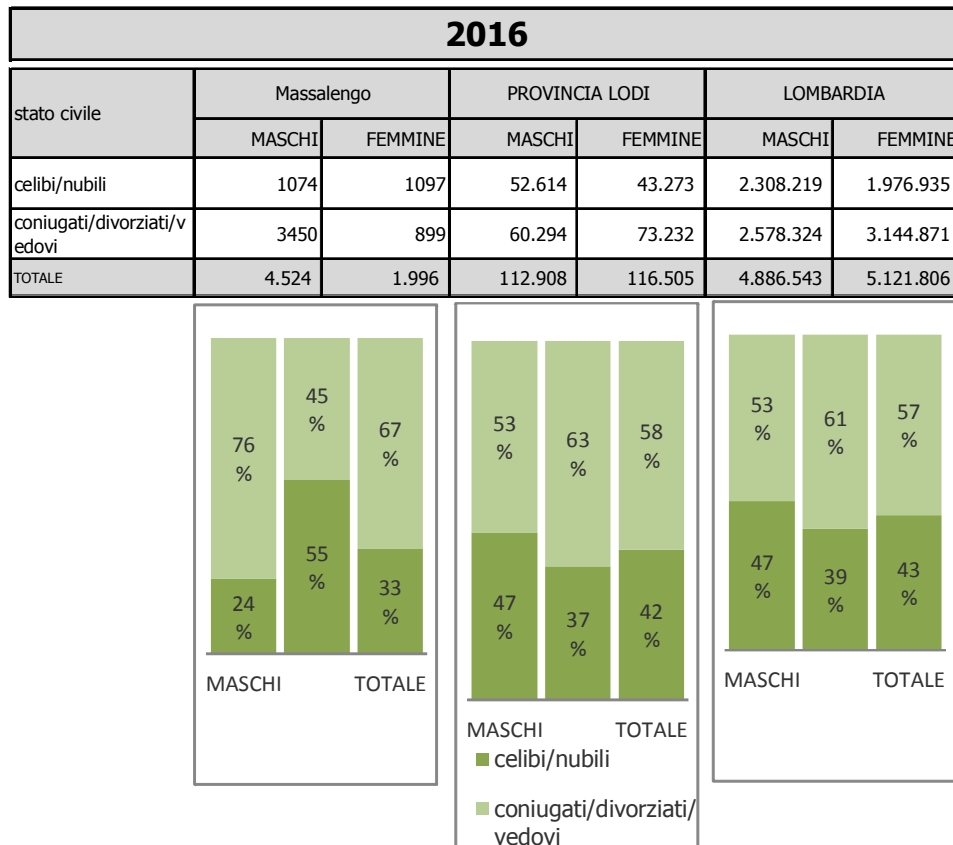


Tabella 13. Stato civile della popolazione anziana di Massalengo, provincia, regione, al 1° gennaio 2010

7.3. TURISMO

Non occorre esaminare il tema delle eventuali presenze turistiche nel nostro comune, in quanto non si tratta di comune turistico.

7.4. STRANIERI

Un ulteriore tema da prendere in considerazione è quello della presenza di cittadini stranieri nel comune.

anno	MASSALENGO		PROVINCIA DI LODI		LOMBARDIA	
	valore assoluto	% sulla popolaz. Residente	valore assoluto	% sulla popolaz. Residente	valore assoluto	% sulla popolaz. Residente
1.999	38	1,2%	3.878	0,78%	292.251	3,2%
2.000	53	1,7%	4.941	0,99%	340.850	3,7%
2.003	117	3,5%	9.866	1,95%	477.821	5,2%
2.004	119	3,6%	12.123	2,37%	594.279	6,3%
2005	140	4,2%	13.817	2,68%	665.884	7,0%
2006	178	5,1%	15.904	3,05%	736.420	7,7%
2007	214	5,7%	18.787	3,54%	815.335	8,5%
2008	371	9,2%	21.728	4,03%	904.816	9,3%
2.009	375	9,1%	23.653	4,35%	982.225	10,0%
2.010	412	9,7%	25.162	4,59%	1.064.447	10,7%

Fonte: Elaborazione dati ISTAT

Tabella 14. Stranieri presenti residenti a Massalengo, provincia, regione, al 01.12.2016

La popolazione straniera residente a Massalengo risulta in costante e deciso aumento, con valori comunque superiori a quelle territoriali.

2.3. QUADRO CONOSCITIVO DEL SISTEMA COMMERCIALE

2.3.1. PUNTI DI VENDITA AL DETTAGLIO IN REGIONE LOMBARDIA E NELLA PROVINCIA DI LODI

1. ESERCIZI DI VICINATO

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2011

Province	Alimentari		Non alimentari		Misti		TOTALE	
	n.	m ²	n.	m ²	n.	m ²	n.	m ²
VARESE	1.636	71.529	7.321	506.398	723	42.354	9.680	620.281
COMO	859	39.764	4.604	295.667	582	35.157	6.045	370.588
SONDRIO	507	24.731	2.264	140.263	403	27.001	3.174	191.995
MILANO	5.993	238.411	27.826	1.780.132	2.108	135.712	35.927	2.154.255
BERGAMO	2.260	111.192	8.536	607.588	1.283	84.859	12.079	803.639
BRESCIA	2.865	153.551	12.358	897.958	1.707	111.173	16.930	1.162.682
PAVIA	1.214	59.494	4.484	277.571	765	34.700	6.463	371.765
CREMONA	740	34.285	2.785	168.814	404	25.998	3.929	229.097
MANTOVA	902	36.500	4.116	245.257	469	31.321	5.487	313.078
LECCO	547	29.580	2.523	176.514	305	19.392	3.375	225.486
LODI	663	24.314	2.496	124.239	138	10.713	3.297	159.266
MONZA BRIANZA	1.199	67.321	5.738	443.490	402	28.606	7.339	539.417
Lombardia	19.385	890.672	85.051	5.663.891	9.289	586.986	113.725	7.141.549

Fonte: Regione Lombardia, ASR

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2014

Province	Alimentari		Non alimentari		Misti		TOTALE	
	n.	m ²	n.	m ²	n.	m ²	n.	m ²
VARESE	1.649	63.764	7.287	494.086	747	42.962	9.683	600.812
COMO	867	38.889	4.458	294.653	579	35.811	5.904	369.353
SONDRIO	520	24.048	2.191	141.096	403	25.532	3.114	190.676
MILANO	6.585	245.754	30.166	1.834.649	2.623	155.829	39.374	2.236.232
BERGAMO	2.259	112.079	8.637	586.884	1.143	77.175	12.039	776.138
BRESCIA	2.793	135.861	11.537	813.169	1.491	91.406	15.821	1.040.436
PAVIA	1.248	51.886	4.300	265.323	614	31.408	6.162	348.617
CREMONA	779	35.759	2.676	171.271	403	26.078	3.858	233.108
MANTOVA	883	37.493	3.799	238.472	459	31.973	5.141	307.938
LECCO	514	29.278	2.426	170.964	308	19.078	3.248	219.320
LODI	670	25.310	2.460	129.167	126	8.821	3.256	163.298
MONZA BRIANZA	1.271	67.623	5.691	411.914	428	31.421	7.390	510.958
Lombardia	20.038	867.744	85.628	5.551.648	9.324	577.494	114.990	6.996.886

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2016

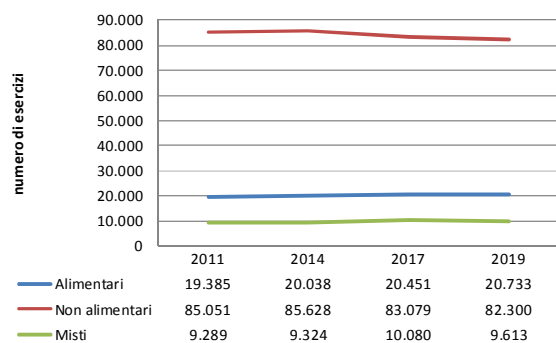
Province	Alimentari		Non alimentari		Misti		TOTALE	
	n.	m²	n.	m²	n.	m²	n.	m²
VARESE	1.647	64.346	7.292	496.818	779	45.056	9.718	606.220
COMO	898	40.068	4.592	293.047	598	37.002	6.088	370.117
SONDRIO	522	24.716	2.178	139.537	397	30.964	3.097	195.217
MILANO	6.968	251.789	30.047	1.830.667	2.780	175.995	39.795	2.258.451
BERGAMO	2.195	95.312	8.061	543.077	1.243	83.240	11.499	721.629
BRESCIA	2.718	140.706	10.581	742.551	1.527	103.238	14.826	986.495
PAVIA	1.259	51.473	4.216	256.569	621	30.908	6.096	338.950
CREMONA	750	35.116	2.447	158.095	391	25.754	3.588	218.965
MANTOVA	907	37.277	3.772	237.649	464	32.645	5.143	307.571
LECCO	522	30.243	2.367	167.553	304	19.152	3.193	216.948
LODI	622	24.732	2.471	137.902	148	9.796	3.241	172.430
MONZA BRIANZA	1.405	77.782	5.996	447.499	412	29.998	7.813	555.279
Lombardia	20.413	873.560	84.020	5.450.964	9.664	623.748	114.097	6.948.272

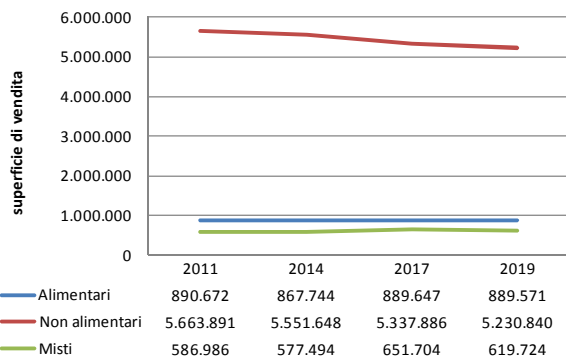
Fonte: Regione Lombardia, ASR

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE, IN LOMBARDIA AL 30 GIUGNO 2019

Fonte: Regione Lombardia, Osservatorio regionale del commercio

Province	Alimentari		Non alimentari		Misti		TOTALE	
	n.	m²	n.	m²	n.	m²	n.	m²
VARESE	1.755	63.417	7.599	497.139	750	42.521	10.104	603.078
COMO	897	40.404	4.440	282.578	588	36.030	5.925	359.012
SONDRIO	528	24.648	2.144	134.905	350	24.814	3.022	184.367
MILANO	7.613	277.774	30.873	1.868.813	2.934	187.490	41.420	2.334.077
BERGAMO	2.028	100.833	7.365	482.535	1.170	75.707	10.563	659.074
BRESCIA	2.564	128.072	10.035	676.167	1.515	101.127	14.114	905.366
PAVIA	1.219	54.265	3.825	237.818	576	31.437	5.620	323.520
CREMONA	725	34.692	2.367	154.186	367	24.427	3.459	213.305
MANTOVA	968	39.676	3.615	225.558	477	31.746	5.060	296.980
LECCO	543	30.035	2.307	165.856	301	19.146	3.151	215.037
LODI	607	25.058	2.340	122.458	127	8.171	3.074	155.688
MONZA BRIANZA	1.286	70.698	5.390	382.827	458	37.105	7.134	490.630
Lombardia	20.733	889.571	82.300	5.230.840	9.613	619.724	112.646	6.740.135





2. MEDIA DISTRIBUZIONE

2.011	Residenti al	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
	31/12/2011		Superficie m²			superficie (m²/1000 residenti)		
VARESE	871.334	746	126.813	365.741	492.554	146	420	565
COMO	586.795	525	65.619	224.304	289.923	112	382	494
SONDRIO	180.766	293	32.701	97.638	130.339	181	540	721
MILANO	3.060.288	1.807	307.830	990.400	1.298.230	101	324	424
BERGAMO	1.086.890	1.096	161.298	454.102	615.400	148	418	566
BRESCIA	1.238.075	1.319	217.945	598.266	816.211	176	483	659
PAVIA	535.666	444	72.422	246.057	318.479	135	459	595
CREMONA	357.581	315	55.535	157.448	212.983	155	440	596
MANTOVA	408.187	462	94.420	241.473	335.893	231	592	823
LECCO	336.127	215	33.736	97.213	130.949	100	289	390
LODI	223.659	164	26.401	86.142	112.543	118	385	503
MONZA BRIANZA	815.513	696	85.598	404.997	490.595	105	497	602
Lombardia	9.700.881	8.082	1.280.318	3.963.781	5.244.099	132	409	541

2.014	Residenti al	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
	31/12/2014		Superficie m²			superficie (m²/1000 residenti)		
VARESE	887.683	701	129.068	375.657	504.725	145	423	569
COMO	599.905	518	73.491	232.223	305.714	123	387	510
SONDRIO	182.086	287	27.531	101.306	128.837	151	556	708
MILANO	3.196.825	1.761	326.515	994.430	1.320.945	102	311	413
BERGAMO	1.108.853	1.043	164.404	453.800	618.204	148	409	558
BRESCIA	1.265.077	1.309	240.619	608.386	849.005	190	481	671
PAVIA	548.722	434	80.768	246.468	327.236	147	449	596
CREMONA	361.610	312	53.953	150.436	204.389	149	416	565
MANTOVA	414.919	431	95.734	229.544	325.278	231	553	784
LECCO	340.251	211	35.040	96.497	131.537	103	284	387
LODI	229.576	166	28.060	86.131	114.191	122	375	497
MONZA BRIANZA	864.557	668	88.500	405.756	494.256	102	469	572
Lombardia	10.000.064	7.841	1.343.683	3.980.634	5.324.317	134	398	532

2.016	Residenti al	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
	31/12/2016		Superficie m ²			superficie (m ² /1000 residenti)		
VARESE	890.043	696	140.009	371.604	511.613	157	418	575
COMO	600.190	517	78.508	238.238	316.746	131	397	528
SONDRIO	181.437	290	28.927	102.491	131.418	159	565	724
MILANO	3.218.201	1.879	355.960	1.049.825	1.405.785	111	326	437
BERGAMO	1.109.933	1.016	172.009	444.724	616.733	155	401	556
BRESCIA	1.262.678	1.277	240.513	608.211	848.724	190	482	672
PAVIA	547.251	439	84.755	254.362	339.117	155	465	620
CREMONA	359.388	310	51.993	147.957	199.950	145	412	556
MANTOVA	412.610	410	92.254	228.053	320.307	224	553	776
LECCO	339.238	197	33.511	94.319	127.830	99	278	377
LODI	229.338	176	28.953	94.054	123.007	126	410	536
MONZA BRIANZA	868.859	628	93.433	384.341	477.774	108	442	550
Lombardia	10.019.166	7.835	1.400.825	4.018.179	5.419.004	140	401	541

2.019	Residenti al	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
	31/12/2018		Superficie m ²			superficie (m ² /1000 residenti)		
VARESE	890.768	693	145.842	370.000	515.842	164	415	579
COMO	599.204	517	84.469	245.690	330.160	141	410	551
SONDRIO	181.095	292	29.628	100.304	129.932	164	554	717
MILANO	3.250.315	1.960	382.769	1.113.797	1.496.566	118	343	460
BERGAMO	1.108.171	1.028	181.777	455.258	637.035	164	411	575
BRESCIA	1.270.247	1.302	246.911	621.748	868.659	194	489	684
PAVIA	545.888	420	83.448	237.317	320.765	153	435	588
CREMONA	358.955	324	53.385	168.274	221.659	149	469	618
MANTOVA	399.478	406	89.625	233.162	322.787	224	584	808
LECCO	336.833	206	37.416	97.682	135.098	111	290	401
LODI	230.198	184	31.559	99.094	130.653	137	430	568
MONZA BRIANZA	873.935	643	103.176	390.692	493.868	118	447	565
Lombardia	10.045.087	7.975	1.470.006	4.133.018	5.603.024	146	411	558

3. GRANDE DISTRIBUZIONE

2.011	Residenti al	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
	31/12/2011		Superficie m ²			superficie (m ² /1000 residenti)		
VARESE	871.334	48	73.954	204.934	278.888	85	235	320
COMO	586.795	35	51.049	119.405	170.454	87	203	290
SONDRIO	180.766	8	12.967	32.437	45.404	72	179	251
MILANO	3.060.288	136	244.331	1.017.121	1.261.452	80	332	412
BERGAMO	1.086.890	43	103.050	322.025	425.074	95	296	391
BRESCIA	1.238.075	81	135.520	455.777	591.297	109	368	478
PAVIA	535.666	22	49.870	132.275	182.145	93	247	340
CREMONA	357.581	11	22.546	73.642	96.188	63	206	269
MANTOVA	408.187	25	42.778	109.973	152.751	105	269	374
LECCO	336.127	16	35.548	75.826	111.374	106	226	331
LODI	223.659	13	23.960	74.086	98.046	107	331	438
MONZA BRIANZA	815.513	37	70.466	218.979	289.445	86	269	355
Lombardia	9.700.881	475	866.039	2.836.480	3.702.518	89	292	382

2.014	Residenti al 31/12/2014	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
			Superficie m ²			superficie (m ² /1000 residenti)		
VARESE	887.683	48	74.064	204.811	278.875	83	231	314
COMO	599.905	33	51.049	113.938	164.987	85	190	275
SONDRIO	182.086	8	14.572	33.132	47.704	80	182	262
MILANO	3.196.825	145	262.171	1.209.183	1.471.354	82	378	460
BERGAMO	1.108.853	45	103.771	344.563	448.333	94	311	404
BRESCIA	1.265.077	81	145.688	519.196	664.884	115	410	526
PAVIA	548.722	20	47.647	115.348	162.995	87	210	297
CREMONA	361.610	11	22.846	66.792	89.638	63	185	248
MANTOVA	414.919	27	45.978	116.226	162.204	111	280	391
LECCO	340.251	16	29.441	60.415	89.856	87	178	264
LODI	229.576	12	23.960	70.586	94.546	104	307	412
MONZA BRIANZA	864.557	37	71.208	212.874	284.082	82	246	329
Lombardia	10.000.064	483	892.395	3.067.064	3.959.458	89	307	396

2.016	Residenti al 31/12/2016	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
			Superficie m ²			superficie (m ² /1000 residenti)		
VARESE	890.043	51	79.116	223.619	302.735	89	251	340
COMO	600.190	31	52.216	109.837	162.053	87	183	270
SONDRIO	181.437	9	14.572	39.232	57.104	80	216	315
MILANO	3.218.201	143	254.210	1.182.097	1.433.007	79	367	445
BERGAMO	1.109.933	44	99.852	351.035	450.886	90	316	406
BRESCIA	1.262.678	80	147.313	520.154	667.467	117	412	529
PAVIA	547.251	21	47.667	115.118	162.785	87	210	297
CREMONA	359.388	11	22.846	66.792	122.679	64	186	341
MANTOVA	412.610	26	44.778	112.926	124.663	109	274	302
LECCO	339.238	15	29.441	58.710	88.151	87	173	260
LODI	229.338	12	23.960	70.586	94.546	104	308	412
MONZA BRIANZA	868.859	37	70.338	219.085	289.423	81	252	333
Lombardia	10.019.166	480	886.309	3.069.191	3.955.499	88	306	395

Fonte: Regione Lombardia, ASR

2.019	Residenti al 31/12/2018	n.	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
			Superficie m ²			superficie (m ² /1000 residenti)		
VARESE	890.768	42	91.792	351.714	443.505	103	395	498
COMO	599.204	77	147.173	481.250	628.423	246	803	1.049
SONDRIO	181.095	31	54.791	109.484	164.275	303	605	907
MILANO	3.250.315	12	21.696	70.442	92.138	7	22	28
BERGAMO	1.112.464	15	23.191	43.741	66.932	21	39	60
BRESCIA	1.265.954	13	26.110	81.299	107.409	21	64	85
PAVIA	545.888	38	70.358	215.737	286.095	129	395	524
CREMONA	358.955	142	255.489	1.242.833	1.498.322	712	3.462	4.174
MANTOVA	406.763	26	37.856	94.819	132.675	93	233	326
LECCO	336.833	20	47.667	112.818	160.485	142	335	476
LODI	228.700	9	13.322	37.642	50.964	58	165	223
MONZA BRIANZA	873.935	52	69.486	171.637	241.123	80	196	276
Lombardia	10.050.874	477	858.931	3.013.415	3.872.346	85	300	385

2.3.2. COMMERCIO AMBULANTE

A Massalengo si svolge un importante mercato ambulante settimanale nella piazza del municipio:

Ubicazione	P.ZZA DELLA PACE	
Giorno di mercato	Sabato	
	dalle ore	8,00
	alle ore	12,00
Periodicità del mercato	settimabale	
totale posteggi		
Tipologia	N°	m²
alimentari	3	92
non alimentari	5	227

Tabella 15. Il mercato ambulante a Massalengo

Bacino

Tipologia	Periodicità del mercato	Totale posteggi mercato convertiti (*)		
		alimentari	non alimentari	totale
		m²	m²	m²
MASSALENGO	settimabale	28,90	45,99	74,89
OSSAGO LODIGIANO				
SAN MARTINO IN STRADA	settimabale	21,25	52,40	73,66
CORNEGLIANO LAUDENSE				
Pieve Fissiraga	settimabale	11,09	25,51	36,61
Villanova del Sillaro				
Totale		61,25	123,91	185,16

Nota:

Convertiti (*). La tabella contiene la superficie in m² dei mercati ambulanti convertiti in m² di Esercizi di Vicinato equivalenti

2.3.3. COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA**1. ESERCIZI DI VICINATO A MASSALENGO E NEL BACINO**

L'offerta del commercio in sede fissa, è caratterizzata dalla presenza di poche "medie strutture di vendita" a Massalengo e dalla presenza di molti "esercizi di vicinato".

I dati sono stati ottenuti da rilievi descrittivi effettuati sul posto e da dati analitici forniti dall'Osservatorio Regionale del Commercio (Banca Dati Commercio Regione Lombardia) riportati nell'ASR; i dati regionali sono relativi alla situazione al 30 giugno di ogni anno.

RILIEVO ESERCIZI DI VICINATO. BACINO. Anno 2010

2.010	ESERCIZI DI VICINATO	Numero punti di vendita Pdv				Superficie punti di vendita Pdv			
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
LO	MASSALENGO	1	15	5	21	58	911	218	1.187
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	0	1	2	3	236	1.133	95	1.464
LO	OSSAGO LODIGIANO	1	1	1	3	175	150	0	325
LO	PIEVE FISSIRAGA	0	1	1	2	81	699	16	796
LO	SAN MARTINO IN STRADA	6	7	6	19	273	2.048	315	2.636
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	2	7	2	11	25	95	250	370
totale		10	32	17	59	848	5.036	894	6.778

RILIEVO ESERCIZI DI VICINATO. BACINO. Anno 2014

2.014	ESERCIZI DI VICINATO	Numero punti di vendita Pdv				Superficie punti di vendita Pdv			
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
LO	MASSALENGO	1	16	5	22	58	934	218	1.210
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	7	30	0	37	410	1.800	0	2.210
LO	OSSAGO LODIGIANO	2	3	0	5	175	230	0	405
LO	PIEVE FISSIRAGA	2	9	1	12	81	699	16	796
LO	SAN MARTINO IN STRADA	7	33	4	44	313	2.008	315	2.636
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	1	1	3	5	25	95	250	370
totale		20	92	13	125	1.062	5.766	799	7.627

2.019	ESERCIZI DI VICINATO	Numero punti di vendita Pdv				Superficie punti di vendita Pdv			
		Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
LO	MASSALENGO	1	16	5	22	58	905	218	1.181
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	1	10	0	11	149	847	0	996
LO	OSSAGO LODIGIANO	2	3	0	5	175	230	0	405
LO	PIEVE FISSIRAGA	2	1	0	3	40	120	0	160
LO	SAN MARTINO IN STRADA	6	39	4	49	313	2.614	315	3.242
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	2	1	3	6	25	95	250	370
totale		14	70	12	96	760	4.811	783	6.354

RILIEVO ESERCIZI DI VICINATO 2010-2019: COMUNE

MASSALENGO	Numero punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	1	15	5	21				
2.014	1	16	5	22	+ 0,00%	+ 6,67%	+ 0,00%	+ 4,76%
2.019	1	16	5	22	+ 0,00%	+ 0,00%	+ 0,00%	+ 0,00%

Fonte: Banca Dati Regione Lombardia. Osservatorio del commercio

MASSALENGO	Superficie punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	58	911	218	1.187				
2.014	58	934	218	1.210	0,00%	2,52%	0,00%	+ 1,94%
2.019	58	905	218	1.181	0,00%	-3,10%	0,00%	-2,40%

RILIEVO ESERCIZI DI VICINATO 2010-2019: BACINO COMMERCIALE

BACINO	Numero punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	10	32	17	59				
2.014	20	92	13	125	+ 100,00%	+ 187,50%	-23,53%	+ 111,86%
2.019	14	70	12	96	-30,00%	-23,91%	-7,69%	-23,20%

BACINO	Superficie punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	848	5.036	894	6.778				
2.014	1.062	5.766	799	7.627	25,24%	14,50%	-10,63%	+ 12,53%
2.019	760	4.811	783	6.354	-28,44%	-16,57%	-2,00%	-16,69%

RILIEVO ESERCIZI DI VICINATO 2010-2019: BACINO COMMERCIALE

Lodi	Numero punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	406	1.602	129	2.137				
2.014	670	2.460	126	3.256	+ 65,02%	+ 53,56%	-2,33%	+ 52,36%
2.019	607	2.340	127	3.074	-9,40%	-4,88%	+ 0,79%	-5,59%

Lodi	Superficie punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	23.173	124.813	10.342	158.328				
2.014	25.310	129.167	8.821	163.298	9,22%	3,49%	-14,71%	+ 3,14%
2.019	25.058	122.458	8.171	155.688	-1,00%	-5,19%	-7,36%	-4,66%

RILIEVO ESERCIZI DI VICINATO 2010-2019: REGIONE

LOMBARDIA	Numero punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	18.986	85.531	8.876	113.393				
2.014	20.028	85.594	9.321	114.943	+ 5,49%	+ 0,07%	+ 5,01%	+ 1,37%
2.019	20.733	82.300	9.613	112.646	+ 3,52%	-3,85%	+ 3,13%	-2,00%

LOMBARDIA	Superficie punti di vendita Pdv				Variazione percentuale			
ANNO	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE	Alimentari	Non Alimentari	Misti	TOTALE
2.010	878.259	5.666.281	564.921	7.109.461				
2.014	867.353	5.549.978	577.263	6.994.594	-1,24%	-2,05%	2,18%	-1,62%
2.019	889.571	5.230.840	619.724	6.740.135	2,56%	-5,75%	7,36%	-3,64%

Fonte: Banca Dati Regione Lombardia. Osservatorio del commercio

2. ESERCIZI DI MEDIA DISTRIBUZIONE A MASSALENGO E NEL BACINO

RILIEVO MEDIE STRUTTURE DEL BACINO. Anno 2010

2.010 provincia	MEDIA DISTRIBUZIONE Comune	Numero esercizi			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
LO	MASSALENGO	-	-	-	-	-	-
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	1	8	9	288	3.178	3.466
LO	OSSAGO LODIGIANO	-	-	-	-	-	-
LO	PIEVE FISSIRAGA	-	8	8	-	3.910	3.910
LO	SAN MARTINO IN STRADA	-	18	18	-	8.676	8.676
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	-	2	2	-	553	553
totale		1	36	37	288	16.317	16.605

RILIEVO MEDIE STRUTTURE DEL BACINO. Anno 2014

2.014 provincia	MEDIA DISTRIBUZIONE Comune	Numero esercizi			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
LO	MASSALENGO	-	-	-	-	-	-
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	1	9	10	288	3.678	3.966
LO	OSSAGO LODIGIANO	-	-	-	-	-	-
LO	PIEVE FISSIRAGA	-	9	9	-	6.690	6.940
LO	SAN MARTINO IN STRADA	-	16	16	-	8.036	4.371
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	-	2	2	-	553	553
totale		1	36	37	288	18.957	15.830

RILIEVO MEDIE STRUTTURE DEL BACINO. Anno 2019

2.019 provincia	MEDIA DISTRIBUZIONE Comune	Numero esercizi			Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
LO	MASSALENGO	-	-	-	-	-	-
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	1	9	10	281	3.202	3.483
LO	OSSAGO LODIGIANO	-	-	-	-	-	-
LO	PIEVE FISSIRAGA	-	11	11	-	8.673	8.673
LO	SAN MARTINO IN STRADA	-	26	26	-	14.960	14.960
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	-	2	2	-	553	553
totale		1	48	49	281	27.388	27.669

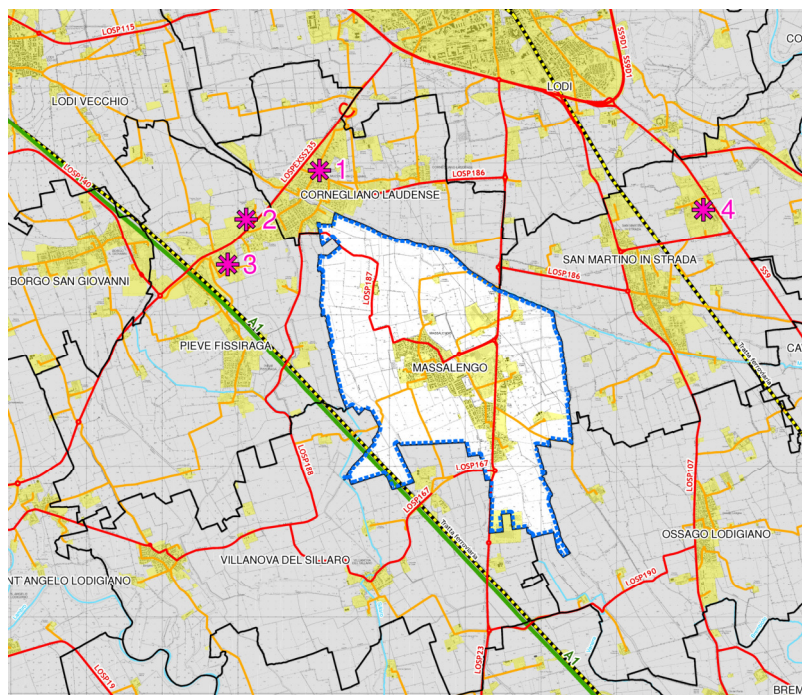
3. ESERCIZI DI GRANDE DISTRIBUZIONE A MASSALENGO E NEL BACINO

RANDI STRUTTURE DEL BACINO. Anno 2016

Comune	Numero esercizi				TITOLARE	INDIRIZZO	Superficie punti di vendita Pdv		
	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale			Alimentari	Non alimentari	Totale
MASSALENGO	0	0	0	0	//	//	0	0	0
CORNEGLIANO LAUDENSE	0	1	0	1	CANTONI SHOES	VIA CODOGNINO	2.478	6.887	9.365
OSSAGO LODIGIANO	0	0	0	0	//	//	0	0	0
PIEVE FISSIRAGA	0	1	0	1	M.BUSINESS S.R.L. (MERCATONE UNO)	V.LE PAVIA, 1/3		6.200	6.200
			1	1	BENNET	VIALE NAZIONI UNITE, 1	3.500	14.700	18.200
SAN MARTINO IN STRADA	0	0	1	1	BENNET	VIA EMILIA KM 292,659	2.840	6.805	9.645
VILLANOVA DEL SILLARO	0	0	0	0	//	//	0	0	0
							8.818	34.592	43.410

RILIEVO GRANDI STRUTTURE DEL BACINO. Anno 2019

2019 provincia	Comune	Numero esercizi				TITOLARE	INDIRIZZO	Superficie punti di vendita Pdv		
		Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale			Alimentari	Non alimentari	Totale
LO	MASSALENGO	0	0	0	0	//	//	0	0	0
LO	CORNEGLIANO LAUDENSE	0	1	1	2	CANTONI SHOES	VIA COGOGNINO	2.478	6.887	9.365
LO	OSSAGO LODIGIANO	0	0	0	0	//	//	0	0	0
LO	PIEVE FISSIRAGA	0	1	0	1	DECATHLON ITALIA SRL	VIA DA VINCI 25	50	2.450	2.500
				1	1	BENNET SPA	VIALE NAZIONI UNITE, 1	3.500	14.700	18.200
LO	SAN MARTINO IN STRADA	0	0	1	1	BENNET SRL	VIA EMILIA KM 292,659	2.840	6.805	9.645
LO	VILLANOVA DEL SILLARO	0	0	0	0	//	//	0	0	0
totale		0	2	3	5			8.868	30.842	39.710



Ubicazione delle GV

4. RIEPILOGO STORICO

COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA-2010-2019

BACINO

alimentari BACINO						
tipologia	2010		2.014		2019	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	10	848	20	1.062	14	760
Media distribuzione	1	288	1	288	1	281
Grande distribuzione	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	2	8.868
Totale bacino	11	1.136	21	1.350	17	9.909

non alimentari BACINO						
tipologia	2010		2014		2019	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	32	5.036	20	5.766	14	760
Media distribuzione	36	16.317	36	18.957	48	27.388
Grande distribuzione	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	2	30.842
Totale bacino	68	21.353	56	24.723	64	58.990

misti BACINO						
tipologia	2010		2014		2019	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	17	894	13	799	12	783
Media distribuzione						
Grande distribuzione						
Totale bacino	17	894	13	799	12	783

totale alimentari, non alimentari e misti BACINO						
tipologia	2011		2014		2016	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	59	6.778	53	7.627	40	2.303
Media distribuzione	37	16.605	37	19.245	49	27.669
Grande distribuzione						39.710
Totale bacino	96	23.383	90	26.872	89	69.682

COMMERCIO IN SEDE FISSA. SERIE STORICA-2011-2016

COMUNE

alimentari							COMUNE	
tipologia	2.010		2.014		2.019			
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²		
Vicinato	1	58	1	58	1	58		
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-		
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-		
Totale bacino	1	58	1	58	1	58		

non alimentari							COMUNE	
tipologia	2.010		2014		2.019			
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²		
Vicinato	15	911	16	934	16	905		
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-		
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-		
Totale bacino	15	911	16	934	16	905		

misti							COMUNE	
tipologia	2011		2014		2016			
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²		
Vicinato	5	218	5	218	5	218		
Media distribuzione								
Grande distribuzione								
Totale bacino	5	218	5	218	5	218		

totale alimentari, non alimentari e misti							COMUNE	
tipologia	2011		2014		2016			
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²		
Vicinato	21	1.187	22	1.210	22	1.181		
Media distribuzione	-	-	-	-	-	-		
Grande distribuzione	-	-	-	-	-	-		
Totale bacino	21	1.187	22	1.210	22	1.181		

2.3.4. CARATTERISTICHE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO A MASSALENGO

Come si è visto, la rete distributiva commerciale di Massalengo e del suo comprensorio è stata analizzata secondo la suddivisione tipologica del d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114:

- esercizi di vicinato
- medie strutture di vendita
- grandi strutture di vendita
- esercizi di vicinato
- medie strutture di vendita

- grandi strutture di vendita

Si deve ora rilevare che:

- è presente un solo esercizio di grande struttura di vendita, nel nostro comune, ma non nel bacino
- le medie strutture di vendita sono presenti quasi in tutti i comuni

Tutte le tipologie di strutture di vendita

SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	Esercizi di vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
	Num.	Superficie	Num.	Superficie	Num.	Superficie
MASSALENGO	6	276	-	-	-	-
BACINO	26	1.543	1	281	2	8.868

Tutte le tipologie di strutture di vendita

SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	Esercizi di vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
	Num.	Superficie	Num.	Superficie	Num.	Superficie
MASSALENGO	16	905	2	-	-	-
BACINO	26	1.543	48	27.388	2	30.842

Allo scopo di comprendere l'offerta commerciale di Massalengo, è utile operare un confronto con le presenze della provincia e della Regione Lombardia, con i seguenti indicatori, accorpando agli esercizi alimentari gli esercizi misti:

esercizi di vicinato: numero di abitanti per singolo punto di vendita. Il servizio offerto migliora con il diminuire del numero di abitanti per esercizio

medie e grandi strutture di vendita: superficie di vendita in m² ogni 1.000 abitanti. Il servizio offerto migliora con l'aumentare dell'indicatore.

1. ESERCIZI DI VICINATO

2. ESERCIZI DI VICINATO

Esercizi di vicinato

SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	abitanti	Numero punti di vendita Pdv	abitanti per Pdv
MASSALENGO	4.550	6	758
BACINO	16.277	26	626
PROVINCIA LODI	228.700	734	312
LOMBARDIA	10.050.874	91.913	109

SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	abitanti	Numero punti di vendita Pdv	abitanti per Pdv
MASSALENGO	4.550	16	284
BACINO	16.277	70	233
PROVINCIA LODI	228.700	2.340	98
LOMBARDIA	10.050.874	82.300	122

Con riferimento agli esercizi di vicinato per il settore alimentare, si riscontra a Massalengo un numero di punti di vendita molto superiore al valore regionale e a quello provinciale. Il bacino di utenza denota una direzione opposta. Per il settore non alimentare, si riscontra ancora a Massalengo un numero di punti di vendita molto superiore al valore provinciale e molto superiore a quello regionale. Il bacino di utenza denota la medesima direzione.

3. MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Medie strutture di vendita

SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita Pdv	m ² per 1.000 abitanti
MASSALENGO	4.550	-	-
BACINO	16.277	281	17
PROVINCIA LODI	228.700	355.960	1.556
LOMBARDIA	10.050.874	1.400.825	139

SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita Pdv	m ² per 1.000 abitanti
MASSALENGO	4.550	0	-
BACINO	16.277	27.388	1.683
PROVINCIA LODI	228.700	1.049.825	4.590
LOMBARDIA	10.050.874	4.018.179	400

4. GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

Grandi strutture di vendita

SETTORE ALIMENTARE E MISTO

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita Pdv	m ² per 1.000 abitanti
MASSALENGO	4.550	3.000	659
BACINO	16.277	3.000	184
PROVINCIA LODI	228.700	254.210	1.112
LOMBARDIA	10.050.874	886.309	88

SETTORE NON ALIMENTARE

Ente territoriale	abitanti	Superficie punti di vendita Pdv	m ² per 1.000 abitanti
MASSALENGO	4.550	-	-
BACINO	16.277	-	-
PROVINCIA LODI	228.700	1.182.097	5.169
LOMBARDIA	10.050.874	3.069.191	305

2.3.5. LA DIMENSIONE DEI PUNTI DI VENDITA AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

Assume infine una particolare importanza la superficie di vendita degli esercizi commerciali, in quanto la qualità dell'offerta commerciale è correlata alla dimensione dei punti di vendita, che a sua volta corrisponde al numero di prodotti esposti.

1. ESERCIZI ALIMENTARI

La dimensione del punto di vendita alimentare è di importanza strategica, almeno quanto la distanza dagli utenti (fattore abitazione-punto di vendita), specie per i generi di prima necessità (quali latte, pane, frutta e verdura) che sono di acquisto quotidiano.

1.1. ESERCIZI ALIMENTARI DI VICINATO

Esercizi di vicinato

SETTORE ALIMENTARE E MISTO

vicinato alimentare	Superficie media m ²
MASSALENGO	46,0
BACINO	59,3

1.2. ESERCIZI ALIMENTARI DI MEDIA STRUTTURA

La dimensione del punto di vendita alimentare è di importanza strategica, almeno quanto la distanza dagli utenti (fattore abitazione-punto di vendita), specie per i generi di prima necessità (quali latte, pane, frutta e verdura).

Medie strutture SETTORE ALIMENTARE E MISTO	
Medie strutture alimentare	Superficie media m ²
MASSALENGO	
BACINO	281,0

1.3. ESERCIZI ALIMENTARI DI GRANDE STRUTTURA

Grandi strutture SETTORE ALIMENTARE E MISTO	
Grandi strutture alimentare	Superficie media m ²
MASSALENGO	
BACINO	4.434,0

2. ESERCIZI NON ALIMENTARI

La dimensione del punto di vendita non alimentare è forse più importante, in quanto si riferisce ad acquisti meno frequenti. Viene accettata una maggiore mobilità, per raggiungere un'offerta adeguata alle esigenze degli utenti, rapportata al gran numero di prodotti disponibili. Ne consegue che gli esercizi non alimentari necessitano di un bacino d'utenza più ampio di quello degli esercizi alimentari. Particolarmente appetibili sono le localizzazioni che dispongono di adeguata superficie di vendita e comoda accessibilità, anche se poste in comuni piccoli.

2.1. ESERCIZI NON ALIMENTARI DI VICINATO

Esercizi di vicinato SETTORE NON ALIMENTARE	
vicinato non alimentare	Superficie media m ²
MASSALENGO	57
BACINO	59,3

2.2. ESERCIZI NON ALIMENTARI DI MEDIA STRUTTURA

Medie strutture SETTORE NON ALIMENTARE	
Medie strutture non alimentare	Superficie media m ²
MASSALENGO	
BACINO	570,6

2.3. ESERCIZI NON ALIMENTARI DI GRANDE STRUTTURA**Grandi strutture**

SETTORE NON ALIMENTARE

Grandi strutture non alimentare	Superficie media m ²
MASSALENGO	
BACINO	15.421,0

3. PROPOSTE PER IL PGT DEL SISTEMA COMMERCIALE

3.1. METODOLOGIA

Obiettivo del Documento di Piano è quello di consentire nel territorio comunale insediamenti commerciali tali da offrire il miglior servizio possibile, compatibilmente con le condizioni di corretta gestione economica degli esercizi, da realizzare con piano attuativo da inserire negli ambiti di trasformazione o in altri ambiti.

A questo scopo si è tenuto conto di:

- offerta presente;
- livello di soddisfacimento dei bisogni della popolazione
- dimensioni del Comune
- definizione del bacino d'utenza
- modernizzazione del settore (ovvero ampliamento delle superfici di vendita, diffusione di attività che presentino un'offerta completa e prezzi concorrenziali o in una accentuata specializzazione merceologica).

In base al decreto legislativo 114/98 la programmazione può riguardare esclusivamente la pianificazione delle aree destinate all'insediamento di medie o grandi strutture di vendita; le valutazioni sull'opportunità di inserire strutture di vendita per tipo di prodotto non sono ammesse. Sarà quindi l'operatore commerciale, in base alle tendenze ed alla domanda del mercato, a dover valutare l'opportunità di inserire in un'area determinata una particolare tipologia d'offerta.

Come si è già detto, il comportamento di acquisto dei prodotti non alimentari è molto diverso da quello dei prodotti alimentari. Il bacino di utenza è molto più ampio, in quanto la distanza conta molto meno. Per questo motivo è stato definito un bacino di utenza che comprende, oltre al comune di Massalengo, anche tutti i comuni confinanti posti ad una distanza di percorrenza corretta.

I dati utilizzati per il calcolo del rapporto tra domanda ed offerta sono tratti dal Regolamento Regionale attuativo della l.r. 14/99, che fu predisposto in due fasi:

- Regolamento regionale 21 luglio 2000, n. 3 «Regolamento di attuazione della legge regionale 23 luglio 1999 n. 14 per il settore del commercio» (BURL 25 luglio 2000, n. 30, 2°suppl. ord.)
- Regolamento regionale 24 dicembre 2001, n. 9 «Modifiche al Regolamento regionale 21 luglio 2000, n. 3» (BURL 28 dicembre 2001, n. 52, 3°suppl. ord.).

Esso costituisce il più completo documento tecnico ed economico tuttora disponibile. Il Regolamento suddivide il territorio regionale in 21 Unità Territoriali scelte in base a:

- caratteristiche socio-economiche della popolazione
- distribuzione insediativa e infrastrutturazione del territorio
- caratteristiche geografiche
- caratteristiche della rete distributiva

L'Allegato 1 del Regolamento individua:

- le potenzialità di spesa della popolazione residente in ciascuna della Unità Territoriali, ricavata scientificamente in base al valore commerciale dei fabbricati, ad indagini campionarie effettuate presso la popolazione residente, alla valutazione puntuale dei prodotti compresi nei diversi capitoli di spesa, alle autoproduzioni e così via. La potenzialità è
- le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi, alimentari e non alimentari, in ognuna della 21 Unità Territoriali.

UT	Denominazione UT	Popolazione	Domanda in Euro pro-capite		Famiglie	Domanda in Euro per famiglia	
			alimentare	non alimentare		alimentare	non alimentare
1	MILANO	2.435.017	€ 1.854,57	€ 1.578,74	966.026	€ 4.674,72	€ 3.979,46
2	BRESCIA	579.214	€ 1.621,25	€ 1.343,96	201.245	€ 4.666,19	€ 3.868,12
3	BERGAMO	730.358	€ 1.610,21	€ 1.333,62	250.083	€ 4.702,56	€ 3.894,80
4	VARESE	356.680	€ 1.616,97	€ 1.323,05	126.604	€ 4.555,47	€ 3.727,42
5	COMO	463.089	€ 1.623,23	€ 1.343,61	161.565	€ 4.652,63	€ 3.851,14
6	BUSTO ARSIZIO	770.053	€ 1.587,50	€ 1.293,31	269.714	€ 4.532,43	€ 3.692,51
7	PAVIA	247.368	€ 1.744,97	€ 1.411,06	95.047	€ 4.541,45	€ 3.672,41
8	CREMONA	234.371	€ 1.732,01	€ 1.393,09	88.910	€ 4.565,66	€ 3.672,24
9	VIGEVANO	208.500	€ 1.722,77	€ 1.367,35	79.715	€ 4.506,03	€ 3.576,40
10	MANTOVA	276.465	€ 1.647,96	€ 1.340,54	99.151	€ 4.595,05	€ 3.737,87
11	LECCO	221.989	€ 1.704,48	€ 1.396,36	78.639	€ 4.811,57	€ 3.941,77
12	LODI	405.839	€ 1.524,20	€ 1.254,36	137.819	€ 4.488,36	€ 3.693,76
13	VOGHERA	122.334	€ 1.866,77	€ 1.472,57	49.875	€ 4.578,83	€ 3.611,93
14	VIMERCATE	921.093	€ 1.567,28	€ 1.311,75	318.640	€ 4.530,55	€ 3.791,88
15	DESENZANO DEL GARDA	197.615	€ 1.907,10	€ 1.613,56	75.625	€ 4.983,42	€ 4.216,38
16	SONDRIO	110.753	€ 1.812,79	€ 1.522,96	40.659	€ 4.937,95	€ 4.148,46
17	CHIARI	325.864	€ 1.550,18	€ 1.284,27	108.643	€ 4.649,62	€ 3.852,04
18	VIADANA	56.239	€ 1.684,78	€ 1.359,08	20.628	€ 4.593,29	€ 3.705,31
19	LUINO	67.640	€ 1.787,84	€ 1.439,26	25.740	€ 4.698,11	€ 3.782,11
20	DARFO BOARIO TERME	164.277	€ 1.830,44	€ 1.500,61	60.508	€ 4.969,59	€ 4.074,10
21	MORBEGNO	100.067	€ 1.687,09	€ 1.361,26	34.989	€ 4.825,00	€ 3.893,13

Tabella 16 Elaborazione di Tavola 10 e Tavola 11 del Regol. Reg.: Settore alimentare e settore non alimentare: stima della domanda pro-capite e per famiglia della popolazione di ciascuna U. T.

UT	Denominazione UT	Vicinato	MS 1	MS 2	GS sovracom.	GSAE
1	MILANO	€ 2.220,76	€ 2.375,70	€ 4.957,99	€ 6.300,77	€ 7.850,14
2	BRESCIA	€ 2.427,35	€ 2.530,64	€ 5.319,51	€ 6.817,23	€ 8.469,89
3	BERGAMO	€ 2.530,64	€ 2.685,58	€ 5.577,73	€ 7.127,11	€ 8.831,41
4	VARESE	€ 2.737,22	€ 2.892,16	€ 6.042,55	€ 7.746,85	€ 9.606,10
5	COMO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
6	BUSTO ARSIZIO	€ 2.530,64	€ 2.737,22	€ 5.681,03	€ 7.230,40	€ 8.986,35
7	PAVIA	€ 2.788,87	€ 2.943,80	€ 6.145,84	€ 7.901,79	€ 9.761,04
8	CREMONA	€ 2.324,06	€ 2.427,35	€ 5.112,92	€ 6.507,36	€ 8.108,37
9	VIGEVANO	€ 2.324,06	€ 2.427,35	€ 5.112,92	€ 6.507,36	€ 8.108,37
10	MANTOVA	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
11	LECCO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
12	LODI	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
13	VOGHERA	€ 2.169,12	€ 2.324,06	€ 4.803,05	€ 6.197,48	€ 7.643,56
14	VIMERCATE	€ 2.478,99	€ 2.633,93	€ 5.474,44	€ 7.023,81	€ 8.728,12
15	DESENZANO DEL GARDA	€ 2.272,41	€ 2.427,35	€ 5.061,28	€ 6.455,71	€ 8.005,08
16	SONDRIO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
17	CHIARI	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
18	VIADANA	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
19	LUINO	€ 2.995,45	€ 3.202,03	€ 6.662,29	€ 8.521,54	€ 10.587,37
20	DARFO BOARIO TERME	€ 2.014,18	€ 2.117,47	€ 4.441,53	€ 5.681,03	€ 7.023,81
21	MORBEGNO	€ 2.892,16	€ 3.047,10	€ 6.404,07	€ 8.160,02	€ 10.122,56

Tabella 17 Elaborazione di Tavola 14 del Regol. Reg.: Soglie di produttività al m² per UT e livello distributivo per il settore alimentare di ciascuna U. T.

UT	Denominazione UT	Vicinato	MS 1	MS 2	GS sovracom.	GSAE
1	MILANO	€ 877,98	€ 929,62	€ 1.704,31	€ 2.375,70	€ 3.305,32
2	BRESCIA	€ 981,27	€ 1.032,91	€ 1.859,24	€ 2.530,64	€ 3.615,20
3	BERGAMO	€ 1.032,91	€ 1.084,56	€ 1.962,54	€ 2.685,58	€ 3.770,14
4	VARESE	€ 1.084,56	€ 1.136,21	€ 2.117,47	€ 2.892,16	€ 4.080,01
5	COMO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
6	BUSTO ARSIZIO	€ 1.032,91	€ 1.084,56	€ 1.962,54	€ 2.737,22	€ 3.821,78
7	PAVIA	€ 1.136,21	€ 1.187,85	€ 2.169,12	€ 2.943,80	€ 4.183,30
8	CREMONA	€ 929,62	€ 981,27	€ 1.755,95	€ 2.427,35	€ 3.460,26
9	VIGEVANO	€ 929,62	€ 981,27	€ 1.755,95	€ 2.427,35	€ 3.460,26
10	MANTOVA	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
11	LECCO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
12	LODI	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
13	VOGHERA	€ 877,98	€ 929,62	€ 1.704,31	€ 2.324,06	€ 3.253,68
14	VIMERCATE	€ 981,27	€ 1.032,91	€ 1.910,89	€ 2.633,93	€ 3.718,49
15	DESENZANO DEL GARDA	€ 929,62	€ 981,27	€ 1.755,95	€ 2.427,35	€ 3.408,62
16	SONDRIO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
17	CHIARI	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
18	VIADANA	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
19	LUINO	€ 1.239,50	€ 1.291,14	€ 2.324,06	€ 3.202,03	€ 4.493,18
20	DARFO BOARIO TERME	€ 826,33	€ 826,33	€ 1.549,37	€ 2.117,47	€ 2.995,45
21	MORBEGNO	€ 1.187,85	€ 1.239,50	€ 2.220,76	€ 3.047,10	€ 4.286,59

Tabella 18 Elaborazione di Tavola 15 del Regol. Reg.: Soglie di produttività al m² per UT e livello distributivo per il settore extra alimentare di ciascuna U. T.

Il regolamento, per individuare l'attrattività dei punti di vendita e per attribuire soglie di produttività adeguate, articola le medie e grandi strutture di vendita in due sub-categorie

Livello distributivo	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Vicinato	fino a 150 m ²	fino a 250 m ²
MS 1	da 151 a 600 m ²	da 251 a 600 m ²
MS 2	da 601 a 1.500 m ²	da 601 a 2.500 m ²
GS sovracomunale	da 1.501 a 5.000 m ²	da 2.501 a 5.000 m ²
GS Area Estesa	maggiore di 5.000	maggiore di 5.001

Le potenzialità di spesa della popolazione residente e le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi nei due settori merceologici indicate dalla Regione Lombardia nel Regolamento Regionale 3/2000 costituiscono, come si è detto, sono i dati più attendibili e specifici per le diverse aree e realtà regionali a disposizione.

I valori non sono stati aggiornati, in quanto l'eventuale aggiornamento manterrebbe comunque costante il rapporto tra domanda e offerta.

3.2. FABBISOGNO COMMERCIALE

Ai fini della valutazione delle opportunità di insediamento di nuovi esercizi commerciali di media distribuzione nel nostro comune, proponiamo un calcolo basato sul rapporto fra la potenzialità di spesa (ossia la quantità di denaro disponibile da parte dei consumatori) e la produttività di ogni tipologia di esercizio commerciale, calcolata sulla superficie dei negozi esistenti e dei banchi del mercato settimanale. La differenza fra la produttività degli esercizi esistenti (potenzialità di spesa) ed mercato teorico costituisce la disponibilità di eventuali nuovi esercizi che si volessero insediare nel territorio comunale.

I dati assunti alla base del calcolo sono i seguenti:

alimentari				
tipologia	MASSALENGO		BACINO	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	1	58	14	760
Media distribuzione	-	-	1	281
Grande distribuzione	-	-	2	8.868
Totale	1	58	17	9.909

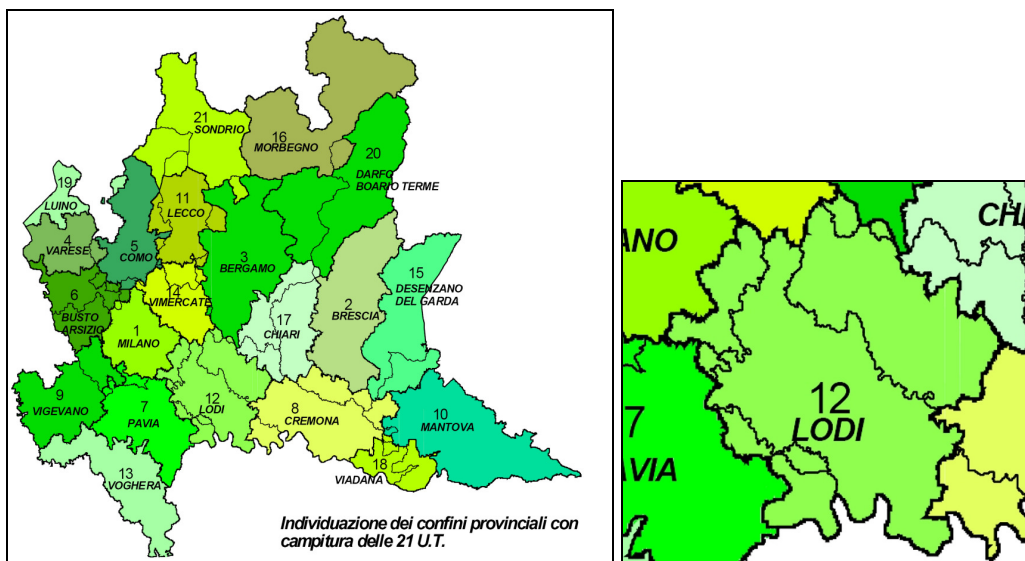
non alimentari e misti				
tipologia	MASSALENGO		BACINO	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	21	1.123	26	1.543
Media distribuzione		-	48	27.388
Grande distribuzione		-	2	30.842
Totale	21	1.123	76	59.773

Totale alimentari, non alimentari e misti				
tipologia	MASSALENGO		BACINO	
	N° esercizi	Superficie di vendita m²	N° esercizi	Superficie di vendita m²
Vicinato	22	1.181	40	2.303
Media distribuzione	1	-	3	27.669
Grande distribuzione	-	-	4	39.710
Totale	23	1.181	47	69.682

Nelle pagine seguenti si sviluppa il calcolo. I valori unitari utilizzati (in €/mq) derivano, come si è detto, dal regolamento regionale n. 3/2000. La tabella seguente contiene

l'individuazione dell'Unità territoriale di appartenenza del comune di Massalengo ed i valori regionali di "domanda" degli abitanti residenti e di "produttività" dei vari tipi di esercizio commerciale.

Unità Territoriale n. 12 - Lodi				
98037 MASSALENGO Ambito della pianura lombarda				
UT	Denominazione UT	Popolazione	Domanda in Euro pro-capite (TAB. 10 regolamento regionale 9/2001)	
			alimentare	non alimentare
12	LODI	405.839	€ 1.854,57	€ 1.578,74



Le Unità sono state definite dalla regione in base alle abitudini di acquisto e possono comprendere comuni di più province.

UT	Denominazione UT	Tipologia esercizio	PRODUTTIVITA' (TAB. 14 regolamento regionale 9/2001)	
			alimentare	non alimentare
12	LODI	Vicinato	€ 2.014,18	€ 826,33
		MS 1	€ 2.117,47	€ 826,33
		MS 2	€ 4.441,53	€ 1.549,37
		GS sovracom.	€ 5.681,03	€ 2.117,47
		GSAE	€ 7.023,81	€ 2.995,45

3.2.1. CALCOLO PER IL SETTORE ALIMENTARE

1. ALIMENTARI: POTENZIALITÀ DI SPESA ATTUALE

La tabella seguente contiene il calcolo della potenzialità di spesa dei vari tipi di esercizio commerciale, basata sulla superficie degli esercizi presenti nel territorio del comune.

Stato di fatto		alimentari		COMUNE		Massalengo
tipologia	produttività/mq	superficie di vendita negozi esistenti in mq			potenzialità di spesa = produttività dei negozi esistenti	
		comune	bacino	TOTALE	comune	bacino
Vicinato	€ 2.014,18	58	760	818	€ 116.822,44	€ 1.530.776,80
MS1	€ 2.117,47	-	281	281	€ -	€ 595.009,07
MS2	€ 4.441,53	-	-	-	€ -	€ -
Totale		58	1.041	1.099	€ 116.822,44	€ 2.125.785,87

2. ALIMENTARI: FABBISOGNO COMMERCIALE BASATO SUL COMUNE

Per l'Unità Territoriale viene attribuita una spesa media pro capite/anno per alimentari di € 1.854,57

Il mercato teorico alimentare complessivo (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), cioè la spesa che si avrebbe se tutti i residenti acquistassero nel Comune, risulta quindi di € 10.302.136,35

La differenza fra la produttività degli esercizi esistenti (potenzialità di spesa) ed il mercato teorico costituisce la disponibilità di eventuali nuovi esercizi che si volessero insediare nel territorio comunale.

La tabella successiva riporta il calcolo:

spesa media pro-capite	€	1.854,57	= domanda
capacità insediativa di PGT abitanti		5.555	= popolazione del PGT
mercato teorico	€	10.302.136,35	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa = produttività dei neq	€	116.822,44	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	10.185.313,91	= disponibilità di nuovi esercizi

Calcolo di PGT		alimentari			COMUNE		Massalengo
tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi esistenti+nuovi	mercato teorico = possibilità di spesa
		esistenti	nuove		Totale		
		mq	unità	mq	mq		
Vicinato	€ 2.014,18	58	2	300	358	€ 721.076,44	
MS1	€ 2.117,47	0	2	1.200	1.200	€ 2.540.964,00	
MS2	€ 4.441,53	0	1	1.500	1.500	€ 6.662.295,00	
Totale		58	5	3.000	3.058	€ 9.924.335,44	€ 10.302.136,35
					differenza	+ € 377.800,91	= deve essere > 0

Le valutazioni relative alla domanda e all'offerta commerciale, nel solo territorio comunale, dimostrano quindi una certa disponibilità di offerta in rapporto alla potenzialità di spesa consentita dalla rete esistente

3. ALIMENTARI: FABBISOGNO COMMERCIALE BASATO SUL BACINO DI UTENZA

Per completare il calcolo è opportuno, come si è detto, fare ora riferimento anche al bacino d'utenza.

Se considerassimo anche il bacino di utenza, il mercato teorico (ossia la spesa che si avrebbe potenzialmente se tutti i residenti del bacino acquistassero nel nostro comune), con una popolazione complessiva di 21.973 abitanti, sarebbe quindi di € 40.750.095,70

La tabella successiva riporta il calcolo.

Comune	Abitanti	
	31.12.2018	capacità insediativa del PGT (presunta)
MASSALENGO	4.550	5.555
CORNEGLIANO LAUDENSE	2.920	4.088
OSSAGO LODIGIANO	1.433	2.006
PIEVE FISSIRAGA	1.769	2.477
SAN MARTINO IN STRADA	3.755	5.257
VILLANOVA DEL SILLARO	1.850	2.590
TOTALE	16.277	21.973

spesa media pro-capite	€	1.854,57	= domanda
abitanti del bacino	€	21.972,80	= popolazione del bacino + PGT
mercato teorico	€	40.750.095,70	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa	€	2.125.785,87	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	38.624.309,83	= disponibilità di nuovi esercizi

Calcolo di PGT		alimentari		BACINO		Massalengo	
tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi esistenti+nuovi	mercato teorico = possibilità di spesa
		esistenti	nuove		Totale		
		mq	unità	mq	mq		
Vicinato	€ 2.014,18	818	6	900	1.718	€ 3.460.361,24	
MS1	€ 2.117,47	281	4	2.400	2.681	€ 5.676.937,07	
MS2	€ 4.441,53	0	3	4.500	4.500	€ 19.986.885,00	
Totale		1.099	13	7.800	8.899	€ 29.124.183,31	€ 40.750.095,70
					differenza	+ € 11.625.912,39	= deve essere > 0

Rimane a disposizione del commercio ambulante la somma residua sopra calcolata.

Tabella 19. Alimentari: strutture compatibili con il mercato teorico a Massalengo

Le valutazioni relative alla domanda e all'offerta commerciale alimentare per il bacino, dimostrano una buona disponibilità in rapporto alla potenzialità di spesa consentita dalla rete esistente, che suggerisce di conseguenza l'insediamento di due nuovi esercizi di media alimentare per ciascuna delle due tipologie MS1 ed MS2.

3.2.2. CALCOLO PER IL SETTORE NON ALIMENTARE

In modo del tutto analogo a quello operato per il settore alimentare, definiamo in primo luogo la potenzialità di spesa. bacino di utenza in base alla produttività per ogni metro quadrato di superficie dei negozi esistenti e dei banchi del mercato settimanale. La differenza fra la produttività degli esercizi esistenti (potenzialità di spesa) ed mercato teorico costituisce la disponibilità di eventuali nuovi esercizi di tipo non alimentare che si volessero insediare nel territorio comunale.

1. NON ALIMENTARI: POTENZIALITÀ DI SPESA ATTUALE

Stato di fatto		extra alimentari			Massalengo	
tipologia	produttività/mq	superficie di vendita negozi esistenti in mq			potenzialità di spesa = produttività dei negozi esistenti	
		MASSALENGO	BACINO	TOTALE	BACINO	MASSALENGO
Vicinato	€ 826,33	1.123	1.543	2.666	€ 2.202.995,78	€ 927.968,59
MS1	€ 826,33	-	27.388	27.388	€ 22.631.616,94	€ 0,00
MS2	€ 1.549,37	-	-	-	€ 0,00	€ 0,00
Totale		1.123	28.931	30.054	€ 24.834.612,72	€ 927.968,59

2. NON ALIMENTARI: FABBISOGNO COMMERCIALE BASATO SUL COMUNE

Unità Territoriale n. 12 - Lodi

Per l'Unità Territoriale viene attribuita una spesa media pro capite all'anno, per generi non alimentari di € 1.254,36

Il mercato teorico non alimentare complessivo (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), cioè la spesa che si avrebbe se tutti i residenti acquistassero nel Comune, risulta quindi di € 6.967.991,68

La differenza fra la produttività degli esercizi esistenti (potenzialità di spesa) ed mercato teorico costituisce la disponibilità di eventuali nuovi esercizi che si volessero insediare nel territorio comunale. La tabella successiva riporta il calcolo.

spesa media pro-capite	€	1.254,36	= domanda
abitanti PGT		5.555	= popolazione del PGT
mercato teorico	€	6.967.991,68	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa = produttività dei neg	€	927.968,59	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	€	6.040.023,09	= disponibilità di nuovi esercizi

Calcolo di PGT		extra alimentari				COMUNE	Massalengo
tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi esistenti+nuovi	mercato teorico
		esistenti mq	nuove		Totale mq		
			unità	mq			
Vicinato	€ 826,33	1.123	2	300	1.423	€ 1.175.867,59	nota *
MS1	€ 826,33	0	6	3.600	3.600	€ 2.974.788,00	
MS2	€ 1.549,37	0	1	1.500	1.500	€ 2.324.055,00	
Totale		1.123	9	5.400	6.523	€ 6.474.710,59	€ 6.967.991,68
					differenza + €	493.281,09	= deve essere > 0

La differenza che può essere affidata al commercio ambulante è del

1,4%

3. NON ALIMENTARI: FABBISOGNO COMMERCIALE BASATO SUL BACINO DI UTENZA

Se considerassimo anche il bacino di utenza, la spesa che si avrebbe potenzialmente se tutti i residenti del bacino acquistassero nel nostro comune, con una popolazione complessiva di abitanti 21.973

sarebbe di € 38.036.412,09

La tabella successiva riporta il calcolo.

Comune	Abitanti	
	31.12.2018	capacità insediativa del PGT (presunta)
MASSALENGO	4.550	5.555
CORNEGLIANO LAUDENSE	2.920	4.088
OSSAGO LODIGIANO	1.433	2.006
PIEVE FISSIRAGA	1.769	2.477
SAN MARTINO IN STRADA	3.755	5.257
VILLANOVA DEL SILLARO	1.850	2.590
TOTALE	16.277	21.973

spesa media pro-capite	€	1.254,36	= domanda
abitanti del bacino	€	21.972,80	= popolazione del bacino + PGT
mercato teorico	€	27.561.887,97	= possibilità di spesa degli abitanti
potenzialità di spesa	€	38.036.412,09	= produttività degli esercizi esistenti
differenza	-€	10.474.524,11	= disponibilità di nuovi esercizi

La disponibilità di nuovi esercizi è negativa, in quanto la presenza di MS1 è più che sufficiente in base ai parametri suggeriti dalla regione, tuttavia riteniamo corretto, al fine di migliorare l'offerta commerciale ed il servizio offerto, anche per non precludere la possibilità di trasferimenti da altre posizioni specialmente nel recupero di edifici produttivi dismessi.

Calcolo di PGT		extra alimentari				BACINO		Massalengo	
tipologia	produttività/mq	Superfici di vendita				potenzialità di spesa = produttività esercizi esistenti+nuovi	mercato teorico = possibilità di spesa		
		esistenti	nuove		Totale				
		mq	unità	mq	mq				
Vicinato	€ 826,33	2.666	0	0	2.666	€ 2.202.995,78			
MS1	€ 826,33	9.129	0	0	9.129	€ 7.543.872,31			
MS2	€ 1.549,37	18.259	0	0	18.259	€ 28.289.543,99			
Totale		30.054	0	0	30.054	€ 38.036.412,09	€ 27.561.887,97		
differenza						– € 10.474.524,1	= deve essere > 0		

3.3. LOCALIZZAZIONE COMMERCIALE DEL PGT

3.3.1. CRITERI DI LOCALIZZAZIONE

Il Documento di Piano, come si è visto in precedenza e in base alla DCR 352/2007 [deliberazione consiglio regionale 13 marzo 2007, n. 352 (indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale)], ha a suo carico “la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale (art. 8, comma 2, lettere a e b della l.r. n. 12/2005)” ed il compito di evidenziare “le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale”

Inoltre, applicando gli articoli 149 (Programmazione regionale) e 150 (Programmazione urbanistica riferita al settore commerciale dei comuni e delle province) della legge regionale 2 febbraio 2010, n.6 “Testo Unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere” (che sostituisce tutte le norme regionali vigenti sul commercio, le fiere e i mercati), il PGT ha affrontato quanto indicato dal Capo I del Titolo VI (disciplina urbanistica del commercio), e sono stati definiti:

- le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie strutture di vendita al dettaglio, nonché la disciplina per la realizzazione degli stessi; si precisa che le grandi strutture non sono consentite;
- le prescrizioni cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché all'arredo urbano, nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;
- le prescrizioni e gli indirizzi di natura urbanistica ed in particolare quelle inerenti alla disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita.

I paragrafi successivi indicano nel dettaglio le scelte localizzative compiute. Le norme del Documento di Piano, del Piano delle Regole e del Piano dei Servizi, a loro volta, indicano i rapporti minimi tra superfici commerciali e superfici delle aree per servizi ed in particolare per i parcheggi.

3.3.2. CLASSIFICAZIONE

Le attività commerciali, in armonia con le indicazioni regionali, sono classificate dal PGT con la seguente suddivisione:

V	Esercizi di vicinato	SV<150 mq
MS1	Medie strutture di vendita di primo livello	150 mq<SV<600 mq
MS2	Medie strutture di vendita di secondo livello	600 mq<SV<1500 mq
CC1	Centri commerciali di primo livello	150 mq<SV<600 mq
CC2	Centri commerciali di secondo livello	600 mq<SV<1500 mq
GS	Grandi strutture di vendita	SV>1500 mq

3.3.3. NUMERO , TIPOLOGIA E LOCALIZZAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI CONSENTITI

Il PGT consentirà, per i diversi ambiti urbanistici, l'insediamento di esercizi commerciali di vicinato e di media distribuzione, alimentare e non alimentare in base ai criteri suggeriti dalla Regione Lombardia.

La verifica della relazione tra domanda ed offerta ha evidenziato che gli esercizi presenti non soddisfano pienamente le esigenze dei consumatori residenti, né per il settore alimentare né per quello non alimentare; ne consegue che gli abitanti di Massalengo continueranno ad evadere verso poli commerciali attrattivi situati a breve distanza, come i supermercati di media e grande distribuzione di Pavia e di Lodi, oltre che di San

Colombano al Lambro o di S. Angelo Lodigiano. Per limitare le evasioni e proporre un'offerta più moderna e completa si ritiene quindi opportuno arricchire la rete di vendita alimentare di medie strutture alimentari, di primo o di secondo livello.

Per il settore alimentare, oltre alle attività già insediate, si ritiene di consentire l'insediamento di due nuove strutture di tipo MS 2 negli ambiti del centro abitato o negli ambiti di trasformazione residenziali e polifunzionali, collocati dove risiede la maggior parte dei consumatori e dove sarà quindi agevolmente raggiungibile da buona parte della popolazione; tale collocazione consentirà inoltre di migliorare anche il livello del servizio di prossimità a quei consumatori che incontrano difficoltà di spostamento, proponendo loro un'offerta più moderna.

Per il settore non alimentare, che si compone di un numero particolarmente elevato di referenze, per l'acquisto delle quali, come abbiamo visto, il consumatore è generalmente disposto a compiere spostamenti più consistenti, è possibile arricchire la rete di vendita mediante il libero insediamento di medie strutture sia di primo che di secondo livello, con superficie di vendita fino a 1.500 m². Tali esercizi permetteranno di arricchire e modernizzare la rete di vendita comunale, conferendole attrattività anche all'esterno dei confini comunali, con beneficio per tutto il sistema distributivo.

Non si prevedono, invece, grandi strutture di vendita (ossia con superficie di vendita superiore a 1.500 m²), che sono espressamente escluse dal PGT.

Ai sensi della DGR n. 5054 del 4 luglio 2007, articolo 1, comma 3, la superficie di vendita SV di un esercizio commerciale è l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili, con esclusione della superficie destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, aree a disposizione dei consumatori (quali gallerie, scale mobili, ascensori, nastri trasportatori, aree di sosta degli automezzi, anche se coperte ed i relativi corselli di manovra).

Ai sensi dell'articolo 1, comma 5 della DGR n. 5054 del 4 luglio 2007, la superficie di vendita SV di merci ingombranti, non facilmente amovibili ed a consegna differita (mobilifici, concessionarie di automobili e di altri veicoli a motore, rivendite di legnami, materiali edili, tipologie simili alle precedenti), è calcolata nella misura di 1/8 della superficie lorda di pavimento SLP: in tali esercizi non possono essere introdotte o vendute merci diverse da quelle aventi le caratteristiche sopra tassativamente indicate.

1. NUMERO DI ESERCIZI COMMERCIALI CONSENTITO

Il numero consentito di esercizi commerciali, in aggiunta a quelli esistenti, è indicato, per i due settori e le diverse tipologie, nella seguente tabella.

SETTORE	TIPOLOGIA ESERCIZIO	NUMERO DI ESERCIZI CONSENTITI
Alimentare	V	libero
	MS1 - CC1	2
	MS2 - CC2	2
	GS	1
Non alimentare	V	libero
	MS1 - CC1	libero
	MS2 - CC2	libero
	GS	libero

Si precisa che ogni esercizio di tipo MS2 – CC2 può essere sostituito da 2 esercizi di tipo MS1 – CC1.

Si precisa inoltre che sia il numero che la tipologia di attività commerciali indicati dalle tabelle e riferiti al Piano delle Regole e al Piano dei Servizi, potranno essere oggetto di variante dei rispettivi atti, senza che ciò costituisca variante al Documento di Piano.

2. LOCALIZZAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI VICINATO E DI MEDIA DISTRIBUZIONE

L'insediamento di esercizi di vicinato (ovvero con superficie di vendita inferiore o uguale a 150 metri quadrati), alimentari e non alimentari, è, in linea di principio, libero.

L'insediamento di nuovi esercizi commerciali (in aggiunta a quelli esistenti) di media distribuzione MS 1 (superficie di vendita fino a 600 metri quadrati) e MS 2 (superficie di vendita da 600 a 1.500 metri quadrati), di tipo alimentare e di tipo non alimentare, è ammesso soltanto negli ambiti espressamente individuati dal PGT e dalle sue norme tecniche di attuazione.

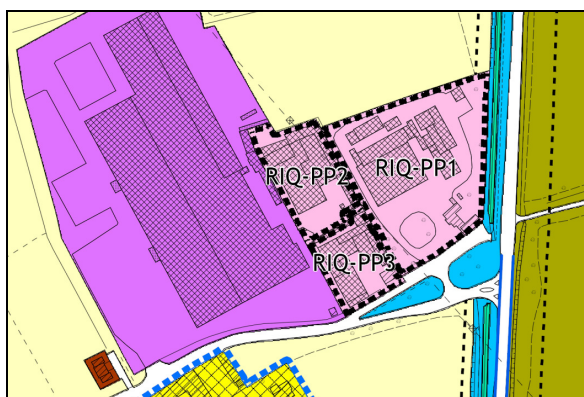
3. LOCALIZZAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI DI GRANDE DISTRIBUZIONE

L'insediamento di esercizi di grande distribuzione è consentito dal PGT di Massalengo solo in tre ambiti di recupero.



Aerofoto del sito per la GS

Si tratta degli ambiti RIQ PR 1, RIQ PR2 e RIQ PR3 riferiti a tre attività produttive dismesse. per l'utilizzazione delle quali è necessaria la predisposizione di un Piano di Recupero.

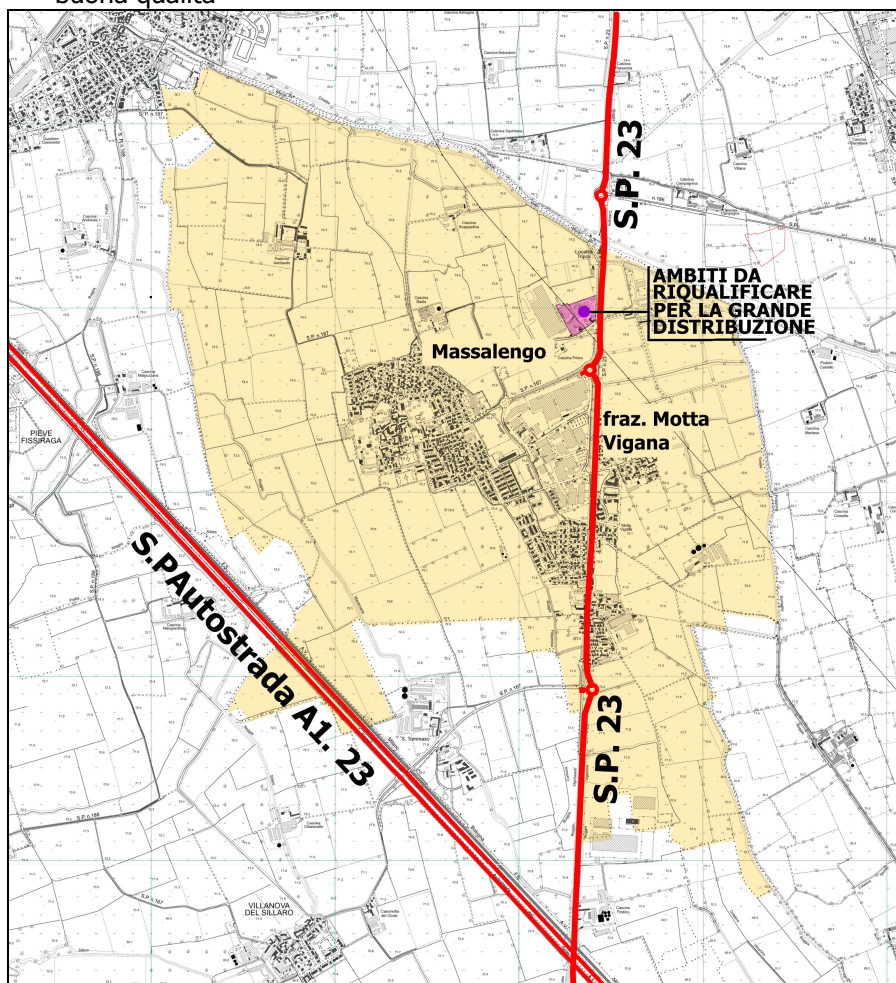


Indicazioni di PGT

Il sito appare adatto e conforme alle indicazioni del PTCP della provincia di Lodi, all'art. 3 Ambito 34 (Insediamenti commerciali). Infatti:

- prevede il recupero di edifici esistenti, senza alcun nuovo consumo di suolo

- è sito lungo una strada di grande comunicazione
- l'accesso al centro commerciale non è diretto, ma è mediato da un sistema di svincoli esistente e di buona qualità



Si ricorda infine che l'autorizzazione all'apertura degli esercizi di GS non è a capo del comune, ma alla regione e che dovranno essere rigorosamente seguite le procedure di legge ed in particolare le indicazioni della Deliberazione Giunta regionale 20 dicembre 2013 - n. X/1193 «Disposizioni attuative finalizzate alla valutazione delle istanze per l'autorizzazione all'apertura o alla modificazione delle grandi strutture di vendita conseguenti alla D.C.R. 12 novembre 2013 n. X/187 'Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale'».