

COMUNE di BINASCO

PROVINCIA di MILANO



Via Candiani, 125
20158 Milano (MI)

Tel. 02 29.52.40.40

E-mail: studioanzini_@libero.it

QUADRO CONOSCITIVO DEL TERRITORIO COMUNALE

Componente commerciale

Allegato al Piano di Governo del Territorio

(L.R. 12/2005 s.m.i.)

INDICE

1.	Premessa	pag.	1
2.	Oggetto dell'analisi	pag.	3
3.	Quadro normativo di riferimento	pag.	7
3.1	<u>Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme</u>	pag.	7
3.1.1	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie</i>	pag.	7
3.1.2	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: le disposizioni nazionali "pro concorrenziali" (decreti Monti e Bolkestein)</i>	pag.	8
3.1.3	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale</i>	pag.	8
3.1.4	<i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale</i>	pag.	11
3.2	<u>I centri di telefonia in sede fissa</u>	pag.	13
3.2.1	<i>Normativa di riferimento</i>	pag.	13
3.3	<u>La rete distributiva dei carburanti</u>	pag.	15
3.3.1	<i>Premessa</i>	pag.	15
3.3.2	<i>I distributori di carburante</i>	pag.	16
4.	Il quadro del sistema distributivo lombardo	pag.	18
5.	Quadro ricognitivo territoriale e demografico	pag.	26
5.1	<i>Inquadramento territoriale</i>	pag.	26
5.2	<i>Inquadramento demografico</i>	pag.	28
6.	Il sistema distributivo comunale	pag.	33
6.1	<i>L'evoluzione del sistema distributivo</i>	pag.	33
6.2	<i>La situazione del commercio al dettaglio in sede fissa</i>	pag.	35
6.3	<i>La dotazione di punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag.	39
6.4	<i>Lo stato di fatto dei centri di telefonia fissa</i>	pag.	41
6.5	<i>Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio</i>	pag.	41
7.	Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale e conclusioni	pag.	42

1. Premessa

La caduta dei consumi registrata in Italia a partire dalla prima metà del 2012 è solo l'ultimo episodio legato alla crisi che ha caratterizzato negli ultimi anni la congiuntura economica, non solo a livello nazionale ma anche europeo e mondiale.

In particolare, a livello nazionale la decisa riduzione della spesa pubblica e il notevole incremento della pressione fiscale sui redditi delle famiglie avvenuti nel corso del 2012, hanno comportato una forte riduzione della spesa delle famiglie, che in molti casi si è tradotta in una modifica permanente dello stile di vita, e quindi delle abitudini di acquisto e consumo.

Si affermano comportamenti improntati ad una maggiore "sobrietà", si rimandano gli acquisti non essenziali anche quando vi sarebbero le possibilità economiche di sostenerli; emblematico di questo approccio è la crisi del settore dell'auto, legato anche all'aumento dei prezzi del carburante: nel 2012 in Italia si sono registrati livelli di vendita prossimi a quelli degli anni '70 e i consumi di carburante nel 2012 si sono ridotti del 10% circa rispetto al 2011. Questa tendenza si è estesa oltre che ad altri beni durevoli e di acquisto non frequente, come gli elettrodomestici e l'arredamento, anche a prodotti non alimentari di largo e generale consumo, tra cui l'abbigliamento e da ultimo anche al settore alimentare, con riflessi sul sistema distributivo nel suo complesso. Le famiglie stanno attuando il cosiddetto "downgrading" della spesa, insieme di diverse strategie per ridurre gli acquisti: da un ricorso più frequente a formati di vendita a minore contenuto di servizio come i discount, ad una maggiore attenzione ai prodotti in promozione, allo spostamento verso prodotti più economici (primo prezzo, private label).

Com'era prevedibile, sono aumentati gli acquisti presso i punti vendita più comodi in termini di prossimità (superstore e supermercati) e convenienti in termini di prezzo (discount) insieme alla tendenza alla riduzione delle quantità acquistate, che evidenzia che anche nell'alimentare si sono ridotti gli sprechi e tagliati gli

acquisti superflui; d'altro lato, la qualità del prodotto e il suo contenuto di servizio continuano ad avere un'importanza prioritaria, tant'è che, a fronte di una contrazione totale delle vendite di prodotti alimentari, crescono quelle dei prodotti di nicchia, come i biologici, dietetici, regionali, e quelle dei prodotti freschi confezionati e pronti per il consumo, che pure hanno un costo unitario più elevato dei prodotti che sostituiscono.

Rispetto alla rete distributiva, risultano aver subito di più gli effetti della crisi i punti vendita di minori dimensioni, ovvero i negozi a libero servizio e i supermercati con area di vendita inferiore agli 800 metri e quelli di maggiore grandezza, cioè gli ipermercati di superficie superiore agli 8.000 mq. quadri; crescono invece i supermercati di superficie superiore a 1.000 mq, i superstore e piccoli ipermercati, con superficie compresa tra i 2.500 mq e gli 8.000 mq; fortemente rallentata è anche la crescita dei discount. E' cresciuto il numero di attività commerciali cosiddette "no store", ovvero ambulanti, vendite a domicilio, distributori automatici e soprattutto il commercio on line che registrano incrementi del volume d'affari a due cifre a scapito dei canali tradizionali, verosimilmente a causa dei maggiori costi di esercizio dei punti di vendita in sede fissa.

2. Oggetto dell'analisi

La L.R. 12/05 s.m.i. ha introdotto un nuovo strumento di pianificazione comunale, il Piano di Governo del Territorio (P.G.T.), articolato in tre distinte componenti: il Documento di Piano, il Piano dei Servizi, il Piano delle Regole.

Il rapporto tra la programmazione in campo commerciale e il nuovo strumento urbanistico è definito dalla D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352 "Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale (articolo 3, comma 1, della L.R. 23 luglio 1999, n. 14)".

In particolare, *"... le problematiche relative alla distribuzione commerciale si rapportano:*

→ con il Documento di Piano per quanto riguarda:

- la costruzione del quadro conoscitivo del territorio comunale (art. 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 (art. 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 (art. 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 (art. 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 coerenzare 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 nonché 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".*

Sempre la già citata D.C.R. 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. ..."*

In 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).*

Ancora, con riferimento ai rapporti tra programmazione commerciale e Piano dei Servizi, la D.C.R. 8/352 sottolinea: *“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”.*

Quanto al Piano delle Regole, la Delibera 8/352 specifica:

“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. E' 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 periurbane o periferiche, aree extraurbane di interesse sovracomunale, normando 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”.*

La presente analisi si propone, in particolare, come sviluppo del rapporto tra pianificazione commerciale e Documento di Piano: saranno condotte indagini specifiche e articolate, che terranno conto dei consumatori, con riferimento alla popolazione residente, a quella fluttuante, ai turisti, ai pendolari ecc.; delle evasioni per acquisti verso l'esterno e delle gravitazioni rivolte all'interno; dell'offerta presente nell'area presa in considerazione e nelle aree vicine.

Il tutto, naturalmente, raccordato con un'analisi del divenire e della possibile evoluzione dell'offerta distributiva nel Comune.

Prima di sviluppare le indagini sopra indicate, si propone un riassunto delle normative nazionali e regionali di riferimento, che determinano il quadro di azione e di sviluppo del settore commerciale.

3. Quadro normativo di riferimento

3.1. Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme

Le definizioni delle diverse attività commerciali sono contenute nell'art. 4 del decreto legislativo 114/98; si tratta di definizioni di valore generale, poiché ricalcano le espressioni usate nelle direttive CEE in materia.

La presente analisi riguarda specificamente le attività di commercio al dettaglio in sede fissa, cioè l'attività esercitata da chi acquista merci e le rivende direttamente al consumatore finale, cioè al pubblico in generale.

3.1.1 *Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie*

Il d.lgs. 114/98 individua due soli settori merceologici, alimentare e non alimentare, e una suddivisione dei negozi in classi dimensionali, su base demografica e per superficie di vendita, come riassunto nella successiva tabella:

Classi dimensionali dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa

Classe dimensionale	Popolazione inferiore a 10.000 abitanti	Popolazione superiore a 10.000 abitanti
Esercizio di vicinato	fino a 150 mq. di vendita	fino a 250 mq. di vendita
Media struttura	da 151 mq. a 1.500 mq. di vendita	da 251 mq. a 2.500 mq. di vendita
Grande struttura	oltre 1.500 mq. di vendita	oltre 2.500 mq. di vendita

La Regione Lombardia ha articolato (D.G.R. 4 luglio 2007, n. VIII/5054 s.m.i., Allegato 2, tavola1) le grandi strutture di vendita in quattro sottocategorie:

Classi dimensionali delle grandi strutture di vendita – Regione Lombardia

Classe dimensionale	Superficie di vendita
Grande struttura a rilevanza comunale	da 1.501/2.501 mq. a 5.000 mq.
Grande struttura a rilevanza provinciale	da 5.001 mq. a 10.000 mq.
Grande struttura a rilevanza interprovinciale	da 10.001 mq. a 15.000 mq.
Grande struttura a rilevanza regionale	oltre 15.000 mq.

Medie e 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*” (D.Lgs. 114/98, art. 4, comma 1, lettera g).

La Regione Lombardia (D.G.R. 4 luglio 2007, n. VIII/5054 s.m.i., punto 4.2.1, comma 2 lettere a e b) ha articolato la definizione del centro commerciale nelle seguenti*:

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

3.1.2 *Commercio al dettaglio in sede fissa: le disposizioni nazionali “proconcorrenziali” (decreti Monti e Bolkestein)*

Il quadro normativo di riferimento del settore commercio, nel corso del periodo compreso tra il dicembre 2011 e il dicembre 2012, è stato definito attraverso una serie di provvedimenti (c.d. decreti Monti, d.l. 201/11, 1/12 e 5/12 – Salvitalia, Semplificitalia, Crescitalia; d.lgs. 6 agosto 2012, n. 147, riforma del d.lgs. 59/10, cd. Decreto Bolkestein).

Questi provvedimenti, al fine di armonizzare la disciplina nazionale e quella europea in materia di attività economiche, introducono quale principio generale misure di semplificazione e liberalizzazione delle attività anche commerciali; in particolare, “... *costituisce principio generale dell’ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell’ambiente, ivi incluso l’ambiente urbano, e dei beni culturali. Le Regioni e gli enti locali adeguano i propri ordinamenti alle prescrizioni del presente comma ...*” (art. 31, c. 2, d.l. 201/11 e ss.mm.ii.).

3.1.3 *Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale*

La disciplina “quadro” dettata dal d.lgs. 114/98 e dalla Legge Regionale 14/99 è integrata e completata dal Programma Triennale per lo sviluppo del Settore Commerciale 2006 – 2008 (di cui alla D.C.R. 2 ottobre 2006 n. VIII/215) e dalle sue Modalità applicative (di cui alla D.G.R. 4 luglio 2007 n. VIII/5054 s.m.i.), che pongono specifica attenzione agli elementi di programmazione commerciale, ai criteri di urbanistica commerciale, alle procedure per il rilascio delle autorizzazioni per le medie e grandi strutture di vendita.

In particolare, nel Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale, allo scopo di consentire la razionalizzazione e la modernizzazione della rete distributiva, controllandone l’impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale, il territorio della Regione è stato suddiviso in ambiti territoriali (ex l.r. 14/99, art. 2 e successive modifiche), considerando la presenza di aree metropolitane omogenee e di aree sovracomunali configurabili come unico bacino d’utenza.

Gli ambiti territoriali individuati sul territorio regionale sono i seguenti:

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

Per ciascun ambito sono individuati specifici indirizzi di sviluppo. In particolare, per il Comune di Binasco, compreso nell’ambito di addensamento commerciale metropolitano, gli indirizzi di sviluppo sono i seguenti:

* Per la corretta definizione delle diverse forme di centro commerciale si rimanda alla normativa regionale citata

- *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *forte disincentivo all'eccessivo ampliamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- *disincentivo al consumo di aree libere e attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi;*
- *incremento della presenza di esercizi di vicinato e di media distribuzione, di maggiore accessibilità diretta da parte dell'utenza;*
- *prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico;*
- *valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico e architettonico e integrazione della funzione commerciale con le altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, artigianali, pubbliche) e promozione del loro servizio commerciale unitario.*

La presente indagine si propone di giungere all' "... *individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali ...*" attraverso un' articolata analisi commerciale e viabilistica del "contesto urbano comunale" nonché, nel caso in cui sia possibile l'insediamento di grandi strutture di vendita, del contesto territoriale sovracomunale.

Le previsioni urbanistiche devono essere riferite specificamente alle categorie indicate dal d.lgs. 114/98, fermo restando che "... *la generica destinazione d'uso ad attività di tipo terziario o di ammissibilità commerciale consente esclusivamente la localizzazione di esercizi di vicinato*" (D.G.R. 8/4581 del 18.04.2007).

Si segnala che la normativa sopra esaminata è in fase di revisione, il Consiglio Regionale si è impegnato ad approvare, entro la fine dell'anno in corso, un nuovo programma pluriennale, che metta in grado la nostra Regione di affrontare efficacemente il perdurante periodo di crisi economica e dei consumi.

3.1.4 Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale

Sul B.U.R.L. Serie Avvisi e Concorsi n. 28 dell'11 luglio 2012 è stato pubblicato l'avviso di adozione del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTCP) della Provincia di Milano adeguato alla L.R. 12/2005, avvenuta nella seduta del Consiglio Provinciale del 7 giugno 2012, con Deliberazione n.16.

Il nuovo PTCP individua una serie di macro obiettivi e di obiettivi specifici per il sistema insediativo che, in estrema sintesi, anche per quanto riguarda il sistema economico, punta a rafforzare il policentrismo milanese, articolato in una "città centrale", costituita da Milano e dai 24 Comuni che compongono il suo hinterland, e in 13 poli attrattori intermedi. Inoltre, per le attività commerciali, sono previsti specifici obiettivi, individuati all'art. 76 delle Norme di Attuazione del PTCP:

Art.76 - Il sistema del commercio

1. Oltre ai macro-obiettivi di cui all'art. 3, agli obiettivi specifici per il sistema insediativo di cui all'art. 69, il PTCP definisce i seguenti ulteriori obiettivi per il sistema del commercio:

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

2. Qualora il Comune preveda la localizzazione di nuove grandi strutture di vendita nel proprio territorio, il PGT supporta tale scelta con adeguate valutazioni condotte a una scala più ampia rispetto al territorio comunale, in relazione all'ambito di gravitazione, al sistema economico commerciale e alle potenziali ricadute, in particolare rispetto a:

- a) Riuso del tessuto urbano consolidato e riduzione dell'impermeabilizzazione

complessiva dei suoli;

b) Contributo al potenziamento, alla razionalizzazione e al coordinamento del sistema dei servizi, in particolare nei Comuni Polo Attrattore (Abbiategrosso, Binasco, Cassano d'Adda – Trezzo d'Adda, Vaprio d'Adda, Castano Primo, Gorgonzola – Melzo, Legnano, Magenta, Melegnano, Paullo, Rho; n.d.r.);

c) Rispetto dei parametri di riferimento di cui all'art. 71, comma 4 (consumo di suolo; n.d.r.);

d) Contributo alla sostenibilità delle condizioni di mobilità; e) Contributo all'attuazione dei progetti strategici di rete ecologica provinciale e grandi dorsali territoriali, all'attuazione dei parchi locali di interesse sovracomunale, allo sviluppo di meccanismi di compensazione ambientale delle trasformazioni, in particolare in rapporto alla attuazione di interventi di qualificazione energetica, paesistica e ambientale del territorio.

3. *Le previsioni di localizzazioni di nuove grandi strutture di vendita devono essere orientate prioritariamente nei Comuni individuati come Polo Attrattore ai sensi dell'art. 72 o comunque in Comuni già dotati di grandi strutture di vendita con la finalità di potenziare e razionalizzare il sistema distributivo esistente.*

4. *È, di norma, incompatibile la localizzazione e la realizzazione di aree commerciali all'interno di siti della Rete natura 2000, parchi naturali, riserve naturali regionali, monumenti naturali, parchi regionali – ad esclusione delle zone IC del Parco Lombardo della Valle del Ticino.*

Questo articolo vuole dare attuazione alle proposte emerse nell'approfondimento dedicato alla pianificazione del sistema commerciale (*"Il commercio nella Provincia di Milano. Geografia e indirizzi strategici per un Piano di settore"* della collana dei Quaderni del Piano territoriale, Quaderno n. 27), che propone di valutare l'insediamento e la programmazione commerciale in modo sempre più integrato con la pianificazione territoriale; il quadro delineato nell'approfondimento ha messo in evidenza la dimensione sovracomunale del settore del commercio e la conseguente necessità di forti azioni di coordinamento per definire le localizzazioni e per governare al meglio gli effetti degli insediamenti sul territorio, soprattutto per quanto riguarda il paesaggio, il consumo di suolo, la pressione sulle reti infrastrutturali e della mobilità.

Attualmente, in attesa del provvedimento di approvazione consiliare e dell'entrata in vigore del PTCP approvato si applicano, a titolo di salvaguardia, le

previsioni con efficacia prescrittiva e prevalente ai sensi dell'art.18 della LR 12/2005 e s.m.i., che non riguardano tuttavia le attività commerciali. Pertanto, al momento attuale, la programmazione delle attività commerciali a livello provinciale rimane disciplinata dagli articoli 75, 76, 77, 87, 88 e 89, del PTCP vigente, come approvato con Delibera Consiglio Provinciale n. 55 del 14 Ottobre 2003, pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia, Serie Inserzioni, n. 45 del 5 Novembre 2003; questi articoli riguardano le attività commerciali e nello specifico le grandi strutture di vendita, nonché gli aspetti viabilistici connessi con l'insediamento di queste attività.

3.2 I centri di telefonia in sede fissa

3.2.1 *Normativa di riferimento*

La normativa riguardante i Centri di telefonia fissa è dettata dal Decreto Legislativo 259 del 1° agosto 2003 "Codice delle comunicazioni elettroniche" (che recepisce la direttiva n. 2002/21/CE). In particolare, il rilascio delle autorizzazioni è disciplinato dall'art. 25, comma 4 che recita: *"L'impresa interessata presenta al Ministero una dichiarazione resa dalla persona fisica titolare ovvero dal legale rappresentante della persona giuridica, o da soggetti da loro delegati, contenente l'intenzione di iniziare la fornitura di reti o servizi di comunicazione elettronica, unitamente alle informazioni strettamente necessarie per consentire al Ministero di tenere un elenco aggiornato dei fornitori di reti e di servizi di comunicazione elettronica, da pubblicare sul proprio Bollettino ufficiale e sul sito internet. Tale dichiarazione costituisce denuncia di inizio attività e deve essere conforme al modello di cui all'allegato n. 9. L'impresa è abilitata ad iniziare la propria attività a decorrere dall'avvenuta presentazione della dichiarazione e nel rispetto delle disposizioni sui diritti di uso stabilite negli articoli 27, 28 e 29. Ai sensi dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni, il Ministero, entro*

e non oltre sessanta giorni dalla presentazione della dichiarazione, verifica d'ufficio la sussistenza dei presupposti e dei requisiti richiesti e dispone, se del caso, con provvedimento motivato da notificare agli interessati entro il medesimo termine, il divieto di prosecuzione dell'attività. Le imprese titolari di autorizzazione sono tenute all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione di cui all'articolo 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249".

Il 22 dicembre 2008 la Giunta regionale lombarda con delibera n. VIII/8778 ha approvato un documento in cui vengono fornite indicazioni agli enti interessati in merito all'insediamento di centri di telefonia in sede fissa (Phone Center).

La delibera suddetta precisa che *"qualora nel caso concreto si verifichi che il centro di telefonia svolga, nel medesimo locale, anche un'attività commerciale, troverebbe applicazione tutta la disciplina del commercio in sede fissa, e in particolare:*

- la l.r. 1/2007 e i successivi provvedimenti attuativi volti alla sostituzione di atti autorizzativi con la dichiarazione di inizio attività produttive (DIAP), solo qualora l'esercizio rientri nella tipologia degli esercizi di vicinato;*
- la l.r. 14/99 relativamente alle modalità di esercizio dell'attività;*
- la l.r. 22/2000 relativamente alle vendite straordinarie e agli orari;*
- il d.lgs. 114/98 per tutto ciò che non è ancora disciplinato da leggi regionali".*

Con riferimento alla predisposizione dei Piani di Governo del territorio (P.G.T.), la delibera regionale stabilisce che:

"in sede di Documento di Piano, nell'ambito delle analisi delle caratteristiche della rete commerciale esistente e delle politiche commerciali da perseguire, dovranno essere puntualmente individuati gli esercizi destinati a centri di telefonia in sede fissa esistenti, nonché precisati gli ambiti territoriali nei quali potranno essere ammessi nuovi insediamenti tenendo conto della necessità:

- d'integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature offerte alla popolazione locale;*

- *di coerenzare le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani sia centrali che periferici;"*

"in sede di Piano delle Regole, dovranno essere puntualmente disciplinate:

- *il posizionamento e il dimensionamento di queste attività in rapporto all'esigenza di assicurare un equilibrato e razionale assetto del tessuto urbano e del raggiungimento di obiettivi generali di qualificazione di parti di città con la conseguente possibilità di prevedere la non ammissibilità del loro insediamento in determinati contesti (centri storici, aree ambientali di rilevante valore, ecc.);*
- *le caratteristiche e i parametri qualitativo-prestazionali sia di tipo urbanistico: obbligo di disponibilità di parcheggi pertinenziali adeguati, condizioni di viabilità di accesso adeguate; sia di tipo edilizio: uso di materiali, di tecnologie, di elementi costruttivi finalizzati ad assicurare qualità agli interventi in rapporto all'inserimento urbano che all'efficacia energetica e alla riduzione dell'inquinamento".*

3.3 La rete distributiva dei carburanti

3.3.1 Premessa

Le attività oggetto della presente relazione non possono essere inquadrare nella fattispecie degli esercizi di commercio al minuto in sede fissa, come definite all'art. 4 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, *"Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59"*; le attività di distribuzione di carburanti sono disciplinate in uno specifico Capo della Legge Regionale 2 febbraio 2010 n. 6 (Testo Unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere, che sostituisce la precedente legge regionale 24/04) e dai relativi provvedimenti attuativi, meglio noti come "Programma di razionalizzazione della rete di distribuzione dei carburanti".

3.3.2 I distributori di carburante

Nel corso dell'anno 2008 il precedente sistema di programmazione, finalizzato alla riduzione in termini numerici della rete di distributori di carburante è stato radicalmente modificato.

Se in precedenza era ammessa l'attivazione solo previa dismissione di altri impianti in rapporto alla dotazione riferita a un'intorno territoriale di riferimento, denominato bacino di utenza, individuato nel Programma di razionalizzazione della rete di distribuzione dei carburanti Regionale, che poteva essere deficitario, in equilibrio o eccedentario, questo comunque nel rispetto di parametri legati alla distanza del nuovo impianto da altri distributori di carburante già esistenti e attivi, attualmente l'attivazione di un nuovo impianto di distribuzione carburanti è sempre possibile purchè l'interessato si impegni ad inserire tra i prodotti erogati il metano. Questa procedura resterà valida fino al raggiungimento di un numero minimo di impianti di erogazione di gas stabilito dalla Regione per la rete ordinaria di ciascun bacino d'utenza individuato, salvo deroghe, di natura tecnica che rendono eccessivi rispetto alle finalità gli oneri economici da affrontare, da ultimo rimodulate (in accordo con i provvedimenti nazionali pro concorrenziali di cui al precedente paragrafo 3.1.2) con la dgr 2 agosto 2013, n. X/568.

E' evidente la volontà della Regione Lombardia di promuovere una mobilità sostenibile e salvaguardare l'ambiente, attraverso incentivi all'acquisto di veicoli a basso impatto ambientale, quali quelli alimentati a gas metano, che deve necessariamente passare attraverso il miglioramento della struttura distributiva e di erogazione di questo carburante.

Gli intenti dichiarati dalla Regione sono quelli di estendere al maggior numero di cittadini i vantaggi garantiti dai carburanti puliti, vantaggi che non si esauriscono in una indiscutibile convenienza economica ma comprendono anche elementi valoriali quali la libertà di movimento e la sicurezza. Secondo la Regione,

infatti, passare al metano infatti non significa solamente poter acquistare un mezzo a prezzi scontati o risparmiare sul costo del carburante; significa soprattutto produrre bassissime emissioni, circolare 365 giorni all'anno, anche nei giorni di blocco del traffico, poter parcheggiare con assoluta indipendenza,, il tutto con la massima affidabilità in quanto le auto a metano garantiscono le stesse prestazioni e gli stessi standard di sicurezza di quelle a benzina o diesel.

Tutto ciò è tuttavia legato alla possibilità per gli automobilisti di scegliere sempre di più modelli prodotti per questo tipo di alimentazione e di poterli rifornire di carburante.

Per quanto riguarda gli aspetti procedurali, le disposizioni sono tutt'ora quelle di cui alla d.g.r. 11 febbraio 2005, n. 7/20635 "Procedure amministrative relative all'installazione degli impianti e all'esercizio dell'attività di distribuzione di carburanti", che dettagliano puntualmente sia i tempi, sia le competenze, sia la documentazione da produrre ai fini del rilascio delle autorizzazioni.

Acquisita la conformità urbanistica della localizzazione, i tempi e gli adempimenti sono quelli legati all'attivazione di un impianto che eroghi anche metano, di cui agli artt. 12 e seguenti, d.g.r. 7/20635, e quindi a conferenza di servizi cui devono essere chiamati a partecipare ASL, ARPA, Comando provinciale dei Vigili del Fuoco, Ente proprietario della strada lungo cui si colloca l'impianto, UTF, Regione Lombardia, quest'ultima con parere vincolante di conformità.

In ogni caso, salvo deroghe e a meno che l'interessato non dimostri che ciò è dovuto a impedimenti o ritardi non imputabili alla sua volontà, l'apertura dell'impianto nella sua totalità è legata all'inizio dell'erogazione del metano.

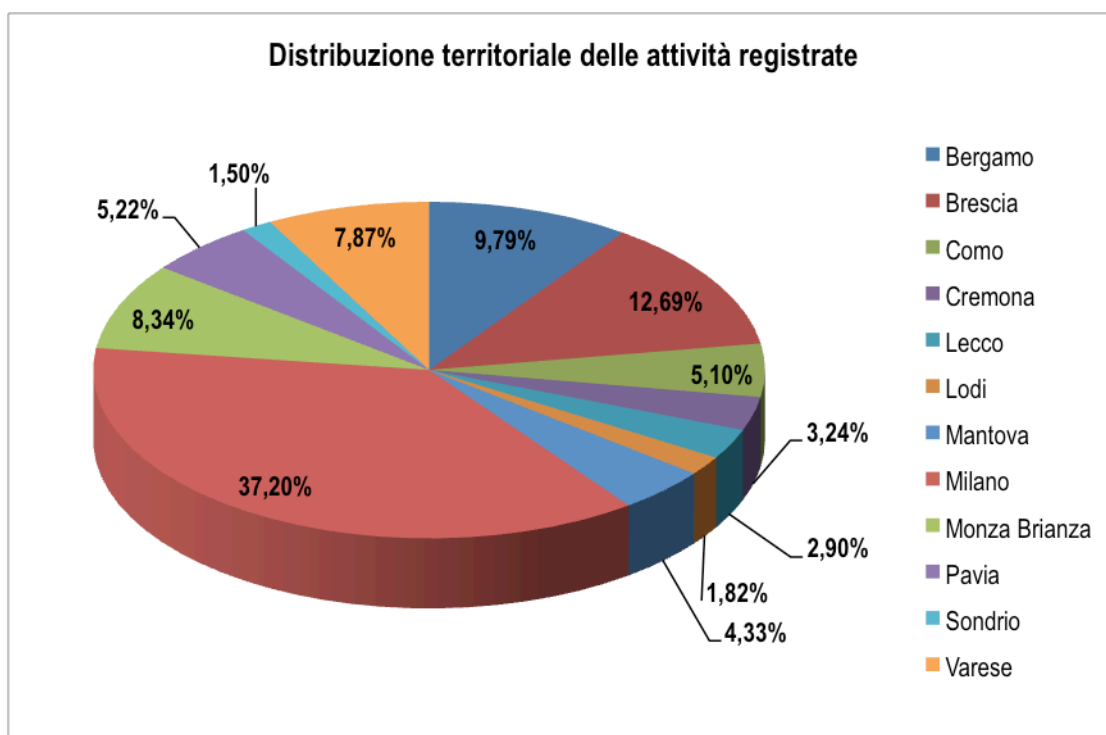
4. Il quadro del sistema distributivo lombardo

Alla fine del 2011 presso le Camere di Commercio lombarde risultavano registrate 212.012 attività appartenenti alla categoria “G: Commercio all’ingrosso e al dettaglio¹ e riparazione di autoveicoli e motocicli”², distribuite nelle diverse Province come indicato nella successiva tabella:

N. Attività Registrate commercio – Anno 2012

Provincia	Attività registrate	% su tot. Regione
Bergamo	20.744	9,79
Brescia	26.899	12,69
Como	10.814	5,10
Cremona	6.857	3,24
Lecco	6.155	2,90
Lodi	3.857	1,82
Mantova	9.185	4,33
Milano	78.841	37,20
Monza Brianza	17.667	8,34
Pavia	11.062	5,22
Sondrio	3.173	1,50
Varese	16.675	7,87
Totale Regione	211.929	100,00

Fonte: Movimprese



¹ Fonte: Movimprese

Un'idea più precisa del peso delle attività commerciali (così come precedentemente definite) nelle diverse Province lombarde è fornita dalla densità delle stesse, data dal rapporto del numero di attività registrate ogni 10.000 residenti³, come riassunto nella successiva tabella:

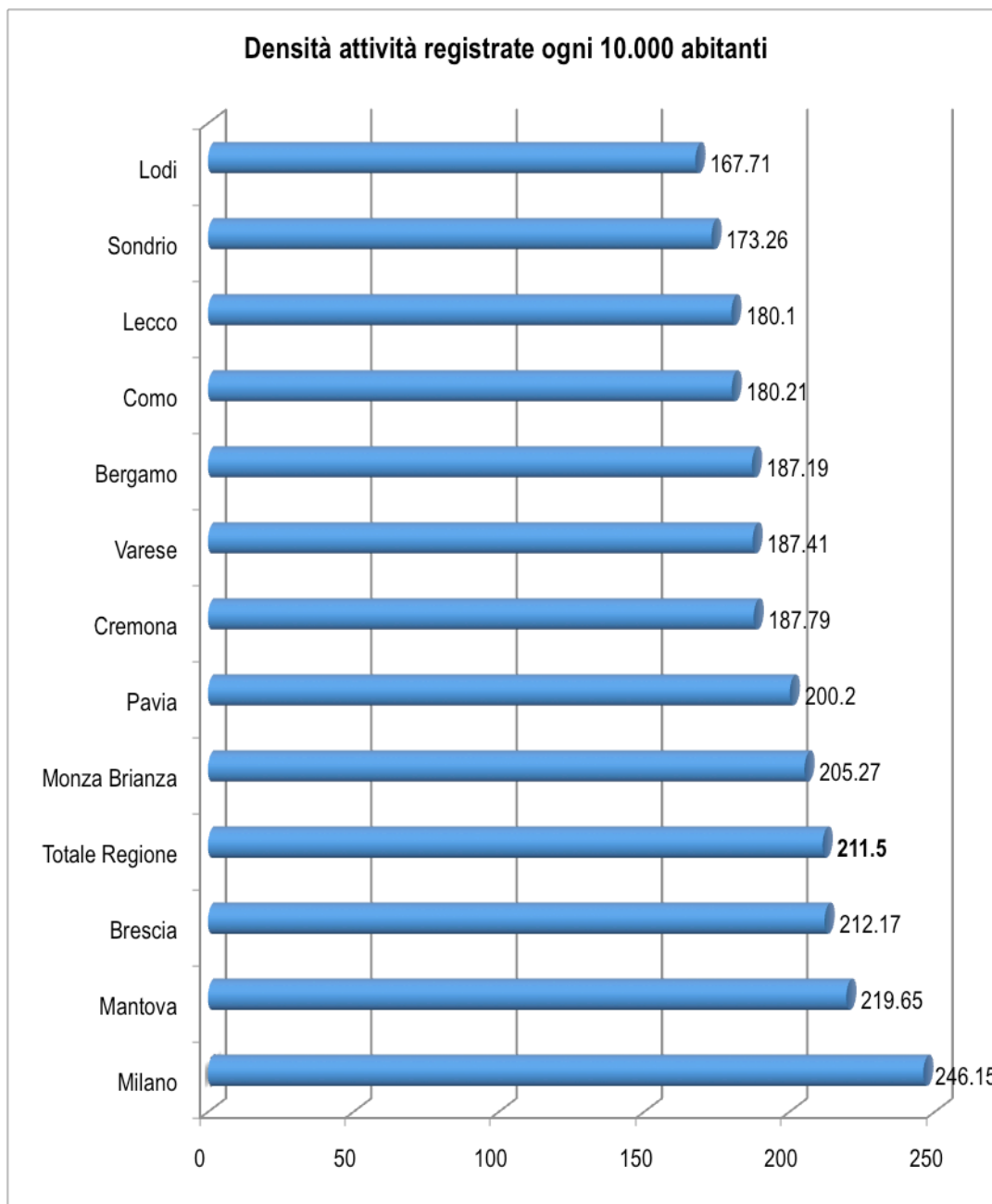
N. Attività Registrate commercio – Anno 2012

Provincia	Attività registrate	n. residenti	Densità (registrate/10.000 ab.)
Bergamo	20.744	1.108.190	187,19
Brescia	26.899	1.267.829	212,17
Como	10.814	600.063	180,21
Cremona	6.857	365.143	187,79
Lecco	6.155	341.751	180,10
Lodi	3.857	229.981	167,71
Mantova	9.185	418.169	219,65
Milano	78.841	3.202.947	246,15
Monza Brianza	17.667	860.692	205,27
Pavia	11.062	552.541	200,20
Sondrio	3.173	183.130	173,26
Varese	16.675	889.774	187,41
Totale Regione	211.929	10.020.210	211,50

A fronte di una densità media regionale pari a 211,50 attività registrate ogni 10.000 abitanti, le Province di Brescia, Mantova e Milano registrano valori superiori (rispettivamente 212,17, 219,65 e 246,15 attività registrate ogni 10.000 abitanti), mentre tutte le altre Province hanno una densità inferiore alla media lombarda; fanalino di coda la Provincia di Lodi, con 167,71 attività registrate ogni 10.000 abitanti.

² Codici Ateco 2007

³ Fonte: Istat al 30.09.2011, ultimo disponibile



Un dato importante per valutare il trend del settore commercio (ricordiamo che i dati a nostra disposizione non distinguono tra ingrosso e dettaglio, tuttavia l'andamento generale fornisce un quadro corretto) è dato dal confronto del numero di imprese registrate nel corso degli anni. Per una valutazione che tenga conto degli importanti cambiamenti avvenuti nel tempo, prenderemo in considerazione: il 1995, anno antecedente alla liberalizzazione degli esercizi di vicinato dettata dal D.Lgs. 114/98, cosiddetto Decreto Bersani; il 2000, anno che fornisce indicazioni

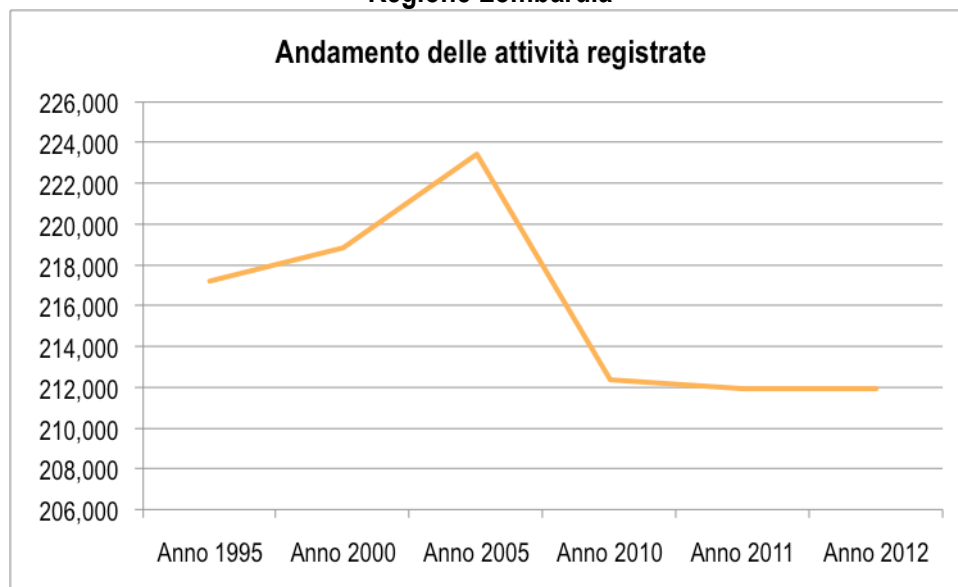
sulla primissima applicazione del D.Lgs. 114/98; il 2005, anno in cui ormai è in pieno regime la nuova “normativa” commerciale dettata dal Bersani; i dati riferiti all’ultimo triennio (2010, 2011 e 2012), periodo in cui la crisi economica ha trovato fortissima espressione.

Lombardia

	N. attività registrate
1995	217.234
2000	218.832
2005	223.446
2010	212.367
2011	212.012
2012	211.929

Fonte: Movimprese

Regione Lombardia



Dopo un decennio di crescita, a partire dal 2005 si è assistito a una contrazione delle attività commerciali registrate, trend che è continuato tra il 2010 e il 2011, certamente legato alla crisi economica in atto; nel corso dell’ultimo anno la situazione è risultata sostanzialmente stabile (-0,039%), dato positivo se rapportato all’andamento nazionale, che ha visto una contrazione più pesante, passando da 1.550.863 imprese (dato 2011) alle 1.549.034 2012 (-0,118%).

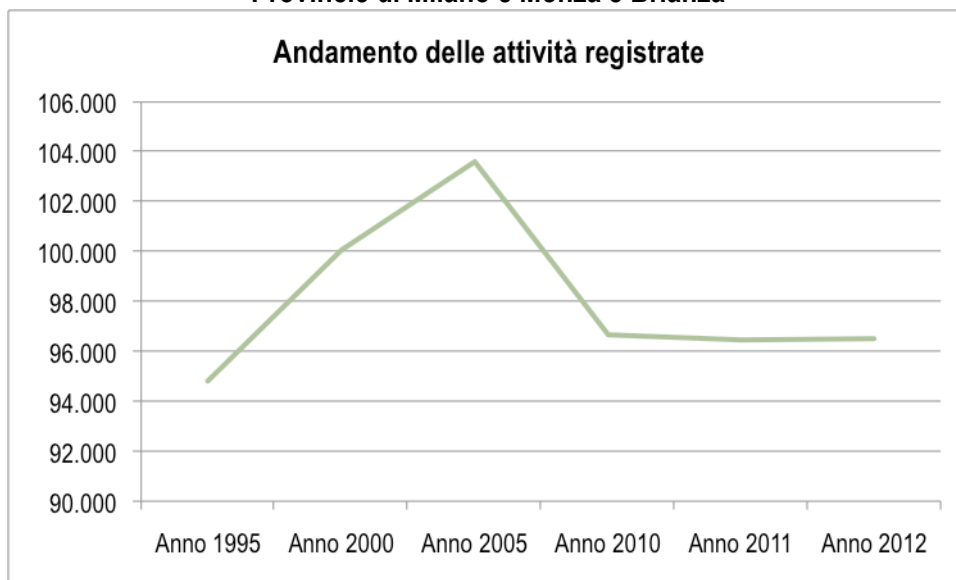
In Provincia di Milano (comprensiva dell'attuale Provincia di Monza e Brianza) l'andamento registra un andamento simile a quello regionale, anche se i dati riferiti all'ultimo biennio non hanno ancora raggiunto il picco negativo del 1995:

Province di Milano e Monza e Brianza

	N. attività registrate
1995	94.821
2000	100.062
2005	103.613
2010	96.697
2011	96.470
2012	96.508

Fonte: Movimprese

Province di Milano e Monza e Brianza

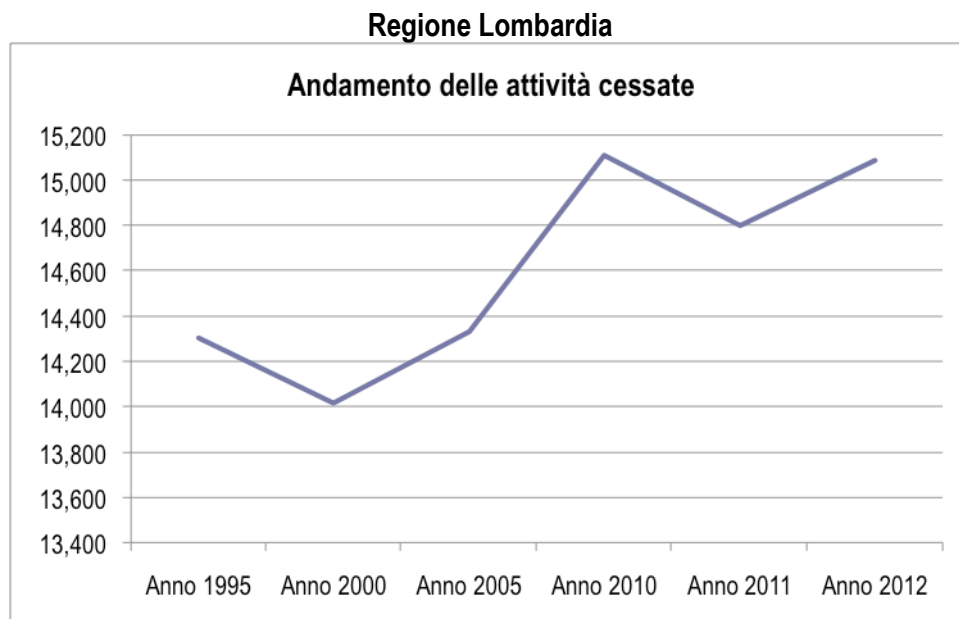


Un secondo dato significativo relativo all'andamento del sistema distributivo è fornito dal numero delle cessazioni registrate.

Lombardia

	N. attività cessate
1995	14.300
2000	14.016
2005	14.328
2010	15.111
2011	14.798
2012	15.088

Fonte: Movimprese



Come ben illustra il grafico, dopo una riduzione delle cessazioni tra il 1995 e il 2000, a partire da quell'anno si è avuto un incremento delle stesse, che ha toccato il valore più alto, nel periodo considerato, alla fine del 2010; ad una positiva diminuzione del 2011 è seguito, purtroppo, un incremento nel corso del 2012, in corrispondenza con l'acuirsi della crisi economica.

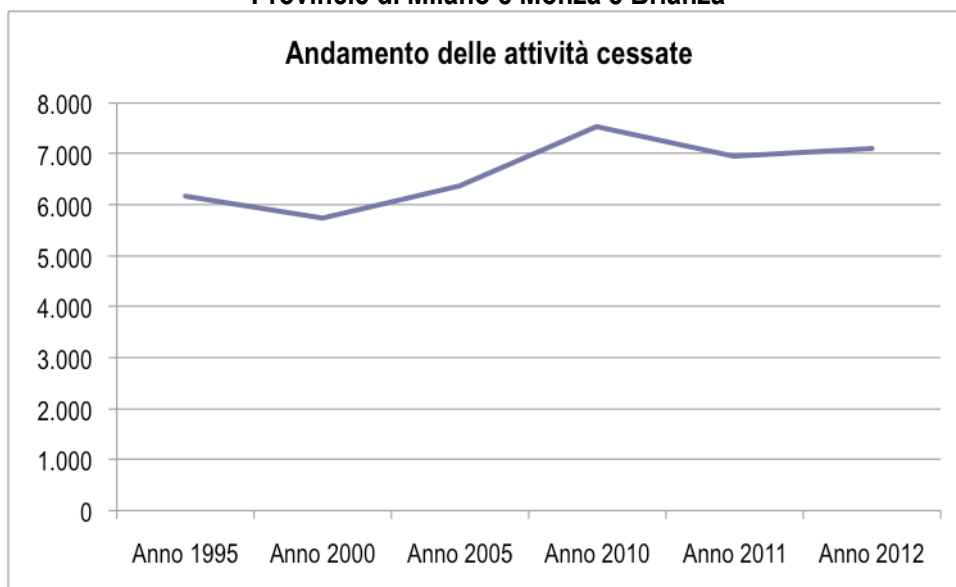
L'andamento è risultato analogo nelle Province di Milano e Monza e Brianza, dove si è registrata una contrazione delle cessazioni nel quinquennio compreso tra 1995 ed il 2000, una crescita fino al 2010 mentre nel 2011 si è registrata una diminuzione delle stesse:

Province di Milano e Monza e Brianza

	N. attività cessate
1995	6.190
2000	5.743
2005	6.393
2010	7.540
2011	6.954
2012	7.115

Fonte: Movimprese

Province di Milano e Monza e Brianza



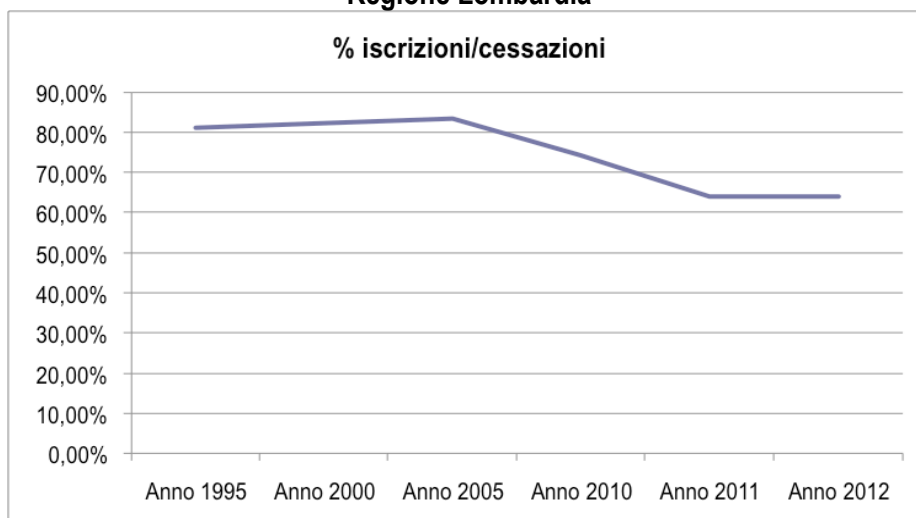
Per finire considereremo il dato relativo al rapporto tra numero di cessazioni e numero di iscrizioni CCIAA, così da valutare la dinamicità del settore commercio; si considera il valore percentuale delle iscrizioni rispetto alle cessazioni.

Lombardia

	% iscrizioni/cessazioni
1995	81,11%
2000	82,34%
2005	83,49%
2010	74,39%
2011	64,44%
2012	64,05%

Fonte: Movimprese

Regione Lombardia



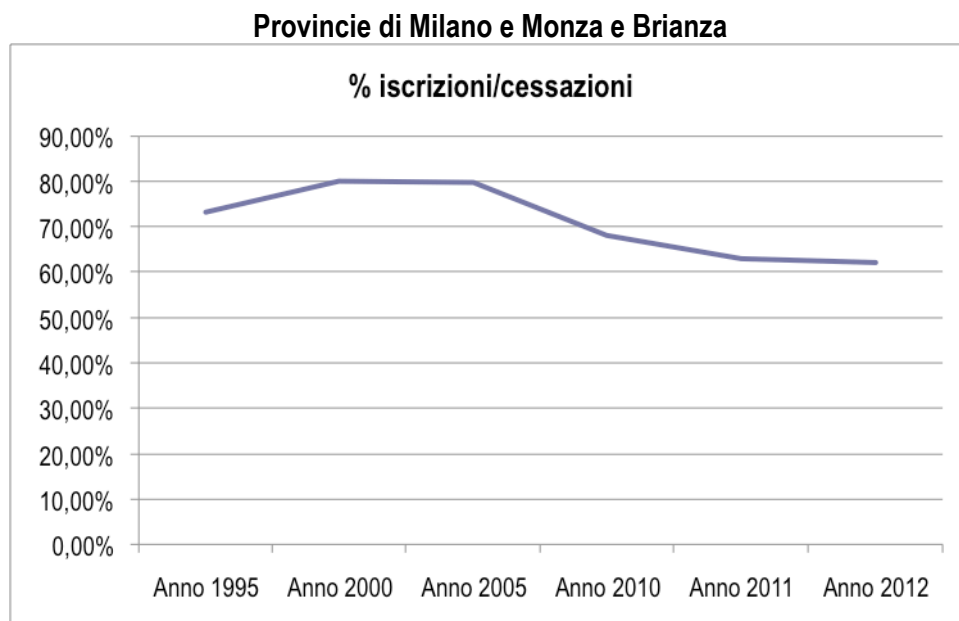
Fino al 2005 il peso delle nuove iscrizioni rispetto al numero di attività cessate era superiore all'80%; come era facile intuire, tale dato ha subito un brusco arresto tra il 2005 e il 2010, per poi calare di 10 punti percentuali tra il 2010 e il 2012: è evidente che la crisi economica in atto ha fortemente ridimensionato la dinamicità del settore commerciale, con un arresto degli investimenti.

Anche in questo caso la dinamica nelle Province di Milano e Monza e Brianza riproduce quella registrata a livello regionale:

Province di Milano e Monza e Brianza

	% iscrizioni/cessazioni
1995	73,39%
2000	80,11%
2005	79,73%
2010	68,26%
2011	63,22%
2012	62,16%

Fonte: Movimprese



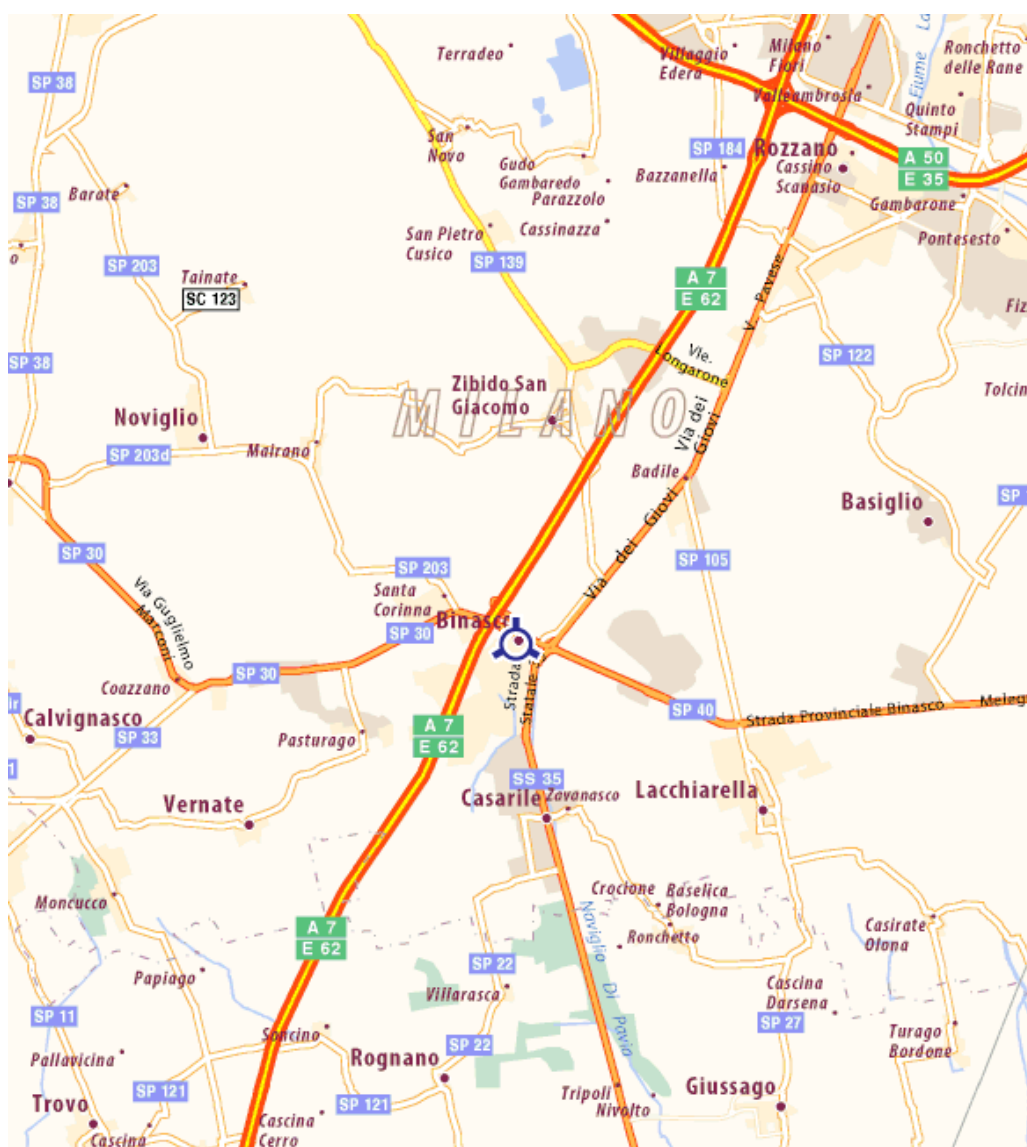
Da tutti i dati analizzati risulta evidente che il settore commerciale, dopo un periodo di florido sviluppo, legato anche alle prime liberalizzazioni introdotte dal D.Lgs. 114/98, ha conosciuto un progressivo rallentamento fino ad arrivare a una

contrazione importante, certamente legata alla crisi economica in atto a livello mondiale.

5. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

5.1 Inquadramento territoriale

Binasco è un Comune della Provincia di Milano, situato a circa 12 chilometri a Sud del Capoluogo; confina a nord-ovest con il Comune di Noviglio, a nord-est con il territorio di Zibido San Giacomo, ad est con Lacchiarella, a sud con Casarile e a ovest con il Comune di Calvignasco.



Fonte: www.viamichelin.it

Il Comune ha un'antica tradizione rurale, testimoniata dalle cascine sparse presenti nel territorio; attualmente, però, l'economia si sviluppa principalmente nell'ambito industriale e terziario.

Proprio grazie alla presenza di spazi verdi e a uno stile di vita meno metropolitano rispetto al vicino capoluogo, negli anni Binasco ha conosciuto una significativa crescita residenziale.

Il Comune non presenta frazioni propriamente dette, l'abitato si è sviluppato intorno al centro storico, fino a superare le barriere interne, rappresentate dalle rogge e dalla direttrice dell'Autostrada Milano – Genova.

E' possibile individuare sul territorio comunale zone diverse viste in una logica urbanistica e commerciale: una prima zona costituita dal centro storico e dalle aree di più recente edificazione contigue a questo, inclusa quella a Sud della roggia del Ticinello Orientale; una seconda area, di più recente espansione edilizia, compresa tra la roggia della Bareggia e il confine con il Comune di Casarile; un'ulteriore zona a prevalenza produttiva situata ad Ovest dell'Autostrada e le aree ad accentuata vocazione commerciale situate in fregio alla S.S. 35, alla S.P. 30 ed alla S.P. 40.

Le comunicazioni in Binasco sono ottime: il territorio comunale è attraversato dal tracciato dell'Autostrada A7 Milano-Genova, oltre che dalla Strada Statale dei Giovi, dalle Strade Provinciali n. 30 Binasco-Vermezzo e n. 40 Binasco-Melegnano, che collega il casello dell'autostrada Milano-Genova a quello dell'autostrada Milano-Bologna.

All'offerta commerciale in sede fissa si aggiunge quella ambulante, con la presenza di un mercato nel nucleo di Binasco capoluogo, che conta 50 posteggi, dei quali 11 destinati ad operatori che effettuano la vendita di prodotti alimentari; il mercato ambulante si tiene nel pomeriggio del sabato in via Martiri d'Ungheria.

5.2 *Inquadramento demografico*

anno	Abitanti	Famiglie
1999	6.941	2.781
2000	7.048	2.850
2001	6.935	2.860
2002	7.067	2.929
2003	7.187	2.992
2004	7.236	3.021
2005	7.315	3.055
2006	7.249	3.154
2007	7.265	3.178
2008	7.281	3.188
2009	7.275	3.179
2010	7.268	3.204
2011	7.335	3.249
2012	7.285	3.235
2013 al 30.05	7.295	3.235

Fonte: Comune di Binasco

Come si può osservare nella tabella, nel periodo considerato la popolazione di Binasco è prima cresciuta poi si è attestata sull'attuale valore di 7.300 abitanti circa.

Nello stesso periodo il numero delle famiglie è aumentato, verosimilmente a causa della maggior incidenza dei nuclei monoparentali degli anziani e delle famiglie di nuova formazione. Tale incremento è dovuto anche all'insediamento di famiglie di nuova formazione in larga parte provenienti da Milano e dal suo hinterland, che hanno trovato più comodo e conveniente, in termini soprattutto economici, cercare in Binasco, comune ben collegato a Milano e con un'adeguata dotazione di servizi, la propria abitazione.

Al fine di determinare le potenzialità di sviluppo commerciale del territorio riveste grande importanza l'analisi dei fattori relativi alla composizione della popolazione; oggi più che mai i livelli di spesa e la ripartizione della spesa sono differenti, anche in misura molto rilevante, a seconda della composizione del nucleo familiare e dell'età dei suoi componenti.

Analizzando la successiva tabella si nota ad esempio immediatamente che la spesa di un pensionato risulta del 25% inferiore a quella di un single in età lavorativa.

	Spesa media mensile/euro
single età <35	1.914
single età 35-64	2.069
single età >64	1.507
coppia con pr <35	2.622
coppia con pr 35-64	2.716
coppia con pr >64	2.283
coppia con 1 figlio	2.960
coppia con 2 figli	3.226
coppia con 3 o più figli	3.229
famiglie monogenitore	2.407
altre tipologie	2.687
MEDIA PER FAM.	2.485

Fonte: ISTAT, dati anno 2011

Composizione del nucleo familiare ed età dei suoi componenti sono fattori determinati anche rispetto ai capitoli di spesa: un pensionato spende quasi la metà del proprio budget mensile per le spese riferite ad abitazione ed energia a fronte di una spesa media che normalmente rappresenta circa un terzo della spesa complessiva mensile, mentre le spese riferite a trasporti e comunicazioni e a tempo libero e istruzione sono complessivamente pari al 10% della spesa mensile, e quindi meno della metà di quanto spendono per le stesse voci le altre tipologie di famiglia.

	Alimentari bevande	Vestiaro calzature	Abitazione energia	Arreda menti	Servizi e spese sanitarie	Trasporti comuni cazione	Tempo libero istruzione	Altre spese
single età <35	16,9	6,1	33,0	4,9	1,9	17,4	6,0q	13,6
single età 35-64	16,0	5,1	37,0	4,9	2,5	16,6	4,8	13,2
single età >64	21,3	2,8	48,1	5,8	4,8	7,3	3,2	6,6
coppia con pr <35	15,0	6,9	28,9	7,5	2,5	20,1	5,1	13,9
coppia con pr 35-64	17,9	5,4	34,7	5,0	3,9	16,8	4,5	11,8
coppia con pr >64	21,4	3,4	39,8	5,3	5,6	12,8	3,5	8,3
coppia con 1 figlio	19,0	6,2	31,2	4,7	3,9	17,7	5,7	11,5
coppia con 2 figli	19,1	6,5	28,4	5,4	3,3	18,5	6,8	12,1
coppia con 3 o più figli	20,5	6,6	28,2	5,0	3,1	18,1	6,9	11,7
famiglie monogenitore	19,4	5,3	34,0	4,6	3,4	15,9	6,1	11,3
altre tipologie	21,2	5,0	32,0	5,4	3,8	17,0	5,2	10,5
MEDIA PER FAM.	19,2	5,4	34,1	5,1	3,7	16,1	5,3	11,1

Fonte: ISTAT, dati anno 2011

Per analizzare la composizione della popolazione andremo a comparare i dati riferiti al Comune di Binasco con quelli regionali e provinciali, utilizzando i dati demografici omogenei di riferimento che indicano età e stato civile della popolazione residente più recenti disponibili (ISTAT al 1° gennaio 2012).

Per quanto riguarda l'incidenza percentuale di ultra sessantacinquenni, che abbiamo definito "indice di vecchiaia" (si tratta di un indice cosiddetto "contro intuitivo" il cui valore cresce al diminuire dell'età media), possiamo rilevare che la popolazione di Binasco risulta più giovane se confrontata con quella regionale mentre è perfettamente allineata con quella provinciale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.682.965	79,2	2.017.916	20,8	9.700.881	3,81
Provincia Milano	2.366.670	88,0	668.773	22,0	3.035.443	3,54
Comune di Binasco	5.541	87,5	1.611	22,5	7.152	3,44

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2012

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo “propensione al matrimonio”, mostra un’incidenza di coniugati, divorziati e vedovi leggermente superiore rispetto alla media regionale e a quella provinciale.

	celibi nubili	% su totale popolazione	coniugati divorziati vedovi	% su totale popolazione	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	4.027.863	41,5	5.673.018	58,5	9.700.881	0,71
Provincia Milano	1.265.817	41,7	1.769.626	58,3	3.035.443	
Comune Binasco	2.834	39,6	4.318	60,4	7.152	

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2012

Un'altra caratteristica influente sulla domanda generata in un determinato ambito territoriale è la presenza di flussi turistici legati all'utilizzo di seconde case: il mercato teorico di riferimento aumenta grazie agli acquisti effettuati dai turisti, soprattutto se possono contare su un’abitazione e si trovano quindi ad effettuare gli acquisti di generi deperibili presso la rete distributiva comunale. Per valutare il peso delle abitazioni non occupate da residenti in Binasco, confrontiamo il dato comunale con le medie provinciale e regionale, utilizzano l'ultimo dato disponibile che, in attesa dei risultati ufficiali del Censimento ISTAT 2011, sono tutt’ora quelli del 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni 2001.

	Abitazioni occupate da residenti	Altre abitazioni	Totale	% abitazioni occupate da residenti
Regione Lombardia	3.576.182	462.063	4.038.245	88,6%
Provincia di Milano	1.491.917	90.776	1.582.693	94,3%
Comune di Binasco	2.832	92	2.924	96,8%

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT, 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, dati ottobre 2001

Considerato che l’ambito in cui si inserisce Binasco non è caratterizzato da particolare vocazione turistica, non stupisce che la quota di abitazioni occupate dai residenti in Comune sia superiore sia al valore mediamente registrato in Regione Lombardia sia a quello del complesso della Provincia di Milano.

In definitiva gli scostamenti dai valori medi regionali e provinciali sono tali da indurre a ritenere che i valori statistici sono applicabili alla realtà di Binasco.

L'ultimo aspetto che andremo a valutare riguarda l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti. A Binasco risiedono 445 stranieri, pari al 6,2% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Binasco	7.152	445	6,2

Fonte: Istat, al 31.12.2011 post Censuari

La quota di popolazione straniera a Binasco è inferiore al valore medio registrato Regione Lombardia ed anche a quello della Provincia di Milano, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente al 9,8% e all'11,8%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Milano	3.035.443	358.321	11,8%
Regione Lombardia	9.700.881	952.295	9,8%

Fonte: Istat, al 31.12.2011 post Censuari

Si tratta comunque di un valore non elevato, che ha subito un ridimensionamento nel corso dell'ultimo biennio (in coincidenza con l'acuirsi della crisi economica), corrispondenti a un numero limitato di nuclei familiari tali da non configurare in prima istanza una domanda concentrata, che giustifichi socialmente un'offerta di servizi di telefonia aggiuntiva rispetto a quella domestica.

6. Il sistema distributivo comunale

6.1 L'evoluzione del sistema distributivo

Andremo ora a verificare l'andamento del sistema distributivo di Binasco, in termini di numero di esercizi presenti sul territorio, utilizzando i rilievi effettuati dall'Osservatorio Regionale del Commercio e raccolti nella Banca Dati Commercio Regione Lombardia; i primi rilievi risalgono al 30.06.2003 e sono poi stati condotti annualmente. Per il Comune di Binasco non però è disponibile il dato 2004 (inserito in modo palesemente errato, in quanto indicava soli 4 negozi nel Comune, dato poi rettificato nel corso del 2005), quindi partiremo a verificare l'andamento della rete distributiva a partire dall'anno 2005, e non dai primi rilievi regionali, che risalgono al 30.06.2003.

L'ultimo dato a oggi disponibile è quello al 30.06.2012.

Alimentari

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2005	25	--	--
2006	28	3	12,0
2007	28	--	--
2008	30	2	7,1
2009	26	- 4	-13,3
2010	18	- 8	- 30,8
2011	18	--	--
2012	18	--	--

Non alimentari

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2005	70	--	--
2006	72	2	2,9
2007	72	--	--
2008	75	3	4,2
2009	79	4	5,3
2010	74	- 5	- 6,3
2011	73	- 1	- 1,3
2012	71	- 2	- 2,7

TOTALE

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2005	95	--	--
2006	100	5	5,0
2007	100	--	--
2008	105	5	4,8
2009	105	--	--
2010	92	- 13	- 12,4
2011	91	- 1	- 1,1
2012	89	- 2	- 2,2

Alimentari

Anno	Superficie vendita	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2005	1.603	--	--
2006	1.591	-12	-0,7
2007	1.591	--	--
2008	1.656	65	4,1
2009	1.638	-18	-1,1
2010	1.282	- 356	- 21,7
2011	1.282	--	--
2012	1.282	--	--

Non alimentari

Anno	Superficie vendita	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2005	3.365	--	--
2006	3.341	-24	-0,7
2007	3.341	--	--
2008	3.421	80	2,3
2009	3.685	264	7,7
2010	3.600	- 85	- 2,3
2011	3.772	172	4,8
2012	3.692	- 80	- 2,1

TOTALE

Anno	Superficie vendita	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente
2005	4.968	--	--
2006	4.932	-36	-0,7
2007	4.932	--	--
2008	5.077	145	2,9
2009	5.323	246	4,8
2010	4.882	- 441	- 8,3
2011	5.054	172	3,4
2012	4.974	- 80	- 1,6

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni dal 2005 al 2012

Il sistema distributivo di Binasco nel suo complesso ha registrato un andamento positivo fino 2005; a partire da tale data l'andamento della rete distributiva ha subito una contrazione, concentrata nel settore alimentare.

Passando ad analizzare i singoli settori merceologici, quello non alimentare ha mostrato una maggiore "stabilità": le variazioni sono state limitate o sostanzialmente irrilevanti (più o meno un esercizio) per quel che riguarda il numero di attività, anche se più rilevanti per le superfici di vendita.

6.2 La situazione del commercio al dettaglio in sede fissa

Al giugno 2013 la rete di vendita di Binasco risultava così composta: 23 esercizi di vicinato per complessivi 1.232 mq. per il settore alimentare o misto con prevalenza alimentare e 65 per 3.049 mq. per quello non alimentare; esiste un'unica media struttura di vendita mista con prevalenza alimentare di 246 mq complessivi dei quali 197 per il settore alimentare e 49 per quello non alimentare; non sono presenti grandi strutture di vendita.

Vi è una differenza rispetto al numero di esercizi censiti nel sito dell'Osservatorio del Commercio in quanto in quel numero sono comprese le attività di vendita (ad esempio le rivendite di generi di prodotti non alimentari da parte di artigiani quali parrucchieri ed estetisti) abbinate ad altre attività prevalenti. Per le attività di vendita di merci ingombranti, quali mobilifici, autoconcessionari, ecc., la superficie di vendita è stata conteggiata nella misura di di 1/8 della superficie effettivamente utilizzata così come stabilito dalla normativa in vigore.

La sintesi della situazione è quindi la seguente:

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	24	1.478 mq.
Non alimentare	65	3.049 mq.
Totale	89	4.527 mq.

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), gli 89 esercizi di Binasco si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi
23	1.232	1	246	--	--

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi	n. esercizi	mq. esercizi
65	3.049	--	--	--	--

Per valutare l'offerta commerciale di Binasco, confrontiamo la realtà comunale con quella media regionale e provinciale; per gli esercizi di vicinato confronteremo il numero medio di abitanti per singolo negozio nelle tre realtà territoriali (i punti di vendita misti saranno attribuiti al settore alimentare) un valore più basso del rapporto indica una migliore dotazione di negozi; per medie e grandi strutture di vendita confronteremo la disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti per i due settori merceologici (le superfici appartenenti a punti di vendita misti saranno conteggiate per lo specifico settore alimentare o non alimentare) nelle tre realtà territoriali.

Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.728.909	28.967	336
Provincia di Milano	3.049.188	8.750	348
Binasco	7.295	23	317

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.728.909	86.706	112
Provincia di Milano	3.049.188	29.555	103
Binasco	7.295	65	112

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2012 per Regione Lombardia e Provincia di Milano; Comune di Binasco luglio 2013

Per gli esercizi di vicinato in Binasco si riscontra, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare, una dotazione sostanzialmente allineata sia rispetto alla media regionale e a maggior ragione a quella provinciale.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.728.909	1.297.251	133
Provincia di Milano	3.049.188	307.437	101
Binasco	7.295	246	34

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.728.909	3.987.511	410
Provincia di Milano	3.049.188	989.038	324
Binasco	7.295	--	--

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2012 per Regione Lombardia e Provincia di Milano; Comune di Binasco luglio 2013

Per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, nel Comune di Binasco è presente un'unica attività mista con prevalenza alimentare: per questo settore la dotazione risulta comunque inferiore rispetto ai valori medi provinciali e regionali; per il settore non alimentare, l'assenza di questa tipologia di attività non consente di effettuare utili comparazioni.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.728.909	885.110	91
Provincia di Milano	3.049.188	255.703	84
Binasco	7.295		

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.728.909	2.945.079	303
Provincia di Milano	3.049.188	1.107.296	363
Binasco	7.295		

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2012 per Regione Lombardia e Provincia di Milano; Comune di Binasco luglio 2013

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, l'assenza di questa tipologia nel Comune non permette di effettuare utili comparazioni.

6.3 *La dotazione di punti di vendita al dettaglio in sede fissa*

Per operare una verifica sull'adeguatezza della dotazione di strutture di vendita al dettaglio in sede fissa, in assenza di dati più aggiornati sulla produttività al mq a seconda della dimensione di vendita dei due settori utilizzeremo tutt'ora i dati tratti dal Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3 s.m.i..

Il Regolamento Regionale 3/00, oltre all'articolazione per tipologia di vendita, individuava soglie di produttività differenziate per area geografica di localizzazione, il territorio regionale era infatti suddiviso in 21 "Unità Territoriali", che configuravano bacini d'utenza omogenei.

Il Comune di Binasco faceva parte dell'Unità Territoriale 7 – Pavia, dove la spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrispondeva rispettivamente a 1.744,97 euro e a 1.411,06 euro.

Il mercato complessivo, calcolato nell'ipotesi che tutti i residenti acquistassero in Comune (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), corrisponde a 23,023 milioni di euro, di cui 12,729 milioni di euro per il settore alimentare e 10,294 milioni di euro per il settore non alimentare. Al fine di stimare la produttività degli esercizi esistenti non procederemo ad attualizzare i dati di riferimento inflazionandoli ai valori attuali in quanto si tratta di dati omogenei, riferiti allo stesso periodo di rilevazione.

Settore alimentare	1.744,97 euro x 7.295 abitanti =	12,729 milioni di euro
Settore non alimentare	1.411,06 euro x 7.295 abitanti =	10,294 milioni di euro
Totale		23,023 milioni di euro

Le condizioni di produttività del sistema distributivo comunale sono assicurate da una potenzialità di spesa pari a 7,624 milioni di euro, di cui 4,160 milioni di euro per il settore alimentare e 3,464 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito; sia per le attività di vicinato che per la media

struttura mista, le superfici di vendita verranno conteggiate per intero nel settore merceologico alimentare, che esprime una produttività al mq maggiore:

Settore alimentare		
Vicinato	2.788,87 euro x 1.232 mq. =	3,436 milioni di euro
MS1	2.943,80 euro x 246 mq. =	0,724 milioni di euro
Totale alimentare		4,160 milioni di euro

Settore non alimentare		
Vicinato	1.136,21 euro x 3.049 mq. =	3,464 milioni di euro
Totale		7,624 milioni di euro

Complessivamente, la domanda generata dai consumatori residenti nel Comune di Binasco è decisamente superiore, ben più che doppia, rispetto all'offerta della rete distributiva del Comune; la situazione non cambia se si considerano separatamente i due settori merceologici.

Nel complesso la situazione indica che i residenti di Binasco evadono dalla rete distributiva del Comune per completare i propri acquisti.

Questo è verosimilmente dovuto all'elevata pressione competitiva indotta dalla presenza di grandi e grandissime strutture di vendita presenti a breve distanza da Binasco, e in particolare della vicinanza dei centri commerciali e delle grandi strutture di vendita localizzate lungo l'asse della S.S. 35 dei Giovi o in prossimità degli svincoli della Tangenziale Ovest di Milano, che ha di fatto impedito lo sviluppo, nel Comune, di una rete distributiva adeguata alle dimensioni demografiche.

6.4 *Lo stato di fatto dei Centri di telefonia fissa*

Nel Comune di Binasco non sono presenti centri di telefonia in sede fissa.

6.5 *Gli impianti di distribuzione carburanti presenti sul territorio*

Nel Comune di Binasco sono presenti 3 impianti di distribuzione al pubblico di carburanti per autotrazione, tutti localizzati lungo la ex S.S. 35 dei Giovi.

7. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo commerciale

Il rapporto tra pianificazione commerciale e Piano di Governo del Territorio è definito nella D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352, che precisa che *“la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale ...”* deve evidenziare *“... le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale”*.

Binasco è un Comune della Provincia di Milano, situato a metà strada circa tra Milano stessa e la Città di Pavia; il territorio Comunale è attraversato da due dei principali assi viabilistici del sud ovest Milano, la S.S. 35 dei Giovi e l'autostrada Milano-Genova, con uno svincolo proprio nel territorio Comunale; a queste direttrici si aggiunge la Strada Provinciale Binasco-Melegnano, che congiunge i due omonimi caselli autostradali, e collega quindi l'autostrada Milano-Genova alla Milano-Bologna e alla Tangenziale Est Milano senza raggiungere la Tangenziale Ovest.

Questa buona situazione viabilistica ha proposto Binasco come localizzazione ottimale, fin dai primi anni del dopoguerra, per attività economiche, sia produttive che di servizio, e ha permesso al Comune di sviluppare una funzione di centralità nella zona, nonostante le sue dimensioni demografiche non particolarmente elevate. L'abitato non presenta frazioni, tuttavia la presenza di due barriere fisiche che attraversano il territorio, la ex S.S. 35 dei Giovi e l'Autostrada Milano-Genova permette di individuare tre diverse zone nel territorio: la prima è quella che comprende il centro storico e le aree di più recente edificazione contigue allo stesso, inclusa quelle a Sud della roggia del Ticinello Orientale; la seconda comprende le aree situate in fregio alla S.S. 35, dotate di spiccata e consolidata vocazione sovracomunale; la terza ed ultima zona include gli ambiti a prevalenza produttiva situati ad Ovest dell'Autostrada.

La verifica della dotazione di servizi commerciali nel Comune ha evidenziato, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare, una situazione di sottodotazione tra l'offerta presente e il bacino d'utenza rappresentato dai consumatori residenti nel Comune di Binasco. Evidentemente la rete commerciale di Binasco ha subito in misura pesante la concorrenza delle attività commerciali più moderne ed attrattive, e soprattutto di maggiori dimensioni, localizzate nei Comuni dell'hinterland milanese; tuttavia la funzione di centralità che tradizionalmente esercita nella zona gli ha permesso di mantenere una rete di attività di vicinato che oltre ad offrire un importante servizio di prossimità ai residenti sicuramente arricchiscono e mantengono vitale ed attrattivo l'abitato.

In questa situazione, la corretta ipotesi di sviluppo riteniamo sia quella che possa permettere uno sviluppo delle attività commerciali in un'ottica di miglioramento del servizio ai residenti, qualitativa prima oltre che quantitativa.

In tale ottica, il Piano di Governo del Territorio dovrà essenzialmente proporsi l'obiettivo di mantenere l'offerta di prossimità e riqualificare, razionalizzare ed ammodernare il sistema distributivo del Comune, anche attraverso l'inserimento di medie strutture di vendita, purchè di dimensioni e tipologia compatibile con le indubbie caratteristiche di pregio dell'ambito urbano e non appesantire le criticità, anche viabilistiche, registrate lungo le direttrici di traffico sovracomunale.

A tal fine, riteniamo debba essere individuata una suddivisione in classi dimensionali delle medie strutture di vendita: una prima classe potrà essere quella delle attività di rilevanza esclusivamente locale, con superficie di vendita non superiore ai 300 mq, ovvero con dimensioni tali da proporre un'offerta destinata ad un'utenza essenzialmente pedonale; una seconda classe dimensionale sarà quella delle attività con superficie di vendita compresa tra 301 e 600 mq, che possiamo definire di "prossimità", destinata di fatto ai residenti del Comune; l'ultima classe dimensionale sarà quella delle attività con superficie compresa tra i 601 e i 1.500

mq, che possono esprimere un'attrattività anche sovracomunale e conseguentemente sviluppano maggiori criticità in termini di viabilità e parcheggio.

Naturalmente, la compatibilità delle diverse attività all'interno del territorio verrà articolata anche sulla base del settore merceologico, alimentare e non alimentare, considerato che sicuramente il carico urbanistico espresso dalle prime, che spesso richiedono l'utilizzo dell'autovettura anche per il trasporto di acquisiti di limitata entità economica ma voluminosi o pesanti (come ad esempio avviene per acque minerali e bibite) è di norma superiore a quello delle attività non alimentari

Per quanto riguarda la prima classe dimensionale, che definiremo MSV1, per quanto gli si possa attribuire un bacino d'utenza essenzialmente pedonale, riteniamo debba escludersi l'insediamento di esercizi alimentari nell'ambito delle tessuto urbano consolidato, poiché la scarsità di aree di sosta implica un aggravio non sostenibile delle condizioni viabilistiche di queste zone. Verranno tuttavia ammesse, anche per il settore alimentare, lungo l'asse della S.S. 35 dei Giovi, dove la presenza di un'utenza sovracomunale giustifica l'inserimento di tipologie anche innovative (supermercati del biologico, attività specializzate nella vendita di prodotti dolciari) che necessitano tuttavia di un bacino d'utenza superiore a quello rappresentato dai soli residenti di Binasco.

Per le attività con superficie compresa tra 301 e 600 mq di vendita, MSV2 (il cui utilizzo sarà essenzialmente limitato ai residenti del Comune), comunque attività che comportano un afflusso di clientela superiore a quello dei negozi tradizionali, e quindi un carico di traffico significativo; non riteniamo opportuno il loro inserimento all'interno del tessuto urbano consolidato, dove il servizio è già assicurato dalle attività esistenti. Questo per entrambi i settori merceologici. Invece per le aree situate in fregio alla S.S. 35 dei Giovi, dotate di indubbia vocazione sovracomunale, l'eventuale inserimento di strutture di vendita di questa tipologia, limitato al settore merceologico non alimentare, potrà contribuire a mantenere e

consolidare la funzione di centralità di Binasco; naturalmente l'insediamento, ammesso unicamente per il settore non alimentare, che comporta minori incrementi del traffico, sarà subordinato ad un' adeguata dotazione di aree a parcheggio.

Per quanto riguarda gli esercizi con superficie di vendita superiore a 601 mq, che comportano un notevole incremento del traffico veicolare in loro prossimità e necessità di aree a parcheggio, il loro inserimento dovrà considerare le problematiche connesse con gli incrementi del traffico veicolare, quindi essere limitato al solo settore merceologico non alimentare e ad una loro localizzazione all'interno degli ambiti di trasformazione opportunamente stabiliti che abbiano caratteristiche adeguate, e dovrà in ogni caso essere subordinato alla predisposizione di studi e progetti articolati che permettano di escludere o almeno minimizzare le esternalità negative per quanto riguarda gli aspetti urbanistici e viabilistici.

Non si potranno insediare grandi strutture di vendita perchè non riteniamo si possano individuare zone idonee all'insediamento di tali attività dal punto di vista urbanistico.

Inoltre per il settore alimentare, l'obiettivo prioritario è di assicurare un servizio di prossimità, e, per il settore non alimentare, quello di permettere uno sviluppo valido delle attività commerciali senza introdurre elementi di criticità viabilistica in una situazione già ora difficoltosa.

Sebbene le attività di somministrazione di alimenti e bevande e dei locali di trattenimento non siano oggetto del presente studio, vorremmo comunque evidenziare in questa sede l'esigenza di procedere, in sede di Piano di Governo del Territorio, ad una programmazione territoriale del loro insediamento, in quanto si tratta sicuramente di attività che esprimono un carico urbanistico significativo,

spesso superiore a quello delle attività di vendita di analoghe dimensioni.

Per i centri di telefonia in sede fissa, come si è visto, si tratta di attività attualmente non presenti sul territorio di Binasco; il peso percentuale della popolazione straniera residente in Binasco, pari al 6,2%, è di molto inferiore rispetto al dato Provinciale (11,8%) e Regionale (9,8%).

In tale situazione l'ipotesi di programmazione di tale settore corretta sembra poter essere quella che, nell'ambito della programmazione urbanistica comunale, escluda l'insediamento di nuove attività di telefonia in sede fissa, in quanto non esiste sufficiente concentrazione della domanda, e quindi un'offerta tale non appare necessaria.

Per quanto riguarda gli impianti di distribuzione carburante, come abbiamo segnalato, non sussiste discrezionalità per quanto riguarda gli aspetti amministrativi e procedurali, ferma restando la necessità di individuare specificamente, dal punto di vista urbanistico, le opportune localizzazioni per queste attività.

Negli ultimi anni la rete di distributori di carburante del Comune ha visto la dismissione di alcune attività, fatto questo che appare coerente sia con le finalità di razionalizzazione e riqualificazione complessiva del sistema proposte dal legislatore nazionale e regionale, sia con le trasformazioni del sistema di viabilità che serve il Comune.

Peraltro, le previsioni normative regionali, che permettono l'attivazione di nuovi impianti unicamente a fronte dell'inserimento di erogatori di gas metano, e quindi interventi che, in concreto, promuovono una mobilità maggiormente sostenibile dal punto di vista ambientale; riteniamo imponga agli Amministratori di valutare la possibilità di individuare ulteriori localizzazioni possibili per tali attività, purchè esterne all'abitato per minimizzare le criticità che questi impianti comportano.