



Comune di Vigevano

Provincia di Pavia

Sindaco _arch. Andrea Sala

Assessore Urbanistica _rag. Luigi Grechi

Dirigente Settore Servizi alla Città e Urbanistica _dott.ssa Laura Genzini

Responsabile del Procedimento _arch. Paola Testa

Gruppo di Progettazione

Servizio Urbanistica, Pianificazione e Gestione del Territorio

Studio redatto da:

Società di Ricerca e Pianificazione _di Anzini Mauro & C. S.n.c.

DP
09

allegato

Quadro conoscitivo
del territorio
comunale
Componente
commerciale

5

COMUNE DI VIGEVANO

PROVINCIA DI PAVIA



di Anzini Mauro & C. S.n.c.

Via Candiani, 125
20158 Milano (MI)

Tel. 02 29.52.40.40
E-mail: studioanzini_@libero.it

novembre 2012

QUADRO CONOSCITIVO DEL TERRITORIO COMUNALE

Componente commerciale

Allegato al Piano di Governo del Territorio
(L.R. 12/2005 s.m.i.)

1. Premessa

La presente analisi costituisce un aggiornamento, o meglio una revisione, dell'analisi di analogo contenuto adottata dall'Amministrazione per definire e sostenere le scelte riguardanti il settore commerciale all'interno del Piano di Governo del Territorio.

Questa revisione si rende necessaria non soltanto per permettere un adeguamento tecnico delle scelte urbanistiche in materia commerciale, legate al recepimento delle disposizioni normative pro concorrenziali entrate in vigore a partire dal dicembre 2011, ma soprattutto a fornire all'Amministrazione uno strumento aggiornato rispetto alle forti modifiche che, nell'ultimo biennio, ha conosciuto il contesto socio economico di riferimento.

La caduta dei consumi registrata in Italia nella prima metà del 2012 è solo l'ultimo episodio legato alla crisi che ha caratterizzato negli ultimi due 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 dell'ultimo anno, insieme ad altri fattori oggettivi (disoccupazione, diminuzione dei redditi, imposizione fiscale, incertezza sul futuro) hanno comportato una forte riduzione della spesa delle famiglie stesse, 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: in prospettiva nel 2012 in Italia si registreranno livelli di vendita prossimi a quelli degli anni '70, i consumi di carburante sono in riduzione 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 effetti sul sistema distributivo nel suo complesso. Le famiglie stanno attuando il cosiddetto "downgrading" della spesa, insieme di diverse strategie per ridurre la spesa per 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 complessiva contrazione 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 maggior costo unitario.

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 invece la crescita dei discount. E' anche 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, e sono spesso preferiti dai nuovi imprenditori, verosimilmente a causa dei significativi costi di esercizio dei punti di vendita in sede fissa.

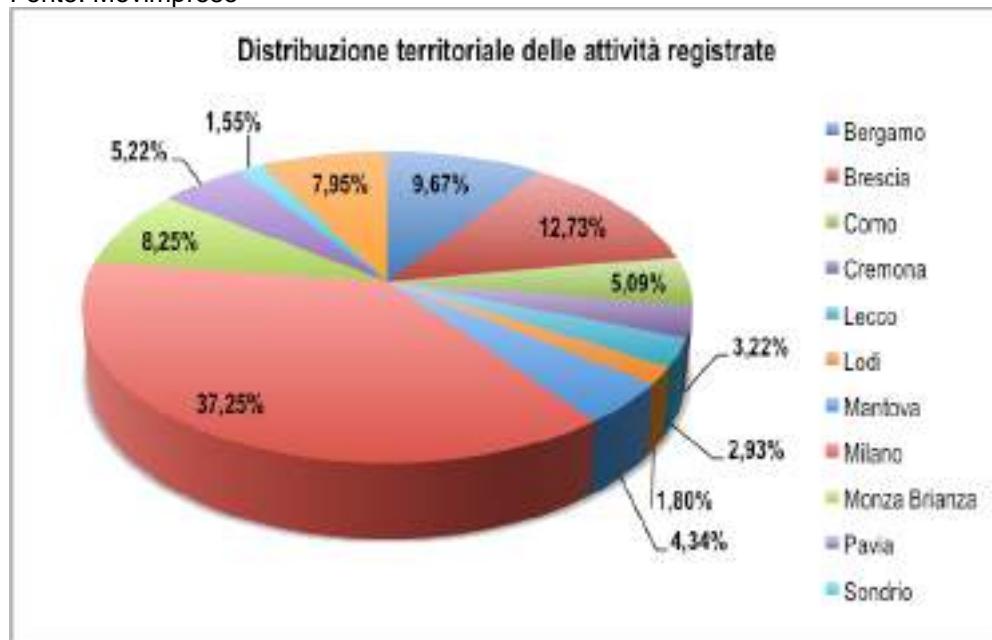
2. Il quadro del sistema distributivo lombardo

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 2011

Provincia	Attività registrate	% su tot. Regione
Bergamo	20.493	9,67
Brescia	26.983	12,73
Como	10.796	5,09
Cremona	6.818	3,22
Lecco	6.209	2,93
Lodi	3.820	1,80
Mantova	9.210	4,34
Milano	78.971	37,25
Monza Brianza	17.499	8,25
Pavia	11.070	5,22
Sondrio	3.292	1,55
Varese	16.851	7,95
Totale Regione	212.012	100,00

Fonte: Movimprese



¹ Fonte: Movimprese

² Codici Ateco 2007

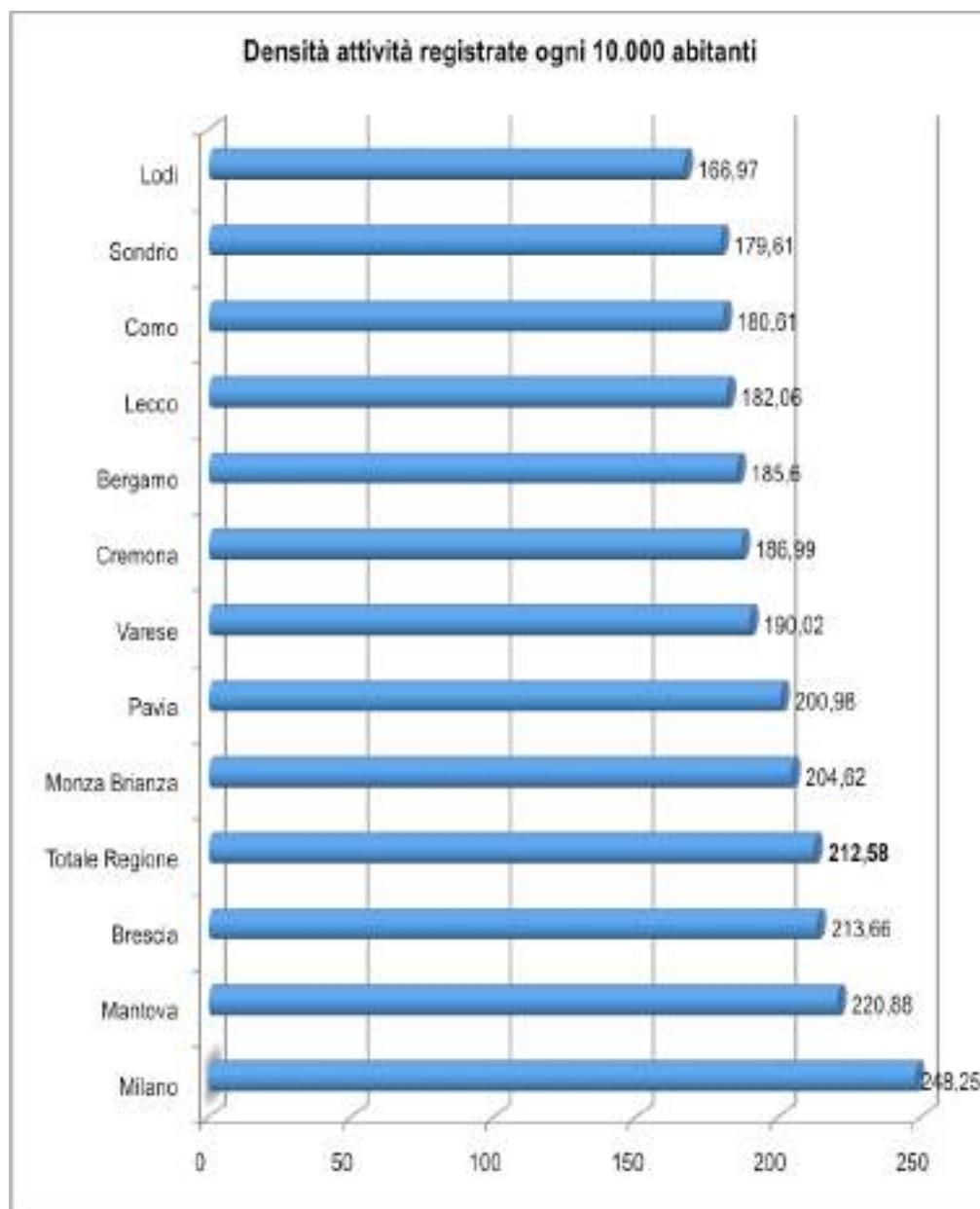
Un'idea più precisa del peso delle attività commerciali (così come precedentemente definite) nelle diverse Province lombarde è fornita dalla densità delle stesse, data dal rapporto del numero di attività registrate ogni 10.000 residenti³, come riassunto nella successiva tabella:

N. Attività Registrate commercio – Anno 2011

Provincia	Attività registrate	n. residenti	Densità (registerate/10.000 ab.)
Bergamo	20.493	1.104.139	185,60
Brescia	26.983	1.262.869	213,66
Como	10.796	597.746	180,61
Cremona	6.818	364.621	186,99
Lecco	6.209	341.038	182,06
Lodi	3.820	228.782	166,97
Mantova	9.210	416.974	220,88
Milano	78.971	3.181.152	248,25
Monza Brianza	17.499	855.188	204,62
Pavia	11.070	550.812	200,98
Sondrio	3.292	183.286	179,61
Varese	16.851	886.788	190,02
Totale Regione	212.012	9.973.395	212,58

A fronte di una densità media regionale pari a 212,58 attività registrate ogni 10.000 abitanti, le Province di Brescia Mantova e Milano registrano valori superiori (rispettivamente 213,66 220,88 e 248,25 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 166,97 attività registrate ogni 10.000 abitanti.

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; il 2010, primo anno di inizio della crisi economica a livello mondiale; il 2011, anno 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

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.

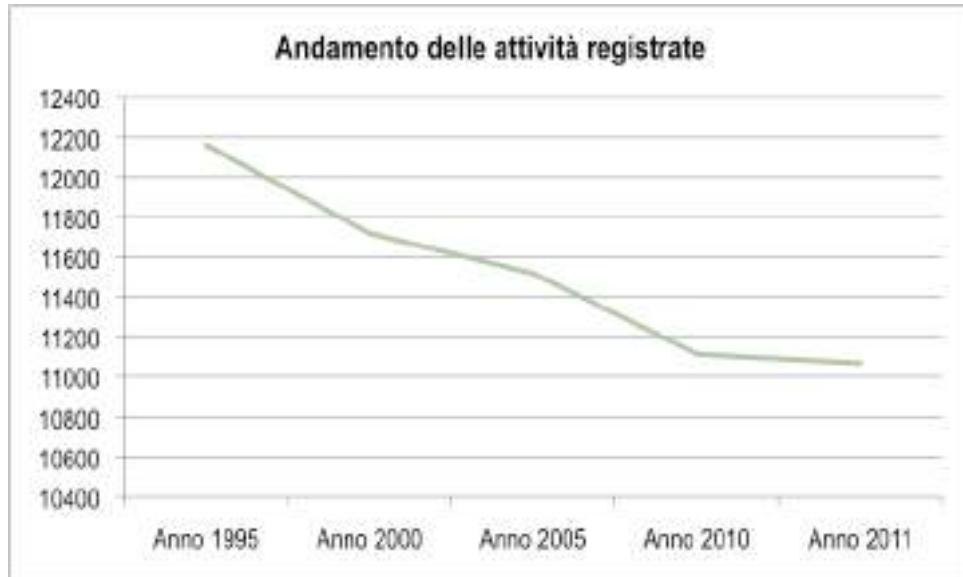
In Provincia di Pavia l'andamento registra una costante diminuzione, come dimostrano i dati riportati di seguito:

Provincia di Pavia

	N. attività registrate
1995	12.162
2000	11.721
2005	11.517
2010	11.116
2011	11.070

Fonte: Movimprese

Provincia di Pavia

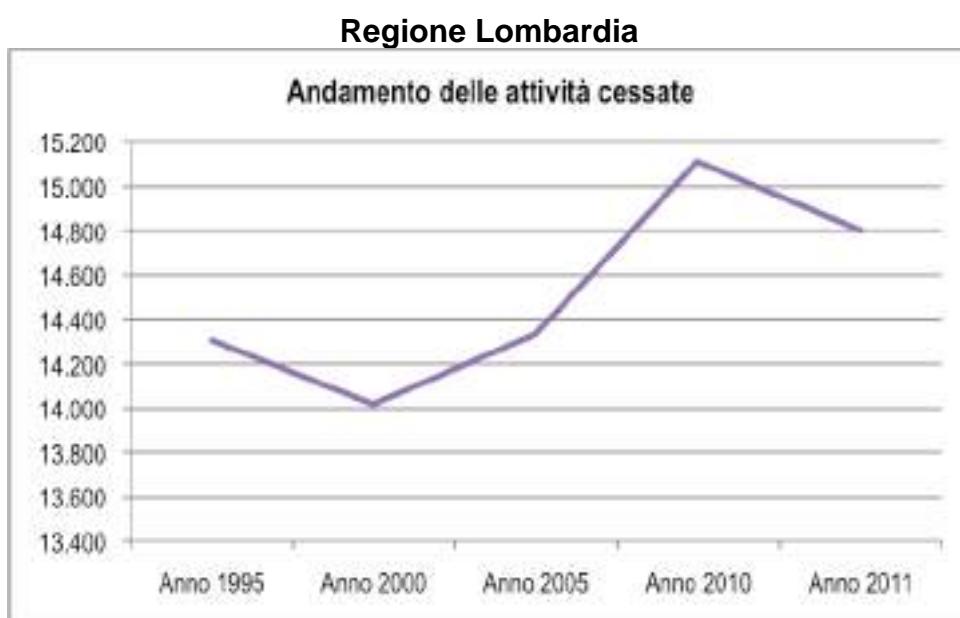


Un secondo dato significativo relativo all'andamento del sistema distributivo è fornito dal numero delle cessazioni registrate.

Lombardia

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

Fonte: Movimprese



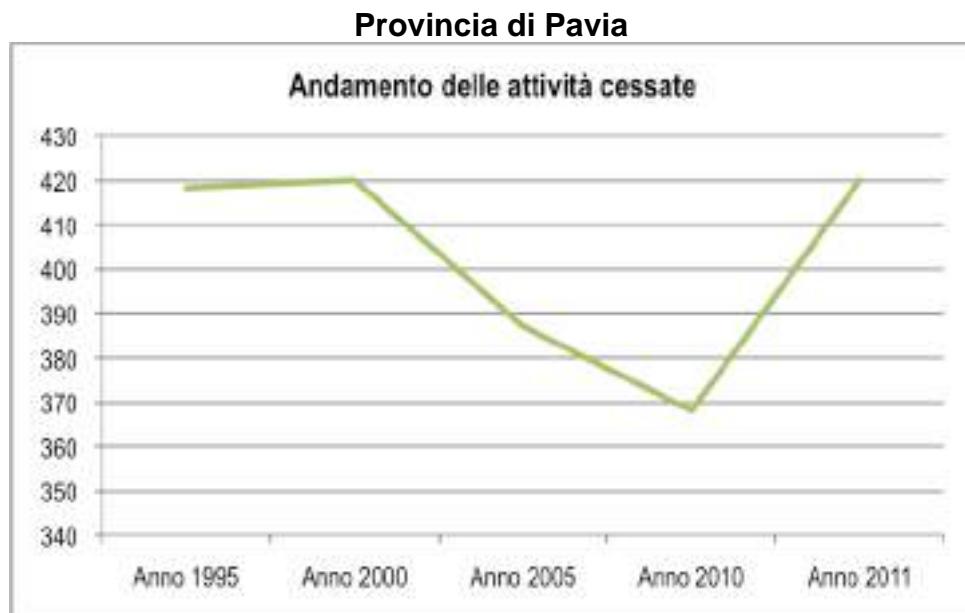
Come ben illustra il grafico, dopo una riduzione delle cessazioni tra il 1995 e il 2000, a partire da quell'anno si è avuto un incremento delle stesse, che ha toccato il valore più alto, nel periodo considerato, alla fine del 2010.

Diversa la situazione in Provincia di Pavia, dove si è registrata una contrazione delle cessazioni fino al 2005, una crescita fino al 2010 mentre nel 2011 si è registrata una diminuzione delle stesse:

Provincia di Pavia

	N. attività cessate
1995	847
2000	860
2005	760
2010	871
2011	799

Fonte: Movimprese



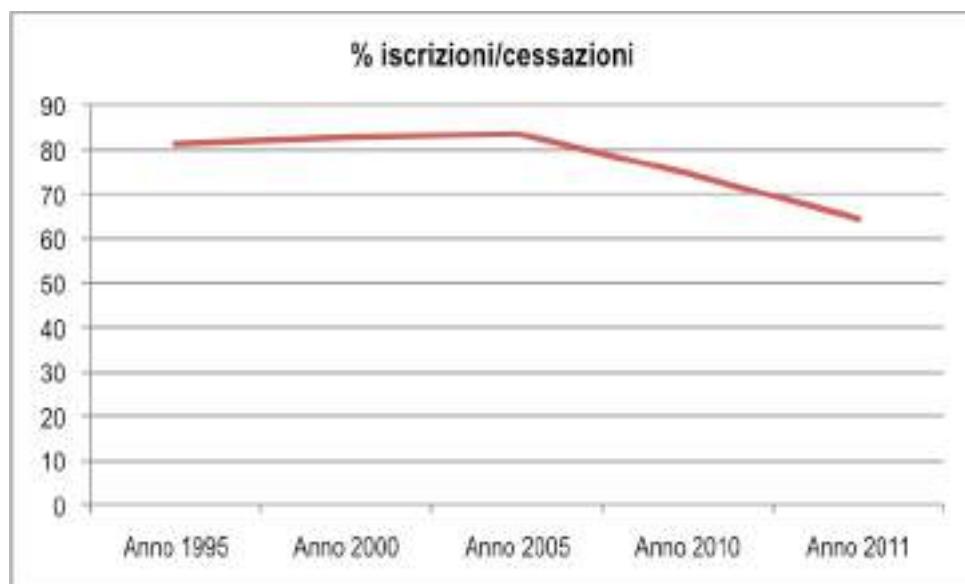
Per finire considereremo il dato relativo al rapporto tra numero di cessazioni e numero di iscrizioni in CCIAA, così da valutare la dinamicità del settore commercio; si considera il valore percentuale delle iscrizioni rispetto alle cessazioni.

Lombardia

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

Fonte: Movimprese

Regione Lombardia



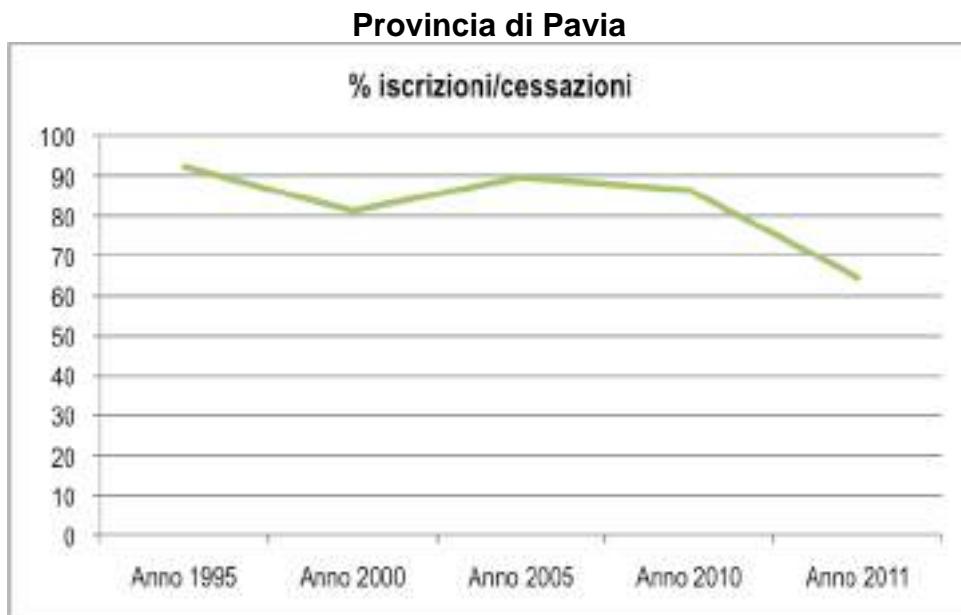
Fino al 2005 il peso delle nuove iscrizioni rispetto al numero di attività cessate era superiore all'80%; come era facile intuire, tale dato ha subito un brusco arresto tra il 2005 e il 2010, per poi calare di 10 punti percentuali tra il 2010 e il 2011: è evidente che la crisi economica in atto ha fortemente ridimensionato la dinamicità del settore commerciale, con un arresto degli investimenti.

Più articolata e marcata la dinamica in Provincia di Pavia, dove la differenza tra il 2010 e il 2011 supera addirittura i 20 punti percentuali:

Provincia di Pavia

	%
	iscrizioni/cessazioni
1995	92,11
2000	80,95
2005	89,41
2010	86,14
2011	64,52

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.

3. Il commercio al dettaglio in sede fissa: norme di riferimento e tipologie

Richiamiamo brevemente le principali disposizioni che definiscono e regolamentano il settore del commercio al minuto in sede fissa.

A livello nazionale, 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, riassunta 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

La disciplina “quadro” dettata dal d.lgs. 114/98 e dalla Legge Regionale 6/10 (Testo Unico del Commercio, che sostituisce la precedente l.r. 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, ss.mm.ii., di seguito indicato anche come PTSSC) e dalle sue Modalità applicative (di cui alla D.G.R. 4 luglio 2007 n. VIII/5054 s.m.i.), provvedimenti tutt’ora applicabili essendone stata prorogata la validità, 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 PTSSC, 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, 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.

Il Comune di Vigevano è ricompreso nell'ambito della pianura lombarda, quindi gli indirizzi di sviluppo sono tutt'ora i seguenti:

- *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.*

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

Per quanto riguarda infine il livello provinciale, per il settore commerciale il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (approvato con Delibera di Consiglio n. 53/33382 del 7 novembre 2003, di seguito indicato come PTCP), nelle Norme Tecniche di Attuazione, prevede (artt. 17, 18 e 19), per gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita e per i centri commerciali con superficie lorda di pavimento superiore a 1.500 mq. nei Comuni con meno di 10.000 abitanti e superiore ai 2.500 mq. nei Comuni con oltre 10.000 abitanti, l'attivazione di una procedura di coordinamento e condivisione delle previsioni.

3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

3.1 Inquadramento territoriale

Vigevano è un Comune della Provincia di Pavia, posto sulla riva destra del fiume Ticino, a 35 km. circa dal capoluogo; la stessa distanza separa il Comune dalla città di Milano; confina a nord con Cassolnovo; a est con Abbiategrasso, Morimondo, Besate, Motta Visconti e Bereguardo; a sud con Gambolò; a ovest con Mortara, Parona, Cilavegna e Gravellona Lomellina.



Fonte: www.viamichelin.it

Vigevano è considerata la capitale italiana delle calzature; alla tradizionale produzione di calzature, che risale alla fine del 1800, si è affiancato un indotto ampio ed articolato, che riguarda tutta la filiera produttiva, a partire dalla costruzione di macchinari per calzaturifici. La crisi attuale, che ha visto una decisa contrazione delle attività del settore manifatturiero, ha investito in modo pesante anche Vigevano e il suo hinterland.

L'abitato si sviluppato in modo omogeneo attorno al centro storico (delimitato dal tracciato delle vecchie mura, rappresentato ad Est nel Naviglio - interrato, a Sud da via Persani e via Terraggio, ad Ovest da via Mulini e Corso Garibaldi, a Nord da Corso Cavour); al suo interno sono ricompresi gli edifici e gli ambiti di più antica formazione e di maggior pregio storico e architettonico, tra cui spicca il complesso storico e architettonico della famosa Piazza Ducale. Il Comune presenta la struttura urbanistica caratteristica dei nuclei di più antica formazione, con un centro storico compatto dal quale si dipartono, in forma di radiali, le principali vie e strade di collegamento con i Comuni limitrofi.

L'abitato non presenta soluzione di continuità, con l'esclusione delle frazioni di Sforzesca e Morsella.

Le comunicazioni stradali, in Vigevano, sono ottime: il territorio comunale è attraversato dalla ex S.S. 494, che nel Comune prende il nome di v.le dell'Agricoltura, v.le del Commercio, v.le dell'Industria, v.le dell'Artigianato, e che rappresenta il sistema tangenziale "esterno" principale a servizio della Città; ad essa si aggiungono la S.P. 192, denominata via Gravellona - Strada Battù, e la S.P. 206, che prende il nome di C.so A. Moro, C.so Nenni, C.so

Giovanni XXIII, C.so Togliatti, C.so De Gasperi, C.so Pavia. Inoltre, attraversa Vigevano, con stazione nel Comune, la linea ferroviaria Mortara - Milano.

Vigevano, anche grazie alle sue dimensioni demografiche, nettamente superiori a quelle dei Comuni dell'area, esprime una forte funzione di centralità nella zona; per quanto riguarda il settore commerciale, la Città è caratterizzata dalla presenza di un numero elevato di attività commerciali e di servizio, destinate ad un'utenza sovracomunale.

La funzione di centralità di Vigevano si esprime per tutte le tipologie commerciali, dalle attività di vicinato, con oltre 1.000 negozi dei quali più di 300 alimentari o misti, al mercato ambulante (in piazza Calzolaio d'Italia e viale Manzoni si tengono due mercati, nella mattinata di mercoledì e per l'intera giornata di sabato, che contano oltre 200 posteggi il mercoledì e oltre 250 il sabato, cui si aggiungono due mercati in frazione Piccolini, la mattina del martedì e del venerdì e un mercato quotidiano nella sede di via Rocca Vecchi), fino alla moderna distribuzione organizzata, forte della presenza di un centro commerciale di oltre 15.000 mq di vendita ("Il Ducale") e di un superstore Esselunga di 5.000 mq, cui si aggiungono numerose medie strutture di vendita inserite all'interno dell'abitato o lungo la viabilità principale.

3.2 *Inquadramento demografico*

ANNO	ABITANTI	FAMIGLIE
2001	59.275	25.991
2002	59.164	26.019
2003	59.242	26.282
2004	59.629	26.692
2005	59.310	26.719
2006	59.522	26.817
2007	60.724	27.337
2008	62.125	27.950
2009	63.123	28.459
2010	63.910	28.826
2011	64.343	29.045
22.10.2012	64.751	29.348

Fonte: Comune di Vigevano

Come si può osservare nella tabella, nel decennio 2001/2011 la popolazione di Vigevano ha conosciuto un andamento discontinuo, nel periodo 2000-2006 è rimasta pressoché invariata intorno a valori compresi tra i 59.150 ed i 59.500 abitanti, mentre dal 2007 ad oggi è cresciuta in misura sostenuta, fino a superare i 64.000 abitanti. I dati parziali riferiti all'anno in corso (22 ottobre), confermano il proseguimento della tendenza alla crescita demografica.

Sempre alla data del 22 ottobre 2012, nelle frazioni risiedono 2.122 persone, meno del 3,3% degli abitanti del Comune; 1.438 di questi riesidono nella frazione di Piccolini, più vicina e meglio collegata all'abitato di Vigevano, mentre Sforzesca e Morsella, tutt'ora nettamente distinte separate da Vigevano, hanno, rispettivamente, 302 e 382 residenti.

Assume sempre maggiore 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	Vestuario 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 Vigevano 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 2011).

Per quanto riguarda l'incidenza percentuale di ultra sessantacinquenni, che abbiamo definito "indice di vecchiaia", possiamo rilevare che la popolazione di Vigevano mostra un'incidenza leggermente superiore di cittadini anziani rispetto alla media regionale mentre risulta pressoché allineata a quella provinciale.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
Regione Lombardia	7.927.231	79,9	1.990.483	20,1	9.917.714	3,98
Provincia Pavia	425.629	77,6	122.678	22,4	548.307	3,47
Comune Vigevano	49.158	77,2	14.542	22,8	63.700	3,38

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2011

Anche 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 ma perfettamente allineato an quella provinciale.

	celibi nubili	% su totale popolazione	coniugati divorziati vedovi	% su totale popolazione	TOTALE	Propensione al matrimonio
Regione Lombardia	4.090.641	41,2	5.827.073	58,8	9.917.714	0,70
Provincia Pavia	215.587	39,3	332.720	60,7	548.307	0,65
Comune Vigevano	24.710	38,8	38.990	61,2	63.700	0,63

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2011

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 Vigevano, 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 Pavia	207.008	30.041	237.049	87,3%
Comune di Vigevano	24.612	1.991	26.603	92,5%

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

Sebbene Vigevano, grazie alle emergenze architettoniche e storiche presenti, tra cui spicca la più volte citata Piazza Ducale,

presenti un'indubbia valenza turistica, questa si esprime soprattutto in termini di presenze giornaliere e non di permanenze di medio o lungo periodo; non stupisce quindi che a quota di abitazioni occupate dai residenti in Comune di Vigevano sia decisamente superiore al valore mediamente registrato in Regione Lombardia e in Provincia di Pavia.

L'ultimo aspetto che andremo a valutare riguarda l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti. A Vigevano risiedono 8.000 stranieri, pari al 12,7% della popolazione totale:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Vigevano	63.700	8.915	14,0%

Fonte: Istat, al 01.01.2011

La quota di popolazione straniera a Vigevano è decisamente superiore al valore medio registrato in Provincia di Pavia e in Regione Lombardia nel suo complesso, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente al 9,66% e al 10,73%, come riassunto nella successiva tabella:

	Abitanti	Popolazione straniera	% popolazione straniera
Provincia di Pavia	548.307	52.986	9,66%
Regione Lombardia	9.917.714	1.064.447	10,73%

Fonte: Istat, al 01.01.2011

La popolazione straniera, in Vigevano, risulta peraltro in deciso e costante aumento, come meglio illustrato nella successiva tabella:

Anno	Popolazione straniera	Variazione % su anno precedente
2003	1.858	--
2004	2.795	+50,4%
2005	3.561	+27,4%
2006	3.909	+9,8%
2007	4.461	+14,1%
2008	5.668	+27,1%
2009	6.968	+22,9%
2010	8.000	+14,8%
2011	8.915	+11,4%

Fonte: Istat, al 31 gennaio

4. Il sistema distributivo comunale: aggiornamento 2012

4.1 L'evoluzione del sistema distributivo

Andremo ora ad aggiornare l'andamento del sistema distributivo di Vigevano, 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: l'ultimo dato a oggi disponibile è quello al 30.06.2012 (aggiornamento on line).

Vigevano

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	1.064	--	--	--
2004	1.087	23	2,2	2,2
2005	1.083	-4	-0,4	1,8
2006	1.086	3	0,3	2,1
2007	1.064	-22	-2,0	0,0
2008	1.060	-4	-0,4	-0,4
2009	1.028	-32	-3,0	-3,4
2010	1.027	-1	-0,1	-3,5
2011	1.043	16	1,6	-1,9
2012	1.059	16	1,5	-0,5

Anno	Superfici di vendita	Variazione superfici su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	116.337	--	--	--
2004	114.082	-2.255	-1,9	-1,9
2005	114.409	327	0,3	-1,7
2006	111.070	-3.339	-2,9	-4,5
2007	114.391	3.321	3,0	-1,7
2008	116.456	2.065	1,8	0,1
2009	112.036	-4.420	-3,8	-3,7
2010	113.664	1.628	1,5	-2,3
2011	113.376	-288	-0,2	-2,5
2012	109.998	-3.378	-3,0	-5,4

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni dal 2003 al 2012

Il sistema distributivo di Vigevano, dal 2003 ad oggi, ovvero a partire dalla data di inizio delle rilevazioni Regionali, non ha conosciuto modifiche sostanziali, le variazioni, anche se talvolta rilevanti in valore assoluto, si sono sempre mantenute entro una misura prossima al 5%, e quindi possono ritenersi normali o fisiologiche, con riferimento ad una realtà comunale delle dimensioni di Vigevano, che conta oltre 1.000 esercizi commerciali.

Nel corso dell'ultimo anno di rilevazione (periodo giugno 2011-giugno 20112) alla tenuta, in termini numerici, della rete distributiva, è corrisposto un calo in termini di superfici di vendita.

Per cercare di comprendere questa dinamica, andremo ad esaminare le variazioni intercorse nell'ultimo anno con riferimento alle diverse tipologie di attività (vicinato, medie e grandi strutture di vendita) ed ai singoli settori merceologici (alimentare e misto, non alimentare), sintetizzati nella successiva tabella:

La quasi totalità delle cessazioni sono riferite alla tipologia delle medie strutture di vendita, ed in particolare al settore non alimentare; evidentemente questo è un effetto evidente della crisi economica e della riduzione degli acquisti, che ha interessato, come già evidenziato, soprattutto il settore dei beni durevoli e semidurevoli, ed ha quindi colpito in modo marcato quelle attività, quali le autoconcessionarie e i mobilifici, che hanno sempre trovato una localizzazione privilegiata lungo la viabilità sovracomunale che circonda l'abitato principale di Vigevano.

	2011				2012				Differenza			
	Alim. + misti		Non alimentari		Alim. + misti		Non alimentari		Alim. + misti		Non alimentari	
	n°	mq	n°	mq	n°	mq	n°	mq	n°	mq	n°	mq
Vicinato	308	12.171	683	44.762	321	12.868	691	44.725	13	697	8	-37
MS	16	13.221	34	24.082	15	12.671	30	19.784	-1	-550	-4	-4.298
GS	2	19.140	0	0	2	19.140	0	0	0	0	0	0

D'altro canto, il dinamismo mostrato dal settore commerciale di Vigevano nel suo complesso anche in questo periodo di difficile congiuntura economica non può non essere valutato positivamente, quale indice e conferma dell'importanza e della funzione di centralità che il Comune riveste e che lo propone come sede privilegiata per l'avvio di nuove attività imprenditoriali, questo sicuramente grazie alla dinamica demografica positiva che il territorio continua a registrare.

4.2 *La situazione del commercio al dettaglio in sede fissa – dati ottobre 2012*

Ad ottobre 2012 la rete di vendita di Vigevano risultava così composta: 1.025 esercizi di vicinato per complessivi 58.313 mq.; di questi esercizi 325 (13.042 mq.) appartengono al settore alimentare o misto con prevalenza alimentare e 700 (45.271 mq.) a quello non alimentare; le medie strutture sono 45 per un totale di 32.455 mq, di queste 15 sono alimentari o miste con prevalenza alimentare (12.671 mq) e 30 non alimentari (19.734 mq); infine, sono presenti due grandi strutture, entrambe sono state di recente oggetto di ampliamento della superficie di vendita.

Rispetto alla situazione della banca dati regionale, e quindi rispetto al giugno di quest'anno, si deve segnalare il proseguimento dell'andamento positivo della rete di vicinato, con un incremento di 13 negozi e di 720 mq di vendita (nel dettaglio, sono aumenti di 4 unità e 174 mq i negozi alimentari e di 9 unità e 546 mq quelli non alimentari).

Segnaliamo che, al fine di effettuare una reale valutazione dell'offerta attiva e potenziale localizzata nel territorio di Vigevano, per il centro commerciale “Il Ducale” utilizzeremo la superficie di vendita ampliata di 1.500 mq per il settore non alimentare assentita in sede di conferenza di servizi regionale ai sensi dell'art. 9 d.lgs. 114/98. In ogni caso, andremo a considerare separatamente i settori alimentare e non alimentare sia del centro commerciale Esselunga che de il Ducale; dal punto di vista numerico, entrambe le attività sono state ricomprese nel settore alimentare e misto,

mentre le superfici di vendita sono state imputate al rispettivo settore merceologico.

La sintesi della situazione all'ottobre 2012 è quindi la seguente:

Settore merceologico	N. esercizi	Superficie di vendita
Alimentare e misto	342	32.048
Non alimentare	730	80.170
Totale	1.072	112.218 mq.

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 1.072 esercizi di Vigevano si dividono come indicato nelle successive tabelle:

Esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
325	13.042	15	12.671	2	6.335*

* si tratta del reparto alimentare dei Centri Commerciali Esselunga e il Ducale

Esercizi non alimentari

Vicinato		Medie strutture		Grandi strutture	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
700	45.271	30	19.734	--	15.165*

* si tratta del reparto non alimentare dei Centri Commerciali Esselunga e il Ducale

Per valutare l'offerta commerciale di Vigevano, 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	9.957.459	28.674	347
Provincia di Pavia	549.664	1.979	278
Comune di Vigevano	64.751	325	199

Esercizi di vicinato – settore non alimentare

	Abitanti	N. esercizi	Ab. x esercizio
Regione Lombardia	9.957.459	85051	117
Provincia di Pavia	549.664	4.484	123
Comune di Vigevano	64.751	700	93

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Vigevano a ottobre 2012

Per gli esercizi di vicinato si riscontra in Vigevano una dotazione sensibilmente superiore alle medie regionale e provinciale, sia per il settore alimentare sia per quello non alimentare. Il dato, oltre ad evidenziare una buona presenza di servizi commerciali a servizio dei residenti, conferma e ribadisce la funzione di centralità espressa di Vigevano rispetto al suo intorno, i cui residenti hanno la Città quale referente per gli acquisiti presso la rete specializzata, siano di generi alimentari che non alimentari.

Medie strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.459	1.280.318	129
Provincia di Pavia	549.664	72.422	132
Comune di Vigevano	64.751	8.090	124

Medie strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.459	3.963.781	398
Provincia di Pavia	549.664	246.057	448
Comune di Vigevano	64.751	24.361	376

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Vigevano a ottobre 2012

Per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, considerando separatamente la superficie attribuita al settore alimentare e a quello non alimentare (ovvero il dato analogo a quello disponibile attraverso l'osservatorio regionale per il commercio) il Comune di Vigevano presenta una dotazione di poco inferiore a quella media regionale e provinciale, sia per il settore alimentare sia in maggior misura per quello non alimentare.

Questo dato conferma la crisi della media distribuzione a livello comunale, dato già emerso in sede di analisi delle dinamiche evolutive del settore commerciale effettuate attraverso le rilevazioni regionali.

Grandi strutture – settore alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.459	866.038	87
Provincia di Pavia	549.664	49.870	91
Comune di Vigevano	64.751	6.335	98

Grandi strutture – settore non alimentare

	Abitanti	Mq.	Mq. x 1.000 ab.
Regione Lombardia	9.957.459	2.836.479	285
Provincia di Pavia	549.664	132.275	241
Comune di Vigevano	64.751	15.165	234

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2011 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Vigevano a ottobre 2012

Infine, per le grandi strutture di vendita, il Comune di Vigevano registra una dotazione leggermente superiore alla media, sia provinciale che regionale, per il settore merceologico alimentare, mentre per quello non alimentare la dotazione appare prossima al dato provinciale, e quindi inferiore a quello regionale, decisamente più alto di entrambi.

4.3 *La distribuzione territoriale dei punti di vendita*

Come evidenziato in sede di Inquadramento territoriale, la Città di Vigevano è caratterizzata dalla presenza di un nucleo abitato principale compatto, sorto a partire dal centro storico fino ad oltrepassare il tracciato della ex S.S. 494 detta appunto Vigevanese, nel quale risiede oltre il 95% della popolazione; i 1.072 esercizi presenti nel Comune si collocano nella loro quasi totalità in questo nucleo.

Dal punto di vista commerciale il territorio è caratterizzato dalla presenza di una direttrice di grande traffico e indubbia valenza sovraffocale, coincidente con l'appena citata Vigevanese; confermiamo quindi, quale suddivisione di riferimento della presente analisi, tale suddivisione territoriale; il numero di esercizi presenti, con le rispettive superfici di vendita complessive è indicato nella successiva tabella.

Totale punti di vendita

Nucleo	N. esercizi		Mq. esercizi	
	n.	%	n.	%
Abitato	1.039	96,9	83.954	74,8
Vigevanese	33	3,1	28.264	25,2
Totale Comune	1.072	100,00	112.218	100,00

Com'era prevedibile, l'abitato concentra la gran parte dell'offerta: in termini numerici si tratta del 96,9% degli esercizi, che si riduce al 74,8% in termini di superfici di vendita. Il dato evidenzia che in Vigevano possono individuarsi due diversi e complementari sistemi commerciali, una rete di vendita "tradizionale", composta da numerosi esercizi di dimensioni limitate, poste a servizio soprattutto della residenza e situata all'interno dell'abitato, cui si affianca un

sistema commerciale più moderno, localizzato lungo la Vigevanese, rivolto ad un'utenza che comprende oltre ai residenti di Vigevano quelli dei Comuni limitrofi ed in generale di tutto il Vigevanese.

Per approfondire l'analisi, abbiamo considerando separatamente i due settori merceologici alimentare, nel quale includeremo le grandi strutture di vendita miste e le relative superfici di vendita alimentari, e non alimentare, che non considera numericamente i centri commerciali ma comprende invece le superfici di vendita presenti per tale settore:

Esercizi alimentari

Nucleo	N. esercizi		Mq. esercizi	
	n.	%	n.	%
Abitato	332	97,1	23.982	74,8
Vigevanese	10	2,9	8.066	25,2
Totale Comune	342	100,00	32.048	100,00

Esercizi non alimentari

Nucleo	N. esercizi		Mq. esercizi	
	n.	%	n.	%
Abitato	707	96,8	59.872	74,7
Vigevanese	23	3,1	20.298	25,3
Totale Comune	730	100,00	80.170	100,00

Si nota immediatamente che non vi sono differenze particolari tra i diversi settori merceologici, la vocazione dei diversi ambiti commerciali individuati nel Comune si conferma sia per gli acquisti di prodotti alimentari sia per quella di generi non alimentari.

Come già indicato al paragrafo precedente, in Vigevano sono presenti 45 medie strutture, per un totale di 32.405 mq. di vendita, e

2 grandi strutture, per complessivi 21.500 mq; tali esercizi più "moderni" si distribuiscono sul territorio come indicato di seguito:

Totale medie e grandi strutture

Nucleo	Medie strutture		Grandi strutture	
	N. esercizi	Mq. esercizi	N. esercizi	Mq. esercizi
Abitato	39	27.985	--	--
Vigevanese	6	4.420	2	21.500
Totale Comune	45	32.405	2	21.500

In termini percentuali, dal punto di vista numerico il 17% delle attività della distribuzione organizzata e quasi il 50% delle superfici di vendita delle medie e grandi strutture si concentrano lungo la Vigevanese.

Considerando separatamente le due tipologie di vendita, medie e grandi strutture, nell'abitato si collocano la gran parte delle medie strutture, mentre le uniche due grandi strutture presenti sono localizzate lungo la S.P. ex S.S. 494.

La situazione si modifica sensibilmente se si considerano separatamente i due settori merceologici, alimentare e non alimentare, per l'assenza di grandi strutture di vendita per quest'ultimo settore:

Medie e grandi strutture – settore alimentare

Nucleo	Medie strutture		Grandi strutture	
	N. esercizi	Mq. esercizi	N. esercizi	Mq. esercizi
Abitato	13	11.396	--	--
Vigevanese	2	1.275	2	21.500
Totale Comune	15	12.671	2	21.500

Medie e grandi strutture – settore non alimentare

Nucleo	Medie strutture		Grandi strutture	
	N. esercizi	Mq. esercizi	N. esercizi	Mq. esercizi
Abitato	26	16.642	--	--
Vigevanese	4	3.142	--	--
Totale Comune	30	19.784	--	--

Per il settore alimentare, infatti, i due terzi delle superfici di vendita si collocano lungo la Vigevanese, dove sono presenti i due centri commerciali del Comune; la stessa cosa non avviene per il settore non alimentare.

Questa specializzazione qualitativa, dimensionale e non merceologica, della rete di vendita, sviluppatasi nel corso dei decenni, ha comportato uno sviluppo tutto sommato armonico della rete distributiva del Comune nel suo complesso, con una presenza di tutte le tipologie di attività proprio in Vigevano, ovvero nel centro urbano di maggiori rilevanza gerarchica.

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

Per operare una verifica della dotazione di strutture di vendita al dettaglio in sede fissa, in assenza di dati più aggiornati 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 Vigevano faceva parte dell’Unità Territoriale 9 – denominata appunto Vigevano, dove la spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrispondeva rispettivamente a 1.722,77 euro e a 1.367,35 euro.

Il mercato complessivo, calcolato nell’ipotesi che tutti i residenti acquistino in Comune (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), corrisponde a poco più di 200 milioni di euro, di cui 111,5 milioni di euro per il settore alimentare e 88,5 milioni di euro per il settore non alimentare. 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.

Gli esercizi di media e grande struttura di vendita sono ulteriormente suddivisi in medie strutture di primo livello (con superficie di vendita fino a 600 mq), di secondo livello (con superficie superiore a 600 mq), grandi strutture di vendita sovracomunali (con superficie fino a 5.000 mq) e di area estesa (con superficie superiore a 5.000 mq).

Settore alimentare	1.722,77 euro x 64.751 abitanti =	111,551 milioni di euro
Settore non alimentare	1.367,35 euro x 64.751 abitanti =	88,537 milioni di euro
Totale		200,088 milioni di euro

Le condizioni di produttività del sistema distributivo comunale sono assicurate da una potenzialità di spesa pari a 255,758 milioni di euro, di cui 111,802 milioni di euro per il settore alimentare e 143,956 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito:

Settore alimentare		
Vicinato	2.324,06 euro x 13.042 mq. =	30,310 milioni di euro
MS1 *	2.427,35 euro x 2.919 mq. =	7,085 milioni di euro
MS2 *	5.112,92 euro x 5.175 mq. =	26,459 milioni di euro
GS sovracomunali *	6.507,36 euro x 2.135 mq. =	13,893 milioni di euro
GSAE *	8.108,37 euro x 4.200 mq. =	34,055 milioni di euro
Totale alimentare		111,802 milioni di euro

Settore non alimentare		
Vicinato	929,62 euro x 45.271 mq. =	42,085 milioni di euro
MS1 *	981,27 euro x 6.280 mq. =	6,162 milioni di euro
MS2 *	1.755,95 euro x 18.031 mq. =	31,661 milioni di euro
GS sovracomunali *	2.427,35 euro x 2.865 mq. =	6,954 milioni di euro
GSAE *	3.460,26 euro x 16.500 mq. =	57,094 milioni di euro
Totale non alimentare		143,956 milioni di euro
Totale		255,758 milioni di euro

* per medie e grandi strutture miste sono state considerate separatamente le superfici destinate ai due settori merceologici

Questo dato conferma la rilevanza sovracomunale del sistema distributivo comunale, che sicuramente conta sulle convergenze da parte di consumatori residenti nei Comuni limitrofi e del traffico in transito, soprattutto per gli acquisti di prodotti non alimentari.

5. 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*”.

Vigevano è il secondo Comune, in termini demografici e per importanza, della Provincia di Pavia; il Comune è posto a sud del corso del fiume Ticino, che attraversa il territorio per tutta la sua larghezza, e segna il confine con il Comune di Abbiategrasso, e quindi con la Provincia di Milano.

L’abitato comunale è composto da un capoluogo, nucleo principale compatto, che si è sviluppato senza soluzione di continuità, intorno al centro storico, cui si aggiungono 3 nuclei frazionali di limitate dimensioni demografiche (Piccolini, Morsella e Sforzesca, che nel complesso superano di poco i 2.000 abitanti, che in termini percentuali rappresentano poco più del 3% della popolazione residente nel Comune).

Vigevano è caratterizzato da una situazione viabilistica certamente valida: il Comune è attraversato da una delle principali direttive di traffico che collegano Milano al sud della sua Provincia e della Regione, la S.P. S.S. 494, detta appunto Vigevanese; questa direttrice, che in Vigevano assume le denominazioni di viale del Commercio, viale dell’Industria e viale dell’Artigianato, rappresenta anche il sistema tangenziale principale, lungo il quale si attestano le

attività commerciali di maggiori dimensioni, in particolare le due grandi strutture miste presenti nel Comune (centri commerciali Esselunga e “il Ducale”).

Vigevano è la “Città della calzatura”, tradizionale centro di riferimento per questo settore manifatturiero; il territorio è caratterizzato dalla presenza di attività industriali note a livello nazionale e internazionale e da un indotto composto da piccole e medie imprese manifatturiere diffuse anche all’interno dell’abitato. La dismissione degli ambiti produttivi interni al tessuto consolidato è una dinamica che in Vigevano è già in atto da decenni: fin’ora ha avuto effetti tutto sommato positivi, in quanto ha permesso alla Città di consolidare la sua funzione di centralità attraverso l’insediamento di attività terziarie e direzionali, che ha affiancato, e non sostituito, la vocazione “produttiva” che da sempre caratterizza il Comune; nel corso dell’ultimo biennio, tuttavia, la pesante congiuntura economica ha incrementato la dinamica di dismissione delle attività produttive, che ora interessa anche ambiti periferici e non vede più una sostituzione delle attività produttive industriali con attività terziarie di servizio.

La Città di Vigevano si propone come centro di riferimento per un bacino d’utenza che comprende di fatto non solo i Comuni limitrofi ma tutta quella parte della Provincia di Pavia conosciuta come Lomellina.

Grazie ad una situazione geografica e infrastrutturale ottimale ha sviluppato una dimensione demografica rilevante in termini oggettivi e non solo con riferimento ai Comuni della Provincia di Pavia, con oltre 64.000 residenti Vigevano è un Comune di

dimensioni medio-grandi anche se confrontato al complesso dei comuni della Regione Lombardia, anche in quanto tale è quindi sede di servizi rivolti ad un'utenza sovracomunale: pubblici, quali la sede decentrata dell'INPS, dell'Agenzia delle Entrate, la caserma dei Carabinieri, della Guardia di Finanza e della Polizia dello Stato, l'Azienda Ospedaliera, scuole superiori; privati, in particolare professionali e di servizio; terziari in genere e in particolare commerciali: per questo specifico settore in Vigevano sono presenti oltre 1.000 attività commerciali di tutte le dimensioni e tipologie, affiancate da un importante mercato ambulante, caratterizzato da due edizioni settimanali ed un numero di posteggi compreso tra i 200 ed i 250.

Analizzando la rete distributiva del Comune, emerge la presenza di un sistema di commercio tradizionale, caratterizzato da una prevalenza di attività di vicinato, concentrato nel centro storico e lungo i tratti inziali delle radiali che si dipartono dal centro (c.so Novara, c.so Torino, c.so Genova, c.so Milano e in minor misura anche c.so Pavia). L'importanza della Città di Vigevano quale polo attrattore commerciale rispetto a un sistema più ampio ed articolato, coincidente con il Vigevanese e l'intera Lomellina, è confermata dall'analisi dei dati numerici: la dotazione di esercizi di vicinato è decisamente più elevata rispetto alle medie regionali e provinciali, sia per il settore alimentare che per quello non alimentare. Invece la quasi totalità delle medie strutture presenti hanno dimensioni ridotte, tant'è che la dotazione di superfici di vendita in termini di mq per 1.000 abitanti risulta allineata o inferiore rispetto alle medie regionali e provinciali.

A questa rete di vendita si affianca l'offerta sovracomunale, costituita essenzialmente dalle attività della distribuzione organizzata di maggiori dimensioni (supermercati Billa e Carrefour) e dai due centri commerciali (Esselunga e Il Ducale) posti lungo la Vigevanese.

Le scelte riguardanti la programmazione e lo sviluppo del settore commerciale elaborate nel corso della prima metà del 2011, avevano quale obiettivo prioritario quello di confermare e potenziare, anche per questo settore, la funzione di centralità di Vigevano; per raggiungere questo obiettivo si prevedevano ipotesi di sviluppo atte a riqualificare ed integrare l'importante offerta alimentare con un'altrettanto importante offerta non alimentare, ipotesi in assoluto accordo con le indicazioni di sviluppo del Piano Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale che per l'Ambito della Pianura Lombarda, di cui è parte Vigevano, prevedono “... *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento dei poli commerciali già esistenti ...*”.

Per le medie strutture di vendita, si era ritenuto di “incoraggiare” il ruolo di questa tipologia dimensionale, che spesso riesce a collocarsi anche all'interno o comunque a margine del tessuto urbano consolidato, attraverso l'individuazione di alcuni ambiti dove concentrare lo sviluppo delle attività.

Si è trattato di una scelta finalizzate a potenziare l'offerta di prossimità e riqualificare, razionalizzare ed ammodernare il sistema distributivo all'interno del tessuto urbano consolidato, e quindi assolutamente da riconfermare, anche se da “rileggere” alla luce

delle dinamiche indotte dalla crisi economica che ha investito Vigevano e l'intero Paese.

Quindi, con riferimento al settore delle medie strutture, le ipotesi di modernizzazione dovranno ammettere sia l'ampliamento dell'esistente sia l'inserimento di nuove strutture.

Considerate le oggettive difficoltà economiche delle quali risente ormai anche il settore del commercio, si dovranno a nostro avviso introdurre elementi di maggiore flessibilità nella programmazione urbanistica vigente, che permettano un riutilizzo commerciale degli edifici nei quali la funzione commerciale era storicamente presente sulla base della cognizione effettuata ai fini della predisposizione della presente variante al Piano di Governo del Territorio, eventualmente individuando vincoli dimensionali legati alla possibilità di dotare l'ambito di intervento di adeguate aree a parcheggio.

Riteniamo inoltre che debbano essere elaborate misure che permettano un recupero a fini commerciali del patrimonio edilizio esistente; la misura ottimale di queste trasformazioni riteniamo possa essere quella già prevista dal presente Piano di Governo del Territorio, che prevedeva la concentrazione della presenza commerciale in singoli ambiti (localizzati in corrispondenza di piazzale Longo, c.so La Malfa e via Mascagni).

In questo periodo di crisi economica, tuttavia, concentrare in pochi interventi le possibilità di espansione della rete commerciale rappresenta un elemento di forte rigidità rispetto alle esigenze di

ridefinizione delle attività produttive oggetto di dismissione; suggeriamo quindi di valutare la possibilità di trasferire le possibilità di attivazione di nuove medie strutture di vendita dagli ambiti territoriali di concentrazione già individuati dal PGT vigente distribuendoli sulla generalità delle aree produttive, dismesse (nel passato) o in fase di dismissione. Al fine di assicurare il mantenimento degli obiettivi di pubblica utilità e non incentivare la dismissione dell'attività produttiva, le condizioni di tale trasferimento dovranno essere fissate sulla base di adeguate misure di compensazione economica. In tal modo si eviterà di compromettere i valori di edificabilità assegnati dallo strumento urbanistico vigente.

Inoltre si ritiene debbano essere introdotte, in sede di normativa tecnica di attuazione del PGT, disposizioni che permettano una trasformazione delle attività in essere alla data di adozione della presente variante, anche ammettendo il loro ampliamento entro il limite di 2.500 mq previsto per le medie strutture di vendita dal d.lgs. 114/98; si tratta di una disposizione che tiene conto dell'attuale tendenza della distribuzione commerciale a ridurre le merci, e quindi gli spazi a riserve nel magazzino, il che porta ad un recupero di superfici (spesso già edificate) da destinare alla vendita; naturalmente ogni eventuale ampliamento dovrà rispettare le disposizioni urbanistiche legate alle trasformazioni ed ampliamenti del patrimonio edilizio esistente, in particolare per quanto riguarda la corretta dotazione di parcheggi.

Anche per le grandi strutture di vendita ritieniamo debbano essere introdotti elementi di maggiore flessibilità, e ciò in accordo con le direttive proconcorrenziali espresse dalle disposizioni normative in materia di attività economiche assunte a livello

nazionale a partire dal periodo dicembre 2011; si riconferma quindi la scelta già operata dal precedente PGT di localizzazione di un polo commerciale periferico, destinato all'insediamento di una struttura della tipologia dell'Outlet; a questa riteniamo si potrà affiancare la possibilità di realizzare nuove grandi strutture di vendita in ambiti puntualmente individuati localizzati lungo il sistema viario tangenziale all'abitato del nucleo di Vigevano capoluogo.

Questo permetterà di assegnare tale destinazione anche ad alcune delle aree di proprietà comunale con coerente destinazione commerciale, e quindi di massimizzare l'utilità pubblica legata alla cessione di queste, fermo restando l'obbligo di definire, nell'apposita sede di Conferenza di Servizi ex art. 9 d.lgs. 114/98 e conseguenti disposizioni regionali attuative, le misure e gli impegni degli operatori atti a garantire le corrette condizioni di compatibilità e sostenibilità dell'insediamento.