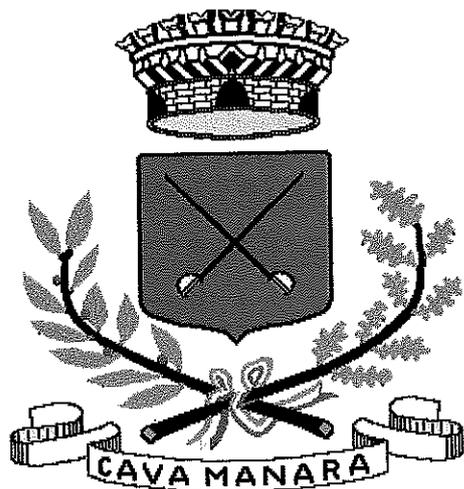


**COMUNE DI CAVA MANARA**  
**PROVINCIA DI PAVIA**



**Quadro conoscitivo  
del territorio comunale**

**Componente commerciale**

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



## INDICE

<b>1. Oggetto dell'analisi</b>	pag. 1
<b>2. Quadro normativo di riferimento</b>	pag. 6
2.1 <i>Commercio al dettaglio in sede fissa: definizioni e forme</i>	pag. 6
2.2 <i>Commercio al dettaglio in sede fissa: tipologie</i>	pag. 6
2.3 <i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale regionale</i>	pag. 7
2.4 <i>Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale</i>	pag. 8
2.5 <i>Centri di telefonia fissa (Phone Center)</i>	pag. 9
<b>3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico</b>	pag. 11
3.1 <i>Inquadramento territoriale</i>	pag. 11
3.2 <i>Inquadramento demografico</i>	pag. 13
<b>4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale</b>	pag. 19
4.1 <i>Evoluzione del sistema distributivo</i>	pag. 19
4.2 <i>Lo stato di fatto del commercio al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 21
4.3 <i>La distribuzione territoriale dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa</i>	pag. 24
4.4 <i>Lo stato di fatto dei centri di telefonia fissa</i>	pag. 27
4.5 <i>Rapporto tra domanda e offerta</i>	pag. 28
<b>5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale</b>	pag. 30
<b>6. Conclusioni</b>	pag. 32

## ALLEGATI

<b>Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo</b>	pag. 34
<b>Allegato 2 – Nota metodologica</b>	pag. 45

## 1. 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 perturbane 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 ed articolate, che terranno conto della domanda espressa dai 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.

Un altro aspetto da esaminare in sede di Piano di Governo del Territorio riguarda i centri di telefonia in sede fissa (Phone Center).

Infatti, 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.

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 coerenza 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".*

Nella presente analisi, pertanto, verrà condotta un'indagine relativa alla presenza dei phone center sul territorio comunale, prospettando lo sviluppo di tale servizio, considerando le dinamiche della popolazione residente in termini di popolazione straniera, le caratteristiche urbanistiche e viabilistiche del territorio ecc ...

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.

## 2. Quadro normativo di riferimento

### 2.1. 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.

### 2.2 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

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

Per ciascun ambito sono individuati specifici indirizzi di sviluppo nel triennio. In particolare, per il Comune di Cava Manara, compreso nell'ambito della pianura lombarda, gli indirizzi di sviluppo sono 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.*

#### 2.4 *Commercio al dettaglio in sede fissa: la programmazione commerciale provinciale*

In Provincia di Pavia il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale è stato approvato con Delibera di Consiglio n. 53/33382 del 7 novembre 2003.

Relativamente al settore commerciale, il P.T.C.P., nelle Norme Tecniche di Attuazione, specifica: *"nell'ambito delle trasformazioni d'uso del territorio e delle previsioni urbanistiche comunali s'individuano i seguenti casi di previsioni allocative di cui si riconosce la rilevanza sovracomunale, esclusivamente a fini dell'applicazione della norma per il coordinamento, per le quali si farà ricorso a procedura di concertazione tra gli Enti, secondo quanto previsto all'art. 16, comma quarto: ... omissis ... d) insediamenti della media e grande distribuzione e centri commerciali con s.l.p. > 1.500 mq. per Comuni < 10.000 ab. e > 2.500 mq. per Comuni > 10.000 ab."* (art. 17, comma 1).

Quindi il P.T.C.P. continua e specifica: *"Sono da considerarsi previsioni o allocazioni che necessitano del coordinamento sovracomunale, tutte quelle trasformazioni del territorio, relative a qualunque tipologia di insediamento, escluse*

*quelle a fini residenziali, che definiscono aspetti dimensionali di rilevante interesse. Le soglie dimensionali oltre le quali le previsioni assumono carattere sovracomunale vengono così stabilite: a) il superamento della soglia predefinita di superficie lorda di pavimento e quanto riguarda aree e poli produttivi e insediamenti commerciali per le grandi strutture di vendita" (art. 18, comma 2).*

Nei casi sopra indicati, il Comune interessate "deve comunicare la propria decisione alla Provincia e a tutti i Comuni contermini ed Enti interessati, trasmettendo l'atto formale con cui assume l'ipotesi di decisione, corredato dagli elaborati tecnici atto ad illustrare la decisione della localizzazione e le sue caratteristiche" (art. 19, comma 1), al fine di attivare la procedura per l'applicazione del principio di coordinamento e di sussidiarietà nella pianificazione di scelte e previsioni di rilevanza sovracomunale.

## 2.5 Centri di telefonia fissa (Phone Center)

Il centro di telefonia fissa (Phone Center) è un'impresa che fornisce a terzi servizi di comunicazione elettronica.

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".*

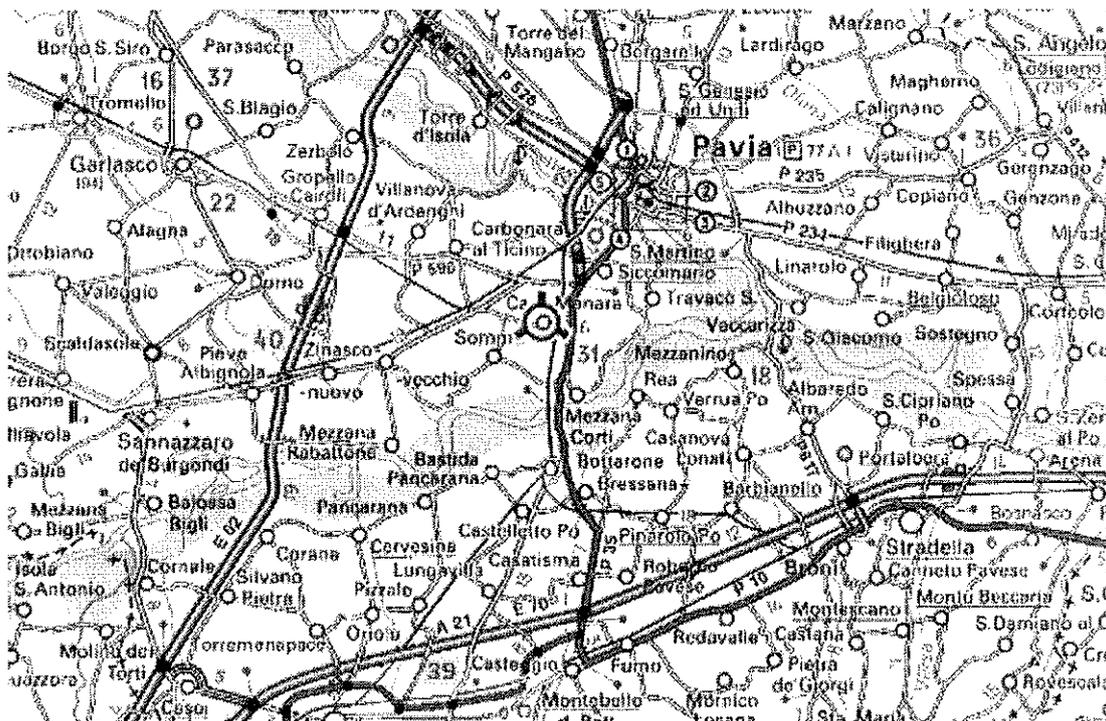
*La citata D.G.R. VIII/8778 precisa che "qualora nel caso concreto si verifichi che il centro di telefonia svolga, nel medesimo locale, anche un'attività commerciale, troverebbe applicazione tutta la disciplina del commercio in sede fissa, e in particolare:*

- 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".*

### 3. Quadro ricognitivo territoriale e demografico

#### 3.1 Inquadramento territoriale

Cava Manara è un Comune della Provincia di Pavia, attraversato dalla S.S. 35 dei Giovi; confina a Nord con il Comune di San Martino Siccomario, a Est con i Comuni di Travacò Siccomario e di Rea, a Sud con i Comuni di Bressana Bottarone e di Bastida Pancarana, a Ovest con il Comune di Sommo.



Fonte: [www.viamichelin.it](http://www.viamichelin.it)

La struttura del territorio comunale permette di individuare i seguenti nuclei abitati: Cava Manara capoluogo (4.196 abitanti), Frazione Rotto (406 abitanti), Frazione Tre Re (553 abitanti), Frazione Mezzana Corti (1.122 abitanti), Frazione Torre de' Torti (91 abitanti), Frazione Brondelli (91 abitanti), Cascina Casotti (30 abitanti) e Cascina Spessa (46 abitanti).

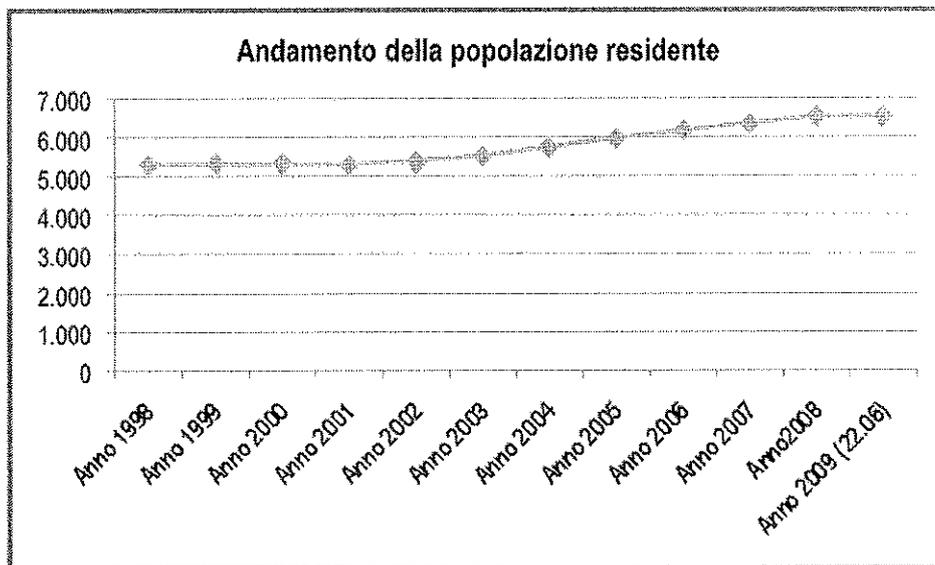
La Linea ferroviaria Milano – Genova divide in due il territorio Comunale, raggruppando i nuclei abitati sopra indicati come segue: a Ovest della ferrovia Cava Manara capoluogo, le Frazioni Torre de' Torti e Brondelli, Cascina Casotti e Cascina Spessa (per un totale di 4.454 abitanti); a Est della ferrovia le Frazioni Mezzana Corti, Rotto e Tre Re (per un totale di 2.081 abitanti).

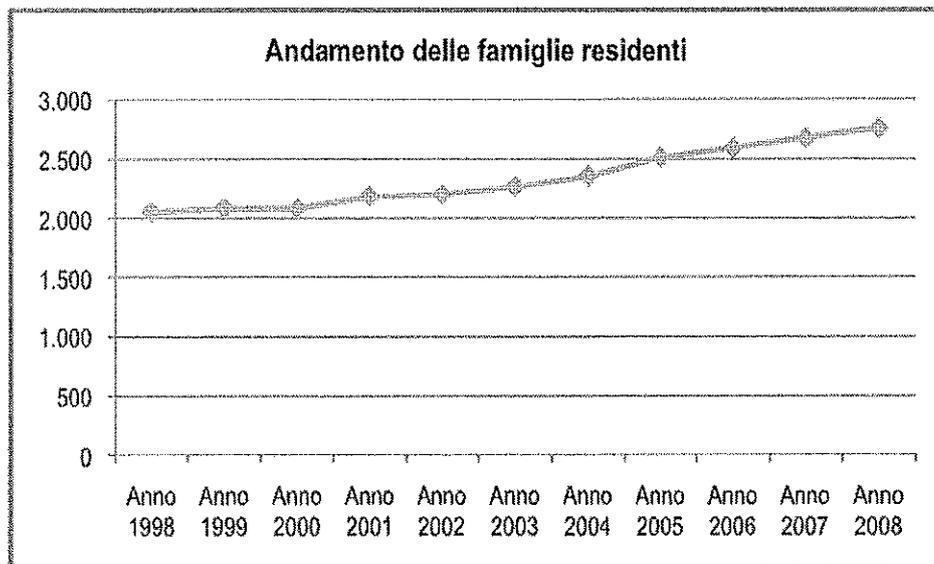
Le comunicazioni con i Comuni limitrofi sono ottime, assicurate dalla citata S.S. 35 dei Giovi, cui si aggiunge la linea ferroviaria Milano – Genova, con stazione nel nucleo di Cava Manara capoluogo

### 3.2 Inquadramento demografico

ANNO	ABITANTI	FAMIGLIE
1998	5.321	2.049
1999	5.363	2.080
2000	5.357	2.080
2001	5.328	2.177
2002	5.405	2.196
2003	5.543	2.262
2004	5.766	2.348
2005	5.987	2.503
2006	6.200	2.586
2007	6.362	2.670
2008	6.538	2.758
2009 (22.06)	6.535	n.d.

Fonte: Ufficio Anagrafe Comune Cava Manara





Dal 1998 a giugno 2009 la popolazione residente a Cava Manara è aumentata di 1.214 unità, pari a un incremento del 22,8%.

Tra il 1998 e il 2008 (ultimo disponibile) il numero delle famiglie è cresciuto del 34,6%, pari a 709 nuclei.

Un fattore da considerare è quello relativo alla composizione della popolazione; infatti, i livelli di spesa, e la ripartizione della spesa stessa sono differenti, anche in misura molto rilevante, a seconda della composizione del nucleo familiare e dell'età dei suoi componenti. Basti pensare che mentre un pensionato, mediamente, ha una spesa mensile di poco superiore ai 1.300 euro, di cui quasi il 50% destinato a spese per l'abitazione, un single di età inferiore ai 35 anni ha una spesa di poco superiore a 1.900 euro, dei quali circa un terzo destinato all'abitazione.

Le successive tabelle mostrano quindi la spesa media mensile familiare registrata a livello nazionale al 2006.

	<b>Spesa media mensile/euro</b>
single età <35	1.913
single età 35-64	1.929
single età >64	1.328
coppia con pr <35	2.632
coppia con pr 35-64	2.863
coppia con pr >64	2.112
coppia con 1 figlio	2.962
coppia con 2 figli	3.204
coppia con 3 o più figli	3.031
famiglie monogenitore	2.383
altre tipologie	2.714
<b>MEDIA PER FAM.</b>	<b>2.461</b>

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

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

Fonte: ISTAT, dati anno 2006

Analizzeremo la composizione della popolazione comparando i dati riferiti al Comune di Cava Manara con quelli regionali e provinciali.

I dati demografici di riferimento più recenti sono quelli delle elaborazioni ISTAT al 1° gennaio 2008, che riguardano l'età e lo stato civile della popolazione residente. Come abbiamo già segnalato, si tratta di aspetti estremamente significativi, poiché, ad esempio, ad una popolazione più anziana corrisponde una spesa minore, e, all'opposto, un'incidenza maggiore di persone non coniugate

potrebbe comportare un incremento significativo della domanda di beni da acquistare.

Per quanto riguarda il primo aspetto, ovvero l'incidenza di ultra sessantacinquenni, che definiamo "indice di vecchiaia", possiamo rilevare che la popolazione di Cava Manara risulta più giovane delle medie regionale e, soprattutto, provinciale. Tale dato indica una maggiore disponibilità di spesa in Comune.

	fino a 64 anni	% su totale	65 anni o più	% su totale	TOTALE	Indice di vecchiaia
<b>Regione Lombardia</b>	7.727.525	80,14	1.914.881	19,86	9.642.406	4,04
<b>Provincia di Pavia</b>	409.412	77,11	121.557	22,89	530.969	3,37
<b>Comune di Cava Manara</b>	5.167	81,22	1.195	18,78	6.362	4,32

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2008

Il dato riferito allo stato civile dei residenti, che definiamo "propensione al matrimonio", risulta sostanzialmente in linea con le medie regionale e provinciale.

	celibi nubili	% su totale	coniugati divorziati vedovi	% su totale	TOTALE	Propensione al matrimonio
<b>Regione Lombardia</b>	3.887.883	40,32	5.754.523	59,68	9.642.406	0,68
<b>Provincia di Pavia</b>	202.465	38,13	328.504	61,87	530.969	0,62
<b>Comune di Cava Manara</b>	2.369	37,24	3.993	62,76	6.362	0,59

Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 1° gennaio 2008

Un'altra caratteristica influente sulla domanda generata in un determinato ambito territoriale è senza dubbio la presenza di flussi turistici, in particolare se legati all'utilizzo di seconde case: almeno in determinati periodi dell'anno il mercato teorico aumenta proprio grazie agli acquisti effettuati dai turisti, soprattutto se possono contare su un'abitazione (è ormai consuetudine consolidata e registrata in differenti realtà turistiche che questi ultimi portano dai rispettivi luoghi d'origine la cosiddetta "spesa grossa", in particolare alimentari a lunga conservazione e articoli non alimentari come prodotti per la cura della persona e per l'igiene della casa; tuttavia, la spesa per i generi "freschi" viene generalmente effettuata "in loco"). Per valutare il peso delle abitazioni non occupate da residenti in Cava Manara, confrontiamo il dato comunale con le medie provinciale e regionale (Fonte: Istat, 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, dati ottobre 2001).

	<b>Abitazioni occupate da residenti</b>	<b>Altre abitazioni</b>	<b>Totale</b>	<b>% abitazioni occupate da residenti</b>
<b>Regione Lombardia</b>	3.576.182	462.063	4.038.245	88,6%
<b>Provincia di Pavia</b>	207.008	30.041	237.049	87,3%
<b>Comune di Cava Manara</b>	2.148	49	2.197	97,8%

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

La quota di abitazioni occupate dai residenti in Comune di Cava Manara è superiore al valore mediamente registrato in Regione Lombardia e in Provincia di Pavia, a indicare che il mercato teorico, cioè i consumi complessivi dei residenti sul suo territorio, non conta su apporti significativi determinati dalle presenze turistiche.

Un altro aspetto da considerare riguarda l'incidenza della popolazione straniera sul totale dei residenti. A Cava Manara risiedono 277 stranieri, pari al 4,35% della popolazione totale:

	<b>Abitanti</b>	<b>Popolazione straniera</b>	<b>% popolazione straniera</b>
Cava Manara	6.362	277	4,35%

Fonte: Istat, al 31.12.2007

La quota di popolazione straniera a Cava Manara è sensibilmente inferiore al valore mediamente registrato in Provincia di Pavia e in Regione Lombardia, dove la quota corrispondente ammonta rispettivamente al 7,10% e all'8,45%, come riassunto nella successiva tabella:

	<b>Abitanti</b>	<b>Popolazione straniera</b>	<b>% popolazione straniera</b>
Provincia di Pavia	530.969	37.725	7,10%
Regione Lombardia	9.642.406	815.335	8,45%

Fonte: Istat, al 31.12.2007

La popolazione straniera residente a Cava Manara risulta in aumento, come riassunto nella successiva tabella:

<b>Anno</b>	<b>Popolazione straniera</b>	<b>Variazione % su anno precedente</b>
2002	96	--
2003	133	+ 38,5%
2004	158	+ 18,8%
2005	195	+ 23,4%
2006	214	+ 9,7%
2007	277	+29,4%

Fonte: Istat, al 31 dicembre

#### 4. Quadro conoscitivo del sistema distributivo comunale

##### 4.1 Evoluzione del sistema distributivo

Per valutare l'andamento del sistema distributivo di Cava Manara, in termini di numero di esercizi presenti sul territorio, faremo riferimento ai 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 30.06.2008.

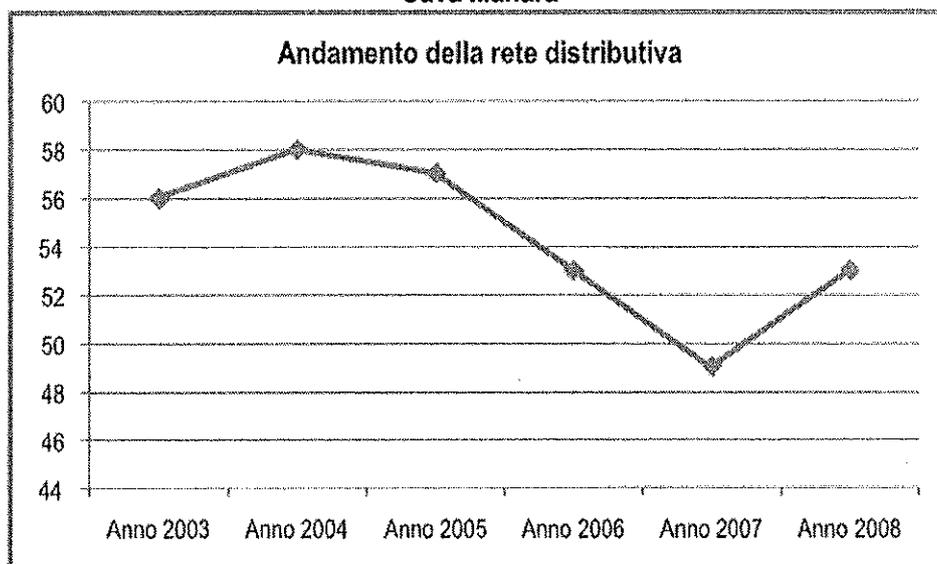
Riportiamo i dati nella successiva tabella.

##### Cava Manara

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	56	--	--	--
2004	58	+ 2	+ 3,6%	+ 3,6%
2005	57	- 1	- 1,7%	+ 1,8%
2006	53	- 4	- 7%	- 5,3%
2007	49	- 4	- 7,5%	- 12,5%
2008	53	+ 4	+ 8,2%	- 5,3%

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 e 2008

##### Cava Manara



Dopo una leggera crescita tra il 2003 e il 2004, il sistema distributivo comunale si è costantemente contratto fino al 2007, per poi conoscere una ripresa tra il 2007 e il 2008.

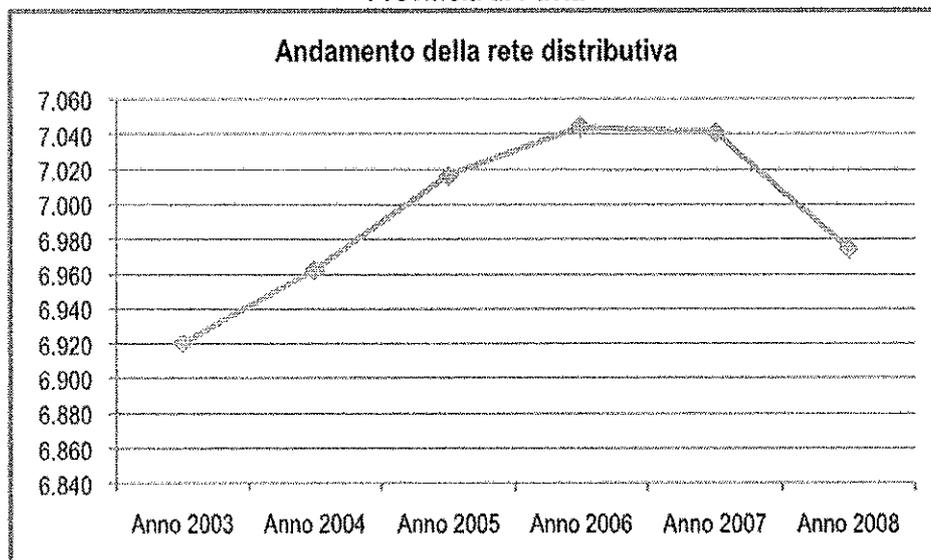
La situazione di Cava Manara si scosta sensibilmente da quella della Provincia di Pavia presa nel suo complesso, dove, come dimostrano i dati contenuti nella seguente tabella, si è verificata una progressiva crescita del numero di esercizi tra il 2003 e il 2006, seguita poi da una contrazione:

**Provincia di Pavia**

Anno	Numero esercizi	Variazione n. esercizi su anno precedente	Variazione % su anno precedente	Variazione % su anno 2003
2003	6.920	--	--	--
2004	6.962	+ 42	+ 0,6%	+ 0,6%
2005	7.016	+ 54	+ 0,8%	+ 1,4%
2006	7.044	+ 28	+ 0,4%	+ 1,8%
2007	7.041	- 3	- 0,04%	+ 1,7%
2008	6.974	- 67	- 0,9%	+ 0,8%

Fonte: Banca Dati Commercio Regione Lombardia al 30.06 degli anni 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 e 2008

**Provincia di Pavia**



#### 4.2 Lo stato di fatto del commercio al dettaglio in sede fissa

La rete di vendita di Cava Manara è costituita da 47 esercizi per complessivi 16.285,5 mq. di vendita; di questi esercizi, 11 (per 412 mq.) appartengono al settore alimentare e/o misto a prevalenza alimentare e 36 (per 15.873,5 mq.) a quello non alimentare<sup>1</sup>.

<b>Settore merceologico</b>	<b>N. esercizi</b>	<b>Superficie di vendita</b>
Alimentare e misto	11	412 mq.
Non alimentare	36	15.873,5 mq.
<b>Totale</b>	<b>47</b>	<b>16.285,5 mq.</b>

In base alla classificazione dimensionale operata dal D.Lgs. 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita), i 47 esercizi di Cava Manara si dividono come indicato nelle successive tabelle:

##### Esercizi alimentari e misti a prevalenza alimentare

<b>Vicinato</b>		<b>Medie strutture</b>		<b>Grandi strutture</b>	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
11	412	--	--	--	--

##### Esercizi non alimentari

<b>Vicinato</b>		<b>Medie strutture</b>		<b>Grandi strutture</b>	
<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>	<u>n. esercizi</u>	<u>mq. esercizi</u>
29	1.888,5	6	6.485	1	7.500

Per valutare l'offerta commerciale del Comune, 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 punti di vendita; 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

<sup>1</sup> Dati a giugno 2009

Sono state escluse tutte le autorizzazioni abbinate a farmacie, rivendite di generi di monopolio, rivendite di giornali e riviste, attività artigianali, poiché l'attività prevalente, in questi casi, non è il commercio al dettaglio in sede fissa, oggetto di questa analisi.

saranno conteggiate per lo specifico settore alimentare o non alimentare) nelle tre realtà territoriali.

**Esercizi di vicinato – settore alimentare e misto**

	<b>Abitanti</b>	<b>N. esercizi</b>	<b>Ab. x esercizio</b>
<b>Regione Lombardia</b>	9.690.511	27.321	355
<b>Provincia di Pavia</b>	534.833	1.883	284
<b>Comune di Cava Manara</b>	6.535	11	594

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2008 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Cava Manara a giugno 2009

**Esercizi di vicinato – settore non alimentare**

	<b>Abitanti</b>	<b>N. esercizi</b>	<b>Ab. x esercizio</b>
<b>Regione Lombardia</b>	9.690.511	86.193	112
<b>Provincia di Pavia</b>	534.833	4.650	115
<b>Comune di Cava Manara</b>	6.535	29	225

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2008 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Cava Manara a giugno 2009

Per la dotazione di esercizi di vicinato si riscontra in Cava Manara una dotazione di punti di vendita inferiore alla media regionale e a quella provinciale, per entrambi i settori merceologici e in misura particolarmente accentuata per l'alimentare.

**Medie strutture – settore alimentare**

	<b>Abitanti</b>	<b>Mq.</b>	<b>Mq. x 1.000 ab.</b>
<b>Regione Lombardia</b>	9.690.511	1.175.461	121,30
<b>Provincia di Pavia</b>	534.833	64.408	120,43
<b>Comune di Cava Manara</b>	6.535	0	0

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2008 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Cava Manara a giugno 2009

**Medie strutture – settore non alimentare**

	<b>Abitanti</b>	<b>Mq.</b>	<b>Mq. x 1.000 ab.</b>
<b>Regione Lombardia</b>	9.690.511	3.862.641	398,60
<b>Provincia di Pavia</b>	534.833	207.304	387,60
<b>Comune di Cava Manara</b>	6.535	6.485	992,35

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2008 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Cava Manara a giugno 2009

Per quanto riguarda la disponibilità di mq. appartenenti a medie strutture di vendita ogni 1.000 abitanti, il Comune di Cava Manara risulta completamente sprovvisto per il settore alimentare e ben dotato per il non alimentare.

**Grandi strutture – settore alimentare**

	<b>Abitanti</b>	<b>Mq.</b>	<b>Mq. x 1.000 ab.</b>
<b>Regione Lombardia</b>	9.690.511	827.627	85,41
<b>Provincia di Pavia</b>	534.833	47.370	88,57
<b>Comune di Cava Manara</b>	6.535	0	0

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2008 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Cava Manara a giugno 2009

**Grandi strutture – settore non alimentare**

	<b>Abitanti</b>	<b>Mq.</b>	<b>Mq. x 1.000 ab.</b>
<b>Regione Lombardia</b>	9.690.511	2.561.170	264,30
<b>Provincia di Pavia</b>	534.833	121.637	227,43
<b>Comune di Cava Manara</b>	6.535	7.500	1.147,67

Fonte: Banca dati Regione Lombardia e Istat al 30.06.2008 per Regione Lombardia e Provincia di Pavia; Comune di Cava Manara a giugno 2009

A Cava Manara non sono presenti grandi strutture per il settore alimentare, mentre per il non alimentare la dotazione comunale è sensibilmente superiore alle medie regionale e provinciale.

E' evidente che la rete distributiva comunale è destinata anche a consumatori residenti fuori Comune per il settore non alimentare, mentre per l'alimentare si rivolge alla sola utenza locale.

#### 4.3 La distribuzione territoriale dei punti di vendita al dettaglio in sede fissa

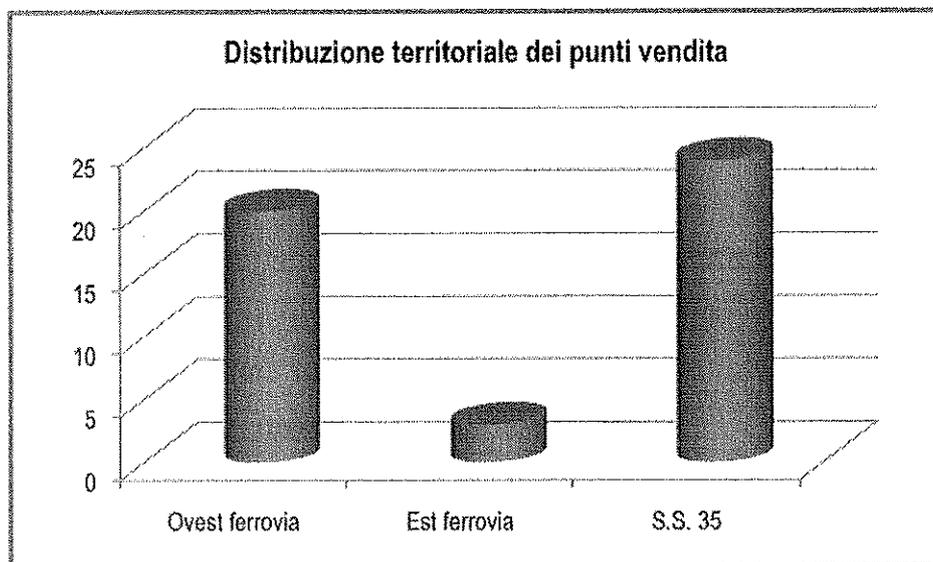
Come si è detto, a Cava Manara sono presenti 47 esercizi, per complessivi 16.285,5 mq. di vendita.

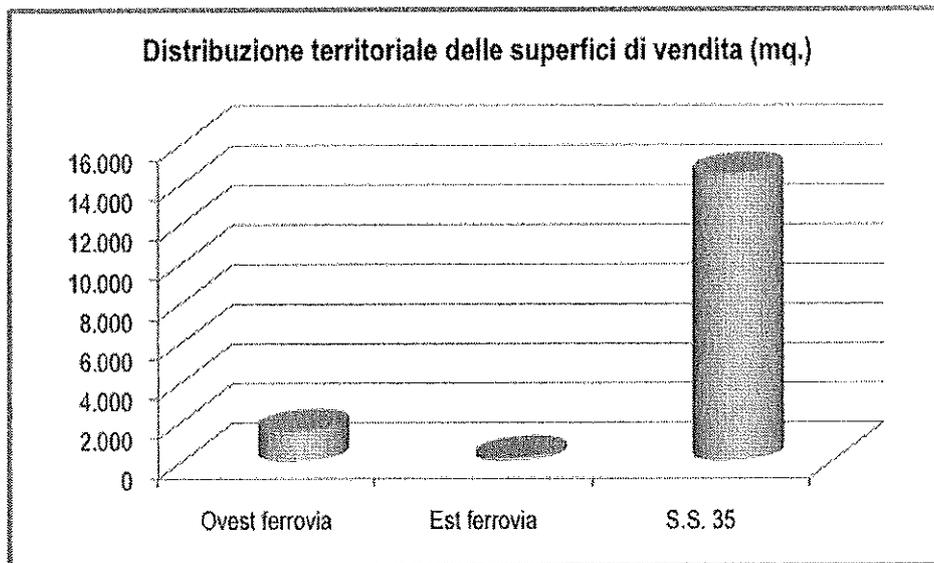
Dal punto di vista commerciale, considereremo i due nuclei a Ovest (Cava Manara capoluogo, Frazione Torre de' Torti, Frazione Brondelli, Cascina Casotti, Cascina Spessa) e a Est (Frazione Mezzana Corti, Frazione Rotto, Frazione Tre re) del tracciato della linea ferroviaria Milano – Genova, cui aggiungeremo le aree in fregio alla S.S. 35 dei Giovi, che hanno caratteristiche commerciali ben distinte.

La successiva tabella indica il numero di esercizi presenti in ciascun nucleo, con le rispettive superfici di vendita complessive.

##### Totale punti di vendita

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Ovest ferrovia	20	1.570
Est ferrovia	3	212
S.S. 35	24	14.503,5
<b>Totale Comune</b>	<b>47</b>	<b>16.285,5</b>





Le aree in fregio alla S.S. 35 prevalgono sia per numero di esercizi sia per superfici di vendita; tale dato indica la forte vocazione commerciale delle aree a ridosso dell'importante via di comunicazione che attraversa il Comune.

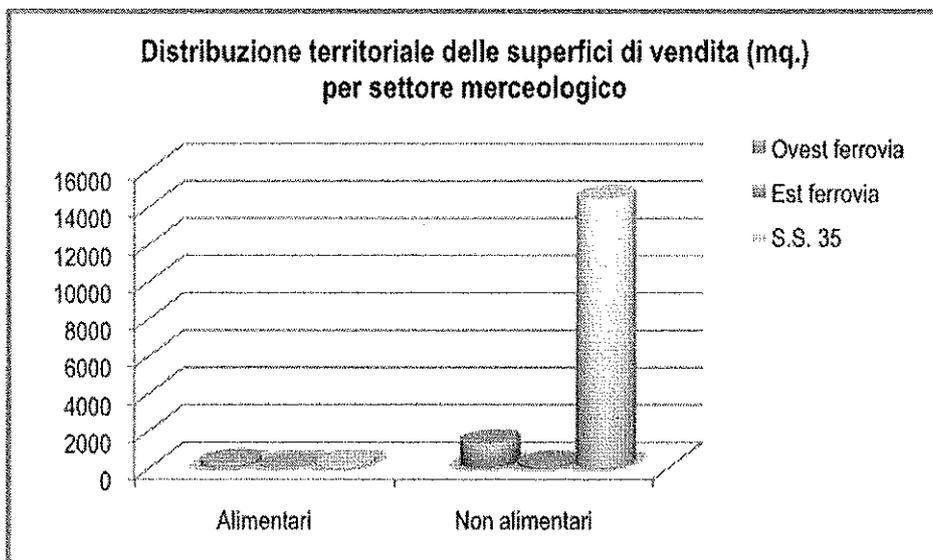
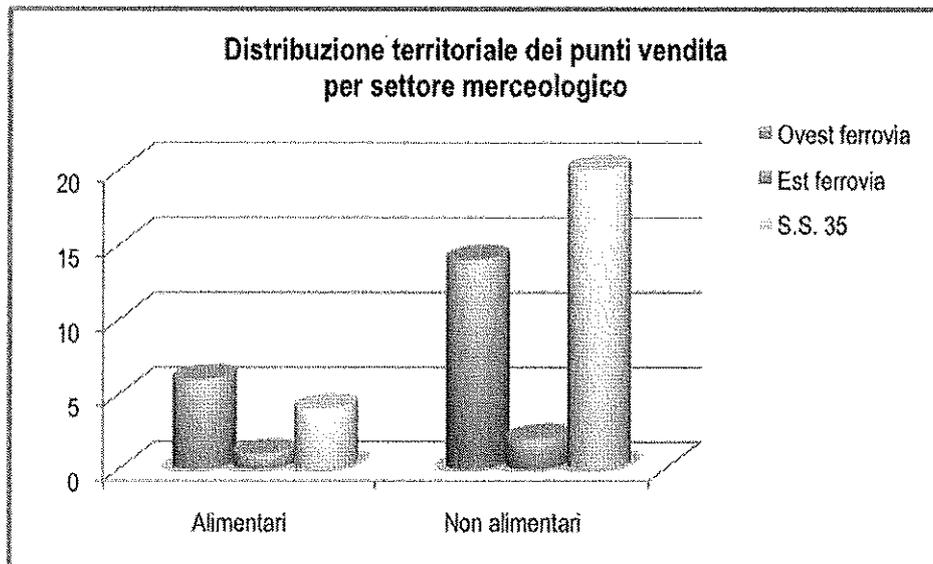
Considerando separatamente i due settori merceologici alimentare (nel quale includeremo gli esercizi "misti" a prevalenza alimentare) e non alimentare, emerge una leggera prevalenza dell'abitato a Ovest della ferrovia per il settore alimentare, mentre per il non alimentare restano prevalenti le aree a ridosso della S.S. 35 dei Giovi:

**Esercizi alimentari**

Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Ovest ferrovia	6	254
Est ferrovia	1	50
S.S. 35	4	108
<b>Totale Comune</b>	<b>11</b>	<b>412</b>

**Esercizi non alimentari**

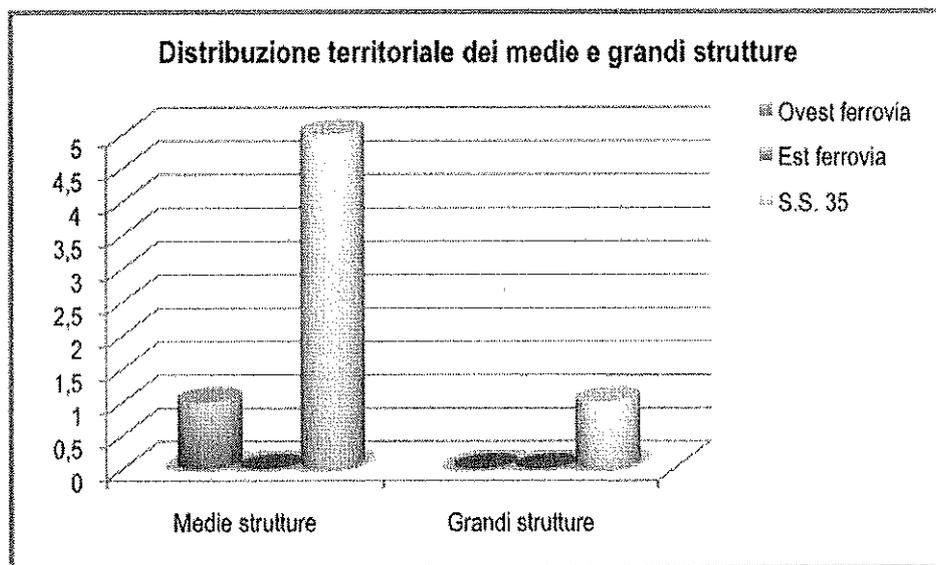
Nucleo	N. esercizi	Mq. esercizi
Ovest ferrovia	14	1.316
Est ferrovia	2	162
S.S. 35	20	14.395,5
<b>Totale Comune</b>	<b>36</b>	<b>15.873,5</b>



La rete di vendita, come accennato al paragrafo precedente, è composta da soli esercizi di vicinato per il settore alimentare, mentre per il non alimentare sono presenti a Cava Manara 6 medie strutture e una grande struttura di vendita; tali esercizi si distribuiscono sul territorio come riassunto di seguito:

**Medie e grandi strutture non alimentari**

Nucleo	Medie strutture		Grandi strutture	
	N. esercizi	Mq. esercizi	N. esercizi	Mq. esercizi
Ovest ferrovia	1	350	--	--
Est ferrovia	--	--	--	--
S.S. 35	5	6.135	1	7.500
<b>Totale Comune</b>	<b>6</b>	<b>6.485</b>	<b>1</b>	<b>7.500</b>



La maggior parte delle medie e l'unica grande struttura si collocano lungo la S.S. 35 dei Giovi, in risposta alla forte vocazione commerciale, anche di portata sopra locale, delle aree a ridosso delle maggior vie di comunicazione, che garantiscono un accesso agevole e una buona visibilità.

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

In Comune di Cava Manara non sono presenti centri di telefonia fissa (Phone Center).

#### 4.5 Rapporto tra domanda e offerta

I dati di riferimento per il calcolo del rapporto tra domanda ed offerta sono tratti dal Regolamento Regionale 21 luglio 2000, n. 3 s.m.i., come spiegato nella Nota metodologica allegata.

Si utilizzano i valori di spesa e le soglie di produttività calcolati per l'Unità Territoriale 7 – Pavia, di cui Cava Manara era parte.

La spesa media pro-capite per i settori alimentare e non alimentare corrisponde rispettivamente a 1.744,97 euro e a 1.411,06 euro.

Il mercato teorico complessivo, calcolato nell'ipotesi che tutti i residenti acquistino in Comune (spesa pro-capite moltiplicata per il numero di abitanti), corrisponde a 20,624 milioni di euro, di cui 11,403 milioni di euro per il settore alimentare e 9,221 milioni di euro per il settore non alimentare.

##### Mercato teorico

Settore alimentare	1.744,97 euro x 6.535 abitanti =	11,403 milioni di euro
Settore non alimentare	1.411,06 euro x 6.535 abitanti =	9,221 milioni di euro
<b>Domanda totale</b>		<b>20,624 milioni di euro</b>

Le condizioni di produttività del sistema distributivo comunale sono assicurate da una potenzialità di spesa pari a 47,822 milioni di euro, di cui 1,149 milioni di euro per il settore alimentare e 46,673 milioni di euro per quello non alimentare, come illustrato di seguito:

<b>Settore alimentare</b>		
Vicinato	2.788,87 euro x 412 mq. =	1,149 milioni di euro
<b>Totale alimentare</b>		<b>1,149 milioni di euro</b>
<b>Settore non alimentare</b>		
Vicinato	1.136,21 euro x 1.888,5 mq. =	2,146 milioni di euro
MS1	1.187,85 euro x 932 mq. =	1,107 milioni di euro
MS2	2.169,12 euro x 5.553 mq. =	12,045 milioni di euro
GSAE	4.183,30 euro x 7.500 mq. =	31,375 milioni di euro
<b>Totale non alimentare</b>		<b>46,673 milioni di euro</b>
<b>Totale potenzialità di spesa</b>		<b>47,822 milioni di euro</b>

Complessivamente, l'offerta supera abbondantemente la domanda generata dai consumatori residenti; considerando separatamente i due settori merceologici si nota una sensibile quota di domanda inevasa per il settore alimentare, mentre per il non alimentare l'offerta si conferma superiore alla domanda.

E' evidente che per completare i propri acquisti alimentari i consumatori residenti evadono verso i poli commerciali dell'area, mentre la rete di vendita non alimentare conta sulla convergenza di consumatori provenienti da fuori Comune.

Nel successivo paragrafo sono illustrate le proposte di sviluppo del settore distributivo comunale.

## 5. Ipotesi di sviluppo del sistema distributivo comunale

Come si è detto, il rapporto tra pianificazione commerciale e Piano di Governo del Territorio, con riferimento, in particolare, al Documento di piano, include *“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”* (D.C.R. 13 marzo 2007, n. 8/352).

Come abbiamo visto, il territorio comunale è diviso in due dal tracciato della linea ferroviaria Milano – Genova: a Ovest di questo si trovano gli abitati di Cava Manara capoluogo, Frazione Torre de' Torti, Frazione Brondelli, Cascina Casotti e Cascina Spessa; a Est gli abitati delle Frazioni Mezzana Corti, Rotto e Tre Re.

Commercialmente parlando si è poi individuata una terza zona, che percorre la parte di territorio a Est del tracciato ferroviario, costituita dalle aree a ridosso della S.S. 35 dei Giovi.

La rete di vendita si concentra nelle aree lungo la S.S. 35 dei Giovi; segue la parte di territorio a Ovest della ferrovia; a Est della ferrovia solo 3 esercizi sono situati in zone non a ridosso della Statale.

Il sistema distributivo è destinato alla sola utenza locale per il settore alimentare (l'offerta è infatti costituita da soli esercizi di vicinato), mentre per il non alimentare conta chiaramente sulla convergenza di consumatori provenienti da fuori Comune, come testimoniato dalla presenza delle medie e della grande struttura di vendita.

Il rapporto domanda – offerta conferma che per il settore alimentare i consumatori evadono verso i poli commerciali dell'area per completare i propri acquisti, mentre per il non alimentare l'utenza è senza dubbio di provenienza sovralocale.

In una situazione quale quella descritta, appare opportuno favorire uno sviluppo del sistema distributivo comunale in chiave “moderna”, attraverso la realizzazione di nuove medie strutture di vendita, al fine di proporre un'offerta maggiormente articolata sia in termini di prodotti sia nella gamma dei prezzi.

Naturalmente, lo sviluppo dovrà essere attentamente valutato in relazione alle diverse caratteristiche del territorio.

Per il settore alimentare, si prevede l'insediamento di due nuove medie strutture nella parte di territorio a Ovest del tracciato della ferrovia, dove risiede la maggior parte della popolazione (4.454 abitanti) e di una media struttura nel nucleo a Est della ferrovia (2.081 abitanti); le medie strutture alimentari potranno destinare parte della superficie di vendita a generi non alimentari (per esempio: prodotti per la cura della persona e per l'igiene della casa, piccoli casalinghi, articoli per animali ...).

In particolare, nella parte di territorio a Ovest si potrà realizzare una media struttura alimentare (con parte non alimentare) nell'abitato di Cava Manara capoluogo: date le caratteristiche viabilistiche dell'area, tale media struttura potrà raggiungere una superficie di vendita massima di 1.000 mq., al fine di non creare problemi di traffico.

La seconda media struttura alimentare nella parte a Ovest della ferrovia potrà collocarsi in zona Cascina Spessa, dove è stato individuato un ambito di sviluppo commerciale e dove è previsto un nuovo insediamento residenziale. In questo caso la media struttura (che sempre potrà destinare parte della superficie di vendita al settore non alimentare), potrà raggiungere il massimo consentito per questa classe dimensionale, pari a 1.500 mq. di vendita.

Nel territorio a Est della ferrovia, l'unica media struttura alimentare (con parte non alimentare) ammessa, dovrà collocarsi nell'abitato della Frazione Mezzana Corti (1.122 abitanti) e potrà raggiungere una superficie di vendita massima pari a 600 mq., al fine di non creare problemi di carattere viabilistico.

Per il settore non alimentare, si consente l'insediamento di nuove medie strutture: coerentemente con quanto previsto per il settore alimentare, tali esercizi potranno raggiungere una superficie di vendita massima di 1.000 mq. nel nucleo di Cava Manara capoluogo, di 1.500 mq. nel nucleo di Cascina Spessa e di 600 mq. nella Frazione Mezzana Corti

Non è ammesso l'insediamento di grandi strutture di vendita.

Quanto ai centri di telefonia fissa (phone center) si prevede che un eventuale sviluppo degli stessi avvenga solo ed esclusivamente all'esterno del tessuto urbano consolidato, al fine di non creare problemi di carattere urbanistico e viabilistico.

## 6. Conclusioni

Cava Manara è un Comune della Provincia di Pavia, attraversato dalla S.S. 35 dei Giovi.

Nel corso dell'ultimo decennio si è verificato un incremento della popolazione residente.

La rete di vendita si distribuisce in tre nuclei: territorio a Ovest del percorso della linea ferroviaria Milano – Genova, territorio a Est del suddetto percorso, aree a ridosso della S.S. 35 dei Giovi.

Il sistema distributivo è destinato alla sola utenza locale per il settore alimentare, mentre per il non alimentare conta sulla convergenza di consumatori provenienti da fuori Comune.

Il rapporto tra domanda e offerta indica che le attività in essere non soddisfano le esigenze dei consumatori residenti, che evaderanno verso i poli commerciali dell'area per completare i propri acquisti, per il settore alimentare, mentre per il non alimentare gli esercizi presenti sono destinato a un'utenza sovralocale.

Date le premesse, si prevede la realizzazione di nuove medie strutture di vendita; in particolare, sono ammesse tre nuove medie strutture alimentari (con parte della superficie di vendita destinata al non alimentare), una per ciascuno dei seguenti nuclei: Cava Manara capoluogo, Cascina Spessa e Frazione Mezzana Corti; per il non alimentare sono previste nuove medie strutture nei tre nuclei citati. In rapporto alle caratteristiche demografiche, territoriali e viabilistiche dei suddetti nuclei, le nuove medie strutture potranno raggiungere una superficie di vendita massima pari a 1.000 mq. in Cava Manara capoluogo, 1.500 mq. a Cascina Spessa e 600 mq. nella Frazione Mezzana Corti.

Non è ammesso l'insediamento di grandi strutture di vendita.

Il dettaglio dello sviluppo è riportato con precisione al paragrafo precedente.

## **ALLEGATI**

## Allegato 1 – Quadro del sistema distributivo nazionale e lombardo

La rete distributiva regionale risulta significativamente meno polverizzata di quella nazionale, indice di una più accentuata modernizzazione del sistema distributivo; infatti, la disponibilità di punti di vendita ogni 10.000 abitanti è in Italia pari a 129, valore che in Lombardia scende a 93, come illustrato nella seguente tabella:

### Rete distributiva italiana e lombarda al 31 dicembre 2005

Specializzazione	LOMBARDIA		ITALIA	
	Totale pdv	Pdv x 10.000 ab.	Totale pdv	Pdv x 10.000 ab.
Carburanti	2.954	3,1	23.502	4,0
Non specializzati	615	0,6	3.056	0,5
Non specializzati prevalenza alimentare	8.913	9,4	86.685	14,8
Non specializzati prevalenza non alim.	1.060	1,1	10.389	1,8
Frutta e verdura	2.548	2,7	22.400	3,8
Carne e prodotti a base di carne	2.873	3,0	37.140	6,3
Pesci crostacei molluschi	223	0,2	8.274	1,4
Pane pasticceria dolciumi	2.025	2,1	12.958	2,2
Bevande (vini oli birra e altre)	651	0,7	4.852	0,8
Tabacco e altri generi di monopolio	3.131	3,3	26.833	4,6
Altri esercizi specializzati alimentari	2.481	32,6	19.807	3,4
Farmacie	2.660	2,8	17.449	3,0
Articoli medicali e ortopedici	440	0,5	4.440	0,8
Cosmetici e articoli di profumeria	2.664	2,8	22.931	3,9
Prodotti tessili e biancheria	3.158	3,3	25.565	4,4
Abbigliamento e accessori pellicceria	14.229	15,0	120.919	20,6
Calzature e articoli di cuoio	3.129	3,3	26.338	4,5
Mobili casalinghi illuminazione	6.008	6,3	50.913	8,7
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	2.169	2,3	18.719	3,2
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3.447	3,6	38.803	6,6
Libri giornali cartoleria	6.839	7,2	44.411	7,6
Altri es. specializzati non alimentari	15.853	16,7	130.909	22,3
Articoli di seconda mano	593	0,6	4.295	0,7
<b>TOTALE</b>	<b>88.663</b>	<b>93,6</b>	<b>761.588</b>	<b>129,6</b>

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

Considerando le diverse specializzazioni si nota per il settore alimentare in generale una minore disponibilità di punti di vendita, con valori particolarmente accentuati per esercizi specializzati nella vendita di carne e prodotti a base di carne (3,0 ogni 10.000 abitanti rispetto al valore nazionale di 6,3) e nella vendita di pesci crostacei molluschi (0,2 rispetto a 1,4).

Considerando la Regione Lombardia, si nota un'accentuata differenziazione a livello provinciale, con un numero di esercizi ogni 10.000 abitanti più elevato nelle aree a bassa densità di popolazione.

**Rete distributiva nelle Province lombarde al 31 dicembre 2005 – n. esercizi**

<b>Specializzazione</b>	<b>BG</b>	<b>BS</b>	<b>CO</b>	<b>CR</b>	<b>LC</b>
Carburanti	311	487	120	149	85
Non specializzati	29	44	139	5	69
Non specializzati prevalenza alimentare	1.085	1.453	634	456	373
Non specializzati prevalenza non alim.	79	119	98	8	60
Frutta e verdura	349	464	143	119	87
Carne e prodotti a base di carne	348	467	140	127	77
Pesci crostacei molluschi	14	39	10	6	8
Pane pasticceria dolciumi	184	209	66	73	41
Bevande (vini oli birra e altre)	46	141	33	22	21
Tabacco e altri generi di monopolio	368	505	246	146	134
Altri esercizi specializzati alimentari	360	333	63	71	58
Farmacie	272	332	173	133	96
Articoli medicali e ortopedici	31	57	23	15	11
Cosmetici e articoli di profumeria	267	363	112	83	70
Prodotti tessili e biancheria	417	466	198	123	109
Abbigliamento e accessori pellicceria	1.389	2.072	711	503	431
Calzature e articoli di cuoio	271	461	174	100	85
Mobili casalinghi illuminazione	655	766	366	234	198
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	170	345	121	82	65
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	336	521	216	127	92
Libri giornali cartoleria	611	780	346	236	181
Altri es. specializzati non alimentari	1.772	2.156	837	537	462
Articoli di seconda mano	40	88	15	29	10
<b>TOTALE</b>	<b>9.404</b>	<b>12.668</b>	<b>4.984</b>	<b>3.384</b>	<b>2.823</b>

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

**Rete distributiva nelle Province lombarde al 31.12.2005 – n. esercizi**

<b>Specializzazione</b>	<b>LO</b>	<b>MI</b>	<b>MN</b>	<b>PV</b>	<b>SO</b>	<b>VA</b>
Carburanti	89	1.042	180	218	54	219
Non specializzati	5	279	11	15	4	15
Non specializzati prevalenza alimentare	212	2.063	461	837	451	888
Non specializzati prevalenza non alim.	34	402	57	53	14	136
Frutta e verdura	55	785	175	164	51	156
Carne e prodotti a base di carne	68	1.028	158	161	84	215
Pesci crostacei molluschi	1	87	16	16	5	21
Pane pasticceria dolciumi	42	1.088	76	121	20	105
Bevande (vini oli birra e altre)	8	197	25	56	23	79
Tabacco e altri generi di monopolio	71	939	191	217	66	248
Altri esercizi specializzati alimentari	64	1.247	63	100	27	95
Farmacie	75	954	132	213	62	218
Articoli medicali e ortopedici	10	176	24	41	16	36
Cosmetici e articoli di profumeria	61	1.143	127	168	68	202
Prodotti tessili e biancheria	69	1.118	140	192	92	234
Abbigliamento e accessori pellicceria	293	5.832	650	783	423	1.142
Calzature e articoli di cuoio	62	1.316	130	182	92	256
Mobili casalinghi illuminazione	111	2.370	277	347	138	546
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	30	902	112	115	55	172
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	69	1.137	232	309	90	318
Libri giornali cartoleria	149	3.228	248	389	111	560
Altri es. specializzati non alimentari	283	6.510	629	928	395	1.344
Articoli di seconda mano	6	306	26	29	8	36
<b>TOTALE</b>	<b>1.867</b>	<b>34.149</b>	<b>4.140</b>	<b>5.654</b>	<b>2.349</b>	<b>7.241</b>

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

**Rete distributiva nelle Province lombarde al 31.12.2005 – pdv x 10.000 ab.**

<b>Specializzazione</b>	<b>BG</b>	<b>BS</b>	<b>CO</b>	<b>CR</b>	<b>LC</b>
Carburanti	3,0	4,1	2,1	4,3	2,6
Non specializzati	0,3	0,4	2,5	0,1	2,1
Non specializzati prevalenza alimentare	10,5	12,3	11,2	13,1	11,5
Non specializzati prevalenza non alim.	0,8	1,0	1,7	0,2	1,8
Frutta e verdura	3,4	3,9	2,5	3,4	2,7
Carne e prodotti a base di carne	3,4	3,9	2,5	3,6	2,4
Pesci crostacei molluschi	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2
Pane pasticceria dolciumi	1,8	1,8	1,2	2,1	1,3
Bevande (vini oli birra e altre)	0,4	1,2	0,6	0,6	0,6
Tabacco e altri generi di monopolio	3,6	4,3	4,3	4,2	4,1
Altri esercizi specializzati alimentari	3,5	2,8	1,1	2,0	1,8
Farmacie	2,6	2,8	3,1	3,8	3,0
Articoli medicali e ortopedici	0,3	0,5	0,4	0,4	0,3
Cosmetici e articoli di profumeria	2,6	3,1	2,0	2,4	2,2
Prodotti tessili e biancheria	4,0	3,9	3,5	3,5	3,4
Abbigliamento e accessori pellicceria	13,4	17,5	12,5	14,4	13,3
Calzature e articoli di cuoio	2,6	3,9	3,1	2,9	2,6
Mobili casalinghi illuminazione	6,3	6,5	6,5	6,7	6,1
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	1,6	2,9	2,1	2,4	2,0
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3,2	4,4	3,8	3,6	2,8
Libri giornali cartoleria	5,9	6,6	6,1	6,8	5,6
Altri es. specializzati non alimentari	17,1	18,2	14,8	15,4	14,2
Articoli di seconda mano	0,4	0,7	0,3	0,8	0,3
<b>TOTALE</b>	<b>91,0</b>	<b>107,1</b>	<b>87,9</b>	<b>97,1</b>	<b>86,9</b>

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

**Rete distributiva nelle Province lombarde al 31 dicembre 2005 – pdv x 10.000 ab.**

Specializzazione	LO	MI	MN	PV	SO	VA
Carburanti	4,2	2,7	4,6	4,2	3,0	2,6
Non specializzati	0,2	0,7	0,3	0,3	0,2	0,2
Non specializzati prevalenza alimentare	10,0	5,3	11,7	16,2	25,1	10,5
Non specializzati prevalenza non alim.	1,6	1,0	1,4	1,0	0,8	1,6
Frutta e verdura	2,6	2,0	4,4	3,2	2,8	1,8
Carne e prodotti a base di carne	3,2	2,7	4,0	3,1	4,7	2,5
Pesci crostacei molluschi	0,1	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2
Pane pasticceria dolciumi	2,0	2,8	1,9	2,3	1,1	1,2
Bevande (vini oli birra e altre)	0,4	0,5	0,6	1,1	1,3	0,9
Tabacco e altri generi di monopolio	3,3	2,4	4,9	4,2	3,7	2,9
Altri esercizi specializzati alimentari	3,0	3,2	1,6	1,9	1,5	1,1
Farmacie	3,5	2,5	3,4	4,1	3,4	2,6
Articoli medicali e ortopedici	0,5	0,5	0,6	0,8	0,9	0,4
Cosmetici e articoli di profumeria	2,9	3,0	3,2	3,3	3,8	2,4
Prodotti tessili e biancheria	3,3	2,9	3,6	3,7	5,1	2,8
Abbigliamento e accessori pellicceria	13,8	15,1	16,5	15,2	23,5	13,5
Calzature e articoli di cuoio	2,9	3,4	3,3	3,5	5,1	3,0
Mobili casalinghi illuminazione	5,2	6,1	7,0	6,7	7,7	6,4
Elettrod. radio-TV dischi strum musicali	1,4	2,3	2,8	2,2	3,1	2,0
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	3,3	2,9	5,9	6,0	5,0	3,7
Libri giornali cartoleria	7,0	8,3	6,3	7,5	6,2	6,6
Altri es. specializzati non alimentari	13,3	16,8	16,0	18,0	22,0	15,8
Articoli di seconda mano	0,3	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4
<b>TOTALE</b>	<b>88,1</b>	<b>88,3</b>	<b>105,2</b>	<b>109,7</b>	<b>130,7</b>	<b>85,3</b>

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.21

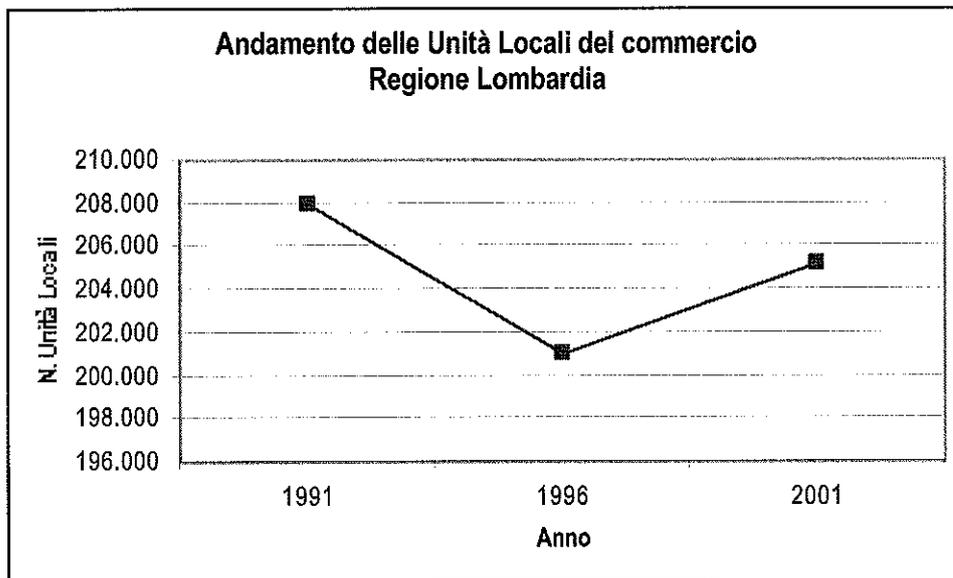
Nella prima parte degli anni '90 la rete del commercio al minuto ha conosciuto un processo di ridimensionamento quantitativo, più noto sotto il nome di "crisi del commercio", con particolare riferimento al commercio cosiddetto tradizionale, ovvero alle attività di piccole dimensioni, distinte quindi dalla grande distribuzione e dalla distribuzione organizzata, ovvero dalle grandi superfici e dalle attività facenti capo alle maggiori società del settore; la situazione lombarda non si è allontanata in modo significativo dal trend nazionale.

Nella seconda metà degli anni '90, ed in particolare dal 1999, anno successivo alla riforma del settore commerciale (la cosiddetta "Riforma Bersani"), si è assistito ad una progressiva ripresa del settore, come sintetizzato nella successiva tabella:

**Unità locali del Commercio – Regione Lombardia**

Settore	Anno		
	1991	1996	2001
G50 Comm., manut. e rip. autov. e motocicli	25.144	23.508	23.517
G51 Comm. ingr e interm. del comm. escl. autov.	53.805	75.387	80.463
G52 Comm. dett. escl. autov.; rip. beni pers.	128.959	102.121	101.276
<b>TOTALE COMMERCIO</b>	<b>207.908</b>	<b>201.016</b>	<b>205.253</b>

Fonte: ns. elaborazioni su PTSSC 2006 – 2008 Regione Lombardia, tab. 1.16



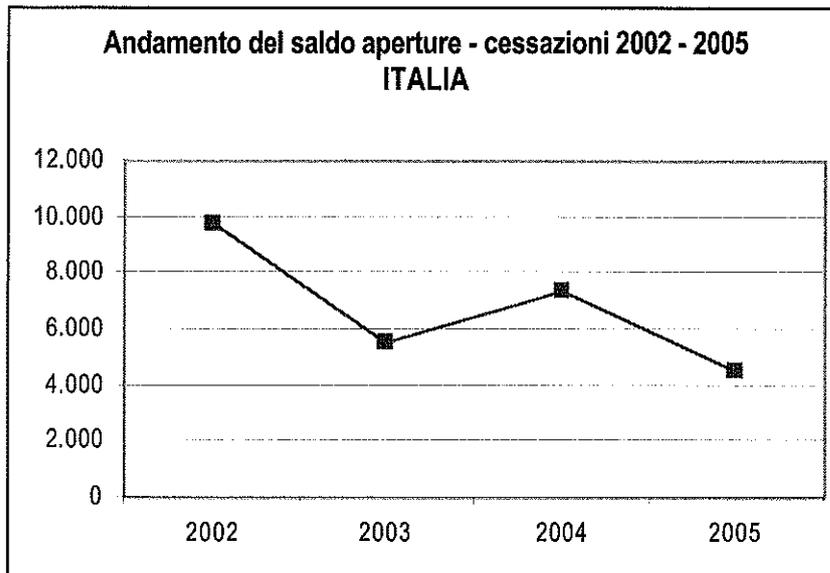
Nei primi anni del 2000 il saldo tra nuove imprese e cessazioni d'attività, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, è tornato su valori positivi, sia in Italia sia in Lombardia.

Come mostrano i dati delle successive tabelle, il recupero lombardo è stato più lento di quello italiano nel suo complesso, ma resta comunque evidente che il settore commerciale è in pieno sviluppo.

**Attività commerciali – Italia**

Anno	Iscritti	Cancellati	Saldo
2002	62.305	52.551	+ 9.754
2003	55.478	49.896	+ 5.582
2004	62.812	55.449	+ 7.363
2005	64.010	59.492	+ 4.518

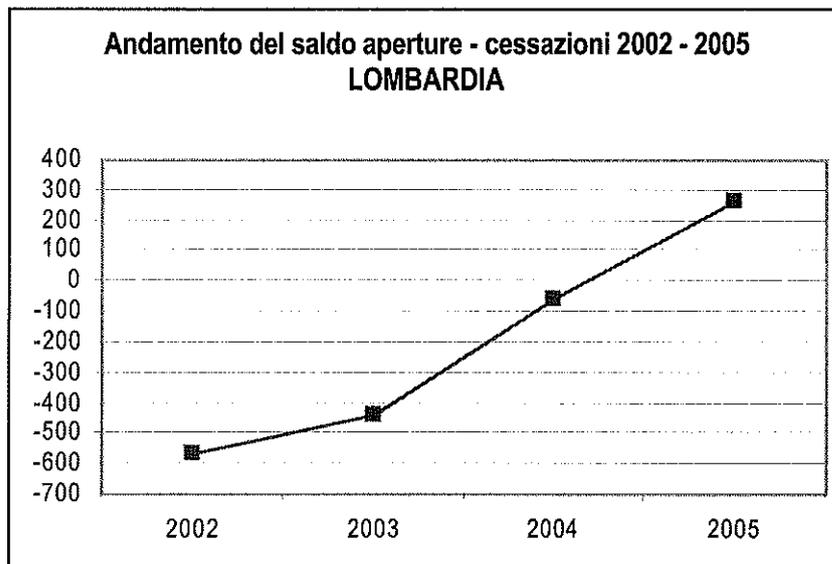
Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



**Attività commerciali – Lombardia**

Anno	Iscritti	Cancellati	Saldo
2002	6.103	6.668	- 565
2003	5.674	6.110	- 436
2004	6.687	6.745	- 58
2005	7.281	7.015	+ 266

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive



La seguente tabella riporta il valore del saldo delle imprese commerciali per l'anno 2005 nelle diverse Regioni italiane:

**Saldo aperture – cessazioni attività commerciali anno 2005**

REGIONE	APERTURE	CESSAZIONI	SALDO
Abruzzo	1.605	1.420	+ 185
Basilicata	764	659	+ 105
Calabria	2.425	2.827	- 402
Campania	8.612	6.917	+ 1.695
Emilia Romagna	4.478	4.273	+ 205
Friuli Venezia Giulia	1.201	1.339	- 138
Lazio	6.086	5.397	+ 689
Liguria	2.134	2.197	- 63
<b>Lombardia</b>	<b>7.281</b>	<b>7.015</b>	<b>+ 266</b>
Marche	1.632	1.579	+ 53
Molise	408	385	+ 23
Piemonte	4.580	4.655	- 75
Puglia	5.049	4.096	+ 953
Sardegna	2.135	1.959	+ 176
Sicilia	5.282	4.483	+ 799
Toscana	4.310	4.237	+ 73
Trentino Alto Adige	799	798	+ 1
Umbria	1.018	895	+ 123
Valle d'Aosta	159	149	+ 10
Veneto	4.052	4.212	- 160
<b>ITALIA</b>	<b>64.010</b>	<b>59.492</b>	<b>+ 4.518</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati Ministero delle Attività Produttive

In Lombardia gli "effetti positivi" derivanti dalla Riforma Bersani stanno proseguendo, diversamente da quanto avviene in altre regione italiane.

Deve poi essere registrato un consistente aumento delle attività "moderne": la grande distribuzione diventa sempre più grande, sia in termini di presenza sul territorio sia in termini di superficie media; la successiva tabella evidenzia lo sviluppo degli ipermercati (ovvero delle attività con oltre 2.500 mq di superficie di vendita) in Italia dal 1° gennaio 1995 al 1° gennaio 2005.

**Evoluzione della presenza di ipermercati - Italia**

1° gennaio	numero ipermercati	var. % su rilevazione precedente	superficie ipermercati (mq.)	var. % su anno precedente
1995	246	--	1.195.562	--
2001	420	+ 70,7%	2.160.967	+ 80,7%
2005	417	- 0,7%	2.452.440	+ 13,5%

Fonte: ns. elaborazione su dati Faid e Ministero delle Attività Produttive

La situazione risulta fortemente differenziata all'interno del territorio nazionale, come mostra la successiva tabella:

**Distribuzione degli ipermercati in Italia al 1° gennaio 2005 – Regioni**

Regione	N. ipermercati	Superficie di vendita (mq.)	Superficie media (mq.)
Abruzzo	11	75.273	6.843
Basilicata	2	9.910	4.955
Calabria	7	35.114	5.016
Campania	12	72.208	6.017
Emilia Romagna	33	204.684	6.202
Friuli V.G.	14	66.066	4.719
Lazio	21	118.456	5.640
Liguria	5	30.760	6.152
Lombardia	<b>112</b>	<b>724.999</b>	<b>6.473</b>
Marche	21	107.547	5.121
Molise	2	9.700	4.850
Piemonte	54	279.132	5.169
Puglia	15	124.731	8.315
Sardegna	8	44.369	5.546
Sicilia	10	53.156	5.315
Toscana	28	162.626	5.808
Trentino A.A.	7	21.967	3.138
Umbria	5	27.738	5.547
Valle d'Aosta	2	15.075	7.537
Veneto	48	268.929	5.602
<b>Totale Italia</b>	<b>417</b>	<b>2.452.440</b>	<b>5.881</b>

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

**Distribuzione degli ipermercati in Italia al 1° gennaio 2005 – Ripartizione geografica**

Ripartizione geografica	N. ipermercati	Superficie di vendita (mq.)	Superficie media (mq.)
Nord Ovest	173	1.049.966	6.069
Nord Est	102	561.646	5.506
Centro	75	416.367	5.551
Sud + Isole	67	424.461	6.335
<b>Totale Italia</b>	<b>417</b>	<b>2.452.440</b>	<b>5.881</b>

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Poiché non è dato di dubitare che le realtà territoriali dove il comparto distributivo è più moderno ed efficiente siano quelle del Nord e del Centro Italia, possiamo affermare che la tendenza è a una modernizzazione, intesa come crescita sia nel numero delle strutture sia nella loro superficie media; si passa dall'apertura di nuove strutture di vendita, ai diversi ampliamenti della superficie di vendita delle strutture esistenti, senza tralasciare la tendenza delle moderne

catene della grande distribuzione ad affiancare alla "locomotiva" alimentare altre strutture di vendita di prodotti non alimentari di dimensioni medio grandi, realizzando di fatto un'offerta complessiva che copra la maggior parte dei generi di più frequente consumo (abbigliamento, calzature, fai da te, elettrodomestici).

A queste tendenze la distribuzione "tradizionale" risponde con la specializzazione degli esercizi, soprattutto non alimentari, e con una valorizzazione del contenuto di servizio, sia in termini di assistenza al consumatore che di prossimità allo stesso.

I dati del Ministero delle Attività Produttive relativi alla presenza di supermercati ed ipermercati nel 2005 in Italia e in Lombardia mettono bene in evidenza la peculiarità del sistema distributivo lombardo, che, oltre ad essere generalmente più dotato di strutture appartenenti a questo settore, vede anche un'ingente presenza di grandi supermercati di ipermercati.

#### Supermercati e ipermercati 2005

CLASSE DIMENSIONALE DELL'ESERCIZIO	LOMBARDIA		ITALIA	
	Numero	Sup. (mq.)	Numero	Sup. (mq.)
Supermercati 401 – 1.500 mq.	2.193	1.795.222	12.611	10.058.652
Supermercati 1.501– 2.500 mq.	207	425.416	1.032	2.111.137
Ipermercato 2.501 – 5.000 mq.	124	433.440	670	2.329.816
Ipermercati > 5.000 mq.	70	677.411	341	2.997.914
<b>TOTALE</b>	<b>2.594</b>	<b>3.331.489</b>	<b>14.654</b>	<b>17.497.519</b>

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

Il peso degli ipermercati è in Lombardia superiore al valore medio nazionale: sul totale di queste due tipologie di esercizi, infatti, numericamente gli ipermercati in Lombardia hanno un peso del 7,5% contro il 6,9% in Italia.

Sempre per gli ipermercati e per i supermercati, la realtà lombarda presenta una disponibilità di mq. ogni 1.000 abitanti nettamente superiore alla media nazionale:

**Superficie supermercati e ipermercati ogni 1.000 abitanti – anno 2005**

<b>CLASSE DIMENSIONALE DELL'ESERCIZIO</b>	<b>LOMBARDIA (ab. 9.475.202) *</b>		<b>ITALIA (ab. 58.751.711) *</b>	
	<b>Superficie totale (mq.)</b>	<b>Mq. x 1.000 ab.</b>	<b>Superficie totale (mq.)</b>	<b>Mq. x 1.000 ab.</b>
Supermercati 401 – 1.500 mq.	1.795.222	189,46	10.058.652	171,21
Supermercati 1.501– 2.500 mq.	425.416	44,90	2.111.137	35,93
Ipermercato 2.501 – 5.000 mq.	433.440	45,74	2.329.816	39,66
Ipermercati > 5.000 mq.	677.411	71,49	2.997.914	51,03
<b>TOTALE</b>	<b>3.331.489</b>	<b>351,60</b>	<b>17.497.519</b>	<b>297,82</b>

Fonte: ns. elaborazione su dati Ministero delle Attività Produttive

\* Fonte: Istat, al 31.12.2005

## **Allegato 2 – NOTA METODOLOGICA**

La Regione Lombardia ha emanato i provvedimenti “attuativi” della delega conferita dal D.Lgs. 114/98 in prima battuta con il Regolamento n. 3 del 2000 (e successive modifiche: R.R. 9/2001 e R.R. 10/2002), di attuazione della legge Regione Lombardia 14/99.

Tale Regolamento prevedeva la suddivisione del territorio lombardo in 21 Unità Territoriali, individuate sulla base delle caratteristiche socio – economiche della popolazione, della distribuzione insediativa e dell’infrastrutturazione del territorio, delle caratteristiche geografiche, delle caratteristiche della rete distributiva ..., secondo la metodologia descritta nell’Allegato 1 del citato Regolamento.

La suddivisione territoriale della Regione Lombardia permetteva di indicare le potenzialità di spesa della popolazione residente in ciascuna della Unità Territoriali, ricavata mediante variabili di dettaglio quali il valore commerciale dei fabbricati, indagini campionarie effettuate presso la popolazione residente nelle diverse zone della Regione, valutazione puntuale dei prodotti acquistati compresi nei diversi capitoli di spesa, autoproduzioni ..., con una differenziazione molto articolata, come ben illustrato dai dati contenuti nella seguente tabella:

UNITA' TERRITORIALE	ABITANTI	DOMANDA PROCAPITE - EURO		DOMANDA PROCAPITE - LIRE	
		alimentari	non alimentari	alimentari	non alimentari
1 Milano	2.435.017	1.854,57	1.578,74	3.590.941	3.056.870
2 Brescia	579.214	1.621,25	1.343,96	3.139.170	2.602.265
3 Bergamo	730.358	1.610,21	1.333,62	3.117.805	2.582.256
4 Varese	356.680	1.616,97	1.323,05	3.130.890	2.561.786
5 Como	463.089	1.623,23	1.343,61	3.143.020	2.601.586
6 Busto Arsizio	770.053	1.587,50	1.293,31	3.073.829	2.504.205
7 Pavia	247.368	1.744,97	1.411,06	3.378.742	2.732.196
8 Cremona	234.371	1.732,01	1.393,05	3.353.637	2.697.389
9 Vigevano	208.500	1.722,77	1.367,35	3.335.753	2.647.561
10 Mantova	276.465	1.647,96	1.340,54	3.190.896	2.595.652
11 Lecco	221.989	1.704,48	1.396,36	3.300.343	2.703.733
12 Lodi	405.839	1.524,20	1.254,36	2.951.267	2.428.787
13 Voghera	122.334	1.866,77	1.472,57	3.614.565	2.851.286
14 Vimercate	921.093	1.567,28	1.311,75	3.034.683	2.539.902
15 Desenzano del Garda	197.615	1.907,10	1.613,56	3.692.657	3.124.286
16 Sondrio	110.753	1.812,79	1.522,96	3.510.057	2.948.858
17 Chiari	325.864	1.550,18	1.284,27	3.001.573	2.486.691
18 Viadana	56.239	1.684,78	1.359,08	3.262.191	2.631.543
19 Luino	67.640	1.787,84	1.439,26	3.461.737	2.786.795
20 Darfo Boario Terme	164.277	1.830,44	1.500,61	3.544.233	2.905.585
21 Morbegno	100.064	1.687,14	1.361,30	3.266.600	2.635.758

Fonte: ns. elaborazione su tabb. 3.10 e 3.11, Allegati a Reg. Regione Lombardia 3/2000

Oltre alle potenzialità di spesa della popolazione residente, la Regione Lombardia indicava anche, sempre nel Regolamento 3/2000 s.m.i., le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi, alimentari e non alimentari, in ognuna della 21 Unità Territoriali; al fine di individuare l'attrattività dei punti di vendita e di attribuire agli stessi più corrette soglie di produttività, la Regione Lombardia aveva inoltre articolato le due classi di medie e grandi strutture di vendita in due sub - categorie, come riportato nella seguente tabella:

	Comuni con meno di 10.000 ab.	Comuni con oltre 10.000 ab.
Vicinato	fino a 150 mq	fino a 250 mq
Medie strutture 1	da 150 a 600 mq	da 250 a 600 mq
Medie strutture 2	da 601 a 1.500 mq	da 601 a 2.500 mq
Grandi strutture sovracomunali	da 1.501 a 5.000 mq	da 2.501 a 5.000 mq
Grandi strutture area estesa	oltre i 5.000 mq	oltre i 5.000 mq

Alla data di redazione della presente analisi, le potenzialità di spesa della popolazione residente e le soglie di produttività per le diverse classi di esercizi nei due settori merceologici indicate dalla Regione Lombardia nel Regolamento

Regionale 3/2000 s.m.i. sono i dati più attendibili e specifici per le diverse realtà regionali a disposizione; pertanto, al fine di compiere una valutazione corretta e puntuale del rapporto tra domanda ed offerta in Cava Manara ci riferiremo ai valori indicati per la ex Unità Territoriale 7 – Pavia, cui apparteneva il Comune in oggetto. Precisiamo che i valori, coerenti tra loro, non saranno aggiornati, poiché l'aggiornamento manterrebbe in ogni caso costante il rapporto tra domanda e offerta.

