

COMUNE di CONCOREZZO

REGIONE LOMBARDIA

RICHIESTA di AUTORIZZAZIONE per

MEDIA STRUTTURA di VENDITA

Settore ALIMENTARE e NON ALIMENTARE

Viale Milano

Richiedente

Lidl Italia S.r.l.

STUDIO dell'IMPATTO sulle DINAMICHE COMMERCIALI

e sulla CONSISTENZA dei SERVIZI COMMERCIALI

VALUTAZIONE delle RICADUTE sul SISTEMA COMMERCIALE

VALUTAZIONE dell'IMPATTO OCCUPAZIONALE NETTO

1. PREMESSA

Inquadramento normativo

La d.g.r. 5 dicembre 2007 n. 8/6024 modificata con d.g.r. 23 gennaio 2008 n. 8/6494 e con d.g.r. 26 ottobre 2012 n. 9/4345 prevede che i Comuni debbano valutare le domande di rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita (msv) tenendo conto, oltre che degli aspetti urbanistici, paesistici e ambientali già definiti in sede di PGT, anche degli effetti d'impatto delle stesse sul contesto territoriale, in riferimento alla compatibilità socio-economica-occupazionale.

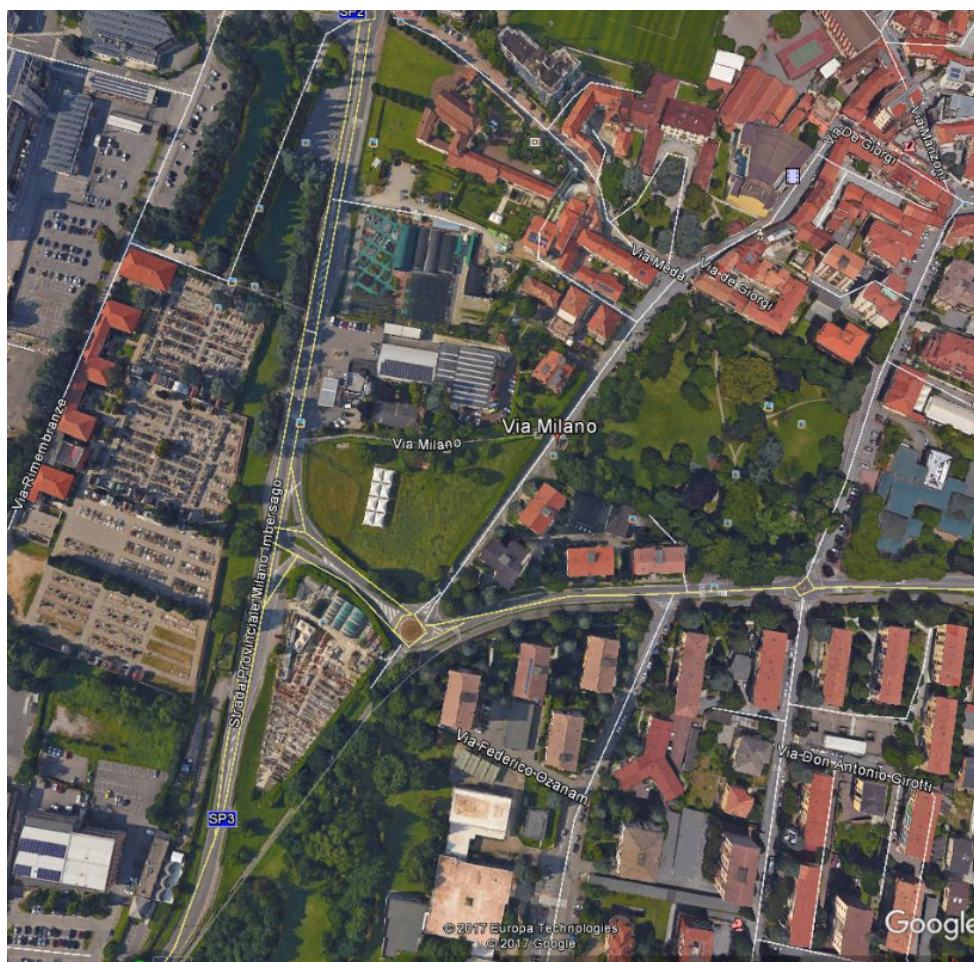
Gli aspetti da considerare, ai sensi dell'allegato A paragrafo 3.1 della dgr 6024/2007 e ss.mm.ii., sono i seguenti:

- ricadute occupazionali del nuovo punto di vendita;
- impatto sulla rete distributiva di vicinato;
- eventuale integrazione con le altre tipologie di vendita

Gli altri elementi di verifica di compatibilità infrastrutturale, urbanistica e ambientale e paesistica, sono già stati valutato dall'amministrazione comunale e sono ricompresi nella procedura urbanistico-edilizia espletata e che si è conclusa con il rilascio del permesso di costruire.

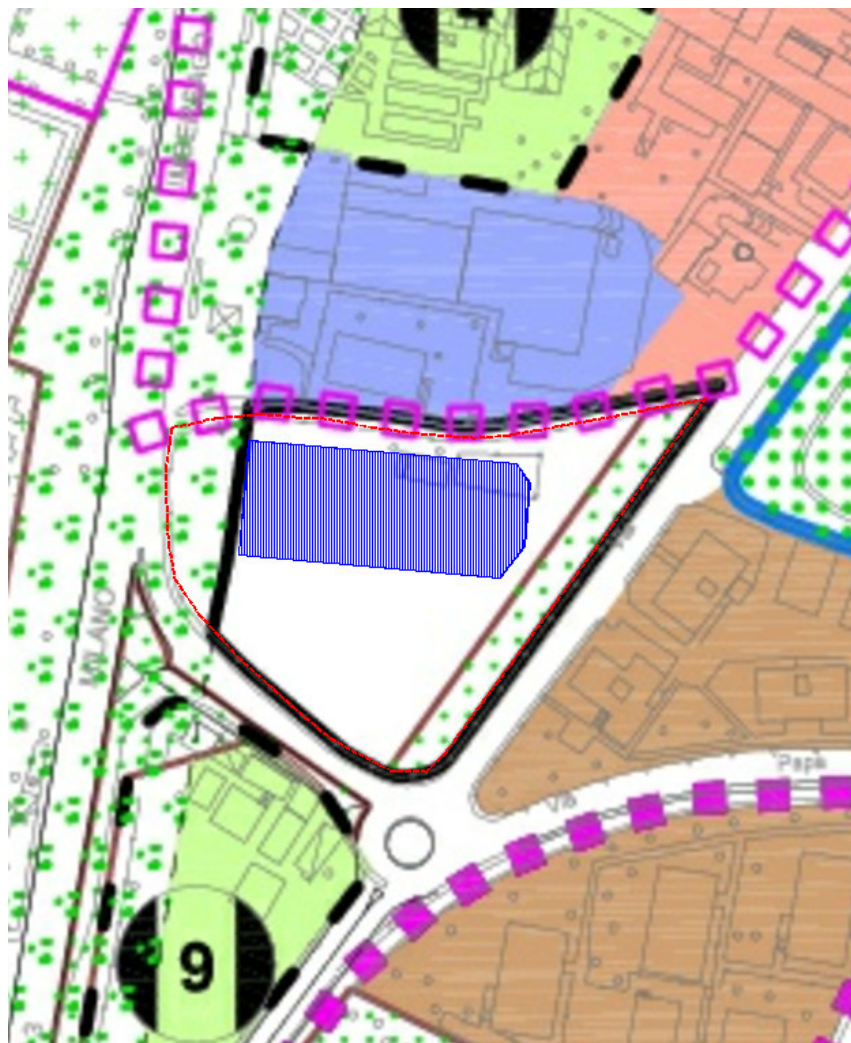
Oggetto della presente relazione è la richiesta di un'autorizzazione commerciale per l'apertura di un'attività commerciale a libero servizio mista, alimentare e non alimentare, articolata nella forma del discount, ad insegna Lidl.

L'esercizio andrà a inserirsi all'interno di un'area interessata da interventi di trasformazione situato in Concorezzo, via Milano; l'intervento verrà di un edificio commerciale destinato a media struttura di vendita mista alimentare e non alimentare, come da Piano di Lottizzazione Comparto 6 cui al prot. Comune di Concorezzo,



L'esercizio avrà una superficie di vendita di 1.213,68 mq complessivi dei quali 722,20 destinati ad alimentari e 485,47 a prodotti non alimentari).

E' posto nella zona centrale del Comune di Concorezzo (15.644 abitanti complessivi, dati Comune di Concorezzo al 31 dicembre 2017),



2. STUDIO DELL'IMPATTO SULLA RETE COMMERCIALE ESISTENTE E SUL CONTESTO SOCIALE

2.1 Oggetto della domanda

Come già indicato oggetto della domanda è l'autorizzazione per l'apertura di una media struttura di vendita mista, alimentare e non alimentare, a libero servizio, di complessivi 1.213,68 mq di vendita dei quali 722,20 mq per prodotti alimentari e 485,47 non alimentari, ovvero di un discount ad insegna Lidl.

L'intervento verrà realizzato nell'area tra Via Milano e la S.P. 3, dotato di coerente destinazione d'uso commerciale, di adeguati parcheggi e di corretta accessibilità sia per quanto riguarda la clientela che l'approvvigionamento merci.

2.2 Caratteristiche dell'ambito di localizzazione

Come già detto l'attività di vendita oggetto del presente studio si inserisce nella zona centrale del Comune di Concorezzo, si tratta di un contesto territoriale misto, caratterizzato dalla coesistenza di una pluralità di funzioni che comprendono sia quella residenziale che quella terziaria di servizio e commerciale, sia quella produttiva, prevalentemente in corso di dismissione, come per

l'ambito oggetto di intervento

2.3.1 Il bacino d'utenza

La rete di riferimento sulla quale il nuovo punto vendita misto con prevalenza alimentare di 1.213,68 mq complessivi di vendita potrà andare ad esprimere il suo impatto sarà quello delle attività alimentari e miste localizzate all'interno del Comune di Concorezzo, su un complesso di 15.644 abitanti (fonte ISTAT dicembre 2017).

2.3.2 L'offerta alternativa

I dati più aggiornati riguardanti le attività commerciali suddivise per zona sono quelli disponibili sul sito istituzionale del Comune di Concorezzo all'indirizzo dati.lombardia.it, che riportano l'elenco degli esercizi di vicinato e delle medie e grandi strutture di vendita suddivise per settore merceologico; sulla base dell'elaborazione dell'elenco Open Data (30/06/2018) abbiamo verificato che nella zona sono presenti 141 attività commerciali (escludendo quindi la vendita abbinata a prevalenti esercizi non alimentari, di somministrazione, artigianali, tabelle speciali carburanti, monopolio e farmacia) alimentari o miste con prevalenza alimentare, così suddivise: 104 esercizi di vicinato, 9 medie strutture di vendita e nessuna grande struttura di vendita, che impegnano le superfici di vendita indicate nella successiva tabella:

Numero Sup. vendita
VICINATO 3.232,00
MS 10.807,00
GS 0
TOTALE 11.130,00

2.3.3 Il fatturato potenziale del nuovo punto vendita

Per valutare qual è il potenziale impatto conseguente all'apertura di un nuovo discount in viale Milano, dovremo in primo luogo stimare quale sia il fatturato che lo stesso potrà realizzare, e in che misura questo verrà sottratto alle attività individuate al precedente paragrafo 2.3.2.

Per effettuare tale stima, in assenza di dati statistici di riferimento aggiornati all'ultimo biennio sulla produttività al mq per le diverse tipologie di vendita provenienti da Enti partecipanti al SiStaN (Sistema Statistico Nazionale), utilizzeremo quelli più recenti ed aggiornati elaborati dalla dottrina, che nel caso concreto individuiamo nella stampa specializzata del settore economico.

Per il settore alimentare, i dati disponibili sono quelli riferiti al complesso della grande distribuzione alimentare e mista, che uno studio di Nielsen Largo Consumo (Annual Report 2015 Conad) stima pari a 6.930 euro/mq con riferimento all'anno 2015. Tale

produttività è riferita all'ipotesi di grande struttura di vendita; rapportando tali dati alle attività di vicinato e alle medie strutture di vendita*, si avranno, per il settore alimentare 2.425 euro/mq per le attività di vicinato e di 3.810 euro/mq per le medie strutture di vendita.

* Si è stimato, attraverso un'elaborazione dei dati regionali di cui al Regolamento Regionale 3/00, che la produttività per mq di vendita delle attività di vicinato sia pari al 35% rispetto alle grandi strutture di vendita, cifra che sale al 55% per le medie strutture.

Pertanto, per una media struttura di vendita mista con prevalenza alimentare di complessivi 1.213,68 mq possiamo ipotizzare un fatturato di 2.943.174 milioni di euro.

2.3.4 L'impatto sulla rete di vendita

Il fatturato di cui al precedente paragrafo 2.3.3 sarà ricavato attraverso la spesa effettuata dai 15.644 consumatori della zona; per stimare la sua entità utilizzeremo i dati statistici più recenti disponibili con disaggregazione regionale (Report Istat "Anno 2015 - I consumi delle famiglie", 7 luglio 2016), che permettono di valutare in 2.543,28 euro la spesa media annua procapite per il settore alimentare in Regione Lombardia.

Tale valore, riferito all'anno 2015, verrà inflazionato al momento attuale applicando il tasso di rivalutazione monetaria stimato con riferimento al febbraio 2017 per i prezzi al consumo per famiglie operai e impiegati (senza tabacchi) elaborato dall'ISTAT (Servizio "Rivaluta" - <http://rivaluta.istat.it>); il valore attuale è quindi di 2.568,71 euro annui per i prodotti alimentari, cui dovremo aggiungere una quota riferita ai consumi non food tipici di minimercati, discount e piccoli supermercati, ovvero quelli di drogheria non alimentare (prodotti per la pulizia della persona e della casa, articoli in carta usa e getta, piccoli casalinghi), oltre ai prodotti non alimentari di rapida rotazione normalmente presenti nell'assortimento di Lidl, che rappresentano, per un discount di dimensioni assimilabili a quello oggetto del presente studio, il 10% circa del fatturato. Il valore di riferimento sarà quindi pari a 2.825,58 euro per abitante.

Il mercato annuo di riferimento per valutare l'impatto del punto vendita sul bacino d'utenza individuato sarà quindi di 44.203.373,52 milioni di euro per acquisti di prodotti alimentari e di drogheria non alimentare.

3. VALUTAZIONE DELL'IMPATTO OCCUPAZIONALE NETTO

Come abbiamo visto al precedente paragrafo 2.3.4, l'impatto conseguente all'apertura di un nuovo discount in Concorezzo, via

Milano, andrà a distribuirsi sulle attività presenti nella zona; attribuiremo quindi l'impatto del fatturato potenziale del nuovo punto vendita, stimato al precedente paragrafo 2.3.3 in 2.943.174 milioni di euro alle attività presenti nel bacino d'utenza individuato, ripartendolo proporzionalmente alle superfici di vendita presenti nel bacino stesso per le diverse tipologie.

Superficie vendita	quota %
Vicinato 3.232	3
Medie strutture 10.807	97
Grandi strutture 0	0
TOTALE 11.130	100,0

Il fatturato andrà quindi a ripartirsi come segue:

rilevanza %	Impatto
Vicinato 3	0,0882
Medie strutture 97	2,855
Grandi strutture 0	0
TOTALE 100,0	2,942

L'ipotesi di impatto sulla rete esistente sarà quindi la seguente:

Esercizi di vicinato: l'impatto complessivo, di 88.295,22 euro, sarà di poco inferiore a 850 euro per ciascuno dei 104 esercizi di vicinato di cui al paragrafo 2.3.2

Medie strutture di vendita: l'impatto complessivo sarà di 2.854.878,78 milioni di euro, corrispondenti ad una media di 260 euro al mq per le medie strutture di cui al paragrafo 2.3.2

Grandi strutture di vendita: l'impatto di 0 euro andrà ad impattare sull'unica grande struttura presente

L'impatto medio sul singolo esercizio di vicinato non appare tale da potere causare la cessazione di alcuna attività, soprattutto considerato che le stesse hanno già subito in misura pesante la pressione competitiva esercitata dalla grande e moderna distribuzione organizzata.

Anche per le medie strutture di vendita, l'impatto al mq, non è sicuramente tale da poter comportare cessazioni o perdite occupazionali; per la grande struttura di vendita, il fatturato sottratto potrà essere assorbito mediante interventi sui diversi centri di costo e sul margine dei ricavi.

Per quanto riguarda l'impatto occupazionale attivo, per valutarlo utilizzeremo i dati riguardanti gli "Addetti per tipologia di vendita (GSV, MSV, EV)" forniti dalla Regione Lombardia aggiornati dalla Regione stessa all'anno 2017; sulla base di tali dati, una media struttura di vendita impegna 19,95 addetti ogni 1.000 mq di superficie per il settore alimentare; pertanto la media struttura oggetto del presente studio, di 1.213,68 mq complessivi, impiegherà

almeno 24 addetti, valore assolutamente coerente con i livelli occupazionali espressi negli altri discount.

Poiché abbiamo valutato che nessuna delle attività attualmente presenti nel bacino d'utenza cesserà l'attività in seguito all'apertura della media struttura, possiamo affermare che a seguito dell'apertura il saldo occupazionale sarà positivo.

In definitiva, l'attivazione di un nuovo supermercato nella posizione indicata potrà portare un saldo occupazionale positivo, con creazione di un numero di nuovi posti lavoro pari a 24 unità.

Codogno, 18.01.2019

