



Anno accademico 2009/2010  
Facoltà di Architettura e Società  
Corso di Laurea in Pianificazione Urbana e Politiche Territoriali

# BreBeMi ed effetti sulle geografie dell'offerta e sulle trasformazioni urbanistiche:



## il progetto di un Distretto Diffuso del Commercio di Rilevanza Intercomunale nella Franciacorta

Studente: Alessandro Sala

matricola 735724

Relatore: Prof. Luca Tamini

# Indice

I – Abstract .....	11
II - Introduzione.....	12
<b>PARTE PRIMA .....</b>	<b>13</b>
<b>1. Il Progetto Brebemi: il tracciato e le opere connesse, gli attori locali, sovralocali, le esternalità, le compensazioni, le modalità attuative e la pianificazione territoriale.....</b>	<b>13</b>
1.1 Il progetto: motivazioni, Accordo di programma e attori .....	13
1.1.1 Le date del progetto.....	14
1.2 Esternalità positive e negative.....	17
1.2.1 I numeri del progetto .....	19
1.3 Brebemi e trasformazioni in corso.....	20
1.4 Brebemi e il territorio di Castrezzato .....	21
1.5 Brebemi e pianificazione territoriale: azioni ed interventi proposti .....	22
1.5.1 Indicazioni sulle concessioni delle infrastrutture.....	23
1.5.2 Società pubbliche e private.....	24
1.6 Prime osservazioni.....	24
1.7 Una grande opportunità.....	26
1.8 Una nuova potenzialità .....	28
1.9 Alcune esperienze europee da considerare .....	28
1.9.1 Infrastruttura e territorio.....	28
1.9.2 Un nuovo paesaggio .....	29
1.9.3 Il rapporto con i luoghi naturali .....	29
1.9.4 Nuovo turismo interurbano .....	30
<b>2. Politiche del commercio e nuove geografie dell’offerta.....</b>	<b>31</b>
2.1 Il contesto europeo .....	31
2.2 Il contesto italiano la programmazione del settore .....	31
2.2.1 Dal quantitativo al qualitativo.....	32
2.2.2 Fine anni '90: il primato dell’urbanistica.....	33
2.3 La Regione Lombardia e le politiche del commercio .....	34
2.3.1 Il Programma Triennale per lo Sviluppo per lo Sviluppo del settore Commerciale 2003-2005.....	35
2.3.2 Il Programma Triennale per lo Sviluppo per lo Sviluppo del settore Commerciale 2006-2008.....	41
2.3.3 Piano Triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio .....	45
2.3.4 Legge regionale 2 febbraio 2010 - n. 6. Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio .....	45
2.4 Il ruolo della Provincia nella programmazione e nelle procedure in materia di commercio .....	48
2.4.1 Il ruolo della provincia di Milano in materia commerciale.....	48

2.4.2	Il ruolo della provincia di Bergamo in materia commerciale.....	50
2.4.3	Il ruolo della provincia di Brescia in materia commerciale.....	52
2.4.4	La scala comunale della programmazione.....	52
2.5	Il caso della provincia di Brescia: lo stato di fatto e le conoscenze disponibili.....	55
2.5.1	Le fasi dell'evoluzione quantitativa.....	55
2.5.2	I primi passi della grande distribuzione.....	56
2.5.3	L'allentamento dei vincoli.....	57
2.5.4	Metodologia e scelte per gli obiettivi di sviluppo.....	58
2.6	Linee guida del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale di Brescia in materia di distribuzione.....	61
2.6.1	Il Piano Territoriale di Coordinamento di Brescia: analisi e dati.....	63
2.6.2	Il policentrismo dello sviluppo e il consolidamento dell'imprenditoria bresciana.....	64
2.6.3	L'integrazione con gli snodi provinciali.....	64
2.6.4	Indicazioni ai comuni per l'adeguamento dei Pgt in ambito commerciale.....	65
2.7	Esperienze di distribuzione commerciale nell'ambito bresciano.....	67
2.7.1	Le Porte Franche.....	68
2.7.2	Franciacorta Outlet Village.....	69
2.7.3	Freccia Rossa.....	70
2.7.4	Orceana Park.....	71
2.8	Esperienza di distribuzione commerciale nell'ambito bergamasco.....	72
2.8.1	Orio Center.....	72
2.8.2	Antegnate Shopping Center.....	73
2.8.3	Le Acciaierie.....	74

### **3. Proposta di Piano di Settore per lo sviluppo e l'adeguamento della rete di vendita delle strutture commerciali al dettaglio della media e grande distribuzione.....75**

3.1	Criteri di identificazione degli addensamenti commerciali e definizione degli ambiti.....	79
3.2	Studio degli ambiti commerciali della provincia di Brescia.....	82
3.2.1	Ambito montano.....	82
3.2.2	Ambito del capoluogo.....	84
3.2.3	Ambito commerciale metropolitano.....	86
3.2.4	Ambito della pianura lombarda.....	88
3.2.5	Ambito lacustre.....	89
3.3	Definizione ed indirizzi degli ambiti territoriali e dati sulla provincia di Brescia.....	95

### **4. Il caso di studio: PGT e trasformazioni in corso a Castrezzato .....99**

4.1	PGT: strategie, servizi, regole.....	99
4.2	Indirizzi generali di pianificazione e programmazione comunali.....	105
4.3	La realizzazione di due infrastrutture nazionali: la BreBeMi e la TAV.....	105
4.4	Autodromo Franciacorta "Daniel Bonara".....	107
4.4.1	Accessibilità del sito.....	107
4.4.2	Il bacino di utenza dell'autodromo nell'area lombarda ed europea.....	110
4.5	Golf Resort "La Colombera".....	113

## **5. Le geografie dell'offerta di Castrezzato: commercio, servizi, ricettività .....114**

5.1 Lo sviluppo urbano storico di Castrezzato .....	114
5.2 Evoluzione storica del commercio a Castrezzato .....	114
5.2.1 I primi anni del Novecento .....	114
5.2.2 Gli anni del Fascismo: dagli anni '20 agli anni '40.....	115
5.2.3 Gli anni del dopoguerra fino agli anni dello sviluppo economico: gli anni '50 e '60.....	117
5.2.4 Gli anni '70 e '80 .....	118
5.2.5 Gli anni '90 e 2000.....	119
5.2.6 Castrezzato nella fase attuale.....	119
5.3 Analisi dell'offerta commerciale locale: l'addensamento centrale e la polverizzazione esterna.....	124
5.4 Confronto tra domanda e offerta commerciale e valutazione dell'incidenza della componente gravitazionale rivolta all'esterno del territorio comunale.....	128
5.5 Evoluzioni demografiche.....	130
5.6 Evoluzioni del commercio e i servizi .....	135
5.7 Analisi della rete distributiva .....	137
5.8 Valutazione degli aspetti critici esistenti ed individuazione delle linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale .....	138
5.9 Analisi sovracomunale .....	139
5.10 Analisi SWOT .....	142

## **PARTE SECONDA..... 143**

### **6. Una proposta di progetto: la creazione di un distretto diffuso del commercio nella Franciacorta..... 143**

6.1 Che cos'è un distretto del commercio?.....	143
6.2 Rapporto tra distretto e Brebemi .....	144
6.3 Una proposta di Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale tra Rovato, Chiari e Castrezzato: il Distretto del Commercio della Franciacorta Sud.....	145
6.3.1 Territorio, marketing e ruolo del commercio: i Distretti come strumento di sviluppo locale .....	145
6.3.2 Motivazione del partenariato e alla partecipazione al Bando.....	147
6.4 Analisi del territorio e del contesto di riferimento .....	148
6.5 La Franciacorta: la vocazione .....	148
6.5.1 La città di Rovato .....	149
6.5.2 Inquadramento territoriale .....	149
6.5.3 Cenni storici .....	150
6.5.4 Viabilità e trasporti.....	155
6.5.5 Dati demografici.....	156
6.5.6 L'offerta commerciale.....	156
6.5.7 Le strutture ricettive e turistiche .....	157
6.5.8 Gli elementi di attrattività .....	158
6.6 Il sud-ovest bresciano.....	160



6.6.1 La città di Chiari.....	160
6.6.2 Inquadramento territoriale .....	160
6.6.3 Cenni storici .....	161
6.6.3.1 Le quadre di Chiari .....	162
6.6.4 Il sistema della mobilità .....	163
6.6.5 Descrizione del tracciato BreBeMi.....	163
6.6.6 Il sistema insediativo.....	164
6.6.7 La struttura economica .....	164
6.6.7.1 Criticità .....	164
6.6.7.2 Potenzialità.....	165
6.7 Il comune di Castrezzato.....	166
6.8 Viabilità e trasporti .....	167
6.9 Dati demografici .....	171
6.10 L'offerta commerciale.....	173
6.11 Le strutture ricettive e turistiche.....	177
6.12 Gli elementi di attrattività.....	177
6.13 Quadro d'insieme del contesto.....	178
<b>7. Il progetto del Distretto: motivazioni, obiettivi e interventi .....</b>	<b>180</b>
7.1 Perché un distretto diffuso di rilevanza intercomunale tra Rovato, Chiari e Castrezzato? .....	180
7.2 Partenariato e processo partecipativo .....	180
7.2.1 Ruoli e responsabilità dei partner .....	181
7.3 Perimetrazione del distretto .....	181
7.4 Metodologia seguita .....	182
7.5 Programma degli interventi.....	184
7.6 Comunicazione e marketing di distretto .....	185
7.7 Promozione e animazione .....	188
7.8 Interventi strutturali di qualificazione urbana .....	190
7.9 Accessibilità e mobilità .....	192
7.10 Sicurezza .....	193
7.11 Gestione dei servizi in comune.....	193
7.12 Sostenibilità energetica e ambientale.....	195
7.13 Quadro economico complessivo: una simulazione.....	197
7.14 Governance.....	197
7.15 Monitoraggio, risultati attesi e indicatori.....	197
7.15.1 Monitoraggio e Valutazione .....	198
7.15.2 Indicatori relativi al Programma di Intervento nel suo complesso .....	199
7.15.3 Indicatori relativi a singoli Obiettivi strategici .....	199
7.16 Crono programma .....	201
7.17 Fonti .....	202
<b>Bibliografia .....</b>	<b>203</b>

## Indice delle figure

Figura 1 - Flussi di traffico (Fonte sito web Brebemi) .....	18
Figura 2 - Ipotesi progettuale della barriera di Castrezzato della Brebemi.....	26
Figura 3 - Ambiti territoriali della Regione Lombardia (scala 1:800.000) .....	44
Figura 4 - Immagini del centro commerciale “Porte Franche”.....	68
Figura 5 - Immagini del centro commerciale “Franciacorta Outlet Village” .....	69
Figura 6 - Immagini del centro commerciale “Freccia Rossa” .....	70
Figura 7 - Immagini del centro commerciale “Orceana Park” .....	71
Figura 8 - Immagini del centro commerciale “Orio Center”.....	72
Figura 9 - Immagini del centro commerciale “Antegnate Shopping Center” .....	73
Figura 10 - Immagini del centro commerciale “Le Acciaierie” .....	74
Figura 11 - Cantiere Brebemi a Castrezzato.....	100
Figura 12 - Area dove sorgerà il futuro parco urbano .....	100
Figura 13 - Il Golf Resort "La Colombera" .....	101
Figura 14 - Area dove sorgerà il nuovo insediamento commerciale e polo sanitario .....	102
Figura 15 - Stato di fatto della realizzazione del nuovo insediamento commerciale .....	102
Figura 16 - Tracciato Brebemi (fonte: sito web Brebemi) .....	106
Figura 17 - Immagine tratta da Google Earth del comune di Castrezzato e dell'autodromo Franciacorta .....	107
Figura 18 - Foto aerea dell'autodromo .....	108
Figura 19 - Immagini dell'autodromo Franciacorta (novembre 2010).....	109
Figura 20 - Piazza Umberto I ora S. Maria degli Angeli nel 1903 e nel 2010 .....	115
Figura 21 - Piazza Vittorio Emanuele II. Poi diventata piazza Risorgimento e ora piazza Mons. A. Zammarchi nel anni '30 e nel 2010.....	115
Figura 22 - Piazza Umberto I ora piazza S. Maria degli Angeli nel 1936 e nel 2010.....	115
Figura 23 - Piazza Umberto I ora piazza S. Maria degli Angeli nel 1937 e nel 2010.....	116
Figura 24 - Piazza Vittorio Emanuele II. Poi diventata piazza Risorgimento e ora piazza Mons. A. Zammarchi negli anni '40 e nel 2010.....	116
Figura 25 - Vista della torre da via C. Battisti negli anni '40 e nel 2010 .....	116
Figura 26 - Panoramica su piazza Vittorio Emanuele II poi diventata piazza Risorgimento e ora piazza Mons. A. Zammarchi negli anni '50 e nel 2010 .....	117
Figura 27 - Vista sull'ex cinema Aurelius verso la fine degli anni '50 e nel 2010.....	117
Figura 28 - Vista su piazza S. Maria degli Angeli nel 1950 e nel 2010.....	117
Figura 29 - Via A. Torri nel 1966 e nel 2010 .....	118
Figura 30 - Distributore Esso in via F.lli Cervi nel 1976 e nel 2010.....	118
Figura 31 - Il Credito Bergamasco in via A. Torri nel 1978 e nel 2010.....	118
Figura 32 - Beni banali alimentari .....	119
Figura 33 - Beni banali extra alimentari .....	119
Figura 34 - Beni problematici extra - alimentari .....	120
Figura 35 - Artigianato di servizio alla persona .....	120
Figura 36 - Artigianato di servizio ai beni di consumo.....	120
Figura 37 - Direzionale commerciale.....	120
Figura 38 - Intrattenimento e svago.....	121
Figura 39 - Pubblici esercizi.....	121
Figura 40 - Distributori carburanti.....	121
Figura 41 - Studi tecnici, avvocati e ragionieri.....	121
Figura 42 - Uffici di imprese .....	122

Figura 43 - Studi medici.....	122
Figura 44 - Sedi di partito.....	122
Figura 45 - Biblioteca .....	122
Figura 46 - Agenzie di viaggi .....	123
Figura 47 - Dismissioni e chiusure .....	123
Figura 48 - Nuove aperture.....	123
Figura 49 - Immagine storica della Franciacorta (fonte: Google immagini) .....	148
Figura 50 - Immagini delle quadre di Chiari.....	163

## Indice delle tavole

Tavola 1 - La Brebemi e il territorio di Castrezzato: progetto ultimato (scala 1:500.000) ...	22
Tavola 2 - Mappatura dei principali centri commerciali (scala 1:800.000) .....	67
Tavola 3 - Grandi strutture di vendita in provincia di Brescia suddivise in grandezza del sito e suddivise tra gli ambiti territoriali del commercio (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000).....	91
Tavola 4 - Densità di superficie delle Grandi strutture di vendite in relazione al territorio comunale dei comuni (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000).....	92
Tavola 5 - Densità di superficie delle medie strutture di vendite in relazione al territorio comunale dei comuni (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000).....	93
Tavola 6 - Confronto tra superfici di grandi e medie strutture di vendita in relazione al territorio comunale (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000).....	94
Tavola 7 - Tavola degli ambiti territoriali del commercio.....	95
Tavola 8 - Tavola degli interventi del PGT di Castrezzato e dell'uso del suolo (scala 1:20.000).....	104
Tavola 9 - Uso del suolo dell'autodromo Franciacorta (elaborazione tramite dati shape della Regione Lombardia).....	110
Tavola 10 - Posizionamento Autodromi del nord Italia. Fonte: elaborazione personale con dati presi dalla Commissione Sportiva Automobilistica Italiana anno 2010 .....	111
Tavola 11 - Distanze chilometriche tra l'autodromo Franciacorta "Daniel Bonara" con gli autodromi principali del nord Italia (scala 1:1.000.000) .....	112
Tavola 12 - Carta degli autodromi europei. Fonte: elaborazione personale con dati presi dalla Commissione Sportiva Automobilistica Italiana.....	113
Tavola 13 - Isocrone di 5, 10, 20 e 30 minuti da Castrezzato (scala 1:900.000).....	138
Tavola 14 - Geografia delle attività commerciali: particolare sul centro storico (scala 1:2.000).....	140
Tavola 15 - Relazione tra il tracciato BreBeMi e i comuni costituitosi Distretti del Commercio (fonte: elaborazione dell'autore con immagine tratta da <a href="http://www.irer.it">www.irer.it</a> ).....	145
Tavola 16 - Uso del suolo di Rovato (Fonte: DUSAF 2007 Regione Lombardia) .....	150
Tavola 17 - Uso del suolo di Chiari (Fonte: DUSAF 2007 Regione Lombardia).....	161
Tavola 18 - Uso del suolo di Castrezzato (fonte: rielaborazione dati shape Regione Lombardia scala 1: 20.000) .....	167
Tavola 19 - Infrastrutture di Castrezzato (scala 1:50.000) .....	168
Tavola 20 - Valutazione qualitativa degli edifici del centro storico (scala 1:2.000).....	169
Tavola 21 - Quadro d'unione (scala 1: 40.000).....	169
Tavola 22 - Quadrante A: parcheggi e posti auto (scala 1:2.000) .....	170
Tavola 23 - Quadrante B: parcheggi e posti auto (scala 1:2.000).....	170
Tavola 24 - Censimento delle attività commerciali a Castrezzato (scala 1:2.000) .....	176
Tavola 25 - Censimento delle attività commerciali a Castrezzato (scala 1:2.000) .....	176
Tavola 26 - Perimetrazione dei 3 comuni del Distretto (scala 1:150.000).....	182

Tavola 27 - Tavola degli interventi previsti dal Distretto (scala 1:25.000) .....	196
---	-----

## Indice dei grafici

Grafico 1 - Suddivisione del settore alimentare e non alimentare .....	124
Grafico 2 - Presenza commerciale sulle principali vie .....	125
Grafico 3 - Evoluzione del commercio alimentare e non alimentare .....	126
Grafico 4 - Numero di esercizi di vicinato e medie strutture di vendita suddivise per tipologia .....	126
Grafico 5 - Evoluzione esercizi alimentari e non alimentari .....	127
Grafico 6 - Andamento demografico dal 1984 al 2010 .....	131
Grafico 7 - Ripartizione dei residenti in fasce d'età .....	131
Grafico 8 - Popolazione Castrezzato dal 2001 al 2007 .....	133
Grafico 9 - Indici di vecchiaia .....	134
Grafico 10 - Ripartizione delle fasce d'età .....	135
Grafico 11 - Numero degli esercizi suddivisi per tipologia .....	175
Grafico 12 - Percentuali degli esercizi alimentari e non alimentari a Castrezzato .....	177

## Indice delle tabelle

Tabella 1 - I soci e i promotori del progetto Brebemi .....	16
Tabella 2 - Effetti positivi e negativi della Brebemi in relazione a diverse tematiche .....	27
Tabella 3 - Azioni intraprese nei vari livelli territoriali in ambito commerciale (Fonte PTCP Milano anno 2009) .....	47
Tabella 4 - Criteri e indirizzi in materia di commercio .....	53
Tabella 5 - Contenuti in materia di commercio .....	54
Tabella 6 - Addetti al commercio .....	63
Tabella 7 - Tabella dei principali aggregati e centri commerciali bresciani e bergamaschi (Fonte: siti web centri commerciali) .....	67
Tabella 8 - Dati sul commercio in provincia di Brescia (Evoluzione storica: dati Studio Straolzini) .....	75
Tabella 9 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Esercizi di Vicinato indicatori generali 2009 .....	76
Tabella 10 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Esercizi di Vicinato, superfici 2009 .....	76
Tabella 11 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Esercizi di Vicinato, superfici medie 2009 .....	76
Tabella 12 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Medie Strutture di Vendita, indicatori generali 2009 .....	77
Tabella 13 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Grandi Strutture di Vendita, indicatori generali 2009 .....	77
Tabella 14 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: indici di saturazione, indicatori generali 2009 .....	77
Tabella 15 - Immagini dei comuni dell'ambito montano bresciano .....	82
Tabella 16 - Analisi SWOT dell'ambito montano bresciano .....	83
Tabella 17 - Immagini dell'ambito del capoluogo bresciano .....	84
Tabella 18 - Analisi SWOT dell'ambito del capoluogo bresciano .....	85
Tabella 19 - Immagini dell'ambito commerciale metropolitano bresciano .....	86
Tabella 20 - Analisi SWOT dell'ambito commerciale metropolitano bresciano .....	87

Tabella 21 - Immagini dell'ambito della pianura lombarda bresciana .....	88
Tabella 22 - Analisi SWOT dell'ambito della pianura lombarda bresciana.....	88
Tabella 23 - Immagini dell'ambito lacustre bresciano.....	89
Tabella 24 - Analisi SWOT dell'ambito lacustre bresciano.....	90
Tabella 25 - Definizione degli ambiti territoriali del commercio con indirizzi, criteri e dati riferiti alla provincia di Brescia.....	97
Tabella 26 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: indicatori generali su MSV e GSV.....	98
Tabella 27 - Circuiti italiani e distanza dall'autodromo Franciacorta.....	111
Tabella 28 - Distanza degli autodromi europei dall'autodromo Franciacorta .....	112
Tabella 29 - Evoluzione del numero di esercizi per settore merceologico .....	125
Tabella 30 - Abitanti per esercizio alimentare e non alimentare .....	127
Tabella 31 - Dati sulle medie strutture di vendita a Castrezzato con legenda (dati osservatorio del commercio: rilevazione 2009) .....	128
Tabella 32 - Dati sugli esercizi di vicinato a Castrezzato (dati osservatorio del commercio: rilevazione 2009) .....	128
Tabella 33 - Stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale (banca dati regione Lombardia 2009) .....	129
Tabella 34 - Evoluzione demografica dal 1984 al 2010.....	130
Tabella 35 - Distribuzione residenti per fasce d'età.....	132
Tabella 36 - Bilancio demografico Anno 2010 .....	132
Tabella 37 - Popolazione di Castrezzato dal 1861 al 2007.....	133
Tabella 38 - Popolazione Castrezzato 2001-2007 .....	133
Tabella 39 - Indici di vecchiaia.....	134
Tabella 40 - Distribuzione per fasce d'età .....	134
Tabella 41 - Suddivisione tra zone di attrazione e popolazione residente.....	137
Tabella 42 - Valori e dati su Castrezzato e comuni limitrofi sulle attività commerciali.....	141
Tabella 43 - Densità commerciali a Castrezzato e comuni limitrofi .....	141
Tabella 44 - Dati dell'agenzia del territorio su Castrezzato aggiornato nel 2010 .....	141
Tabella 45 - Analisi SWOT di Castrezzato .....	142
Tabella 46 - Tratte ferroviarie di Rovato (fonte: Distretto del commercio di Rovato).....	155
Tabella 47 - Elenco degli esercizi merceologici di Rovato .....	157
Tabella 48 - Piste ciclabili a Castrezzato .....	168
Tabella 49 - Evoluzione demografica dal 1984 al 2010 (ultimo dato aggiornato).....	171
Tabella 50 - Cittadini Stranieri a Castrezzato.....	172
Tabella 51 - Distribuzione residenti per fasce d'età.....	172
Tabella 52 - Evoluzione demografica dal 1861 al 2010 (ultimo dato aggiornato) .....	172
Tabella 53 - Suddivisione degli esercizi per numero e tipologia .....	174
Tabella 54 - Analisi SWOT di Castrezzato .....	179
Tabella 55 - Effetto leva dei benefici/risultati attesi dall'integrazione progettuale.....	183
Tabella 56 - Macro aree di intervento, obiettivi e strategie .....	184
Tabella 57 - Ipotesi di quadro economico complessivo .....	197
Tabella 58 - Occupazione delle unità edilizie con destinazione commerciale .....	199
Tabella 59 - Andamento delle vendite effettuate dagli esercizi commerciali.....	199
Tabella 60 - Grado di soddisfazione dell'area .....	199
Tabella 61 - Sviluppo di una politica di comunicazione integrata del Distretto.....	199
Tabella 62 - Sviluppo di una politica di comunicazione integrata del Distretto .....	200
Tabella 63 - Aumento del sistema di sicurezza .....	200
Tabella 64 - Aumento del sistema di sicurezza .....	200

Tabella 65 - Miglioramento dell'accessibilità e della mobilità del Distretto .....	200
Tabella 66 - Progetto di un sistema informativo di marketing .....	200
Tabella 67 - Crono programma .....	202

## I – Abstract

L'attivazione del progetto dell'autostrada Brebemi e il suo passaggio nel territorio di Castrezzato rappresenta un'opportunità ma allo stesso tempo una minaccia. Una minaccia innanzitutto perché da tempo le realtà locali dell'ovest bresciano sono alle prese con gravi emergenze ambientali e territoriali: la presenza di cave, discariche, inceneritori e opere infrastrutturali ha già trasformato il paesaggio del sud-ovest bresciano e, nei prossimi anni, il rischio reale è che la situazione possa subire un oggettivo peggioramento. Il comune di Castrezzato è l'esempio significativo di questo potenziale pericolo.

Negli anni '80 è stata realizzata una discarica di rifiuti solidi urbani (RSU). Grande fu l'azione di protesta (locale e sovralocale) a causa di tutte le problematiche e le esternalità territoriali ricadenti sulle comunità insediate. Nel 2003 la discarica viene chiusa e sottoposta a regime di monitoraggio. Con la realizzazione dell'autodromo Franciacorta, realizzato in una ex cava e inaugurato nel 2005, il Comune di Castrezzato ha creato le condizioni per la localizzazione di un importante servizio di carattere sovra comunale capace di fornire un'attrazione a scala vasta orientata a una vocazione ludico-sportiva anche grazie alla presenza del Golf Resort.

Da queste considerazioni la tesi articola una proposta di progetto di un Distretto Diffuso del Commercio di Rilevanza Intercomunale focalizzata su una progettualità legata al tema dei servizi commerciali, in relazione agli effetti del progetto Brebemi sulle geografie dell'offerta e sulle trasformazioni urbanistiche del Comune di Castrezzato. I recenti bandi emanati dalla Regione Lombardia sulla possibilità di attivare polarità distrettuali del commercio rappresentano il quadro di sfondo progettuale focalizzato sull'ampliamento del distretto del commercio esistente del comune di Rovato ai comuni di Chiari e Castrezzato rinominandolo Distretto del Commercio "Franciacorta sud". L'ipotesi di intervento specifica la motivazione della nascita di questo nuovo ambito distrettuale, il programma degli interventi strutturali, la metodologia, gli obiettivi e le proposte di progetto.

## II - Introduzione

Questo lavoro si divide sostanzialmente in due parti: la prima parte comprende i primi 5 capitoli dove si analizza il contesto di studio attraverso l'approfondimento del progetto infrastrutturale/viabilistico dell'autostrada Brebemi, le politiche del commercio (indicando le normative regionali, provinciali e comunali), le geografie dell'offerta, il Piano di Coordinamento della Provincia di Brescia con la cronologia e lo sviluppo del commercio provinciale e una prima proposta e studio di Piano di Settore. Questa parte effettua una ricognizione sull'impatto che l'autostrada Brebemi avrà sul contesto di studio. Il secondo capitolo tratta le normative riguardanti il commercio a livello europeo, nazionale, regionale e comunale, definendo le modalità e le regole. Successivamente è stato eseguito un approfondimento sul Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale di Brescia, con la proposta di un Piano di Settore per la provincia di Brescia. Scendendo nel dettaglio comunale, è stato approfondito il tema delle trasformazioni urbanistiche nel comune di Castrezzato nella redazione del Piano di Governo del Territorio e uno studio sulle geografie dell'offerta di Castrezzato articolate in commercio, servizi e ricettività.

La seconda parte riguarda la proposta progettuale ovvero la proposta di distretto diffuso del commercio tra i comuni di Castrezzato, Rovato e Chiari, dando motivazioni e sviluppando un approfondimento dei tre comuni interessati, attraverso un'analisi d'inquadramento, demografica, economica, infrastrutturale, storica. L'elaborato procede con un approfondimento storico dell'evoluzione del commercio a Castrezzato, dall'inizio del Novecento fino ai giorni nostri. Nell'ultimo capitolo è stata definita la politica degli interventi, i metodi e le strategie, gli obiettivi e le finalità delle scelte politico-progettuali. Attraverso i bandi della Regione Lombardia, si intende proporre un progetto che riguarda tre comuni limitrofi, realizzando una proposta di distretto diffuso del commercio di rilevanza intercomunale, che in base ad una serie di interventi pianificati nel comune di Castrezzato, intende porre il comune in una posizione strategica per quanto riguarda il tracciato Brebemi, l'alta velocità e le trasformazioni urbanistiche che interverranno sul territorio comunale.

Questa occasione di trasformazione del territorio rappresenta un'importante opportunità di riposizionamento di Castrezzato come polo strategico e infrastrutturale. La mancata elaborazione di politiche attive manterrebbe il Comune in una situazione di criticità e ritardo nelle politiche di risposta rispetto alla rilevante trasformazione insediativa dei comuni limitrofi, Rovato e Chiari.

Il presente elaborato intende offrire una serie di riflessioni e di proposte su come l'attivazione di una grande infrastruttura viaria come la Brebemi, e una serie di trasformazioni urbanistiche rilevanti nel comune di Castrezzato, possano rientrare in un progetto di distretto commerciale diventando un'opportunità per il miglioramento della qualità del territorio locale.



## PARTE PRIMA

### 1. Il Progetto Brebemi: il tracciato e le opere connesse, gli attori locali, sovralocali, le esternalità, le compensazioni, le modalità attuative e la pianificazione territoriale.

#### 1.1 Il progetto: motivazioni, Accordo di programma e attori

Il progetto Brebemi viene costituito nel 1999. La motivazione originaria dei soci fondatori era quella di oggi: risolvere il grave problema della mobilità tra Milano, Bergamo e Brescia. Il problema già in quegli anni era così sentito da avere un ampio e trasversale consenso tantissimi si riconoscevano nel progetto. Così Regione, Province, Comuni, le Associazioni degli Industriali e molte altre realtà dell'area interessata al progetto hanno supportato l'iniziativa, in molti casi sono diventati soci di Brebemi, assieme ai promotori originali: le Camere di Commercio. Non va dimenticato che si voleva utilizzare immediatamente la legge sulla finanza di progetto che era stata varata proprio in quel periodo. In quattro mesi Brebemi fu in grado di presentare il progetto preliminare – nel giugno 1999 – ma la legge non era funzionante perché mancavano i regolamenti attuativi. Alla successiva scadenza, nel giugno del 2000, venne ripresentato il progetto: i regolamenti erano stati approvati, ma erano ancora in vigore delle vecchie norme - risalenti agli anni settanta - che impedivano la concessione di nuove autostrade a pedaggio. Brebemi dovette ripresentare nuovamente il progetto – era il 2001 - e nel frattempo far approvare dal Parlamento una nuova legge che superasse quelle anacronistiche degli anni settanta. In quella occasione Brebemi apprezzò il sostegno trasversale che venne incondizionatamente dato proprio per la necessità dell'opera. Brebemi divenne, sempre nel 2001 uno dei progetti prioritari della legge obiettivo. Nel 2001 l'ANAS Brebemi divenne promotore affidandole opere aggiuntive per circa 220 milioni di Euro e bandì la gara internazionale proprio sulla base del progetto Brebemi. E quella fu la prima gara italiana per un'infrastruttura di trasporto che adottasse le nuove norme della finanza di progetto. Il 31 Agosto 2004 la Corte dei Conti ha effettuato la registrazione della Convenzione stipulata tra Brebemi e ANAS il 24.07.2003. Il 16 Ottobre 2004 la Convenzione è stata approvata con decreto Prot. 836/CD del Ministero delle Infrastrutture, di concerto con il Ministero dell'Economia e delle Finanze. Il Collegamento Autostradale tra le Città di Brescia e Milano rientra tra gli interventi del 1° Programma delle opere strategiche approvato dal CIPE nel 2001, ed è classificato tra le infrastrutture strategiche ai sensi della legge 443/2001; la sua realizzazione pertanto è soggetta alle norme del D.Lgs. 190 /2002. Queste ultime stabiliscono, in particolare, le modalità ed i tempi dell'iter autorizzativo necessario per la realizzazione dell'opera. In estrema sintesi l'iter si compone di due distinte fasi, la prima delle quali si svolge con il progetto preliminare e lo studio di impatto ambientale e la seconda, conseguente alla prima, con il progetto definitivo. Entrambe le fasi si concludono con l'approvazione del relativo progetto da parte del CIPE (Comitato interministeriale per la programmazione economica). L'aggiornamento del Piano finanziario dell'opera vedrà, alla fine dei 19,6 anni di concessione, l'utilizzo del meccanismo del subentro per la quota di investimento non ammortizzata che è pari a 1.205 milioni di euro e che dovrebbe essere garantita dalla Cassa Depositi e Prestiti. L'8 settembre 2009 è stato sottoscritto l'atto aggiuntivo alla Convenzione Unica di Concessione tra CAL e Brebemi, necessario per adottare il nuovo Piano Economico Finanziario a garanzia della copertura economica del progetto definitivo approvato dal CIPE. Il decreto interministeriale di approvazione dell'atto è stato firmato il 5 ottobre 2010 e registrato alla Corte dei Conti il 15 novembre.

### 1.1.1 Le date del progetto

Il progetto Brebemi nasce nel 1999 ma numerose sono le date e i passaggi tecnici che hanno caratterizzato il procedimento. Di seguito sono indicate tutte le date che hanno contribuito a definire il crono programma del progetto:

- Il 3 Maggio 2004 ANAS, ai sensi dell'art. 3 del D.Lgs. 190/02 ha trasmesso al Ministero delle Infrastrutture, al Ministero dell'Ambiente e a tutti gli enti territoriali competenti, il Progetto Preliminare, ai fini dell'approvazione da parte del CIPE.
- Il 5 Agosto 2004 la Regione Lombardia ha espresso il proprio parere favorevole al Progetto. In esso sono contenute alcune prescrizioni che, una volta accolte nella delibera del CIPE di approvazione del progetto preliminare saranno recepite nel progetto definitivo.
- Il 1° Marzo 2005 la Commissione speciale V.I.A. del Ministero dell'Ambiente, integrata dal Commissario della Regione Lombardia, ha espresso parere favorevole relativamente al progetto del raccordo autostradale. L'istruttoria ministeriale ha individuato una serie di prescrizioni al fine di garantire un migliore inserimento ambientale dell'opera.
- Il 26 Maggio 2005 il Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio, ha trasmesso il parere positivo, condizionato dall'ottemperanza di prescrizioni, della Commissione Speciale VIA;
- Il 22 luglio 2005 il Ministero delle Infrastrutture e dei trasporti ha trasmesso la relazione istruttoria sul "Collegamento autostradale di connessione tra le città di Brescia e Milano", proponendone l'approvazione, con prescrizioni, del progetto preliminare;
- Il 26 Luglio 2005 il Ministero per i beni e le attività culturali, recependo le osservazioni delle locali Soprintendenze ha trasmesso parere favorevole con prescrizioni e raccomandazioni;
- Il 29 luglio 2005 il CIPE approva il progetto preliminare sotto il profilo tecnico, tuttavia rimanda ad una sua successiva delibera – una volta acquisita la relativa relazione istruttoria redatta di concerto dal Ministero delle Infrastrutture e dalla Regione Lombardia – la definizione puntuale degli extracosti generati nel corso della fase istruttoria (richieste e prescrizioni della Regione Lombardia e del Ministero dell'Ambiente, opere relative all'affiancamento con la linea ferroviaria AV/AC) e l'individuazione delle modalità di reperimento delle necessarie risorse economiche, capitolo in cui il CIPE include anche il riequilibrio del Piano economico finanziario da assicurarsi anche attraverso la revisione dei parametri già inclusi nel rapporto convenzionale. La delibera segna comunque un primo passo fondamentale per l'avvio dell'opera;
- Nella seduta del 2 dicembre 2005 il CIPE delibera che il limite di spesa del progetto preliminare della Brebemi è confermato in 1.580 milioni di euro, (più circa 106 milioni a carico di RFI/TAV), comprensivo anche dei sovracosti rispetto al project financing presentato da Brebemi. Per far fronte agli extracosti ANAS provvederà a redigere un piano economico e finanziario in cui vengano individuate le misure atte a fronteggiare il maggior costo dell'opera;
- L'11 luglio 2006 la delibera del CIPE viene registrata alla Corte dei Conti, e quindi pubblicata in Gazzetta Ufficiale il 19 luglio;
- La Regione Lombardia, con delibera del 22 novembre 2006, ha promosso l'Accordo di programma regionale per la realizzazione dell'opera: nell'accordo, di cui non fa parte la Provincia di Milano, si dovranno definire i soggetti competenti, le azioni, le modalità e i tempi per realizzare l'intervento;
- Il 26 marzo 2007, alla presenza del Ministro delle Infrastrutture Antonio Di Pietro, è stata firmata dal Concedente Concessioni Autostradali Lombarde SpA (CAL) e dal Concessionario

Società di Progetto Brebemi SpA la nuova Convenzione di Concessione per l'affidamento della progettazione, costruzione e gestione del "Collegamento Autostradale tra le città di Brescia e Milano". Con la convenzione si definiscono il costo dell'opera (1.511 milioni di euro) e la sua copertura (incremento al 2013 del 60% delle tariffe dei pedaggi), nonché la data di inizio dei lavori (inizio 2009) e apertura al traffico (18 dicembre 2012). La convenzione viene approvata dal CIPE il 17 maggio 2007.

- Il 7 maggio 2007 viene sottoscritto dagli enti partecipanti l'Accordo di Programma regionale.

- Il 3 agosto 2007, con il decreto interministeriale dei Ministeri delle Infrastrutture e dell'Economia, viene approvata la convenzione per realizzare la Brebemi, riapprovata con delibera del CIPE il 4 ottobre e definitivamente registrata dalla Corte dei Conti il 18 ottobre 2007. Sulle modalità di gara per realizzare l'opera, su proposta di alcuni gruppi parlamentari di estrema sinistra e di alcune associazioni ambientaliste, è stata successivamente aperta una procedura di infrazione della Commissione Europea, chiusa solo il 26 novembre 2008;

- Nel gennaio 2009 è stata pubblicata la dichiarazione di pubblica utilità dell'opera, propedeutica all'avvio delle attività di esproprio per l'apertura dei cantieri;

- Il 26 marzo 2009 si è aperta la Conferenza dei Servizi sul progetto definitivo, che è stato approvato dal CIPE il 26 giugno 2009;

- Il 22 luglio 2009, alla presenza delle istituzioni, sono stati inaugurati i cantieri dell'opera;

- Il 16 ottobre 2009 è stato sottoscritto il Contratto per l'affidamento a Contraente Generale per la progettazione e costruzione del Collegamento autostradale di connessione tra le città di Brescia e Milano con il Consorzio B.B.M.

Attualmente sono aperti quattro cantieri: Urago d'Oglio (Bs), Fara Olivana (Bg), Treviglio (Bg) e Cassano d'Adda (Mi) e sono in costruzione i grandi ponti sui fiumi Oglio, Serio e Adda. L'avanzamento fisico dell'opera è al 3,5% (dato aggiornato a novembre 2010).

Il Progetto Brebemi nasce verso la fine degli anni '90 come risposta ad un bisogno locale di mobilità lungo la direttrice che collega il sistema metropolitano di Milano con una delle principali zone produttive italiane localizzata nell'area di Bergamo e Brescia. Dopo anni di studi in cui sono state individuate e poste a confronto diverse alternative di percorso, in cui sono state svolte approfondite analisi dei flussi di traffico, valutazioni di carattere ambientale, valutazioni economiche ed analisi sui costi-benefici delle soluzioni possibili, l'attuale tracciato è risultato la soluzione che meglio rispondeva alle indicazioni delle Istituzioni locali ed alle necessità trasportistiche dell'area e dei suoi abitanti. Nel 1999 le Camere di Commercio, le Province e le Associazioni Industriali di Brescia, Bergamo, Cremona e Milano, insieme a Banca Intesa e ora Banca Intesa San Paolo, costituivano Brebemi S.p.A., cui hanno poi aderito i maggiori concessionari lombardi ed enti locali interessati. La nuova Società da allora ha promosso l'attuazione dell'opera redigendo e presentando all'ANAS il progetto per la progettazione, costruzione dell'autostrada in totale autofinanziamento. Brebemi SpA nel giugno 2003 si è aggiudicata la gara europea per la progettazione, costruzione e gestione dell'opera ed ha potuto iniziare l'iter di approvazione del progetto preliminare. La realizzazione della Brebemi è innovativa anche sotto il profilo finanziario. Si tratta della prima infrastruttura stradale ed autostradale italiana realizzata in completo autofinanziamento senza oneri per i contribuenti e lo Stato. Tutte le risorse necessarie per la realizzazione del progetto saranno ottenute attraverso il ricorso al finanziamento bancario ed ai mezzi finanziari messi a disposizione dai Soci. L'investimento pertanto verrà ripagato esclusivamente attraverso i ricavi dei pedaggi. L'utilizzo della tecnica della finanza di progetto consentirà, a beneficio degli utenti, di avere le migliori garanzie

sulla qualità complessiva del progetto sotto il profilo realizzativo, gestionale e di solidità finanziaria. Il crono-programma del progetto prevede l'apertura dei cantieri nell'estate del 2009 e l'apertura al pubblico dell'autostrada a fine 2012.

Di seguito sono elencati tutti i soci e i promotori del progetto Brebemi.

- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura Bergamo;
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura Brescia;
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura Cremona;
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura Milano;
- Parcam Srl;
- Provincia di Bergamo;
- Provincia di Brescia;
- Provincia di Cremona;
- Provincia di Milano;
- Comune di Brescia;
- Comune di Caravaggio;
- Comune di Travagliato;
- Comune di Treviglio;
- Associazione Industriale Bresciana;
- Assolombarda;
- Confindustria Bergamo;
- Autostrade Centro Padane S.p.A.;
- Milano Serravalle - Milano Tangenziali S.p.A.;
- S.p.A. Autostrada Brescia Verona Vicenza Padova;
- Intesa San Paolo;
- Banca Innovazione Infrastrutture Sviluppo SpA;
- Ubi Banca;
- Banco di Brescia;
- Cassa Rurale – Banca di Credito Cooperativo di Treviglio;
- Credito Bergamasco;
- A.B.M. Spa;
- A2A Spa;
- A2A Calore e Servizi Srl;
- Progettisti Brebemi;
- Impresa Pizzarotti & C. S.p.A.;
- Consorzio Cooperative Costruzioni - CCC Società Cooperativa;
- Unieco Soc. Cop.;
- Alpina S.p.A.

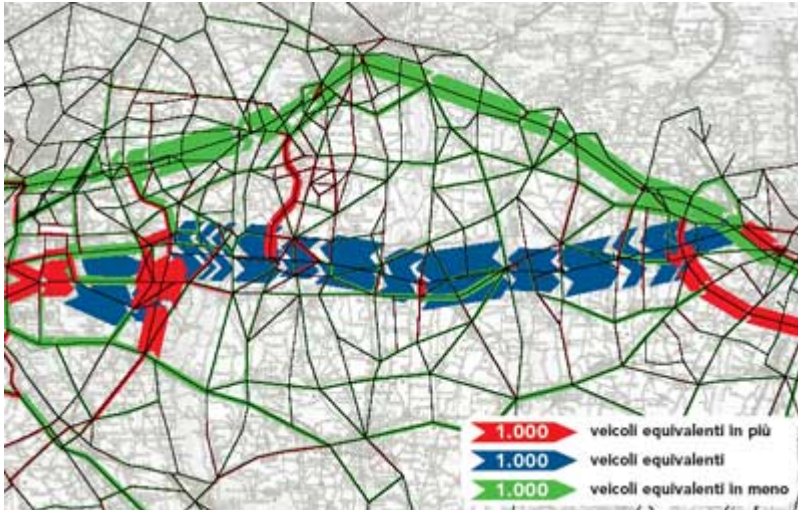
Tabella 1 - I soci e i promotori del progetto Brebemi

## 1.2 Esternalità positive e negative

Il progetto Brebemi individua molti temi su cui sviluppare soluzioni adeguate, soprattutto per quanto riguarda il tema delle compensazioni a scala locale. Problematica è oggi la situazione della viabilità ordinaria nella zona della Pianura Padana interessata dal tracciato della Bre.Be.Mi.: i tempi di percorrenza difficilmente superano i 40 km/h ed i paesi interessati subiscono l'impatto del traffico d'attraversamento in particolare da e per l'area urbana milanese e quella bresciana. La realizzazione della Bre.Be.Mi. prevede significative riduzioni del traffico dei veicoli pesanti lungo i principali itinerari di attraversamento:

- 20% sull'itinerario NORD - compreso tra la TEM e la SP19 - e costituito dalla SS525 e SP122 di Bergamo e dalla SS573 e SS11
- 60% sull'itinerario CENTRALE - compreso tra la TEM e la Interconnessione Pedemontana Bre.Be.Mi. - e costituito dalla SP103 Cassanese e dalla SS11 fino a Treviglio;
- 50% sull'itinerario SUD - compreso tra la TEM e la SP19 - e costituito dalla SP14 Rivoltana, dalle SP185 e 103 di Bergamo, dalla SS11 sino a Chiari e dalla SP17 di Brescia;

I centri urbani che fanno parte dei suddetti itinerari godranno inoltre di importanti e significativi benefici in termini di riduzione del traffico di attraversamento, in particolar modo di quello pesante: lungo l'itinerario NORD a Bellinzago (Mi) il traffico pesante si ridurrà di oltre il 22%, a Vaprio d'Adda (Mi) del 56%, a Canonica d'Adda (Bg) di circa il 20%, a Palazzolo sull'Oglio (Bs) del 30%, a Coccaglio e Cazzago (Bs) tra il 25 ed il 30%; lungo l'itinerario CENTRALE a Pozzuolo Martesana (Mi) il traffico pesante si dimezzerà, a Cassano d'Adda (Mi) si riduce di circa il 30% e sulla SS11 in territorio di Treviglio (Bg) di circa il 60%; lungo l'itinerario SUD a Truccazzano, Rivolta d'Adda e Arzago d'Adda (Mi) il traffico pesante si ridurrà di circa il 40%, a Isso (Bg) si riduce del 25%, a Fara Olivana (Bg) di circa il 40%, ad Antegnate (Bg) del 60%, a Calcio e Urago (Bs) del 30% e a Chiari (Bs) del 60%. L'entrata in esercizio della Bre.Be.Mi. consentirà a regime un risparmio sui tempi annui di percorrenza pari a circa 20 milioni di ore con una riduzione di circa un terzo dei tempi di percorrenza lungo i principali itinerari est-ovest sulla viabilità ordinaria, mentre per chi percorrerà la Bre.Be.Mi. tra Brescia e Milano il tempo di percorrenza si dimezzerà rispetto alla A4. Gli studi sui modelli di traffico evidenziano come, in assenza della Bre.Be.Mi., la crescita del traffico prevista nei prossimi anni nel corridoio Brescia-Bergamo-Milano si riverserebbe sulla viabilità esistente e sull'autostrada A4 dove si raggiungeranno, nel 2023, flussi di traffico pari a 180.000 veicoli/giorno, portando a livelli di sofferenza anche le tratte recentemente ampliate a 4 corsie per senso di marcia.



L'immagine schematizza la differenza nei flussi di traffico tra uno scenario con e senza Bre.Be.Mi. in termini di veicoli equivalenti nell'ora di punta del mattino (8-9). È evidente come l'entrata in esercizio della Bre.Be.Mi. consenta una sostanziale riduzione del traffico (colore verde) sulla maggior parte della viabilità locale ed autostradale (fonte sito web Brebemi).

Figura 1 - Flussi di traffico (Fonte sito web Brebemi)

L'aumento della capacità autostradale libera la viabilità locale da fenomeni di congestione e di inefficienza. L'entrata in esercizio della Bre.Be.Mi. consentirà alle amministrazioni locali dell'area interessata l'introduzione di politiche volte a ridurre e controllare gli accessi ai centri urbani del traffico di transito, soprattutto di quello pesante, con benefici in termini di riduzione dell'inquinamento atmosferico e acustico e quindi per la qualità della vita dei cittadini.

L'innesto della Bre.Be.Mi. sulla futura Tangenziale Est Esterna Milanese permetterà di distribuire il traffico in direzione nord-sud modulando gli ingressi sulla Cassanese, sulla Rivoltana e sulla Paullese. La trasformazione ad autostrade urbane a circolazione libera della Cassanese e Rivoltana (con due corsie per senso di marcia) fino all'attuale Tangenziale Est migliorerà significativamente l'accessibilità a Milano anche per il traffico locale di breve percorrenza.

Riassumendo possiamo evidenziare le principali tematiche che il progetto della BreBeMi intende sviluppare:

- una migliore mobilità, un adeguamento, tramite la Brebemi ad una mobilità "europea", perché la paralisi attuale corrisponde a mancata sicurezza, competitività, ecologia, qualità della vita;
- una mobilità integrata, la Brebemi parte attiva di un network tra i centri metropolitani di Brescia, Bergamo e Milano, inglobata in sistema accessibile di trasporti terrestri, marittimi ed aerei con tariffe e modalità di utilizzo flessibili;
- una mobilità di qualità, la Brebemi come esempio di servizio potenziale per le persone e le merci, un'autostrada "intelligente", verde, sicura, utile e innovativa;
- una mobilità efficiente ed efficace, Brebemi come autostrada che risponde ai diffusi criteri di convenienza, anche economici dettati dal project financing;
- una mobilità sostenibile, Brebemi è una nuova esperienza nella costruzione e manutenzione rispettosa dell'ambiente e di tutti gli stakeholder;
- una mobilità pulita, Brebemi come esempio ed incubatore di nuove esperienze e di nuovi servizi di viabilità autostradale;
- una mobilità sicura, Brebemi attiva dovrebbe ridurre gli oltre 500 incidenti annuali con conseguenze alle persone nella sola tratta Milano - Brescia;

- una mobilità condivisa, le istituzioni preposte hanno condiviso la Brebemi nei termini di legge. L'opera ha una partecipazione economica diretta da parte delle principali forze istituzionali territoriali;
- una mobilità al centro dell'agenda politica e istituzionale.

Tuttavia il progetto potrebbe generale delle negatività:

- Complessità del progetto; la nuova autostrada BreBeMi partirà da Travagliato e finirà al confine di Melzo, dove poi il flusso di veicoli si riverserà ancora sulla rete esistente.
- Spreco di risorse pubbliche; le Province di Bergamo, Brescia, Cremona e Milano, ideatrici e finanziatrici dell'opera insieme a soggetti privati, utilizzeranno così il denaro pubblico invece di sistemare e/o aggiornare le strade esistenti. Per i 60 Km di autostrada, la forse troppo ottimistica spesa prevista supera i 600 milioni di euro;
- Peggioramento del problema della viabilità locale dei comuni attraversati, attirando nuovo traffico in corrispondenza degli accessi e dei caselli;
- "Devastazione" del territorio, con cave, discariche, cantieri per diversi anni; lasciandoci in cambio inquinamento acustico ed atmosferico per sempre;
- Determinerà grandi appetiti sui terreni agricoli dei comuni limitrofi, tutti passibili di essere trasformati in zone industriali, centri commerciali, impianti di distribuzione carburanti, Autogrill;
- Nessuna Amministrazione locale sarà nelle condizioni di esercitare un reale controllo del proprio sviluppo;
- Distruzione dell'assetto idrogeologico e paesaggistico delle campagne; con la morte dei fontanili, danneggerà e causerà la chiusura delle aziende agricole.

### 1.2.1 I numeri del progetto

La piattaforma stradale è conforme alla categoria A in ambito extraurbano del D.M. 5/11/2001 "Norme funzionali e geometriche per la costruzione delle strade" con sezione bidirezionale a due corsie per senso di marcia (con predisposizione all'ampliamento a tre) più corsia di emergenza nel tratto tra Brescia e Treviglio ed a tre corsie più corsia di emergenza nel tratto tra Treviglio ed il punto d'attestamento sulla futura Tangenziale Est Esterna di Milano. Le caratteristiche geometriche del tracciato sono state studiate in modo da permettere sempre il mantenimento della velocità massima di progetto (140 km/h). La lunghezza complessiva della tratta autostradale si sviluppa su un tracciato di 62,1 km che interessa 5 province (Province di Bergamo, Brescia, Cremona, Lodi e Milano) e 43 comuni, compresa la viabilità di connessione e la viabilità compensativa. I comuni interessati della provincia di Bergamo sono: Calcio, Antegnate, Covo, Fara Olivana, Fornovo San Giovanni, Bariano, Caravaggio, Calvenzano, Treviglio, Casirate, Pagazzano, Morengo, Isso. I comuni interessati della provincia di provincia di Brescia sono Brescia, Travagliato, Cazzago San Martino, Rovato, Castrezzato, Chiari, Urago d'Oglio, Cologne, Gussago, Roncadelle, Castegnato, Ospitaletto, Rudiano. I comuni interessati della provincia di Cremona sono Camisano, Ricengo, Casale Cremasco, Castel Gabbiano. L'unico comune della provincia di Lodi interessato è Comazzo mentre della provincia di Milano sono Pozzuolo Martesana, Truccazzano, Cassano d'Adda, Liscate, Settala, Rodano, Pioltello, Segrate, Melzo, Cassina de' Pecchi, Vignate, Cernusco sul Naviglio. Dal punto di vista ambientale il tracciato attraverserà Parco Oglio Nord, Parco del Serio, Parco Agricolo Sud Milano, Parco Adda Nord, Parco Adda Sud, 4 sono i principali corsi d'acqua attraversati: Fiume Oglio, Fiume Serio, Fiume Adda, Canale della Muzza. Saranno realizzate due barriere di esazione a

Castrezzato e a Liscate e ci saranno 6 caselli autostradali: Chiari, Calcio-Antegnate, Fara Olivana-Romano di Lombardia, Bariano, Caravaggio-Treviglio Est, Treviglio Ovest-Casirate d'Adda.

### 1.3 Brebemi e trasformazioni in corso

Il Collegamento autostradale di connessione tra le città di Brescia e Milano ha l'obiettivo di decongestionare l'attuale rete stradale e autostradale lungo il corridoio Milano - Brescia, interessato dal traffico di spostamento est - ovest nonché dal notevole bacino d'utenza locale che caratterizza le aree meridionali delle Province di Brescia, Bergamo e le aree settentrionali di quella di Cremona. I tre elementi base che contraddistinguono il progetto si possono riassumere in: identità, qualità e sostenibilità. Un'opera autostradale che si configura come un asse multi-servizi. L'autostrada si colloca come opera di elevato standard europeo, le sue caratteristiche la pongono come esempio di valorizzazione delle aree che attraversa, largo spazio è stato dato a tutte le dotazioni relative alla sicurezza: non solo per rispettare le norme ma per tutelare in ogni contesto gli utenti. Brebemi è inserita in un contesto di rete di viabilità ordinaria efficiente, sia in termini di rapida accessibilità agli svincoli di ingresso in autostrada da tutte le provenienze principali; sia in termini di alternativa sufficientemente efficace in caso di emergenza dell'autostrada. Il progetto prevede la contestuale riqualificazione o la creazione di nuove strade sulla direttrice nord - sud per un'agevole e rapida adduzione all'autostrada e redistribuzione del traffico in uscita, completando così una maglia viaria diffusa che permetta l'utilizzo con buoni livelli di servizio per l'utenza, la valorizzazione delle potenzialità di creare "maglia" con la rete autostradale esistente, programmata, in corso di progettazione e/o di prossima realizzazione, in modo tale da creare un itinerario veloce di tipo autostradale sull'asse est-ovest della pianura padana, che permetta di soddisfare le differenti esigenze di spostamento sia locale, sia di lunga percorrenza degli utenti attesi sul nuovo raccordo.

Secondo gli studi effettuati dalla società Brebemi, la metà del traffico che graviterà su Brebemi, sarà quello a lunga percorrenza, il rimanente vi confluirà dalla viabilità ordinaria, eliminando così dai paesi il traffico d'attraversamento e quello pesante. L'attrazione dei flussi da e per l'area bresciana si realizza sfruttando la prevista costruzione del raccordo autostradale che collega le stazioni a pedaggio di Brescia Est sull'A4; quella futura di Poncarale (Sud di Brescia) sull'A21; di Ospitaletto (Ovest di Brescia) sull'A4 e che prosegue poi verso nord lungo la Val Trompia. Si garantisce così l'accesso alla città di Brescia tramite la realizzazione di un asse di penetrazione ordinario che, partendo dall'attestazione del Raccordo Autostradale sull'anello autostradale esterno alla città, porti direttamente alla Tangenziale Urbana e convogli i flussi provenienti dalla Val Camonica e dal Lago d'Iseo. L'accesso all'area metropolitana milanese è garantito distribuendo i flussi di traffico in ingresso ed uscita da Milano sul sistema della viabilità ordinaria di penetrazione costituito dalle SP 103, SP 14, realizzando lo scopo di "spostare verso sud" parte dei flussi oggi obbligatoriamente, in quanto unico itinerario disponibile, transitanti in autostrada A4 e che proseguono poi sulle tangenziali Nord ed Est intasando in modo insostenibile tutta la viabilità autostradale ed ordinaria del quadrante Nord-Est Milanese. Questo processo di trasferimento dei flussi è completato dalla realizzazione della nuova Tangenziale Est Esterna di Milano che collega il raccordo Brescia-Milano con la A1 presso Melegnano.



#### 1.4 Brebemi e il territorio di Castrezzato

La nuova autostrada, la prima in Italia realizzata in project financing, cioè totalmente autofinanziata, sarà dotata di due corsie per senso di marcia più la corsia d'emergenza, due barriere di testa (a Castrezzato in provincia di Brescia e a Cassano d'Adda, nel milanese) e di sette caselli completamente automatizzati (Chiari, Antegnate – Calcio, Romano di Lombardia, Bariano, Caravaggio, Treviglio e Cassano d'Adda). Vengono considerati in questa sede gli ambiti territoriali dove si concretizzeranno dinamiche (che si suppongono essere) di maggior entità rispetto a quanto si potrà verificare nelle altre polarità considerate. La loro posizione di “intersezione plurimodale” viene ulteriormente rafforzata dalla vicinanza dei due poli urbani maggiori, rispettivamente Milano e Brescia. Il caso di Castrezzato prevederà un cambiamento di carattere morfologico, economico, territoriale e ambientale. Già in passato il territorio di Castrezzato è stato segnato dalla realizzazione di una discarica, di una cava per la realizzazione dell'autodromo Franciacorta “Daniel Bonara” e di una successiva cava di prestito per la necessità di materiale escavato per la realizzazione, appunto, della Brebemi. Oltre al danno ambientale e geomorfologico, per alcune aziende agricole sarà la fine dell'attività in quanto il tracciato Brebemi e TAV cancellerà alcune cascine con annesse attività agricole. Gli agricoltori chiedono alla regione Lombardia un piano regionale di salvaguardia dei suoli agricoli, Coldiretti chiede inoltre di intervenire direttamente su Cal (il braccio operativo del Pirellone per la costruzione delle nuove arterie) per rispettare gli accordi stipulati con le aziende agricole che stanno vivendo in prima linea l'avanzata dei cantieri, proponendo anche un coinvolgimento degli agricoltori sia nella gestione del verde lungo le autostrade sia nella creazione di punti di offerta dei prodotti a km zero nelle aree di sosta previste. Un comune come Castrezzato, caratterizzato dalla presenza negli anni da così tanti eventi che hanno modificato il suo territorio, vuole mitigare al massimo tutte queste opere in arrivo con opportune azioni limitando al massimo i futuri impatti su una comunità ed un territorio già fortemente condizionato.

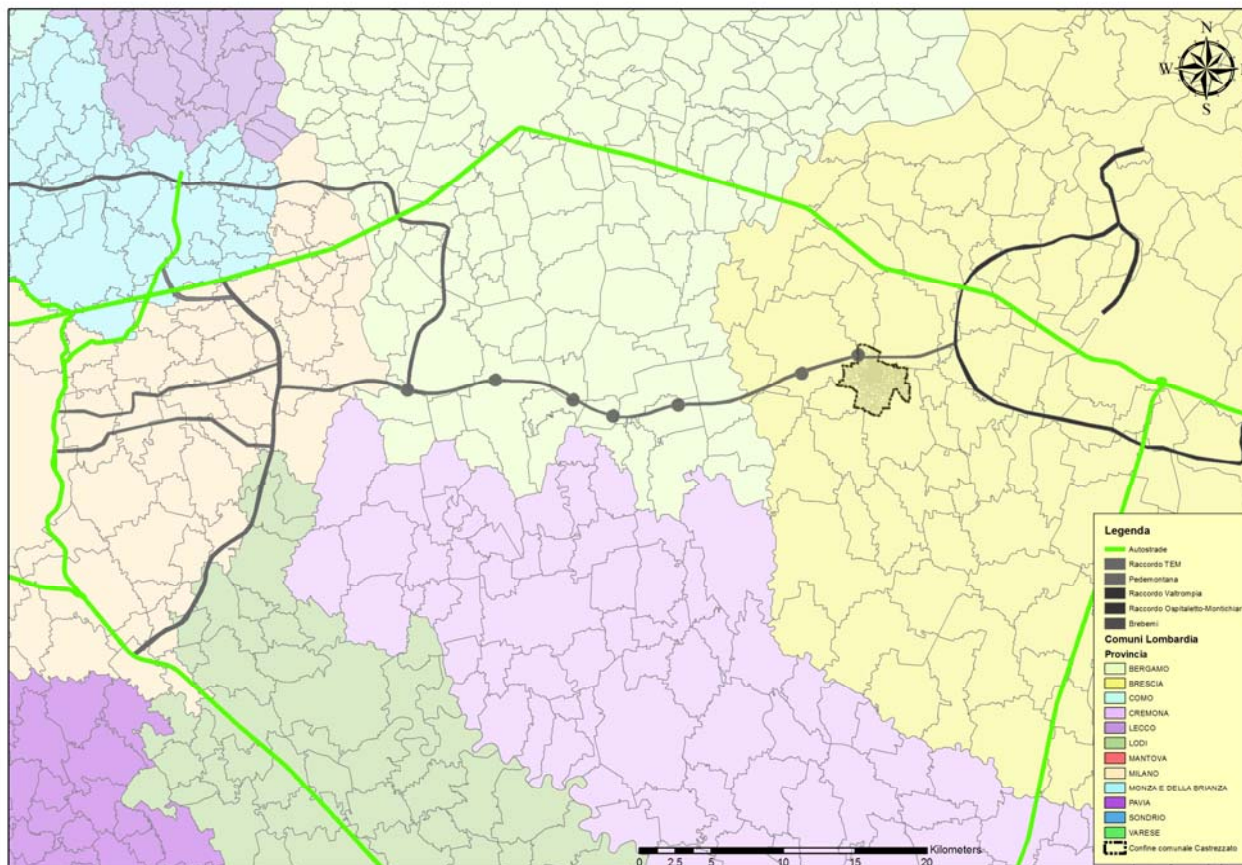


Tavola 1 - La Brebemi e il territorio di Castrezzato: progetto ultimato (scala 1:500.000)

### 1.5 Brebemi e pianificazione territoriale: azioni ed interventi proposti

La Bre.Be.Mi. ha l'obiettivo di decongestionare l'attuale rete stradale e autostradale lungo il corridoio Milano - Bergamo - Brescia. Secondo gli studi effettuati la Bre.Be.Mi. sarà in grado di attrarre una parte significativa del traffico di lunga percorrenza che attualmente utilizza la A4 e gran parte del traffico di breve-media percorrenza, e soprattutto di quello pesante, che oggi congestiona la viabilità ordinaria ed assedia i centri abitati delle pianure bergamasche e bresciane. Lo studio di traffico redatto per il progetto definitivo evidenzia che la nuova autostrada sarà attraversata, mediamente lungo tutto l'asse, da flussi giornalieri di traffico pari a circa 40.000 veicoli all'apertura e quasi 60.000 veicoli a regime. Il progetto prevede un collegamento autostradale di lunghezza totale pari a circa 55 km che interessa i territori delle province di Milano, Bergamo e Brescia ed in particolare attraversa i seguenti 20 Comuni Liscate, Melzo, Truccazzano, Pozzuolo Martesana, Cassano d'Adda, Casirate d'Adda, Calvenzano, Treviglio, (Caravaggio), Bariano, Fara Olivana, Romano di Lombardia, Fornovo San Giovanni, Covo, Antegnate, Calcio, Urago d'Oglio, Chiari, Castrezzato, Rovato, Travagliato. L'infrastruttura lineare in parola è del tipo "autostrada a pagamento" ed il tracciato presenta le seguenti caratteristiche:

- 2 punti di accesso principali, Melzo e Castrezzato;
- 2 barriere di pedaggio, Castrezzato e Liscate;
- 6 punti di accesso secondari, Chiari, Calcio – Antegnate, Fara Olivana – Romano di Lombardia, Bariano, Treviglio Est- Caravaggio, Treviglio Est Ovest – Casirate d'Adda;
- 4 aree di servizio, di cui 2 a Chiari e 2 a Caravaggio.

Il tracciato autostradale avrà origine in territorio bresciano con l'innesto alla cosiddetta Gronda sud autostradale di Brescia, di prossima realizzazione, sarà in gran parte parallelo alla nuova linea ferroviaria AC/AV e terminerà in territorio milanese innestandosi nella futura Tangenziale Esterna di Milano (TEM), che collegherà Melegnano ed Agrate, nell'area compresa tra Melzo e Pozzuolo Martesana. Il progetto in questione ha l'obiettivo principale di contribuire alla riduzione del livello di congestione da traffico veicolare dell'area compresa tra le città di Brescia e Milano, ed in particolare di alleggerire il carico dell'attuale asse autostradale dell'A4 e del sistema della viabilità locale. Da ciò consegue che la *distribuzione dei punti di entrata e di uscita è molto importante perché:*

- nei territori ad elevata densità, una distribuzione ravvicinata dei punti di entrata ed uscita può ridurre la congestione delle strade di collegamento all'autostrada
- nei territori non molto edificati la distribuzione dei punti di entrata e di uscita determina effetti di polarizzazione dello sviluppo urbano.

Ragionamenti in tema di compensazione ambientale e finanziaria mirata agli effetti dell'infrastruttura. In generale, va ricordato che poiché dalla realizzazione dell'infrastruttura derivano le dinamiche insediative ed in definitiva i progetti di trasformazione urbanistica, risulta evidente che i valori immobiliari e la redditività delle attività localizzate dipendono dall'infrastruttura, che assegna l'accessibilità e in definitiva le basi imponibili immobiliari. In definitiva, nei territori interessati a diverso titolo:

- Comuni - nodo (8), Comuni attraversati (20) e contermini (77), nell'insieme appartenenti a province Milano, Lodi, Brescia, Bergamo e Cremona – *la realizzazione dell'infrastruttura determinerà rilevanti modificazioni dello status quo territoriale*, con particolare riferimento alle dinamiche insediative (aumento dell'accessibilità e dell'edificazione per l'attrazione di nuove attività, inibizione allo sviluppo per la riduzione dell'accessibilità) ad effetti territoriali ed impatti ambientali. Tali modificazioni risulteranno ancor più rilevanti per i territori che, oltre alla Bre Be Mi, ospiteranno la nuova linea ferroviaria AC/AV. Concentrando l'attenzione sui Comuni – nodo (Melzo e Castrezzato, più i 6 Comuni che ospiteranno i punti di accesso intermedio), i quali prevedibilmente registreranno, seppur in misura diversa, un effetto di polarizzazione dello sviluppo urbano, in questa sede si indica come *necessario il ricorso a strumenti di pianificazione, di perequazione e compensazione inseriti in un contesto di (auspicata e suggerita) cooperazione istituzionale a livello intercomunale (Unioni di Comuni) dialoganti con imprese pubbliche e/o private (società di progetto, società di trasformazione urbana).*

### **1.5.1 Indicazioni sulle concessioni delle infrastrutture**

Per quanto riguarda la realizzazione di infrastrutture come nel caso della Brebemi esistono apposite norme e leggi. In questo caso viene citata la legge regionale n. 93 del 15 maggio 2008 sulle infrastrutture di interesse concorrente statale e regionale. L'articolo 10 comma 3 precisa quanto segue: Le concessioni delle infrastrutture di cui all'articolo 1 possono riguardare anche interventi di carattere insediativo e territoriale, definiti e attuati nell'ambito dell'accordo di programma di cui all'articolo 9, rivolti principalmente agli utenti delle infrastrutture medesime, ovvero a servizio delle funzioni e delle attività presenti sul territorio, i cui margini operativi di gestione possono contribuire all'abbattimento del costo dell'esposizione finanziaria dell'iniziativa complessiva, sempre che tali interventi, qualora

implichino l'estensione dell'area oggetto della concessione, siano compensati da adeguate e proporzionate opere e misure mitigatrici dell'impatto ambientale, territoriale e sociale. Sulla base della formulazione della norma sopra riportata nel paragrafo precedente qualora applicata alla BreBeMi, si possono avanzare le seguenti osservazioni:

- a) il concessionario potrà realizzare nuovi interventi associati alla realizzazione dell'infrastruttura, interventi che presumibilmente saranno localizzati nei punti di accesso principale e secondario alla stessa, che di fatto aumenteranno gli effetti di polarizzazione delle trasformazioni insediative più profittevoli, e conseguentemente quelli associati al consumo di suolo, squilibrio delle basi imponibili e così via;
- b) il fatto che la norma in parola associ agli interventi opere e misure mitigatrici dell'impatto ambientale, territoriale e sociale, ai fini del presente lavoro significa *la necessaria ideazione di congrui strumenti di perequazione territoriale tra i Comuni che ricevono tale impatto.*

### 1.5.2 Società pubbliche e private

Il decreto legislativo sulle società pubbliche di progetto (DLGS 163/2006) definisce all'art. 172 che oltre ai soggetti pubblici interessati alla società pubblica di progetto possono partecipare le Camere di commercio e le fondazioni bancarie (Comma 2). La società pubblica di progetto è istituita al solo scopo di realizzare ed eventualmente gestire l'infrastruttura e partecipare al finanziamento (comma 3). Gli enti pubblici interessati alla realizzazione di un'infrastruttura possono partecipare, tramite accordo di programma, al finanziamento della stessa, anche attraverso la cessione al soggetto aggiudicatore ovvero alla società pubblica di progetto di beni immobili di proprietà. *Di particolare rilievo è però ciò che rileva dal comma 5:* ai fini del finanziamento di cui al comma 4, gli enti pubblici possono contribuire per l'intera durata del piano economico-finanziario al soggetto aggiudicatore o alla società pubblica di progetto, devolvendo alla stessa i proventi di tributi propri o diverse fonti di reddito, fra cui:

- a) da parte dei Comuni, i ricavi derivanti dai flussi aggiuntivi di oneri di urbanizzazione o infrastrutturazione e ICI, indotti dall'infrastruttura;
- b) da parte della Camera di Commercio, una quota della tassa di iscrizione, allo scopo aumentata, ai sensi della legge 29 dicembre 1993, n. 580.

Al di là della scelta tra concessionario privato (che agisce del tutto o in parte in *project financing*) o pubblico, ciò che va sottolineato è che la norma ovvero la creazione di valore, traducibile in risorse finanziarie, associata all'opera e ciò consente di dire *che se il collegamento tra effetti dell'infrastruttura e maggiori entrate per gli enti locali è dato per scontato ai fini del finanziamento dell'infrastruttura stessa, allora esso è utilizzabile anche ai fini della compensazione.*

### 1.6 Prime osservazioni

L'ipotesi generale di compensazione e di perequazione qui accolta si propone di fornire "ristoro" a tre effetti connessi con l'infrastruttura in parola:

- a) effetti consistenti nel *danno ambientale* prodotto nelle fasi di realizzazione e di funzionamento per tutti i comuni attraversati;
- b) effetti collegati alle *dinamiche insediative* in relazione alle modifiche dell'accessibilità lungo il tracciato (comuni con accesso principale o secondario);

c) effetti da *inibizione dello sviluppo* determinata di fatto dall'infrastruttura ( ciò vale solo per i Comuni attraversati) o da *vincoli all'espansione* posti dagli strumenti di pianificazione provinciale o regionale.

Le modalità generali qui suggerite sono le seguenti:

1. *Inclusione preliminare nel Piano d'Area* - Oltre a quelli attraversati, tutti i Comuni interessati dai tre effetti considerati, danno ambientale, variazione delle dinamiche insediative, esclusione dai processi di sviluppo e le parti di territorio delle rispettive Province, sono oggetto del Piano d'Area;

2. *Compensazione verticale Regione (o Province) -Enti locali ex art. 19* – Poiché l'autostrada è di interesse regionale e nazionale, nella fase *di realizzazione* la Regione compenserebbe i danni ambientali (cantiere e consumo di suolo) per tutti i Comuni attraversati. Nella fase di *funzionamento* verrebbero invece compensati quelli imputabili all'inquinamento, nonché quelli subiti – in una fascia di prossimità all'infrastruttura (pari a x metri) - per la perdita di edificabilità e di basi imponibili. Sempre in base all'art. 19, dovrebbero essere risarciti dalla Regione i Comuni attraversati compresi tra i nodi di accesso principali e quelli secondari e tra due successivi di questi ultimi, che subiranno l'esclusione dallo sviluppo per la riduzione di accessibilità. Nel caso invece che l'inibizione allo sviluppo derivi da vincoli di pianificazione (individuazione di aree di salvaguardia nel PTR o nei PTCP) spetterebbe all'Ente che pone il vincolo risarcire i Comuni danneggiati, per tutta l'area di competenza.

3. *Unione dei Comuni coinvolti incentivata dalla Regione e finalizzata ad una "cattura" condivisa dei plusvalori e alla perequazione e compensazione reciproca ex art. 15*. Si è detto che un'infrastruttura del tipo "Brebemi" è destinata a creare plusvalori nel complesso, ma anche vantaggi e svantaggi nei casi singoli. Se una parte di questo plusvalore viene utilizzata per le compensazioni orizzontali, ciò significa che - cosa da non sottovalutare – si potranno ridurre gli oneri compensativi verticali, a carico della Regione. Ciò consente di liberare risorse *in primo luogo per finanziare gli extra costi derivanti dalle richieste di miglioria dei Comuni* per la connessione dell'infrastruttura alla rete della viabilità esistente; e *in secondo luogo per incentivare la formazione* lungo il tracciato, *di Unioni di Comuni*, traguardo qui ritenuto particolarmente auspicabile dal momento che nessuno dei Comuni coinvolti nella Bre Be Mi (attraversati e contermini) appartiene a qualsivoglia forma associativa. In particolare il suggerimento di costruire meccanismi di perequazione territoriale per governare le dinamiche insediative conseguenti alla realizzazione dell'infrastruttura ( che prevede incentivi di fonte regionale comunque) vale *soprattutto per i Comuni che appartengono ai due nodi di accesso principale ed a quelli intermedi, e quelli loro contermini*.

4. *Possibile introduzione di tributi di scopo legata ai plusvalori creati* - Infine, va ricordato che in assenza di appropriati strumenti - quali sono stati in passato i *contributi di miglioria* o, meglio ancora, *l'IVAF milanese dei primi anni '60*, con la quale si finanziò la prima linea della metropolitana - per restituire al settore pubblico una quota del costo degli investimenti infrastrutturali sostenuti, è qui auspicata l'introduzione *di imposte di scopo*, la cui base imponibile sarebbe data dai cespiti immobiliari destinati a subire gli effetti positivi dell'opera. (In tal caso però il prelievo dovrebbe essere limitato a micro - zone da definire come aree di estensione delle esternalità positive; meglio ancora se il meccanismo fosse gestito dalle ipotizzate Unioni, sull'esempio francese).

## 1.7 Una grande opportunità

Nel caso della BreBeMi, come in altri, la perequazione territoriale dovrebbe essere associata ad un' *equa distribuzione delle funzioni territoriali*, da realizzarsi *a livello intercomunale*, in relazione alla tendenza alla micro - polarizzazione in un territorio denso e multipolare. Va da sé che l'entità dei saldi della perequazione territoriale intercomunale e della compensazione finanziaria da parte della Regione e/o delle Province, e la riduzione della congestione, dipenderanno anche dagli *altri interventi infrastrutturali* che si renderanno indispensabili e dalle modalità di realizzazione della ferrovia AC/AV, nonché dalla realizzazione delle connessioni con la rete stradale esistente.

Di gran lunga il tema più avvincente di questa parte della ricerca è quello – in gran parte interconnesso – della Bre Be Mi e del “nodo” di Castrezzato. Si è indagato sugli effetti in buona misura “sconvolgenti” che la grande infrastruttura lineare è destinata a provocare nei comuni che verranno coinvolti in primissima persona con prospettive positive per il loro bilancio (Comuni - nodo e Comuni sedi di accesso), mentre altre decine verranno toccati o rasentati dall'arteria. L'ipotesi generale di compensazione e di perequazione qui accolta a proposito della BreBeMi propone di fornire “ristoro” a tre effetti connessi con l'infrastruttura in parola:

- i) effetti consistenti nel *danno ambientale* prodotto nelle fasi di realizzazione e di funzionamento per tutti i Comuni attraversati;
- ii) effetti collegati alle *dinamiche insediative* in relazione alle modifiche dell'accessibilità lungo il tracciato (Comuni con accesso principale o secondario);
- iii) effetti da *inibizione dello sviluppo* determinata di fatto dall'infrastruttura ( ciò vale solo per i Comuni attraversati) o da *vincoli all'espansione* posti dagli strumenti di pianificazione provinciale o regionale;



Figura 2 - Ipotesi progettuale della barriera di Castrezzato della Brebemi



Effetti dell'infrastruttura	Comuni nodo	Comuni casello	Comuni solo attraversati	Comune A	Comune B	Comune C	Intera area
<b>Variazioni sistema dei trasporti</b>							
accessibilità stradale e ferroviaria	+++	++	-	-	=	-	++
congestione stradale	+++	++	-	=	+	-	+
rete trasporti esistente	+++	++	++	=	+	-	++
<b>Variazioni sul suolo</b>							
consumo di suolo	+++	++	++	=	+	-	++
aree edificabili	+++	++	-	=	-	-	++
aree agricole	---	--	-	=	+	+	--
aree dismesse	---	--	-	+	+	+	--
aree di fatto inibite allo sviluppo	-	-	++	+++	+++	++	++
aree di salvaguardia	+	+	+	+	++	++	+
<b>Variazioni sull'ambiente</b>							
inquinamento acustico	+++	+++	+++	=	=	+	+++
inquinamento atmosferico	+++	+++	+++	+	+	=	+++
rifiuti	+++	++	=	=	=	-	++
<b>Variazioni sistema economico locale</b>							
occupazione	+++	++	-	-	-	-	+++
numero di imprese	+++	++	-	---	--	-	++
popolazioni	+++	+++	--	-	=	+	++
valori del mercato immobiliare	+++	++	--	-	+	=	++

**Tabella 2 - Effetti positivi e negativi della Brebemi in relazione a diverse tematiche<sup>1</sup>**

La realizzazione della BreBeMi si pone come opportunità in termini economici e di sviluppo sostenibile. E' nota la connessione tra aumento del Pil di ogni singolo paese e aumento della mobilità in termini sia di passeggeri-chilometri che di tonnellate-chilometri in rapporto di 1:1. In un arco di tempo riconducibile agli ultimi vent'anni, il parco infrastrutturale italiano è rimasto pressoché invariato, dando luogo ad una situazione non più compatibile con un sistema europeo sempre più allargato:

- *Decongestione del sistema padano.* Contributo sostanziale all'abbattimento della congestione della direttrice autostradale BS-BG-MI e del complessivo sistema viario della fascia padana. Armonizzazione con le linee di sviluppo del quadro UE;
- *Riduzione dei costi sociali e ambientali.* Lo stato attuale induce un insieme di costi sociali con gravi ricadute economiche, imputabili in primo luogo a: tasso d'incidentalità pari al doppio della media nazionale; tempi di percorrenza con velocità medie orarie che spesso non superano i 40 km/h; aggravamento del bilancio energetico (spreco di carburanti); danni economici derivanti dall'imprevedibilità temporale del dislocamento di merci e

<sup>1</sup> Fonte [www.irer.it](http://www.irer.it)

persone; sensibile innalzamento dei livelli d'inquinamento acustico e atmosferico altissimi costi di manutenzione.

## **1.8 Una nuova potenzialità**

L'infrastruttura assume un nuovo ruolo nel processo di conoscenza e valorizzazione delle risorse ambientali, turistiche, culturali, artistiche, produttive. Se si guarda l'aereofotogrammetria di un'area vasta del territorio attraversata da un'autostrada, l'infrastruttura appare come un segno di forte caratterizzazione del suolo e del paesaggio. A tale scala perde evidenza la connotazione funzionale dell'opera in quanto strada, mentre si accentua la sua natura di nastro artificiale che collega i poli urbani in cui si addensano gli insediamenti umani e le attività. Questa constatazione visualizza in modo diretto ed elementare la complessa nozione di corridoio che è presente nella cultura dei sistemi a rete. Un corridoio che in superficie è rappresentato da un nastro stradale ma che nel sottosuolo e nelle aree pertinenziali diventa un sistema di servizi multipli, con reti telematiche, energetiche, fognarie e di canalizzazioni varie, funzionali alla finalità primaria dedicata alla mobilità. Queste caratteristiche assumono una consistenza ancora maggiore quando come nel caso del raccordo BS-MI sono compresenti due infrastrutture, una viaria e l'altra ferroviaria (Alta Velocità-Alta Capacità). Questa intrinseca vocazione dell'autostrada ad assolvere funzioni di condotta multipla, è passibile di sfruttamento e di implementazione, anche al di là delle esigenze di uso proprie, per configurarsi come un asse multi servizi di area vasta, di cui il corridoio rappresenta una fondamentale e irripetibile urbanizzazione territoriale.

## **1.9 Alcune esperienze europee da considerare**

Sono da tempo noti i trend fortemente peggiorativi che segnano profondamente la qualità della vita in situazioni di forte concentrazione abitativa e lavorativa. Limitandosi al caso dei paesi UE, si segnalano alcuni casi spagnoli come quello di Barcellona, altri francesi, come quello della grande conurbazione Lionese, o come Parigi la sua area metropolitana, in cui incisive politiche urbane ed interventi infrastrutturali estremamente dettagliati hanno modificato radicalmente in senso positivo il quadro fisico del territorio, ribaltando situazioni difficilissime. Analogamente è un'infrastruttura, il ponte più lungo d'Europa, a modificare il destino di un'intera parte del continente, dando luogo ad una nuova e inconsueta forma di metropoli transnazionale, da Copenhagen a Malmoe. In altri casi, per esempio a Monaco di Baviera, una metropoli ha sviluppato una dimensione paesistica di grande qualità veramente molto estesa e senza soluzione di continuità, riuscendo a dar corpo a forme di turismo metropolitano in continuo sviluppo. Allo stato attuale delle cose, le criticità territoriali del sistema Lombardo rimane una delle maggiori nell'Europa unita. Milano specialmente, orograficamente depressa, non segnata da elementi naturali portanti (fiumi, laghi, mare o altro), nel bel mezzo di un'estesa enclave fisica estremamente deteriorata, ma in continua tensione verso l'innovazione, patisce invece duramente uno stato di stagnazione infrastrutturale. La costruzione del raccordo BS-MI, unitamente al tracciato TAV, costituisce un'occasione per intervenire positivamente in questo quadro così deteriorato.

### **1.9.1 Infrastruttura e territorio**

L'infrastruttura entra a far parte di un profondo ridisegno del territorio, introducendo un nuovo paesaggio. Questo nuovo paesaggio è costituito dall'opera, che costituisce



componente stabile dell'ambiente di cui diventa parte integrante, e dal complesso ambientale preesistente (fiumi, tracciati storici, cascine, ecc.) nel suo nuovo assetto

### **1.9.2 Un nuovo paesaggio**

La qualità paesistica del progetto è data dalle qualità proprie del manufatto e dalle qualità dell'ambiente in cui s'inserisce. L'approccio paesaggistico riflette e rileva una realtà complessa che comprende la qualità fisica del territorio, la qualità biologica, la qualità spaziale dello sviluppo urbano, lo sviluppo socio-economico, introducendo diverse pratiche d'uso del territorio (loisir, turismo), il patrimonio culturale in quanto portatore d'identità e di valori storici specifici. Considerare la qualità paesaggistica di un progetto significa lavorare su una sezione adatta al territorio, individuando delle unità di paesaggio coerenti come elementi significativi in grado di comprendere sufficienti connotati orografici, fisici, individuandone le potenzialità, le carenze, le alterazioni generate dall'infrastruttura stessa per metterne a fuoco accuratamente le potenzialità positive. L'analisi delle unità di paesaggio può essere affinata con la considerazione di diversi aspetti quali: la distinzione in paesaggio visto e in paesaggio vissuto descritto dalla presenza di ambienti diversi, dalle variazioni stagionali, dai referenti culturali, dallo spirito del luogo, dalle pratiche dello spazio. Mentre i grandi manufatti possono avere una forza espressiva e una qualità strutturale assimilabile a quella degli acquedotti romani, le anonime pilastrate minori, i sovrappassi, i cavalcavia, i rilevati delle massicciate, gli imbocchi delle gallerie e il design minuto dei manufatti più ordinari debbono essere attentamente controllati.

### **1.9.3 Il rapporto con i luoghi naturali**

I cosiddetti luoghi "naturali" hanno un valore sociale, culturale, ed ecologico estremamente alto: la forza strategica di queste aree per il loro valore d'uso e di costruzione di consenso è enorme. Gli studi sull'infrastruttura devono utilmente rilevare e qualificare gli elementi appartenenti al patrimonio naturale più direttamente interessati dalla presenza della stessa, in termini della stessa in termini sia di occupazione fisica, sia di benefici indotti, mediante inventari dei siti geologici o stratigrafici importanti, degli episodi di interesse paesaggistico, estetico, botanico; degli itinerari terrestri di piccola o grande espansione, dei circuiti equestri, degli itinerari cicli-turistici, delle misure di protezione in termini di leggi e regolamenti applicabili alle suddette zone. Tre parchi in un nuovo sistema. Il tracciato incontra tre parchi fluviali regionali esistenti di primaria importanza: quello dell'Adda, quello del Serio, quello dell'Oglio. Allo stato attuale questi tre parchi hanno la fisionomia di zone protette o da proteggere, lineari, riferite ai margini di corsi d'acqua sovente pesantemente compromessi. La nuova infrastruttura ne cambia la tipologia, introducendoli, di fatto, in un sistema regionale ora non percepibile né per altro percepito dalla pianistica esistente. Nei confronti delle metropoli di testata ne viene modificata radicalmente la raggiungibilità, in termini di facilità e rapidità di accesso. Una nuova risorsa di estremo interesse diviene disponibile, fin da subito ben connessa. I tre parchi costituiscono, in quest'ottica, un nuovo scenario da prendere attentamente in considerazione, al fine di sviluppare le interessanti potenzialità positive, con misure non invasive né interamente protettive, ma che ne permettono un utilizzo effettivo, commisurato alle risorse e alla domanda sociale non più soltanto emergente ma già configurata. Il corridoio che verrà a costituirsi, in senso trasversale ai parchi, composto dalla nuova infrastruttura del raccordo, dal tracciato dell'alta capacità e della zona compresa tra loro di ampiezza variabile, potrà

svolgere un'interessante funzione di connessione, sostenendo una serie di dispositivi e risorse ( trasporti non convenzionali, percorsi attrezzati, zone tematiche, fasce vegetali, ecc.)

#### 1.9.4 Nuovo turismo interurbano

È oggi possibile mettere a punto un programma ragionevole e ben definito per rispondere alle richieste di quello che si può definire turismo interurbano. Lo sviluppo di questa che potrebbe essere considerata una delle grandi opportunità delle aree metropolitane odierne fornisce, accanto alle ricadute economiche evidenti anche in termini occupazionali, l'unica possibilità di tenuta effettiva di un quadro ambientale aggiornato e compatibile; è inoltre una risposta adeguata a quelle che in termini di qualità della vita, sono le domande poste dal nuovo assetto dei ceti sociali emerso in questi anni.

A titolo esemplificativo, e riferendosi in modo specifico alla nuova infrastruttura, anche sulla base di recenti episodi si può prevedere la comparsa di domanda di collocazione di risorse inconsuete quali parchi tematici, o complessi ricreativi di grande scala, sostenuta dall'intervento di un insieme di operatori e promotori privati. Questa possibilità, unitamente al nuovo grado di fruibilità dei tre parchi, suggerisce di tenere in conto un'esigenza di ricettività diversificata per tipologia di offerta (dal bungalow all'agriturismo, dall'ostello al grande complesso alberghiero).

Sotto il profilo di un nuovo rapporto con il patrimonio, si determinerebbe un fatto del tutto innovativo: quello di autostrada che ingloba un monumento, quale potrebbe essere il santuario di Caravaggio o la Basilica di Calcio, consentendone la fruizione senza che i visitatori escano dal sistema autostradale stesso: si parcheggia in un'area di servizi appositamente attrezzata, anche dal punto di vista commerciale (specialmente rivolta alla produzione locale), si giunge all'abazia, si visita il monumento, ritorna sui propri passi, si ritrova l'auto o il bus e si riprende il viaggio senza essere usciti di fatto dall'autostrada. Questo schema di base è implementabile con offerte ulteriori di servizio. Il turista scoprirebbe di non essere mai uscito dall'autostrada e che il biglietto gli consente di riprendere il suo itinerario senza altro pedaggio. Infine, una potenzialità non trascurabile di un simile eventuale progetto è che concentrano nell'area dei servizi convenienze economico-commerciali, si possono aprire possibilità di realizzazione in project-financing. Verrebbe quindi a determinarsi un nuovo quadro fisico, che unitamente a quanto sopra, permetterebbero lo sviluppo di nuovi scenari di benessere: Fitness System (F.S.); Rural Trekking (R.T.); River Leisure (R.L.); Recreational and Educational System (R.E.S.)<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> (Faraway – So close. Linee guida per il progetto territoriale di infrastrutture. Il caso Brebemi, di Maurizio Vogliazzo, numero 29/30 di Territorio, 2004, Franco Angeli)<sup>2</sup>

## **2. Politiche del commercio e nuove geografie dell'offerta**

### **2.1 Il contesto europeo**

La Commissione Europea e, in alcune occasioni, la Corte Suprema de l'Aja, hanno avuto modo di affermare che la legislazione in materia di commercio è un problema che attiene al mercato interno e che, di conseguenza, le normative nazionali possono essere definite nella più ampia autonomia, purchè nel rispetto dei principi generali della tutela della concorrenza, della libera circolazione delle merci, della salvaguardia dei diritti del consumatore (trattato di Roma). Accanto a questa affermazione di tipo giuridico, tuttavia, la Commissione Europea ha ribadito che l'omogeneizzazione delle legislazioni interne deve costituire un obiettivo comune degli Stati membri, soprattutto dopo l'unificazione del mercato europeo avvenuta con il 1° gennaio 1993 ed in tale senso ha assunto provvedimenti con valore di indirizzo ed orientamento. L'atto di maggior rilievo in tal senso è rappresentato dal "libro bianco sul commercio", adottato dalla Commissione Europea il 27 gennaio 1999 (IP/99/55) che ha messo per la prima volta le opportunità e i bisogni della distribuzione all'ordine del giorno dell'Unione europea. L'obiettivo del "libro bianco" è quello di identificare i diversi campi di azione al fine di contribuire all'incremento della competitività del settore e di accrescere le opportunità per la creazione di nuovi posti di lavoro. Il Libro Bianco propone una serie di azioni finalizzate a creare una strategia coerente di promozione del commercio negli anni futuri attraverso la quale le politiche a livello europeo, nazionale e regionale possano aiutare a massimizzare l'efficienza nel commercio, tenendo conto delle sue peculiarità. Detta strategia include azioni volte a raccogliere conoscenze relative al commercio al dettaglio e ai vari servizi di supporto e a diffondere informazioni sul settore; assicurare che gli interessi del settore siano presi in considerazione nell'elaborazione delle politiche europee; assicurare che il settore tragga pieno vantaggio dai programmi UE. Le azioni proposte ricadono in quattro gruppi prioritari: migliorare l'uso di strumenti politici di assistenza al commercio; migliorare l'ambiente amministrativo, legislativo e finanziario; rafforzare la competitività e promuovere la capacità imprenditoriale; incoraggiare l'uropeizzazione e l'internazionalizzazione.

### **2.2 Il contesto italiano la programmazione del settore**

All'inizio degli anni '70 una serie di provvedimenti si propongono di disciplinare lo svolgimento dell'attività commerciale, dalla preparazione professionale necessaria per iniziarla, ai criteri per consentire l'attivazione di un nuovo punto vendita, all'orario di apertura al pubblico, alla tutela ed all'informazione al consumatore. La legge 11 giugno 1971 n. 426, abrogata nell'aprile '99, introduce alcuni concetti fondamentali che segneranno per un trentennio l'evoluzione di questo settore:

- la professionalità degli addetti. Esercitare una qualsiasi attività commerciale è vincolata al possesso della dovuta conoscenza e professionalità: tale competenza dovrà essere documentata mediante un biennio di svolgimento dell'attività commerciale nel settore (ingrosso, dettaglio, ristorazione, ecc.) e nella merceologia (alimentare, non alimentare) simile a quella che si intende avviare in qualità di dipendente o di collaboratore familiare o attraverso il superamento di uno specifico esame davanti ad un'apposita commissione istituita presso la Camera di Commercio. Viene di fatto istituito uno specifico albo

professionale per il settore, denominato registro esercenti il commercio, che abilita per l'intero territorio nazionale;

- la programmazione settoriale. Il rilascio di nuove autorizzazioni commerciali, l'ampliamento ed il trasferimento di quelle esistenti, debbono essere autorizzati dal Sindaco (o dalla Regione se la superficie di vendita è superiore ai 1.500 mq. che si riducono a 400 mq. nei Comuni con meno di 10.000 abitanti) sulla base di un "piano commerciale" preventivamente elaborato ed approvato dal Consiglio Comunale. Tale atto amministrativo si deve proporre l'obiettivo di favorire una razionale evoluzione dell'apparato distributivo, nel rispetto delle previsioni urbanistiche assicurando la migliore funzionalità e produttività del servizio da rendere al consumatore promuovendo, anche con l'adozione di tecniche moderne, lo sviluppo e la produttività del sistema nonché un adeguato equilibrio tra le varie forme distributive. Nella stesura di questo "programma" comunale hanno tuttavia spesso prevalso interpretazioni restrittive dello sviluppo del settore, per cui tale programmazione si è spesso manifestata più con vincoli e divieti che con progetti e proposte. Una prima fase che giunge fino agli anni '70 e che rappresenta la continuazione delle normative definite nel periodo delle leggi corporative (anni '30) nella quale l'esercizio dell'attività commerciale è di fatto libero: tutti possono aprire un negozio, dietro la concessione da parte del Sindaco di una licenza. La decisione della massima autorità comunale deve essere assunta sentendo il parere di una commissione comunale ma senza particolari criteri che tengano conto della merceologia, della localizzazione, della dimensione, ecc.

### **2.2.1 Dal quantitativo al qualitativo**

La fase successiva è quella che si è avviata con gli anni '80, contrassegnata da una serie di norme e disposizioni che hanno consentito, nel campo del commercio in sede fissa, ampliamenti e trasferimenti dei negozi, indipendentemente dalla normativa del piano commerciale: la legge Marcora (introdotta sotto forma di decreto-legge nel 1982 e continuamente reiterata fino all'approvazione nella legge 27.3.1987 n. 121) ed il cosiddetto "testo unico", un decreto ministeriale (del 4.8.1988 n. 375) che non si limitava ad unificare precedenti provvedimenti (del 1972, del 1976 e del 1986) ma introduceva nuovi principi in materia di ampliamenti delle grandi strutture di vendita. Tale orientamento, di impronta liberale, si manifesta anche nei settori collaterali quali gli orari di apertura al pubblico, totalmente liberi durante i giorni feriali. Nelle nuove leggi riferite ai pubblici esercizi (ristoranti e bar) ed al commercio ambulante, entrambe emanate nel 1991, scompare la pianificazione quantitativa comunale. È la fine di un'idea dello sviluppo commerciale basato sulla sola programmazione economica, sul rapporto tra domanda ed offerta: i criteri autorizzativi vengono di fatto affidati alla compatibilità urbanistica dei locali ed al possesso dei requisiti professionali da parte dei titolari. In sostanza, anche in Italia avviene un'armonizzazione con la situazione normativa esistente negli altri Paesi europei.

Va notato che questa situazione ha portato un considerevole incremento delle forme innovative nel commercio (dai supermercati ai centri commerciali, dai punti di vendita in franchising nei centri storici alle nuove forme della ristorazione e della somministrazione di bevande) in quanto le iniziative risultano prevalentemente affidate alle scelte dell'imprenditore commerciale che può acquistare esercizi (e relative autorizzazioni) esistenti e trasferirle in località più idonee con adeguati ampliamenti evitando in questo modo i "vincoli" del piano commerciale il quale, generalmente, punta ad un mantenimento dello status quo o ad uno sviluppo limitato al completamento della rete di servizio esistente.

## 2.2.2 Fine anni '90: il primato dell'urbanistica

Verso la fine degli anni '90 viene varato il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114 (noto come decreto Bersani) che ha introdotto una considerevole dose di liberalizzazione del settore, superando anche sotto il profilo giuridico, i numerosi vincoli all'entrata posti nel passato a tutela del settore. Nessun requisito professionale, se non per chi vende alimentari; abolizione delle tabelle merceologiche e distinzione dei prodotti venduti in soli due grandi settori: alimentari e non alimentari; superamento delle superfici minime dei locali e dei contingenti di superficie per le nuove iniziative: questi i punti caratterizzanti la nuova disciplina che basa la programmazione del settore prevalentemente sui fattori di ordine urbanistico. Libertà di insediamento per gli esercizi di vicinato (inferiori ai 150 mq di superficie di vendita o ai 250 mq nei Comuni con più di 10.000 abitanti) a condizione di conformità urbanistica dei locali; criteri autorizzativi comunali per le medie strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita compresa tra i 150 ed i 1.500 mq o i 250 ed i 2.500 mq, a seconda della classe demografica dei Comuni) definiti e gestiti con procedure di tipo urbanistico e viabilistico; ruolo determinante delle localizzazioni urbanistiche per le grandi strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita superiore a 1.500 o 2.500 mq), con intervento nella procedura autorizzativa della conferenza dei servizi a cui partecipano Provincia e Regione, oltre al Comune e i comuni contermini. Il DLgs 114/98 ha definito i principi generali della disciplina del settore affidando poi la concreta attuazione di essi su scala territoriale ai diversi livelli istituzionali: Regione, Provincia, Comune. Le modalità operative della interrelazione tra le varie realtà sono definite nei provvedimenti regionali e nelle indicazioni della Provincia. In questo senso il decreto Bersani può essere definito "federalista", nel senso cioè che ha lasciato ampia autonomia al livello regionale sulle forme e sulle modalità applicative di una disciplina nazionale. In effetti le decisioni regionali presentano caratterizzazioni molto diverse, in alcuni casi contrastanti con lo stesso spirito della norma quadro nazionale e non rari sono stati gli interventi ministeriali e dell'autorità garante della concorrenza e del mercato (antitrust) per ricondurre in una cornice di coerenza istituzionale i provvedimenti assunti dalle varie realtà regionali. A differenza di quel che è accaduto per gli altri settori economici lo sviluppo della distribuzione è stato per quasi un trentennio fortemente condizionato da norme e disposizioni stabilite non solo dal legislatore nazionale, ma anche e soprattutto dal livello istituzionale comunale. Mentre infatti l'insediamento di un'attività artigiana o professionale o industriale risultava subordinata alla sola disponibilità di una sede idonea dal punto di vista urbanistico ed edilizio ed alla relativa "comunicazione" al Comune nel cui territorio tali locali erano localizzati, l'attività commerciale si serviva fino al 1999 di un'apposita "autorizzazione" per il cui ottenimento era necessario possedere una serie di requisiti professionali (superamento di un esame di abilitazione presso la Camera di Commercio) e di conformità ad alcuni parametri economici locali (contenuti in un apposito piano commerciale comunale) quali la superficie dei locali, le tabelle merceologiche e soprattutto, per i prodotti alimentari e di abbigliamento, alla previsione di autorizzabilità fatta dal Consiglio Comunale nel succitato piano commerciale. Non tutte le iniziative commerciali hanno potuto quindi essere autorizzate, nonostante il possesso da parte dei promotori dei requisiti di professionalità individuale e di idoneità urbanistica dei locali. Il Comune, attraverso il "piano commerciale" previsto dalla legge 426/71, poteva quantificare rigidamente lo sviluppo in termini di superficie di vendita per le singole specializzazioni (tabelle) merceologiche, ed in questa previsione escludere nuovi insediamenti non valutati necessari per l'organizzazione del commercio sul proprio territorio. Da queste considerazioni emerge l'importanza della legislazione nell'evoluzione del commercio, fattore che in un determinato periodo (anni '70

e prima metà degli anni '80) è stato forse più importante delle condizioni di mercato e delle previsioni urbanistiche sull'uso del territorio. Dal dopoguerra ad oggi la regolamentazione del commercio può essere divisa in quattro fasi diversamente caratterizzate. Con conversione in legge del decreto Bersani, ovvero la Legge n. 248/2006, si creano misure in materia di lotta all' evasione fiscale, liberalizzazioni e competitività.

### **2.3 La Regione Lombardia e le politiche del commercio**

Le Regioni sono state chiamate a dare concreta attuazione ai criteri legislativi generali con specifici provvedimenti: la Regione Lombardia ha adempiuto a tale compito con la legge 23 luglio 1999 n. 14 e con il regolamento regionale 21 luglio 2000 n. 3, ora abrogati con la L.R 6/2010. In tali provvedimenti si fa onere ai Comuni di provvedere all'adeguamento del proprio Pgt, sulla base delle indicazioni contenute nel Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia. Si è dunque aperto un periodo di estremo interesse che valorizza la funzione della Provincia anche nel processo programmatico commerciale e propone ai Comuni una seria riflessione sulle strategie da definire per i propri sistemi distributivi.

Con la riforma del Titolo V della parte 2° della Costituzione tramite la Legge Costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, alle Regioni vengono attribuite competenze e potestà legislativa esclusiva in materia di commercio. In questo quadro, le amministrazioni provinciali, attraverso i piani territoriali di coordinamento, tenuto conto degli obiettivi del programma triennale regionale 2006-2008, definiscono disposizioni in materia di grandi strutture di vendita (Legge n°6/2010). In generale, i PTCP costituiscono il quadro di riferimento territoriale delle scelte di programmazione del sistema distributivo al fine di assicurare il rispetto delle esigenze di tutela degli aspetti paesistico - ambientali e la coerenza con il sistema della mobilità regionale e provinciale. Compito del PTCP è quello di definire, a livello di maggior dettaglio rispetto ai presenti indirizzi generali e ai successivi criteri attuativi, nonché alla stregua delle condizioni del territorio provinciale e della propria programmazione di settore, le condizioni per la corretta ed idonea localizzazione delle grandi strutture di vendita, le quali, stante la loro caratterizzazione di insediamenti ad elevata concentrazione di presenze, richiedono condizioni di alta accessibilità incidenti sull'assetto della viabilità provinciale. Il PTCP, quindi, dovrà segnalare gli ambiti che, a motivo della situazione localizzativa o infrastrutturale esistente o prevista, si presentano come particolarmente idonei all'insediamento di tali strutture. Per quanto riguarda i nuovi insediamenti della grande distribuzione, i Comuni dovranno attenersi alle indicazioni contenute nei piani provinciali, ove previste.

Con l'analisi ci si ripromette quindi, di:

- a) Verificare la situazione di fatto in ordine al fabbisogno occupazionale della popolazione residente attiva nel secondario, in riferimento ai posti di lavoro disponibili nei singoli ambiti territoriali.
- b) Verificare e valutare le previsioni degli strumenti urbanistici comunali di nuove zone destinate agli sviluppi insediativi destinati ad impianti produttivi del secondario.
- c) Individuare per il PTCP nuove zone da destinarsi a poli industriali di interesse sovracomunale, basate su adeguate scelte localizzative:

- che tengano conto, in particolare, delle aree di attuale occupazione deficitaria, soggette a forte pendolarismo negativo di lavoro;
- che consentano un'agevole accessibilità di collegamento alle grandi infrastrutture della mobilità sia viabilistica che ferroviaria;

- che siano dotate, nello stesso tempo, di infrastrutture di viabilità secondaria locale atte ad assolvere ai problemi di pendolarismo locale;
- gli insediamenti sovracomunali potranno assorbire parte delle previsioni comunali di sviluppo produttivo specie laddove esse siano eccessivamente dimensionate rispetto al fabbisogno locale oppure abbiano localizzazioni di discutibile impatto ambientale.

Successivamente, attraverso Piani di Settore, da predisporre d'intesa con i Comuni e le Comunità Montane, il Piano si propone di:

- Analizzare, per ambiti territoriali, la situazione produttiva locale agli effetti di promuovere la riorganizzazione funzionale, i collegamenti di accesso alle infrastrutture principali di mobilità, la dotazione di adeguati servizi.
- Individuare e promuovere, ove se ne riscontrino i presupposti, polarità locali da classificare e riqualificare al livello di poli produttivi di interesse sovracomunale o provinciale.

L'attuazione di tali finalità avviene attraverso un programma triennale, approvato dal Consiglio Regionale su proposta della Giunta: tale programma, la cui validità temporale è stata limitata ad un solo anno in sede di prima applicazione della norma, è stato poi di fatto sostituito dal regolamento regionale 3/2000, emanato dalla Giunta Regionale. Tra i contenuti di tale "programma/regolamento" meritano particolare sottolineatura due aspetti:

- l'indicazione degli obiettivi di presenza e di sviluppo qualitativo e quantitativo delle grandi strutture di vendita;
- la definizione degli indici di ammissibilità degli insediamenti delle grandi strutture di vendita.

Si tratta di due fattori di estrema rilevanza, destinati a condizionare, sotto il profilo delle localizzazioni delle grandi strutture di vendita, tutte le altre decisioni assunte a livello territoriale in quanto, come già affermato in precedenza, l'autorizzazione per le grandi strutture di vendita è rilasciata da una "Conferenza di servizi", indetta dal Sindaco del Comune interessato all'insediamento, alla quale partecipano i rappresentanti della Provincia e della Regione. Le deliberazioni di tale conferenza sono assunte a maggioranza ma alla Regione è attribuito una sorta di potere di veto: infatti, secondo l'articolo 9 del DLgs 114/98, il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. In sostanza la previsione insediativa di una grande struttura di vendita effettuata dal Comune nel proprio Prg e valutata compatibile dalla Provincia in sede di Piano Territoriale di Coordinamento, potrebbe non disporre mai dell'autorizzazione commerciale in quanto la superficie occupata non rientra nei parametri regionali di cui sopra. E', di fatto, la reintroduzione di un "contingente" di superficie, di un "tetto" allo sviluppo distributivo che prescinde dal fattore urbanistico e che il regolamento regionale 3/2000 ha espresso poi in termini di quantità di superficie di vendita per "unità territoriale".

### **2.3.1 Il Programma Triennale per lo Sviluppo per lo Sviluppo del settore Commerciale 2003-2005**

Il Programma triennale costituisce, secondo la nuova impostazione indicata dalla legge regionale 15/2002 che ha modificato la legge regionale 14/1999, l'atto di indirizzo generale per lo sviluppo del settore commerciale in Lombardia.

Nel rispetto dei principi di libera concorrenza e di equilibrato servizio alle comunità locali, esso prevede pertanto:

- lo scenario di sviluppo del sistema commerciale lombardo, anche ad orientamento dell'attività di programmazione degli Enti locali;
- gli indirizzi per lo sviluppo delle diverse tipologie di vendita, indicando in particolare gli obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, anche con riferimento a differenti ambiti territoriali ed urbani;
- i criteri generali per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita, in relazione alle diverse tipologie commerciali;
- le priorità per l'utilizzo delle risorse finanziarie a disposizione del bilancio regionale.

Il programma triennale fa riferimento alle diverse condizioni della rete commerciale e dell'assetto territoriale delle diverse parti della regione, articolando talune sue previsioni in modo differenziato alla luce delle specificità e delle molteplici esigenze articolate che ivi si riscontrano.

Esso propone anche un ruolo importante per gli Enti locali, in particolare Province e Comuni, sia nella fase di indirizzo programmatico a scala locale, sia per l'esame delle domande di autorizzazione per gli insediamenti della grande distribuzione. Allo scopo di cogliere le esigenze presenti nelle diverse realtà territoriali è stata operata una indagine, via internet, rivolta a tutti i Comuni lombardi. A tale indagine ha corrisposto un numero molto elevato di Comuni, consentendo di acquisire importanti elementi di conoscenza.

Al Programma triennale saranno correlati successivi provvedimenti di disciplina attuativa per completare gli adempimenti necessari alla completa definizione del nuovo quadro di riferimento normativo che, nel rispetto della legge regionale 14/1999, sarà applicato in Lombardia per lo sviluppo della rete commerciale nel corso del prossimo triennio. La riforma del titolo V della Costituzione ha reso la materia del commercio competenza esclusiva delle Regioni. La Regione Lombardia opera, fino alla loro completa sostituzione con norme regionali, nell'ambito delle vigenti disposizioni statali (con particolare riferimento al D.Lgs. 114/98). Ulteriori momenti di programmazione specifica, integrata al presente Programma triennale, sono previsti con riferimento al commercio ambulante, al commercio all'ingrosso e ai pubblici esercizi, che pertanto non risultano oggetto specifico di questo documento. Lo sviluppo del settore richiede il conseguimento di un corretto equilibrio tra finalità di varia natura:

- di tipo economico, per consentire lo sviluppo del settore in termini di fatturato e di occupazione, anche in relazione alle esigenze complessive del sistema produttivo lombardo;
- di tipo sociale, per offrire a tutti i cittadini, in ogni parte della regione residenti, un adeguato servizio commerciale e per valorizzare appieno il contributo degli esercizi commerciali nella qualità della vita collettiva ed individuale;
- di tipo territoriale ed ambientale, per promuovere la localizzazione dei punti di vendita in forme compatibili con le diverse caratteristiche del territorio comunale ed anzi volte ad incrementare la funzionalità complessiva dell'assetto insediativo alle diverse scale di riferimento (regionale, provinciale, comunale).

La ricerca di tale equilibrio richiede l'attiva adesione di tutti i soggetti interessati al perseguimento di obiettivi in grado di corrispondere congiuntamente all'insieme di finalità che da tale visione conseguono. D'altra parte le azioni da sviluppare appaiono articolate su più fronti rendendo opportuno esprimere gli indirizzi di sviluppo programmatici di seguito riportati.



## **Riequilibrio delle diverse tipologie distributive**

Il Programma triennale attribuisce particolare rilievo ad uno sviluppo coordinato di tutte le diverse forme di vendita al dettaglio, in base ad un insieme di esigenze di carattere generale, indicate dallo stesso programma, che contribuiscono a delineare le modalità di sviluppo della distribuzione commerciale e la sua più idonea articolazione nelle diverse tipologie di vendita. Il forte incremento di offerta commerciale realizzato dalla grande distribuzione negli ultimi anni e che ha portato la Regione a disporre di standard di offerta comparabile con quella delle più evolute regioni europee, impone oggi l'applicazione di criteri di gradualità e di attenta valutazione degli effetti generati dai nuovi grandi punti di vendita. Ciò si rende necessario per far fronte alle esigenze generali sopra ricordate, consentendo l'apertura di nuovi centri della grande distribuzione in situazioni di accertata compatibilità rispetto al contesto socio-economico e territoriale, come definito nelle parti successive di questo Programma Triennale. Gli esercizi di vicinato dovranno svilupparsi in rapporto all'obiettivo di fornire al consumatore servizi diversi e complementari rispetto a quelli offerti dalle altre tipologie di vendita, di crescente qualità d'offerta, efficienza e di idonea localizzazione urbana, secondo le esigenze e le modalità proprie di ciascuna comunità locale, con un forte impegno dei Comuni per valorizzarne il ruolo, dotarli di servizi di supporto, integrarli in una dimensione completa di funzionalità urbana, anche al fine di promuovere la vitalità commerciale dei centri urbani e delle aree di più antica formazione. La Regione sosterrà questa azione locale con un insieme di iniziative, anche di natura finanziaria ai sensi della legge regionale 13/2000. Particolare attenzione viene poi attribuita allo sviluppo della media distribuzione, che deve trovare uno spazio di sviluppo adeguato nelle aree urbane lombarde, per fornire ai cittadini consumatori un'offerta, articolata nella gamma, contenuta nei prezzi e ampiamente distribuita nel territorio. A questo scopo risulta opportuno agevolare le procedure di apertura, ristrutturazione e ampliamento di questa tipologia di vendita, in coerenza con le caratteristiche dimensionali, demografiche, economiche e urbanistiche dei singoli comuni. Il ruolo dell'ambulato, in Lombardia, dovrà trovare adeguata considerazione, sia in rapporto all'esercizio nei mercati settimanali sia a quello in forma itinerante. A tale scopo si prevede la definizione di un apposito atto di specifica programmazione settoriale, per concorrere alla qualificazione della rete distributiva interessata, con riferimento anche ai centri minori e alle aree urbane periferiche, sia al corretto esercizio dell'attività, con il controllo delle forme di attività abusiva e con la dotazione di idonei servizi di ospitalità locale degli operatori e della loro attività, anche adeguandola maggiormente alle esigenze di tempi e orari differenziati espresse dai consumatori.

## **La rivitalizzazione commerciale dei centri urbani**

Si riscontra la necessità di promuovere azioni pilota, nel corso del triennio di applicazione del Programma, volte ad introdurre anche nel nostro Paese e nella nostra Regione, iniziative integrate di promozione della funzione urbana dei nostri centri, tradizionale patrimonio e sede dell'attività commerciale. Più in particolare vi è la necessità di iniziative che coinvolgano tutte le componenti interessate a questo obiettivo (Ente locale, operatori commerciali singoli e associati, proprietà immobiliari, residenti...) per la definizione e l'attuazione di progetti volti a realizzare interventi concreti e coordinati di promozione delle attività commerciali. L'esperienza del Town Centre Management costituisce un riferimento che potrà essere assunto per l'impostazione e l'attuazione di questa linea di intervento, anche in raccordo con le azioni promosse dalla Regione nell'ambito della legge

regionale 13/2000. Sarà altresì curata l'azione volta ad incentivare la presenza e lo sviluppo di strutture distributive di vicinato e di commercio ambulante, nelle aree oggetto di significativa erosione dell'offerta commerciale locale a seguito dello sviluppo di punti di vendita della grande distribuzione, anche con l'adozione di misure di promozione e incentivo attraverso i programmi previsti dalla l.r. 13/2000.

Un ambito d'azione più specifico, di particolare rilievo per la conservazione e la valorizzazione – sotto vari profili, commerciale, turistico, culturale – di un patrimonio di beni di particolare rilievo culturale, è quello attinente alla tutela dei “negozi storici”. Tali negozi hanno conservato tuttora un'identità d'esercizio del tutto peculiare e caratterizzata da specifici elementi di interesse architettonico e arredi interni che appaiono meritevoli di misure, locali e regionali, di supporto e promozione. La Regione attiva misure di conservazione e di valorizzazione dei negozi storici nell'ambito della previsione di intervento ai sensi della l.r.13/2000. In sede di relativo bando saranno definite le caratteristiche tipologiche e costruttive dei negozi lombardi classificabili “storici” e delle loro pertinenze. L'ammissibilità al finanziamento costituirà riconoscimento di negozio storico ai fini dell'inserimento in apposito elenco regionale dei negozi storici lombardi e comporterà:

- l'inserimento nelle iniziative di promozione culturale e turistica della Regione e degli Enti Locali con particolare riferimento ai percorsi culturali e turistici promossi dalla Regione Lombardia, dagli enti locali e dai musei pubblici e privati;
- priorità di finanziamento nei programmi d'intervento regionale nel periodo di validità del presente Programma
- il vincolo al mantenimento della configurazione edilizia e degli arredi nei successivi 10 anni.

Con atto separato la Giunta Regionale provvederà a definire indicazioni per la proposta da parte dei Comuni di ulteriori esercizi presenti sul territorio da inserire nel suddetto elenco regionale. Nel promuovere nell'ambito delle misure previste dalla l.r. 13/2000 interventi di rivitalizzazione e riqualificazione delle aree urbane, sarà data priorità ai progetti di valorizzazione dello spazio urbano che, in coerenza con le indicazioni del Piano Paesistico Regionale, valorizzano le caratteristiche storiche, architettoniche, ambientali e di arredo urbano garantendo un corretto inserimento nel contesto urbanistico ed edilizio locale.

### **Contenimento dei tassi di mobilità individuale dell'utente**

In rapporto all'obiettivo generale della Regione Lombardia di contenere l'incremento dei tassi di mobilità infraregionale, per conseguire un miglioramento delle condizioni di inquinamento atmosferico all'interno delle aree urbane (si veda il Libro Azzurro della mobilità e dell'ambiente), vi è la necessità di adottare politiche localizzative dei nuovi insediamenti commerciali che – soprattutto nelle zone individuate come di maggior criticità ambientale – contengano lo spostamento su mezzo privato dei consumatori. Risulta quindi da promuovere l'insediamento dei nuovi complessi commerciali in aree servite dal trasporto pubblico. Un'area di specifico intervento potrà essere quella costituita dallo sviluppo di nuovi format commerciali e di servizi nelle stazioni ferroviarie, nelle stazioni delle linee metropolitane, nei parcheggi di attestamento e di interscambio, dove il servizio commerciale si può integrare con i ritmi quotidiani di passaggio di grandi flussi di pendolari.

## **Indirizzi per la qualificazione della media distribuzione**

La rete della media distribuzione rappresenta una componente essenziale per l'equilibrato sviluppo della distribuzione commerciale nel territorio regionale. L'autorizzazione dei nuovi esercizi è di competenza dei Comuni che devono provvedere alla definizione dei criteri da utilizzare in merito. In relazione alle politiche del presente Programma triennale si ritiene necessario che i Comuni provvedano in merito in forme coerenti con gli obiettivi e gli indirizzi generali, e con la loro articolazione territoriale, qui previsti, coordinando puntualmente la programmazione commerciale con le scelte di pianificazione urbanistica. Si richiamano inoltre:

- la necessità che, per gli esercizi appartenenti a questa tipologia di vendita, siano previste modalità di considerazione degli eventuali effetti generati a scala sovracomunale, in particolare negli ambiti montani e della pianura lombarda;
- le opportunità connesse con il recupero di aree urbane dismesse o sottoutilizzate;
- la corretta applicazione delle norme in materia di autorizzazioni commerciali, non consentendo la realizzazione di punti di vendita della grande distribuzione mediante il rilascio di diverse autorizzazioni a punti di vendita di media distribuzione, artificialmente distinti.

Si indica infine la possibilità che, per gli esercizi con superficie di vendita di maggiore estensione, i Comuni prevedano modalità di verifica delle domande per la valutazione degli effetti determinati dai nuovi insediamenti sul contesto locale, nelle diverse componenti commerciali, infrastrutturali ed ambientali. Ai Comuni competerà altresì la definizione di misure atte a promuovere l'integrazione degli insediamenti di media distribuzione con quelli di vicinato, al fine di qualificare e consolidare poli commerciali urbani competitivi e rispondenti alle esigenze dei cittadini.

## **Attenzione alla dotazione commerciale nelle aree di minor densità insediativa**

La riduzione degli esercizi commerciali, con particolare riferimento a quelli che offrono beni di largo consumo, in molti centri rurali e montani della nostra regione, impone la necessità, in ragione di obiettivi generali di conservazione del presidio umano del territorio, di individuare nuove modalità di orientamento dello sviluppo della rete di vendita:

- evitando la localizzazione di insediamenti commerciali eccessivamente concentrati;
- promuovendo la costituzione di punti di vendita integrati con l'esercizio di altre attività di servizio e inseriti in reti distributive organizzate che sostengano la disponibilità delle merci secondo le esigenze presenti;
- sostenendo la presenza di operatori ambulanti;
- prevedendo misure specifiche in ordine ai limiti massimi di superficie per esercizi di vicinato;

## **Integrazione delle politiche di localizzazione commerciale con obiettivi di sviluppo generale dei contesti locali**

Più in generale si ritiene necessario, per la definizione delle politiche locali di sviluppo commerciale e per la localizzazione dei nuovi insediamenti della grande distribuzione, considerare con attenzione il concorso delle stesse all'attuazione di piani e programmi di

sviluppo o atti di intesa perseguiti a livello locale. Tali piani, programmi, atti di concertazione, dovranno essere formalmente assunti al fine di valutarne le modalità di integrazione con le politiche commerciali. Saranno considerati con particolare attenzione, nell'attuazione del presente Programma Triennale, gli atti di intesa assunti degli Enti locali, ai sensi della l.r. 2/2003 Programmazione negoziata regionale e finalizzati alla riqualificazione e valorizzazione degli spazi urbani con caratteristiche di 'centri commerciali naturali'.

### **Sviluppo della qualità progettuale dei nuovi insediamenti commerciali e qualificazione dei poli commerciali extra o peri- urbani (parchi commerciali)**

Sia nelle localizzazioni urbane, sia nelle eventuali localizzazioni extraurbane, i nuovi insediamenti commerciali dovranno presentare un elevato profilo qualitativo nella configurazione architettonica e di inserimento urbanistico, paesistico ed ambientale. Dovranno essere perseguiti canoni progettuali attenti alle specificità del contesto locale, quanto a dimensionamento, condizioni di accesso, tipologie ed elementi architettonici, prevedendo tutte le possibili soluzioni per realizzare le condizioni di massima relazione funzionale e figurativa con il contesto medesimo. I poli commerciali ubicati in zone extra urbane o ai confini di queste dovranno presentare una congrua qualificazione d'insieme, tenuto conto anche della presenza di attrezzature o servizi di natura para-commerciale o di attività economiche di particolare attrattività pubblica ubicate in aree limitrofe. Province e Comuni individuano i comparti territoriali interessati da queste localizzazioni al fine di promuoverne la qualificazione complessiva e la compatibilità con la rete viabilistica e di trasporto. Nuovi insediamenti commerciali previsti in tali zone dovranno attentamente valutare – in sede preventiva – l'effetto generato sul contesto locale in forma cumulata.

### **Elementi innovativi del PTSSC 2003-2005**

Il Programma Triennale 2003-2005 e le relative Modalità attuative – pur confermando l'utilizzo di uno strumento di programmazione quantitativo, tramite la fissazione di obiettivi di presenza e sviluppo delle Grandi Strutture di Vendita nel triennio pari al 5% o al 10% a seconda delle province lombarde, per un totale di 152.356 mq., di cui 50.268 di superficie alimentare e 102.088 di non alimentare – hanno introdotto alcuni elementi fortemente innovativi rispetto al R.R. 3/00:

- indirizzi finalizzati alla predisposizione di azioni e politiche di sviluppo del settore del commercio nel suo complesso e non limitati alla Grande Distribuzione Organizzata;
- indirizzi per azioni finalizzate ad uno sviluppo più equilibrato (anche territorialmente) delle diverse tipologie di vendita con particolare attenzione ai piccoli negozi nei centri storici e negli ambiti montani, anche grazie alla definizione di indirizzi differenti per diversi ambiti territoriali in ragione della morfologia del territorio e di comuni dinamiche socio-economiche, anziché di mere suddivisioni amministrative;
- obiettivi di presenza e di sviluppo delle Grandi Strutture di Vendita accompagnati da altri elementi di valutazione più puntuali degli effetti di impatto sul territorio e sull'ambiente, così da integrare una logica quantitativa con forti componenti, integrate, di valutazione qualitativa delle domande di nuovi insediamenti;
- soglie dimensionali massime per le singole grandi strutture (mq. 15mila di superficie di vendita), così da limitare l'impatto negativo in termini ambientali, territoriali e viabilistici che le strutture maggiori inducono;

- incentivi allo sviluppo delle piccole realtà distributive, tramite la previsione di specifici programmi di agevolazione;
- agevolazioni all'ammodernamento dell'esistente, processo indicato come uno degli obiettivi principali del PTSSC e che porta, ad esempio, alla introduzione di procedure semplificate per gli ampliamenti di grandi strutture esistenti, entro i limiti di 750 mq per una volta nel triennio;
- previsione di indirizzi snelli per i nuovi formati di vendita (*factory outlet center*, centri commerciali integrati a cinema multisala, parchi commerciali, etc.) così da evitare perniciosi vuoti regolamentari rispetto all'evoluzione delle grandi strutture.

### **2.3.2 Il Programma Triennale per lo Sviluppo per lo Sviluppo del settore Commerciale 2006-2008**

Il Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale, è previsto dalla l.r. 23 luglio 1999 n. 14. In particolare, all'art. 3 della stessa l.r. 14/99 si stabilisce che il Programma Triennale (PTSSC), "nel rispetto dei principi di libera concorrenza e di equilibrato servizio alle comunità locali, prevede:

- a) lo scenario di sviluppo del sistema commerciale lombardo, ad orientamento dell'attività di programmazione degli enti locali;
- b) gli indirizzi per lo sviluppo delle diverse tipologie di vendita, indicando in particolare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita, anche con riferimento a differenti ambiti territoriali o urbani;
- c) i criteri generali per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita, in relazione alle diverse tipologie commerciali;
- d) le priorità per l'utilizzo delle risorse finanziarie a disposizione del bilancio regionale;
- e) le indicazioni per la qualificazione e lo sviluppo del commercio all'ingrosso."

L'articolazione del PTSSC segue quindi tali indicazioni, fornendo innanzitutto un quadro delle dinamiche evolutive delle imprese, delle reti e dei sistemi commerciali in Lombardia, sia nell'ottica di ricostruirne e di delinearne le traiettorie di sviluppo a partire dal momento di dispiegamento della potestà regionale in materia (con l'approvazione del Regolamento Regionale 3/00 entrato in vigore il 9 agosto del 2000) sia nel tentativo di prefigurare gli scenari di possibile sviluppo nel triennio interessato dal PTSSC 2006-08.

Alla luce di tale previsione, si può affermare che il PTSSC costituisca l'atto di indirizzo generale per il comparto distributivo in Lombardia. Il PTSSC fornisce difatti gli elementi essenziali per lo sviluppo del commercio al dettaglio in sede fissa, con particolare riguardo per le grandi strutture di vendita, ma si raccorda anche con gli altri strumenti di programmazione finalizzati alla regolamentazione di specifiche reti distributive, che qui pertanto non verranno trattate. In tal senso, il PTSSC fornisce uno scenario di riferimento e si raccorda:

- agli indirizzi generali in materia di commercio al dettaglio su aree pubbliche previsti all'art. 4 dalla l.r. 21 marzo 2000 n. 15;
- agli indirizzi di carattere generale per la programmazione delle attività di somministrazione di alimenti e bevande previsti all'art. 8 della l.r. 24 dicembre 2003 n. 30;
- agli indirizzi regionali in materia di sistemi di diffusione della stampa quotidiana e periodica emanati dal Consiglio regionale ai sensi del d.lgs. 24 aprile 2001 n. 170;

- al programma di razionalizzazione della rete distributiva dei carburanti emanato dal Consiglio regionale in attuazione dell'art. 3, comma 1 della l.r. 5 ottobre 2004 n. 24;
- al programma triennale degli interventi a favore delle micro e delle piccole e medie imprese commerciali di cui all'art. 5 della l.r. 21 marzo 2000 n. 13.

A completamento del PTSSC ed in attuazione delle sue indicazioni, la Giunta regionale emana, ai sensi dell'art. 3 comma 3 della l.r. 14/99, appositi provvedimenti volti a disciplinare la materia commerciale, anche rispetto ai criteri urbanistici per l'attività degli Enti Locali. Il presente PTSSC si colloca in un contesto istituzionale caratterizzato dalla affermazione della potestà legislativa esclusiva in materia di commercio, a seguito della recente riforma della Parte seconda della Costituzione, e nella scia dei precedenti provvedimenti assunti dalla Regione Lombardia. In attuazione del trasferimento di competenze previsto dal d.lgs. 31 marzo 1998 n. 114, la Regione Lombardia ha infatti emanato, nelle materie direttamente disciplinate dal presente Programma Triennale, il Regolamento Regionale 21 luglio 2000 n. 3 e, a seguire, il Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2003-05 approvato con DCR VII/871 del 30 luglio 2003. Atti programmatori che hanno delineato, affermato e sperimentato nel tempo un modello di governo tipicamente lombardo delle dinamiche distributive che qui si assume come punto di partenza, condividendone i postulati strategici e le indicazioni di metodo generale, ma anche ricercandone il continuo sviluppo per compiere un ulteriore salto di qualità, adeguato all'evoluzione del contesto fenomenologico di riferimento. Va infine rilevato che tali atti programmatori, ivi incluso il presente PTSSC, si inseriscono nel quadro legislativo definito in immediata attuazione del d.lgs. 114/98 e quindi precedente, nella sua impostazione generale, alla riforma della Parte Seconda della Costituzione operata con la legge cost. 18 ottobre 2001 n. 3. Si ritiene, pertanto, che il compimento dello sviluppo di tale modello di governo potrà aversi solo a seguito dell'approvazione del Testo Unico delle norme in materia di commercio, mercati e reti distributive, che è tra gli obiettivi del Programma Regionale di Sviluppo dell'VIII legislatura e del DPEFR 2006-08.

### **Indirizzi generali:**

L'incremento della consistenza dell'offerta commerciale complessiva nell'ultimo decennio ha determinato in Lombardia il raggiungimento di uno standard quantitativo per abitante soddisfacente in termini di dato aggregato regionale e provinciale e la disponibilità di un buon assortimento di merci. Per converso, la rete distributiva lombarda necessita di interventi di riqualificazione e di razionalizzazione sia per modernizzare la rete delle strutture di media e grande dimensione, sia per la presenza di situazioni di disomogeneità, squilibrio e polarizzazioni in parte conseguenti alla rapidità dello sviluppo di alcune tipologie di vendita a forte impatto commerciale, territoriale e ambientale che non hanno trovato equilibrio con i sistemi locali. In altre aree del territorio lombardo, si riscontrano situazioni di ritardo dello sviluppo e dell'ammodernamento dei sistemi locali. Ad esempio standard qualitativi e quantitativi molto elevati sono riscontrabili prevalentemente nelle aree centrali e semi centrali dei centri urbani ad elevata attrattività funzionale, mentre nelle aree periferiche e nelle aree agricole e montane, non caratterizzate da consistenti flussi turistici, si rilevano a tratti situazioni di degrado e desertificazione dell'offerta commerciale. Anche la domanda commerciale e le esigenze del servizio sono fortemente differenziate sul territorio, in relazione ai diversi pesi insediativi della popolazione residente ed alla composizione per fasce di età. Su queste problematiche la Regione, nel rispetto dei principi

di libera concorrenza, promuove lo sviluppo e la qualificazione della rete commerciale in Lombardia secondo finalità economiche, sociali, ambientali e territoriali:

- sostiene la competitività del sistema economico lombardo in termini di occupazione e di fatturato anche promuovendo lo sviluppo dei sistemi produttivi locali;
- promuove la qualità della vita negli abitati e nelle aree rurali e montane garantendo un servizio adeguato a tutte le fasce di reddito della popolazione con una ampia gamma di prodotti e di servizi commisurati alle capacità di spesa e di spostamento individuali;
- sostiene la riqualificazione degli esercizi commerciali all'interno dei centri storici dei comuni lombardi;
- promuove la riconversione e l'ammodernamento delle diverse tipologie di vendita secondo modalità sostenibili dall'ambiente limitando al massimo il consumo di suolo libero;
- promuove politiche tese a stabilizzare i rapporti di lavoro, soprattutto per quanto riguarda la manodopera femminile.

Il Programma triennale promuove l'equilibrato sviluppo sul territorio lombardo di tutte le tipologie di vendita e incentiva l'interazione, l'integrazione e la cooperazione tra i diversi formati valorizzando la responsabilità sociale di impresa come leva dello sviluppo.

A tal fine quindi la programmazione dello sviluppo della rete per il triennio 2006-2008 è focalizzata su interventi di:

- qualificazione dell'offerta commerciale per comparti degradati o in ritardo di sviluppo;
- riconversione di strutture commerciali esistenti con interventi di integrazione funzionale e di cooperazione con la rete del commercio locale;
- ristrutturazione e ammodernamento di aree commerciali con presenza di più insediamenti della grande e della media distribuzione che nel loro complesso determinano addensamenti commerciali non strutturati unitariamente e non integrati al contesto (parchi commerciali di fatto);
- qualificazione dell'offerta commerciale di tutti i formati di vendita con particolare attenzione alla loro integrazione nel contesto commerciale, territoriale e ambientale;
- localizzazione della media distribuzione in aree a forte densità abitativa all'interno di progetti di riqualificazione integrata degli spazi urbani e con funzione di locomotori dello sviluppo commerciale locale di vicinato;
- sostegno e riqualificazione della presenza delle attività commerciali e complementari in grado di svolgere un servizio di prossimità, incrementandone il radicamento e la permanenza sul territorio.

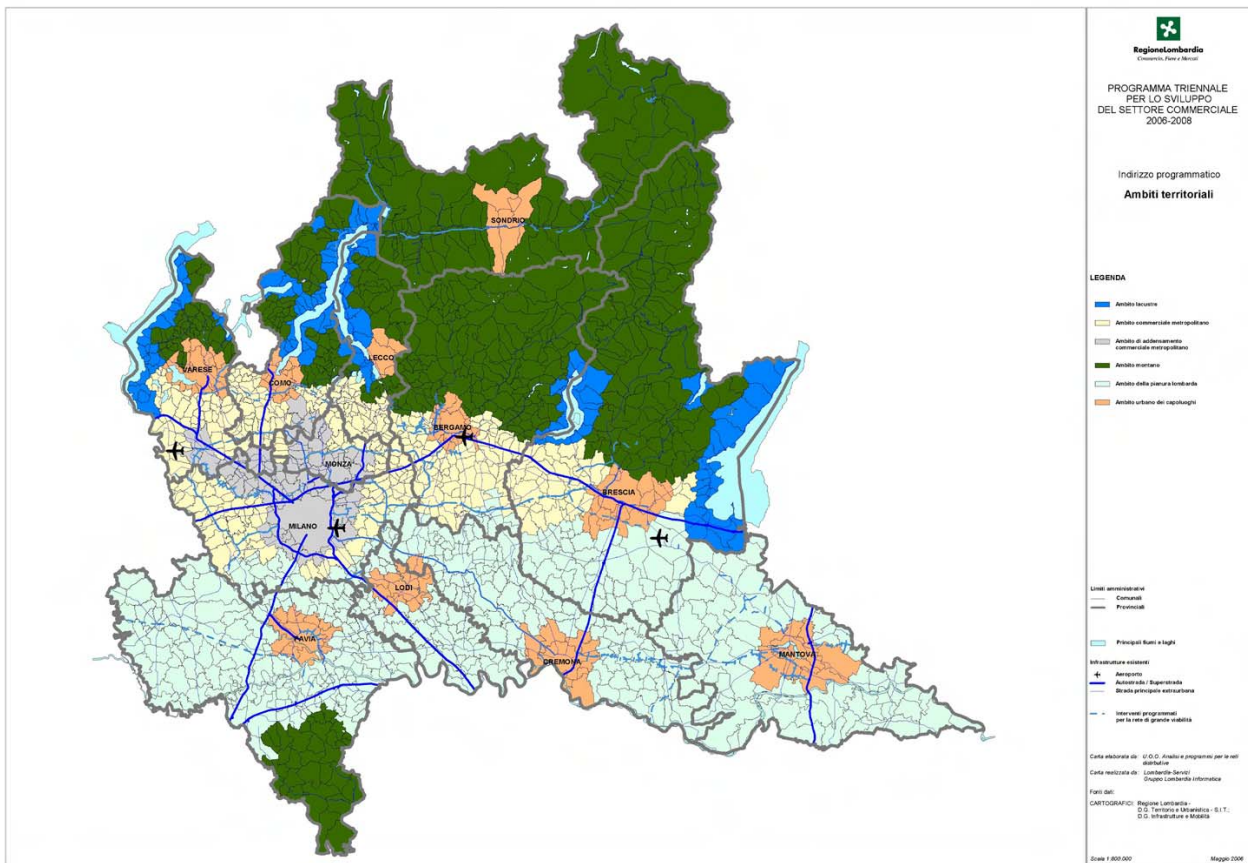


Figura 3 - Ambiti territoriali della Regione Lombardia (scala 1:800.000)



### **2.3.3 Piano Triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio**

Per quanto riguarda le modalità operative incentrate sul tema del commercio, con il Piano Triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio - Modalità per l'attuazione dell'iniziativa "Promozione dei Distretti del Commercio" (d.c.r. n. 527/2008), la regione Lombardia definisce i Distretti del commercio. I Distretti del Commercio sono ambiti territoriali ben individuabili, identificabili come polarità commerciali attrattive a livello infracomunale, comunale o sovracomunale, caratterizzati da un'offerta integrata sul piano della distribuzione ed espressione di una Comunità locale, innanzitutto di imprenditori, capace di integrare al fattore commerciale gli elementi economici, infrastrutturali, culturali e sociali peculiari del territorio. La Comunità locale, insieme al Comune, provvede alla gestione, alla qualificazione e allo sviluppo del Distretto, in una logica di sussidiarietà e di responsabilità collegiale della vitalità del Distretto come risorsa e patrimonio comune. Un Distretto del commercio è quindi fondato, prima di tutto, sulla visione condivisa della necessità biunivoca di qualificare, sviluppare e consolidare la polarità commerciale espressa da quel territorio quale componente essenziale e non accessoria del tessuto sociale di un'area urbana e, d'altro canto di migliorare l'intero contesto urbano per poter valorizzare al meglio il tessuto commerciale che vi è inserito e che vi opera. Regione Lombardia, dunque, promuove, attraverso i Distretti del Commercio, una modalità di intervento sul tessuto urbano integrata, condivisa e concertata tra le parti economiche, politiche e sociali che vi vivono. Avendo esaminato attentamente la pluralità di esperienze e di modelli codificati e sperimentati nei Paesi europei ed extraeuropei più avanzati, oltreché in talune realtà locali italiane, non si ritiene possibile calare dall'alto un modello rigido ed univoco in cui codificare uniformemente i Distretti, esistenti o potenziali, propri della realtà lombarda. Proprio perché consapevoli della poliformità e pluralità di caratteristiche che il contesto territoriale, urbano, antropico ed economico-commerciale assume nella nostra regione, attraverso il presente documento si intende pertanto fornire un approccio ed un metodo di lavoro che accomuni e orienti la nascita dei Distretti del commercio in Lombardia, salvaguardandone la pluralità di espressioni operative.

### **2.3.4 Legge regionale 2 febbraio 2010 - n. 6. Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio**

La Regione Lombardia, come si è detto in precedenza, ha definito il proprio disegno programmatico con due provvedimenti: la legge regionale 6/2010 ed il Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008. La legge regionale 6/2010 è sostanzialmente un provvedimento di indirizzo nel quale vengono precisati finalità e contenuti delle politiche regionali e le competenze dell'articolazione territoriale della programmazione. L'articolo 1 infatti precisa che la Regione si propone di:

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che assicuri sia la migliore produttività del sistema, sia la qualità e l'economicità dei servizi da rendere al consumatore;
- b) integrare la pianificazione territoriale e urbanistica e la programmazione commerciale per un equilibrato ed armonico assetto del territorio e delle diverse tipologie di vendita al dettaglio;
- c) salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale, favorendo un'integrazione armonica degli insediamenti commerciali

con il tessuto urbano esistente, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;

d) valorizzare la funzione commerciale al fine di una riqualificazione del tessuto urbano e dei centri storici;

e) assicurare il rispetto della libera concorrenza favorendo lo sviluppo della presenza delle varie formule organizzative della distribuzione e, all'interno di queste, tra le varie imprese, al fine di garantire un corretto equilibrio tra imprese di diverse dimensioni;

f) agevolare gli insediamenti che prevedono la ricollocazione di piccole e di medie imprese già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali ed il contesto sociale nelle relative aree;

g) assicurare un sistema di monitoraggio riferito all'entità ed alla efficienza della rete distributiva insediata sul territorio;

h) salvaguardare e favorire la rete distributiva delle zone montane e rurali attraverso la creazione di servizi commerciali, anche polifunzionali, al fine di favorire il mantenimento e la ricostituzione del tessuto commerciale;

i) assicurare la trasparenza del mercato, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;

j) garantire la tutela del consumatore con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di aggiornamento, al servizio di prossimità, all'assortimento ed alla sicurezza dei prodotti;

k) favorire l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi.

Ai fini della programmazione della rete distributiva il territorio della Regione Lombardia è suddiviso in ambiti territoriali, tenendo conto della presenza di aree metropolitane omogenee e delle aree sovracomunali configurabili come un unico bacino di utenza allo scopo di consentire la razionalizzazione e la modernizzazione della rete distributiva, controllandone l'impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale. Negli ambiti territoriali la programmazione regionale tiene conto della presenza dei centri storici e dei centri di minore consistenza demografica, prevedendo misure di sviluppo del commercio adeguate alle loro caratteristiche. Gli ambiti territoriali costituiscono il riferimento geografico per la definizione degli indirizzi regionali per l'insediamento delle attività commerciali, tenendo conto degli obiettivi e delle compatibilità di sviluppo dell'offerta in rapporto alla domanda esistente e prevedibile sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo.

I comuni singoli o associati, anche su iniziativa delle associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative per il settore del commercio a livello provinciale, e comunque previo accordo con le stesse e con quelle dei lavoratori maggiormente rappresentative per il settore del commercio a livello provinciale, sentite le associazioni dei consumatori, possono proporre alla Regione l'individuazione di ambiti territoriali configurabili come distretti del commercio, intesi quali ambiti e iniziative nelle quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali. L'ambito territoriale del distretto del commercio è individuato sulla base dei criteri stabiliti dalla Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente. Al fine di valorizzare le caratteristiche peculiari di tali ambiti, soggetti

pubblici e privati possono proporre interventi di gestione integrata per lo sviluppo del contesto urbano di riferimento.

La Regione Lombardia ha inoltre individuato un preciso ruolo della Provincia nella procedura autorizzatoria riconoscendo al voto negativo del rappresentante della Provincia in sede di conferenza di servizi espresso a seguito di una "motivata valutazione derivante da specifiche indicazioni contenute nei provvedimenti programmatori con particolare riferimento al sistema della viabilità, del traffico e delle principali vie di comunicazioni in ambito provinciale" una sorta di diritto di veto a titolo consultivo, mediante l'impegno all'espressione da parte del rappresentante della Regione di un analogo parere non favorevole in merito al rilascio di autorizzazioni per grandi strutture di vendita. Per quanto riguarda le politiche del commercio, pur non esistendo all'interno della nuova legge regionale per il governo del territorio (L.r. 12/2005) specifiche indicazioni sugli adeguamenti urbanistici previsti dalla L.r. 6/2010 e dal Programma Triennale regionale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008, sono da segnalare due ruoli assegnati al Documento di piano e al Piano dei servizi che acquisiscono sia il carattere strategico degli insediamenti commerciali, sia la componente gravitazionale delle attività commerciali:

1) la determinazione da parte del Documento di piano, in coerenza con le politiche per la mobilità, delle politiche di intervento per la residenza, le attività produttive primarie, secondarie e terziarie, ivi comprese quelle della distribuzione commerciale, evidenziando le scelte di rilevanza sovracomunale (art. 8, comma 2 L.R. 12/2005);

2) l'indicazione da parte del Piano dei servizi della tipologia di servizi da assicurare negli ambiti di trasformazione, con particolare riferimento agli ambiti entro i quali è prevista l'attivazione di strutture di distribuzione commerciale, terziarie, produttive e di servizio caratterizzate da rilevante affluenza di utenti (art. 9, comma 7 L.R. 12/2005).

LIVELLO	AZIONI INTRAPRESE
REGIONALE	Implementazione degli Indirizzi generali e dei Criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale (es. Testo unico del Commercio)
PROVINCIALE	In forma volontaristica o prescrittiva (es. Regione Lombardia ed Emilia Romagna), alcune amministrazioni hanno realizzato Piani di settore (anche a indirizzo strategico) e indagini conoscitive sulla rete distributiva a scala provinciale
AMBITO SOVRALocale	Intese e accordi sovracomunali per l'insediamento delle GSV (es. fondo di compensazione territoriale)
COMUNALE	Adeguamenti degli strumenti urbanistici: azione svolta dai Comuni, principalmente di medio-grandi dimensioni, che, in questa fase attuativa, erano in fase di adozione del PRG oppure avevano iniziative di riqualificazione in corso di attivazione e/o aree da trasformare con l'inserimento di medie e/o grandi superfici di vendita.

Tabella 3 - Azioni intraprese nei vari livelli territoriali in ambito commerciale (Fonte PTCP Milano anno 2009)

## **2.4 Il ruolo della Provincia nella programmazione e nelle procedure in materia di commercio**

Il settore della distribuzione commerciale è stato interessato in tempi recenti da una profonda modifica della normativa di riferimento: la legge 426 del 1971 è stata interamente abrogata e sostituita dal decreto legislativo 114/98 ed analoga sorte è toccata ai precedenti provvedimenti regionali.

Non si è trattato di un maquillage legislativo ma di una vera e propria “rivoluzione”, come qualcuno l’ha definita (Luca Pellegrini, *Il Sole 24 ore*, marzo 1998), che ha introdotto due novità sostanziali: il primato dell’urbanistica nei criteri programmatici e nelle procedure autorizzative e la presenza della Provincia nel processo programmatico e decisionale, da esercitarsi attraverso il Piano Territoriale di Coordinamento e i piani di settore.

Si tratta, per quanto attiene la Provincia, di una competenza assolutamente nuova, per il cui esercizio è necessaria la costruzione di una conoscenza settoriale specifica e di un quadro conoscitivo aggiornato e attendibile. A fronte della genericità del ruolo della Provincia nel settore commerciale definita dal DLgs 114/98 (la partecipazione alla conferenza di servizi per il rilascio di autorizzazioni per grandi strutture di vendita) la Regione Lombardia ad esempio ha attribuito all’ente intermedio una precisa funzione programmatica, quale condizione propedeutica alla partecipazione al procedimento (espressione di voto in sede di conferenza di servizi). Secondo la legge regionale 6/2010, infatti, i Piani Territoriali di Coordinamento della Province debbono definire disposizioni in materia di grandi strutture di vendita, tenuto conto degli obiettivi indicati dal programma triennale regionale. Tale adempimento era richiamato dal regolamento regionale 3/2000 (articolo 7, comma 7), con una facoltà estensiva: l’articolo 4 precisa che le Province “possono” con i Piani Territoriali di Coordinamento definire indicazioni concernenti lo sviluppo del sistema distributivo con particolare riferimento al sistema della viabilità, del traffico e delle principali vie di comunicazione in ambito provinciale. A tali indicazioni, qualora formulate, debbono attenersi i Comuni nell’adeguamento dei propri strumenti urbanistici. In considerazione della differente tempistica attuativa dei due provvedimenti, Piano Territoriale di Coordinamento ed adeguamento degli strumenti urbanistici comunali, il regolamento regionale 3/2000, ha stabilito che, in assenza del Piano Territoriale di Coordinamento, le varianti di adeguamento dei piani urbanistici comunali concernenti le grandi strutture di vendita siano trasmesse, dopo l’adozione e contestualmente al deposito, alla Provincia al fine di consentire la presentazione di osservazioni nei termini di legge.

Oltre a questi compiti programmatici e procedurali la funzione della Provincia viene evidenziata dal regolamento regionale a proposito del supporto di tipo conoscitivo che essa può fornire a Regione e Comuni, sia in sede di Osservatorio Regionale (articolo 2, comma 2) sia per quanto attiene all’adeguamento dei Prg qualora venga previsto un insediamento di grandi strutture di vendita (articolo 5, comma 2). Un’ultima funzione attribuita alla Provincia riguarda l’individuazione degli ambiti territoriali a rilievo artistico (articolo 45), ai fini del loro inserimento nelle aree ad economia turistica, soggette a normative particolari in materia di orari dei negozi.

### **2.4.1 Il ruolo della provincia di Milano in materia commerciale**

Il commercio è stato preso in considerazione in misura via via maggiore nella strumentazione urbanistica e nelle politiche territoriali in modo esplicito a partire dalla “Riforma Bersani” del marzo 1998, che ha sollecitato l’integrazione tra programmazione commerciale e pianificazione del territorio. In realtà le connessioni tra dinamiche delle

attività commerciali e trasformazioni del territorio sono apparse chiare a chi si occupa di pianificazione territoriale soprattutto quando anche in Italia hanno cominciato a svilupparsi i formati “moderni” del commercio con le loro grandi superfici, svincolando queste attività dal tradizionale stretto legame con la città densa e multifunzionale e proponendo il nuovo sistema di offerta a bacini di gravitazione dei consumatori sempre più allargati.

La Provincia di Milano, uno dei territori più dinamici del paese in termini di sviluppo economico e di trasformazioni territoriali, è stata interessata dalla localizzazione di medie e grandi superfici commerciali, spesso integrate in polarità plurifunzionali, che hanno velocemente portato alla configurazione di un sistema di offerta molto ricco anche al di fuori del forte cuore metropolitano di Milano città, che anche dal punto di vista commerciale continua ad emergere in termini di assoluta rilevanza, quantitativa e qualitativa. Le radiali storiche che collegano Milano con il territorio metropolitano ed oltre, ed in particolare alcune di esse - la Valassina, la Vigevanese, la via Emilia - sono oggi sottolineate da sequenze quasi continue di strutture commerciali di varia dimensione e tipologia di offerta, ma grandi e medie superfici hanno trovato allocazione anche sulla rete minore della viabilità ed in contesti demografici di scarsa consistenza. Il commercio muove risorse economiche molto importanti e di questo i comuni sono consapevoli, al punto di incoraggiare in buona parte dei casi la localizzazione di medie e grandi strutture nel loro territorio. Negli ultimi anni, quando anche la spinta delle attività terziarie - dopo quelle manifatturiere - si è indebolita, la localizzazione di superfici commerciali o di strutture per il tempo libero che spesso sono ad esse integrate come i multiplex, sono state viste dagli operatori immobiliari e dagli operatori del settore come un campo molto redditizio di investimento e, dal punto di vista degli amministratori locali, come una fonte di risorse economiche sia per la realizzazione di programmi infrastrutturali e microurbanistici, ma persino per la copertura dei costi della gestione corrente. D'altra parte, la realizzazione di superfici commerciali, soprattutto di grandi o grandissime dimensioni, non è indifferente rispetto al territorio in cui si colloca, anzi è generatrice di effetti molto importanti, sia di tipo fisico - primo fra tutti l'impatto sulle reti di viabilità e sul paesaggio - sia di tipo socioeconomico, con esternalità positive (generazione di risorse economiche che attraverso l'ici si protraggono per anni, creazione di posti di lavoro) e negative, legate al frequente innescarsi di processi di indebolimento del commercio di prossimità. Il ruolo della Provincia di Milano è inteso come ruolo strategico e non direttamente regolativo, da esplicarsi attraverso azioni di indirizzo nei confronti dei Comuni, di sollecitazione di intese per attivare o rafforzare forme di cooperazione tra Comuni, di sostegno a programmi anche specifici finalizzati a promuovere uno sviluppo equilibrato delle varie forme di offerta commerciale, nel quadro degli obiettivi più generali di sviluppo sostenibile del territorio. Un Piano di Settore del Commercio, ad indirizzo strategico, è pertanto un possibile tassello di una politica territoriale di scala provinciale più ampia, che vede nell'adeguamento del PTCP, in fase di definizione, il suo naturale coordinamento. Questa specifica analisi è stata condotta per aiutare a orientare e qualificare i complessi fenomeni che in questi anni hanno caratterizzato e caratterizzano le rilevanti trasformazioni in atto, oltre che per valutare l'insediamento e la programmazione commerciale in modo sempre più integrato con la pianificazione territoriale. Il commercio è una delle componenti che, insieme alle attività di intrattenimento e a quelle collegate al tempo libero, crea sistemi in forte concorrenza sul territorio determinando nuove e differenti occasioni di insediamento e trasformazione territoriale che, oltre a generare effetti socioeconomici positivi, creano pesanti impatti territoriali - soprattutto in termini di paesaggio, consumo di suolo, pressione sulle reti infrastrutturali e della mobilità - che necessitano di essere attentamente governati. Il quadro metropolitano delineato all'interno dell'indagine condotta dal Politecnico (UrbCom), mette

in evidenza proprio la dimensione sovracomunale del settore e la necessità di forti azioni di coordinamento per definire le localizzazioni e per governare gli effetti degli insediamenti. L'analisi contiene nello specifico:

- Un'indagine interpretativa della geografia dell'offerta commerciale e delle criticità/potenzialità del sistema distributivo a scala provinciale, attraverso l'individuazione di 6 sub-aree con specifici caratteri di localizzazione, consistenza, dinamicità e criticità delle attività commerciali;
- Un approfondimento dedicato al sistema reticolare del Vimeratese;
- La strutturazione di strategie/azioni di carattere socioeconomico, ambientale e territoriale per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita sul territorio;
- Una rassegna internazionale di casi rappresentativi del commercio urbano ed extraurbano, delle modalità distributive sia tradizionali sia più recenti che si dimostrano interessanti per la qualità microubanistica e architettonica e per gli aspetti gestionali innovativi;
- La sperimentazione del ruolo della Provincia come soggetto promotore di intese di carattere sovracomunale. Gli esiti dell'approfondimento dedicato al commercio sono pubblicati nel volume "Il commercio nella Provincia di Milano. Geografia e indirizzi strategici per un Piano di settore" della collana dei Quaderni del Piano territoriale (Quaderno n. 27).

Attraverso la piattaforma telematica "Progetto Dati" i Comuni possono scaricare il database relativo alle grandi strutture di vendita esistenti e autorizzate localizzabili puntualmente su cartografia.

#### **2.4.2 Il ruolo della provincia di Bergamo in materia commerciale**

Con il piano territoriale di coordinamento provinciale, di seguito denominato PTCP, la provincia di Bergamo definisce, ai sensi e con gli effetti di cui all'articolo 2, comma 4, gli obiettivi generali relativi all'assetto e alla tutela del proprio territorio connessi ad interessi di rango provinciale o sovracomunale o costituenti attuazione della pianificazione regionale; sono interessi di rango provinciale e sovracomunale quelli riguardanti l'intero territorio provinciale o comunque quello di più comuni. Il PTCP è atto di indirizzo della programmazione socio-economica della provincia ed ha efficacia paesaggistico-ambientale per i contenuti e nei termini di cui ai commi seguenti:

1) In materia di insediamenti commerciali di media e grande distribuzione si dovrà porre particolare rilievo alla valutazione della compatibilità territoriale e ambientale, dell'idoneità del sistema viario e dei trasporti ma anche della specificità delle attività previste all'interno di ciascun insediamento.

2) In particolare dovrà essere posta attenzione agli aspetti inerenti:

- La concentrazione abitativa, la concentrazione già presente di medie e grandi strutture di vendita con la valutazione degli aspetti critici esistenti, l'impatto economico-sociale anche riferito ai Comuni contermini, l'incidenza in generale sull'intera area di influenza.

- Dovrà essere effettuata una specifica indagine sulla rete viaria, sulle caratteristiche dei flussi di traffico (matrice origine, destinazione) e attraversamento del contesto urbano (del proprio Comune o Comuni limitrofi), l'accessibilità ai vari settori, che deve documentare, ricorrendo eventualmente a modelli matematici di simulazione, sia lo stato di criticità della rete infrastrutturale esistente sia l'incidenza sulla stessa rete dell'indotto derivante dagli insediamenti programmati.

Relativamente alla rete di grande comunicazione e sugli assi di grande scorrimento urbano ed extraurbano dovranno escludersi localizzazioni:

- Di insediamenti in prossimità di nodi di traffico della viabilità primaria al fine di non turbare la circolazione veicolare;
- Di strutture che prospettano sullo stesso asse viario.

3) Dovrà inoltre escludersi l'uso delle fasce di rispetto stradale per il reperimento degli spazi a parcheggi funzionali all'impianto commerciale, da destinare invece ad interventi di riqualificazione ambientale.

4) Dovrà essere verificata la compatibilità con la programmazione infrastrutturale della Provincia.

5) In caso di vicinanza dell'insediamento al contesto urbano dovranno essere realizzati i relativi collegamenti ciclo-pedonali protetti.

6) Sarà da privilegiare la prossimità con le attestazioni alle reti di trasporto collettivo che potrà mitigare l'impatto sulla rete viaria esistente, a tal fine in presenza di insediamenti commerciali di una certa rilevanza il Comune potrà valutare l'opportunità di creare un servizio di trasporto collettivo, con il coinvolgimento anche economico dell'operatore privato.

7) Qualora l'insediamento sia in prossimità di aree urbane o il flusso di traffico attraversi contesti abitati, bisognerà valutare con particolare attenzione anche l'inquinamento e in generale la qualità della vita degli abitanti vicini, in caso di compatibilità dovranno mitigarsi gli effetti negativi, con interventi di arredo urbano, sistemazione a verde pubblico, prevedere l'interramento dei parcheggi, il tutto con l'intento di favorire l'insediamento nel contesto esistente, anche attraverso una progettazione architettonica di qualità.

8) La Provincia, col concorso di tutti gli altri soggetti, intende co-governare, con l'attenzione necessaria, lo sviluppo e la localizzazione di tali strutture per non determinare ulteriori aggravii a situazioni che già contengono elementi di criticità quali:

- strade già congestionate o potenzialmente congestionabili dal traffico indotto dall'insediamento;
- pesante incidenza sul territorio e paesaggio circostante;
- pesanti squilibri nel tessuto economico.

Rispetto a tali criticità si potranno proporre con appositi tavoli di concertazione azioni finalizzate ad uno sviluppo commerciale controllato e armonico, in aderenza e coerenza con le politiche della mobilità anche con riferimento al sistema dei trasporti pubblici ed in particolare:

- prevedendo un'attenzione particolare al fenomeno della rilocalizzazione, del dimensionamento e dei settori merceologici, tenendo anche conto del grado di saturazione e congestionamento di talune aree.

### **2.4.3 Il ruolo della provincia di Brescia in materia commerciale**

La provincia di Brescia durante la revisione del Piano di Coordinamento provinciale ha redatto norme, modalità e linee guida per la pianificazione di studi di settore e operazioni di distribuzione logistica del commercio. I paragrafi che seguono daranno una cronologia degli eventi che hanno portato alla formazione delle norme esistenti e successivamente entreranno nel merito degli strumenti urbanistici, le norme e le regole che sono indispensabili per la regolazione della pianificazione dello studio della distribuzione commerciale. Il ruolo della Provincia di Brescia nella programmazione e nelle procedure in materia di commercio viene notevolmente accresciuto dalle norme regionali, che le hanno attribuito una precisa funzione programmatica. Infatti, i Piani Territoriali di Coordinamento debbono definire disposizioni in materia di grandi strutture di vendita, tenuto conto degli obiettivi indicati dal Programma triennale regionale. In particolare le Province, con i PTC, possono definire indicazioni concernenti lo sviluppo del sistema distributivo, con particolare riferimento alla viabilità, al traffico ed alle principali vie di comunicazione in ambito provinciale. A tali indicazioni, qualora formulate, debbono attenersi i Comuni nell'adeguamento dei propri strumenti urbanistici. In considerazione dei differenti tempi di attuazione dei due provvedimenti, PTC ed adeguamento degli strumenti urbanistici comunali, il Regolamento regionale n. 3/2000, ha stabilito che, in assenza del Piano Territoriale di Coordinamento, le varianti di adeguamento dei piani urbanistici comunali concernenti le grandi strutture di vendita siano trasmesse, dopo l'adozione e contestualmente al deposito, alla Provincia al fine di consentire la presentazione di osservazioni nei termini di legge. La raccolta dei dati sull'evoluzione e sullo stato di fatto della rete distributiva bresciana, sistematizzati ed elaborati ai diversi livelli territoriali (Comuni, Sistemi Urbani Sovracomunali, grandi aree, Provincia), merceologici (alimentari e non alimentari) e tipologici (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita, supermercati, ipermercati, grandi magazzini, centri commerciali) dovrà essere mantenuta nel tempo ed implementata, dando vita ad un vero e proprio Osservatorio sul Commercio, come strumento di monitoraggio e conoscenza a disposizione non solo dell'azione programmatica della Provincia ma anche delle realtà associative, professionali, istituzionali, delle imprese e degli studiosi del settore. Esso dovrà costituire un valido momento di interrelazione con l'attività dell'Osservatorio Regionale.

### **2.4.4 La scala comunale della programmazione**

La recente approvazione di provvedimenti legislativi a scala nazionale e regionale, sia in ambito della tutela della concorrenza nel settore della distribuzione commerciale e della programmazione commerciale a scala vasta, sia in ambito urbanistico regionale, ha definito un quadro di politiche e di strategie di intervento orientato a valutazioni di tipo qualitativo e di impatto, dove si prende atto sia della perdita di efficacia di una programmazione fondata sulla definizione di limiti quantitativi di sviluppo, sia che, spesso, i confini territoriali dei mercati commerciali non coincidono con i confini amministrativi di Comuni e Province ma sono determinati dalla concentrazione spaziale della domanda e dalla sua mobilità.



## La legge regionale lombarda per il governo del territorio: le indicazioni per il settore del commercio e per i PGT comunali

Per quanto riguarda le politiche del commercio, pur non esistendo all'interno della legge regionale lombarda per il governo del territorio (L.R. 12/2005) specifiche indicazioni sugli adeguamenti urbanistici (previsti dalla L.R. 14/1999 e dal Programma Triennale regionale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008), sono da segnalare due ruoli assegnati, in particolare, al Documento di piano e al Piano dei servizi che acquisiscono sia il carattere strategico degli insediamenti commerciali, sia la componente gravitazionale delle attività commerciali:

A) la formulazione da parte del Documento di Piano, in coerenza con gli obiettivi a valenza strategica prefissati e con le politiche della mobilità, di specifiche politiche di intervento e linee di azione per la residenza e per le attività produttive (primarie, secondarie e terziarie), con particolare attenzione alle politiche da attivare per il settore della distribuzione commerciale (art. 8, comma 2, lettera c).

B) l'indicazione da parte del Piano dei servizi della tipologia di servizi da assicurare negli ambiti di trasformazione, con particolare riferimento agli ambiti entro i quali è prevista l'attivazione di strutture di distribuzione commerciale, terziarie, produttive e di servizio caratterizzate da rilevante affluenza di utenti (art. 9, comma 7).

COMPONENTI PGT COMUNALI	CRITERI E INDIRIZZI IN MATERIA DI COMMERCIO
<b>Documento di Piano</b>	la costruzione del quadro conoscitivo del territorio comunale (art. 8, comma 1, lett. 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, lett. 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, lett. 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, lett. c) ed e), da evidenziare specificamente
	la valutazione ambientale e paesistica delle strategie e delle azioni di piano
<b>Piano dei Servizi e Piano delle Regole</b>	la necessità di integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature di interesse generale offerte alla popolazione locale. La necessità di coerenza delle 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
<b>Strumenti attuativi di pianificazione comunale e atti di Programmazione Negoziata con valenza territoriale</b>	concreto inserimento territoriale, paesistico ed ambientale della progettazione dei nuovi insediamenti e l'eventuale valutazione di impatto ambientale

Tabella 4 - Criteri e indirizzi in materia di commercio<sup>3</sup>

<sup>3</sup> La legge regionale lombarda per il governo del territorio: le indicazioni per il settore del commercio e per i PGT comunali (Politecnico di Milano – UrbCom)

Nei successivi Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale regionali (redatti ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge regionale 23 luglio 1999, n. 14, Deliberazione Consiglio regionale 13 marzo 2007 – n.8/352) e nei Criteri urbanistici per l'attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale (D.G.R. n. 8/5913 del 21 novembre 2007, BURL n. 49 del 3 dicembre 2007 S.O.) vengono approfonditi ruoli e contenuti delle diverse componenti del PGT lombardo:

COMPONENTI PGT COMUNALI	CONTENUTI IN MATERIA DI COMMERCIO
<p><b>Documento di Piano</b> <b>Quadro conoscitivo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Indagini conoscitive di carattere urbanistico e commerciale sulla struttura commerciale articolate con riferimento al contesto urbano comunale e al contesto territoriale sovracomunale</li> </ul>
<p><b>Documento di Piano</b> <b>Strategie</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Integrazione con Piano Triennale delle Opere Pubbliche, Piano Urbano del Traffico, Piano dei Tempi e degli Orari</li> <li>○ Criteri di localizzazione: valutazione della compatibilità tra le aree di possibile insediamento e le tipologie distributive, con riferimento agli specifici contesti urbanistici</li> </ul>
<p><b>Piano delle Regole</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <u>NEGOZI STORICI</u>: Individuazione e previsione di adeguata disciplina urbanistica dei negozi storici e delle aree di concentrazione di attività commerciali consolidate nel tempo finalizzata alla salvaguardia delle caratteristiche tipologiche ed architettoniche delle strutture edilizie</li> <li>○ <u>COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE</u>: Riconoscimento de misure inerenti la localizzazione dei mercati e delle aree per la sosta degli operatori commerciali ambulanti, ovvero all'adeguamento e modernizzazione delle sedi già deputate a tali attività</li> </ul>
<p><b>Piano dei Servizi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Valutazione dell'opzione di prevedere realizzazione di parcheggi non più in aree fortemente centrali, bensì in zone esterne ai nuclei di antica formazione e agli ambiti centrali urbani consolidati</li> </ul>

Tabella 5 - Contenuti in materia di commercio<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Speciale PGT & Servizi commerciali  
([http://webdiap.diap.polimi.it/Lab/UrbeCom/Lombardia/PGT\\_Commercio](http://webdiap.diap.polimi.it/Lab/UrbeCom/Lombardia/PGT_Commercio))

## 2.5 Il caso della provincia di Brescia: lo stato di fatto e le conoscenze disponibili

Il commercio al dettaglio occupa grandi numeri nella statistica del settore: a questa forma di vendita sono riconducibili oltre il 55% delle unità locali operanti nel comparto (composto anche dall'ingrosso, dagli intermediari, dai pubblici esercizi ed alberghi), che significa circa 16.000 punti vendita sulle 30.000 unità locali. Un'evoluzione consistente rispetto al censimento del 1951 quando sotto la voce "commercio al dettaglio" furono rilevate nella provincia di Brescia 9.721 aziende con 18.756 addetti.

Le imprese commerciali hanno quasi raddoppiato la loro consistenza, a fronte di una crescita della popolazione, di poco superiore ad un quinto di quella esistente a tale data. Un analogo incremento ha avuto il numero delle persone occupate, passate dalle 19.000 del 1951 alle attuali 40.000. Sotto il profilo della densità commerciale (numero di abitanti per ogni negozio) Brescia non si discosta più di tanto dal dato nazionale, registrando un valore di 70 abitanti per ogni punto vendita. Il raffronto con l'Europa può comunque essere utile: la Francia si colloca attorno alla soglia dei 100 abitanti per negozio mentre la Germania arriva ad un punto vendita ogni 180 abitanti. La "polverizzazione", termine tecnico con il quale si definisce la diffusa presenza di esercizi commerciali, è un dato che permane nel panorama distributivo bresciano, nonostante (come si vedrà successivamente) la consistenza della grande distribuzione si sia invece collocata su livelli europei. Nella difficoltà di reperire dati di assoluta attendibilità nel settore della distribuzione (le differenze tra fonti ministeriali, camerale e comunali sono "incredibili" sotto il profilo statistico) è utile rifarsi alle "fonti ufficiali" della rilevazione statistica, i censimenti decennali, che presentano un dato di omogeneità metodologica e, forse, la maggiore attendibilità, nei quarant'anni che vanno dal 1951 al 1991 il commercio al dettaglio bresciano ha segnato un trend in continua crescita complessiva: i punti vendita passano da 9.721 a 18.809, gli addetti da 18.756 a 38.500. Si tratta di valori già di per sé stessi significativi che danno la dimensione dell'ampia articolazione territoriale e tipologica del servizio commerciale nell'area bresciana. I dati odierni (al terzo trimestre 2000), ricavati da fonte camerale (Infocamere), con le cautele di cui si diceva poc'anzi, indicano in circa 16.000 unità la consistenza del settore distributivo al dettaglio.

### 2.5.1 Le fasi dell'evoluzione quantitativa

Analizzando il percorso evolutivo della rete commerciale in rapporto alle varie fasi del quadro normativo si ricavano una serie di utili elementi.

In primo luogo (fino agli anni '70) l'esplosione quantitativa: dai circa 10.000 punti vendita del 1951 (dei quali 6.500 alimentari) si giunge ai 18.000 c.a. del 1971. Il consolidarsi del sistema economico, unito al fenomeno dell'inurbamento, crea le condizioni per la crescita delle funzioni commerciali: la legislazione liberistica vigente, con disposizioni orientate unicamente sui piccoli esercizi, favorisce questa diffusione del servizio commerciale che, proprio in assenza di norme in merito, sorge all'insegna della mancanza di specializzazione, della riconversione professionale, del disordine localizzativo (i piani terra degli edifici).

Seconda fase: la riconversione merceologica e localizzativa. L'attuazione dei dettati della legge 426/71 genera un rallentamento dei ritmi evolutivi del settore: i punti vendita passano dai 18.000 c.a. del 1971 ai 19.000 c.a. del 1991. Sotto il profilo merceologico si assiste ad una marcata diversificazione dei trend: in contrazione i negozi alimentari (dalle 9.000 c.a. unità del 1971 alle 6.000 c.a. unità del 1991), in sensibile crescita i non alimentari (da 9.000 c.a. a 13.000 c.a.). Le normative in materia di superfici minime e di tabelle

merceologiche impongono una progressiva specializzazione delle attività di vendita, mentre la pianificazione degli insediamenti privilegia le zone urbane a tipica vocazione commerciale: i centri storici.

Dalla fine degli anni '80 il numero dei punti vendita inverte il trend evolutivo che risulta caratterizzato da una tendenza alla riduzione che, a differenza del passato, interessa entrambi i settori merceologici. A fine '99 risultavano attivi nella provincia di Brescia poco più di 16.000 c.a. negozi, solo 4.000 c.a. dei quali specializzati nella vendita di prodotti alimentari. L'effetto della deregulation legislativa introdotto dal decreto ministeriale del 1988 e dai provvedimenti attuativi del 1992 e 1996, ha accresciuto le possibilità di tensione concorrenziale interna. A questo effetto normativo si sono evidentemente aggiunti gli effetti della più grave crisi dei consumi registrata nell'ultimo trentennio: nel 1992-1993 la spesa delle famiglie perde in termini reali circa 5 punti percentuali.

Sintomi di ripresa si avvertono nel corso dell'ultimo anno grazie alla nuova disciplina introdotta dal DLgs 114/98 che di fatto ha liberalizzato l'attivazione dei piccoli punti di vendita (definiti "esercizi di vicinato"): il saldo tra aperture e chiusure di attività si presenta infatti nei primi tre trimestri del 2000 vicino allo zero, a differenza dell'ultimo quinquennio nel quale ogni anno si chiudeva con un saldo negativo variabile tra le 300 e le 400 unità.

Il commercio bresciano ha mantenuto tuttavia una costante: quella di essere un'impresa costruita sull'impegno personale del titolare e della sua famiglia. Nel 1951 il 93% dei punti vendita non occupava più di due addetti. Nel 1991 tale percentuale si è solo sensibilmente ridotta, interessando poco più dell'80% dei negozi. I dipendenti costituivano quarant'anni fa il 14,7% degli addetti nel commercio al dettaglio, oggi rappresentano il 22,5%.

Ancora oggi il 44% dei punti vendita è gestito da una sola persona. Il tema occupazionale è comunque uno dei dati positivi che hanno accompagnato l'evoluzione del commercio in tutti questi decenni.

### **2.5.2 I primi passi della grande distribuzione**

I condizionamenti normativi hanno agito in modo particolarmente evidente sulle strutture distributive di maggiori dimensioni: la loro autorizzabilità è infatti affidata ad un complesso processo che coinvolge diversi soggetti, dal Comune alla Regione.

Le prime esperienze di grande distribuzione a Brescia risalgono agli anni '60. Il fenomeno si sviluppa con due caratteristiche diversificate: nelle vie centrali della città aprono i battenti due grandi magazzini: UPIM e STANDA. La tipologia adottata, il grande magazzino, non avrà molto seguito nella nostra provincia: a fine 2000 sono solamente 6 le attività di questo tipo presenti nella nostra realtà, anche se l'area privilegiata per tali insediamenti rimane quella del centro storico della città (3 su 6).

L'altra faccia della grande distribuzione bresciana vede protagonisti operatori bresciani del commercio locale (Italfrutta e Colmark, oggi Auchan-Rinascente) che compiono il salto di qualità passando dal tradizionale negozio sotto casa al supermercato di quartiere.

Gli anni '70 si aprono con una presenza di 7 grandi magazzini e di 19 supermercati, per la grande maggioranza concentrati nel Comune capoluogo e di dimensione modesta. Il punto di svolta per la grande distribuzione bresciana si sviluppa verso la metà del decennio con l'apertura delle due Città Mercato di Concesio e Roncadelle.

Si tratta di una novità assoluta nel panorama nazionale: basti pensare che nel 1975 gli ipermercati in tutta Italia erano cinque, due di essi localizzati nella nostra provincia.

È una presenza destinata a condizionare il commercio bresciano che sviluppa un livello concorrenziale al quale gli altri gruppi hanno dovuto ricercare risposte adeguate. Per la prima volta si sposta il baricentro delle gravitazioni commerciali: il centro città non è più la

sede privilegiata degli insediamenti commerciali. A tale localizzazione sono possibili alternative, anzi, sono necessarie se si vuole rispondere alla "fame" di consumi che dal consumatore motorizzato comincia a provenire. L'ubicazione di tali strutture, a ridosso dei confini della città e su due importanti assi di penetrazione veicolare, è evidentemente dettata da ragioni di tipo commerciale, ma anche dai diversi vincoli (e atteggiamenti) amministrativi esistenti tra il Comune capoluogo ed i territori dell'hinterland. Le dimensioni delle due strutture, alle quali si affiancherà una terza, realizzata dal gruppo COLMARK a Rovato, superano i 5.000 mq. di superficie destinata alla vendita. Verso la fine degli anni '70 alla grande superficie despecializzata di affiancheranno una serie di piccoli negozi specializzati e di attività di servizio, prefigurando le prime limitate esperienze di "centro commerciale". Prende così forma il modello organizzativo che fino alla fine degli anni '80 connoterà la rete commerciale bresciana: il centro storico della città, caratterizzato dalla funzione dei piccoli negozi che pongono in vendita i beni più specializzati e le merceologie non alimentari; i grandi assi stradali di penetrazione alla città per le grandi superfici di vendita, che offrono i cosiddetti prodotti grocery (alimentari e articoli per la pulizia della casa e della persona) ed il non alimentare despecializzato e di medio/basso livello; i quartieri della città ed i medi centri della provincia per i supermercati (esclusivamente caratterizzati per i prodotti alimentari) ed i negozi tradizionali per tutte le merceologie. La crescita della grande distribuzione prosegue a ritmo serrato nella seconda metà degli anni '70 soprattutto nella tipologia del supermercato che si accredita in modo definitivo presso le famiglie bresciane: le unità di vendita si triplicano, passando dalle 19 del 1971 alle 60 del 1981, mentre sostanzialmente stabile resta il numero dei grandi magazzini (7), esposti anch'essi alla concorrenza degli ipermercati fuori città. La programmazione commerciale dettata dalla legge 426/71 agisce in questa prima fase come fattore propulsivo individuando le zone periferiche delle città come habitat ideale per un servizio di prossimità e dosando gli insediamenti (generalmente mai più di una struttura) nei medi centri urbani. Anche la prima metà degli anni '80 risulta caratterizzata dal proseguire della diffusione del supermercato: si consolida la presenza dei due gruppi bresciani con una ramificazione della loro presenza nei principali centri della provincia, affiancata tuttavia da una serie di iniziative di imprenditori locali che trovano nell'adesione a catene d'acquisto nazionali. Al 1985 i supermercati bresciani registravano una consistenza di 87 unità di vendita.

### **2.5.3 L'allentamento dei vincoli**

È in questo periodo che maturano tuttavia i progetti destinati ad imprimere al percorso della grande distribuzione bresciana la seconda svolta. Raggiunta ormai una ampia ed articolata distribuzione territoriale che ha affrontato con successo il mercato di prossimità (l'acquisto conveniente a poca distanza dalla residenza) la grande distribuzione affronta la sfida con i poli di gravitazione principali della nostra provincia: le due Città Mercato di Concesio e Roncadelle ed il centro storico della città. Promotori di questa fase dell'evoluzione sono principalmente i gruppi nazionali Ad essi si affianca, con una scelta tipologica che caratterizzerà il suo impegno in tutti gli anni '90, il gruppo bresciano Italfrutta. La formula prescelta è quella del centro commerciale, un insieme di punti vendita, trainato da una o più "locomotive", grandi superfici del dettaglio alimentare, che si propone come un habitat funzionale e piacevole per l'acquisto non solo di prodotti di largo consumo.

Nella seconda metà degli anni '80 aprono nel capoluogo 4 centri commerciali ed a Rezzato il gruppo francese Continente inaugura un ipermercato di 5.500 mq. con galleria. Si tratta di un ampliamento di offerta commerciale straordinaria per un periodo temporale di breve

durata (l'anno 1987) che parrebbe produrre una situazione di "saturazione" in questo settore. Ma così non avviene: dagli 87 supermercati del 1985 si arriva ai 110 del 1990, nonostante il salto dimensionale e tipologico delle nuove aperture. Sono gli anni nei quali il Comune di Brescia completa il potenziamento della rete di servizi nelle periferie urbane, mentre la Regione Lombardia allenta i vincoli di contingente sulle nuove autorizzazioni.

Il mercato sembra orientarsi su due precisi livelli: la prossimità, terreno privilegiato dei cosiddetti "indipendenti" (imprenditori commerciali locali che ampliano e trasferiscono i propri negozi di tipo tradizionale), e l'attrazione, settore di intervento dei gruppi nazionali e di quelli locali, dotati di una adeguata dimensione. Si diffonde in questo periodo la tipologia di centro commerciale: iniziative di questo tipo sorgono a Orzinuovi, Montichiari, Salò, Desenzano, Cavardo, fino a giungere alle attuali 24 realtà operanti.

Gli anni '90, nei quali la deregulation normativa si afferma, prosegue il trend evolutivo con tre fenomeni coglibili in modo netto:

- l'affermazione dell'ipermercato: sono ben 21 le strutture di questa tipologia;
- l'esplosione dei discount che conta oggi circa 80 unità di vendita diffuse nell'intero territorio provinciale;
- l'insediamento delle grandi superfici specializzate non alimentari, con il superamento delle 50 unità;
- il consolidamento della tipologia del supermercato, ormai vicino alla soglia dei 150 punti vendita.

Il trend di crescita è continuato, nonostante le "sensazioni" di saturazione espresse anche da osservatori attenti dei fenomeni della rete distributiva. A tale proposito può essere utile il confronto, oltre che con la situazione nazionale, con la situazione lombarda, nel suo dato medio generale, e nella sua articolazione provinciale. In assenza di dati disponibili sulla base delle nuove tipologie di vendita individuate dal DLgs 114/98 (esercizi di vicinato, medie strutture di vendita, grandi strutture di vendita) si sono assunte come "riferimento" le tipologie di mercato che connotano la cosiddetta grande distribuzione: i supermercati e gli ipermercati.

Uno scenario dunque tuttora in movimento, caratterizzato da una forte concorrenzialità infrasettoriale e dalla ricerca sia di obiettivi di consolidamento e di presidio sul territorio, sia di nuove opportunità di mercato derivanti dall'innovazione tipologica e gestionale, oltre che da alcuni processi di riconversione aziendale.

#### **2.5.4 Metodologia e scelte per gli obiettivi di sviluppo**

Lo sviluppo del sistema distributivo ha ormai superato la fase "protezionistica" e la concezione del settore commerciale come una sorta di servizio "pubblico" è stata definitivamente superata. Il quadro normativo è finalizzato a garantire i livelli di compatibilità territoriale degli insediamenti e non più a ricercare una "impossibile" ottimizzazione dell'incontro tra domanda ed offerta. In questo scenario l'intervento pubblico deve essere ispirato soprattutto a garantire l'equilibrio e la correttezza concorrenziale fra le diverse tipologie e le diverse imprese, rapportando questi fattori ad ambiti territoriali coerenti con gli effetti delle strategie aziendali.

Questo nuovo contesto normativo ed i dati esposti sulla distribuzione bresciana hanno evidenziato l'esigenza di porre alla base del futuro sviluppo e quindi delle conseguenti politiche pubbliche alcuni punti di riferimento:

- Dal punto di vista dei dati quantitativi globali, Brescia è già una provincia con gli standard di superficie di livello europeo. Gli indici di densità delle grandi strutture di vendita sfiorano i livelli francesi. I livelli della concorrenzialità interna sono elevati ma non essendo adeguatamente supportati da condizioni di “pari opportunità” fra le imprese (le piccole e le grandi, i gruppi locali e quelli internazionali) determinano situazione di squilibrio. Mantenere per il futuro una logica di sviluppo della distribuzione, nelle diverse forme e tipologie, abbisogna dell’attivazione dei meccanismi finalizzati all’innovazione per la piccola e media imprese commerciale, in armonia con gli indirizzi UE, quindi assistenza tecnica, formazione professionale, agevolazione creditizia, ecc.
- Lo scenario competitivo della distribuzione ha determinato, specialmente nel settore della media e grande distribuzione, un consistente ridimensionamento della presenza delle imprese bresciane. Le politiche aggregative a livello di acquisti si sono rivelate insufficienti per reggere la sempre più aggressiva concorrenzialità dei gruppi nazionali ed internazionali, la cui politica di acquisizione e controllo si è manifestata anche nella provincia di Brescia. La situazione di “concentrazione aziendale” raggiunta nel segmento delle grandi strutture di vendita è elevata: è pertanto opportuno che questo aspetto della garanzia delle forme concorrenziali costituisca uno degli elementi dell’iter di valutazione degli insediamenti proposti, anche attraverso l’acquisizione di uno specifico parere dell’Antitrust.
- Il territorio bresciano, nelle sue funzioni di carattere sovracomunale, presenta un elevato grado di centralità dell’area del capoluogo che, nel tempo, ha agito sulle possibilità dello sviluppo locale e ha determinato un progressivo accentuarsi della mobilità territoriale. La distribuzione ha ricalcato questo schema funzionale e, nonostante nell’ultimo ventennio anche i centri urbani intermedi abbiano visto un discreto grado di evoluzione del commercio, le funzioni “primarie”, di attrazione di grande area, restano concentrate nel capoluogo (in forma naturale, nel centro storico) e nell’hinterland (in forma artificiale, nei centri commerciali). E’ uno squilibrio che va corretto sia attraverso l’individuazione di “sistemi locali” dotati di autonomia nelle diverse funzioni, tra cui quella commerciale, sia favorendo il recupero e lo sviluppo di nuovi habitat adeguati alla nuova dimensione delle funzioni commerciali, nelle diverse aree della provincia.
- Puntare ad un consolidamento delle polarità delle funzioni commerciali è progetto compatibile con la qualificazione dei sistemi distributivi locali in quanto contribuisce alla conferma di una gerarchia “ordinata” nell’organizzazione del servizio commerciale su grande scala territoriale. La suddivisione tra le diverse aree dell’acquisto (attrazione e prossimità, beni problematici e banali, ecc.) lascia spazi di mercato per un’organizzazione del commercio articolata su più livelli, tra loro complementari sia a livello di localizzazione territoriale che di dimensione aziendale. L’insieme di più realtà comunali (i sub-sistemi del Piano Territoriale di Coordinamento) da vita a “sistemi locali” del commercio, che vanno assunti come riferimento per programmare gli insediamenti di scala comunale, nel quale possono trovare posto più livelli funzionali del servizio distributivo (il servizio ai residenti, l’integrazione con la vocazione produttiva, la localizzazione su assi di viabilità particolari, la valorizzazione dei flussi turistici, ecc.).

- L'articolazione tipologica dettata dal DLgs 114/98 che assume il dato dimensionale come fattore di programmazione degli insediamenti non deve rappresentare un ostacolo allo sviluppo. Assumendo la gradualità e la compatibilità territoriale e di sistema come elemento guida della progettualità locale, vanno garantite le "regole" per il realizzarsi di un equilibrato pluralismo tra le diverse tipologie che compongono la distribuzione: la presenza di "medie strutture di vendita" va incentivata, come scelta di accrescimento dei livelli di servizio ai consumatori e come fattore potenziale di crescita e di innovazione delle imprese. Le previsioni debbono essere "mirate" e non generiche: quindi particolare riguardo alle zone di insediamento ed una riflessione sull'articolazione delle dimensioni, utilizzando le opportunità offerte dal RR 3/00 che individua una sorta di fascia intermedia sui 600 mq di area di vendita. Lo sviluppo di "grandi strutture di vendita" deve essere calibrato attentamente rispetto all'impatto territoriale, alle forme ed alle merceologie.
- L'azione di raccolta dei dati sull'evoluzione e sullo stato di fatto della rete distributiva bresciana, sistematizzati ed elaborati ai diversi livelli territoriali (Comuni, Sub - sistemi, grandi aree, Provincia), merceologici (alimentari e non alimentari) e tipologici (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita, supermercati, ipermercati, grandi magazzini, centri commerciali) dovrà essere mantenuta nel tempo ed implementata, dando vita ad un vero e proprio Osservatorio sul Commercio, come strumento di monitoraggio e conoscenza a disposizione non solo dell'azione programmatori della Provincia ma anche delle realtà associative, professionali, istituzionali, delle imprese e degli studiosi del settore. L'area di intervento di tale strumento dovrà essere estesa al territorio regionale e nazionale, per le opportune analisi di comparazione dello stato evolutivo del sistema commerciale bresciano, e proporsi la sistematizzazione delle normative assunte a livello comunale dando vita ad una banca dati della programmazione urbanistico/commerciale su scala locale. Esso potrà inoltre costituire un valido momento di interrelazione con l'attività dell'Osservatorio Regionale.

La realtà bresciana è stata particolarmente attenta a questo obiettivo di pianificazione che il legislatore nazionale ha di fatto imposto al settore della distribuzione (a differenza della situazione nazionale dove si è registrato un elevato grado di inadempienza a tale obbligo): la quasi totalità dei 206 Comuni ha redatto il proprio piano commerciale. La ricerca di forme di programmazione si è estesa anche nel settore dei pubblici esercizi e del commercio ambulante, in particolare dei mercati ambulanti, al fine di garantire un equilibrio con la rete commerciale in sede fissa ed una corretta articolazione del mix merceologico.

Quello che è mancato alla "storia" della programmazione commerciale in provincia di Brescia è un coordinamento a livello sovracomunale ed uno stretto raccordo con le previsioni urbanistiche. Infatti la dimensione comunale, idonea alla prefigurazione di un modello di rete commerciale negli anni '60, si è rilevata negli anni '80 insufficiente per l'accresciuta mobilità dei consumatori e ciò ha determinato il sovrapporsi di iniziative simili, con una rincorsa a forme di esasperato municipalismo.



## 2.6 Linee guida del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale di Brescia in materia di distribuzione

La definizione dei criteri per la distribuzione nell'ambito del PTCP non può prescindere dai contenuti della disciplina nazionale e regionale di settore: il DLgs 114/98 ed i conseguenti provvedimenti regionali (L.R. 6/2010 e PTSSC 2006-2008) hanno infatti introdotto una sostanziale liberalizzazione del settore, abolendo i vincoli all'entrata e caratterizzando la programmazione prevalentemente sui fattori di ordine urbanistico. Questo in sintesi il regime autorizzativo:

- libertà assoluta di insediamento per gli esercizi di vicinato;
- criteri autorizzativi comunali per le medie strutture di vendita, definiti e gestiti unicamente con procedure di tipo urbanistico;
- ruolo determinante delle localizzazioni urbanistiche per le grandi strutture di vendita con intervento nella procedura autorizzativa di Provincia e Regione, oltre al Comune.

Sulla base di questi principi la legislazione regionale fa obbligo ai Comuni di provvedere all'adeguamento del proprio Pgt, individuando le possibilità di localizzazione delle tipologie commerciali superiori, medie e grandi strutture di vendita, sulla base delle indicazioni contenute nel Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia. La Regione Lombardia ha attribuito alla Provincia un duplice ruolo: il primo di tipo programmatico, attraverso il PTCP; il secondo di tipo procedurale, mediante l'espressione del parere sui singoli insediamenti commerciali proposti in sede di conferenza di servizi.

Secondo la LR 6/2010, il PTCP:

- deve definire disposizioni in materia di grandi strutture di vendita, tenuto conto degli obiettivi indicati dal programma regionale;
- può fornire indicazioni concernenti lo sviluppo del sistema distributivo con particolare riferimento al sistema della viabilità, del traffico e delle principali vie di comunicazione in ambito provinciale. A tali indicazioni, qualora formulate, debbono attenersi i Comuni nell'adeguamento dei propri Pgt.

Il PTCP adempie ad entrambe le indicazioni della Regione: detta disposizioni per GSV e fornisce criteri generali per lo sviluppo, come condizione per l'esercizio a pieno della funzione programmatica della Provincia, che riguarda l'intero settore distributivo, e non solo alcuni segmenti, anche se significativi. L'evoluzione della legislazione regionale ed i comportamenti dei Comuni hanno tuttavia di fatto relegato il ruolo della Provincia in una posizione marginale: la valutazione localizzativa ed urbanistica è di fatto assegnata in toto al Comune, la compatibilità commerciale è attribuita totalmente alla Regione che l'ha esercitata prevalentemente sulla base di criteri fondati sugli automatismi (concentrazioni, accorpamenti) contenuti nel RR 3/00: infatti dei circa 90.000 mq. autorizzati mediante le Conferenze di Servizi nel periodo 2001-2003 nella provincia di Brescia, solo 17.000 mq. sono di nuova autorizzazione. Gli altri 73.000 mq. circa derivano dagli automatismi del RR 3/00. Lo stesso ruolo vincolante attribuito originariamente alla Provincia in materia di viabilità è stato ridimensionato a pura funzione consultiva dal RR 9/01, fino all'esecutività del PTCP.

Lo svolgimento di una funzione propositiva, autonoma ed efficace, non può che passare attraverso l'attribuzione di precise competenze decisionali alla Provincia: il programma triennale 2003/2005 approvato dal Consiglio Regionale con deliberazione n. VII/871 del 30.7.2003 da alcune risposte in tal senso:

- una autonomia decisoria per strutture con superficie di vendita fino a 3.000 mq o per ampliamenti di strutture già autorizzate contenuti entro i 1.000 mq;
- una funzione di raccolta dei contributi dei Comuni interessati agli insediamenti e la presentazione di una valutazione d'insieme riferita agli aspetti di natura sovracomunale;
- l'elaborazione di indicazioni circa le priorità di insediamento della grande distribuzione nelle diverse parti del territorio provinciale, in rapporto agli obiettivi di presenza e sviluppo definiti dal programma triennale;
- la partecipazione attiva ad Accordi di Programma con Comuni e Regione, comprensivi del procedimento autorizzatorio di grandi strutture di vendita.

Tale impostazione, ormai definitiva, ha tuttavia escluso alcuni punti di rilievo sui quali la Provincia di Brescia si era impegnata unitamente all'UPI nel confronto con la Regione Lombardia, al fine di dotare di adeguata strumentazione il livello di responsabilità della Provincia nella programmazione di settore. In particolare:

- una più marcata riduzione degli automatismi autorizzativi, che hanno generato una moltiplicazione esponenziale degli obiettivi di presenza della grande distribuzione;
- l'attribuzione di un ruolo vincolante alla distribuzione territoriale degli obiettivi di presenza della grande distribuzione, in rapporto ai propri sub-sistemi;
- il riconoscimento di un ruolo di coordinamento di tavoli o ambiti di confronto tra Comuni vicini interessati ad insediamenti commerciali di valenza sovracomunale;
- l'affidamento della gestione di un Osservatorio Provinciale sulla distribuzione.

## 2.6.1 Il Piano Territoriale di Coordinamento di Brescia: analisi e dati

Le analisi preliminari per la formazione del PTCP fin qui eseguite consentono di delineare in modo sufficientemente esaustivo lo “stato di fatto” e le tendenze della distribuzione bresciana. I primi dati censuari 2001, nella loro globalità e provvisorietà, indicano per imprese e addetti del “commercio” (complessivamente considerato) un trend decisamente positivo rispetto alla situazione lombarda e nazionale:

provincia Brescia	di	10,5%
regione Lombardia		2,8%
Italia		0,9%

Tabella 6 - Addetti al commercio

Per quanto attiene il commercio al dettaglio, la fase di crescita quantitativa del numero delle imprese, sviluppatasi con continuità fino alla fine degli anni '80, sia pure con ritmi diversi, ha registrato a partire dal 1991 un'inversione di tendenza. Alla data odierna, pur nell'incertezza dei dati statistici dello specifico settore del dettaglio, operano 15.881 attività commerciali al dettaglio, delle quali 3.870 specializzate nella vendita di prodotti alimentari (tali valori scendono al 12.500 se non consideriamo le attività commerciali esercitate assieme ad altre: ingrosso, ambulanti, artigiani, professionisti, ecc.).

La situazione pare aver raggiunto un suo punto di consolidamento nell'ultimo triennio grazie alla nuova disciplina introdotta dal DLgs 114/98 che di fatto ha liberalizzato l'attivazione dei piccoli negozi (definiti "esercizi di vicinato"): il saldo tra aperture e chiusure di attività si presenta infatti negli anni 2000/2002 vicino allo zero, a differenza dell'ultimo quinquennio nel quale ogni anno si chiudeva con un saldo negativo variabile tra le 300 e le 400 unità.

Di segno inverso l'evoluzione delle grandi superfici di vendita (ipermercati + supermercati): la provincia di Brescia registra una densità commerciale (mq/1.000 abitanti) superiore a 230, contro una media regionale attorno a 190 ed un dato nazionale di 140.

Altri tre dati meritano di essere sottolineati nel trend evolutivo di questo segmento della distribuzione:

- lo sviluppo monocentrico delle strutture di grande attrazione (oltre il 70% delle superfici si sviluppa sull'asse della SS11 – Milano/Venezia);
- la preferenza accordata alla tipologia “centro commerciale”: sono ben 32 le strutture di questo tipo attive nella realtà provinciale;
- la connotazione europea degli assetti aziendali (oltre il 65% della superficie di vendita degli ipermercati fa capo a gruppi esteri e circa il 30% dei supermercati).

Per quanto attiene le prospettive il trend di crescita delle grandi superfici appare destinato a continuare: al di là di alcuni insediamenti già autorizzati e non ancora attivati (Lonato, Rodengo Saiano, Mairano, Roè Volciano, Rovato, Roncadelle: per complessivi mq. 94.000 c.a.) vi sono progetti urbanistici di tipo commerciale già definiti sotto il profilo autorizzatorio e nei Piani Regolatori Comunali vigenti si registra una sensibile crescita delle destinazioni d'uso “commerciali”.

I dati della distribuzione bresciana evidenziano l'esigenza di porre alla base del futuro sviluppo e quindi delle conseguenti politiche pubbliche alcuni punti di riferimento. Se si

guarda ai dati quantitativi globali, Brescia è già una provincia d'Europa. Gli indici di densità delle grandi strutture di vendita sfiorano i livelli francesi. I livelli della concorrenzialità interna sono elevati ma non essendo adeguatamente supportati da condizioni di "pari opportunità" fra le imprese (le piccole e le grandi, i gruppi locali e quelli internazionali) determinano situazioni di squilibrio.

### **2.6.2 Il policentrismo dello sviluppo e il consolidamento dell'imprenditoria bresciana**

Il territorio bresciano, nelle sue funzioni di carattere sovracomunale, presenta un elevato grado di centralità dell'area dell'hinterland del capoluogo che, nel tempo, ha agito sulle possibilità dello sviluppo locale e ha determinato un progressivo accentuarsi della mobilità territoriale. La distribuzione ha ricalcato questo schema funzionale e, nonostante nell'ultimo ventennio anche i centri urbani intermedi abbiano visto un discreto grado di evoluzione del commercio, le funzioni "primarie", di attrazione di grande area, restano concentrate nel capoluogo (in forma naturale, nel centro storico) e nell'hinterland (in forma artificiale, nei centri commerciali). Lo scenario competitivo della distribuzione ha determinato, specialmente nel settore della media e grande distribuzione, un consistente ridimensionamento della presenza delle imprese bresciane. Le politiche aggregative a livello di acquisti si sono rivelate insufficienti per reggere la sempre più aggressiva concorrenzialità dei gruppi nazionali ed internazionali, la cui politica di acquisizione e controllo si è manifestata anche nella provincia di Brescia.

### **2.6.3 L'integrazione con gli snodi provinciali**

Nella prospettiva di una gerarchia funzionale delle funzioni terziarie diventa essenziale il rafforzamento degli snodi di interesse provinciale soprattutto dal punto di vista infrastrutturale (dell'accessibilità). La traduzione di questi obiettivi generali in indirizzi programmatori concreti significa:

- 1) Porre un freno lo sviluppo quantitativo delle grandi strutture di vendita di area estesa, i cui bacini d'utenza interessano cioè zone molto ampie dell'intero territorio provinciale (centri commerciali oltre i 10.000 mq di superficie di vendita; ipermercati alimentari e esercizi specializzati non alimentari di grande superficie oltre i 5.000 mq di superficie di vendita);
- 2) Programmare lo sviluppo delle grandi strutture di vendita, nell'ambito delle dimensioni suesposte, assumendo come base di riferimento per il bacino d'utenza i sistemi individuati nel PTCP e privilegiando le operazioni di riconversione e trasformazione dell'esistente (trasferimenti, concentrazioni, cambio di tipologie, ecc.). Limitare la possibilità di ampliamento delle strutture esistenti a valori percentuali di compatibilità strutturale (entro il 50%);
- 3) Fissare criteri per i Pgt comunali, nei quali sia disincentivato il cambio di destinazione d'uso verso il commerciale (mediante vincoli precisi sulle diverse zone urbanistiche: no alle trasformazioni di aree agricole o di aree produttive non ancora edificate; sì al recupero di zone produttive dismesse ed alla creazione di zone miste artigianali - commerciali, con rapporto insediativo equilibrato) sì e nell'ambito della specificazione tipologica la destinazione per GSV sia consentita solo ai Piani Attuativi

già definiti, previo specifici studi di impatto territoriale, viabilistico e commerciale e mediante procedure tese a coinvolgere i Comuni limitrofi;

- 4) Individuare criteri per la distribuzione territoriale degli insediamenti ed in particolare per l'attribuzione alle diverse parti del territorio provinciale delle quote di superficie disponibili nella programmazione triennale.

#### **2.6.4 Indicazioni ai comuni per l'adeguamento dei Pgt in ambito commerciale**

Limitare l'intervento alla classificazione ai sensi del DLgs 114/98 delle aree aventi già la possibilità di destinazioni commerciali (esclusivamente commerciale, residenziale, produttive-miste), senza trasformazione di altre aree con diversa destinazione in aree ad uso esclusivamente commerciale, quali aree agricole o aree industriali/artigianali non ancora edificate. Nella definizione delle scelte di adeguamento dei Pgt comunali vanno osservate le indicazioni contenute nel programma triennale 2003/2005 approvato dal Consiglio Regionale Lombardia in data 30/7/2003 con delibera n. VII/871 relative alla collocazione dei Comuni nei diversi ambiti territoriali: commerciale metropolitano, addensamento commerciale metropolitano, della pianura lombarda, montano, lacustre, urbano dei capoluoghi.

L'intervento di classificazione deve essere poi articolato per le diverse aree del territorio comunale:

##### **- Centri storici**

- Nessun vincolo insediativo per ESV
- Niente standard urbanistici e pertinenze per ESV
- MSV solo per esistenti e ampliamento di ESV esistenti o per creazione di centri commerciali con superficie di vendita fino a 1.500 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti mediante rilocalizzazione, concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato
- GSV solo per esistenti

##### **- Tessuto urbano consolidato**

- Nessun vincolo insediativo per ESV
- MSV autorizzabili liberamente fino a 600 mq – oltre 600 mq solo con atto convenzionato in cui si obbliga a reperimento standard e soluzioni pedonali, ecc.

##### **- Zone di trasformazione urbana ed aree extraurbane**

La previsione di insediamenti commerciali deve essere limitata alle aree già dotate di edificabilità di Pgt:

- Nessun vincolo insediativo per ESV
- ESV ammissibili in zone artigianali in medesimo immobile e complementarietà con attività produttiva principale
- MSV in zone aventi già destinazione commerciale o miste (produttive/commerciali) con specifica localizzazione puntuale

- GSV in zone aventi già destinazione commerciale con localizzazione puntuale e con vincolo di Piano Attuativo convenzionato, con richiesta di parere a Comuni contermini;

- Standard urbanistici:

- ESV in centri storici = 0
- ESV in tessuto urbano = 50% Facoltà di monetizzazione
- ESV in aree extraurbane = 100%
- MSV < 600 mq = 110% Facoltà di monetizzazione
- MSV < 600 mq = 120/150% In centri storici e tessuto urbano  
Facoltà di monetizzazione  
Garanzia quota parcheggio
- GSV = 200%

Indipendentemente dalle nuove previsioni di grandi strutture di vendita la variante va inviata in Provincia, sia per consentire l'eventuale attivazione del procedimento di "osservazione" sia per consentire la realizzazione di un "osservatorio sulla distribuzione" in grado di monitorare anche l'evoluzione programmatoria e normativa del settore, conseguente alla nuova disciplina.

## 2.7 Esperienze di distribuzione commerciale nell'ambito bresciano

Di seguito è elencata una tabella con i principali aggregati e centri commerciali nell'area gravitazionale della provincia di Brescia.

Nome centro commerciale	Comune	Abitanti (ISTAT)	Data di apertura	Numero esercizi	Superficie totale	Area di attrazione commerciale	Numero posti auto	Società costruttrice
Le Porte Franche	Erbusco (Bs)	8.540 abitanti	1998	120	47.000 mq.	1.000.000 abitanti	2.800	Gruppo Moretti
Franciacorta Outlet Village	Rodengo Saiano (Bs)	8.145 abitanti	2003	160	120.000 mq	450.000 abitanti	3.000	European Fashion Center
Freccia Rossa	Brescia	191.618 abitanti	2008	100	30.000 mq.	600.000 abitanti	2.500	Sonae Sierra
Orceana Park	Orzinuovi (Bs)	12.372 abitanti	2009	50	110.000 mq.	465.000 abitanti	1.500	Fgd Consulting Italia
Orio Center	Orio al Serio (Bg)	1.679 abitanti	1998	200	150.000 mq.	850.000 abitanti	6.000	Gruppo Percassi
Antegnate Shopping Center	Antegnate (Bg)	3.085 abitanti	2007	100	81.000 mq.	712.000 abitanti	2.500	Gruppo Percassi
Le Acciaierie	Cortenuova (Bg)	1.867 abitanti	2005	135	58.000 mq.	240.000 abitanti	3.000	Larry Smith Italia

Tabella 7 - Tabella dei principali aggregati e centri commerciali bresciani e bergamaschi (Fonte: siti web centri commerciali)

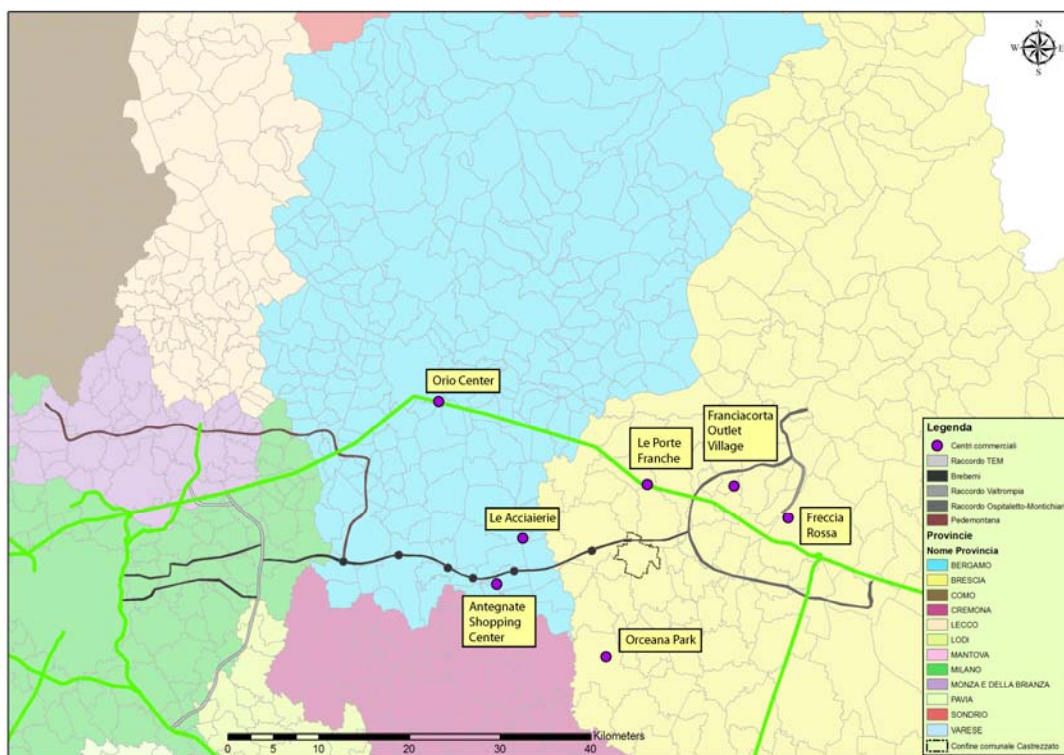


Tavola 2 - Mappatura dei principali centri commerciali (scala 1:800.000)



## 2.7.1 Le Porte Franche



Figura 4 - Immagini del centro commerciale “Porte Franche”

**Inaugurazione:** 30 ottobre 1998

**Tipologia:** Il complesso è una multiproprietà costituita da più tenants

**Superficie:** Area complessiva di 47.000 mq.; 2.800 posti auto

**Localizzazione:** Via per Erbusco, Comune di Erbusco (Bs). Raggiungibile in autostrada da Milano - Venezia A4 uscita Rovato; gli aeroporti più vicini sono: Brescia Montichiari (Km 20), Bergamo Orio al Serio (Km 25), Verona Villafranca (Km 35), Milano Linate (Km 60) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 1.000.000 di abitanti

**Progetto:** Architetto Gianluca Marzorati

**Promotori e gestori:** Gruppo Moretti

**Operatori:** 012 of Benetton, 4G Tim, Acquari di Franciacorta, Altokarato, Bagatt, Baglioni Jeans, Beauty in progress, Bijoux, Bijoux Bijoux, BrigitteBlue, Spirit, Bluvacanze, Bottega e Natura, Bottega Verde, Brums, Cache Cache, Calzedonia, Carpisa, C'Art, Casa Mia, Chaos, Ciao, Cisalpina, Cliché, Colori della casa, Colours e Beauty, Conbipel, Crazy Video, Diambre, Divani & Divani Outlet, Dolce Attesa, Edicola Vezzoli, Elettroluce, Emisfero, Essere e Benessere, Extyn, Fantasia, Fiorella Rubino, Fly Flot, Foot Locker, Frau, Game 7 Athletics, Geox, Ghist Caffè, Giardino del Tè, Gioielli di Valenza, Glitter Accessori, Golden Point, Il Gigante, Il Passatempo, Imperial, Impero del Sole, Intimissimi, Intimondo, Invidia Uomo, Jean Louis David, Quick Service, Kaidor, Kasanova, Kathy Van Zeeland, Kiko, La Feltrinelli Village, La Gelateria, La Piadineria, Lavanderia Johnny, Le Fate Ignoranti, Ln Morris, Lo Scarabocchio, L'Oasi Bar, Lochis & Sons/Via Condotti, Magicabula, Marella, Marionnaud, Max&Co, MB Multibrand, Mc Donald's, Media World, Mediterraneo, Mori Lodge, Motivi, Multiplex Porte Franche, Nara Camicie, New Liberty, Nucleo, Old Wild West, Oltre, Optissimo, Original Marines, Ottica Vediamoci, Oviessa, Parmeggiani Milano, Pasta & Pomodoro, Pellicano, Pellizzari House&Garden, Petit Bateau, Pittarello, Pomo Rosso Pizzeria, Prenatal, Presto Service, Primolivello, Print Kard, Ravelli Profumerie, Ristorante Pizzeria Italia, Sandwich & Coffee, Scorpion Bay, Segue..., Sisley, Sonny Bono, Spizzico, Stroili Oro, Studio Legale Avvocati al Centro, Swarovski, Sweet Service, Taglia e cuci, Tank, Tezenis, The Hair Shop, Thun, Toys Center, Tribeca Games, U.S. Fashion Store, Undercolors of Benetton, UniCredit Banca, United Colours of Benetton, Vodafone One, WIND - voice omnitel

**Investimento:** -

**Fatturato/anno:** nel 2009 gli incassi hanno superato i 90 milioni di euro ([www.skyscrapercity.com](http://www.skyscrapercity.com))

**Sito web:** <http://www.leportefranche.it>



## 2.7.2 Franciacorta Outlet Village



Figura 5 - Immagini del centro commerciale “Franciacorta Outlet Village”

**Inaugurazione:** 23 luglio 2003 (Fase 1); 30 novembre 2006 (Fase 2)

**Tipologia:** FOC – Factory Outlet Centre

**Superficie:** Area complessiva di 170.000 mq di Slp; 35.000 mq totali GLA (23.000 mq Fase 1 + 12.000 mq Fase 2) (fonte: *Centri commerciali & n°3/2008*). 3.000 posti auto, più 10 posteggi coperti riservati ai pullman GT; 160 pdv (di cui 70 aperti successivamente alla conclusione della Fase 2).

**Localizzazione:** Via Cascina Moie 1, Comune di Rodengo Saiano – Bs (7.507 ab., *Istat 2001*). Raggiungibile in autostrada da Milano-Venezia A4 uscita Ospitaletto; gli aeroporti più vicini sono: Brescia Montichiari (Km 20), Bergamo Orio al Serio (Km 30), Verona Villafranca (Km 30), Milano Linate (Km 70) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 450.000 abitanti

**Promotore/gestore:** European Fashion center I s.r.l., Stilo retail, Gruppo Percassi, Primavera s.r.l. (Fase 1); DEGI Franciacorta s.r.l., Capital Market (Fase 2)

**Progetto:** Gruppo Stilo (Gruppo Percassi)

**Operatori Factory Outlet (selezione):** Acquafredda, And, Arfango, Artigli, Asics, B. Itd, Baci & Abbracci, Baldassari Milano, Basile, Benetton, Beretta, Boggi, Cube, Calvin Klein, Camicissima, Capriccio, Colonna, Conte of Florence, Datch, Datch Gym, David Mayer, David Saddler, De Blasio, Del Mare, Désirée, Enrico Coveri- Pierre Cardin, Esz by Essenza, Factory Mariella Burani, Fashion Group, Fairly, Feni Uomo, Fila, Fiorella Rubino, Fornarina, Fubu, Glenfield, Guess, Gusella, Heddon, Hfn, Inverso, Levi's, Lotto, Malloy, Boxeur des Rues, Massimo Rebecchi, McKenzy, Motivi, Nike, Nine Lives, Nucleo, O'Neill, Officina di Ricerca, Officina di Ricerca Kids, Pinko, Playlife, Puma, Rifle, Robe di Kappa, Russel Athletic, Sandro Ferrone, Sartoria Rossi, Sasch Donna, Sasch Uomo, Shibuya, Sisley, Slam, Société pour le tricot, St. Diego Project, Stefanel, Tailor Marked, The End, Twin Set, Vestebene Factory Store, Zuiki, Bagatt, Baldinini, Bata, Botticelli, Cinti, Docksteps, Docksteps Junior, Nike, Pakerson, Pancaldi 1888, Pinko, Puma, Stonefly, Walk Safari

**Investimento:** circa 70 milioni di euro (Fase 1)

**Fatturato/anno:** Nel 2006 gli incassi hanno sfiorato gli 80 milioni di euro (fonte: <http://archiviostorico.corriere.it>)

**Sito web:** <http://www.franciacortaoutlet.it>

## 2.7.3 Freccia Rossa

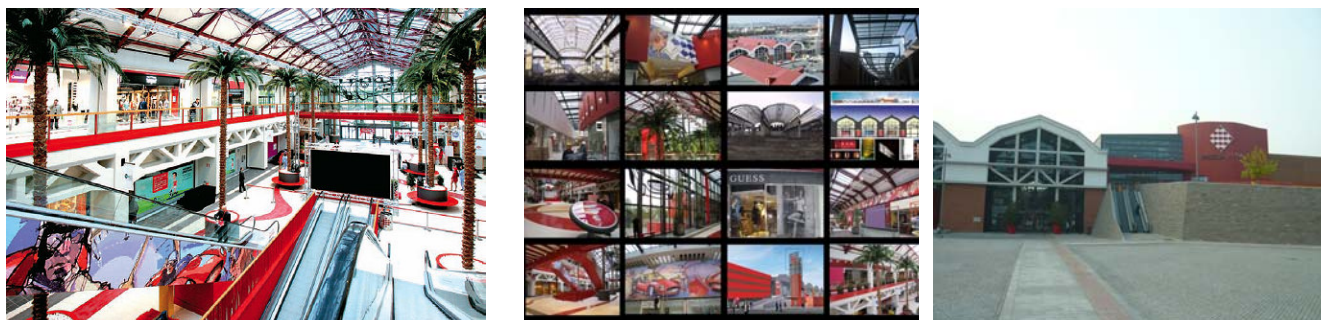


Figura 6 - Immagini del centro commerciale “Freccia Rossa”

**Inaugurazione:** 2007

**Tipologia:** Freccia Rossa fa parte di una delle più importanti operazioni di riqualificazione urbanistica a livello nazionale. Primo caso di centro commerciale nel centro urbano bresciano

**Superficie:** 109.000 mq.; 2500 posti auto

**Localizzazione:** Viale Italia 31, Comune di Brescia. Raggiungibile in autostrada da Milano-Venezia A4 uscita Brescia Centro; gli aeroporti più vicini sono: Brescia Montichiari (Km 15), Bergamo Orio al Serio (Km 45), Verona Villafranca (Km 20), Milano Linate (Km 85) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 600.000 abitanti

**Promotore/gestore:** Sonae Sierra (50%), Aig (40%) e Coimpredil (10%)

**Progetto:** Josè Quintela da Fonseca

**Operatori Factory Outlet (selezione):** Bershka, Cache Cache, Calvin Klein Jeans, Camaieu, Conte of Florence, Den Store, Fiorella Rubino, Gigalove, Guess, H&M, Invidia Uomo, Jack & Jones, Kruder, Levi's, Luisa Spagnoli, Max&Co, Motivi, Natura, Okaidi Obaibi, Oltre, Oregon, Original Marines, Play Life, Promod, Pull and Bear, Stradivarius, Timberland, Via Condotti, Zara, Adidas Originals, Dimensione Danza, Nike, Bagatt, Cinti, Geox, Keys, Primigi, Sandy Lane, Viamaestra, Darjeeling, Golden Point, Lovable, Oysho, Yamamay, Accessorize, Bijou Brigitte, Borsissime, Carpisa, Casa del Guanto, CK Calvin Klein, DUDU, Piquadro, Game Stop, Mondadori Multicenter, Nokia, Supermedia, Atmosfera, Blue Spirit, Orofino, Stroili Oro, Swarovski, Virgin Active, Multisala WIZ, Nau, Salmoiraghi & Viganò, C'art, Thun, Zara Home, Beauty&co, Douglas, Kelemata-Armonie Naturali, Kiko, L'erbolario, L'Erboristeria dei Ronchi, Sephora, C House - Coffee Shop, Espressamente Illy, Lord Bry, Pausa Caffè, Cinque Stelle Sammontana, La Gelateria di Camilla, Sweet Service, Yo Yogurt, Fragranze d'Italia, Jo Pizza, La Friggitoria, La Piadineria, Mama Juices, McDonald's, Mr Kumpir, Panino Giusto, Puccia Mia, Befed Brew Pub, Hao, Mishi Mishi, Old Wild West, Rossopomodoro, Wiener Haus, Banca BCC Pompiano Franciacorta, Bluvacanze, Centro Tim, Dedem Automatica, Edicola LA FRECCIA, Franck Provost, Jean Louis David Diffusion, K2 Chocolate Solarium, Lava e Cuce, Nail Passion, Parafarmacia L'Antico Sapere, Presto Service Fotonet, Vodafone, XO' Sartoria Rapida, Pam.

**Investimento:** 144 milioni di euro

**Fatturato/anno:** 130-150 milioni di euro (<http://www.mark-up.it> anno 2009)

**Sito Web :** <http://www.frecciarossa.it>

## 2.7.4 Orceana Park



Figura 7 - Immagini del centro commerciale "Orceana Park"

**Inaugurazione:** 15 ottobre 2009

**Tipologia:** Area commerciale suddivisa in 8 padiglioni.

**Superficie:** 110.000 mq.; 1.500 posti auto

**Localizzazione:** Via Lombardia 26/28, Comune di Orzinuovi (Bs). Raggiungibile in autostrada da Milano-Venezia A4 uscita Rovato e A21 uscita Manerbio; gli aeroporti più vicini sono: Brescia Montichiari (Km 15), Bergamo Orio al Serio (Km 35), Verona Villafranca (Km 40), Milano Linate (Km 65) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 465.000 abitanti

**Progetto:** -

**Promotori e gestori:** Fgd Consulting Italia

**Operatori:** Play City, Cinema Multisala Starplex, Centro Sole Denny Rose, Hao-Mai, Koodza, Negozio Leggero, T-Mode, Libreria Edison, Sapore Di Mare, Sarni Oro Group, Zoppini Salotti, McDonald's, Momis Café Wine, Old Wild West, Invito American Dinner, Loft restaurant & Lounge Bar.

**Investimento:** 140 milioni di euro ([www.skyscrapercity.com](http://www.skyscrapercity.com))

**Fatturato/anno:** -

**Sito web:** <http://www.orceanapark.com/>

## 2.8 Esperienza di distribuzione commerciale nell'ambito bergamasco

### 2.8.1 Orio Center

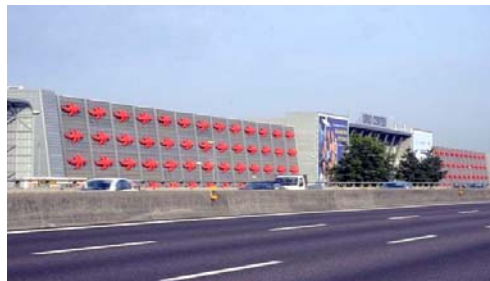
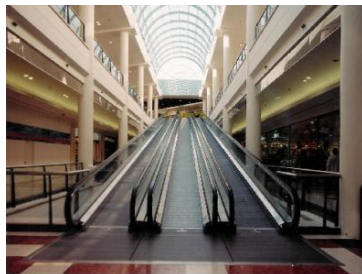


Figura 8 - Immagini del centro commerciale "Orio Center"

**Inaugurazione:** 24 novembre 1998

**Tipologia:** Centro commerciale più grande d'Italia; distribuisce l'ipermercato e la Galleria commerciale lungo 60 mila metri quadrati.

**Superficie:** 150.000 mq.; 6.000 posti auto

**Localizzazione:** Via Portico 71 - Orio al Serio (Bg). Raggiungibile in autostrada da Milano-Venezia A4 uscita Bergamo; gli aeroporti più vicini sono: Bergamo Orio al Serio (Km 1), Brescia Montichiari (Km 45), Verona Villafranca (Km 60), Milano Linate (Km 35) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 850.000 abitanti

**Progetto:** Architetto Gianfranco Quarti

**Promotori e gestori:** Gruppo Percassi

**Operatori:** Zero Dodici of Benetton, De Kuba, Nara Camicie, Sergente Major, Bimbus, Effendi & Merelli, Nike, Tezenis, Calzedonia, Fiorella Rubino, OVS, UnderColors of Benetton, Camiceria Orio, OrioCenter Shopping Center, Ohsho, US Fashion Store, Chicco, Intimissimi, Pimkie, Yamamay, Cycleband, Levi's, Replay, Z, Fossil, Lush, Swatch, Bottega Verde, Kaidòr, Ottica Avanzi, Tosca Blu, La Boutique del regalo, Samsonite, Breil, Kiko, Segue..., Colours&Beauty, L'erbolario, Sephora, Fossil, Stroili Oro, L'isola verde, Tim, Wind, Vodafone, Darty, Game Stop, 3, Wob, Credito Bergamasco, Renato, Presto Service, BG Consulting, Casa fortuna, Essere benessere, Clean, Bialetti, Kasanova, Bassetti, Zucchi, L'albero delle idee, La puerta del gol, Co Import, Divani&Divani, Swarovski, I negozi del sole, Bata, Footlocker, Deichmann, Kickers, Scarpe&Scarpe, Viamaestra, Autogrill, Mangiapizza, Sweet service, Tentazione Cafè, Paolino, Yogin, La rosa del gusto, Lordbry, Athletes world, Disney store, C'Art, Trudy, Cultimo, Giunti, Feltrinelli, Legami, Iper.

**Investimento:** 100 milioni di euro ([http://issuu.com/businessgentlemen/docs/bg\\_3](http://issuu.com/businessgentlemen/docs/bg_3))

**Fatturato/anno:** -

**Sito web:** <http://www.oriocenter.it>



## 2.8.2 Antegnate Shopping Center



Figura 9 - Immagini del centro commerciale “Antegnate Shopping Center”

**Inaugurazione:** 21 aprile 2009

**Tipologia:** La struttura si articola su due piani fuori terra collegati da un sistema di rampe mobili

**Superficie:** 81mila quadrati, con una superficie commerciale di 36.500 metri, 2.500 i parcheggi, 2.080 dei quali al coperto

**Localizzazione:** Via Lombardia 26/28, Comune di Antegnate (Bg). Raggiungibile in autostrada da Milano-Venezia A4 uscita di Grumello-Telgate; gli aeroporti più vicini sono: Bergamo Orio al Serio (Km 20), Brescia Montichiari (Km 35), Verona Villafranca (Km 50), Milano Linate (Km 60) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 712.000 abitanti

**Progetto:** Premium Retail

**Promotori e gestori:** Gruppo Percassi (10%) e Axa Investment Managers (90%)

**Operatori:** 4G, Accessorize, Athletes World, Bata, Benetton, Bershka, Bluvacanze, Borgo tessile, Bottega del Sarto, F.lli la Bufala, Cache Cache, Caffè del Corso, CK Jeans, C'Art, Chicco, Ciao Ciao, Coin Casa, Combo, Corso Roma, Credito Bergamasco, Deichmann, Docksteps, Fiorella Rubino, Fornarina, Game Stop, Gas Jeans, Geox, Gioielli Valenza, Golden Point, Guess, HIN Sun & Wellness, Isabel Vegas, John Barret, Kiko, Lava & Cuce, Levi's, Lindt, Lò, Mamma mia, Marella, Marlboro Classic, Milanoptics, Modus, Libreria Mondadori, Motivi, New York New York, Nike, Officina di Ricerca Kids, Oltre, Original Marines, OVS Industry, Parafarmacia, La Piadineria, Playlife, Pull&Bear, RCR Cristalleria Italiana, Re Sole, Rifle, Rustichetti e Mangione, Salmoiraghi e Viganò, Sasch, Sebiro, Segue..., Sisley, Sport Land, Stroili Oro, Supermedia, Tacco e Chiavi, Tally, Torracchione, Tasca Blu, US Fashion store, Via Maestra, Yamamay, Yun Restaurant, Z abbigliamento, Zara, Zero9 caffè.

**Investimento:** 100 milioni di euro

**Fatturato/anno:** Il primo anno del centro commerciale ha avuto 160 milioni di euro di introiti ([www.gdoweek.it](http://www.gdoweek.it) rielaborazione dati Reag)

**Sito web :** <http://www.antegnateshoppingcenter.it/>

### 2.8.3 Le Acciaierie



Figura 10 - Immagini del centro commerciale “Le Acciaierie”

**Inaugurazione:** 15 marzo 2005

**Tipologia:** si sviluppa su due piani, dominati da una grande cupola centrale in vetro, acciaio e legno lamellare, segno distintivo de Le Acciaierie.

**Superficie:** circa 48.000 mq., la galleria ha un'ampiezza di 13.000 mq., 6000 i posti auto.

**Localizzazione:** Via Trieste, 15 - Loc. S. Maria del Sasso - 24050 Cortenuova (BG). Raggiungibile in autostrada da Milano-Venezia A4 uscita Grumello - Telgate; gli aeroporti più vicini sono: Bergamo Orio al Serio (Km 25), Brescia Montichiari (Km 35), Verona Villafranca (Km 60), Milano Linate (Km 65) e Malpensa.

**Area di attrazione commerciale:** 240.000 abitanti

**Progetto:** Architetto Roncaglia Gianni

**Promotori e gestori:** Larry Smith Italia

**Operatori:** Bajtama, Benetton, Bernardi, Bimbus, Brums, Calzedonia, Casa mia, Celio, CVG Moda, Emisfero, Experience, Extasy, Extyn, Fiorella Rubino, Golden point, Idexe, Intimissimi, J & Sp 1957, Legea, Lord Nelson Morris, M@rbo, Maghella, Marville, Motivi, Non solo sport, NY Docks, Okaidi, Oltre, Outlet, Sasch, Tezenis, Thriller, Traffic & Co, Traffic & Co Junior, Z, Cambiamenti Hair Milano, Carpisa, Colours & Beauty, Edison Bookstore, E'-oro, Gioielli di Valenza, Jean Louis David, L'Erbolario, Limoni, Pinalli Profumerie, Pronto Bio, Salmoiraghi & Viganò, The art of flowers and light Bennet, Banca Intesa, Banca popolare di Milano, Centro Abbronzatura Sole Dragonfly Photo, Hotel Le Acciaierie, La Lavanderia del Centro, Officina della scarpa, Venta point Riva viaggi, Zig Zag,

**Investimento:** -

**Fatturato/anno:** -

**Sito web:** <http://www.leacciaierieweb.it>

### 3. Proposta di Piano di Settore per lo sviluppo e l'adeguamento della rete di vendita delle strutture commerciali al dettaglio della media e grande distribuzione

Il presente documento, propedeutico alla redazione del piano di settore, è funzionale alla costruzione di un quadro conoscitivo del sistema commerciale provinciale, in particolare riferito alla media e grande distribuzione. In tal senso il documento procede ad una lettura quali-quantitativa della distribuzione delle strutture commerciali e ad un'interpretazione delle articolazioni territoriali e delle dinamiche del fenomeno commerciale alla scala provinciale.

Il Quadro Conoscitivo, teso a restituire il contesto di azione (territoriale, procedurale e normativo) che il piano può opportunamente assumere, è così articolato:

1. Una ricostruzione del quadro normativo volto a definire, nei diversi passaggi decisionali, lo spazio d'azione che è possibile attribuire al piano, per tramite di questo, all'Amministrazione Provinciale nel governo e nella gestione delle dinamiche del sistema commerciale.
2. Un'analisi statistica sulla consistenza e sulle specificità del settore commerciale nella provincia di Brescia, anche comparata a quella di altri contesti lombardi, operata a partire dalla documentazione di studio prodotta nel PTCP e facendo riferimento alla base dati dell'Osservatorio regionale del Commercio.
3. Una lettura del territorio provinciale funzionale all'individuazione e caratterizzazione degli ambienti insediativi del commercio, volta a riconoscerne le specifiche note distintive, e propedeutica alla definizione degli indirizzi di qualificazione e sviluppo in grado di affrontare le criticità in atto e valorizzare la potenzialità emerse.

Successivamente sono riportati i dati per quanto riguarda il commercio al dettaglio, gli esercizi di vicinato, le medie e grandi strutture di vendita.

Anno	Commercio al dettaglio		
	Alimentari	Non alimentari	Totale
1951	6631	3090	9721
1961	7218	8034	15252
1971	9064	8884	17948
1981	7494	10886	18380
1991	5864	12945	18809
1996	4418	12735	17153
2000	3970	12411	16381
2009	2705	12263	14968

Tabella 8 - Dati sul commercio in provincia di Brescia (Evoluzione storica: dati Studio Straolzini)

In seguito sono stati eseguiti dei calcoli sulla distribuzione bresciana in base alla suddivisione per ambiti commerciali secondo la normativa regionale. Sono stati calcolati i dati per quanto riguarda gli esercizi di vicinato, le medie e grandi strutture di vendita.

Ambiti	Numero	% del numero di esercizi	Numero alimentari	Numero non alimentari	Numero merceologia mista
Ambito lacustre	2234	14,60 %	278	1782	174
Ambito commerciale metropolitano	2418	15,81 %	440	1795	183
Ambito montano	2946	19,26 %	472	2021	453
Ambito della pianura	2896	18,93 %	548	2026	322
Ambito urbano dei capoluoghi	4804	31,40 %	670	3675	459
<b>Totale Provincia</b>	<b>15298</b>	<b>100 %</b>	<b>2408</b>	<b>11299</b>	<b>1591</b>

Tabella 9 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Esercizi di Vicinato indicatori generali 2009

Ambiti	Superficie totale	Superficie (%)	Superficie totale alimentari	Superficie totale non alimentari	Superficie totale merceologia mista
Ambito lacustre	139966	13,35 %	17901	110737	11328
Ambito commerciale metropolitano	175329	16,73 %	24299	138108	12922
Ambito montano	200242	19,11 %	24121	145419	30702
Ambito della pianura	197958	18,89 %	31493	145000	21465
Ambito urbano dei capoluoghi	334578	31,92 %	32374	272724	29480
<b>Totale Provincia</b>	<b>1048073</b>	<b>100 %</b>	<b>130188</b>	<b>811988</b>	<b>105897</b>

Tabella 10 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Esercizi di Vicinato, superfici 2009

Ambiti	Superficie media alimentari	Superficie media non alimentari	Superficie media merceologia mista
Ambito lacustre	8,01	49,57	5,07
Ambito commerciale metropolitano	10,05	57,12	5,34
Ambito montano	8,19	49,36	10,42
Ambito della pianura	10,87	50,07	7,41
Ambito urbano dei capoluoghi	6,74	56,77	6,14
<b>Media Provincia</b>	<b>8,77</b>	<b>52,58</b>	<b>6,88</b>

Tabella 11 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Esercizi di Vicinato, superfici medie 2009



Ambiti	Numero	% di numero di esercizi	Superficie totale	Superficie media punto vendita
Ambito lacustre	156	11,53 %	99975 mq.	640,87 mq.
Ambito commerciale metropolitano	265	19,59 %	114281 mq.	431,25 mq.
Ambito montano	216	15,96 %	158695 mq.	734,70 mq.
Ambito della pianura	303	22,39 %	167557 mq.	552,99 mq.
Ambito urbano dei capoluoghi	413	30,52 %	269160 mq.	651,72 mq.
<b>Totale Provincia</b>	<b>1353</b>	<b>100 %</b>	<b>809858 mq.</b>	<b>602,3 mq.</b>

Tabella 12 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Medie Strutture di Vendita, indicatori generali 2009

Ambiti	Numero	% di numero di esercizi	Superficie totale	Superficie media punto vendita
Ambito lacustre	12	16 %	76137 mq.	6344,75 mq.
Ambito commerciale metropolitano	20	26,67 %	137325 mq.	6866,25 mq.
Ambito montano	4	5,33 %	58266 mq.	14566,5 mq.
Ambito della pianura	10	13,33 %	101090 mq.	10109 mq.
Ambito urbano dei capoluoghi	29	38,67 %	224240 mq.	7732,42 mq.
<b>Totale Provincia</b>	<b>75</b>	<b>100 %</b>	<b>597058 mq.</b>	<b>9123,78 mq.</b>

Tabella 13 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: Grandi Strutture di Vendita, indicatori generali 2009

Ambiti	Indice di saturazione EV	Indice di saturazione MSV	Indice di saturazione GSV
Ambito lacustre	1148	714	543
Ambito commerciale metropolitano	737	407	490
Ambito montano	927	582	214
Ambito della pianura	721	732	442
Ambito urbano dei capoluoghi	1049	873	727
<b>Media Provincia</b>	<b>916,4</b>	<b>661,6</b>	<b>483,2</b>

Tabella 14 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: indici di saturazione, indicatori generali 2009

Dalle tabelle effettuate è possibile constatare come gli indici di saturazione diano indicazioni chiare per quanto riguarda la presenza commerciale sul territorio. L'ambito urbano del capoluogo e l'ambito lacustre sono gli ambiti in cui gli indici di saturazione di esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita sono al di sopra della media provinciale. Ciò presuppone la presenza di strutture commerciale di diversa dimensione al di sopra dei indici calcolati.

Nelle mappe seguenti sono raffigurate tutte le Grandi Strutture di vendita attivate dagli anni '80 fino al 2000 e dal 2000 al 2009 (ultimo dato aggiornato)

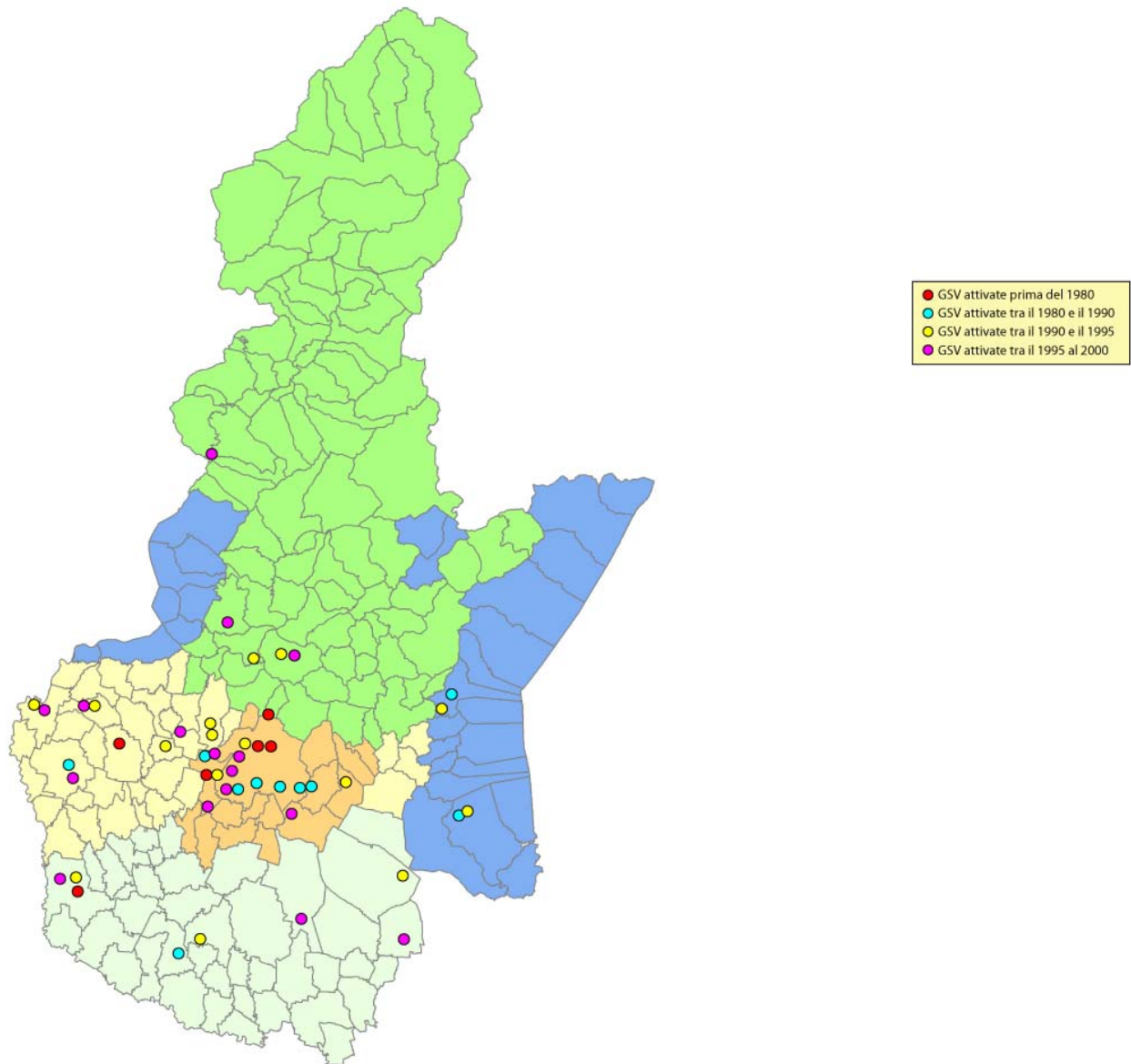
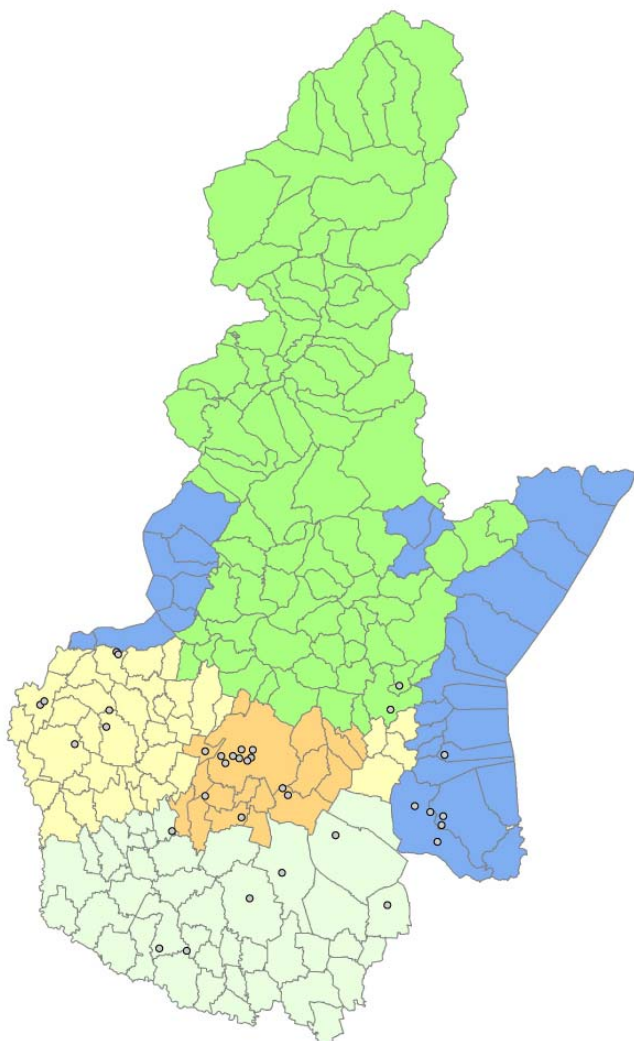


Figura 10 - Attivazione delle Grandi Strutture di vendita dagli anni '80 fino al 2000



© GSV attivate tra il 2000 e il 2008

**Figura 11 - Attivazione delle Grandi Strutture di vendita dal 2000 al 2008**

### **3.1 Criteri di identificazione degli addensamenti commerciali e definizione degli ambiti**

Il percorso a seguire è volto alla lettura di sistemi territoriali all'interno dei quali ricorrenze e specificità del rapporto tra dinamiche insediative e infrastrutturali possano configurarsi come "ambienti insediativi del commercio", coerentemente con quanto indicato dal programma triennale 2006-2008, funzionali ad identificare aree metropolitane omogenee e aree sovracomunali configurabili come un unico bacino di utenza alle quali attribuire specifici criteri di sviluppo omogenei.

#### **Ipotesi di riconoscimento degli addensamenti commerciali**

Per una corretta restituzione territoriale del fenomeno commerciale è utile una lettura per addensamenti commerciali, vale a dire per aggregazioni di più attività del terziario commerciale che hanno tra loro un legame di prossimità spaziale, localizzate in un territorio omogeneo da un punto di vista geomorfologico e serviti dallo stesso sistema infrastrutturale.

Il percorso di analisi delle attività commerciali per addensamenti ha oggi un'efficacia più elevata rispetto al passato, poiché assume l'impostazione adottata sia dagli attori che intervengono nelle operazioni di creazione e di sviluppo degli insediamenti commerciali, sia

dai consumatori che li utilizzano. Le attività del terziario commerciale tendono a concentrarsi nello spazio per creare sistemi di offerta, luoghi ad alta densità commerciale capaci di attrarre i consumatori con un'offerta composta di servizi. Il consumatore che si reca in tali luoghi genera un traffico commerciale del quale si avvantaggiano tutti gli esercizi dell'area, che in effetti sono lì localizzati proprio per sfruttare tale traffico indotto dall'addensamento. Quindi, le strutture commerciali localizzate in un addensamento sono tra loro legate da una prossimità non solo di tipo spaziale, ma spesso anche di tipo geografico, poiché assieme definiscono un luogo che sta nello spazio, modifica il territorio e condiziona le pratiche delle persone nel loro spazio di vita. Di conseguenza l'addensamento commerciale può essere concepito come un'unità geografica complessa da porre alla base di analisi territoriali descrittive o prescrittive (per prospettare modificazioni o trasformazioni), variamente determinata, secondo l'articolazione interna in termini commerciali e le caratteristiche spaziali e morfologiche dell'addensamento e del territorio nel quale è inserita.

In sintesi, si possono indicare quattro principali criteri per l'identificazione degli addensamenti commerciali da utilizzare nella lettura dei territori interessati da elevata densità commerciale.

#### a) Geografia fisica e geomorfologia

Ciascun addensamento commerciale va individuato a partire da un'analisi territoriale che acquisisca come sfondo gli ambienti insediativi, intesi come struttura di relazioni esistenti tra quadri ambientali, matrici territoriali, forme sociali, forme insediative. La definizione a livello regionale di sub-aree per il governo degli insediamenti commerciali era, fino al Programma triennale 2006-2008, il risultato di criteri di carattere politico-amministrativo. I nuovi ambiti, come si è detto, riflettono una maggiore considerazione nei confronti della capacità della struttura geografica e geomorfologica del territorio lombardo di contribuire a produrre uniformità o differenze nell'uso dello spazio.

#### b) Livelli di accessibilità e di dotazione infrastrutturale

A differenza di altre attività economiche, nel caso delle attività commerciali sono gli utilizzatori a spostarsi nei punti di fornitura dei servizi. Il modello insediativo delle strutture commerciali extraurbane dell'area milanese, attenuando, in parte, i fenomeni di posizione dominante sul mercato delle aree fondiarie, ha largamente sfruttato l'intercettazione dei flussi veicolari come valore aggiunto alla scelta localizzativa, principio con cui si è sviluppato, sostanzialmente, il sistema lineare dell'offerta delle strade mercato extraurbane, posizionate sull'asse di connessione tra più amministrazioni comunali e, spesso, generate da un precedente insediamento con funzione di attrattore per l'intero ambito di offerta oppure il fenomeno recente dei parchi commerciali integrati ad attività per il tempo libero (Tamini, 2002).

#### c) Estensione territoriale dei bacini gravitazionali

Le situazioni insediative che dimostrano la rilevanza del rapporto tra il bacino d'utenza potenziale e gli assetti fisico-spaziali di localizzazione sono molteplici e rappresentano effetti ed esternalità connesse sia all'alta concorrenzialità interna ai sistemi distributivi locali, sia alle forme diffuse di monopolio/oligopolio spaziale di alcune insegne della media e grande distribuzione alimentare e specializzata. La scelta e l'opportunità di posizionarsi "strategicamente" in un determinato contesto è, infatti, veicolata da una serie di elementi tra di loro strettamente correlati: le persistenti barriere di ingresso amministrative (spesso esito di rendite di posizione consolidate espresse da gruppi distributivi concorrenti), le

questioni di vicinanza/lontananza alle piattaforme logistiche (soprattutto per gli alimentaristi), le relazioni politiche privilegiate con l'ambito istituzionale di localizzazione (come i casi evidenti di Coop in Emilia e Toscana e di Esselunga nella regione urbana milanese), l'applicazione del concetto di contiguità spaziale tra insediamenti.

d) Internazionalizzazione dei grandi gruppi distributivi e politiche di presidio di insegna  
La razionalità di settore commerciale – espressione di un agire economico e finanziario che interpreta il territorio sostanzialmente come quota di mercato da presidiare – si confronta, oggi, con il processo di internazionalizzazione della distribuzione commerciale definito da operazioni di concentrazione, razionalizzazione e specializzazione della rete distributiva - attraverso fusioni, acquisizioni, accordi di partnership, creazioni di supercentrali. Anche in Italia si assiste alla crescente presenza delle multinazionali estere della distribuzione (in prevalenza di matrice francese e tedesca) e al fenomeno della multicanalità dell'offerta, dove la singola impresa commerciale detiene il controllo di più reti di vendita con forme e formati distributivi diversi.

## 3.2 Studio degli ambiti commerciali della provincia di Brescia

### 3.2.1 Ambito montano

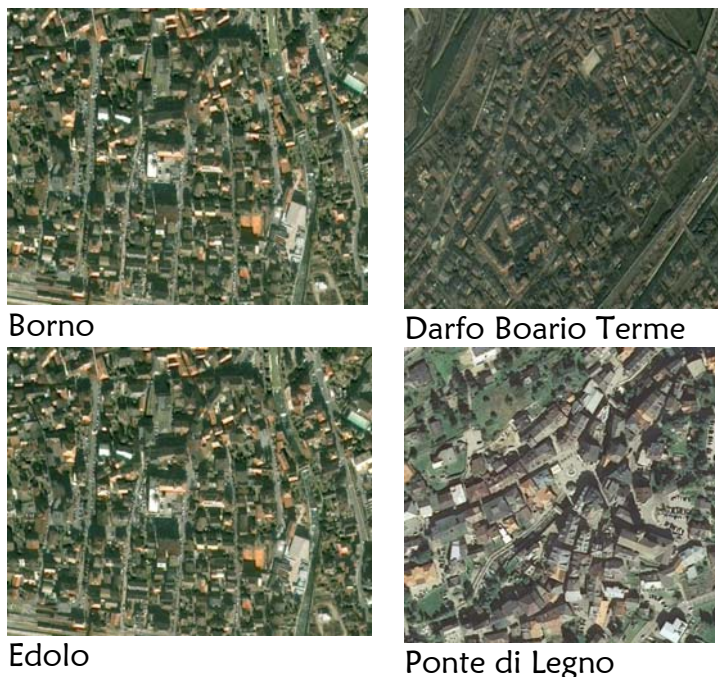


Tabella 15 - Immagini dei comuni dell'ambito montano bresciano

#### - Il sistema insediativo

Gli ambiti di riferimento del commercio in aree montana coincidono con i centri urbani che storicamente, in ragione anche della loro localizzazione, spesso in corrispondenza delle confluenze di valli e convali, svolgono un ruolo di polo ordinatore delle relazioni e di addensamento dei servizi di rilievo sovracomunale a servizio di ambiti a bassa densità insediativa. Tali centri (Darfo Boario Terme, Capo di Ponte, Edolo e Borno) hanno nel tempo consolidato il loro ruolo di recapito delle relazioni vallive e costituiscono i gangli di un'armatura territoriale a presidio del non facile contesto montano, sottoposto a dinamiche incerte, tra fenomeni di valorizzazione turistico-ricettiva e di allentamento del presidio territoriale.

#### - Il sistema ambientale

I centri urbani in questione partecipano di un contesto fortemente connotato dalla rilevanza dei valori ambientali, che complessivamente costituiscono un serbatoio di naturalità di rilievo regionale. I processi di antropizzazione, così come si sono manifestati negli ultimi decenni, hanno in parte compromesso, attraverso modalità insediative a volte indifferenti alle sensibilità dei luoghi, i caratteri ambientali originari, per loro natura sensibili e vulnerabili.

- Il sistema infrastrutturale

I centri ordinatori dell'ambito montano sono serviti da una rete infrastrutturale stradale discretizzata sostanzialmente nei fondo valle; tale rete manifesta momenti di "sofferenza" in situazioni contingenti (traffico turistico del fine settimana, fasce orarie di mobilità pendolare). Nello scenario infrastrutturale delineato dal PTCP si introduce un'accessibilità complementare su ferro che potrebbe riportare il livello di servizio della rete stradale a livelli opportuni.

- La struttura commerciale

Gli ambiti di riferimento del commercio in aree montana sono caratterizzati da una presenza prevalente (quasi esclusiva) di esercizi commerciali di piccole dimensioni; gli esercizi di vicinato, che in alcune situazioni di addensamento costituiscono elemento di tenuta dei processi di socializzazione tipici dei tessuti urbani, soddisfano la domanda locale di generi alimentari e non. Le dinamiche in corso più significative sono riconducibili ad una generale difficoltà di tenuta degli esercizi commerciali esistenti, che, se da un lato hanno scontato una maggiore propensione alla mobilità della popolazione (che quindi si rivolge ai recapiti commerciali più strutturati della pianura), dall'altro non hanno cercato le necessarie sinergie intra ed extra-settore (accordi con i produttori locali, gestione unitaria, multifunzionalità dei negozi).

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema territoriale a bassa densità ma integrato</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Scarsa capacità di costruire politiche ed iniziative commerciali sinergiche e condivise</li> <li>- Alta frammentazione degli operatori commerciali, basse economie di scala gestionale</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consolidamento del ruolo catalizzatore dei centri urbani di riferimento</li> <li>- Gestione unitaria degli esercizi nei centri storici</li> <li>- Empori multifunzionali</li> <li>- Sinergia con le produzioni tipiche locali e con l'economia turistica</li> <li>- Sinergia con la distribuzione organizzata di pianura</li> </ul>	<p><b>RISCHI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Progressiva polarizzazione degli acquisti verso i recapiti di pianura</li> <li>- Complessivo depotenziamento della rete degli esercizi di vicinato</li> <li>- Perdita della capacità del commercio di costituire presidio sociale</li> </ul>

Tabella 16 - Analisi SWOT dell'ambito montano bresciano



### 3.2.2 Ambito del capoluogo



Castello e monte  
Maddalena



Via Milano e Freccia  
Rossa



Centro storico



Palabrixia e infrastrutture  
viarie

Tabella 17 - Immagini dell'ambito del capoluogo bresciano

#### - Il sistema insediativo

Il capoluogo rappresenta la principale polarità urbana del contesto provinciale, sede dei principali servizi rivolti a popolazione e imprese. L'articolazione urbana interna che connota la città da conto di contesti insediativi peculiari, storicamente connotati come il centro storico, piuttosto che espressione di significative dinamiche di trasformazione come manifestato in città bassa da processi di riqualificazione sia interni al tessuto compatto sia in ambiti peri-urbani.

#### - Il sistema ambientale

Il sistema ambientale che caratterizza la città di Brescia è composto sostanzialmente dal monte Maddalena e ai suoi piedi sorge il sistema insediativo della città e dalle tessere di un mosaico residuale degli spazi aperti in ambito perturbano, che in contesti territoriali come quello in questione rappresentano elementi di potenziale qualificazione per i comparti urbani di riferimento. L'area di Brescia è zona critica per l'inquinamento atmosferico.

#### - Il sistema infrastrutturale

La rete infrastrutturale sulla quale poggia il sistema commerciale del capoluogo è riferibile sinteticamente a quattro situazioni. Sulla maglia extraurbana portante di adduzione si sono collocati, con modalità incrementale, gli esercizi di media e grande dimensione; sulla rete urbana reggente vi è una presenza molto articolata, nelle forme e nel rapporto con servizi e residenza, di medie strutture di vendita ed esercizi di vicinato. L'asse centrale di via XX



Settembre, e alcune sue diramazioni, sono investite da processi di specializzazione merceologica, mentre la zona di via Milano mantiene un tessuto commerciale fortemente connotato, nell'immagine e nelle modalità organizzative, alla specificità del luogo grazie alla presenza storica di Esselunga e il nuovo centro commerciale "La Freccia Rossa".

- La struttura commerciale

La struttura commerciale del capoluogo provinciale manifesta un consolidato mix funzionale e tipologico atto a soddisfare una domanda consistente e altrettanto articolata (residenti, city users, turisti). A fronte di una situazione in cui anche gli esercizi commerciali di vicinato sembrano soffrire meno che in altri contesti la competizione con la distribuzione moderna, è opportuno segnalare la significativa presenza di strutture con media superficie di vendita, con addensamento in particolare lungo gli assi storici di città bassa. Tale sistema da luogo ad una sorta di galleria commerciale naturale (emblematico il caso della Freccia Rossa), all'interno della quale si assiste a forti dinamiche di qualificazione dell'offerta e con merceologia più connotata, anche orientata alla domanda turistica.

È significativo segnalare la scarsa presenza di strutture della grande distribuzione, esito di specifiche politiche di livello comunale, che ha comportato la localizzazione delle stesse appena al di là dei confini comunali, comportando una rilevante evasione di spesa verso i comuni limitrofi sede di GSV.

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Struttura commerciale consolidata e articolata</li> <li>- Bacino di utenza consistente (residenti, studenti, city users, turisti)</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evasione di spesa verso le GSV nei comuni limitrofi (Roncadelle)</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Politiche di potenziamento del turismo commerciale</li> <li>- Ulteriore potenziamento e qualificazione dell'offerta degli assi storici ed effetto volano su altri comparti urbani</li> <li>- Processi di riqualificazione urbana come occasione per localizzazione commerciale integrata con altre finzioni urbane</li> </ul>	<p><b>RISCHI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perdita di attrattività della rete commerciale di vicinato diffusa</li> </ul>

Tabella 18 - Analisi SWOT dell'ambito del capoluogo bresciano

### 3.2.3 Ambito commerciale metropolitano



Chiari: centro storico



Chiari: area commerciale



Rovato: centro storico



Rovato: area commerciale

Tabella 19 - Immagini dell'ambito commerciale metropolitano bresciano

L'armatura territoriale di riferimento

- Il sistema insediativo

All'interno del sistema territoriale provinciale è possibile individuare la specifica polarità di Rovato e Chiari, che rappresenta una figura di consolidata aggregazione delle strutture di vendita in ragione del ruolo di riferimento dei due centri urbani rispetto all'ambito di pianura, che storicamente ha determinato meccanismi di polarizzazione che qui hanno raggiunto livelli sufficienti per la strutturazione di una rete commerciale articolata. I due centri urbani, i quali sono ancora oggi destinazione di gravitazioni d'area locale, partecipano dunque di un contesto geografico sostanzialmente policentrico, che ha manifestato dinamiche insediative intense ma orientate, almeno per la domanda residenziale, alla qualificazione dei tessuti storici centrali e ad addizioni urbane tendenzialmente contigue ad essi.

- Il sistema ambientale

Il sistema ambientale di appoggio dei due centri urbani è quello tipico della pianura irrigua, percorsa da una fitta trama di canali e rogge che hanno formato una partizione poderale peculiare e che manifesta la profonda relazione con i processi di antropizzazione di più lunga durata. Il tema delle acque è quello anche più connesso alla sensibilità delle risorse fisico-naturali, nello specifico relativamente alle condizioni geologiche e idrauliche.

- Il sistema infrastrutturale

Il sistema infrastrutturale dell'area è storicamente organizzato su una maglia viaria diffusa e sostanzialmente equipollente e sulla direttrice ferroviaria che da Milano porta a Brescia e Venezia. Tale sistema è stato negli anni potenziato, attraverso varianti ai centri urbani e ridefinizione delle sezioni stradali e dei nodi della maglia. Lo scenario di infrastrutturazione introduce assi di grande rilevanza sovralocale, (Bre.Be.Mi., alta velocità, tangenziali esterne), che aumenteranno in modo significativo il livello di accessibilità dell'area.

- La struttura commerciale

La struttura commerciale del sistema Chiari-Rovato si connota per una rete diffusa di esercizi di vicinato e di media distribuzione, in grado di rispondere ad una domanda locale espressa anche dai comuni limitrofi. Il ruolo, soprattutto di Rovato, di riferimento per una domanda d'area locale si è articolato anche attraverso processi di qualificazione commerciale degli assi storici, sui quali insiste una buona dotazione di medie superfici di vendita merceologicamente articolata. I centri commerciali presenti, con formati che danno conto di una loro non recente apertura, sono ben integrati con i tessuti urbani e rispondono anch'essi ad una bacino di gravitazione locale.

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Multipolarità del sistema insediativo</li> <li>- Capacità attrattiva dei centri storici</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evasione di spesa verso le più recenti GSV sulla prevista direttrice Milano - Brescia</li> <li>- Mancanza di politiche organiche di gestione integrata (town center management)</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ulteriore potenziamento e qualificazione dell'offerta degli assi storici ed effetto volano su altri comparti urbani</li> <li>- Processi di riqualificazione urbana come occasione per localizzazione commerciale integrata con altre finzioni urbane</li> <li>- Aumento dei profili di accessibilità d'area come possibile potenziamento delle grandi superfici esistenti, complementari ai nastri commerciali urbani</li> </ul>	<p><b>RISCHI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ulteriore perdita di competitività del sistema, aumento dell'evasione di spesa</li> <li>- Effetto Bre.Be.Mi. non governato a livello intercomunale: omologazione, esternalità territoriali</li> </ul>

Tabella 20 - Analisi SWOT dell'ambito commerciale metropolitano bresciano

### 3.2.4 Ambito della pianura lombarda



Orzinuovi: centro storico



Orzinuovi: area commerciale



Montichiari: centro storico



Montichiari: area commerciale

Tabella 21 - Immagini dell'ambito della pianura lombarda bresciana

- Il sistema insediativo, ambientale e infrastrutturale

Orzinuovi è un tradizionale riferimento per il sistema insediativo della bassa pianura occidentale. Orzinuovi e Montichiari sono collocate in contesti dove il fattore di sensibilità più evidente è quello delle risorse agricole. Orzinuovi e Montichiari sono investiti da uno scenario di rilevante potenziamento infrastrutturale, sia a scala locale sia relativamente alle lunghe reti di scala interregionale grazie alle tangenziali di collegamento, l'autostrada A21 e l'aeroporto di Montichiari.

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presenza di botteghe del commercio nel centro storico</li> <li>- Attività commerciali organizzate puntualmente e non dispersive</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eccessivo isolamento dal contesto generale dei punti vendita</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Potenziamento dell'offerta e della capacità attrattiva con i comuni limitrofi spesso insufficienti dal punto di vista commerciale</li> </ul>	<p><b>RISCHI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desertificazione dell'offerta commerciale</li> </ul>

Tabella 22 - Analisi SWOT dell'ambito della pianura lombarda bresciana



### 3.2.5 Ambito lacustre



Iseo: centro storico



Iseo: area commerciale



Desenzano del Garda: centro storico



Desenzano del Garda: area commerciale

**Tabella 23 - Immagini dell'ambito lacustre bresciano**

#### - Il sistema insediativo, ambientale e infrastrutturale

Iseo e Desenzano del Garda sono i riferimenti verso la pianura della dorsale orientale del Lago di Iseo e della dorsale occidentale del lago di Garda, e in quanto tali rivestono un consolidato rilievo all'interno dell'ambito pedemontano locale. Desenzano partecipa di un sistema paesistico-ambientale molto connotato dalla presenza del lago e dai rilievi collinari. Iseo e Desenzano sono agganciati ad una rete infrastrutturale di rilevanza locale, proprio in ragione della loro collocazione in ambiti territoriali che giocano un ruolo sulle reti locali.

#### - La struttura commerciale

Ognuno dei comuni citati ha ovviamente proprie forme specifiche e peculiari di articolazione del sistema commerciale. L'elemento di profonda analogia tra le due situazioni, e che introduce un elemento di differenziazione rispetto ad altri contesti provinciali, è l'evidenza di un significativo addensamento di esercizi commerciali all'interno di alcune porzioni dei tessuti storici. Questo tipo di figura insediativa del commercio provinciale manifesta una buona capacità di tenuta degli esercizi di media e piccola taglia, che, pur con tutte le incertezze dei processi, sembrano avere avuto la capacità, anche in funzione del ruolo urbano del commercio stesso, di competere con la grande distribuzione. La presenza di medie superfici di vendita all'interno di queste strip commerciali è ulteriore elemento connotante: spesso le MSV, prescindere dalla connotazione merceologica,

costituiscono l'”ancora” in grado di consolidare la presenza di esercizi più contenuti e specializzati.

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacità attrattiva dei centri storici</li> <li>- Buona complementarietà dell’offerta MSV come “ancora”</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di politiche organiche di gestione integrata (town center management)</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITÀ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ulteriore potenziamento e qualificazione dell’offerta degli assi storici</li> <li>- Costruzione condivisa di politiche integrate funzionali ad aumentare la competitività degli addensamenti commerciali</li> </ul>	<p><b>RISCHI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perdita di competitività del sistema rispetto alla grande distribuzione extralocale</li> </ul>

Tabella 24 - Analisi SWOT dell'ambito lacustre bresciano

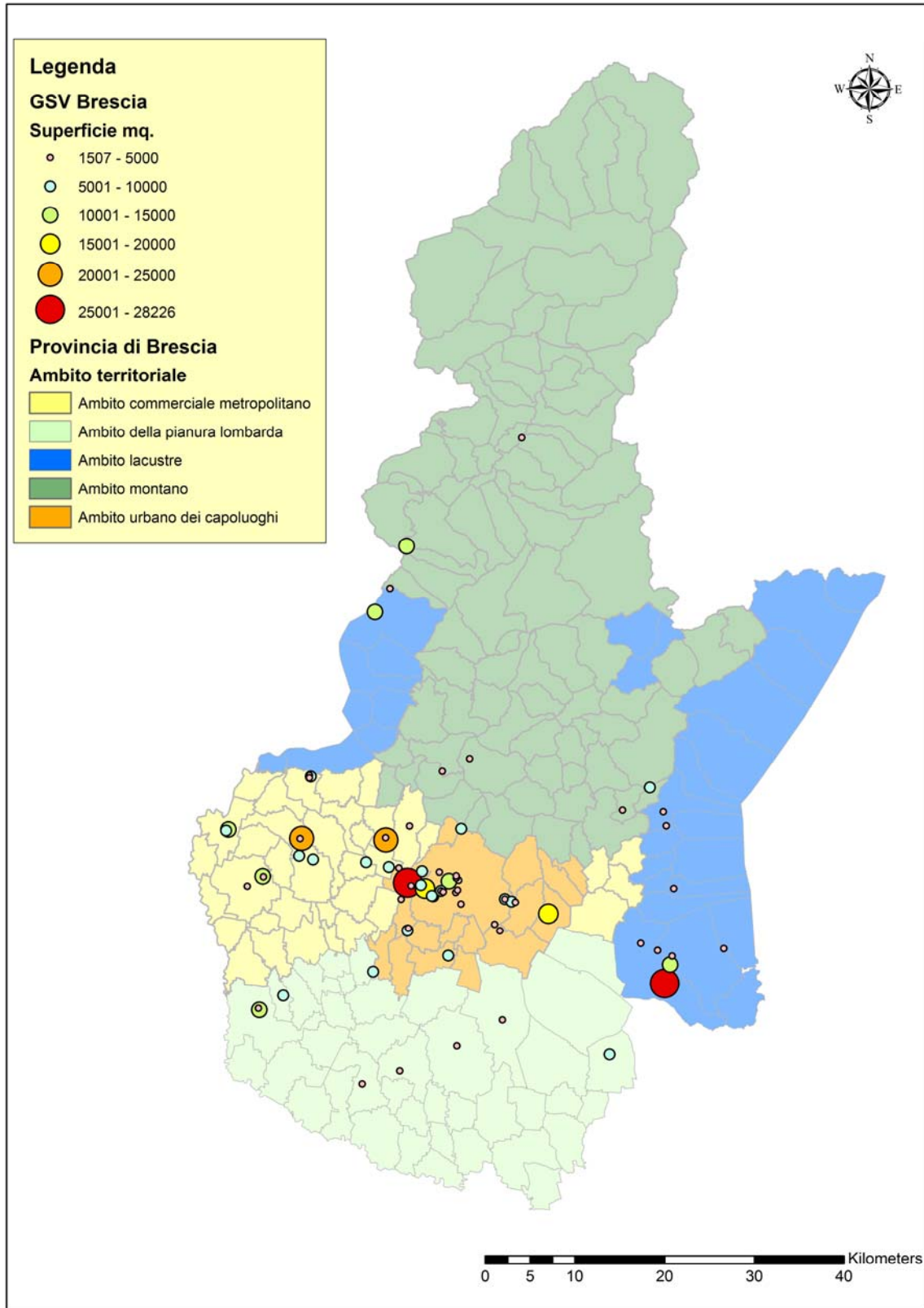


Tavola 3 - Grandi strutture di vendita in provincia di Brescia suddivise in grandezza del sito e suddivise tra gli ambiti territoriali del commercio (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000)

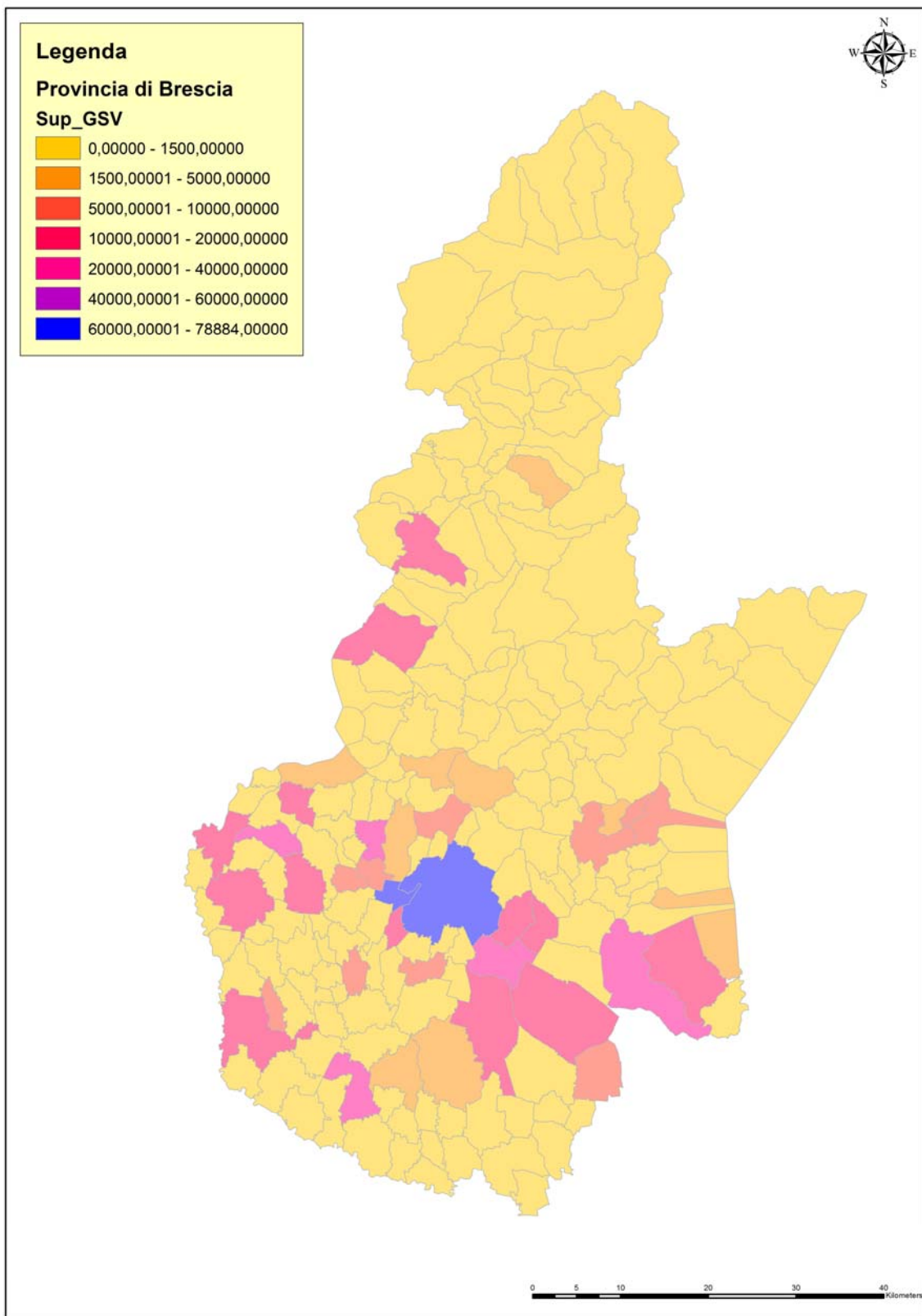


Tavola 4 - Densità di superficie delle Grandi strutture di vendite in relazione al territorio comunale dei comuni  
(fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000)



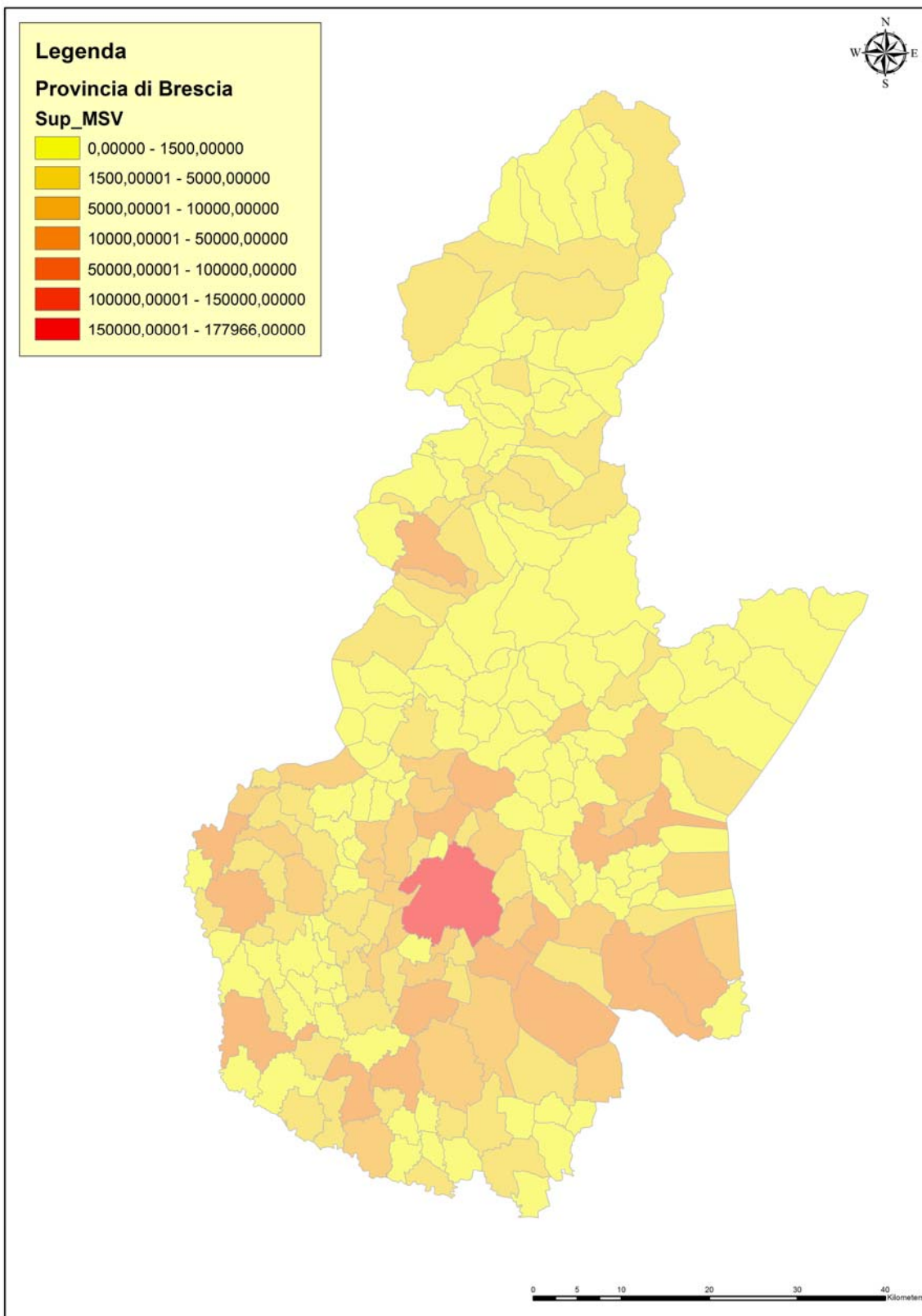


Tavola 5 - Densità di superficie delle medie strutture di vendite in relazione al territorio comunale dei comuni (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000)

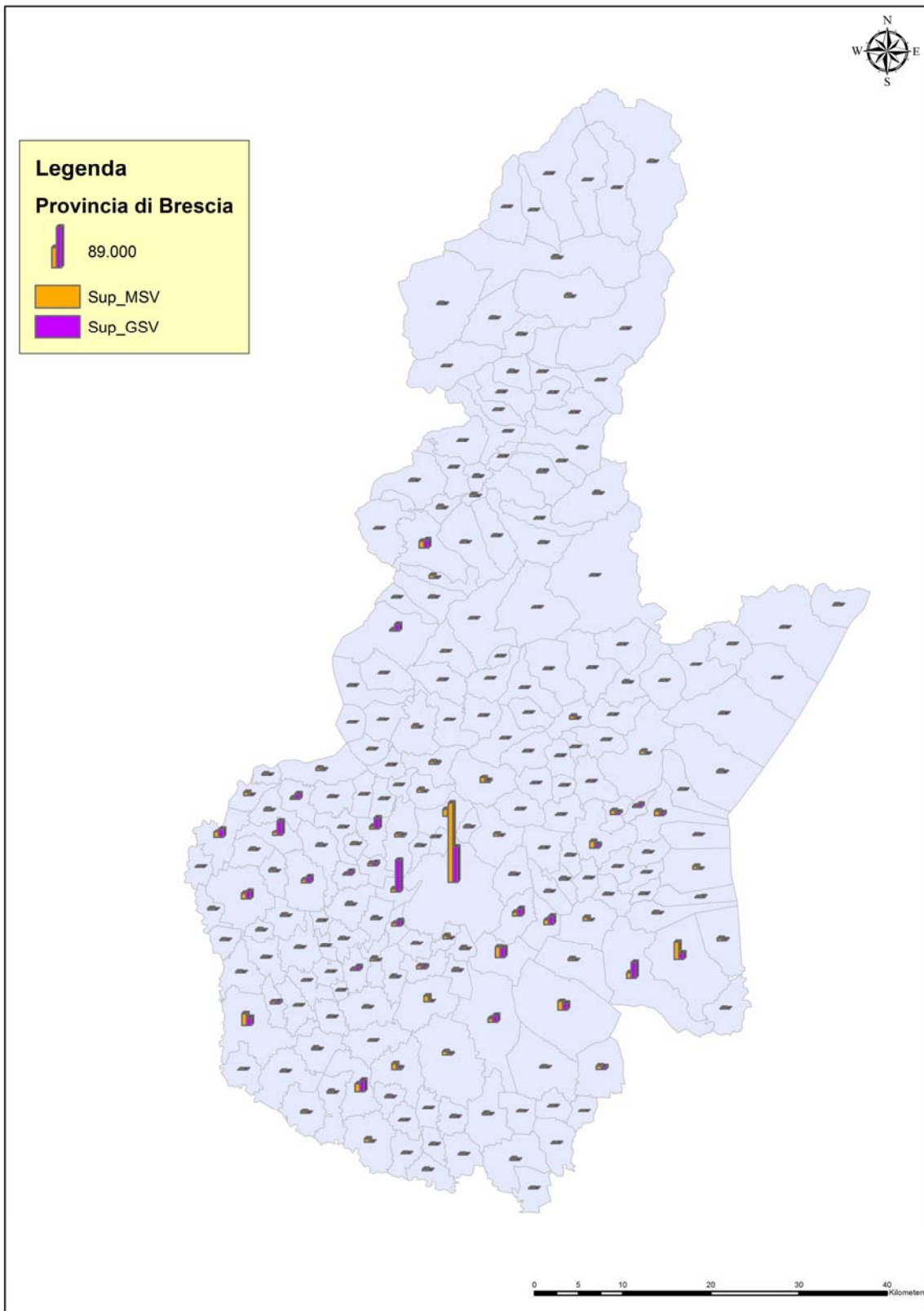


Tavola 6 - Confronto tra superfici di grandi e medie strutture di vendita in relazione al territorio comunale (fonte: Shape Regione Lombardia 2008 scala 1:750.000)

### 3.3 Definizione ed indirizzi degli ambiti territoriali e dati sulla provincia di Brescia



Tavola 7 - Tavola degli ambiti territoriali del commercio

Ambito territoriale	Descrizione	Indirizzi	Popolazione	Superficie MSV	Superficie GSV	Superficie totale
Ambito lacustre	L'ambito lacustre comprende i comuni di prima fascia lungo le rive dei laghi ed i comuni contigui che, per presenze turistiche e struttura socio territoriale sono strettamente connessi al sistema economico lacustre. Si tratta di aree interessate da consistenti flussi di popolazione non residente, generati da turismo di svago, anche giornaliero e, in misura meno significativa, da turismo culturale. Si tratta di aree a forte connotazione paesistica e rilevante criticità ambientale data dai carichi antropici e dai consistenti fenomeni espansivi e di urbanizzazione, dalle caratteristiche degli insediamenti e delle reti infrastrutturali, oltre che dalla stagionalità delle presenze turistiche. Si riscontrano tendenze commerciali diversificate nelle aree di prossima ubicazione lacuale rispetto alle zone più interne, con una significativa dipendenza dai poli dei capoluoghi e di altri centri di storico riferimento commerciale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- valorizzazione delle strutture insediative di antica formazione, in rapporto anche alle valenze e finalità di tipo turistico;</li> <li>- particolare attenzione alla delicatezza ambientale e paesaggistica del territorio, sia ai fini della ubicazione di nuovi insediamenti sia in rapporto alla generazione di volumi di traffico aggiuntivi su itinerari viabilistici di limitata capacità;</li> <li>- considerazione delle problematiche inerenti l'offerta commerciale nelle valli laterali ai bacini lacuali, che presentano frequentemente condizioni analoghe a quelle dell'ambito montano;</li> <li>- integrazione con l'offerta commerciale ambulante, anche per affrontare gli elementi di stagionalità della domanda;</li> <li>- integrazione con i sistemi produttivi e artigianali tipici locali, in particolare riferiti al comparto agro-alimentare;</li> <li>- integrazione delle strutture commerciali con i sistemi turistici e con l'artigianato locale e delle valli contigue;</li> <li>- nessuna previsione di apertura di grandi strutture di vendita realizzate anche mediante l'utilizzo di superficie di vendita esistente.</li> </ul>	140150 ab.	99975 mq.	76137 mq.	176112mq.
Ambito commerciale metropolitano	Comprende la fascia geografica ad alta densità insediativa caratteristica della zona pedemontana e di alta pianura, che attraversa la regione da est ad ovest. L'ambito è particolarmente critico per l'elevata urbanizzazione, i livelli di inquinamento dell'aria e la presenza di viabilità primaria e secondaria a forte congestione di traffico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;</li> <li>- forte disincentivo alla apertura e all'eccessivo ampliamento di grandi strutture di vendita realizzate mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;</li> <li>- promozione della localizzazione della media distribuzione in contesti ad alta densità abitativa purché integrati ad interventi di riqualificazione complessiva e di salvaguardia del commercio di vicinato;</li> <li>- disincentivo al consumo di aree libere ed attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi, da realizzarsi esclusivamente in quelle aree in cui sia certificato il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;</li> <li>- consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive, con particolare attenzione alla rete distributiva di prossimità;</li> <li>- integrazione delle attività commerciali con i diversi sistemi produttivi locali;</li> <li>- attenzione al rapporto con il movimento delle persone e delle merci e alle scelte di localizzazione degli spazi logistici.</li> </ul>	280352 ab.	114281 mq.	137325 mq.	251606 mq.
Ambito montano	Comprende i comuni appartenenti alle Comunità montane e i comuni parzialmente montani - in base alla vigente normativa in materia - ad eccezione di quelli che presentano (nell'ambito commerciale metropolitano, nell'ambito urbano dei capoluoghi, nell'ambito lacustre) significative e prevalenti relazioni dirette con altri ambiti commerciali.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- qualificazione dell'offerta nei poli di gravitazione commerciale di fondovalle, sia mediante la razionalizzazione di insediamenti commerciali già esistenti le cui dimensioni siano congruenti con l'assetto fisico del territorio, sia attraverso la valorizzazione delle attività integrate dei centri storici (anche a tutela del paesaggio e della biodiversità, e con le caratteristiche della domanda commerciale);</li> <li>- nessuna previsione di apertura di grandi strutture di vendita realizzate anche mediante l'utilizzo di superficie di vendita esistente;</li> <li>- disincentivo delle medie strutture di vendita di maggiore dimensione e valorizzazione di quelle strutture di vendita le cui dimensioni siano correlate e compatibili con i contesti locali e con la promozione di servizi di supporto ai centri minori;</li> <li>- integrazione delle strutture commerciali con i sistemi turistici locali e con l'artigianato delle valli;</li> </ul>	272652 ab.	158695 mq.	58266 mq.	216961 mq.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- individuazione, sperimentazione e promozione di nuovi modelli di punti di vendita, per le frazioni, i nuclei minori e le zone di minima densità insediativi, favorendo la cooperazione tra dettaglio tradizionale e GDO;</li> <li>- valorizzazione dell'offerta commerciale ambulante e della presenza di aree dedicate agli operatori ambulanti;</li> <li>- attenzione alla vendita di prodotti locali, tipici e caratteristici dell'ambiente montano e integrazione con i sistemi produttivi e artigianali tipici locali, in particolare riferiti al comparto agro-alimentare;</li> <li>- ubicazione di nuovi punti di vendita di vicinato e della media distribuzione in aree abitate, comunque con attenzione alla valorizzazione del tessuto commerciale preesistente e alla conservazione dei caratteri ambientali;</li> <li>- possibilità di autorizzare, in un solo esercizio, l'attività commerciale e altre attività di interesse collettivo.</li> </ul>				
Ambito della pianura	<p>È costituita dalla fascia meridionale del territorio regionale (bassa pianura lombarda), connotata da una minore densità demografica, con prevalenza di piccoli centri e da un tessuto commerciale prevalentemente impostato secondo la rete tradizionale e interessato da localizzazioni recenti della grande distribuzione, con aree di criticità nella disponibilità locale di esercizi di vicinato.</p> <p>Sono presenti centri urbani di media attrattività commerciale e si riscontra una significativa dipendenza dai capoluoghi provinciali in rapporto all'offerta più evoluta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;</li> <li>- valorizzazione della articolazione strutturale della rete di vendita, con un limitato sviluppo della media e grande distribuzione nei centri di storica aggregazione commerciale;</li> <li>- qualificazione e specializzazione della rete di vicinato;</li> <li>- promozione dell'integrazione con il commercio ambulante e dell'individuazione di aree dedicate agli operatori ambulanti;</li> <li>- disincentivo alla localizzazione delle attività commerciali in aree extraurbane;</li> <li>- integrazione della rete commerciale con i sistemi produttivi locali;</li> <li>- possibilità di autorizzazione, in un solo esercizio, dell'attività commerciale e di altre attività di interesse collettivo;</li> <li>- valorizzazione e promozione delle attività commerciali di prossimità nei piccoli comuni.</li> </ul>	228818 ab.	167557 mq.	101090 mq.	268647 mq.
Ambito urbano dei capoluoghi	<p>Comprende – con l'eccezione di Milano e Monza e dei Comuni contermini che fanno invece parte dell'ambito di addensamento commerciale metropolitano – i capoluoghi di provincia ed i Comuni contigui principalmente connessi alla rete commerciale del capoluogo, caratterizzati da una struttura commerciale con forte capacità di attrazione a scala provinciale e regionale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;</li> <li>- valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico e architettonico e integrazione della funzione commerciale con le altre funzioni di attrattività urbana (attività paracommerciali, artigianali, pubbliche) e promozione del loro servizio commerciale unitario;</li> <li>- forte disincentivo all'eccessivo ampliamento e alla apertura di grandi strutture di vendita realizzate mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;</li> <li>- qualificazione della piccola e media distribuzione nei centri commerciali naturali esistenti;</li> <li>- localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico, con particolare riferimento alle stazioni ferroviarie e alle condizioni di accessibilità riferite agli insediamenti periurbani;</li> <li>- particolare considerazione della funzionalità degli assi stradali di supporto localizzativi, assunti nella loro unitarietà;</li> <li>- disincentivo al consumo di aree libere;</li> <li>- valorizzazione delle attività commerciali storiche e di nicchia, anche nella configurazione architettonica dello spazio urbano e di vendita.</li> </ul>	308284 ab.	269160 mq.	224240 mq.	493400 mq.
<b>Totale provincia</b>			1230256 ab.	809858 mq.	597058 mq.	1406916 mq.

Tabella 25 - Definizione degli ambiti territoriali del commercio con indirizzi, criteri e dati riferiti alla provincia di Brescia

<b>Ambito territoriale</b>	<b>Popolazione</b>	<b>Superficie MSV</b>	<b>Superficie GSV</b>	<b>Superficie totale</b>
Ambito lacustre	140150 ab.	99975 mq.	76137 mq.	176112 mq.
Ambito commerciale metropolitano	280352 ab.	114281 mq.	137325 mq.	251606 mq.
Ambito montano	272652 ab.	158695 mq.	58266 mq.	216961 mq.
Ambito della pianura	228818 ab.	167557 mq.	101090 mq.	268647 mq.
Ambito urbano dei capoluoghi	308284 ab.	269160 mq.	224240 mq.	493400 mq.
<b>Totale Provincia</b>	<b>1230256 ab.</b>	<b>809858 mq.</b>	<b>597058 mq.</b>	<b>1406916 mq.</b>

Tabella 26 - Ambiti regionali del commercio in provincia di Brescia: indicatori generali su MSV e GSV

## 4. Il caso di studio: PGT e trasformazioni in corso a Castrezzato

Il comune di Castrezzato è un comune di 6.916 abitanti (dato aggiornato a marzo 2010) con una superficie di 13,69 kmq. e si trova ad un'altitudine di 127 m s.l.m.: confina a nord con i comuni di Rovato e Coccaglio, a est con i comuni di Trenzano, a sud con il comune di Comezzano-Cizzago e a ovest con i comuni di Castelvovati e Chiari. Le frazioni sono quattro: Bargnana, Barussa, Campagna e Monticelle. Numerosa la presenza di cascate agricole. Il comune di Castrezzato ricade all'interno dell'ambito commerciale metropolitano secondo gli indirizzi e le descrizioni del Programma Triennale per lo Sviluppo per lo Sviluppo del settore Commerciale 2006-2008.

### 4.1 PGT: strategie, servizi, regole

Il "Documento programmatico per la redazione del PGT", approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 11 del 15/03/2010) definisce le linee di indirizzo e gli obiettivi che l'amministrazione comunale intende perseguire attraverso la redazione del PGT:

#### a) L'area della vecchia discarica

L'impianto di smaltimento controllato di rifiuti solidi urbani e rifiuti solidi assimilabili agli urbani e situato ad est sul confine con il comune di Trenzano. Il conferimento di rifiuti è terminato nel dicembre 2003 e attualmente si trova in fase di gestione e controllo post-operativo e di recupero ambientale. In prossimità di queste strutture sarà mantenuta un'ampia fascia di territorio libera da insediamenti urbanistici, ma saranno ammessi, interventi funzionali alle infrastrutture sovracomunali.

#### b) L'autodromo

Adiacente alla discarica, sul confine con il comune di Trenzano, nella sede di un'ex cava è stato realizzato l'autodromo di Franciacorta, un circuito con strutture differenziate destinate ad una tipologia più vasta di utenti e con l'obiettivo di aumentare il numero di utenti. Anche in questo caso, nella fascia limitrofa di territorio, saranno ammesse infrastrutture di potenziamento oltre che di servizio dell'attività in questione. Inoltre sono in previsione sistemi di compensazione, soprattutto per migliorare la vivibilità del centro abitato. Qualora il potenziamento dell'autodromo sia compatibile con l'utilizzazione dei materiali di scavo per l'infrastruttura BREBEMI, sarà favorita tale utilizzazione.

#### c) Linea TAV, autostrada BREBEMI, la nuova bretella provinciale S.P. BS 11

Castrezzato è uno dei territori maggiormente interessati dagli interventi sull'asse viabilistica di connessione tra Brescia e Milano. Infatti, a nord del territorio comunale sono previste le realizzazioni della linea "Alta velocità Torino - Venezia" TAV Interconnessione Brescia Ovest, la nuova linea autostradale BREBEMI, con il Raccordo Autostradale Ospitaletto-Montichiari, due svincoli a livelli sfalsati, ed un terzo svincolo sulla ex Ss11 (Tangenziale Ovest di Chiari). Queste infrastrutture, molto importanti per i collegamenti metropolitani, avranno sicuramente implicazioni significative sul funzionamento della viabilità locale e sulla struttura del tessuto urbano. Il PGT dovrà valutare le implicazioni che i nuovi tracciati avranno con il territorio ed i rapporti con le esigenze che sopraggiungeranno con la



realizzazione delle infrastrutture di importanza nazionale. Fermo restando la ferma opposizione alla realizzazione di altre nuove cave, potrà essere possibile coniugare gli obiettivi di potenziamento dell'autodromo con la necessità di reperire materiali per l'infrastruttura BREBEMI.



**Figura 11 - Cantiere Brebemi a Castrezzato**

#### d) Il nuovo parco urbano

E' prevista una vasta area verde di collegamento tra il parco acquatico "Oasi Arcobaleno" e l'autodromo, un parco urbano, con sistemazione delle aree a verde, per il gioco bimbi e di sosta per la lettura o i pic-nic. Anche la sistemazione delle alberature ha la capacita di segnare e creare volumi, spazi e percorsi ciclo-pedonali di collegamento tra i servizi esistenti situati nel centro storico ed i nuovi decentrati fuori dal perimetro edificato. Per attivare un processo di valorizzazione del territorio, l'Amministrazione Comunale si propone quale soggetto attivo in grado di fornire gli indirizzi utili al raggiungimento di obiettivi di qualità per l'intera comunità in sinergia con i privati.



**Figura 12 - Area dove sorgerà il futuro parco urbano**



e) Ampliamento di strutture sportive – campi da golf

Nella frazione “Barussa” del Comune di Castrezzato e di recente insediamento la struttura sportiva destinata a campi da Golf, con la presenza di n. 9 buche. L’Amministrazione Comunale è intenzionata all’ampliamento dell’area al fine di qualificare a livello internazionale la struttura sportiva destinata a campi da Golf, mediante l’ampliamento dell’area di gioco portando le buche da 9 a 18.



Figura 13 - Il Golf Resort "La Colombera"

f) Realizzazione di un nuovo insediamento commerciale ed artigianale con realizzazione di una nuova farmacia comunale

Il Programma Integrato di Intervento proposto (PII Finiletto), occupa una superficie territoriale di 29742 mq, si presenta con una forma abbastanza regolare e compatta e prevede la realizzazione di un insediamento commerciale ed artigianale con la realizzazione di una farmacia comunale secondo un impianto morfologico che si attesta sul potenziamento della viabilità avente anche funzioni di collegamento esterno e di matrice insediativa per gli eventuali sviluppi futuri della zona. Insieme all’attuazione di aree a standards e della realizzazione della farmacia comunale vi è anche una previsione insediativa di attrezzature sanitarie quali “centro prelievi” e ambulatori, andrà a configurare un importante “polo sanitario”. L’insediamento prevede il potenziamento di una strada passante con una direzione nord-sud principale che serve il comparto di intervento. La dotazione artigianale è prevista nella parte nord dell’ambito, la parte centrale sarà caratterizzata dall’insediamento commerciale nel quale trova collocazione la nuova farmacia comunale; entrambe le porzioni di territorio ricadono all’interno della zona individuata da PRG vigente come “D2 produttiva di espansione convenzionata”, configurandosi dunque come un ambito già vocato alla trasformazione. La parte rimanente a sud sarà dotata di servizi pubblici quali parcheggi e verde alberato.



**Figura 14 - Area dove sorgerà il nuovo insediamento commerciale e polo sanitario**

**g) Realizzazione di un nuovo insediamento commerciale**

Il Piano Attuativo proposto, occupa una superficie territoriale di 9170 mq, e prevede la realizzazione di un insediamento commerciale comprensivo di magazzino annesso ai negozi e una pizzeria situata sul versante nord del lotto.



**Figura 15 - Stato di fatto della realizzazione del nuovo insediamento commerciale**

**h) Sostenibilità delle previsioni insediative**

Il PGT nel prevedere eventuali nuovi insediamenti residenziali dovrà necessariamente e prioritariamente fare una valutazione realistica delle residue possibilità edificatorie del PRG vigente. E' pertanto ragionevole ipotizzare, che un eventuale incremento demografico o insediativo, dovrà necessariamente conservare i buoni caratteri di vivibilità esistenti e garantire una qualità di vita, nel complesso, buona. Gli eventuali nuovi sviluppi saranno accompagnati anche dalla realizzazione dei servizi o dall'ampliamento degli esistenti. Potranno essere previsti i nuovi poliambulatori con la guardia medica, altre piste ciclabili di

connessione tra le varie frazioni e l'ampliamento del campo sportivo. Una pianificazione urbanistica ed edilizia che sappia coniugare i processi di crescita e sviluppo con la tutela delle risorse ambientali e la valorizzazione delle opportunità sociali presenti nel territorio, genera l'equilibrio strutturale di una comunità.

#### i) Le aree agricole

Il territorio agricolo rientra nelle politiche e negli obiettivi che l'Amministrazione intende perseguire con il P.G.T.:

- Preservare e conservare le risorse esistenti;
- Salvaguardia delle attività agricole esistenti;
- Valorizzazione di alcuni insediamenti in zona agricola con destinazioni d'uso complementari alla funzione agricola (agriturismo, ecc.);
- Il reperimento delle risorse per l'attuazione di opere di compensazione ambientale.

Per l'espansione dell'autodromo e del golf, dovendo intervenire su ambiti agricoli (intesi come macro-aree strategiche), si dovrà concertare preventivamente con la provincia di Brescia la riduzione di tali ambiti, con conseguente revisione del PTCP.

#### l) I servizi

Relativamente alle attrezzature pubbliche e necessario specificare che sono in previsione la costruzione della nuova farmacia comunale, la riqualificazione del tessuto urbano consolidato con particolare attenzione ai nuclei di antica formazione, la razionalizzazione dei percorsi ciclabili, la ristrutturazione della caserma dei Carabinieri, la definizione su area vasta di ambiti per attrezzature e servizi a rilevanza sovracomunali.

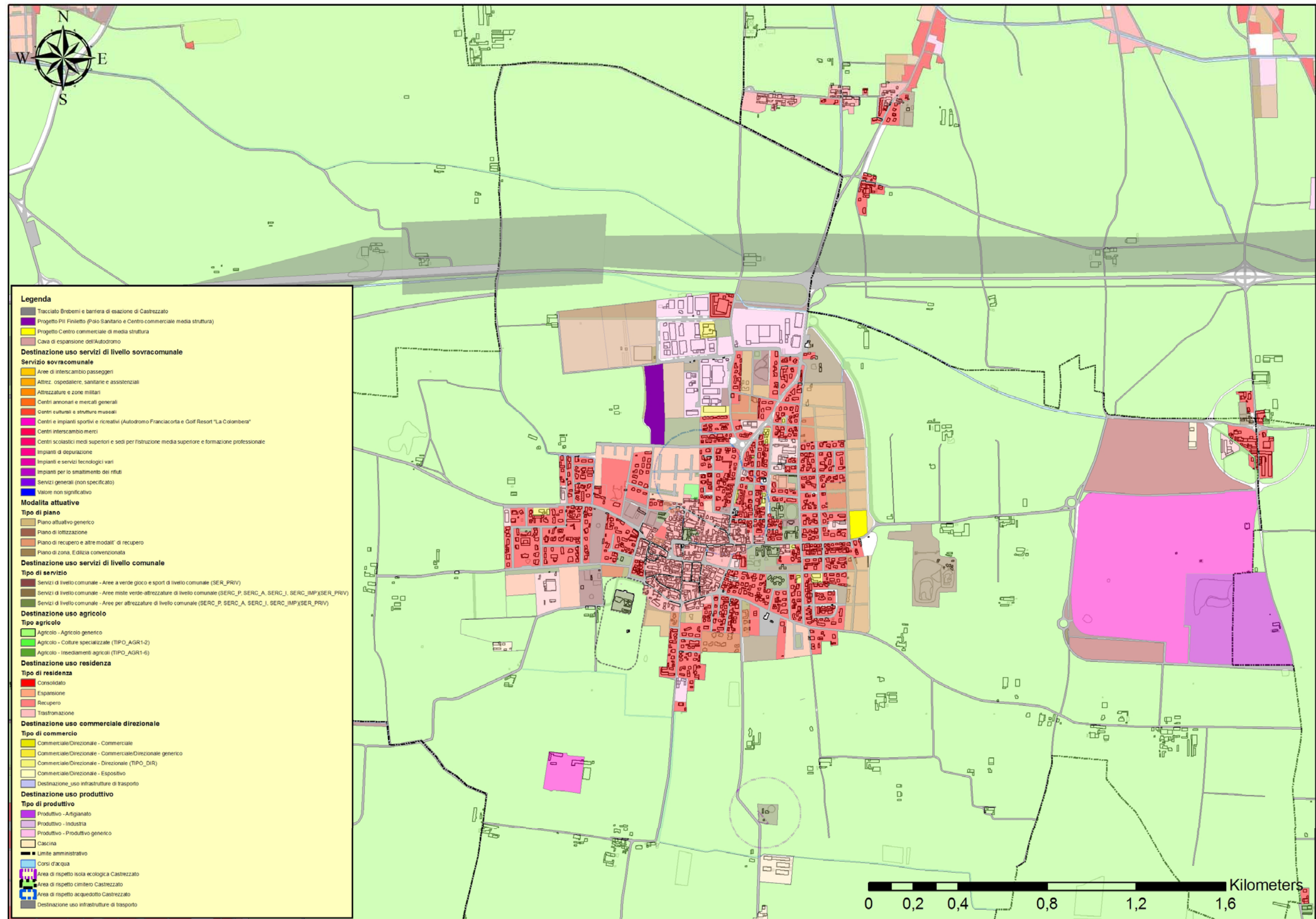


Tavola 8 - Tavola degli interventi del PGT di Castrezzato e dell'uso del suolo (scala 1:20.000)

## 4.2 Indirizzi generali di pianificazione e programmazione comunali

L'amministrazione comunale individua i seguenti aspetti essenziali e vincolanti per la pianificazione edilizia:

- tutelare e valorizzare il patrimonio storico e architettonico;
- recuperare e riconvertire il patrimonio edilizio dimesso o sottoutilizzato;
- il compimento degli attuali piani attuativi in essere;
- il nuovo consumo di suolo, convenzionato con l'ente, limitato alle aree di coronamento dell'attuale edificato con l'intento di ridurre il fenomeno della frammentazione del territorio;
- la valorizzazione dei meccanismi di perequazione per bilanciare gli interventi;
- l'incentivo a costruzioni ispirate a criteri di risparmio energetico ed all'utilizzo di materiali e tecnologie innovative al fine di garantire minori consumi;
- cura dei servizi e completamento dei percorsi ciclopedonali;
- salvaguardia occupazionale, tutela, e rilancio della rete commerciale e produttiva esistente;
- eliminazione dell'attuale tracciato in progetto per la strada che circonda l'intero centro abitato;
- curare l'inserimento paesistico delle trasformazioni in progetto.

L'espansione produttiva futura sarà prevista prevalentemente nella zona a nord della BREBEMI sottolineando l'economia di scala derivante dalla prossimità con tale infrastruttura, permettendo inoltre il coinvolgimento di altri comuni contermini al fine di individuare un unico comparto produttivo a servizio di più comuni: si eliminerebbe così la tipologia produttiva oggi esistente e si modificherebbe l'abitudine consolidata che prevede per ogni singolo comune più zone produttive/artigianali spesso sparse e disgiunte nel territorio, con i conseguenti problemi di viabilità e qualità del vivere per i limitrofi ambiti o tessuti antropizzati ad altra destinazione urbanistica.

## 4.3 La realizzazione di due infrastrutture nazionali: la BreBeMi e la TAV

Il Collegamento Autostradale Brescia - Bergamo - Milano (in breve Brebemi) consentirà viaggi veloci e sicuri su un sistema viabile integrato nel nuovo sistema infrastrutturale lombardo. Da Brescia l'accesso alla Brebemi potrà avvenire dal Raccordo Autostradale Ospitaletto - Montichiari - in corso di realizzazione da parte della Società autostradale CentroPadane - attraverso lo svincolo di interconnessione situato ad ovest di Travagliato, oppure dall'attuale Tangenziale Sud di Brescia attraverso un apposito tratto di autostrada e una bretella di collegamento alla SP19, oggi prevista a carreggiata singola ma già predisposta per l'ampliamento a doppia carreggiata con due corsie per senso di marcia. Il raccordo avrà due svincoli intermedi a più livelli (Travagliato Est/Castegnato e Ospitaletto/Travagliato Ovest) a servizio dei vicini centri urbani. Dall'interconnessione con il Raccordo Autostradale Ospitaletto - Montichiari fino alla Barriera di esazione di Chiari-Castrezzato la Brebemi sarà a circolazione libera e servirà la principale viabilità provinciale (SP16, SP106, ed ex SS11) mediante due svincoli a rotatoria a livelli sfalsati (SP16 e SP106 a Rovato) ed un terzo svincolo con rampe dirette sulla ex SS11 (Tangenziale Ovest di Chiari). Superata la barriera di esazione si prosegue verso ovest, attraversando le province di Brescia, Bergamo e Milano e viaggiando su una nuova e moderna autostrada dotata di tutte le più evolute tecnologie a servizio della sicurezza e del



confort di guida e sulla quale sarà inoltre in funzione in caso di avversità atmosferiche o di traffico intenso un efficiente impianto di illuminazione. Sei i caselli completamente automatizzati (Chiari, Calcio-Antegnate, Fara Olivana-Romano di Lombardia, Bariano, Treviglio Est-Caravaggio, Treviglio Ovest-Casirate) attraverso i quali l'autostrada si integrerà con il territorio e servirà i numerosi centri abitati e i relativi insediamenti produttivi; quattro le aree di servizio (Chiari Nord e Sud, Caravaggio Nord e Sud) e due le aree di parcheggio. Saranno inoltre realizzati un centro di manutenzione ed un centro operativo, necessari per la gestione ed i servizi all'utenza. Pur essendo interamente predisposta per tre corsie per senso di marcia (compresi tutti i ponti, i viadotti ed i cavalcavia), oltre naturalmente alle corsie di emergenza, nel tratto da Brescia fino a Caravaggio, l'autostrada funzionerà con due sole corsie di transito per senso di marcia, mentre da Caravaggio fino allo svincolo sulla futura Tangenziale Est Esterna (Pozzuolo M./Melzo) saranno attivate fin dall'apertura tre corsie di transito. Da Melzo infine si potrà raggiungere Milano con due distinti percorsi, entrambi ugualmente efficienti. Con il primo, si percorrerà verso nord un tratto di Tangenziale Est Esterna fino allo svincolo di Pozzuolo Martesana, dove si imbotcherà la nuova SP103 Cassanese, riqualificata a due corsie per senso di marcia fino a Milano. Con il secondo percorso scendendo verso sud lungo la Tangenziale fino allo svincolo di Comazzo, si svolgerà ad ovest, riprendendo l'ultimo tratto della Brebemi (a sud di Liscate), che, dopo la Barriera di esazione di Liscate, proseguirà, dapprima connettendosi alla SP della Cerca attraverso uno svincolo a rotatoria su due livelli e raggiungendo poi la SP14 Rivoltana anch'essa interamente riqualificata a due corsie per senso di marcia fino a Milano.

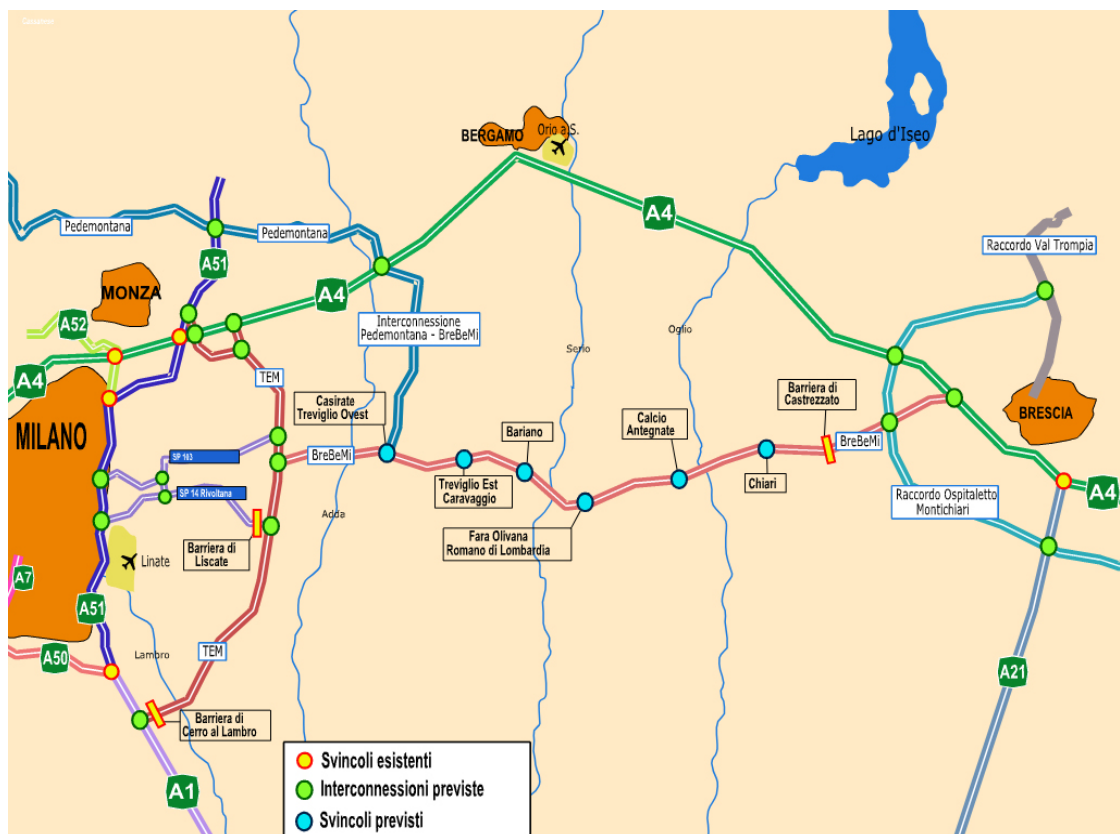


Figura 16 - Tracciato Brebemi (fonte: sito web Brebemi)

#### 4.4 Autodromo Franciacorta “Daniel Bonara”

L'autodromo è localizzato nella frazione Bargnana di Castrezzato, a est del nucleo abitato del centro storico.



Figura 17 - Immagine tratta da Google Earth del comune di Castrezzato e dell'autodromo Franciacorta

##### 4.4.1 Accessibilità del sito

L'area dell'autodromo è servita da un sistema infrastrutturale, che garantisce al circuito un buon livello di accessibilità:

- la exSS11 Padana Superiore di collegamento tra Rovato e Chiari;
- l'autostrada A4 (Milano-Torino);
- l'aeroporto Orio al Serio (a 25 Km), Brescia Montichiari (a 35 Km), Verona Villafranca (50 Km), Milano Linate (70 Km) e Malpensa;
- la futura autostrada Bre.Be.Mi il cui casello autostradale di Chiari e la barriera di Castrezzato distano a pochi chilometri il primo, mentre a poche centinaia di metri il secondo.





**Figura 18 - Foto aerea dell'autodromo**

La struttura è aperta al pubblico tutti i giorni, dalle 10,00 alle 13,00 e dalle 14,30 alle 18,30. Il progetto per la realizzazione di un circuito automobilistico nasce dall'intuizione di un imprenditore bresciano, Ettore Bonara, titolare di società per lo sfruttamento di cave di ghiaia e di imprese edili, ex pilota dilettante e appassionato di auto, che nel 1995 lancia l'ipotesi di utilizzare il bacino di una cava esaurita per ricavare una pista automobilistica. Un'ipotesi di recupero ambientale certamente inedita che raccoglie l'approvazione prima della Regione Lombardia (il cui allora Assessore all'Ambiente Franco Nicoli Cristiani firma la prima approvazione) e poi del Comune di Castrezzato, ai limiti della Franciacorta, tra Brescia e il lago d'Iseo. L'idea iniziale di una pista destinata a gare, manifestazioni e prove libere per auto e moto è stata successivamente elaborata ed ha portato ad un progetto molto più vasto e innovativo che vuole creare un inedito "centro di divertimento" basato sui motori, ma non solo, destinato ad un target molto vasto che coinvolge tutta la famiglia. In sostanza è un grande contenitore con all'interno strutture differenziate destinate a diversi utilizzatori ma con un unico fine: proporsi come luogo di ritrovo per la famiglia durante il week end. Se l'autodromo vero e proprio resta l'elemento più importante nel progetto globale, sono state realizzate altre strutture che vanno al di là della pista, e sono:

- E-kart, un kartodromo indoor con kart elettrici;
- Il centro ACI Guida Sicura, un importante Centro di guida sicura gemello dell'impianto Aci di Vallelunga destinato a realizzare corsi per aziende, privati e amministrazioni pubbliche, a gestire il "patentino" per i ciclomotori e il "recupero punti" della patente di guida;
- Una serie di strutture per il tempo libero (piccolo museo, bar)
- Le scuole di pilotaggio;
- Riding School per le moto e Formula Guida per le auto;
- Il ristorante "Novecentoundici" - il fast-food e bar RollBar;
- Un Centro Congressi per le presentazioni e le conventions aziendali;
- Un Club Musica per 500 persone.

Le previsioni future sono focalizzate sull'insediamento di:

- Un velodromo all'aperto;
- Box e rimesse per i privati possessori di auto da corsa o storiche;
- Officine per la gestione delle auto dei privati;

Si deve anche tener conto dell'aspetto ludico della struttura inserita in un contesto, quello della Franciacorta e del lago d'Iseo, turisticamente molto interessanti. Peraltro confinante con il circuito si trova un'ex discarica ecologica che ha concluso il ciclo da tempo e che verrà trasformata in una collina e in un parco pubblico. La localizzazione è estremamente attrattiva. L'autodromo si trova al centro di un consistente bacino di utenza molto interessante, in posizione strategica dal punto di vista viabilistico e a pochi chilometri da una città come Brescia tradizionalmente legata ai motori. In provincia di Brescia si è svolto il primo Gran Premio della storia automobilistica d'Italia; Brescia è stata la città delle Mille Miglia e oggi ne ospita un'annuale riedizione storica che fa affluire migliaia di appassionati da tutto il mondo; Brescia ha avuto un team in Formula 1.

L'Autodromo di Franciacorta ha un atout estremamente importante, che nessun autodromo può vantare: la posizione geografica al centro di una zona vastissima e totalmente sprovvista di qualsiasi struttura di questo tipo. Si ipotizza quindi un territorio interessato che va da Mantova a Piacenza, da Bergamo a Verona, da Trento a Sondrio. Senza escludere il bacino di Milano. Un "contenitore" quindi al cui interno si svolgono attività sportivo-tecnico-ludiche ognuna chiaramente distinta, ognuna con un business plan dedicato, marketing peculiare, gestione propria, ma inserito in una gestione sinergica con tutte le altre divisioni. In sostanza si tratta di soddisfare un vasto pubblico attratto dal circuito (che rappresenta il core business della struttura) per offrire loro altri servizi, sempre impostati sullo sport e il tempo libero. L'obiettivo è di allargare il numero delle presenze andando a colpire un target trasversale, oltre il pubblico tradizionale di appassionati e utilizzatori del circuito. Il progetto Autodromo di Franciacorta rappresenta il primo esempio in Italia di circuito automobilistico complementare a una struttura destinata al tempo libero.



Figura 19 - Immagini dell'autodromo Franciacorta (novembre 2010)

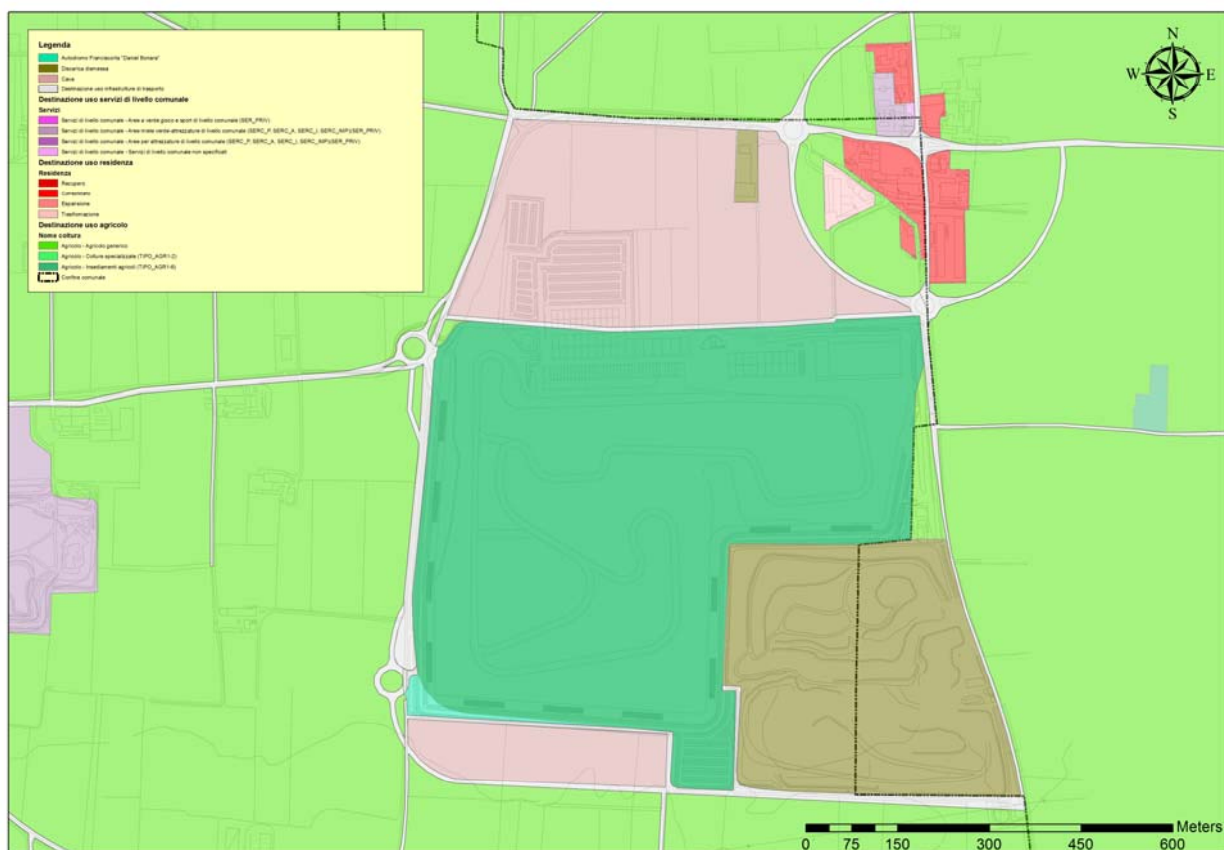


Tavola 9 - Uso del suolo dell'autodromo Franciacorta (elaborazione tramite dati shape della Regione Lombardia)

#### 4.4.2 Il bacino di utenza dell'autodromo nell'area lombarda ed europea

Essendo l'autodromo di Franciacorta una struttura sotto alcuni profili limitata, il bacino di utenza dell'area bresciana fa riferimento anche ad alcuni degli impianti del nord e centro Italia che verranno successivamente descritti. Le cartografie seguenti individuano tutti gli impianti italiani, indicando anche la distanza in km dall'autodromo di Castrezzato. Il bacino di utenza bresciana si rivolge inoltre, in alternativa agli impianti citati, anche a una serie di strutture esistenti all'estero, principalmente in Francia; la carta seguente evidenzia la collocazione degli autodromi che, per posizione e distanza, rappresentano un'alternativa a quelli italiani. I circuiti di Le Luc e di Rijeka sono frequentemente meta di viaggi organizzati da club, sia in occasione di particolari manifestazioni che nei fine settimana; gli altri due autodromi presi in considerazione ovvero Le Castellet e Zwieltweg sono stati inseriti in riferimento alla distanza dall'autodromo di Castrezzato, dato che potenzialmente li individua come strutture verso le quali può muoversi l'utenza dell'area bresciana.

Successivamente sono rappresentate le distanze in chilometri di tutti gli autodromi italiani in riferimento all'autodromo di Franciacorta a Castrezzato.

Autodromo	Distanza in chilometri da Castrezzato
Autodromo Nazionale di Monza (Mb)	60 chilometri
Autodromo Riccardo Paletti di Varano de' Melagri (Pr)	95 chilometri
Adria International Raceway (Ro)	170 chilometri
Autodromo di Lombardone (To)	185 chilometri
Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola (Im)	190 chilometri
Circuito del Mugello di Scarperia (Fi)	200 chilometri
Misano World Circuit (Rn)	280 chilometri
Circuito di Magione (Pg)	320 chilometri
Autodromo Piero Taruffi di Campagnano di Roma	420 chilometri
Autodromo di Anagni (Fr)	490 chilometri
Autodromo Franco di Suni di Mores (Ss)	535 chilometri
Autodromo del Sele di Battipaglia (Sa)	680 chilometri
Autodromo Valle dei Templi di Racalmuto (Ag)	950 chilometri
Autodromo di Pergusa (En)	955 chilometri
Autodromo di Siracusa	1035 chilometri

Tabella 27 - Circuiti italiani e distanza dall'autodromo Franciacorta

L'Autodromo si sviluppa in un'ex cava su un'area di 500.000 mq a 12 metri sotto il livello stradale. Ciò permette di poter fruire di una tribuna naturale che consente una visione totale da ogni punto. La pista, omologata dalla FMI per tutte le categorie fino alla Superbike, è stata progettata per poter ottenere tutte le omologazioni CSAI e potrà ospitare anche gare automobilistiche di durata e sino alla Formula 3000, motociclistiche sino alla Superbike. La pista iniziale di 1501 metri è larga 12 metri ed è servita da 8 box. Le due fasi successive porteranno il tracciato a 2.500 m all'inizio del 2008, e alla configurazione finale, di 3.500 m con 24 box. Ampi spazi sono riservati ai parcheggi, al paddock e alle officine.



Tavola 10 - Posizionamento Autodromi del nord Italia. Fonte: elaborazione personale con dati presi dalla Commissione Sportiva Automobilistica Italiana anno 2010





Tavola 11 - Distanze chilometriche tra l'autodromo Franciacorta "Daniel Bonara" con gli autodromi principali del nord Italia (scala 1:1.000.000)

Per quanto riguarda l'ambito europeo di seguito sono indicati tutti i principali autodromi europei delle nazioni limitrofe con le distanze in chilometri dall'autodromo Franciacorta.

Autodromo	Distanza in chilometri da Castrezzato
Circuito di Rijeka (Croazia)	350 chilometri
Circuito di De Luc (Francia)	370 chilometri
Circuito di Zwetleg (Austria)	410 chilometri
Circuito di Le Castellet (Francia)	425 chilometri

Tabella 28 - Distanza degli autodromi europei dall'autodromo Franciacorta



Tavola 12 - Carta degli autodromi europei. Fonte: elaborazione personale con dati presi dalla Commissione Sportiva Automobilistica Italiana

#### 4.5 Golf Resort “La Colombera”

Aperto nel 2007 ed inizialmente formato da un ampio campo pratica e da 3 buche, nella primavera 2009 il percorso viene ampliato, arricchito con superfici d'acqua e con varie specie di piante autoctone e ampliato a 9 buche che si integrano nel contesto paesaggistico. Il Golf Club mette a disposizione dei suoi ospiti anche una Club House (sala TV, bar, spogliatoi ed un Ristorante).

## **5. Le geografie dell'offerta di Castrezzato: commercio, servizi, ricettività**

### **5.1 Lo sviluppo urbano storico di Castrezzato**

Il centro urbano di Castrezzato si è sviluppato nel corso degli anni mantenendo le caratteristiche di centro storico in linea con la maggior parte dei paesi limitrofi della bassa bresciana. I primi negozi sorsero lungo le principali arterie del centro diventando il fulcro del commercio. Dagli anni '50 in poi il mercato comunale, si presenta lungo Via Torri e Piazza Santa Maria degli Angeli, proprio di fronte alla Chiesa. Con il passare degli anni e lo sviluppo del settore merceologico e con dei problemi di ordine logistico - infrastrutturale, il mercato comunale si sposta lungo via XXV Aprile. Negli anni '80 si ha il numero massimo di esercizi commerciali con un picco (81 esercizi) fra il 1984 e il 1989. Durante gli anni '90 si comincia a intravedere una leggera flessione per quanto riguarda gli esercizi alimentari mentre gli esercizi non alimentari rimangono invariati. La fine degli anni '80 e gli anni '90 sono caratterizzati dalla nascita della discarica che ha influito negativamente sulla collocazione degli esercizi commerciali. Con l'avvento dell'autodromo Franciacorta "Daniel Bonara" e del Golf Resort "La Colombera", Castrezzato cerca di aumentare la propria visibilità, oggi caratterizzato dalla adiacente realizzazione dell'autostrada Brebemi che attraverserà il territorio di Castrezzato.

### **5.2 Evoluzione storica del commercio a Castrezzato**

Grazie ad un'ottima raccolta fotografica è stato possibile confrontare il diverso sviluppo che ha cambiato la morfologia e la tipologia del centro commerciale. Sono state riportate illustrazioni e fotografie risalenti al primo Novecento, proseguendo per gli anni del fascismo, gli anni '50 e '60 con lo sviluppo economico e infine con alcune immagini risalenti alla fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '80. Queste immagini verranno confrontate con fotografie degli stessi luoghi fatte attualmente per esprimere un giudizio sullo sviluppo e l'evoluzione storica del commercio nel centro storico di Castrezzato.

#### **5.2.1 I primi anni del Novecento**

Il commercio a Castrezzato nei primi del Novecento si sviluppa nel centro del paese. Le poche attività commerciali dell'epoca come il droghiere e il fornaio si sviluppavano in piccoli locali dove la maggior parte dei cittadini si recava. Tuttavia rimangono pochi documenti dell'epoca a testimoniare la presenza di ulteriori esercizi.

Oltre a quelle già citate, nel centro del paese erano concentrati tutti i servizi per la cittadinanza come le prime banche o casse di risparmio, le poste, alcune osterie e un piccolo studio medico. Le testimonianze fotografiche restituiscono la trasformazione urbanistica che ha riguardato l'ambito del centro storico.





Figura 20 - Piazza Umberto I ora S. Maria degli Angeli nel 1903 e nel 2010

### 5.2.2 Gli anni del Fascismo: dagli anni '20 agli anni '40

Con il ventennio fascista nascono e si sviluppano ulteriori attività commerciali sempre più definite e specializzate. Grazie alle illustrazioni storiche è possibile evidenziare la presenza di droghieri, salumieri, fornai e calzolai. Con il regime fascista, il lavoro nei campi si combina con le attività commerciali del centro del paese aumentando il reddito produttivo dell'economia castrezzatese. Con l'inizio della seconda guerra mondiale gli anni '40 vedono l'economia del paese rallentare, per poi rifiorire negli anni '50, gli anni della ripresa e crescita economica.



Figura 21 - Piazza Vittorio Emanuele II. Poi diventata piazza Risorgimento e ora piazza Mons. A. Zammarchi nel anni '30 e nel 2010



Figura 22 - Piazza Umberto I ora piazza S. Maria degli Angeli nel 1936 e nel 2010



Figura 23 - Piazza Umberto I ora piazza S. Maria degli Angeli nel 1937 e nel 2010



Figura 24 - Piazza Vittorio Emanuele II. Poi diventata piazza Risorgimento e ora piazza Mons. A. Zammarchi negli anni '40 e nel 2010



Figura 25 - Vista della torre da via C. Battisti negli anni '40 e nel 2010



### 5.2.3 Gli anni del dopoguerra fino agli anni dello sviluppo economico: gli anni '50 e '60

Gli anni del dopoguerra vedono la ripresa dell'economia e la rifioritura delle attività commerciali. Altre nuove attività si impongono nello scenario commerciale di Castrezzato; fiorai, salumieri, mini market, il cinema Aurelius, numerosi bar e ricevitorie Totocalcio, osterie, balere, mobilifici e falegnamerie. Gli effetti del boom economico italiano si legge nello sviluppo locale delle botteghe commerciali.



Figura 26 - Panoramica su piazza Vittorio Emanuele II poi diventata piazza Risorgimento e ora piazza Mons. A. Zammarchi negli anni '50 e nel 2010



Figura 27 - Vista sull'ex cinema Aurelius verso la fine degli anni '50 e nel 2010

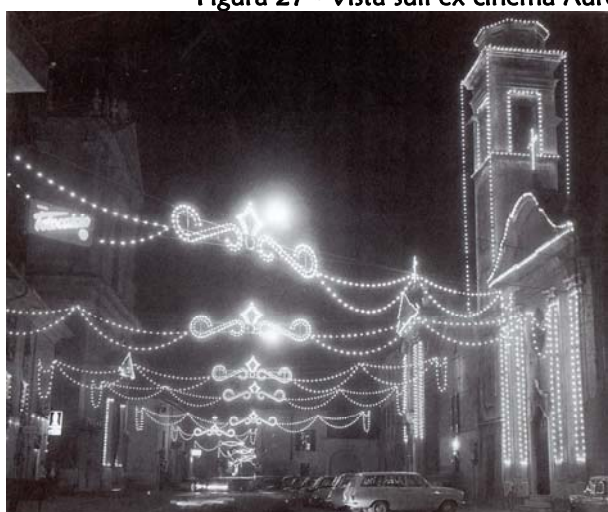


Figura 28 - Vista su piazza S. Maria degli Angeli nel 1950 e nel 2010



Figura 29 - Via A. Torri nel 1966 e nel 2010

#### 5.2.4 Gli anni '70 e '80

Gli anni '70 e '80 vedono una stagnazione dello sviluppo delle attività commerciali. Molti esercizi e servizi che nascono in questi anni non tutti riusciranno a mantenersi nel panorama economico castrezzatese. Il mobilificio CA. PI, la Banca Credito Bergamasco, il distributore di Carburante Esso, le ceramiche Micheletti, la carrozzeria Galloni sono alcune delle attività che nascono in questo periodo e si possono ritrovare tutt'oggi nelle attività del terziario commerciale di Castrezzato.



Figura 30 - Distributore Esso in via F.lli Cervi nel 1976 e nel 2010



Figura 31 - Il Credito Bergamasco in via A. Torri nel 1978 e nel 2010



## 5.2.5 Gli anni '90 e 2000

Gli anni '90 e 2000 sono caratterizzati da una riduzione degli esercizi commerciali: si passa da 81 esercizi nel 1990 a 72 esercizi nel 2000. La flessione riguarda sia il settore alimentare che il settore non alimentare. Tuttavia nascono i primi discount e le prime medie strutture di vendita. Strumenti Cavalli e Mobilificio CA. PI sono le strutture più importanti sotto il profilo della ricettività.

## 5.2.6 Castrezzato nella fase attuale

Durante la redazione dell'analisi dell'offerta commerciale di Castrezzato presente nel paragrafo successivo, è stato esaminato che esistono 58 punti vendita presenti sul territorio comunale suddivisi in alimentare (12 esercizi) e non alimentare (46 esercizi). La suddivisione di tutti gli esercizi commerciali è stata classificata per tipologia merceologica. Si è innanzitutto suddiviso in attività commerciali ovvero beni banali alimentari, beni banali extra - alimentari e beni problematici extra - alimentari e in altre attività del terziario commerciale ovvero artigianato di servizio alla persona e artigianato di servizio ai beni di consumo, direzionale commerciale, intrattenimento e svago, pubblici esercizi, distributori carburante, case di riposo, studi tecnici, avvocati e ragionieri, uffici di imprese, studi medici, sedi di partito, biblioteche, centro sportivo, scuole, agenzie di viaggio, dismissioni e chiusure e nuove aperture.



Figura 32 - Beni banali alimentari



Figura 33 - Beni banali extra alimentari



Figura 34 - Beni problematici extra - alimentari



Figura 35 - Artigianato di servizio alla persona



Figura 36 - Artigianato di servizio ai beni di consumo



Figura 37 - Direzionale commerciale





**Figura 38 - Intrattenimento e svago**



**Figura 39 - Pubblici esercizi**



**Figura 40 - Distributori carburanti**



**Figura 41 - Studi tecnici, avvocati e ragionieri**





Figura 42 - Uffici di imprese



Figura 43 - Studi medici



Figura 44 - Sedi di partito



Figura 45 - Biblioteca



**Figura 46 - Agenzie di viaggi**



**Figura 47 - Dismissioni e chiusure**



**Figura 48 - Nuove aperture**

### 5.3 Analisi dell'offerta commerciale locale: l'addensamento centrale e la polverizzazione esterna

Il presente studio intende offrire un quadro aggiornato della struttura della rete commerciale di Castrezzato nonché ricostruire il trend che ha caratterizzato il settore nell'ultimo periodo correlandolo con l'evoluzione demografica comunale. Punto di partenza risultano pertanto le attività commerciali al dettaglio operanti sull'intero territorio comunale. Gli esercizi commerciali vengono inoltre classificati in base alla merceologia trattata esclusivamente o prevalentemente, ovvero: alimentari – non alimentari. Esaminando l'attuale distribuzione degli esercizi presenti sul territorio comunale si nota che dei 58 punti vendita, 12 sono di alimentari e 46 di non alimentari.

Sotto il profilo percentuale ciò significa che il 20,69% appartiene al settore alimentare, confermando l'andamento a livello provinciale che vede un prevalere del settore non alimentare.

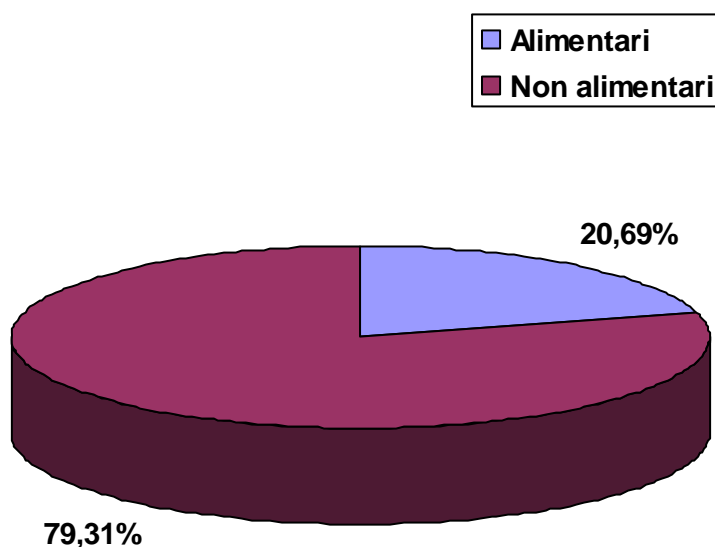


Grafico 1 - Suddivisione del settore alimentare e non alimentare

E' immediato notare che dei 58 punti vendita presenti, buona parte sono collocati su alcune vie: se ne trovano infatti 10 su via Torri; in via Battisti se ne contano 6 e 5 sono ubicati in via Cavalli.

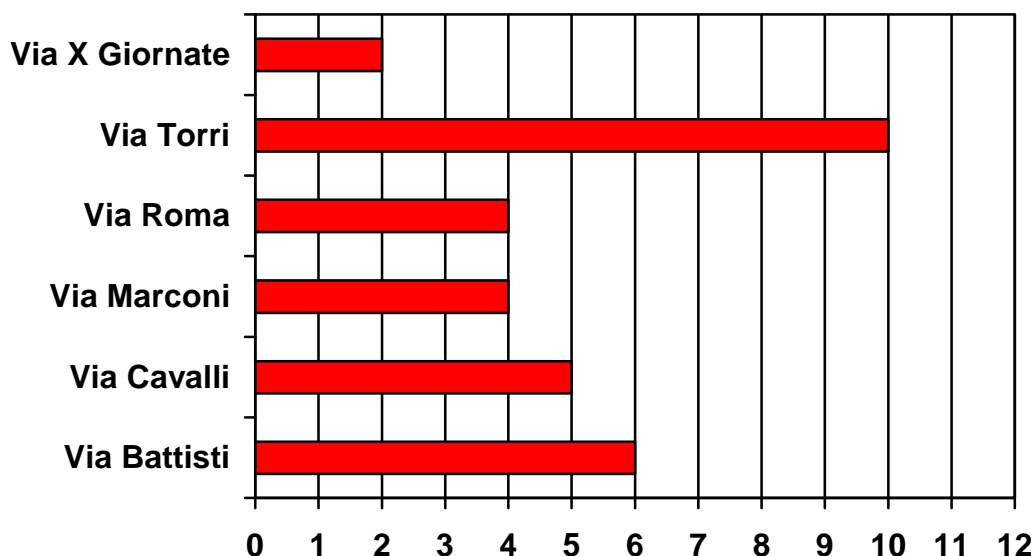


Grafico 2 - Presenza commerciale sulle principali vie

Prendendo in considerazione l'andamento complessivo della rete distributiva in sede fissa riferito al passato, e precisamente agli anni 1984, 1989 e 2000 per arrivare poi al 2010, si segnala nel primo periodo (1984-1989) un aumento, quando si passa da 71 a 81 esercizi, e successivamente un decremento che porta gli esercizi a 72 (nel 2000) e successivamente a 58 (nel 2010).

I due settori merceologici sono contraddistinti da diversi trend: mentre il comparto alimentare perde costantemente esercizi (erano 27 nel 1984, poi 23, 19 e ora 12), il settore non alimentare conosce un iniziale incremento (da 44 a 58 negozi) che risulta seguito da un calo (da 58 a 53 per poi passare nel 2010 a 46).

	1984	1989	2000	2010
TOTALE	71	81	72	58
ALIMENTARI	27	23	19	12
NON ALIMENTARI	44	58	53	46

Tabella 29 - Evoluzione del numero di esercizi per settore merceologico

Traducendo tale andamento in percentuale, si osserva che nel 1984 gli alimentari rappresentavano il 38% degli esercizi, nel 1989 erano scesi al 28,4%, nel 2000 scendono ancora fermandosi al 26,4% calando ulteriormente fino all'anno in corso, quando rappresentano, come già riportato, il 20,69%.

E' chiaro quindi che il settore alimentare, almeno come numero di esercizi, non occupa più il posto che rivestiva in passato all'interno dell'offerta merceologica del Comune.

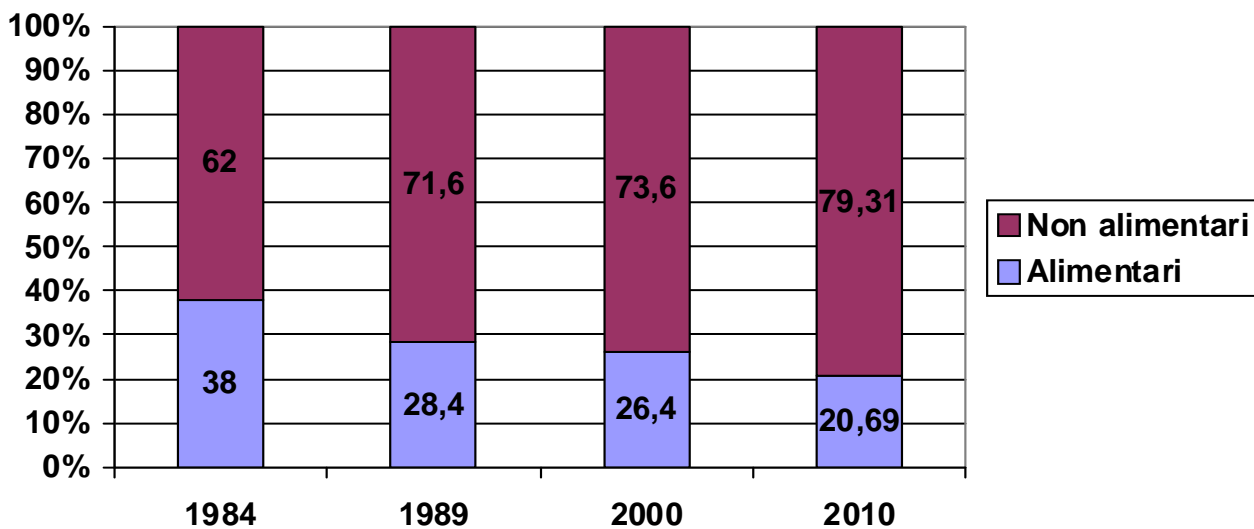


Grafico 3 - Evoluzione del commercio alimentare e non alimentare

Il settore dei non alimentari invece, come visualizzato nel grafico precedente, anche se ridimensionato quantitativamente rispetto all'ultima rilevazione, occupa, percentualmente, uno spazio sempre maggiore all'interno dell'offerta commerciale, passando dal 62% di ventisei anni fa al 79,31% dell'anno in corso. Gli esercizi operanti a Castrezzato sono stati inoltre ripartiti ai sensi della classificazione introdotta dal D.Lgs. 114/1998 che definisce quali esercizi di vicinato (ESV) quelli con superficie di vendita inferiore a 150 mq, medie strutture di vendita (MSV) quelle comprese tra 15 mq e 1.500 mq e grandi strutture di vendita (GSV) quelle superiori alla soglia dei 1.500 mq. Tale suddivisione porta ai seguenti risultati:

- 51 ESV (pari all'87,93% del totale);
- 7 MSV (pari all'12,07% del totale);
- Nessuna GSV (grande struttura di vendita, oltre i 1500 mq).

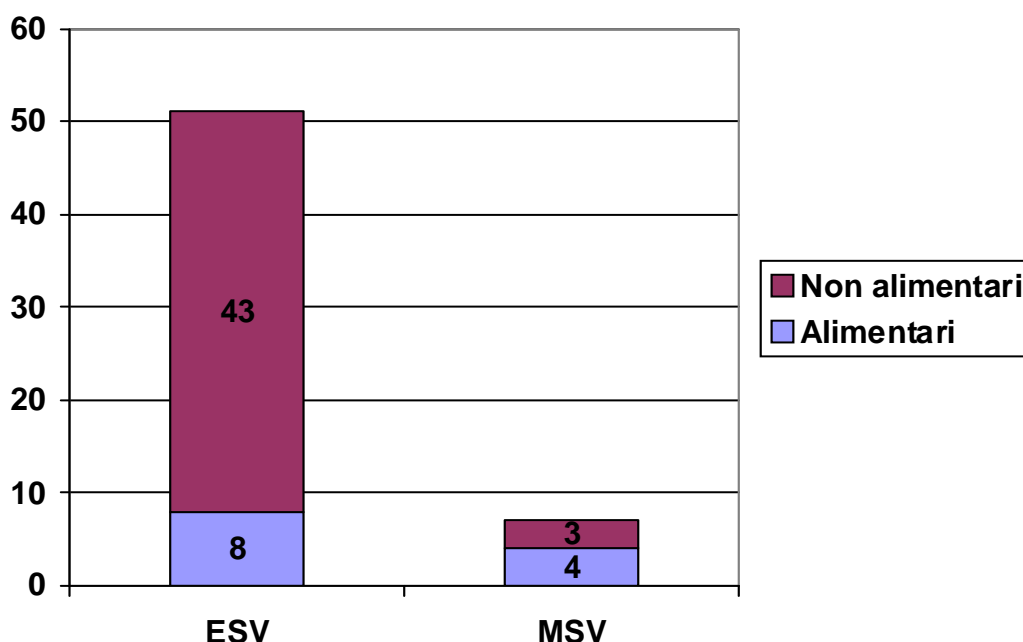


Grafico 4 - Numero di esercizi di vicinato e medie strutture di vendita suddivise per tipologia

La densità commerciale del Comune di Castrezzato, ovvero il rapporto fra il numero degli abitanti e quello degli esercizi, evidenzia che alla crescita quantitativa degli abitanti non è corrisposto, come si è già avuto modo di vedere, un uguale incremento dei punti vendita, il

che significa una minore offerta commerciale per ciò che riguarda il numero. Tale riduzione è però controbilanciata in parte da superfici più estese dei negozi presenti sul territorio. Nel 2010 il dato di densità riferito alla globalità degli esercizi è 79 mentre nel 2000 era 61,4. Se si prende in esame il settore alimentare, si nota che, rispetto a una densità 216,7 del passato, ora ci si colloca a 299,3. Il settore non alimentare, che presentava un valore pari a 85,8 , ora ne ha uno di 107,3. Riassumendo:

Abitanti per esercizio	2000	2010
Abitanti per esercizio alimentare:	299,3	572,5
Abitanti per esercizio non alimentare:	107,3	149,34
Abitanti per esercizio (complessivo):	78,9	118,45

Tabella 30 - Abitanti per esercizio alimentare e non alimentare

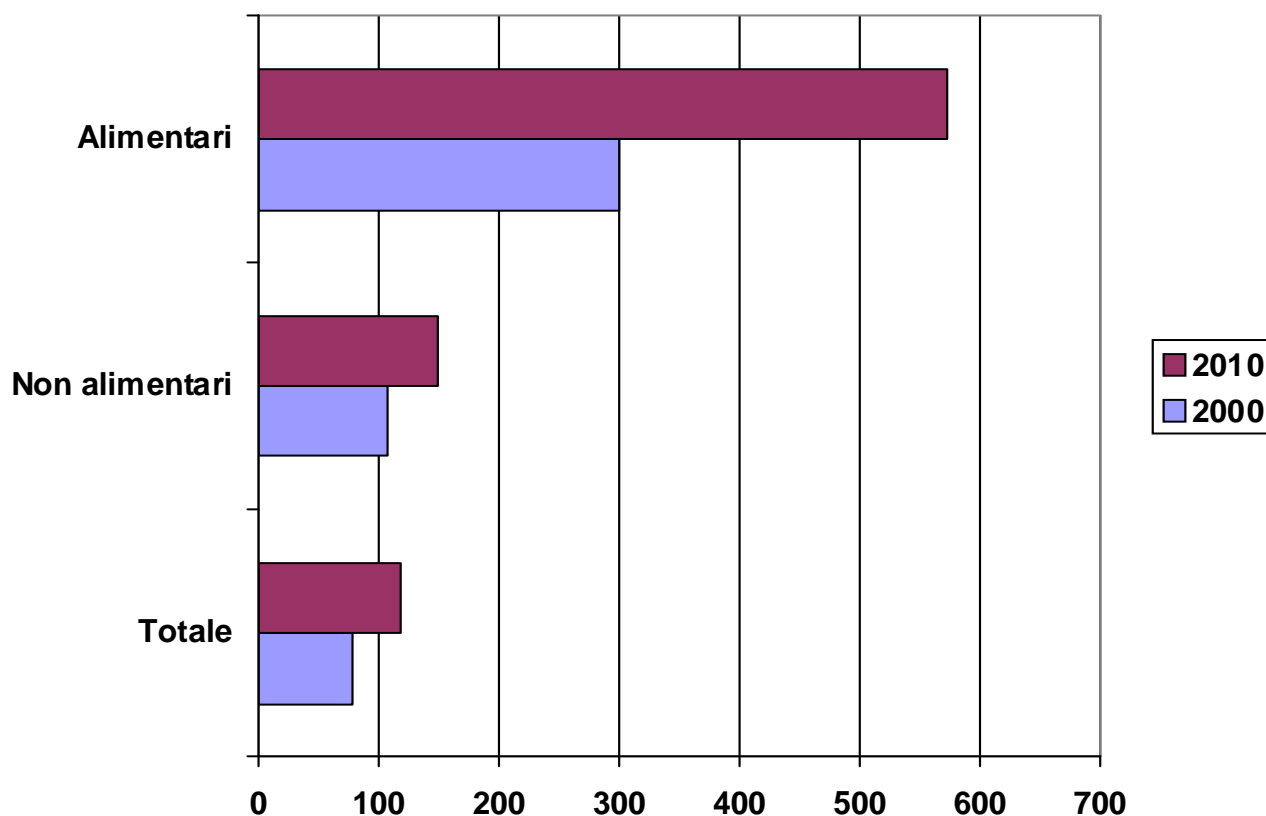


Grafico 5 - Evoluzione esercizi alimentari e non alimentari



## 5.4 Confronto tra domanda e offerta commerciale e valutazione dell'incidenza della componente gravitazionale rivolta all'esterno del territorio comunale

In assenza di studi analitici sui comportamenti d'acquisto delle famiglie e di conseguenza sulle gravitazioni commerciali da e per Castrezzato, l'analisi di tale aspetto delle indagini preliminari previste per la definizione della variante di adeguamento del PGT può essere condotta in via indiretta, utilizzando la ricognizione sull'offerta commerciale locale, contenuta nella prima parte della relazione, ed alcuni valori di riferimento indicati dalla Regione Lombardia attinenti la produttività delle diverse tipologie commerciali e l'unità territoriale di riferimento.

Se confrontiamo i valori di consumo dei residenti ricavabili dall'Osservatorio Regionale sul Commercio (2.468 euro annui pro-capite per gli alimentari e 3.540 euro per i non alimentari) con i dati dimensionali della rete di vendita ed i relativi indici di produttività, ricaviamo che l'evasione di spesa fuori dal territorio comunale è pari al 79,8% per gli alimentari ed al 75,7% per i non alimentari, mediamente il 77,4%. Si tratta di una quota di spesa sensibilmente elevata che evidenzia una limitata capacità di risposta della rete distributiva locale alle esigenze del consumatore contemporaneo.

COMUNE	TITOLARE	INDIRIZZO	SETTORE MERC. NON ALIMENTARE	SUPERFICIE ALIMENTARE	SUPERFICIE NON ALIMENTARE	SUPERFICIE TOTALE
Castrezzato	CA.PI. DI CAZZAGO ANTONIO & C. SNC	Via Paolo Vi 12	C	-	195	195
Castrezzato	CAV. GIAN BATTISTA CAVALLI & FIGLI SRL	Via Torri 42	D	200	65	265
Castrezzato	CAV. GIAN BATTISTA CAVALLI & FIGLI SRL	Via X Giornate 14/B	D	155	293	448
Castrezzato	CAVALLI PIETRO	Via Artigiani 1	D	-	1.495	1.495
Castrezzato	CAVALLI PIETRO	Via C. Battisti 50	C	-	313	313
Castrezzato	CENTRO SPESA CUCCHI SNC	Via Risorgimento 7	D	160	30	190
Castrezzato	EL SAS DI LORENA ROSSI E C	Via Valenca 3	D	280	40	320

Codice	Descrizione
A	ABBIGLIAMENTO E SCARPE
B	ELECTRONICS AUDIO, VIDEO E TV
C	MOBILI E ACCESSORI CASE ARREDO
D	SPORT, TEMPO LIBERO, BRICO, LIBRI E CLASSIFICAZIONI RESIDUALI (COMPREDENTE ANCHE AUTO)

Tabella 31 - Dati sulle medie strutture di vendita a Castrezzato con legenda (dati osservatorio del commercio: rilevazione 2009)

COMUNE	NUMERO ALIMENTARI	SUPERFICIE ALIMENTARI	NUMERO NON ALIMENTARI	SUPERFICIE NON ALIMENTARI	NUMERO MISTI	SUPERFICIE MISTI
Castrezzato	11	416	53	3.429	1	40

Tabella 32 - Dati sugli esercizi di vicinato a Castrezzato (dati osservatorio del commercio: rilevazione 2009)



<b><i>Abitanti</i></b>	6798	Anno	2009	
<b><i>Consumi</i></b>				
	Pro-capite	Totali		
Alimentari €	2468	16955160		
Non alimentari €	3540	24319800		
Totali €	6008	41274960		
<b><i>Struttura distributiva</i></b>				
<b>Alimentari</b>				
	Esv	Msv	Gsv	Totale
Superficie di vendita (mq)	416	795	0	
Produttività a mq. €	2014	2117	0	
Fatturato totale €	837824	1683015	0	2520839
<b>Non alimentari</b>				
	Esv	Msv	Gsv	Totale
Superficie di vendita (mq)	3429	2431	0	
Produttività a mq. €	826	826	0	
Fatturato totale €	2832354	2008006	0	4840360
<b><i>Evasione di spesa</i></b>				
	Alimentari	non alim.	totale	
mercato teorico residenti €	16955160	24319800	41274960	
fatturato rete di vendita €	3420873	5902247	9323120	
Evasione di spesa €	13534287	18417553	31951840	
Evasione di spesa %	79,8%	75,7%	77,4%	

Tabella 33 - Stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale (banca dati regione Lombardia 2009)

Legenda:

- esv** = Esercizi di vicinato (fino a 150 mq)
- msv** = Medie strutture di vendita da 151 mq. a 1500 mq
- gsv** = Grandi strutture di vendita da 1501 mq.

## 5.5 Evoluzioni demografiche

I saldi quantitativi riguardanti l'andamento della popolazione del Comune di Castrezzato mostrano, per il periodo 1971-2000, un incremento demografico costante con una percentuale di crescita globale del 54,3%, sia a motivo del saldo naturale (differenza fra nati e morti) che del saldo migratorio. Questo andamento continua anche per il decennio che va dal 2001 al 2010. La crescita annuale si aggira intorno all'1,3%-1,8%. Attualmente gli abitanti sono 6870 suddivisi in 2.532 nuclei familiari.

<i>ANNO</i>	<i>ABITANTI</i>
1984	4.622
1985	4.681
1986	4.726
1987	4.886
1988	4.919
1989	4.979
1990	5.019
1991	5.042
1992	5.046
1993	5.117
1994	5.177
1995	5.247
1996	5.371
1997	5.423
1998	5.534
1999	5.630
2000	5.687
2001	5.800
2002	5.874
2003	6.079
2004	6.252
2005	6.362
2006	6.463
2007	6.577
2008	6.724
2009	6.798
2010	6.870

Tabella 34 - Evoluzione demografica dal 1984 al 2010

## Andamento demografico

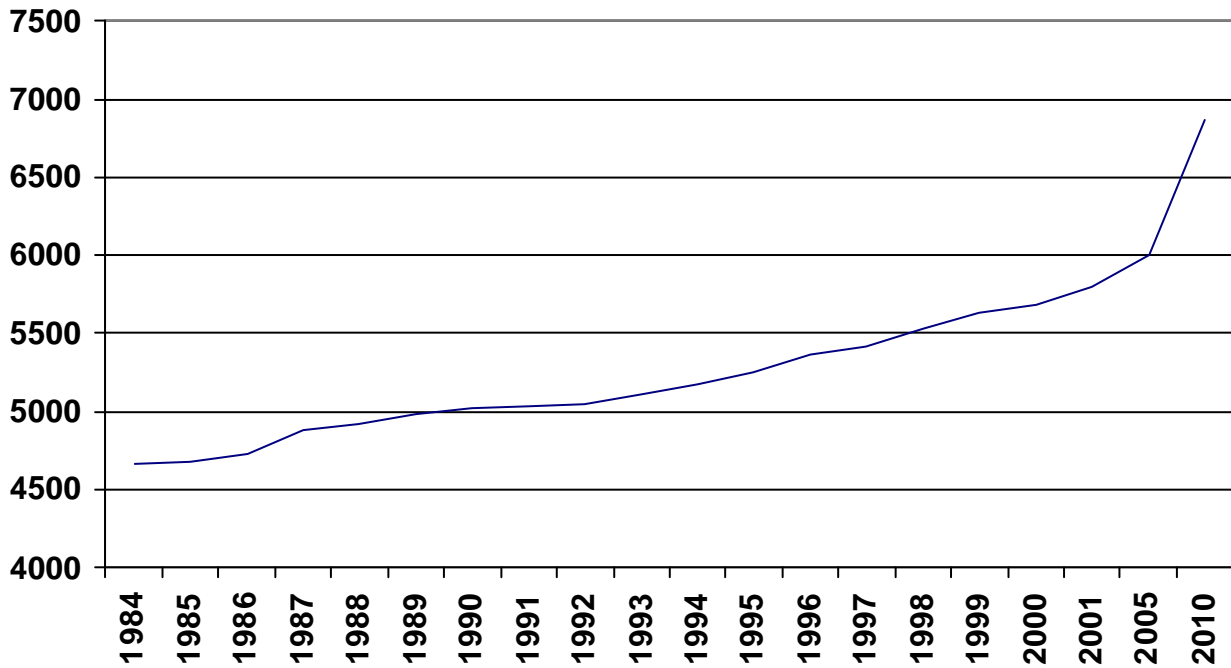


Grafico 6 - Andamento demografico dal 1984 al 2010

L'età media dei residenti nel Comune è 37,7 anni.

I residenti sono ripartiti nelle diverse fasce d'età come segue:

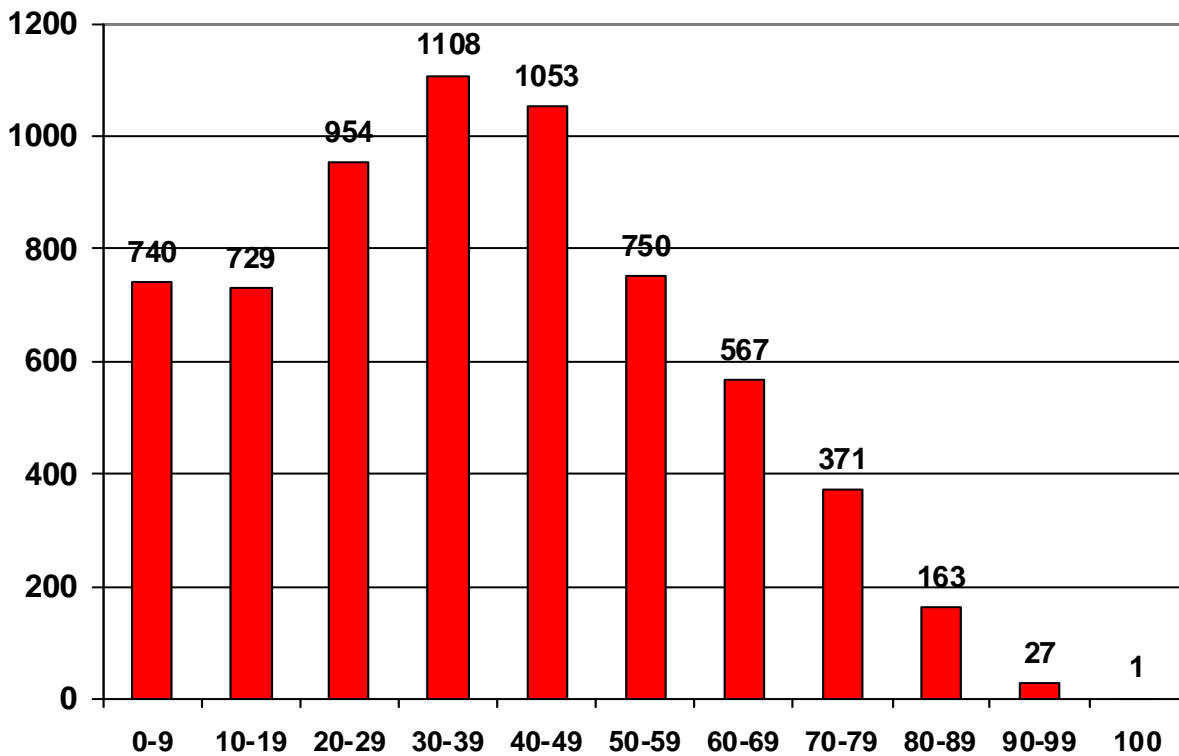


Grafico 7 - Ripartizione dei residenti in fasce d'età

distribuzione residenti per fasce d'età										
0-9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-99	100
740	729	954	1108	1053	750	567	371	163	27	1

Tabella 35 - Distribuzione residenti per fasce d'età

Mese	Popolazione inizio periodo	Nati Vivi	Morti	Saldo Naturale	Iscritti	Cancellati	Saldo migratorio e per altri motivi	Unità in più/meno dovute a variazioni territoriali	Popolazione fine periodo
<b>Totale</b>									
Gennaio	6870	6	2	4	24	26	-2	0	6872
Febbraio	6872	6	1	5	32	27	5	0	6882
Marzo	6882	10	4	6	41	13	28	0	6916
<b>Maschi</b>									
Gennaio	3472	3	1	2	12	15	-3	0	3471
Febbraio	3471	4	0	4	17	17	0	0	3475
Marzo	3475	5	3	2	24	10	14	0	3491
<b>Femmine</b>									
Gennaio	3398	3	1	2	12	11	1	0	3401
Febbraio	3401	2	1	1	15	10	5	0	3407
Marzo	3407	5	1	4	17	3	14	0	3425

Tabella 36 - Bilancio demografico Anno 2010

Anno	Residenti	Variazione	Note
1861	2.329		Minimo
1871	2.352	1,0%	
1881	2.403	2,2%	
1901	2.877	19,7%	
1911	3.064	6,5%	
1921	3.138	2,4%	
1931	3.138	0,0%	
1936	3.314	5,6%	
1951	3.653	10,2%	
1961	3.587	-1,8%	
1971	3.929	9,5%	
1981	4.395	11,9%	
1991	5.042	14,7%	
2001	5.800	15,0%	
2007	6.577	13,4%	Massimo

Tabella 37 - Popolazione di Castrezzato dal 1861 al 2007

Anno	Residenti	Variazione	Note
2001	5.789		.
2002	5.874	1,5%	.
2003	6.079	3,5%	.
2004	6.252	2,8%	.
2005	6.362	1,8%	.
2006	6.463	1,6%	.
2007	6.577	1,8%	.

Tabella 38 - Popolazione Castrezzato 2001-2007

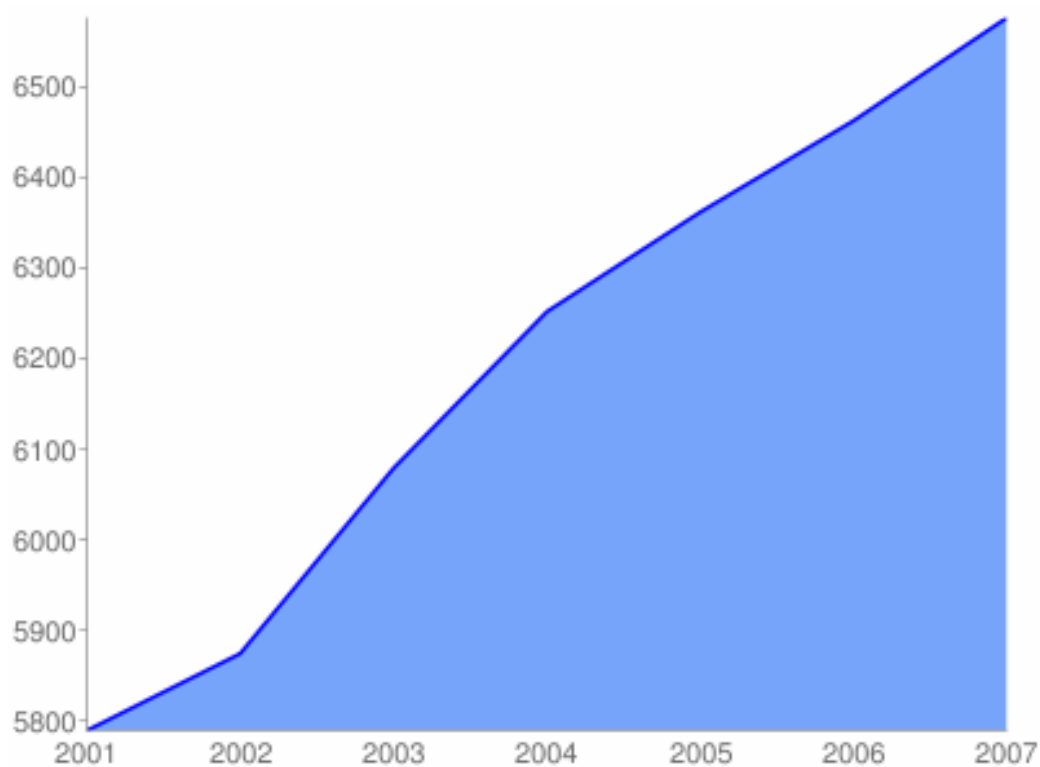


Grafico 8 - Popolazione Castrezzato dal 2001 al 2007

Indice di Vecchiaia: **76,1%**

*Rapporto tra la popolazione anziana (65 anni e oltre) e quella più giovane (0-14 anni)*

Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-9	392	348	740	11,4%	53,0%
10-19	353	376	729	11,3%	48,4%
20-29	497	457	954	14,8%	52,1%
30-39	614	494	1.108	17,1%	55,4%
40-49	536	517	1.053	16,3%	50,9%
50-59	386	364	750	11,6%	51,5%

60-69	281	286	567	8,8%	49,6%
70-79	159	212	371	5,7%	42,9%
80-89	43	120	163	2,5%	26,4%
90-99	6	21	27	0,4%	22,2%
100+	0	1	1	0,0%	0,0%
<b>Totale</b>	<b>3.267</b>	<b>3.196</b>	<b>6.463</b>		

Tabella 39 - Indici di vecchiaia

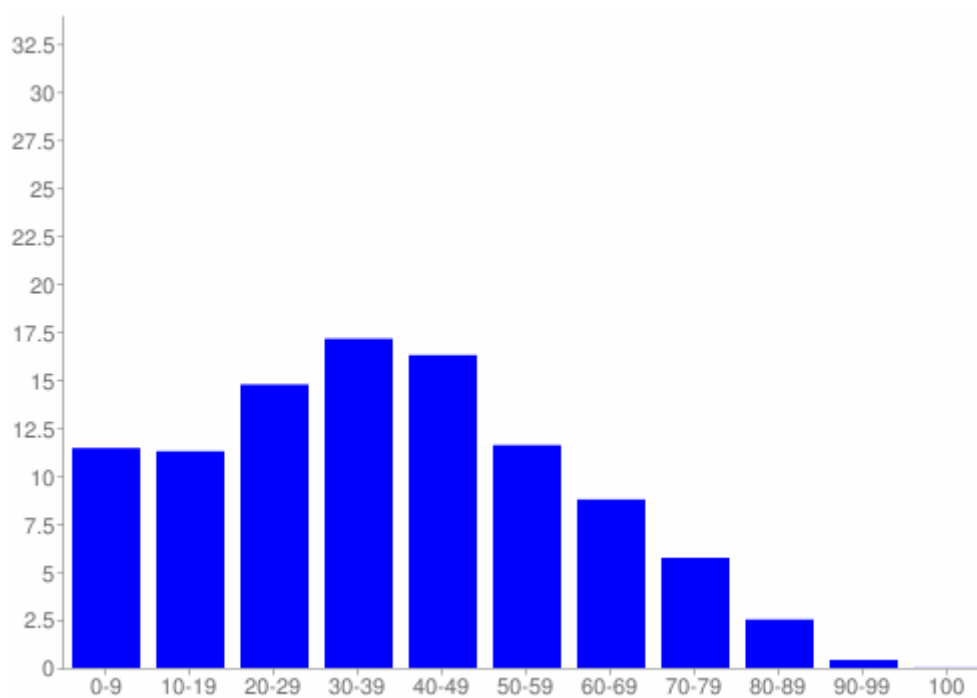


Grafico 9 - Indici di vecchiaia

Per Fasce di Età					
Età	Maschi	Femmine	Totale	%Totale	%Maschi
0-14	562	542	1.104	17,1%	50,9%
15-64	2.359	2.160	4.519	69,9%	52,2%
65+	346	494	840	13,0%	41,2%
<b>Totale</b>	<b>3.267</b>	<b>3.196</b>	<b>6.463</b>		

Tabella 40 - Distribuzione per fasce d'età



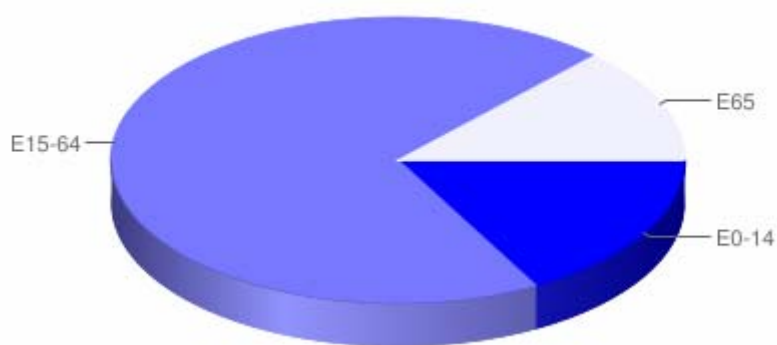


Grafico 10 - Ripartizione delle fasce d'età

## 5.6 Evoluzioni del commercio e i servizi

L'analisi dell'offerta commerciale evidenzia nell'ultimo decennio una tendenza evolutiva della rete distributiva locale connotata da una dinamica negativa: un dato in linea con l'evoluzione del settore su scala provinciale, regionale e nazionale.

A fronte di questo dato quantitativo stanno alcuni aspetti di ordine qualitativo che vale la pena di sottolineare:

- 1) La popolazione residente dal 2000 al 2010 ha registrato un incremento (da 5.687 a 6.870 abitanti)
- 2) La distribuzione territoriale degli abitanti non è mutata in quanto il Comune ha mantenuto la conformazione urbanistica accorpata del nucleo residenziale;
- 3) Si è registrato un andamento analogo tra gli esercizi del settore alimentare (- 7 unità) e quelli del settore non alimentare (- 7 unità).
- 4) La localizzazione dei punti vendita ha per ragioni oggettive seguito una logica tradizionale, interamente all'interno del centro abitato;
- 5) Nei Comuni dell'area omogenea (Roncadelle, Rovato, Chiari, Palazzolo) si è avuto un significativo sviluppo delle attività di vendita del settore alimentare e non alimentare organizzate su grandi superfici di vendita, in particolare nei centri commerciali.

Da questi fatti è possibile dedurre che la quota di spesa delle famiglie residenti che si rivolge a strutture di vendita insediate in altri Comuni ha avuto in questo decennio un andamento differenziato, in quanto a fronte di uno sviluppo della popolazione e ad un incremento dei consumi procapite, la superficie di vendita dei negozi alimentari è aumentata. E' quindi possibile desumere che i livelli di servizio, pur in presenza di una contrazione del numero dei negozi, si siano accresciuti, mantenendo quindi stabile la quota di consumatori che si reca fuori Comune per i propri acquisti. Diverso è invece il discorso per il settore non alimentare: lo sviluppo della superficie di vendita di questo comparto è stato meno consistente ed i negozi si sono ridotti numericamente. Inoltre in questo tipo di prodotti la crescita dei consumi pro-capite è stata più significativa. E' possibile quindi concludere che la quota di spesa rivolta a punti vendita e località fuori Comune si sia, in questo decennio, sensibilmente accresciuta.

Il "tema" presente nei precedenti piani commerciali, riguardante il recupero delle quote di gravitazione di spesa fuori Comune si ripropone dunque come "obiettivo" qualificante delle

prospettive di evoluzione urbanistica/commerciale del settore, anche se concentrato soprattutto sul settore non alimentare.

Il sistema distributivo del Comune, pur nella sua ridotta dimensione, denota una capacità di tenuta: la forte compattazione urbanistica che caratterizza il Comune è un elemento che “aiuta” il settore distributivo, accrescendo le possibilità di sinergia tra i diversi negozi, grazie a questo fattore di spazialità che consente un “percorso” di acquisto molto concentrato, funzionale e ben identificabile.

Meno evidente risulta la propensione allo sviluppo nella direzione di cogliere le opportunità create dalla nuova residenza. I fattori di maggiore criticità dell’attuale organizzazione del sistema di vendita possono essere così riassunti:

- Contenuta dimensione unitaria degli esercizi.
- Scarsa dotazione di standards di servizio, con problemi legati all’accessibilità veicolare;
- Localizzazione dei punti vendita legata alla tradizionale configurazione urbana;
- Ridotta presenza di “attrattori” nel settore non alimentare, esercizi di superficie medio/grande, in grado di svolgere funzioni di servizio sull’intero ambito comunale.

L’individuazione delle linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale non può prescindere dall’affrontare queste problematiche, ricercando nell’evoluzione territoriale dettata dal Prg le più opportune misure per dare alla distribuzione nuove opportunità localizzative, dimensionali e tipologiche, che consentano di consolidare il sistema commerciale locale sia attraverso la trasformazione e l’ammodernamento delle attività esistenti che percorrendo la strada di una crescita anche quantitativa del numero dei negozi ubicati nel territorio comunale.

Tale duplice obiettivo può essere raggiunto attraverso il mantenimento di un’organizzazione del sistema distributivo a funzioni di scala prevalentemente comunale, quindi senza previsioni insediative di “grandi strutture di vendita” (esercizi con superficie di vendita superiore a 1.500), e valorizzando, di contro, il servizio di prossimità, puntando anche ad un ampliamento della superficie media degli esercizi esistenti.

Sotto il profilo urbanistico va dunque perseguito l’obiettivo di ricercare la maggiore integrazione possibile tra il commercio e le altre funzioni urbane: residenziale, produttiva e di servizio. E’ quindi opportuno prevedere la possibilità di insediamento delle attività commerciali sia nei nuovi lotti di espansione residenziale che in quelli artigianali.

## 5.7 Analisi della rete distributiva

Il sito di Castrezzato può beneficiare di una zona di attrazione globale molto vasta, grazie al territorio densamente popolato ed alle infrastrutture viarie che ne garantiscono una rapida accessibilità.

Zone di attrazione	Popolazione residente
Zona 1: 0-5 minuti	73.000
Zona 2: 5-10 minuti	104.000
Zona 3: 10-20 minuti	163.000
Zona 4: 20-30 minuti	382.000 (191.000 Brescia)
Totale	722.000

Tabella 41 - Suddivisione tra zone di attrazione e popolazione residente

- Zona 1 (0'-5'): è il territorio che comprende il comune di Castrezzato ed i comuni limitrofi, raggiungibili in breve tempo grazie all'ottima accessibilità lungo gli assi della SP 60, della SP 62, della SP 18 e della SP 11-d1.
- Zona 2 (5'-10'): è la zona che si estende lungo il territorio delimitato:
  - a est dalla provinciale 45 bis per Brescia
  - a nord dalla ferrovia e dalla strada Chiari – Travagliato
  - a ovest dal fiume Oglio
  - a sud dalla ferrovia e dalla 45 bis
- Zona 3 (10'-20'): è la zona dove si possono notare i primi comuni della provincia di Bergamo, dando alla ricerca un carattere sovra locale. La zona 3 è così caratterizzata:
  - a nord è delimitata dall'autostrada A4 Torino-Trieste
  - a ovest dalla SP ex SS 469
  - a sud dalla SP 235
  - a est dalla SP 19
- Zona 4 (20' – 30'): la zona di attrazione a 30 minuti è caratterizzata dalla presenza di comuni di 3 province: Brescia, Bergamo e Cremona. Per motivi di coerenza con i calcoli delle precedenti zone, nonostante le infrastrutture della zona lo permettessero, ci si è fermati al limite della città di Brescia, tenendo conto delle difficoltà di attraversamento delle stesse e dei tempi di percorrenza delle strade cittadine. La zona 4 è così caratterizzata:
  - A nord dal lago d'Iseo
  - A sud dal confine con la provincia di Cremona
  - A est dal comune di Brescia e il suo hinterland
  - A ovest dalla SP ex SS 591 Cremasca

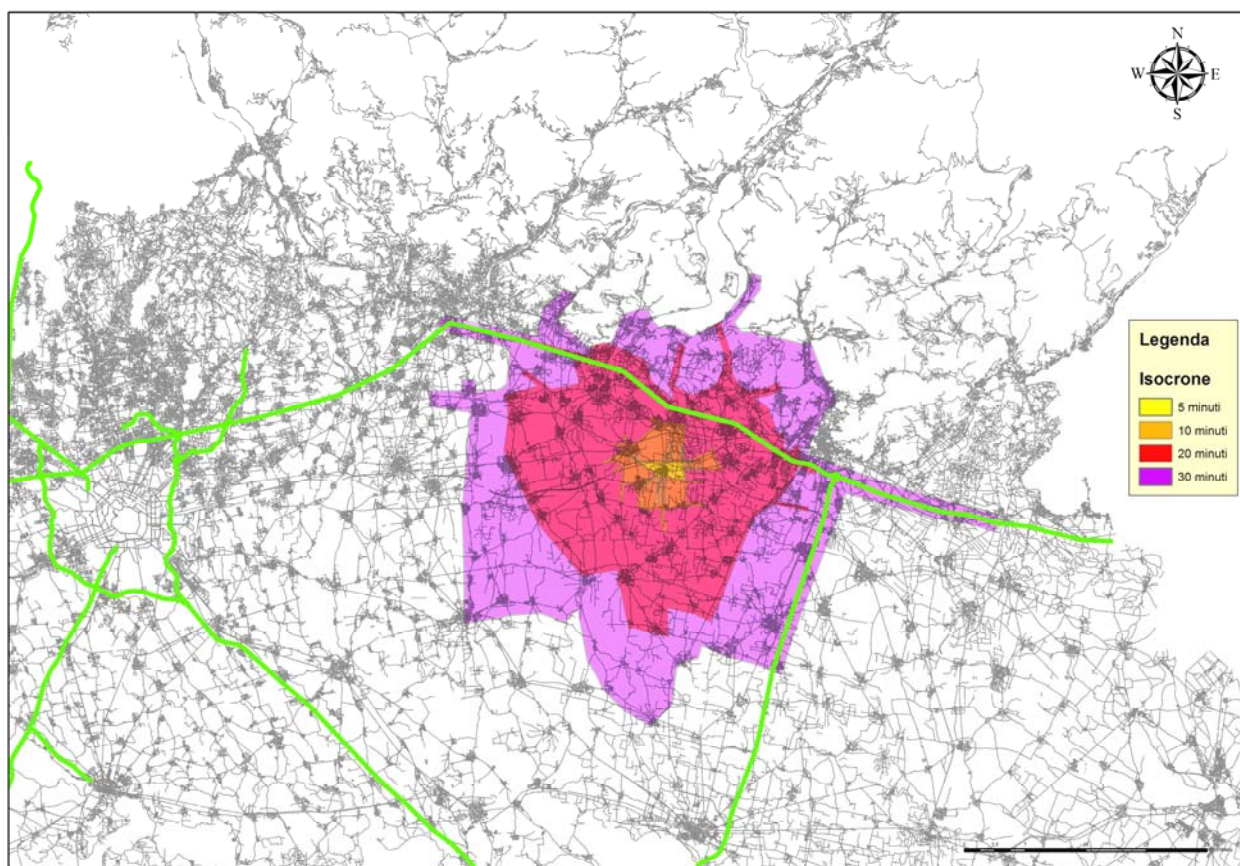


Tavola 13 - Isocrone di 5, 10, 20 e 30 minuti da Castrezzato (scala 1:900.000)

## 5.8 Valutazione degli aspetti critici esistenti ed individuazione delle linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale

Come si è evidenziato nel paragrafo precedente, il sistema distributivo del Comune presenta sul lungo termine un valore di contrazione nell'evoluzione quantitativa. A fronte di questo dato vi è una parziale migliore organizzazione degli spazi a disposizione dei consumatori, grazie alla presenza di alcune tipologie di media dimensione nel settore alimentare che hanno trovato aree decentrate, mono-merceologiche in cui introdurre forme di vendita self-service. Il settore non alimentare è concentrato, quasi esclusivamente, in punti vendita di piccola dimensione (una sola media struttura di vendita significativa di circa 1.500 mq che vende mobili), all'interno del nucleo storico. Gli spazi urbani, infatti, non hanno consentito più di tanto ipotesi alternative, anche perché il commercio moderno abbisogna di habitat adeguati e funzionali, in grado di risultare competitivi con i poli commerciali dell'area di gravitazione, Chiari in particolare, sia sotto il profilo dell'accessibilità che della modernità delle strutture insediate. Negli ultimi cinque anni si è avuta peraltro la conferma di una lenta ma costante espansione demografica (circa 500 abitanti/anno), tale da poter incidere sulle prospettive evolutive del settore commerciale.

Si può in sostanza affermare che si è mantenuto un sistema di rete commerciale che presenta caratteristiche di problematicità anche rispetto alle esigenze di servizio di prossimità ai residenti. Anche nel settore alimentare si avvertono alcune situazioni territoriali di carenza, mentre non si sono sviluppati i presupposti per lo svolgimento di una funzione di servizio su base comunale, che non può non essere connotata che dalla presenza di strutture in grado di far fronte alla crescita dei fattori concorrenziali esterni. Va precisato che, come si è

visto, nel paragrafo sul rapporto tra domanda e offerta, circa il 65,6% dei consumi delle famiglie di Castrezzato si rivolge stabilmente a strutture fuori dal territorio comunale.

Complessivamente, dunque, la situazione della struttura distributiva si presenta solo parzialmente adeguata alle esigenze della popolazione residente e la necessità di individuazione di nuove opportunità localizzative per il commercio risulta evidente se si vuole determinare un'inversione di tendenza rispetto al trend finora riscontrato.

Le aree di intervento sono sostanzialmente riconducibili alle caratteristiche della rete distributiva del nucleo storico che evidenzia:

- Ridotta dimensione unitaria degli esercizi
- Scarsa dotazione di standard di servizio, con problemi legati all'accessibilità veicolare;
- Assenza di habitat edilizi adeguati e funzionali allo sviluppo del commercio locale.

Si tratta di "limiti" sui quali è possibile agire soprattutto attraverso la programmazione generale del territorio, oltre che con interventi specifici di spettanza dei singoli imprenditori. L'obiettivo è dunque quello di ricercare nell'evoluzione territoriale dettata dal PGT le più opportune misure per dare alla distribuzione oltre che nuove opportunità localizzative, spazi di crescita, dimensionale e qualitativa, che consentano di consolidare il sistema commerciale locale sia attraverso la trasformazione e l'ammodernamento delle attività esistenti che con nuove iniziative. Date le caratteristiche urbanistiche del Comune è opportuno che sia disincentivato l'insediamento di grandi strutture di vendita, per evitare un'eccessiva concorrenzialità nel Comune, privilegiando le strutture di media dimensione, con localizzazioni mirate sulla base dei programmi urbanistici comunali, PA e PII, e "guidate" da precisi vincoli "convenzionali" con l'Amministrazione Comunale. Per il commercio di vicinato, in coerenza con le norme legislative nazionali e regionali, è opportuno non porre alcun vincolo insediativo se non quello di tipo urbanistico - edilizio.

## 5.9 Analisi sovracomunale

Al fine di effettuare un livello di comparazione degli indici di densità si è provveduto a confrontare i dati della struttura distributiva comunale con quelli della zona omogenea, come risultano dalla banca dati regionale al 2009 riportata nell'Osservatorio Regionale sul Commercio.

Come si può vedere dalle tabelle (tabb. 42, 43 e 44) i valori di densità commerciale di Castrezzato si presentano decisamente più contenuti dei dati medi di comparazione: 1.082 mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti contro i 1.687 della zona omogenea (Comuni confinanti), fatto questo determinato dalla limitata presenza di medie strutture di vendita (solo 7) e dalla totale assenza di grandi strutture di vendita. Queste ultime invece, con 483 mq di area di vendita ogni 1.000 abitanti (concentrati interamente in Chiari e Rovato), condizionano i valori di densità della zona.

In ogni caso la situazione di Castrezzato presenta valori decisamente minori della zona, decisamente inferiori di Chiari e Rovato, in linea con Coccaglio e Castelvovati, e superiori solo a Trezzano e Comezzano-Cizzago. Andando nel dettaglio si registra una dotazione di servizio, rispetto ai Comuni limitrofi, inferiore nella tipologia "esercizi di vicinato" ed una densità in linea nelle medie strutture di vendita.

La valutazione che si può ricavare dai dati così delineati è che la struttura distributiva di Castrezzato è dimensionata in funzione prevalente del servizio di prossimità ai residenti: mancano iniziative di più ampio bacino di attrazione, non tanto sovracomunale ma anche solo comunale.







Confinanti di Castrezzato dati 2009 - valori assoluti

Prov.	Comune	Pop. 31/12/08	N° Alim.	N° n Alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
									N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale
BS	CASTELCOVATI	6.600	11	50	61	617	3.337	3.954	9	802	1.764	2.566	0	0	0	0	70	1.419	5.101	6.520
BS	CASTREZZATO	6.724	10	54	64	413	3.639	4.052	7	795	2.431	3.226	0	0	0	0	71	1.208	6.070	7.278
BS	CHIARI	18.494	77	198	275	4.360	11.941	16.301	19	4.457	7.576	12.033	3	5.808	11.156	16.964	297	14.625	30.673	45.298
BS	COCCAGLIO	8.414	21	62	83	1.274	4.376	5.650	9	987	3.086	4.073	0	0	0	0	92	2.261	7.462	9.723
BS	COMEZZANO-CIZZAGO	3.569	8	6	14	620	400	1.020	1	0	950	950	0	0	0	0	15	620	1.350	1.970
BS	ROVATO	17.410	54	199	253	3.047	15.494	18.541	9	1.466	4.838	6.304	2	6.415	6.448	12.863	264	10.928	26.780	37.708
BS	TRENZANO	5.419	12	34	46	525	2.028	2.553	6	603	782	1.385	0	0	0	0	52	1.128	2.810	3.938
<b>TOTALI</b>		<b>66.630</b>	<b>193</b>	<b>603</b>	<b>796</b>	<b>10.856</b>	<b>41.215</b>	<b>52.071</b>	<b>60</b>	<b>9.110</b>	<b>21.427</b>	<b>30.537</b>	<b>5</b>	<b>12.223</b>	<b>17.604</b>	<b>29.827</b>	<b>861</b>	<b>32.189</b>	<b>80.246</b>	<b>112.435</b>

Tabella 42 - Valori e dati su Castrezzato e comuni limitrofi sulle attività commerciali

Confinanti di Castrezzato dati 2009 - densità commerciali

Prov.	Comune	Pop. al 31/12/08	N° Alim.	N° n Alim.	Tot.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
									N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale	N° Pdv	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Sup. Totale
BS	CASTELCOVATI	6.600	600	132	108	93	506	599	733	122	267	389	0	0	0	0	94	215	773	988
BS	CASTREZZATO	6.724	672	125	105	61	541	603	961	118	362	480	0	0	0	0	95	180	903	1.082
BS	CHIARI	18.494	240	93	67	236	646	881	973	241	410	651	6.165	314	603	917	62	791	1.659	2.449
BS	COCCAGLIO	8.414	401	136	101	151	520	671	935	117	367	484	0	0	0	0	91	269	887	1.156
BS	COMEZZANO-CIZZAGO	3.569	446	595	255	174	112	286	3.569	0	266	266	0	0	0	0	238	174	378	552
BS	ROVATO	17.410	322	87	69	175	890	1.065	1.934	84	278	362	8.705	368	370	739	66	628	1.538	2.166
BS	TRENZANO	5.419	452	159	118	97	374	471	903	111	144	256	0	0	0	0	104	208	519	727
<b>TOTALI</b>		<b>66.630</b>	<b>345</b>	<b>110</b>	<b>84</b>	<b>163</b>	<b>619</b>	<b>781</b>	<b>1.111</b>	<b>137</b>	<b>322</b>	<b>458</b>	<b>13.326</b>	<b>183</b>	<b>264</b>	<b>448</b>	<b>77</b>	<b>483</b>	<b>1.204</b>	<b>1.687</b>

Tabella 43 - Densità commerciali a Castrezzato e comuni limitrofi

Tipologia	Stato conservativo	Valore Mercato (€/mq)	
		Min	Max
Abitazioni civili	Normale	960	1250
Abitazioni civili	Ottimo	1200	1600
Autorimesse	Normale	520	640
Box	Normale	570	710
Posti auto coperti	Normale	420	500
Posti auto scoperti	Normale	290	370
Ville e Villini	Normale	1050	1350
Magazzini	Normale	375	510
Negozi	Normale	1100	1350
Uffici	Normale	960	1250
Capannoni industriali	Normale	375	520
Capannoni tipici	Normale	410	560
Laboratori	Normale	450	580

Tabella 44 - Dati dell'agenzia del territorio su Castrezzato aggiornato nel 2010

## 5.10 Analisi SWOT

<p><b>Punti di forza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autodromo Franciacorta “Daniel Bonara”, il Golf Resort “La Colombera” e altri servizi sovracomunali (Arena ski-roller, piscina comunale)</li> <li>- Industria edilizia presente</li> </ul>	<p><b>Punti di debolezza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'ex discarica come elemento ambientale negativo</li> <li>- Il centro storico come elemento di condivisione non più attrattivo</li> <li>- Comunità chiusa</li> </ul>
<p><b>Opportunità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rilancio dell'economia locale diminuendo l'evasione di spesa verso i paesi limitrofi</li> <li>- Castrezzato come polo ludico sportivo</li> <li>- Nodo infrastrutturale</li> </ul>	<p><b>Minacce</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Esternalità negative dei progetti Brebemi e alta velocità;</li> <li>- Esclusione del paese dagli snodi commerciali e infrastrutturali a causa di mancate politiche locali</li> </ul>

Tabella 45 - Analisi SWOT di Castrezzato

## PARTE SECONDA

### 6. Una proposta di progetto: la creazione di un distretto diffuso del commercio nella Franciacorta

#### 6.1 Che cos'è un distretto del commercio?

Si definisce Distretto del commercio l'ambito di livello infracomunale, comunale o sovra comunale nel quale i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregate sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescerne l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali. I Distretti del Commercio sono ambiti territoriali ben individuabili, identificabili come polarità commerciali attrattive a livello infracomunale, comunale o sovra comunale, caratterizzati da un'offerta integrata sul piano della distribuzione ed espressione di una Comunità locale, innanzitutto di imprenditori, capace di integrare al fattore commerciale gli elementi economici, infrastrutturali, culturali e sociali peculiari del territorio. La Comunità locale, insieme al Comune, provvede alla gestione, alla qualificazione e allo sviluppo del Distretto, in una logica di sussidiarietà e di responsabilità collegiale della vitalità del Distretto come risorsa e patrimonio comune. Un Distretto del commercio è quindi fondato, prima di tutto, sulla visione condivisa della necessità biunivoca di qualificare, sviluppare e consolidare la polarità commerciale espressa da quel territorio quale componente essenziale e non accessoria del tessuto sociale di un'area urbana e, d'altro canto di migliorare l'intero contesto urbano per poter valorizzare al meglio il tessuto commerciale che vi è inserito e che vi opera. La Regione Lombardia promuove, attraverso i Distretti del Commercio, una modalità di intervento sul tessuto urbano integrata, condivisa e concertata tra le parti economiche, politiche e sociali che vi vivono. Avendo esaminato attentamente la pluralità di esperienze e di modelli codificati e sperimentati nei Paesi europei ed extraeuropei più avanzati, oltretutto in talune realtà locali italiane, non si è ritenuto possibile calare dall'alto un modello rigido ed univoco in cui codificare uniformemente i Distretti, esistenti o potenziali, propri della realtà lombarda. Proprio perché consapevoli della poliformità e pluralità di caratteristiche che il contesto territoriale, urbano, antropico ed economico-commerciale assume nella regione, attraverso un documento di indirizzi si è inteso fornire un approccio ed un metodo di lavoro che accomuni e orienti la nascita dei Distretti del commercio in Lombardia, salvaguardandone la pluralità di espressioni operative. Per promuovere efficacemente il consolidamento e lo sviluppo delle polarità commerciali nei contesti urbani, Regione Lombardia ha assunto i seguenti principi guida:

- la fiducia nella capacità delle persone, singole e associate, di costruire il benessere collettivo e quindi il valore della partecipazione ampia e diffusa dei singoli e delle loro libere aggregazioni;
- la libertà e la responsabilità, quali risorse primarie per lo sviluppo imprenditoriale, la coesione sociale e l'autentica partecipazione;
- la sussidiarietà come riferimento per un'adeguata iniziativa ed attività di governo;
- la fiducia e la cooperazione tra soggetti pubblici e soggetti privati, sia nell'individuazione degli obiettivi sia nella costruzione degli strumenti per la loro attuazione;

- la semplificazione delle procedure, lo snellimento dei tempi e delle modalità attuative degli strumenti di intervento, valorizzando nel modo più ampio possibile le opportunità offerte dalle tecnologie informatiche e dalla normativa in materia di autocertificazione e semplificazione amministrativa;
- il diritto ad una celere risposta alle domande inerenti l'ottenimento di finanziamenti pubblici.

La configurazione dei Distretti e il loro legame con il contesto territoriale sono differenti a seconda delle realtà locali; in particolare, si assume come criterio discriminante quello della rilevanza e della dimensione dei centri urbani, anche come indicatore della loro attrattività commerciale, adottando la seguente ripartizione:

- a) Comune capoluogo di regione: per popolazione, estensione e differenziazione del tessuto commerciale, ha una propria irripetibile identità;
- b) Comuni capoluogo di provincia: hanno un ruolo fondamentale come polarità commerciali e attrattive in genere, di solito sull'intero bacino provinciale;
- c) Comuni non capoluogo con almeno 25.000 abitanti: hanno una propria identità e attrattività a livello sovracomunale;
- d) Comuni con meno di 25.000 abitanti: hanno di norma un'identità commerciale ed un'attrattività turistica solo all'interno di sistemi territoriali e commerciali inter/sovracomunali.

Tutto ciò considerato si è ritenuto opportuno definire due distinte.

Misure d'intervento:

- Misura 1, rivolta specificatamente alle polarità sovracomunali costituite dal capoluogo di regione e dai capoluoghi di provincia;
- Misura 2, rivolta ai Comuni con almeno 25.000 abitanti e alle altre realtà comunali non capoluogo, qualora agiscano in modo integrato tra loro.

E' necessario che per accedere alla Misura 1, l'area distrettuale proposta sia adeguatamente individuata, descritta e perimetrata. Ciascun capoluogo può identificare anche una pluralità di Distretti distinti tra loro, ma deve necessariamente presentare a Regione Lombardia un unico programma d'intervento, ancorchè articolato su più polarità distrettuali. Per accedere alla Misura 2, invece, tale perimetrazione non è obbligatoria, ma, trattandosi di centri urbani di ridotte dimensioni, è necessario che il partenariato che propone il Distretto, sia costituito da un'aggregazione di almeno 3 Comuni contermini. I Comuni con almeno 25.000 abitanti, possono presentare domanda singolarmente, ma hanno altresì la facoltà di costituire o partecipare ad aggregazioni con altri Comuni contermini. I Distretti proposti all'interno dei Comuni capoluogo sono denominati Distretti Urbani del Commercio (abbreviati in DUC). I Distretti proposti negli altri Comuni (non capoluogo di provincia) sono denominati Distretti Diffusi del Commercio (abbreviabile in DDC).

## **6.2 Rapporto tra distretto e Brebemi**

Secondo la mappa dei distretti commerciali della Regione Lombardia, è possibile verificare come lungo il tracciato dell'autostrada Bre.Be.Mi non esistano Distretti del commercio tranne qualche isolato caso (es. Treviglio e Rovato). La proposta di creazione del distretto

diffuso del commercio tra Castrezzato, Chiari e Rovato si mette in relazione con il tracciato autostradale BreBeMi che attraversa tutti e tre i comuni con la presenza della barriera di esazione a Castrezzato, dove il tracciato arrivando da Brescia, attraversa il territorio di Rovato ed entra attraverso la barriera nell'autostrada vera e propria trovando pochi chilometri dopo il primo casello autostradale di Chiari. L'opportunità che questa importante infrastruttura è quella di creare, all'interno delle azioni del distretto, delle politiche atte a mitigare il disagio che l'infrastruttura porta tramite investimenti di sostenibilità e impatto ambientale nel limite del possibile delle tipologie di intervento previste all'interno di un distretto.

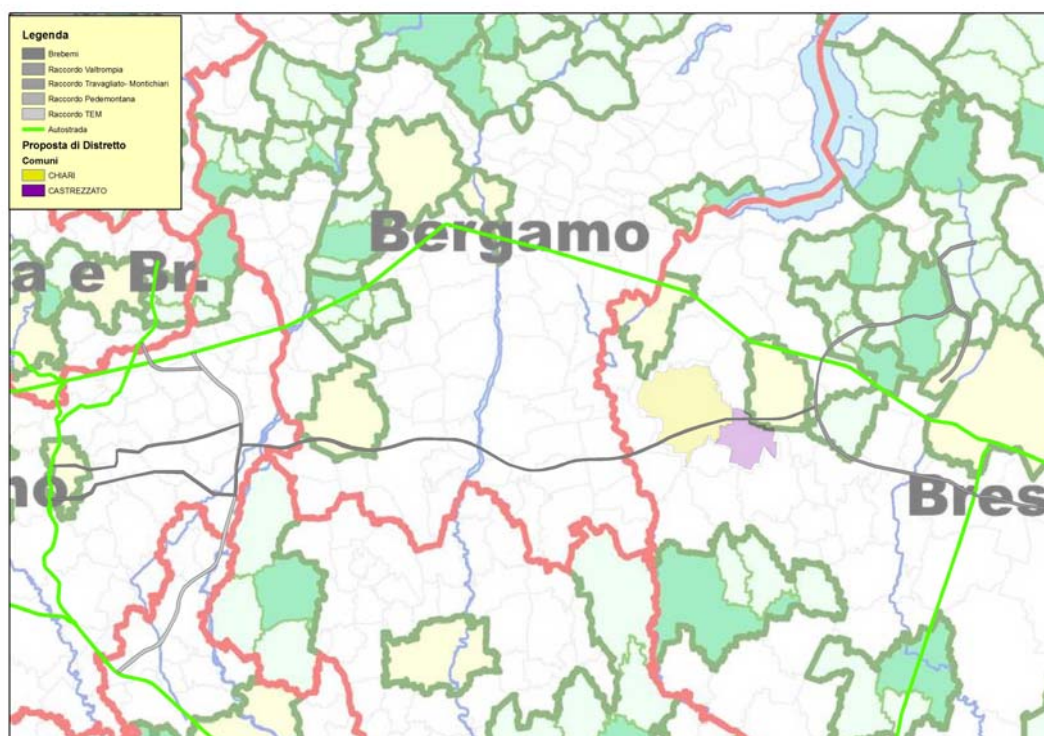


Tavola 15 - Relazione tra il tracciato BreBeMi e i comuni costituitosi Distretti del Commercio (fonte: elaborazione dell'autore con immagine tratta da [www.irer.it](http://www.irer.it))

### 6.3 Una proposta di Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale tra Rovato, Chiari e Castrezzato: il Distretto del Commercio della Franciacorta Sud

#### 6.3.1 Territorio, marketing e ruolo del commercio: i Distretti come strumento di sviluppo locale

La letteratura di settore è alla base dell'analisi che conduce all'idea e successivamente alla richiesta di individuazione di un Distretto. Il territorio può essere interpretato come un sistema costituito da un insieme di attori e di risorse, sede di attività e di relazioni, e guidato dal sub-sistema costituito dal "sistema di governo". Oltre che dalla dimensione spaziale, un territorio è caratterizzato anche da una dimensione temporale in considerazione del fatto che le sue componenti fondamentali (attori, risorse, attività, relazioni) si manifestano in modo dinamico<sup>5</sup> In quanto entità che evolve, il territorio può essere quindi considerato un

<sup>5</sup> (Matteo G. Garoli, "Il marketing territoriale" – Franco Angeli, 2000)

“sistema vivente”<sup>6</sup>, che deve quindi creare, mantenere e rafforzare le condizioni utili per svilupparsi secondo principi di sostenibilità, con una gestione delle risorse che tenga conto sia delle necessità presenti che di quelle future. Al territorio viene riconosciuta una nuova centralità nelle dinamiche produttive: da contenitore diviene accumulatore. E’ uno spazio relazionale, complesso, unico e difficilmente imitabile<sup>7</sup>.

In quest’ottica la capacità competitiva di un sistema territoriale può essere definita come quella capacità di:

- Creare o acquisire nel proprio ambito i fattori materiali e immateriali rilevanti per realizzare nel modo migliore un definito progetto di sviluppo locale sostenibile;
- Assicurare a tali fattori le migliori condizioni ambientali per il loro sviluppo e l’esplicitazione del potenziale positivo del territorio stesso.

La capacità competitiva di un sistema territoriale è dunque la sintesi di una capacità di attrazione al suo interno delle fonti di determinate risorse e della capacità di metabolizzazione di queste risorse a vantaggio degli stessi attori che fanno parte del territorio e che con le loro azioni ne determinano l’evoluzione fisiologica. All’interno di questa prospettiva il marketing territoriale costituisce un riferimento importante per le politiche di sviluppo locale. In primo luogo dal punto di vista metodologico, in quanto i principi di orientamento dell’offerta territoriale alla soddisfazione delle aspettative della domanda, all’integrazione delle politiche territoriali con la comunicazione e alla distribuzione della sua offerta sono principi che migliorano l’efficacia delle azioni per lo sviluppo locale. In secondo luogo, dal punto di vista operativo nel collegare al meglio l’offerta territoriale alla sua domanda, il marketing tende ad assumere esso stesso un ruolo attivo nelle politiche di crescita locale, capace di innestare a livello locale un vero e proprio processo di sviluppo. Sulla base di queste logiche si inserisce la scelta di Regione Lombardia di attivare un processo di valorizzazione e di sviluppo del commercio sul territorio lombardo, mediante lo strumento strategico del “Distretto del Commercio” definito come “l’ambito di livello infra comunale, comunale o sovra comunale nel quale i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescerne l’attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali”<sup>8</sup>. Tale definizione contiene gli aspetti rilevanti che rappresentano le linee di indirizzo progettuale per l’attivazione del Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale della Franciacorta Sud. Il primo aspetto riguarda il coinvolgimento dei Comuni e delle Associazioni rappresentative del commercio, nel ruolo di soggetti di riferimento nella realizzazione di programmi integrati finalizzati alla valorizzazione del commercio. Il secondo aspetto attiene alla consapevolezza dei promotori che il commercio debba svolgere il ruolo di agente di integrazione di uno sviluppo più vasto del territorio capace di individuare la vocazione economica dell’area rispetto alle preferenze della società locale e di rafforzare parallelamente un processo identitario a livello di comunità. Il secondo aspetto riguarda il metodo di lavoro utilizzato nella predisposizione del Progetto e che vuole rappresentare il modus operandi del Distretto, vale a dire la condivisione tra i soggetti pubblici e privati dell’iniziativa che “essere un distretto” - prima ancora di rappresentare un’entità logicamente e razionalmente definita - significa riconoscere

---

<sup>6</sup> (C.M. Golinelli, 2002)

<sup>7</sup> (Rullani, 1999)

<sup>8</sup> (Allegato A D.g.r. 10397 del 28 ottobre 2009 «Modalità per l’individuazione degli ambiti territoriali “Distretti del commercio”.)



l'interdipendenza delle proprie azioni e operare per implementare soluzioni su obiettivi di sviluppo condiviso a livello di area. L'importanza del Distretto del Commercio deve essere vista non tanto solo in funzione della capacità di agire come meccanismo di valorizzazione e di promozione del commercio locale, quanto nel rappresentare uno strumento capace di riconciliare lo sviluppo del territorio. Ed è questa la prospettiva con cui si è ideato e costruito il "Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale della Franciacorta Sud".

### **6.3.2 Motivazione del partenariato e alla partecipazione al Bando**

La partecipazione al bando erogato dalla Regione Lombardia si pone in un contesto di affiliazione dei comuni di Castrezzato e Chiari al già presente Distretto del Commercio di Rovato. La contiguità e i confini del territorio tra i tre comuni sono in regola con le regole del bando in quanto, per quanto riguarda la sola integrazione dei Distretti Diffusi, si cita la possibilità di affiliazione al Distretto esistente di "comuni, fra loro non contigui e non confinanti – ma confinanti con un Distretto Diffuso già approvato di cui ai d.d.g. n. 4504 del 7 maggio 2009 e d.d.g. n. 10427 del 14 ottobre 2009 – che, tramite i Comuni capofila dei citati Distretti Diffusi, propongono l'ampliamento del Distretto stesso".

Con il presente progetto si intende cogliere l'invito di questo terzo bando della programmazione regionale, alla creazione di un secondo sistema territoriale diffuso di imprese commerciali nel territorio dell'alto mantovano, intitolato: "Distretto del commercio Franciacorta sud" tra Rovato (Capofila del partenariato) e dai comuni contermini di Chiari e Castrezzato, con i rispettivi operatori commerciali e soggetti privati coinvolti, col preciso scopo di promuovere la competitività delle aziende del commercio al dettaglio tradizionale di quest'area attraverso proposte congiunte pubblico/private volte alla rigenerazione del contesto di riferimento. La motivazione che spinge questa compagine distrettuale a costituirsi parte richiedente di un contributo per l'inizio della realizzazione di azioni volte alla riscoperta dell'offerta commerciale come risorsa per la qualità urbana e l'animazione socio-economica del territorio e la creazione di un microsistema commerciale competitivo, alternativo alle proposte dei sistemi commerciali più affermati per superficie, dimensione e capacità attrattiva, situati nell'area stessa (almeno 20 realtà significative tra medie e grandi strutture: Centri Italmark, Centri commerciali plurimarca "Le Porte Franche" ad Erbusco, grandi strutture di vendita con bacino di utenza ed attrazione interprovinciale e regionale) che spesso hanno minato l'esistenza del piccolo commercio di prossimità sottraendo flussi di acquirenti e quote di mercato. Il distretto del commercio "Franciacorta Sud" si pone come progetto sperimentale con l'intento di attrarre, tramite politiche distrettuali condivise, acquisti dei residenti del distretto, non residenti e visitatori, grazie alle molteplici azioni di promozione territoriale singole e congiunte già previste, programmate e da programmare nel periodo 2010/2012 e oltre la durata stessa del progetto. In uno spirito di continuità rispetto ad altre iniziative territoriali l'area presenta un elevato grado di aggregazione territoriale ed una tradizione di creazione di rete e partenariato pubblico-privato già sperimentata in altri ambiti (Distretto di Rovato, Distretto di Brescia, Distretto di Palazzolo s/O e il Polo Orceano di Orzinuovi). Il "Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale della Franciacorta Sud" tramite il comune capofila e i due Comuni Partner:

- promuove la valorizzazione integrata dello spazio urbano e sovracomunale con presenza di attività commerciali al dettaglio significative.
- promuove la competitività e l'innovazione del sistema delle imprese del commercio e riconosce alla funzione commerciale un ruolo strategico di supporto alla coesione sociale e territoriale;

- evidenzia il vantaggio che deriva dalla gestione in Comune di determinati aspetti dell'attività commerciale rispetto a quella individuale (attività promozionali di distretto, itinerari sulla strada del vino della Franciacorta, nascita di iniziative come lo shopping da notte bianca, domeniche in festa);
- valorizza e promuove la cooperazione tra gli operatori;
- valorizza l'integrazione delle attività economiche del commercio e del turismo;
- preserva i commerci tradizionali e mantiene l'occupazione del comparto.

## 6.4 Analisi del territorio e del contesto di riferimento

### 6.5 La Franciacorta: la vocazione



Figura 49 - Immagine storica della Franciacorta (fonte: Google immagini)

La Franciacorta è una zona collinare situata tra Brescia e l'estremità meridionale del Lago d'Iseo. È una delle due zone italiane a vocazione spumantistica. La produzione e commercializzazione di bollicine è andata assumendo un'importanza sempre maggiore negli ultimi anni, tanto da fregiarsi del marchio Dcog. Il nome "Franciacorta" è pertanto diventato ultimamente sinonimo di vino spumante Dcog prodotto nei numerosi vigneti della zona e conosciuto in tutto il mondo per l'altissima qualità raggiunta. Dal luglio 2008, con la pubblicazione dei nuovi disciplinari, la denominazione "Terre di Franciacorta DOC" è stato sostituito con "Curtefranca". La Franciacorta comprende un territorio che si estende sulla superficie dei seguenti comuni, tutti situati in provincia di Brescia: Adro, Capriolo, Cazzago San Martino, Cellatica, Coccaglio, Cologne, Corte Franca, Erbusco, Gussago, Iseo, Monticelli Brusati, Ome, Paderno Franciacorta, Paratico, Passirano, Provaglio d'Iseo, Rodengo-Saiano e Rovato. Il territorio per lo più collinare e anticamente cosparso di boschi è stato ultimamente trasformato con l'impianto di numerosi vigneti che ne caratterizzano la

peculiarità. Gli enti locali sono impegnati a salvaguardarne l'aspetto paesaggistico e conservativo sia dal lato fisico che dal punto di vista storico-culturale. Al confine meridionale della Franciacorta è situato il Monte Orfano, di chiara origine morenica, che raggiunge 451 m di altezza massima. L'origine del termine Franciacorta deriva da “curtes francae”, cioè quelle piccole comunità di monaci benedettini insediate nell'Alto Medioevo in zona collinare vicino al Lago d'Iseo che erano esentate dal pagamento dei dazi, ai Signori e al vescovo, per il trasporto ed il commercio delle loro merci in altri Stati o possedimenti, poiché i frati erano dediti alla bonifica dei territori assegnati e istruivano i contadini alla coltivazione dei campi. Infatti, le “curtes” erano i principali centri di commercio dell'epoca. Sulle colline della Franciacorta la vite è stata impiantata fin dalle epoche più remote. Ne sono una prova i rinvenimenti di vinaccioli di epoca preistorica e materiale archeologico rinvenuto un po' su tutta la zona oltre alle diverse testimonianze di autori classici, da Plinio a Columella a Virgilio e sappiamo anche dei popoli che si stanziarono nella Franciacorta e che conosciamo anche attraverso testimonianze storiografiche: i galli Cenomani, i Romani, i Longobardi. Eccezionale è il reperto archeologico rappresentato da un grandioso architrave di tempio che, proveniente da Erbusco, fu portato a Brescia e ora è murato a vista nella facciata del palazzo del Monte di Pietà della Loggia. Pur vantando una lunga storia, il nuovo corso della vitivinicoltura della Franciacorta inizia a tutti gli effetti al principio degli anni '60 con la nascita delle prime cantine. Sul finire degli anni Settanta l'enologia italiana visse una fase di grande fermento e in Franciacorta diversi imprenditori investirono e puntarono sulla coltivazione della vigna. Da lì la crescita è stata rapidissima fino ad arrivare all'odierna Franciacorta, considerata da molti l'unica area italiana di produzione vinicola che ha raggiunto livelli tranquillamente paragonabili a quelli della Champagne francese.

### **6.5.1 La città di Rovato**

### **6.5.2 Inquadramento territoriale**

Il comune ha una superficie di 26,10 kmq e una popolazione residente pari a 20.735 abitanti, con una densità demografica pari a 667 abitanti per kmq<sup>9</sup>. Situato in una posizione strategica nella provincia di Brescia è il centro principale della Franciacorta e ne è considerata la capitale storica. Rovato è in grado di svolgere una funzione attrattiva rispetto al territorio in cui si inserisce, grazie alla presenza di infrastrutture e di servizi di primaria importanza.

Sotto il primo aspetto la città è interessata dalla presenza dell'autostrada A4, attraverso un'uscita dedicata ed è percorsa dalla statale 11 Padana Superiore. La stazione ferroviaria di Rovato supporta la linea Milano – Venezia e la linea Lecco – Bergamo – Brescia, e funge da infrastruttura cardine per gli abitanti di un'area molto estesa che interessa i comuni circostanti dell'area franciacortina e della pianura bresciana occidentale. Come meglio descritto nei prossimi paragrafi, Rovato ospita, oltre ai servizi a fruizione strettamente locale, servizi di primaria importanza sui quali si appoggia anche il territorio sovra comunale circostante: sono presenti, infatti, oltre alla citata stazione ferroviaria, due istituti superiori, l'Ospedale Ettore Spalenza, il Centro di riabilitazione S. Maria in Santo Stefano, il distretto veterinario, il Centro Fiere Franciacorta e la società di servizi energetici e ambientali Cogeme, società per azioni detenute da 70 amministrazioni comunali e dalla Comunità Montana di Valle Camonica. Sotto il profilo squisitamente commerciale si evidenzia una vocazione storica verso questo settore: da sempre centro commerciale

---

<sup>9</sup> Dati presi da [www.comune.rovato.it](http://www.comune.rovato.it)



principale dell'area franciacortina e della pianura occidentale, come dimostrano i dati successivamente riportati sulla mortalità delle imprese il settore commerciale locale, fortemente rappresentato per numero di attività e di occupati, ha saputo mantenere intatta la propria importanza e il proprio ruolo socio – economico all'interno della comunità locale e rispetto all'ampio contesto di riferimento confermandosi in polo commerciale attrattivo.

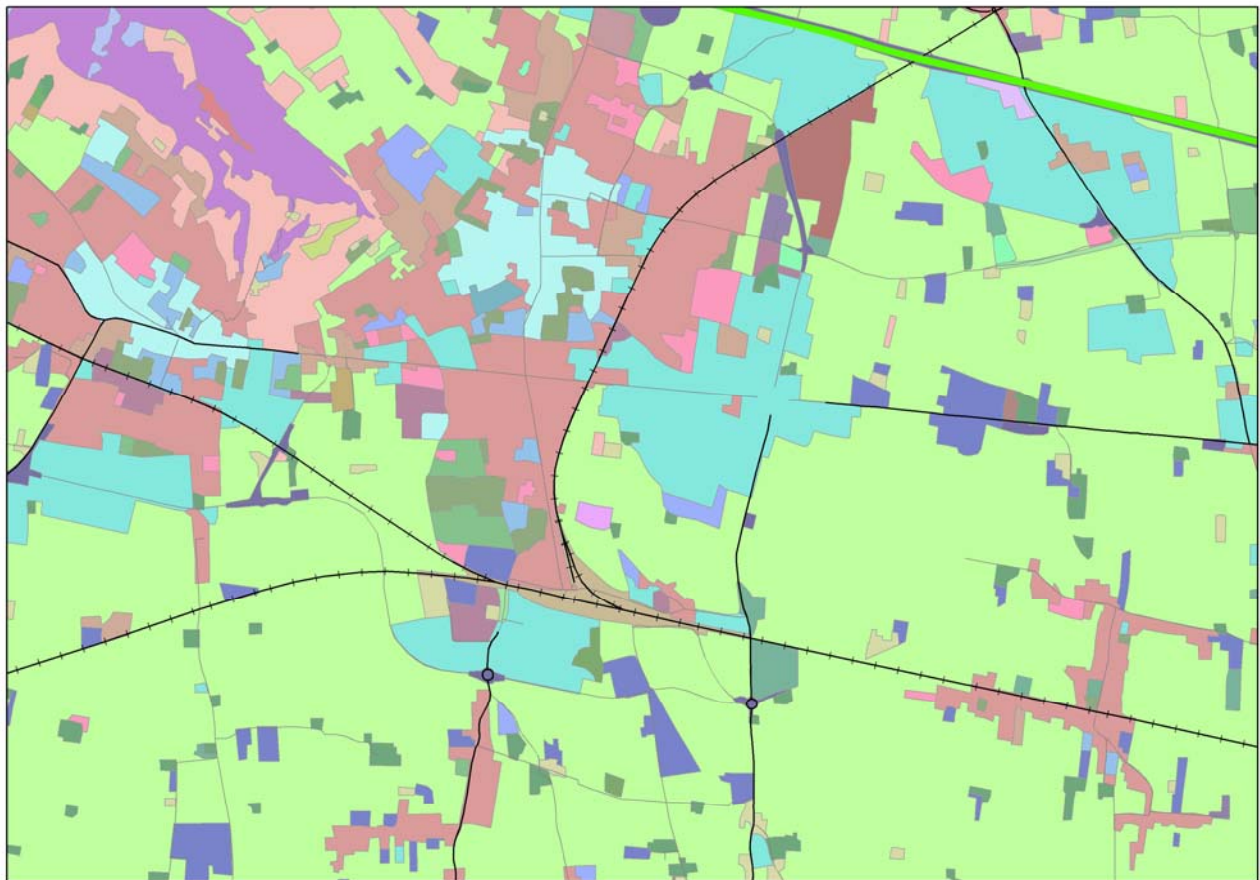


Tavola 16 - Uso del suolo di Rovato (Fonte: DUSAF 2007 Regione Lombardia)

### 6.5.3 Cenni storici

L'origine del nome Rovato. Ci sono diverse ipotesi. Il nome potrebbe derivare da "roveda" (rovo), ma anche da "ruatum" (riferito a un "castrum" rovinato) e da "rua" (strada). Quest'ultima spiegazione ci sembra la più convincente giacché già in epoca romana (ne troviamo testimonianze a Capo Rovato) il comune era un importante snodo viario (il paese era attraversato dalla strada Brixia-Mediolanum). Alcuni esperti sostengono peraltro che Rovato fosse nell'antichità chiamato con il nome di Tellus: l'antico Tetello citato dalle poche carte ritrovate e noto per essere dotato di possenti torri le cui rovine sarebbero state individuate sotto il coro della chiesa di San Donato. Distrutto Tetello si sarebbe edificato il nuovo paese con il nome di Rovato. Lo stemma del comune. Lo stemma del comune di

Rovato risale alla metà del cinquecento. La particolarità araldica più rilevante che lo contraddistingue è data dal fatto che tra i duecentosei comuni della provincia di Brescia, Rovato ha mantenuto nel suo stemma rappresentativo l'effigie del leone di S. Marco, simbolo della Serenissima che veniva consegnato agli alleati più fedeli e prestigiosi. Come si può notare dall'immagine raffigurante lo stemma, la posa del leone rovatense ha una notevole rassomiglianza con quello della Repubblica veneziana. L'unica sostanziale differenza consiste nel fatto che: mentre il leone veneziano viene raffigurato nell'atto di poggiare la zampa sul Vangelo, quello rovatense viene invece raffigurato con una zampa poggiata su un bastione turrato che simboleggia in maniera perfetta quello che per i Dogi Veneziani era Rovato e cioè l'avamposto più fortificato e ben difeso verso il confine con le terre del Ducato di Milano. Invasione dei Galli Cenomani in Franciacorta intorno al sesto secolo a.C. Gli storici rilevano insediamenti umani fra le colline delle Franciacorta già nel terzo millennio a.c. Ma più significativo è l'arrivo degli Etruschi, attestato dal ritrovamento di alcune tombe nella zona di Coccaglio e Pontoglio. Nel sesto secolo a.c., i Celti penetrarono nell'entroterra lombardo da ovest e - in diversi periodi - i Galli Insubri si stanziarono a Mediolanum (Milano). A Brescia invece, dopo aver sconfitto gli eserciti degli Etruschi, si stabilirono i Galli Cenomani che si preoccuparono anche di sviluppare una carrabile che collegasse le aree da loro occupate e di porre a difesa delle loro conquiste imponenti fortificazioni. Una prova di quanto appena detto la offre il Monte Orfano, dove - nel 1956 - furono rinvenuti frammenti di ceramica con tre segni graffiti. Secondo la tradizione, qui (forse nel luogo della chiesetta di San Michele) sorgeva un tempio al dio Sole, culto diffuso tra i legionari dalla fine del secolo. Sempre sul monte si notano, inoltre, sistemi di fortificazione costruiti secondo dettami tecnico strategici tipicamente gallici come bastioni costituiti da potenti recinti di massi e pali; più all'interno - ancora - si scorgono costruzioni destinate agli uomini come recinti per cavalli, magazzini per attrezzi ed alimenti. L'area del convento dell'Annunciata e di S. Michele costituiva il vero caposaldo del territorio ed era dotata di potenti e articolate fortificazioni. La costruzione e il mantenimento di queste costruzioni difensive fu possibile grazie alla straordinaria abbondanza di legname pietre ed acqua nella zona. Caduta dei Galli cenomani e avvento dei Romani con fortificazioni sul Monte Orfano. La prosperità del popolo Cenomano e le sue conquiste in Franciacorta furono però messe in crisi dall'arrivo dei Romani nel primo secolo a.C.. Era il tempo di Giulio Cesare e di una grande crescita nei settori del commercio, dell'agricoltura e dell'edilizia. In questo periodo di estrema floridezza la Franciacorta acquisì importanza e si organizzò attorno al castrum di Rovato (collegato ad opere militari sul Monte Orfano e sui colli circostanti) che divenne il fulcro del sistema accentrando in sé la funzione militare, artigianale, commerciale e rurale. La riorganizzazione militare dell'area del Monte Orfano portò, quindi, all'edificazione di un poderoso quadrilatero urbano, all'interno del quale altri quadrilateri, a livelli diversi, erano adibiti a varie funzioni. Invasioni barbariche e occupazione Longobarda del Monte Orfano. Le razzie e i saccheggi delle popolazioni barbariche subirono una battuta d'arresto con l'insediamento dei Longobardi, nel 568 d.C. Questa popolazione - entrata dall'arco alpino in Italia e guidata nei primi tempi dal re Alboino - ristrutturò la fortificazione romana presente nell'area dell'attuale convento della SS. Annunciata facendo di Rovato il centro principale dell'antica Franciacorta. Con la conversione dei Longobardi al cattolicesimo - curata dal pontefice Gregorio Magno, durante il regno di Agilulfo - la storia religiosa e quella civile della zona s'intrecciano. I longobardi, infatti, attribuirono all'area del monte Orfano, già loro sede giurisdizionale, anche la funzione di centro del culto cristiano. Circostanza confermata dall'edificazione della chiesa di S. Michele, posta sulla cima del Monte Orfano a pochi passi dal convento. S. Michele rappresenta infatti l'angelo guerriero patrono dei Longobardi. L'ubicazione nei

pressi di una sorgente e l'analisi della struttura architettonica confermano l'origine longobarda della chiesa datata presumibilmente tra l'ottavo e il nono secolo d.c.

Rovato nell'epoca tardo medievale: rapporti con il dominio Angioino e con la Repubblica di Venezia. Nel 1265, acclamato dai guelfi, il conte di Fiandra Roberto de Béthune (membro della spedizione italiana di Carlo d'Angiò) occupò il castello di Rovato. La campana del vespro del 9 novembre fu il segnale dell'insurrezione antifrancese per i rovatensi, che misero in fuga gli stranieri. L'insofferenza dei rovatensi verso qualsiasi giogo si confermò nel 1312, nei confronti delle truppe di Enrico VII. Nel 1326, dopo un assedio, Azzone Visconti riuscì a impossessarsi di Rovato solo col tradimento. Dopo le contese tra Milano e Venezia, Rovato solo con ritardo, nel marzo 1428, acconsentì a giurare fedeltà alla Serenissima. Nel 1438 - al passaggio dell'Oglio da parte delle truppe viscontee di Niccolò Piccinino - Venezia affidò la difesa del contado a Leonardo Martinengo da Barco e ai suoi "mille valtrumplini" che, dopo scaramucce, si chiusero nel castello di Rovato (13 - 30 agosto) ad opporre infruttuosa resistenza all'assedio. Riconquistato nel 1440 da Venezia, dopo altre occupazioni milanesi (il 7 novembre 1453 il vincitore Francesco Sforza riconobbe il valore dei difensori, scrivendo di proprio pugno "virtute" sulla porta nord del castello), solo con la pace di Lodi del 9 aprile 1454 Rovato tornò definitivamente a Venezia. La Dominante riconobbe l'importanza strategica del luogo e nel 1470 concesse sgravi fiscali per agevolare le opere di fortificazione. La cittadinanza fu chiamata a versare contributi per le guerre che Venezia condusse nella seconda metà del secolo, in particolare contro i Turchi che, conquistata nel 1453 Costantinopoli, minacciavano i domini della Serenissima nel Mediterraneo orientale. Sempre nel '400 nacque il "Consortio", istituto di carità che funzionò fino al 1811, quando i suoi beni confluirono nell'ospedale. Dopo l'impari lotta di Venezia contro tutti ("ispirati" da papa Giulio II nella lega di Cambrai) che si risolse nella dura sconfitta subita dalla Serenissima il 14 maggio 1509 ad Agnadello - il 19 maggio - Rovato aprì il proprio castello ai francesi, incapaci però di accattivarsi la simpatia della popolazione. Un notevole rovatense, Lorenzo Gigli, organizzò l'insurrezione, scoppiata il 7 agosto nonostante il giorno prima la guarnigione occupante fosse stata rinforzata di un corpo di cavalleria. Il 9 i francesi dovettero abbandonare ignominiosamente il campo. Ma nessuno seguì il coraggioso esempio di Rovato, che rimase libera e isolata. Il Gigli e altri furono presi e le loro teste caddero nel settembre successivo in piazza della Loggia a Brescia. Nel febbraio 1512 Rovato, non persasi d'animo, partecipò alla sollevazione antifrancesa che nel capoluogo si concluse col tristemente famoso "sacco di Brescia" ad opera di Gaston de Foix. Per scontare la fallita ribellione, Rovato dovette sborsare una multa ingentissima (quasi 10 mila ducati d'oro), oltre a partecipare alla multa di 96 mila ducati imposta alla provincia. Quando riprese il potere, Venezia non manifestò particolare gratitudine a Rovato. Anzi: il 3 maggio 1519 autorizzò il mercato del bestiame a Chiari, in concorrenza con quello rovatense, che vantava una tradizione medievale. Nel '500 nacque l'Accademia medica degli "Eccitati", per iniziativa del medico di Rovato Felice Bettera (autore di un "Trattato sulla peste"), che mise a disposizione, come sede, la propria abitazione. Visse in questo periodo il noto pittore Alessandro Bonvicino (detto il Moretto). Rovato durante il periodo del Risorgimento. Nel 1685 La Repubblica di Venezia concesse la costituzione di un archivio notarile a Rovato. Personaggio di rilievo fu, in quel secolo, Leonardo Cozzando (1620-1702), professore di filosofia a Verona e Vicenza, che scrisse un volume sulla filosofia greca e una "Libreria bresciana", stesa nel convento dell'Annunciata, dove trascorse i suoi ultimi anni. Durante la guerra di successione spagnola (primi del '700) Venezia, neutrale, concesse agli eserciti stranieri di attraversare il suo territorio. Il principe Eugenio di Savoia, che comandava gli imperiali (e batté i francesi presso Chiari) sostò a Rovato e, salito al Monte Orfano, lo definì "il più bel punto di vista che abbia l'Italia". Significativa fu nell'800



la presenza a Rovato dell'architetto Rodolfo Vantini, amico del prevosto Carlo Angeloni. Si batté con successo perché la ferrovia Chiari - Brescia passasse per il paese (e non, come da un primo progetto, per Travagliato), disegnò il portico della piazza centrale ed eseguì altri lavori nella zona. Durante il Risorgimento, Rovato partecipò all'insurrezione antiaustriaca di Brescia del marzo 1848 (raccolse e curò i feriti); l'anno dopo le truppe austriache, dirette a Brescia per reprimere le famose Dieci giornate, passarono per il nostro comune. Nell'aprile 1862 fu Garibaldi in persona a inaugurare la Società del tiro a segno. Iniziarono anni di sviluppo e progresso: nel 1877 fu inaugurata la ferrovia per Coccaglio e nel 1897 la tramvia Chiari-Rovato Iseo.

Dall'unità d'Italia alla Prima Guerra Mondiale. La dipartita degli austriaci inaugurò a Rovato un regime politico e amministrativo centrato sul raggiungimento di un'ampia autonomia. Il 12 febbraio 1860, la Giunta municipale rovatense si costituì in ufficio e relazionò al Consiglio del 7 marzo successivo il proprio programma. Nel 1861 si deliberò di licenziare "il pedone distrettuale" sostituito dall'Ufficio Postale. Nel 1862 fu istituita la "Giudicatura Mandamentale" (la Pretura) che trovò sede presso il Municipio. Nel 1868 nacque la "Società Operaia, Industriale ed Agricola" di Rovato, che aveva una matrice laica di stampo liberale e creò ben presto una scuola per lavoratori. La scuola si consolidò nel tempo e divenne la "Scuola Professionale di Disegno Francesco Ricchino", tuttora esistente. Il 24 maggio del 1869 aprì il suo sportello in Municipio, su istanza del Comune, la Cassa di Risparmio di Milano. Fu un avvenimento di grande importanza nell'economia del nostro paese, che nel corso della propria storia vide un sempre più consistente incremento d'Istituti di Credito. Nel 1871, secondo i dati del censimento, gli abitanti di Rovato erano 7370. Dieci anni più tardi, 1881, raggiunsero i 7825 di cui 4582 residenti nel centro e i restanti nelle frazioni. L'Ospedale civile, sorto nel 1763 per oblazione dei cittadini, fu in seguito ceduto alla "Congregazione di Carità" a cui il Comune rimborsava parte delle spese per i degenti poveri. Nel 1889 fu istituito l'asilo infantile, sovvenzionato dal municipio, mentre dal 1836 esisteva a Rovato un orfanotrofio femminile fondato dal prevosto Angelini per le ragazze rimaste senza genitori a causa dell'epidemia di colera. La situazione scolastica fu oggetto di particolare attenzione da parte della rappresentanza municipale anche perché il paese aveva una lunga tradizione culturale da rispettare risalente al XV secolo, cioè alla fondazione del convento dell'Annunciata. Gli alunni delle classi rovatensi erano nel 1894 complessivamente 1141. La popolazione rovatense era prevalentemente costituita da: agricoltori, possessori di fondi e lavoratori sussidiari, nonché da un rilevante numero di commercianti, a cui va aggiunta la schiera dei piccoli commercianti che esercitavano la loro attività nelle bancarelle del mercato e dagli operai delle industrie artigianali. Ma le condizioni di vita delle classi lavoratrici erano proibitive e base principale dell'alimentazione quotidiana era la polenta di granoturco che non forniva un'alimentazione completa e provocava la pellagra. Contro queste situazioni di grave disagio le organizzazioni sindacali d'ispirazione socialista e cattolica diedero vita ai primi grandi scioperi. A Rovato nel 1897 incrociarono le braccia, chiedendo aumenti salariali, i conciatori di pelle dello stabilimento Merlini (37 su 39) e lo sciopero ebbe esito favorevole. Nel 1900, scioperarono gli operai della fabbrica Buffoli richiedendo una diminuzione delle ore di lavoro: 12 giorni di astensione anche questi con esito positivo. L'eco della Rivoluzione Industriale si faceva sentire anche a Rovato. Sempre nel 1900, da un nuovo censimento, gli abitanti risultarono 10.190. Nel 1912 Rovato ebbe un suo primo periodico quindicinale, "Il Monte Orfano" diretto e quasi totalmente scritto da Oreste Bonomelli. Il centro culturale e di lettura del paese era a quei tempi il caffè Lallio, posto nell'attuale Corso Bonomelli, vi si trovavano diversi giornali quotidiani e riviste a disposizione dei clienti ed naturale occasione di scambi di vedute ed elaborazione intellettuale. Nel 1913 fu terminata la costruzione dell'acquedotto comunale posto

nell'attuale Piazza Montebello, che si distingue anche per i pregevoli ornamenti in stile liberty. Sempre nel 1913 si tenne la prima Grande Esposizione Agricola Industriale, su ispirazione della manifestazione bresciana del 1904. La scarsa presenza d'attività industriali e manifatturiere portò, tuttavia, centinaia di rovatresi ad emigrare. Il flusso principale era orientato verso l'Australia, dove i nostri concittadini furono impiegati nei lavori agricoli pesanti (il taglio della canna da zucchero), l'Argentina, il Belgio e la Francia dove si trovava lavoro nelle miniere di carbone. Dalla prima guerra mondiale alla liberazione. La Prima Guerra Mondiale - che sconvolse e devastò l'intera Europa - segnò anche il nostro paese. Rovato pagò con 160 giovani vite stroncate e un numero imprecisato di mutilati e invalidi il suo tributo alla guerra. Ne è memoria il Sacrario ai Caduti presso le Scuole Elementari Comunali. A peggiorare la situazione nel 1918 vi fu una grave epidemia di Spagnola. Nel dopoguerra i problemi rimasti sopiti durante il conflitto si acuirono: disoccupazione, povertà diffusa, sfiducia nei confronti delle istituzioni erano all'ordine del giorno. Le elezioni del 1920 a Rovato si svolsero in un clima di grandi contrasti ed attese. Si presentò a Rovato, per la prima volta, il Partito Popolare con una lista composta guidata dal Cav. Antonio Rossi che raccolse molti moderati riscuotendo il successo elettorale, mentre la minoranza fu rappresentata dai socialisti capeggiati da Oreste Bonomelli. Nel 1922 Mussolini instaurò la dittatura fascista e anche a Rovato il clima di convivenza civile si guastò. Nel 1926 furono sciolti i Consigli Comunali ed i sindaci sostituiti dai podestà, mentre venne cancellata ogni forma di partecipazione politica democratica. Anche Rovato seguì lo stesso destino. Furono anche gli anni della "Trasvolata polare" del 1926, fortunata, e del 1928 sfortunata nella quale perse la vita il rovatrese Attilio Caratti "pioniere dell'aria". Nel 1935 - in piena epopea fascista - furono edificate le Scuole Elementari Comunali. Ma l'8 giugno del 1940 a Rovato in Piazza Cavour quattro enormi altoparlanti presidiati da pochi fascisti trasmisero ad una folla costretta e curiosa la dichiarazione di guerra di Benito Mussolini. La popolazione di Rovato, ad eccezione di qualche decina d'applausi, raccolse la notizia in un silenzio impressionante" (lo ricorda Mons. Zenucchini). L'Italia era nuovamente in guerra. Nuovamente Rovato vide partire i suoi giovani con lo zaino sulle spalle; centinaia di loro morirono e altri 72 vennero dichiarati dispersi, la maggioranza sul Fronte Orientale. Come testimonia il libro di Mario Rigoni Stern "Il Sergente nella neve" dedicato al ferito a morte e disperso nella ritirata di Russia, Sergente Minelli di Rovato. Dal 25 luglio all'8 settembre 1943, il regime fascista crollò sotto il peso delle disastrose campagne militari. Ma non era ancora finita. Rovato veniva occupata il 10 settembre 1943 da un'autocolonna della Wehrmacht. Al potere militare tedesco si univa il potere civile del resuscitato fascismo; in contrasto sorsero le prime organizzazioni clandestine con un piano comune di lotta. Le prime fasi della Resistenza iniziano nell'ottobre 1943 con atti di sabotaggio e di propaganda. Nell'aprile del 1944 si costituì anche a Rovato il Comitato di Liberazione Nazionale (C.L.N.). La liberazione dal nazi-fascismo era vicina, ma fu caratterizzata da momenti di grande tensione fra i cittadini rovatresi in cui persero la vita il Segretario Comunale Vighenzi e Silvio Bonomelli. Dal 28 aprile sventolarono dal Palazzo Comunale, le bandiere delle nazioni alleate e Rovato era chiamata ad affrontare il periodo della ricostruzione.

#### 6.5.4 Viabilità e trasporti

Testimonianze dell'importante ruolo che il commercio ha sempre rivestito nella comunità rovatense sono il riconoscimento del mercato settimanale del lunedì, a mercato storico e quello a negozio storico o attività storica di bene tre esercizi commerciali della città.

Il Comune di Rovato si trova nell'alta pianura bresciana compresa fra i colli morenici del lago di Iseo a nord e la pianura cerealicola a sud. È collegato al capoluogo regionale e a quello provinciale dalla linea ferroviaria Milano – Venezia, dalla ex strada statale n. 11 e dalla variante alla ex SS11. Il comune sarà parzialmente interessato anche dal tracciato della Bre.Be.Mi. che transiterà nella parte meridionale del territorio rovatense. Il territorio è attraversato a nord del capoluogo dall'autostrada A4 Milano – Venezia per una lunghezza di circa 3 Km con un casello di ingresso e uscita, in centro dall'ex SS 11 Padana Superiore che attraversa il centro abitato, mentre a sud del territorio scorre la variante alla ex SS 11.

Il capoluogo risulta poi collegato mediante viabilità comunale e provinciale con le frazioni poste a sud. Da un punto di vista ferroviario è interessato dalla linea Milano – Venezia lungo la quale si trova la stazione ferroviaria di Rovato; da questa parte la linea per Bergamo e Lecco. La stazione è dotata di sei binari e costituisce un nodo ferroviario individuato nel PTCP come Centro di Interscambio di rilevanza provinciale.

Codice	Tratta	Operatore
FS12	Milano-Brescia-Verona-Venezia	Trenitalia
FS186	Lecco-Bergamo-Brescia	Trenitalia

Tabella 46 - Tratte ferroviarie di Rovato (fonte: Distretto del commercio di Rovato)

Considerando tutte le strade urbane ed extraurbane di attraversamento del Comune, il reticolo viario si estende linearmente per circa 202 Km, di cui:

- autostrade 3,2 Km circa;
- viabilità extraurbana di livello provinciale o statale 44,6 km circa;
- viabilità urbana e altra viabilità 154,2 km circa.

Le zone a maggiore densità sono localizzate sia nel centro storico che in alcune aree ad est e sotto la SS 11, aree ad alta densità commerciale. Rovato risulta collegata dal trasporto pubblico locale extraurbano mediante 11 linee di autobus verso i principali centri nelle vicinanze, con il comune capoluogo e le frazioni.

Per quanto riguarda la rete ciclabile sovralocale, a Rovato si contano oltre 7 Km di pista; oltre ai tratti esistenti, è possibile individuare una rete ciclabile provinciale sovralocale di progetto proposta dal Piano Provinciale Ciclabili, suddivisa in:

- rete primaria, che collega Rovato con Erbusco, Castrezzato e Travagliato;
- rete secondaria, che unisce il territorio comunale con Cazzago S. Martino e Coccaglio.

### 6.5.5 Dati demografici

Il comune ha una superficie territoriale pari a 26,10 kmq, popolazione residente pari a 20.735 abitanti al 31/12/2008 e densità demografica pari a 667 abitanti per kmq. È l'ottavo comune per popolazione in provincia di Brescia con una densità demografica superiore del doppio a quella media provinciale (306 ab./kmq) e pari ad un terzo di quella di Brescia (2105 ab./kmq). La popolazione, dal 1960 ad oggi, ha registrato una crescita notevole. Negli ultimi sei anni (dal 2001 al 2008), poi, la popolazione è cresciuta di circa 2.380 unità (+16,6%) con una media annuale di crescita del 2,22%. Il 2008 ha quindi fatto registrare una popolazione di 16.756 unità. La popolazione è concentrata nel nucleo urbano di Rovato e nelle otto frazioni di Bargnana, Duomo, Lodetto, San Carlo, San Giorgio, San Giuseppe, Sant'Andrea e Sant'Anna. In particolare da dati Istat 2001 si deduce che:

- circa il 69,6% della popolazione risiede nel capoluogo comunale;
- circa il 7,5% vive a Lodetto;
- a Duomo si trova circa il 5,7% degli abitanti;
- a Sant'Andrea il 4,7%;
- a Sant'Anna il 2,5%;
- a San Giuseppe il 2,3%;
- a San Giorgio il 1,3%;
- alla Bargnana lo 0,2%;
- negli ambiti agricoli e negli altri insediamenti sparsi il 6,1% della popolazione.

Negli anni dal 2005 al 2008 il numero di famiglie presenti nel Comune è aumentato passando da 6365 nuclei familiari a 7119. Il numero medio di componenti per famiglia è diminuito leggermente passando da 2.5 a 2.4.

### 6.5.6 L'offerta commerciale

Il programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2008 –2010 della Regione Lombardia, inserisce il Comune di Rovato nell'ambito territoriale denominato "Ambito commerciale metropolitano". Tale ambito è normato dai seguenti indirizzi di riqualificazione e sviluppo della rete:

- riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;
- forte disincentivo all'apertura e all'eccessivo ampliamento di grandi strutture di vendita realizzate mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;
- promozione della localizzazione della media distribuzione in contesti ad alta densità abitativa purché integrati ad interventi di riqualificazione complessiva e di salvaguardia del commercio di vicinato;
- disincentivo al consumo di aree libere ed attenzione alla localizzazione di aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi, da realizzarsi esclusivamente in quelle aree in cui sia certificato il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;
- consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive, con particolare

attenzione alla rete distributiva di prossimità;

- integrazione delle attività commerciali con i diversi sistemi produttivi locali;
- attenzione al rapporto con il movimento delle persone e delle merci e alle scelte di localizzazione degli spazi logistici.

L'offerta commerciale al 2008 è costituita da 261 punti vendita, di cui più di tre quarti (83.91%) con specializzazione non alimentare.

TIPOLOGIA MERCEOLOGICA COMMERCIAIA	NUMERO	%
ACCESSORI PERSONA	64	25%
ALIMENTARI	43	16%
CULTURA-TEMPO LIBERO	40	15%
AUTO-MOTO	33	13%
ACCESSORI CASA	35	13%
SALUTE-CURA PERSONA	21	8%
RISTORO	7	3%
ARTIGIANATO DI SERVIZIO	7	3%
SERVIZI	6	2%
ARTE-ARTIGIANATO	3	1%
MONOPOLI	2	1%
TOTALE	261	100%

**Tabella 47 - Elenco degli esercizi merceologici di Rovato**

Una testimonianza della tradizionale importanza che il settore commerciale riveste nella città è la presenza di ben tre esercizi commerciali riconosciuti come negozio storico o attività storica, secondo decreto 14 dicembre 2009, n.13959 "Riconoscimento dei negozi e locali storici del commercio in Lombardia" ): "Macelleria Guarneri", "Grassi Pierluigi vendita e riparazione marmi", "Casalinghi Ponzoni". Per quanto concerne, invece, la presenza di strutture commerciali di grandi dimensioni si evidenzia il dato della presenza nel breve raggio (2 km dal centro urbano) dei seguenti centri commerciali:

- Centro commerciale "Le Porte Franche" in territorio di Erbusco;
- Il Centro Commerciale "IperSimply" a Rovato;
- L'ipermercato "la Girandola" a Rovato.

### **6.5.7 Le strutture ricettive e turistiche**

L'offerta del Comune di Rovato è costituita da 4 strutture alberghiere per un totale di 31 posti letto disponibili. Completa l'offerta la presenza di una struttura agrituristica a solo scopo ristorativo. Tale quadro dimostra la natura turistica di Rovato, caratterizzata da un turismo di giornata di breve permanenza, legato soprattutto al patrimonio locale ed enoturistico e alle escursioni giornaliere alla scoperta del territorio franciacortino, e confermata dalla forte presenza di attività di ristorazione. Rovato non è stato inserito dalla Regione Lombardia nell'elenco dei comuni a valenza turistica.

### 6.5.8 Gli elementi di attrattività

La capacità attrattiva del comune di Rovato rispetto al territorio di riferimento della Franciacorta e dei comuni della pianura occidentale è legata ad una serie di elementi di attrattività che si possono suddividere nelle seguenti polarità:

**ARCHITETTONICA-ARTISTICA**, caratterizzata dai principali monumenti storici, testimonianze delle culture dell'epoca romana, medievale, rinascimentale e moderna:

- **CASTELLO DI ORIGINE ROMANA E MURA VENETE DEL 1470**: Fortificazione d'origine romana sull'ossatura della quale fu eretto il borgo fortificato a pianta rettangolare, il Castello

ha rivestito un ruolo strategicamente fondamentale nella Franciacorta del Medioevo, posto alla confluenza fra la via che dalla Valcamonica porta alla pianura e la via che va verso Brescia. Alla fine del Trecento il Castello medievale fu ulteriormente munito di difese con tre giri concentrici di mura fortificate;

- **PALAZZO PORCELLAGA – QUISTINI (XVI SEC.)**: posto ai margini settentrionali del centro storico cittadino, l'intero complesso è costituito da tre corpi edilizi: le cantine, la torre, il palazzo;

- **PALAZZO COMUNALE**: attualmente il Palazzo Comunale ha sede in un complesso architettonico articolato in tre blocchi il più antico dei quali risale al XIII secolo.

- **CASA NATALE DI ALESSANDRO BONVICINO DETTO IL MORETTO**;

- **PIAZZA CAVOUR CON PORTICATO SEMICIRCOLARE OPERA DI RODOLFO VANTINI INIZIATO NEL 1838**: Da quasi due secoli Piazza Cavour, identificabile dallo stupendo porticato semicircolare che la delimita a nord e dalla caratteristica pavimentazione a ciottoli, è il cuore pulsante di Rovato e sede dello storico mercato del lunedì;

- **COMUNE DI ROVATO CUSTODE DEL GONFALONE DELLA FRANCIACORTA** dipinto dal pittore Gerolamo Calca negli anni '30 e raffigurante tutti i comuni della franciacorta di cui Rovato è considerata la capitale;

**NATURALISTICA**, legata alla presenza del Monte Orfano e all'inserimento del territorio comunale nell'area franciacortina:

- **MONTE ORFANO – AREA DI RILEVANZA AMBIENTALE**;

- **ANELLO PEDEMONTANO DEL MONTE ORFANO (13,2 KM)**;

- **PERCORSO VITA DEL MONTE ORFANO**;

- **PERCORSI CICLABILI E COLLEGAMENTO AL LAGO D'ISEO (7 KM)**;

**ENOGASTRONOMICA**, legata alle tradizioni locali e allo stretto rapporto con i prodotti della terra:

- **MANZO ALL'OLIO TRADIZIONALE DI ROVATO**: Piatto tipico della zona nato nel 1500 la cui notorietà è estesa all'intero territorio nazionale, si può degustare in alcuni ristoranti e trattorie tipici di notevole rilevanza enogastronomica;

- **VINO FRANCIACORTA**: trovandosi nel cuore della Franciacorta, territorio d'eccellenza per l'enologia italiana, la produzione vinicola di Rovato rientra a far parte del prestigioso marchio Franciacorta;



COMMERCIALE legata alla numerosa presenza di strutture di vendita:

- LO SBARAZZO: promossa dall'Associazione commercianti del centro storico, con il patrocinio e l'assistenza organizzativa del Comune di Rovato è una manifestazione che consiste in una vendita straordinaria organizzata dai commercianti di Rovato in Piazza Cavour;
- MERCATO STORICO SETTIMANALE è un appuntamento che si svolge da più di cinquecento anni. Recentemente spostato dalle vie del paese all'area attrezzata di via Martinengo, costituisce uno dei momenti più importanti della vita sociale e economica di Rovato;
- FIERA NAZIONALE LOMBARDIA CARNE: una delle più importanti manifestazioni del settore zootecnico e agricolo del nord Italia che celebra il primato del Comune nel settore dell'allevamento bovino;
- FIERA REGIONALE MOSTRA MERCATO DELLA PASTORIZIA: Un appuntamento che, assieme a Lombardia Carne, contribuisce ad affermare Rovato come capitale lombarda dell'allevamento di qualità;
- PRESENZA DI TRE ATTIVITA' RICONOSCIUTE COME NEGOZI STORICI O ATTIVITA' STORICHE (decreto 14 dicembre 2009, n.13959 "Riconoscimento dei negozi e locali storici del commercio in Lombardia"): Macelleria Guarneri, Grassi Pierluigi vendita e riparazione marmi, Casalinghi Ponzoni;

Si segnala, inoltre, la presenza dei seguenti servizi di pubblica utilità, sia di interesse comunale che di interesse sovra - comunale:

- Centro Fiera della Franciacorta
- Stazione FFSS
- Cogeme Spa
- Ospedale "Ettore Spalenza"
- Pronto soccorso
- Asl
- Distretto veterinario
- Centro di riabilitazione "S. Maria in S. Stefano"
- Guardia medica
- Caserma della Polizia Stradale
- Caserma dei Carabinieri
- Asilo nido
- Biblioteca
- 4 scuole materne di cui 1 in Località Duomo e 1 in Località S. Andrea
- 4 scuole elementari di cui 1 in Località S. Andrea, 1 in Località Duomo, 1 in Località Lodetto
- Scuola Media Statale
- 2 Istituti superiori
- Parco comunale "Aldo Moro"
- 3 farmacie
- Ufficio postale
- 24 sportelli bancari
- Palestra comunale
- Piscina pubblica
- Campo da rugby

## 6.6 Il sud-ovest bresciano

### 6.6.1 La città di Chiari

#### 6.6.2 Inquadramento territoriale

Il comune di Chiari è uno dei centri maggiori della provincia bresciana, è situato a 25 Km da Brescia sulla strada nazionale e sulla linea ferroviaria che unisce Brescia a Milano.

E' raggiungibile da Brescia attraverso la Statale 11, trovandosi subito dopo Coccaglio in direzione Milano. Il comune si sviluppa su una superficie di 38,02 Km<sup>2</sup>, con un territorio tradizionalmente vocato all'agricoltura e dotato di una straordinaria ricchezza idrica. Dalla ricognizione dei documenti relativi alla pianificazione sovraordinata si evince che il PTCP della Provincia di Brescia inserisce il comune nel Sistema Urbano Sovracomunale (SUS) n° 7, di cui tra l'altro è centro ordinatore. Il comprensorio di Chiari annovera 16 comuni della Provincia di Brescia: Pontoglio, Urago d'Oglio, Rudiano, Roccafranca, Castelvovati, Comezzano-Cizzago, Trenzano, Coccaglio, Ospitaletto, Travagliato, Torbole Casaglia, Lograto, Berlingo, Maclodio. Il territorio comunale di Chiari situato nella parte ovest della pianura, a poca distanza dal confine tra le Province di Brescia e Bergamo e ai margini della Franciacorta, si estende per circa 38 km<sup>2</sup>. La città conta, a marzo del 2010, 14.364 residenti, per lo più insediati nel contesto urbano e nella località Santellone, ma il territorio rurale è ricco di ben 540 cascine ed edifici ed è percorso da una fitta rete di infrastrutture. La posizione di vicinanza al confine, non solo tra bresciano e bergamasco ma soprattutto tra Ducato di Milano e Repubblica Veneta ha plasmato una città ed un'organizzazione territoriale la cui particolarità può essere letta già nella forma circolare dell'abitato storico e nella radialità della rete viabile di collegamento, di antica realizzazione ma ancora pienamente utilizzata anche quale rete primaria di collegamento provinciale. L'abituale criterio di valutazione dei centri urbani basato sulla dimensione demografica non si attaglia alla realtà clarense, la cui rilevanza nell'ovest bresciano è attestata, tra l'altro, dalla quantità di attività e servizi di livello urbano presenti, dalla consistenza delle istituzioni culturali e delle attività culturali che si svolgono e dallo storico ruolo di richiamo e riferimento sul territorio circostante. Dopo la realizzazione della ferrovia Milano Venezia nella seconda metà dell'ottocento nessuna nuova infrastruttura di livello nazionale o regionale ha interessato il territorio di Chiari. Nonostante ciò Chiari ha mantenuto, il proprio ruolo a livello provinciale pur senza essere investita dai massicci fenomeni di sviluppo e conurbazione che hanno interessato gli assi principali di sviluppo (Brescia – Palazzolo, lungo la A4 a Nord e Brescia - Orzinuovi a sud). Oggi invece sono previsti importanti progetti infrastrutturali sia su gomma (BreBeMi), che su ferro (TAV) che attraverseranno la parte sud del territorio Clarense. Su Gomma sarà la nova BreBeMi, l'autostrada che si propone di attuare un collegamento diretto tra le città di Milano e Brescia, in alternativa all'attuale collegamento assicurato dall'autostrada Serenissima, la A4, una soluzione alternativa che si è mostrata di anno in anno sempre più impellente. Questo perché il tratto in questione della suddetta autostrada presenta volumi di traffico particolarmente consistenti, essendo percorso mediamente da 100.000 veicoli al giorno, con punte di 140.000. Ad aggravare la situazione è il transito di molti mezzi pesanti (punte di 40.000 al giorno).

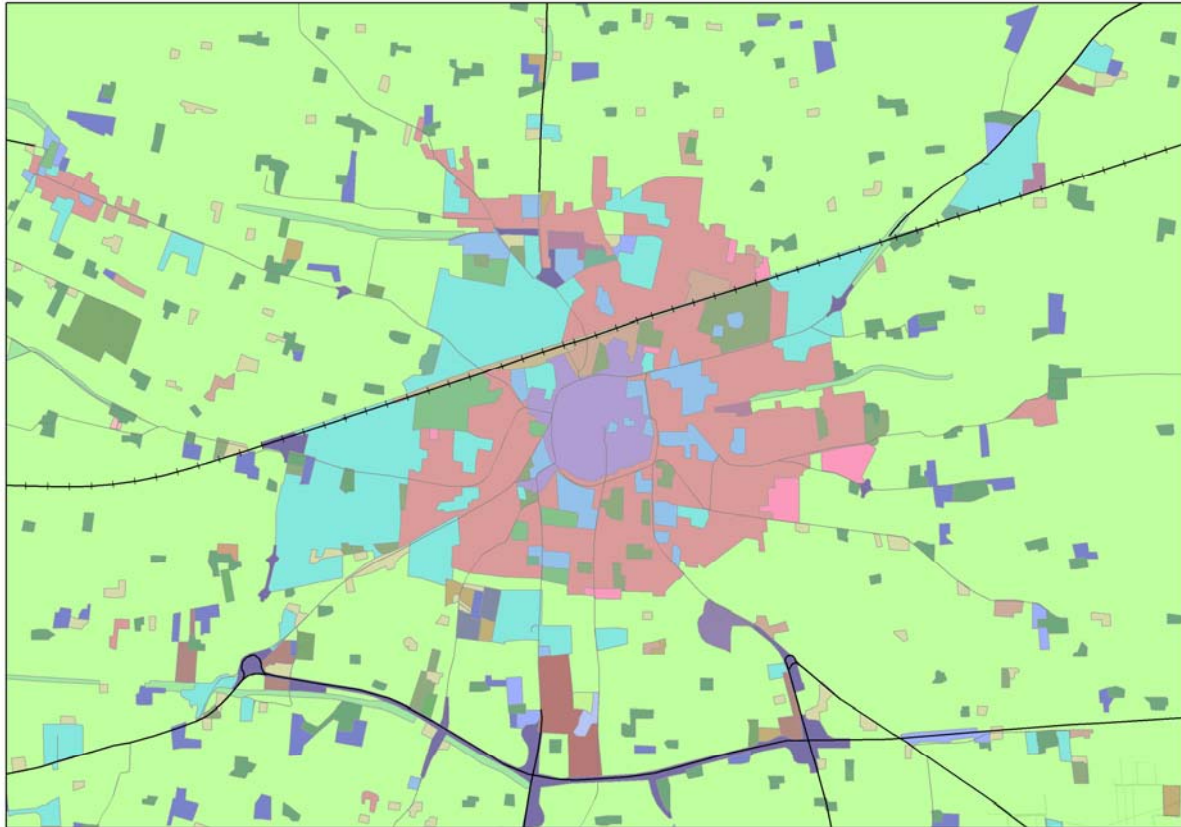


Tavola 17 - Uso del suolo di Chiari (Fonte: DUSAF 2007 Regione Lombardia)

### 6.6.3 Cenni storici

Chiari è un nucleo di origine romana, le cui tracce sul territorio sono state documentate da numerosi ritrovamenti avvenuti in diverse occasioni nel secolo scorso. Questa zona della Pianura Padana fu occupata nei secoli V e IV a C. dal popolo gallo-celtico dei cenomani, a cui si susseguirono i Romani, i Goti, i Longobardi, e, infine nell'VIII secolo d.C., i Longobardi.

Le origini di Chiari possono essere, pertanto, fatte risalire al IX secolo quando si è formata una piccola fortificazione posta a difesa degli interessi bresciani sulla sponda dell'Oglio.

La sua prima chiesa può essere individuata in quella dei "Morti", vicino a S. Maria Maggiore, sorta come diaconia della pieve di Coccaglio. Solo nell'XI secolo si è sviluppato il nucleo urbano, vero e proprio "Castrum", con funzione difensiva volta ad arginare le scorrerie di Bergamaschi e Cremonesi. In tal senso si rileva storicamente che il termine "in castro Clare" compare per la prima volta in un documento scritto il 9 settembre 1148, la bolla "Aequitatis et justitiae ratio" di Papa Eugenio III. Nel 1237 Chiari fu assediata dalle truppe di Federico II, nel 1259 cadde sotto il dominio di Ezzelino da Romano e nel 1272, ridotta dai Guelfi in rovine, risorse per mano dei Ghibellini a cui rimase a lungo politicamente legata. Nella seconda metà del XIV secolo Chiari entra nella sfera d'influenza Viscontea e nel 1422 Filippo Maria Visconti le concedette importanti privilegi amministrativi ed una sostanziale autonomia politica. Contesa dai Visconti di Milano e dalla Serenissima, Chiari nel 1512 subisce anche il saccheggio degli svizzeri di Lautrecht, i Lanzichenecci. Dotata di Statuti Autonomi (1429) e di una divisione politico-amministrativa in quadre, fin dal XIV secolo Chiari si dedicò alle opere più importanti che hanno determinato la qualità e lo spessore della sua vita civile religiosa: nel 1495, su sollecitazione di Bernardino di Feltre, viene

costituito il Monte di Pietà, a cui ben presto si affiancarono altre opere di solidità e di sviluppo, quali il Monte Grano ed il Consorzio dei Poveri. L'economia, da sempre vocata all'attività agricola, è stata profondamente segnata, sulla fine del Seicento, dall'arrivo a Chiari di alcune famiglie di tessitori lecchesi e bergamaschi, che hanno dato avvio a quell'industria della seta che produrrà notevole benessere fino all'inizio di questo secolo. Il 1 settembre 1701 Chiari è teatro di un'aspra battaglia che fu determinante nella guerra di successione al Regno di Spagna. Nel 1713 si apre a Chiari l'ospedale Mellini e nel 1762, con i suoi tredici filatoi di seta, la cittadina divenne uno dei più importanti poli dell'industria serica bresciana. Il settecento è stato un periodo vivace anche sotto il profilo culturale, ravvivato dalla presenza di figure religiose lungimiranti che hanno rifondato il sistema scolastico pubblico, quello della cultura, dell'arte e del sistema dei luoghi del culto. Con l'era giacobina e la fine della Serenissima, la vita civile a Chiari è tornata instabile e segnata da profondi contrasti. Dopo essere stata il centro di uno dei quattro distretti del Mella e dopo essere stata annoverata da Napoleone come una delle quaranta città della Repubblica Italiana, nel 1815 Chiari è rientrata definitivamente sotto l'amministrazione austro-ungarica. Nel 1836 parte della Rocca malatestiana viene trasformata in teatro e cinque anni dopo l'amministrazione di Ferdinando I riconosce il locale ginnasio, mentre nel 1854 l'avvocato Pietro Repossì dota la scuola di disegno per giovani operai, da lui fondata quattro anni prima, di una pinacoteca che raccoglie numerose opere di valore. Il 5 ottobre 1862 Vittorio Emanuele II restituisce a Chiari il titolo di città, mentre, sulla fine del secolo scorso, si inasprisce lo scontro sociale e si moltiplicano le lotte operaie e contadine, i cattolici clarensi si rendono protagonisti di importanti opere di solidarietà sociale: dalla società operaia all'opera delle cucine economiche, dalle leghe di difesa degli interessi operai alle cooperative di produzione e consumo. Tra le più importanti testimonianze della cultura e della storia clarensi, si annoverano il Duomo dedicato ai Santi patroni Faustino e Giovita, costruito tra il 1432 ed il 1500, che ha subito profondi rimaneggiamenti nel secolo XIX; la Torre Campanaria e l'ex Ospedale Mellini, realizzati su progetto dell'architetto Antonio Marchetti; il quattrocentesco convento di san Bernardino; la Biblioteca Morcelli e la Pinacoteca Repossì, testimonianze ottocentesche della ricca tradizione culturale.

### 6.6.3.1 Le quadre di Chiari

L'organizzazione territoriale basata sulle quadre è un fenomeno ricorrente nel periodo medioevale, così come i "sestieri" a Venezia, "le parrocchie, porte e pusterle" a Milano, i "terzieri" altrove. La Quadra è la quarta parte del "castrum", della fortezza di origine romana, ottenuta dall'intersecarsi delle due strade dell'agglomerato urbano, e costituisce un'unità associativa, talvolta caratterizzata da personalità giuridica autonoma. Le Quadre in Chiari formano un'entità economica, con un patrimonio proprio, con uno sforzo costante nell'impedire, sul proprio terreno, le infiltrazioni forestiere; persino con un'amministrazione chiusa dell'assistenza e del culto. Le Quadre sono anche una realtà politica, in quanto concorrono direttamente alla formazione del principale organo amministrativo clarensi: il Consiglio dei XL, composto da 40 membri, 10 per ogni Quadra, identificando con le Quadre stesse e riportandone al suo interno gli interessi particolari ed i conflitti. Questo sistema economico-politico, sorto a Chiari ai primi del 1400, entra in crisi nel 1600 con l'arrivo delle prime filande, un travaso di tecnologia industriale in un ambiente rigorosamente e tradizionalmente agricolo. Sulla fine del '700 le Quadre si sfilacciano e spartiscono i propri beni; il consiglio dei XL si riunisce per l'ultima volta il 26 maggio 1800. Cortesano, Malarengo, Vilatico e Zevetho sono, nella forma originale, i nomi delle quattro Quadre di Chiari. Negli atti di due vicinìe (assemblee) dell'ottobre del 1289 non si trovano

tracce delle Quadre. Del periodo successivo non abbiamo documentazione, ma si può supporre che nel XIV secolo Chiari sia già strutturata in quattro Quadre. Inizialmente la Quadra è solo una porzione del territorio cittadino e rurale, che si è andato urbanizzando attorno alle quattro porte di Chiari. Le Quadre diventano poi "elemento di aggregazione sociale ed espressione di interessi comuni" (G. Vavassori). Dal XV secolo in poi le Quadre si trasformano in un organismo di difesa degli interessi eminentemente economici dei clarensi originari che, forse allarmati da un crescente fenomeno immigratorio, danno alle Quadre ferree regole economiche e politiche nel tentativo di impedire passaggi di proprietà ai forestieri. Nasce così il patrimonio di Quadra e il comune di Chiari verrà gestito fino al XVIII secolo solo dai rappresentanti delle Quadre. Le stesse chiese suburbane e rurali vengono coinvolte da questa logica di chiusura verso l'esterno. A questo proposito basta ricordare che il 6 marzo 1679 gli originari scrivono una lettera al vicario generale della diocesi di Brescia per impedire ai forestieri di occupare il loro posto in chiesa. Presso le chiese suburbane dei SS. Filippo e Giacomo per Cortezzano, della SS. Trinità per Marengo, di s. Rocco per Villatico e di s. Gervasio per Zeveto si svolgono le vicinie (assemblee) degli affiliati alla Quadra, nelle quali vengono discussi e approvati i bilanci annuali, avvengono le elezioni degli amministratori (due o tre sindaci, il cancelliere, l'esattore) e vengono messi all'asta i terreni di proprietà della quadra.



Figura 50 - Immagini delle quadre di Chiari

#### 6.6.4 Il sistema della mobilità

A livello sovracomunale sono previsti importanti progetti infrastrutturali sia su gomma che su ferro, che attraverseranno la parte sud del territorio Clarens. Sul trasposto su gomma sarà la nuova BreBeMi, l'autostrada che si propone di attuare un collegamento diretto tra le città di Milano e Brescia, in alternativa all'attuale collegamento assicurato dall'autostrada Serenissima, la A4, una soluzione alternativa che si è mostrata di anno in anno sempre più impellente. Questo perché il tratto in questione della suddetta autostrada presenta volumi di traffico particolarmente consistenti, essendo percorso mediamente da 100.000 veicoli al giorno, con punte di 140.000. Ad aggravare la situazione è il transito di molti mezzi pesanti (punte di 40.000 al giorno).

#### 6.6.5 Descrizione del tracciato BreBeMi

Considerando lo sviluppo dell'opera da est a ovest, l'imbocco della BreBeMi si situerà nei pressi della Tangenziale sud di Brescia. Tuttavia, il primo tratto della nuova strada non avrà connotati autostradali, configurandosi piuttosto come una strada a circolazione libera e a

carreggiata unica. L'opera assumerà tali caratteristiche in corrispondenza dei primi 8 km, vale a dire dallo sbocco sulla tangenziale bresciana fino all'interconnessione con il raccordo autostradale Ospitaletto (sulla A4) – Poncarale (sulla A21) – Montichiari Aeroporto, di prossima realizzazione. In ogni caso, gli 8 km in questione saranno costruiti in modo da essere predisposti a una futura conversione in opera autostradale, nell'eventualità di un aumento dei volumi di traffico. Il tratto compreso tra la tangenziale di Brescia e il nuovo raccordo Ospitaletto – Montichiari vedrà la realizzazione dei due svincoli di interconnessione con tali viabilità e di altri due uscite per permettere l'accesso alla viabilità locale. Superato il futuro raccordo autostradale, sono previsti altri 6 km di strada senza pedaggio, stavolta con qualità autostradali, fino al raggiungimento della barriera di esazione situata nei pressi di Castrezzato, nella quale si può individuare la porta d'accesso all'autostrada propriamente detta. La BreBeMi, nel suo tratto a pedaggio, avrà sei svincoli di uscita, uno sviluppo di 42 km, tre viadotti (funzionali al guado dei fiumi Oglio, Serio e Adda) e una galleria (funzionale al superamento del Canale della Muzza). L'autostrada confluirà poi nella TEM – Tangenziale est esterna di Milano, anch'essa in fase di realizzazione, nel territorio compreso tra Melzo e Pozzuolo Martesana.

#### **6.6.6 Il sistema insediativo**

Il sistema insediativo del comune di Chiari si compone di una struttura urbana che si appoggia sulle direttrici storiche locali e caratterizzata da una forma urbana forte e compatta (circolare) con un solo nucleo frazionario a nord ovest di limitate dimensioni. Per una lettura integrata dei caratteri morfologici e strutturanti il territorio e il nucleo storico di Chiari si rimanda agli elaborati del Piano Particolareggiato del Centro Storico approvato con Delibera C.C. n. 12 del 07/03/2008. La valutazione dell'insediamento in relazione ai caratteri paesistici e al territorio agricolo è riportata nel Piano Paesistico approvato con Delibera C.C. 29 del 12/06/2007 recentemente adottato alla quale si fa riferimento per tutti gli aspetti di analisi e di valutazione ambientale - paesistica. Dal 2005 si è dato corso ad una serie di interventi di "ristrutturazione" del sistema insediativo e di adeguamento del livello dei servizi mediante atto puntuale di programmazione negoziata (PII e SUAP) in variante al PRG vigente. La forma urbana e quindi le dinamiche insediative sono condizionate dal tracciato della rete ferroviaria Milano – Venezia che, mentre da un lato ha contribuito allo sviluppo territoriale da fine '800 alla metà del '900 (grazie alla stazione), negli ultimi decenni ha accentuato la cesura (anche a causa di pochi passaggi) nel tessuto urbano, solo in parte bilanciata dalla presenza di servizi equilibrata.

#### **6.6.7 La struttura economica**

##### **6.6.7.1 Criticità**

La struttura economica locale denota un carattere sostanzialmente tradizionale ed evidenzia l'assenza di un settore nettamente preponderante. Il settore agricolo, caratterizzato da colture irrigue intensive, zootecnia e produzioni lattiero casearie, presenta tuttora una notevole consistenza con oltre 450 aziende, numero rimasto sostanzialmente immutato nell'ultimo decennio, ed oltre l'87 per cento del territorio comunale utilizzato ad uso agricolo. La dimensione media delle aziende, nonostante l'incremento dimensionale di alcune aziende negli ultimi anni, risulta però estremamente contenuta, solo 7 ha contro una media provinciale e regionale di 18/19 ha. Il settore secondario nel suo complesso, oltre alla presenza di una realtà significativa a livello internazionale nel settore della metallurgia



dell'ottone, e di un'unità locale tessile di medie dimensioni, è caratterizzato da un consistente numero di unità locali di dimensioni contenute. Il settore terziario affianca alla consistente presenza dell'Amministrazione pubblica e dei servizi di cui si è già detto, un comparto commerciale che vede la struttura commerciale tradizionale, fissa e ambulante, concentrata per lo più nel centro storico reggere il confronto con la grande distribuzione. L'attività bancaria è presente con un numero di sportelli per abitante (1,100 ab./sp.) largamente superiore alle medie regionali e provinciali. Il settore immobiliare ha visto affiancarsi all'attività di recupero per lo più concentrata nel vasto centro storico il rapido esaurirsi delle disponibilità offerte dal P.R.G. in vigore dal marzo 2000. D'altra parte l'edilizia, attività svolta soprattutto in ambito extraprovinciale, pare essere tuttora il settore d'impiego di una fetta significativa della popolazione residente, con una larga presenza di addetti di provenienza extracomunitaria. Una rapida scorsa agli indicatori riguardanti unità locali e addetti evidenzia percentuali significative, spesso superiori alle medie regionali e provinciali. L'impressione che ne deriva è che il modello socio-economico clarense, caratterizzato dalla ricchezza di funzioni del contesto e dal mix equilibrato di attività produttive abbia nel passato dimostrato una notevole tenuta e abbia consentito alla Città di mantenere il suo ruolo di polo dell'ovest bresciano. Nel passato recente si assiste, come in molte altre zone, ad una difficoltà di collocazione del patrimonio residenziale (dovuto soprattutto a fattori congiunturali).

#### **6.6.7.2 Potenzialità**

Le più interessanti potenzialità del territorio comunale per lo sviluppo di nuove iniziative produttive sono da ricercarsi:

- nell'elevato livello di servizi, di livello urbano ma usufruibili senza gli inconvenienti legati alle grandi realtà urbane;
- nello sviluppo sostanzialmente ordinato del centro urbano e delle zone produttive;
- nella stabilità del modello socio – economico locale e nella consolidata presenza dell'attività industriale artigianale;
- nella disponibilità di manodopera con vario grado di specializzazione;
- nella progressiva soluzione dei problemi di mobilità (connessa all'avanzato stato di realizzazione delle reti tangenziali, alla fluidificazione del traffico legata all'attuazione del piano traffico e alla prossima realizzazione del collegamento autostradale);
- nella possibilità di acquisizione di finanziamenti in relazione all'appartenenza al distretto industriale n° 3 e, in particolare, al meta distretto “nuovi materiali”;
- e da ultimo, ma non meno importante, nella buona qualità dell'attività burocratica e amministrativa del Comune, in continuo miglioramento.

## 6.7 Il comune di Castrezzato

Castrezzato è un paese di 6916 abitanti (dato aggiornato a marzo 2010) e si trova nell'Ovest della Provincia di Brescia. Il paese si trova quasi al confine con la provincia di Bergamo e ciò consente di raggiungere entrambe le città capoluogo in breve tempo. Anche secondo le direttive Nord-Sud il paese ha una posizione mediana tra la Bassa bresciana e la Franciacorta, che si snoda con i suoi filari da Rovato, confinante con Castrezzato, fino al lago d'Iseo. Il Lago d'Iseo è raggiungibile da Castrezzato in breve tempo ed è noto per le diverse attrattive che offre, essendo già meta da anni del turismo proveniente soprattutto dal Nord Europa. La Franciacorta merita una visita non solo per la bellezza paesistica ma anche e soprattutto per l'offerta enogastronomica (la varietà delle bottiglie che si possono collezionare è davvero vasta). Castrezzato è un paese in continua trasformazione e ora più che mai sarà oggetto di grandi cambiamenti. Sono iniziati i lavori della nuova arteria a lungo raggio che collegherà Brescia con Milano, passando per la provincia di Bergamo, e ciò consentirà di raggiungere le grandi città in un tempo ancora più rapido di quello attuale. Il paesaggio intorno alla nuova arteria, e più in generale tutte le zone limitrofe del paese, subirà un rinnovamento volto a migliorare l'offerta turistico-ricettiva del paese, con il recupero di aree industriali e la ristrutturazione di antiche cascine. Queste due tipologie di insediamento sono entrambe presenti in Castrezzato: nella fascia verde che circonda il centro abitato vi sono ancora antiche strutture che punteggiano la campagna del paese, con grandi potenzialità di recupero e restauro a scopo non solo abitativo; è inoltre presente in paese un prezioso esempio di archeologia industriale -trattasi della vestigia di una manifattura di tabacco del primo Novecento- che per la sua vicinanza alla futura nuova arteria di scorrimento BreBeMi potrà essere oggetto di un recupero filologico e tornare a nuova vita con nuove funzioni. Da qualche anno è presente sul nostro territorio l'Autodromo Daniel Bonara, i cui lavori sono iniziati qualche anno fa: la sua attività è iniziata subito a pieno regime ed è stato immediatamente un successo di pubblico. Recentemente (il 2/3 Ottobre 2009) si è svolto all'interno dell'Autodromo il Mondiale di Motocross (Motocross of Nations), dopo 23 anni tornato in Italia. Castrezzato ha gestito molto bene l'enorme affluenza di pubblico e ha organizzato in parallelo al Mondiale le Notti Bianche con musica, cene all'aperto e artisti di strada. L'Autodromo ospita anche eventi musicali e un ristorante, ed è tuttora in evoluzione. Sono probabili lavori di allargamento della pista e miglioramento dell'offerta sportiva. Un'altra struttura che da qualche anno si è confermata come punto di riferimento dell'attività sportiva in paese è il Golf di Franciacorta, che si trova attiguo a un maneggio e a uno splendido ristorante dotato di camere, con vista sulla campagna del paese. Il campo da golf si trova in una zona davvero tranquilla a due passi dal centro del paese. Castrezzato, oltre a trasformarsi per le nuove attività che interessano il suo territorio, sta iniziando un progetto di valorizzazione del suo patrimonio storico: sono in via di recupero diversi reperti di epoca longobarda e si è procinto di restaurare e studiare accuratamente le bellissime chiese del paese, con indagini speleologiche delle cripte e pubblicazioni sul patrimonio artistico in esse contenuto.

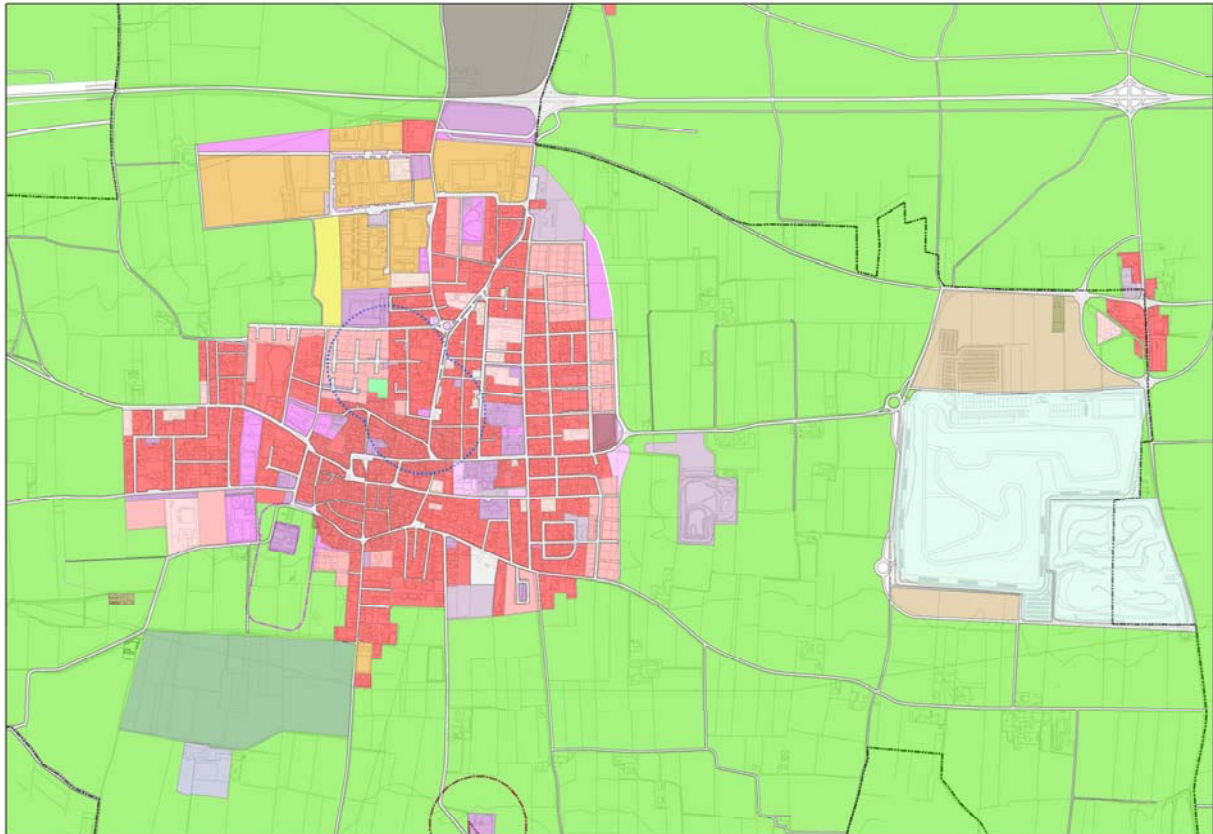
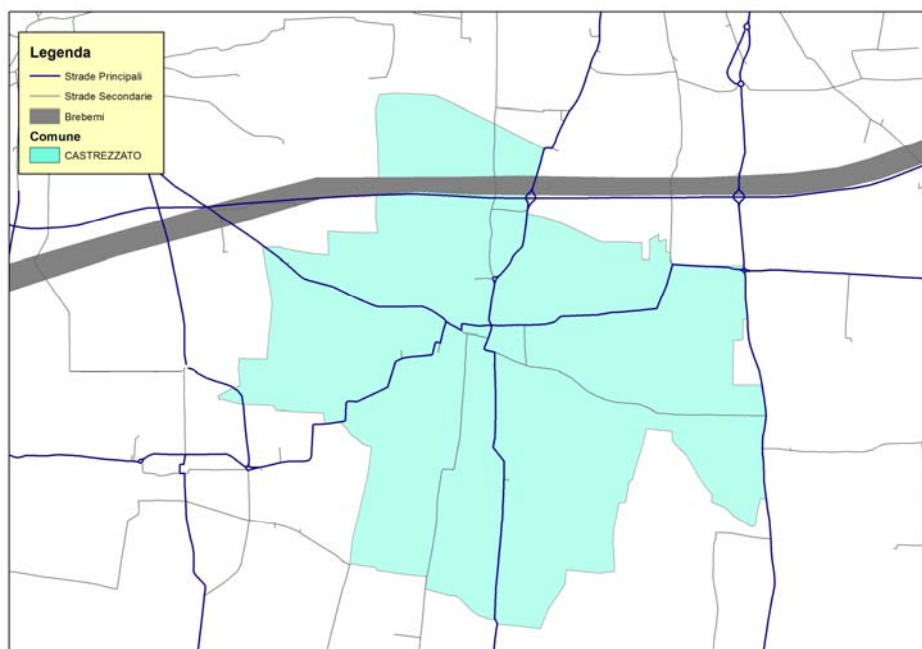


Tavola 18 - Uso del suolo di Castrezzato (fonte: rielaborazione dati shape Regione Lombardia scala 1: 20.000)

## 6.8 Viabilità e trasporti

Il Comune di Castrezzato si trova nella bassa pianura bresciana ai piedi della Franciacorta a nord e la pianura cerealicola a sud. È collegato al capoluogo provinciale dalla variante alla ex SS 11 e da numerose strade provinciali e comunali. A sud è attraversata dalla strada provinciale 62 Rovato-Pompiano, a sud- ovest dalla strada provinciale 18 Urago d'Oglio-Travagliato e a ovest dalla strada provinciale 60 Chiari-Castrezzato. Il comune sarà interessato anche dal tracciato della Bre.Be.Mi. che transiterà nella parte nord del territorio castrezzatese con la realizzazione della barriera di esazione nei pressi della frazione Bargnana.



**Tavola 19 - Infrastrutture di Castrezzato (scala 1:50.000)**

Castrezzato risulta collegata dal trasporto pubblico locale extraurbano mediante 3 linee di autobus verso i principali centri nelle vicinanze, con il comune capoluogo e le frazioni.

- Brescia-Castrezzato-Chiari
- Bargnano scolastica
- Brescia-Castrezzato-Rovato

Per quanto riguarda la rete ciclabile sovralocale, a Castrezzato si contano poco meno di 2 chilometri di pista, suddivisi secondo quanto riportato nella tabella seguente:

Via	Lunghezza pista ciclabile (metri)
Via Bargnana S.P. 18	1.150 m
Via Bonfadini	412 m
Via Roggia Trezzana	320 m
Totale	1.882 m

**Tabella 48 - Piste ciclabili a Castrezzato**

Nelle tavole di seguito elencate sono presenti la valutazione qualitativa degli edifici nel centro storico, la catalogazione dei parcheggi del centro storico e di alcune vie principali suddivise per il tipo di parcheggio (libero o a disco orario) e per il numero di posti auto presenti.

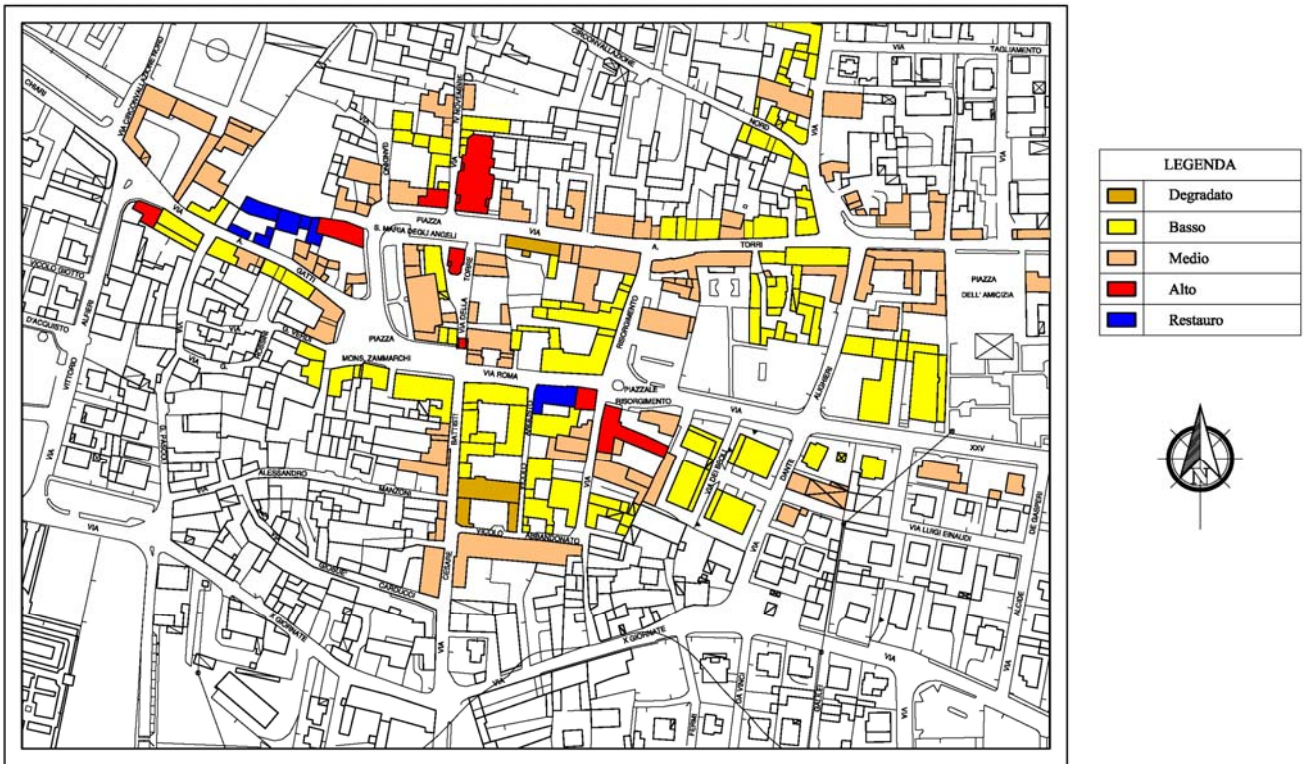


Tavola 20 - Valutazione qualitativa degli edifici del centro storico (scala 1:2.000)

QUADRO D'UNIONE

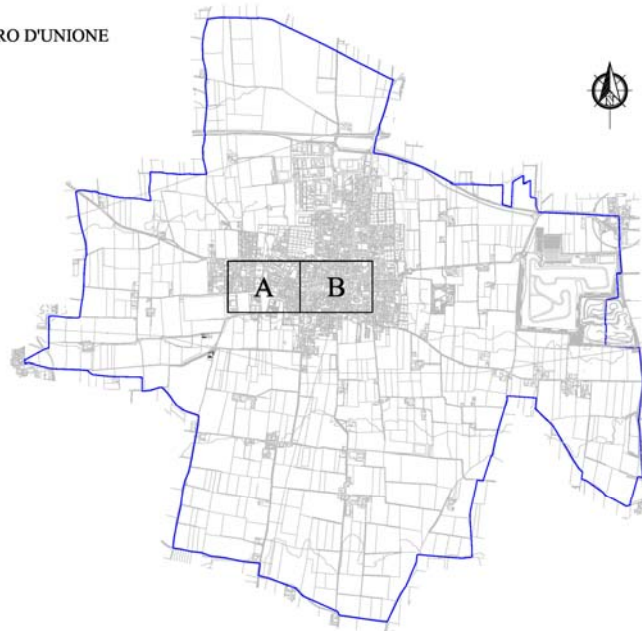


Tavola 21 - Quadro d'Unione (scala 1: 40.000)







Oltre ai tratti esistenti, è possibile individuare una rete ciclabile provinciale sovralocale di progetto proposta dal Piano Provinciale Ciclabili, suddivisa in:

- rete primaria, che collega Rovato con Erbusco, Castrezzato e Travagliato;
- rete secondaria, che unisce il territorio comunale con Cazzago S. Martino e Coccaglio.

## 6.9 Dati demografici

Il comune di Castrezzato è un comune di 6916 abitanti (dato aggiornato a marzo 2010) con una superficie di 13,69 km<sup>2</sup> e una densità demografica pari a 505,19 abitanti/km<sup>2</sup> e si trova ad un'altitudine di 127 m s.l.m.: confina a nord con i comuni di Rovato e Coccaglio, a est con i comuni di Trenzano, a sud con il comune di Comezzano-Cizzago e a ovest con i comuni di Castelcovati e Chiari. Le frazioni sono quattro: Bargnana, Barussa, Campagna e Monticelle. Numerosa la presenza di cascine agricole.

ANNO	ABITANTI
1984	4.622
1985	4.681
1986	4.726
1987	4.886
1988	4.919
1989	4.979
1990	5.019
1991	5.042
1992	5.046
1993	5.117
1994	5.177
1995	5.247
1996	5.371
1997	5.423
1998	5.534
1999	5.630
2000	5.687
2001	5.800
2002	5.874
2003	6.079
2004	6.252
2005	6.362
2006	6.463
2007	6.577
2008	6.724
2009	6.870
2010	6.916

Tabella 49 - Evoluzione demografica dal 1984 al 2010 (ultimo dato aggiornato)

Anno	Residenti Stranieri	Residenti Totale	% Stranieri	Minorenni	Famiglie con almeno uno straniero	Famiglie con capofamiglia straniero	Nati in Italia	% Maschi
2005	738	6.362	11,6%	226	-	-	-	60,2%
2006	882	6.463	13,6%	276	-	-	166	60,7%
2007	1.029	6.577	15,6%	326	345	319	201	60,1%
2008	1.174	6.724	17,5%	366	390	358	225	58,7%
2009	1.297	6.870	18,9%	412	403	322	262	57,4%

**Tabella 50 - Cittadini Stranieri a Castrezzato**

distribuzione residenti per fasce d'età										
0-9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-99	100
740	729	954	1108	1053	750	567	371	163	27	1

**Tabella 51 - Distribuzione residenti per fasce d'età**

Anno	Residenti	Variazione	Note
1861	2.329	-	Minimo
1871	2.352	1,0%	
1881	2.403	2,2%	
1901	2.877	19,7%	
1911	3.064	6,5%	
1921	3.138	2,4%	
1931	3.138	0,0%	
1936	3.314	5,6%	
1951	3.653	10,2%	
1961	3.587	-1,8%	
1971	3.929	9,5%	
1981	4.395	11,9%	
1991	5.042	14,7%	
2001	5.800	15,0%	
2007	6.577	13,4%	Massimo
2010	6.916	4,90%	

**Tabella 52 - Evoluzione demografica dal 1861 al 2010 (ultimo dato aggiornato)**

## 6.10 L'offerta commerciale

Il programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2008 –2010 della Regione Lombardia, inserisce il Comune di Castrezzato nell'ambito territoriale denominato "Ambito commerciale metropolitano". Tale ambito è normato dai seguenti indirizzi di riqualificazione e sviluppo della rete:

- riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;
- forte disincentivo all'apertura e all'eccessivo ampliamento di grandi strutture di vendita realizzate mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;
- promozione della localizzazione della media distribuzione in contesti ad alta densità abitativa purché integrati ad interventi di riqualificazione complessiva e di salvaguardia del commercio di vicinato;
- disincentivo al consumo di aree libere ed attenzione alla localizzazione di aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi, da realizzarsi esclusivamente in quelle aree in cui sia certificato il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;
- consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive, con particolare attenzione alla rete distributiva di prossimità;
- integrazione delle attività commerciali con i diversi sistemi produttivi locali;
- attenzione al rapporto con il movimento delle persone e delle merci e alle scelte di localizzazione degli spazi logistici.

<b>TIPOLOGIA</b>	<b>NUMERO</b>	<b>%</b>
Beni banali alimentari	12	6,70
Beni banali extra-alimentari	7	3,91
Beni problematici extra-alimentari	39	21,79
Artigianato di servizio alla persona	10	5,59
Artigianato di servizio ai beni di consumo	11	6,15
Direzionale commerciale	12	6,70
Intrattenimento e svago	7	3,91
Pubblici esercizi	27	15,08
Strutture ricettive e alberghiere	1	0,56
Distributori carburante	3	1,68
Servizi professionali	19	10,61
Onoranze professionali	2	1,12
Dismissioni e chiusure	14	7,82
Nuove aperture	5	2,79
Sedi di partito	3	1,68
Centri sportivi	2	1,12
Scuole	4	2,23
Biblioteche	1	0,56
<b>TOTALE</b>	<b>179</b>	<b>100%</b>

**Tabella 53 - Suddivisione degli esercizi per numero e tipologia**

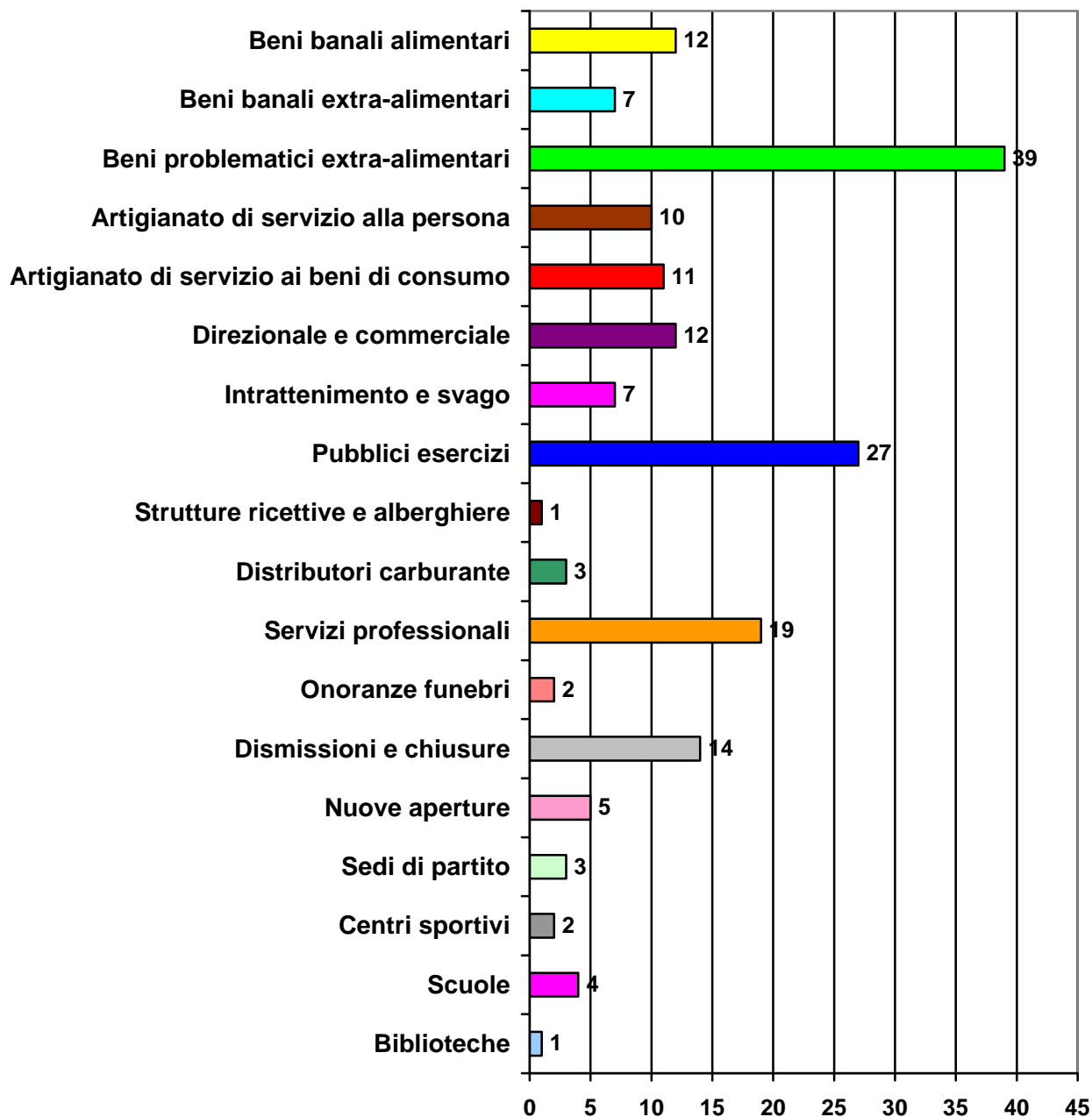


Grafico 11 - Numero degli esercizi suddivisi per tipologia



Tavola 24 - Censimento delle attività commerciali a Castrezzato (scala 1:2.000)

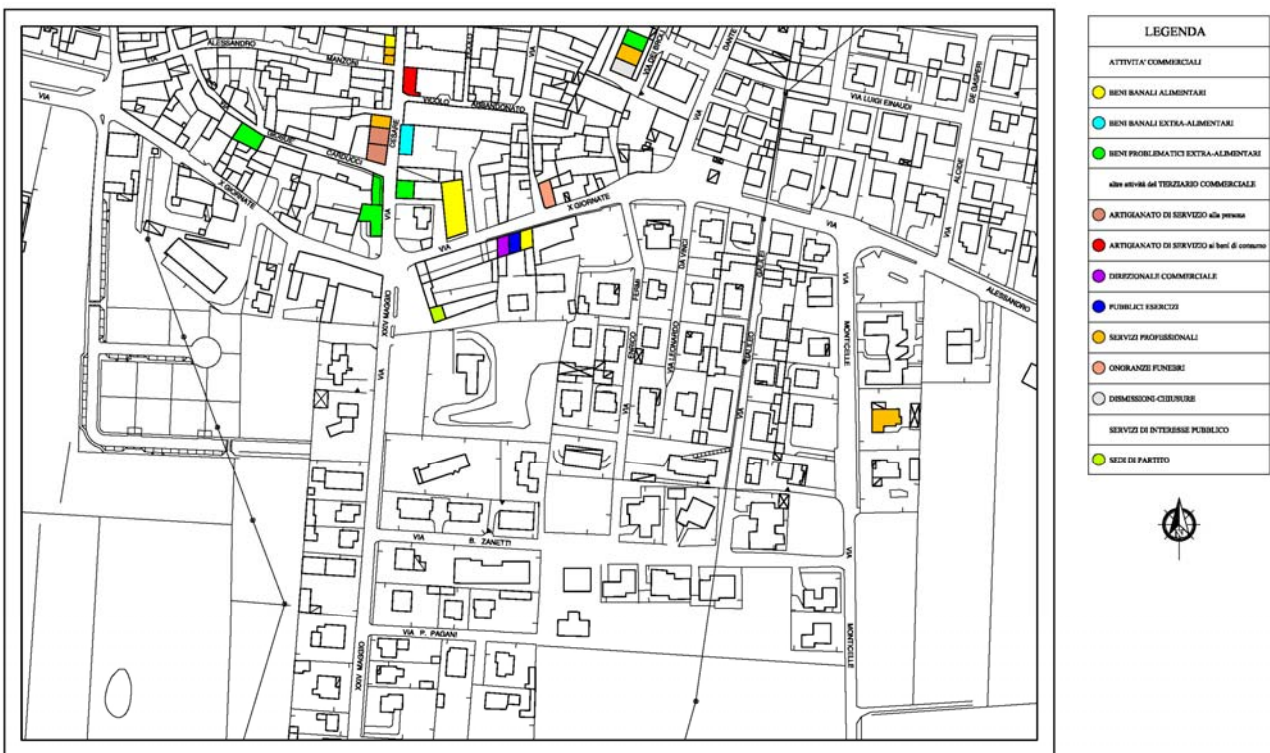


Tavola 25 - Censimento delle attività commerciali a Castrezzato (scala 1:2.000)

Secondo l'analisi dell'offerta commerciale locale effettuata nel capitolo precedente (paragrafi 5.2 e 5.3) relativa alle attività di commercio di vicinato presenti nelle aree centrali di Castrezzato è possibile verificare come ci sia un'evasione di spesa verso i comuni limitrofi a causa della concorrenza dei nuovi centri commerciali, peraltro occorre prestare attenzione affinché le attività commerciali del centro storico riescano a garantire condizioni di sopravvivenza alle attività commerciali di vicinato minute e diffuse. La suddivisione di



tutti gli esercizi commerciali è stata classificata per tipologia merceologica. Si è innanzitutto suddiviso in attività commerciali ovvero beni banali alimentari, beni banali extra - alimentari e beni problematici extra - alimentari e in altre attività del terziario commerciale ovvero artigianato di servizio alla persona e artigianato di servizio ai beni di consumo, direzionale commerciale, intrattenimento e svago, pubblici esercizi, distributori carburante, case di riposo, studi tecnici, avvocati e ragionieri, uffici di imprese, studi medici, sedi di partito, biblioteche, centro sportivo, scuole, agenzie di viaggio, dismissioni e chiusure e nuove aperture. L'offerta commerciale al 2010 è costituita da 58 punti vendita, 12 sono di alimentari e 46 di non alimentari con una specializzazione di quest'ultima che si avvicina all'80% dell'offerta.

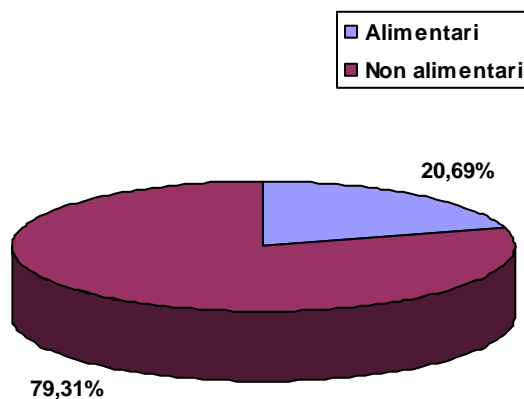


Grafico 12 - Percentuali degli esercizi alimentari e non alimentari a Castrezzato

### 6.11 Le strutture ricettive e turistiche

L'offerta del Comune di Castrezzato è costituita da una sola struttura ricettiva per un totale di 16 posti letto disponibili, rappresentata dalla Colombera Golf Resort che grazie anche al campo da golf e al maneggio completa l'offerta ricettiva. Tuttavia la presenza dell'autodromo Franciacorta "Daniel Bonara" ha rappresentato per il comune una grande opportunità e risorsa come elemento ricettivo e turistico, avendo ospitato una tappa del mondiale di motocross nel settembre 2009 e ogni mese rappresenta una tappa per gli appassionati di automobilismo, ciclomotori e kart. Castrezzato non è stato inserito dalla Regione Lombardia nell'elenco dei comuni a valenza turistica.

### 6.12 Gli elementi di attrattività

La capacità attrattiva del comune di Castrezzato rispetto al territorio di riferimento del sud-ovest bresciano e dei comuni della pianura occidentale è legata ad una serie di elementi di attrattività che si possono suddividere nelle seguenti polarità:

ARCHITETTONICA-ARTISTICA, caratterizzata dai principali monumenti storici, testimonianze delle culture dell'epoca romana, medievale, rinascimentale e moderna:

- Castello di Castrezzato: sorto intorno al XII secolo, al giorno d'oggi l'unico elemento di ricordo medievale rimane la torre di Castrezzato.
- Chiesa parrocchiale Santi Pietro e Paolo:
- Chiesa di S. Lorenzo

- Chiesa di S. Pietro martire

SPORTIVA, caratterizzata da elementi di attrazione ludico-sportiva come:

- L'autodromo Franciacorta "Daniel Bonara" sorto nel 2005. Il progetto per la realizzazione di un circuito automobilistico nasce dall'intuizione di un imprenditore bresciano, Ettore Bonara, titolare di società per lo sfruttamento di cave di ghiaia e di imprese edili, ex pilota dilettante e appassionato di auto, che una quindicina di anni orsono lancia l'ipotesi di utilizzare il bacino di una cava esaurita per ricavare una pista automobilistica.

- Il Golf Resort "La Colombera" dove un ristorante con un maneggio ha aggiunto un campo da golf alla sua struttura e rendendolo un ottimo luogo dove trascorrere il proprio tempo libero immersi nel verde, nella natura e a contatto con essa grazie al maneggio al suo interno.

COMMERCIALE:

- Il mercato storico settimanale è un appuntamento che si svolge dalla fine degli anni '80. Si trova in via XXV Aprile, costituisce uno dei momenti più importanti della vita sociale e economica di Castrezzato;

Si segnala, inoltre, la presenza dei seguenti servizi di pubblica utilità, sia di interesse comunale che di interesse sovra - comunale:

- Caserma dei Carabinieri
- Asilo nido
- Biblioteca comunale;
- 2 scuole materne, una scuola elementare e una scuola media;
- Parco comunale "Piazza dell'amicizia"
- Farmacia
- Ufficio postale
- 3 sportelli bancari
- Palestra comunale
- Piscina pubblica
- Campo da calcio

### 6.13 Quadro d'insieme del contesto

Il comune di Castrezzato, sulla base dei dati riportati, presenta una serie di aspetti dei quali una programmazione di riqualificazione e rivitalizzazione commerciale sul medio e lungo periodo deve necessariamente tener conto, identificabili come punti di forza o di debolezza, come minacce o opportunità. Sotto il profilo squisitamente anagrafico si evidenzia un trend di crescita positivo, con un costante aumento medio della popolazione negli ultimi 10 anni del 2,9 %. Contribuisce a tale dato la presenza di cittadini stranieri attestata al 18,9% della popolazione locale. Non si registrano problematiche relative ai processi d'integrazione. Il comune di Castrezzato si caratterizza per la sua storica e attuale centralità, evidenziata dalla funzione attrattiva che svolge nei confronti del territorio di riferimento, sia sotto il profilo dei servizi e delle infrastrutture di importanza locale che dalla buona tradizione commerciale insita nell'identità territoriale locale. Dal punto di vista

infrastrutturale appare particolarmente rilevante appare il riassetto della rete infrastrutturale di previsione che inserirà di diritto Castrezzato nel quadro delle infrastrutture a livello regionale: l'Alta Velocità/Alta capacità Milano – Treviglio - Brescia – Verona e la realizzazione del collegamento autostradale Brescia – Milano (Bre.Be.Mi.) sono le due infrastrutture che interverranno nel territorio castrezzatese. Tra i servizi pubblici a valenza territoriale e sovra - comunale Castrezzato ospiterà, appunto, la sede della Bre.Be.Mi con i relativi uffici, mentre per quanto riguarda l'esistente, l'autodromo Franciacorta e il Golf Resort "La Colombera" appaiono come servizi di rilevanza sovracomunale molto importanti. Approfondendo i dati relativi alla mortalità dei negozi di vicinato e di media superficie distinti nelle categorie "alimentari" e "non alimentari" si può, tuttavia, notare una significativa differenza: mentre le attività di vicinato sono aumentate sensibilmente per quanto riguarda la tipologia non alimentare, quelle di tipologia alimentare hanno subito un aumento di mortalità della categoria più esposta all'insediamento di poli commerciali di media distribuzione e dall'evasione della spesa verso i poli commerciali dei paesi limitrofi.

<b>Analisi SWOT del quadro d'insieme</b>	
<u>Punti di forza:</u> - Trend demografico positivo - Presenza di servizi sovralocali (Autodromo Franciacorta "Daniel Bonara" e Colombera Golf Resort) - Area commerciale facilmente raggiungibile	<u>Punti di debolezza:</u> - Evasione della spesa verso i paesi limitrofi - Assenza di politiche rivolte all'autodromo (ambientali, organizzative, mitigazione, commerciali) - Assenza di politiche commerciali nel medio e lungo periodo
<u>Opportunità:</u> - BreBeMi - Realizzazione di centri commerciali di media struttura di vendita - Dare un'impronta caratteristica al paese tramite i suoi servizi sovralocali e i cambiamenti urbanistici in corso	<u>Minacce:</u> - Presenza nel breve raggio di poli commerciali di grandi dimensioni - Possibile riduzione degli esercizi di vicinato con l'avvento di nuove strutture di vendita - Dislocazione dei servizi sul territorio comunale

Tabella 54 - Analisi SWOT di Castrezzato

## **7. Il progetto del Distretto: motivazioni, obiettivi e interventi**

### **7.1 Perché un distretto diffuso di rilevanza intercomunale tra Rovato, Chiari e Castrezzato?**

L'avvio di un percorso di concertazione tra Castrezzato e i comuni di Chiari e Rovato è stato generato dalla volontà di fornire un'identità, un posizionamento e una programmazione al sistema commerciale locale. La centralità che ricoprono i comuni di Rovato e di Chiari a livello sovralocale e quella che vede il comune di Castrezzato assumere un grado di importanza sovralocale attraverso lo sviluppo dell'autodromo Franciacorta e del Golf Resort sono un patrimonio e un valore di servizio che vuole essere messo a disposizione per un più ampio processo di programmazione in grado di coinvolgere altre aree d'intervento, in primis l'accessibilità e la mobilità, la sicurezza, la riqualificazione urbana e la promozione, finalizzato a consolidare ed accrescere la competitività degli operatori commerciali locali.

Il comune di Castrezzato tuttavia presenta una realtà commerciale non soddisfacente sotto il punto di vista della competitività rispetto ai comuni di Rovato e Chiari. Rappresenta tuttavia un'area con ampi margini di miglioramento e su cui è opportuno e doveroso investire, per sfruttare a pieno il potenziale derivante dall'avvento dell'autostrada BreBeMi e con lo sviluppo dell'autodromo Franciacorta e del Golf Resort. Per perseguire tale scopo, occorre però assumere una visione condivisa da parte di tutti coloro che ne fanno parte, in quanto operatori o decisori pubblici. Attraverso il distretto la comunità castrezzatese, insieme a quella rovatense e clarense vuole allora tentare di rendere più decisa la sua rotta, perseguendo un obiettivo di medio - lungo termine: per quanto riguarda il comune di Castrezzato intende migliorare la competitività del comparto commerciale, divenendo contemporaneamente un contesto di qualità per lo svolgimento dei momenti di vita della città, funzionali ed edonistici, e delle relazioni sociali che vi si innestano. Un contesto che riesca cioè a soddisfare in modo eccellente sia le esigenze di tipo funzionale, legate allo svolgimento della vita quotidiana e alle routine relative agli acquisti e ai servizi, pubblici e privati, sia le sempre più importanti componenti relazionali ed esperienziali del vivere quotidiano. Tempo libero, svago, momenti di festa e cultura rappresenteranno sempre più non il superfluo, ma un completamento dell'essere quotidiano di ciascun individuo. Castrezzato dovrà innanzitutto prendere in considerazione i grandi mutamenti e i grandi cambiamenti che subirà nel corso di questi anni. Particolarmente rilevante il riassetto della rete infrastrutturale di previsione, che posizionerà Castrezzato come un polo di importanza provinciale e regionale notevole: l'Alta Velocità/Alta Capacità Ferroviaria Milano-Treviglio-Brescia-Verona, la barriera di esazione della BreBeMi e appunto la realizzazione del collegamento autostradale Brescia-Milano (Bre.Be.Mi.), con la realizzazione di annessi uffici per la sede della stessa, saranno elementi di assoluta importanza nel contesto castrezzatese.

### **7.2 Partenariato e processo partecipativo**

In considerazione dell'elevato valore che la «gestione» del territorio ricopre nel determinare il futuro del sistema economico dei 3 comuni, si ha intrapreso un percorso di riflessione mirato a garantire spazi di flessibilità necessari allo sviluppo del commercio e delle attività economiche in genere (produzione e servizi), adottando una progettualità per il paese nell'ambito della quale le leve di sviluppo economico siano rese coerenti con alcune principali variabili, quali:

- la mobilità dei cittadini (e dei consumatori);
- la gestione degli spazi urbani;
- la gestione degli spazi destinati ad attività economiche;
- la sicurezza del territorio
- la tutela dell'ambiente
- le attività di promozione territoriale

### **7.2.1 Ruoli e responsabilità dei partner**

- Comune di Rovato: capofila e coordinatore del Progetto, attuatore di interventi a finalità pubblica e delle attività secondo la delibera della giunta regionale
- Comune di Chiari: partner sottoscrittore dell'Accordo di Distretto, condividendo le linee strategiche complessive del progetto si impegna a sostenere e diffondere i contenuti del programma e sostenere la creazione di una sinergia tra i partner e i contenuti dei progetti
- Comune di Castrezzato: partner e coordinatore del Progetto per quanto riguarda le linee strategiche eccezionalmente all'interno del proprio territorio comunale.
- Le associazioni di categoria del commercio: dovranno raccogliere le istanze del territorio, le proposte degli attori pubblici e privati che interverranno nel progetto attraverso le indicazioni del bando regionale. Inoltre dovranno condividere ed arricchire le analisi e le conoscenze disponibili sul sistema commerciale locale, mobilitare e coinvolgere l'interesse e la partecipazione degli operatori commerciali del Distretto, collaborare al reperimento delle risorse necessarie a sostenere l'attuazione delle misure d'intervento, favorire la condivisione di esperienza, attivare circuiti di confronto e proporsi come soggetti attuatori, dove opportuno, per la promozione di iniziative rivolte a beneficiari indiretti dei contributi regionali.

### **7.3 Perimetrazione del distretto**

L'area del distretto comprende i territori comunali di Castrezzato, Chiari e Rovato. La superficie totale del distretto è di 87,73 kmq. con una popolazione complessiva di 42.992 abitanti.

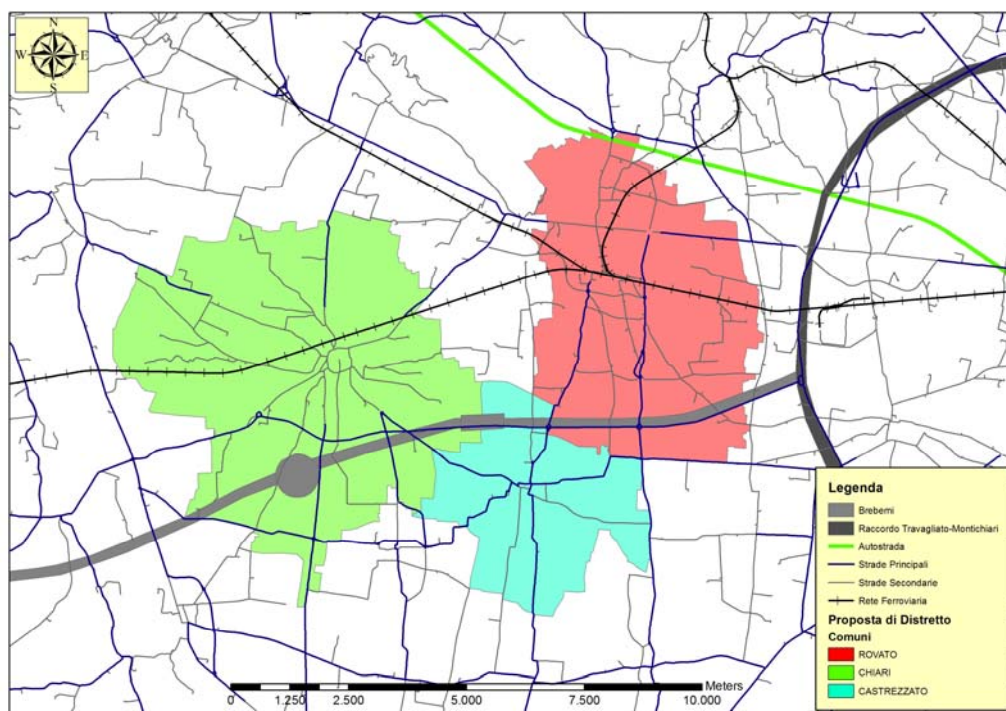


Tavola 26 - Perimetrazione dei 3 comuni del Distretto (scala 1:150.000)

## 7.4 Metodologia seguita

Prima di entrare nel merito dei contenuti del programma di intervento è necessaria una precisazione metodologica, che chiarisca il percorso seguito per l'elaborazione dello stesso. Per evitare errate interpretazioni si è inteso chiarire cosa si dovesse intendere per programma di intervento. Si fa pertanto riferimento ad una nozione di Programma che si distingue da quella della realizzazione di un'opera o da un insieme di azioni finalizzate al raggiungimento di un obiettivo non connesso ad altre strategie o non orientato al futuro. Si è deciso di intendere il programma come l'introduzione di un miglioramento della realtà dei soggetti beneficiari in un tempo determinato ed in una prospettiva di medio - lungo periodo.

Vengono pertanto definiti obiettivi di medio periodo (3-5 anni) tramite l'implementazione di:

- strategie/politiche distrettuali comuni per lo sviluppo del commercio-animazione sociale;
- promozione di azioni di marketing mirate a promuovere un'immagine coordinata del Distretto

Vengono inoltre definiti gli obiettivi specifici come:

- la valorizzazione degli spazi dei centri storici dei comuni partner ai fini della promozione commerciale e turistica, per favorire flussi di potenziali acquirenti verso il commercio sito in questi luoghi;
- il miglioramento dell'accessibilità del centro storico attraverso l'apprestamento di adeguati spazi di parcheggio;
- il miglioramento dell'immagine delle vie e delle piazze sia attraverso interventi pubblici per l'arredo urbano sia attraverso interventi privati volti a migliorare l'immagine degli esercizi commerciali ed il loro livello di servizio;



- implementare il programma di manifestazioni qualificate unico per il distretto per offrire occasioni di accesso al pubblico e di conseguenza occasioni di lavoro per le attività economiche

<b>Effetto leva dei benefici/risultati attesi dall'integrazione progettuale</b>	
Sui partner pubblici	<ul style="list-style-type: none"> <li>- riconoscimento politico</li> <li>- rafforzamento della rete pubblico/privata e rete istituzionale</li> <li>- valorizzazione ambientale e sostenibilità degli interventi</li> <li>- rafforzamento attività commerciale e turistica dell'area</li> </ul>
Su beneficiari/impres	<ul style="list-style-type: none"> <li>- riqualifica punti vendita</li> <li>- maggiore afflusso clienti</li> <li>- aumento delle vendite</li> <li>- maggiore patrimonializzazione</li> <li>- rafforzamento della rete commerciale</li> <li>- introduzione in circuiti turistici</li> <li>- mantenimento/incremento occupazione (anche femminile)</li> </ul>
Su partner di rete e aderenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rafforzamento rete Comuni/commercio</li> <li>- associazioni di categoria</li> <li>- organizzazione di manifestazione e promozione territoriale</li> <li>- vantaggio di immagine e buon operato</li> <li>- aumento iscrizione commercianti alle associazioni</li> <li>- visibilità</li> </ul>
Sui cittadini	<ul style="list-style-type: none"> <li>- miglioramenti estetico-funzionali dell'ambiente residenziale</li> <li>- fruizione di maggiori prodotti/servizi</li> <li>- miglioramento in efficacia ed efficienza nei servizi</li> <li>- ampliamento proposte tempo libero</li> <li>- animazione sociale</li> </ul>
Su visitatori/turisti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nuovi circuiti commerciali ed itinerari</li> <li>- nuovi percorsi artistico-culturali e paesistici</li> <li>- apprezzamento per qualità offerta commerciale</li> <li>- fruizione di prodotti tipici</li> <li>- ampliamento offerta culturale</li> </ul>
Sul territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- valorizzazione paesistica ed artistica</li> <li>- integrazione ambientale degli interventi</li> <li>- preservazione di spazi verdi/parchi</li> <li>- preservazione aree naturalistiche</li> </ul>

**Tabella 55 - Effetto leva dei benefici/risultati attesi dall'integrazione progettuale**

## 7.5 Programma degli interventi

Gli interventi previsti sono stati inseriti in una tabella definendo il tipo di obiettivo strategico e il suo intervento all'interno di una macro-area di intervento.

Macro-aree di intervento	Obiettivo strategico	Intervento
1. Comunicazione e marketing di distretto	Obiettivo 3 – Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto	1.1 Acquisto e installazione tabelloni informa città 1.2 Sviluppo di un Logo di Distretto 1.3 Realizzazione e gestione di un sito web (portale di Distretto)
	Obiettivo 6 – Progettare e realizzare un sistema informativo di marketing	1.4 Realizzazione di un sistema informativo di marketing
2. Promozione e animazione	Obiettivo 2 – Vivacizzare il Distretto	2.1 Luminarie natalizie 2.2 Acquisto palco modulare 2.3 Potenziamento calendario eventi
3. Interventi urbani di qualificazione urbana	Obiettivo 1 – Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità	3.1 Realizzazione di de hors e predisposizione delle relative attrezzature e arredamento 3.2 Qualificazione estetica degli immobili ad uso commerciale 3.3 Riqualficazione piazze e strade del centro storico 3.4 Ristrutturazione e riqualficazione della viabilità interna 3.5 Riqualficazione della “Piazza dell’Amicizia”
4. Accessibilità e mobilità	Obiettivo 5 – Migliorare l’accessibilità e la mobilità del Distretto	4.1 Realizzazione piste ciclabili e politiche di bike-sharing
5. Sicurezza	Obiettivo 4 – Incrementare il livello di sicurezza	5.1 Potenziamento del sistema di videosorveglianza
6. Gestione di servizi in comune	Obiettivo 1 – Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità	6.1 Dotazione aggiuntiva di cestini posacenere 6.2 Pulizia aggiuntiva “Piazza dell’Amicizia” 6.3 Realizzazione di sistemi multimediali per l’utilizzo di tecnologie innovative in funzione per lo svolgimento delle attività commerciali (cablaggio e aree wi-fi)
	Obiettivo 3 – Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto	6.4 Personalizzazione segnaletica commerciale
7. Sostenibilità energetica ed ambientale	Obiettivo 1 - Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità	6.5 Realizzazione segnaletica verso Autodromo Franciacorta e Golf Resort tramite segnaletica a pannello fotovoltaico 6.6 Dotazione di pannelli fotovoltaici sulle medie strutture di vendita in corso di realizzazione

Tabella 56 - Macro aree di intervento, obiettivi e strategie

## 7.6 Comunicazione e marketing di distretto

Nell'ambito delle macro-aree di intervento "Comunicazione e marketing di distretto" rientrano una serie di interventi volti a conseguire due differenti obiettivi:

- da un lato quello di sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto (Obiettivo 3), che permetta di far conoscere, valorizzare e sostenere il Distretto e la sua strategia di sviluppo. Si tratta quindi di realizzare un insieme di iniziative di comunicazione continuative, progettate in modo integrato e realizzate anche sulla base delle nuove tecnologie multimediali. In particolare, si prevedono le seguenti azioni:

Intervento 1.1 – Acquisto e installazione tabelloni informa città

Intervento 1.2 – Sviluppo di un Logo di Distretto

Intervento 1.3 – Realizzazione e gestione di un sito web

- dall'altro quello di realizzare un sistema informativo di marketing (Obiettivo 6), al fine di disporre di una serie di informazioni utili a meglio indirizzare le politiche commerciali del Distretto e dei singoli operatori in esso presenti. Tale obiettivo si articola nel seguente intervento:

Intervento 1.4 – Realizzazione di un sistema informativo di marketing

Questo progetto prevede di realizzare negli anni a venire una carta fedeltà del Distretto. Tale iniziativa, risponderà a più obiettivi:

- riunire concretamente a sistema i commercianti del centro storico;

- attivare una leva di marketing che incrementi la fidelizzazione dei clienti e consenta una più efficace progettazione delle iniziative di promozione, comunicazione e marketing comuni;

- implementare un sistema di accumulo di risorse finalizzate a finanziare altre attività del Distretto.

Al momento, lo stato di avanzamento della progettazione non consente di descrivere i dettagli dell'iniziativa e di formulare un'ipotesi di budget sostenibile; tuttavia, è possibile qui richiamare le caratteristiche generali della carta fedeltà del Distretto del Commercio della Franciacorta Sud:

- sarà utilizzabile presso tutti gli esercizi commerciali operanti nell'area del Distretto (punti vendita, pubblici esercizi e servizi) che aderiranno al circuito;

- consentirà ai clienti di accumulare punti trasformabili in buoni sconto da utilizzare presso gli esercizi commerciali aderenti al circuito;

- consentirà la raccolta, l'elaborazione e la gestione dei dati relativi alle carte emesse, alle transazioni effettuate, agli esercizi convenzionati, al fine di arricchire il sistema informativo di marketing del Distretto;

- consentirà di destinare una quota del transato al finanziamento delle iniziative e della gestione del Distretto.

Data l'entità dell'investimento nella realizzazione del circuito, sarà compito del Comitato di Indirizzo la ricerca di un partner locale che sponsorizzi l'iniziativa.

Intervento 1.1 – Acquisto e installazione tabelloni informa città

Obiettivo – Scopo dell'intervento è potenziare la comunicazione dei servizi presenti nel centro storico e delle attività (culturali e di intrattenimento) promosse dal Distretto verso l'esterno, vale a dire verso i fruitori attuali e potenziali dell'offerta (residenti e frequentatori non residenti). Rientra nell'obiettivo strategico “Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto”.

Descrizione – Il progetto prevede l'acquisto e l'installazione di pannelli informativi a messaggio variabile, cosiddetti “tabelloni informa città”. Sui tabelloni sono veicolate informazioni riguardanti il comune di Castrezzato, con riferimento ai servizi offerti, alle attività culturali e agli eventi, che si tengono in modo pressoché esclusivo nelle strutture, vie e piazze del centro storico. La scelta della localizzazione dei tabelloni ha tenuto in considerazione:

- l'esigenza di un servizio informativo ai cittadini residenti nelle zone meno prossime al centro città;

- la necessità di potenziare la capacità attrattiva del Distretto nei confronti dei cittadini castrezzatesi che, pur risiedendo nei pressi del centro storico, vivono la città come luogo di “prevalente residenza”;

- l'opportunità di intercettare alcune categorie di visitatori “mordi e fuggi”, ossia di attrarre nel Distretto coloro che frequentano la città per lavoro, scuola, fruizione di servizi non necessariamente localizzati in centro come l'autodromo o il golf Resort.

Intervento 1.2 – Sviluppo di un Logo di Distretto

Obiettivo – Scopo dell'intervento è di dare una chiara identità visiva alla comunicazione di Distretto e di collegare tra loro, attraverso un simbolo grafico comune, le singole iniziative realizzate. Rientra nell'obiettivo strategico “Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto”.

Descrizione – Sarà effettuato il disegno e il progetto di un logo di Distretto. Il logo sarà utilizzato in tutte le iniziative di comunicazione e rappresenterà un primo passo per la costruzione di un'immagine coordinata. Il logo del Distretto dovrà essere al contempo gradevole dal punto di vista grafico e in grado di rappresentare il Distretto nelle sue specificità e tipicità.

Intervento 1.3 – Realizzazione e gestione di un sito web

Obiettivo – Scopo dell'intervento è di realizzare uno strumento di comunicazione e di promozione della varietà dei servizi offerti (commerciali e non) a tutti i City Users (residenti, frequentatori non residenti, turisti) e agli stessi operatori (attuali e potenziali). Ciò significa aumentare l'attrattività dell'offerta complessiva (illustrandone i pregi in termini di ampiezza e varietà dell'offerta sul piano della composizione merceologica, delle alternative di scelta in termini di capacità di soddisfare un ampio spettro di esigenze e di target) e, al

contempo, aumentare la notorietà e promuovere i singoli esercizi operanti all'interno del Distretto.

Rientra nell'obiettivo strategico "Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto".

Descrizione – Sarà realizzato un portale di Distretto strutturato in due sezioni: una sezione istituzionale e una sezione dinamica. La sezione istituzionale conterrà le informazioni basilari che riguardano il Distretto: obiettivi, composizione del partenariato, contatti, ecc.. La sezione dinamica raccoglierà tutte le informazioni che necessitano di un aggiornamento frequente: eventi, notizie, schede delle attività commerciali, banner, ecc.. I contenuti della sezione dinamica saranno facilmente gestibili dal responsabile opportunamente individuato dal Comitato Direttivo di Distretto o dagli operatori autenticati (singole attività commerciali registrate), opportunamente formati dai tecnici incaricati della costruzione del sito. Sarà inoltre presente un modulo per la raccolta dei dati degli utenti che volessero registrarsi, in prima battuta per ricevere la newsletter del Distretto.

Intervento 1.4 – Realizzazione di un sistema informativo di marketing

Obiettivo – Scopo dell'intervento è quello di realizzare un sistema informativo di marketing che consenta al Distretto nel suo complesso e ai singoli operatori di ottenere una serie di informazioni di carattere quali - quantitativo utili ad indirizzare e a supportare, sulla base di riscontri oggettivi, non solo decisioni di politica commerciale, ma anche la definizione delle iniziative di promozione e di valorizzazione commerciale dell'area.

Rientra nell'obiettivo strategico "Realizzare un sistema informativo di marketing".

Descrizione – Si prevede di realizzare una serie di studi volti, da un lato, ad analizzare le caratteristiche dei City Users, il loro comportamento d'acquisto e il loro livello di soddisfazione relativamente ad aspetti che connotano la vivibilità e l'attrattività del Distretto; dall'altro, a valutare l'efficacia delle iniziative attuate. L'intervento si compone pertanto delle seguenti analisi:

- Analisi del comportamento d'acquisto dei residenti e dei frequentatori: l'analisi permette di conoscere, da un lato, le destinazioni di acquisto e di consumo dei City Users, sia in termini di tipologia di formati distributivi utilizzati, sia in termini di contenitori di offerta (Distretto, altre aree della città, altri centri commerciali naturali, centri commerciali pianificati, e così via), dall'altro, le motivazioni che indirizzano le preferenze verso le diverse soluzioni. In una situazione di elevata e crescente competizione tra sistemi di offerta differenti, tale analisi consente di quantificare fenomeni di evasione e di attrazione dei consumi e di evidenziare (ma anche di anticipare) le criticità dell'area.

- Analisi del sistema di offerta: viene fornito un quadro aggiornato non solo delle caratteristiche strutturali del sistema di offerta commerciale dell'area, ma anche della situazione delle imprese commerciali e della loro propensione all'innovazione e al cambiamento, fornendo in tal modo elementi utili sulla loro capacità di favorire i processi di valorizzazione dell'area.

- Monitoraggio e valutazione delle iniziative attuate nel Distretto (District Performance Audit): si tratta di monitorare in modo continuativo l'efficacia delle iniziative attuate nel Distretto, attraverso la predisposizione e la successiva misurazione di un sistema di Key Performance Indicator (KPI). Le informazioni necessarie alla misurazione saranno ottenute, da un lato, attraverso un'apposita analisi di Customer Satisfaction, dall'altro attraverso un sistema di misurazione specifico per ciascun indicatore rilevato.

La realizzazione delle indagini descritte in via continuativa consentirà di costruire un sistema informativo di particolare rilevanza utile a indirizzare le scelte di politica commerciale del Distretto.

## 7.7 Promozione e animazione

Nell'ambito della macro-area di intervento "Promozione e animazione" rientrano una serie di interventi volti a sviluppare attività promozionali ed eventi, al fine di vivacizzare l'area del Distretto e aumentare la sua capacità attrattiva nei confronti di diversi City Users (Obiettivo 4). Gli eventi costituiscono uno dei principali elementi che favoriscono l'attrattività del Distretto verso visitatori aggiuntivi rispetto a quelli abituali, a beneficio degli operatori che operano nell'area. Obiettivo è pertanto quello di sviluppare attività di animazione e di promozione del Distretto attraverso la creazione di un calendario di eventi gestiti in modo coordinato e sinergico. Si tratta, da un lato, di portare a sistema e di potenziare le manifestazioni già attuate nell'area e, dall'altro, di migliorare il calendario attraverso la creazione di nuovi eventi.

Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

Intervento 2.1 – Luminarie natalizie

Intervento 2.2 – Acquisto palco modulare

Intervento 2.3 – Potenziamento calendario eventi

Intervento 2.1 – Luminarie natalizie

Obiettivo – Scopo dell'intervento è dotarsi di strumenti di illuminazione e decorazione che consentano di creare un'ambientazione e un'atmosfera gradevole del Distretto durante il periodo natalizio.

Rientra nell'obiettivo strategico "Vivacizzare il Distretto".

Descrizione – L'iniziativa si adopererà all'acquisto di luminarie a led da posizionare nelle principali vie del centro storico durante il periodo Natalizio. L'installazione, il collegamento all'impianto elettrico e la successiva rimozione è affidata ad una ditta specializzata.

Intervento 2.2 – Acquisto palco modulare

Obiettivo – Scopo dell'intervento è dotare il Distretto di uno strumento che consenta lo svolgimento di spettacoli e incontri pubblici a matrice culturale all'aperto, installabile nelle diverse piazze del centro storico e utilizzabile da parte dei soggetti che contribuiscono all'animazione dello stesso con l'organizzazione di eventi.

Rientra nell'obiettivo strategico Vivacizzare il Distretto.

Descrizione – Sarà acquisito un palco modulare, ossia che, a partire da una dimensione minima, può essere ampliato o dotato di copertura in ogni momento. Tale caratteristica risulta fondamentale in quanto non ne limita l'utilizzo nelle piazze con maggiore disponibilità di spazio o nelle sole stagioni con minore probabilità di perturbazioni meteorologiche. Inoltre, è stata effettuata la scelta di una struttura facilmente montabile, che non richiede manodopera specializzata, riducendo quindi i costi di gestione e garantendo la maggiore fruibilità della struttura stessa. Il palco sarà messo a disposizione delle associazioni locali e dei soggetti promotori di eventi di animazione del Distretto.



### Intervento 2.3 – Potenziamento calendario eventi

Obiettivo – Scopo dell'intervento è potenziare il programma di eventi di animazione del Distretto. Gli eventi costituiscono uno dei principali elementi che, oltre a riscontrare il favore dei frequentatori abituali del Distretto, incrementano l'attrattività del Distretto verso visitatori aggiuntivi, a beneficio degli operatori attivi nell'area.

Rientra nell'obiettivo strategico "Vivacizzare il Distretto".

Descrizione – Il potenziamento del calendario eventi avverrà a partire da quelli promossi e organizzati da una futura associazione dei commercianti di Castrezzato. L'Associazione promuove e organizza ogni anno diversi eventi di animazione del centro storico. Di seguito sono descritte le principali manifestazioni in calendario per i prossimi anni:

- Shopping al chiaro di luna: nelle settimane di giugno e luglio, in un giorno fisso della settimana è prevista l'apertura straordinaria dei punti di vendita del centro storico in orario serale. In concomitanza delle aperture straordinarie sono organizzate manifestazioni nelle vie del centro che contribuiscono a vivacizzare l'area e ad attrarre flussi di visitatori.

- Cinema all'aperto: mantenimento dell'evento in Piazza Pavoni con la visione di film soprattutto nei periodi estivi in collaborazione con le associazioni commerciali di Castrezzato.

- Palio del Ciancòl: evento che è stato interrotto qualche anno fa e riguardava la competizione tra i 4 rioni del paese, Carere, Genùes, Railì e Peschiera, attraverso gare di calcetto, tennis, basket e un gioco simile al baseball chiamato, appunto, ciancòl e ogni sera sarà organizzata una serata da ogni rione con la serata finale in cui verrà proclamata il rione che avrà vinto più prove in programma

- Notte bianca a Castrezzato: per la prima volta nel calendario 2009 (settembre) adottata con la formula dei negozi aperti non stop fino ad ora tarda, accompagnata con attività di intrattenimento. E' un'iniziativa già collaudata in moltissime città e cittadine simili con successo. Nel programma castrezzatese il pubblico di riferimento è sempre la famiglia quindi le attività di intrattenimento offerte non saranno invasive o di disturbo per i residenti del centro. In tutte le vie del centro saranno posizionati momenti di attrazione compatibili con il contesto, quali: aree gioco con gonfiabili negli spazi più ampi per i bambini, gruppi di musicisti in zone di passaggio, angoli dedicati all'arte di strada, giocolieri, o chiromanti e per i più scatenati il toro meccanico. Saranno coinvolti in modo particolare i soci della ristorazione, dei bar o gelatai, che saranno invitati a posizionare tavolini, e banchetti all'esterno dei loro esercizi per creare aree di sosta. Saranno aperti al pubblico i locali della biblioteca. Tutte le iniziative inizieranno alle 20 e finiranno alle 24.

- Dicembre castrezzatese: iniziative di animazione del centro storico nel periodo natalizio, promosse e organizzate dai diversi enti e realtà associative locali, raggruppate in un calendario condiviso, al fine di evitare sovrapposizioni e vuoti di offerta in alcune giornate e contestualmente di migliorare l'efficacia della promozione degli eventi.

## 7.8 Interventi strutturali di qualificazione urbana

Nell'ambito della macro-area di intervento Interventi strutturali di qualificazione urbana rientrano una serie di interventi volti migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità (Obiettivo 1).

Obiettivo è quello di riqualificare, dal punto di vista strutturale, l'area del Distretto, al fine di renderla un luogo piacevole da visitare e da frequentare. Gli interventi previsti consentono infatti di migliorare, da un lato, il contesto urbanistico e architettonico del Distretto, anche attraverso un miglioramento dell'estetica degli immobili e degli spazi destinati al commercio in sede fissa (facciate degli edifici, vetrine dei negozi, insegne, ecc.); dall'altro, la fruibilità degli spazi stessi.

Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

Intervento 3.1 – Realizzazione di dehors e predisposizione delle relative attrezzature e arredamento

Intervento 3.2 – Qualificazione estetica degli immobili ad uso commerciale

Intervento 3.3 – Riqualificazione piazze e strade del centro storico

Intervento 3.4 – Ristrutturazione e riqualificazione circonvallazione interna

Intervento 3.5 – Riqualificazione piazza dell'Amicizia

Intervento 3.1 – Realizzazione di dehors e predisposizione delle relative attrezzature e arredamento

Obiettivo – Scopo dell'intervento è migliorare, da un lato la fruibilità degli spazi pubblici, aumentando così la vivibilità e la vivacità dell'area, dall'altro di incrementare il servizio offerto, in particolare dai pubblici esercizi.

Rientra nell'obiettivo strategico "Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità".

Descrizione – L'intervento prevede l'acquisto e la posa in area esterna all'esercizio commerciale di attrezzature (Dehors, pedane, espositori da esterno, ecc.) ed elementi di arredo (tavoli e sedie, vasi e fioriere, illuminazione). Tali interventi saranno realizzati nel rispetto delle linee guida previste dalle norme tecniche di attuazione del PGT, con specifico riferimento al centro storico. Il Comitato di Distretto produrrà inoltre delle linee guida aggiuntive tese a rendere omogenei dal punto di vista estetico gli interventi tra di loro e tra gli stessi e le opere di riqualificazione urbana promosse dall'Amministrazione Comunale.

Intervento 3.2 – Qualificazione estetica degli immobili ad uso commerciale

Obiettivo – Scopo dell'intervento è migliorare l'estetica degli immobili ad uso commerciale e, quindi, l'impatto visivo al fine di creare un ambiente maggiormente curato e piacevole da frequentare.

Rientra nell'obiettivo strategico "Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità".

Descrizione – L'intervento prevede lavori e opere edili per la sistemazione di facciate e fronti strada pertinenti ad attività commerciali. In particolare, gli investimenti riguardano:

- Sistemazione di facciate
- Rifacimento vetrine
- Rifacimento insegne
- Illuminazione esterna

Tali interventi saranno realizzati nel rispetto delle linee guida previste dalle norme tecniche di attuazione del PGT, con specifico riferimento al centro storico. Il Comitato di Indirizzo del Distretto produrrà inoltre alcune linee guida aggiuntive tese a rendere omogenei dal punto di vista estetico gli interventi tra di loro e tra gli stessi e le opere di riqualificazione urbana promosse dall'Amministrazione Comunale.

Intervento 3.3 – Riqualificazione piazze e strade del centro storico

Obiettivo – Migliorare la qualità ambientale delle strade del centro storico sia con la riqualificazione della pavimentazione esistente sia con la messa in opera di nuovi elementi di arredo urbano, valorizzando in tal modo il contesto urbanistico architettonico del centro storico cittadino.

Rientra nell'obiettivo strategico “Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità”.

1. Riqualificazione di Piazza Mons. Zammarchi. È prevista la rimozione dell'attuale pavimentazione in porfido, che in parte verrà riutilizzata per la pavimentazione dei vicoli nei successivi lotti, la posa di una nuova pavimentazione in porfido delimitata da lastre di granito;

2. Rifacimento della pavimentazione sulle sedi stradali delle vie Roma, Torri, Risorgimento, Gatti con sostituzione dell'attuale pavimentazione bituminosa con altrettanta in cubetti di porfido;

L'intervento sarà preceduto da quello non meno rilevante di rifacimento e potenziamento dei servizi tecnologici interrati e di acquedotto, metanodotto, telefonico, energia elettrica e fognatura. Complessivamente il progetto si definisce dalla rilettura e ridisegno degli elementi preesistenti più evidenti, analizzati per definire una sintesi in un progetto di trasformazione:

- Mantenimento della tessitura e del tono cromatico prevalente della pavimentazione in porfido, ma con interpretazioni diverse nelle singole piazze, recupero di alcune porzioni di acciottolato;

- Mantenimento del carattere dell'illuminazione con modifiche puntuali legate alle modifiche spaziali per aumentare l'illuminamento medio degli spazi;

- Inserimento graduale del verde nel disegno dei diversi spazi aperti superando la logica dell'utilizzo episodico del vaso e del manufatto prefabbricato in modi diversi nelle tre piazze, verde peraltro già visibile nelle immagini storiche;

- Definizione di un percorso ideale da sud verso nord in piazza Mons. Zammarchi, con una successione di interventi puntuali e caratterizzati per ricucire la complessa morfologia della piazza;

- Economia di segni, forme e colore nel ridisegno dello spazio per sottolineare la continuità delle pavimentazioni, introduzioni di alcuni dispositivi di limitazione del traffico dell'area antistante alla chiesa da tener abbassati negli orari interdetti al traffico veicolare;

- Inserimento di elementi/contenitori e sedute in alcuni punti delle vie attigue e riconfigurazione dell'arredo urbano.

#### Intervento 3.4 – Ristrutturazione e riqualificazione viabilità interna

Obiettivo – Migliorare la qualità ambientale della viabilità, attraverso la riqualificazione della pavimentazione esistente e la messa in opera di nuovi elementi di arredo urbano, valorizzando in tal modo il contesto urbanistico architettonico della cerchia che rappresenta il confine del centro storico cittadino. L'intervento permetterà inoltre di uniformare l'aspetto delle vie interne ed esterne al centro storico, rafforzandone l'identità.

Rientra nell'obiettivo strategico “Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità”.

Descrizione – La proposta costituisce il naturale completamento del più ampio intervento di riqualificazione strutturale del centro storico cittadino e rientra pertanto a pieno titolo tra gli interventi di riqualificazione strutturale del Distretto. Lo studio prevede un programma di intervento suddiviso in più lotti con la realizzazione di opere di rifacimento dell'attuale manto bituminoso sulle sedi viabili, aree a parcheggio, la formazione di pavimentazione in cubetti di porfido sui percorsi pedonali e la creazione di nuovi percorsi ciclabili. Nel contempo è prevista la messa in opera di nuovi elementi di arredo urbano e il rifacimento completo dell'impianto di illuminazione pubblica, da realizzarsi in modo coerente rispetto alle installazioni nelle vie interne al centro storico.

#### Intervento 3.5 – Riqualificazione piazza dell'Amicizia

Obiettivo – Migliorare la qualità ambientale dei giardini pubblici, attraverso la riqualificazione e l'omogeneizzazione degli elementi di arredo urbano.

Rientra nell'obiettivo strategico Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità.

Descrizione – L'intervento riguarda il parco pubblico che si estende tra via Marconi e via XXV Aprile, in corrispondenza della biblioteca comunale e del centro diurno per anziani. Si prevede l'acquisto di circa 25 panchine e 10 cestini che andranno in parte a sostituire le strutture esistenti e in parte a integrare la dotazione attuale. L'intervento sarà realizzato ricercando la coerenza rispetto alle installazioni esistenti e previste nelle vie interne al centro storico, nonché tenendo conto delle linee guida prodotte dal Distretto.

### **7.9 Accessibilità e mobilità**

Nell'ambito della macro-area di intervento Accessibilità e mobilità rientrano una serie di interventi volti migliorare l'accessibilità e la mobilità nel Distretto (Obiettivo 5).

Obiettivo è quello di consentire ai frequentatori del Distretto una maggiore facilità di accesso all'area e una migliore fruizione dei servizi da essa offerti (con particolare riferimento al servizio di trasporto). Gli interventi previsti consentono infatti ai visitatori di raggiungere più facilmente il Distretto e di muoversi in esso utilizzando i mezzi pubblici (autobus, bicicletta).

#### Intervento 4.1 – Bike sharing

Obiettivo – Scopo dell'intervento è promuovere l'uso della bicicletta per gli spostamenti brevi verso e nell'area centrale del paese da parte di residenti e non residenti, favorire l'intermodalità auto/bici, promuovere la cultura della mobilità dolce e determinare consenso allo sviluppo delle relative infrastrutture.

Rientra nell'obiettivo strategico “Migliorare l'accessibilità e la mobilità”.

Descrizione – Si prevede l'acquisto di 20 biciclette, posizionate in cinque rastrelliere localizzate in vari punti del paese. Tutti i cittadini che siano residenti nel Distretto e abbiano un'età superiore ai 18 anni possono usufruire del servizio, previa registrazione e versamento di una quota fissa unica per il ritiro della chiave. Gli stalli sono dotati di apparecchiatura

elettronica che, tramite la chiave necessaria per il prelievo della bici, registra chi ha preso in uso la bicicletta e a che ora e, una volta riportata a bici nello stallo, registra la riconsegna. Contestualmente, saranno valutate le modalità più consone per l'estensione del servizio ai non residenti.

## **7.10 Sicurezza**

Nell'ambito della macro-area di intervento Sicurezza rientrano una serie di interventi volti a incrementare il livello di controllo delle aree del Distretto e, quindi, il livello di sicurezza effettivo e percepito da parte dei residenti, dei frequentatori e degli operatori economici dell'area (Obiettivo 4).

Intervento 5.1 – Potenziamento del sistema di videosorveglianza

Obiettivo – La realizzazione e la gestione di un sistema di videosorveglianza è finalizzata a:

- Prevenire fatti criminosi attraverso un'azione di deterrenza che la presenza di telecamere è in grado di esercitare;
- Sorvegliare in presa diretta zone che di volta in volta presentano particolari elementi di criticità o in concomitanza di eventi rilevanti per l'ordine e la sicurezza pubblica;
- Favorire la repressione degli stessi fatti criminosi qualora avvengano nelle zone controllate dalle telecamere ricorrendo alle informazioni che il sistema sarà in grado di fornire;
- Rassicurare i cittadini attraverso una chiara comunicazione sulle zone sorvegliate.

Rientra nell'obiettivo strategico "Incrementare il livello di sicurezza".

Descrizione – Il progetto consiste in un intervento a matrice pubblica integrato con interventi di natura privata. Con riferimento all'intervento pubblico, definito attraverso un lavoro congiunto tra i settori tecnici dell'Amministrazione Comunale, la Polizia Locale e i Carabinieri, si realizzerà un sistema di videosorveglianza costituito da 13 telecamere del tipo brandeggiabile e 2 telecamere fisse destinate alla videosorveglianza di spazi pubblici connesse in rete due centrali di controllo (Polizia Locale e Carabinieri) e ad un centro di gestione che registra, conserva e cancella dopo il tempo previsto le immagini registrate. Le suddette telecamere sono state posizionate in 12 punti, di cui 6 in centro storico (Piazza Mons. A. Zammarchi, Via Roma, Via Risorgimento, Via Torri, Via Gatti e Via Marconi). All'intervento pubblico si affianca un intervento promosso dagli operatori privati che esercitano attività commerciale nell'ambito del centro storico: si prevede l'installazione di telecamere per la videosorveglianza all'esterno di alcuni esercizi commerciali particolarmente soggetti ad atti criminosi, atti che incidono negativamente sulla percezione di sicurezza dell'intera area del Distretto. I sistemi di videosorveglianza realizzati dai singoli operatori costituiranno un ulteriore potenziamento del sistema promosso dall'Amministrazione Comunale.

## **7.11 Gestione dei servizi in comune**

Nell'ambito della macro-area di intervento Gestione dei servizi in comune rientrano progetti che rispondono a due obiettivi:

- Migliorare la tutela igienica degli spazi comuni, e quindi la qualità degli spazi urbani (Obiettivo 1);
- Contribuire allo sviluppo di una politica di comunicazione integrata del Distretto (Obiettivo 3).

Tali obiettivi si articolano nei seguenti interventi:

Intervento 6.1 – Dotazione aggiuntiva di cestini-posacenere

Intervento 6.2 – Miglioramento pulizia piazza dell'Amicizia

Intervento 6.3 Realizzazione di sistemi multimediali per l'utilizzo di tecnologie innovative in funzione per lo svolgimento delle attività commerciali (cablaggio e aree wi-fi)

Intervento 6.4 – Personalizzazione segnaletica commerciale

Intervento 6.1 – Dotazione aggiuntiva cestini-posacenere

Obiettivo – Scopo dell'intervento è migliorare la tutela igienica degli spazi pubblici, con particolare riferimento alle vie del centro storico.

Rientra nell'obiettivo strategico “Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità”.

Descrizione – Saranno acquistati e posizionati lungo le vie principali del centro storico circa 20 cestini attrezzati con posacenere. La selezione del modello e dei punti specifici in cui i cestini saranno posizionati sarà condivisa tra i promotori del Distretto e avverrà tenendo conto di quanto già esistente nonché delle linee guida condivise in tema di arredo urbano. I cestini saranno contraddistinti dal logo del distretto e da uno slogan anti-fumo.

Intervento 6.2 – Miglioramento pulizia piazza dell'amicizia

Obiettivo – Migliorare la qualità ambientale dei giardini pubblici, attraverso una migliore tutela igienica.

Rientra nell'obiettivo strategico “Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità”.

Descrizione – L'intervento riguarda il parco pubblico di piazza dell'amicizia, localizzato tra via XXV Aprile e Via Marconi. Si prevede un incremento della frequenza degli interventi di pulizia rispetto a quanto ad oggi realizzato.

Intervento 6.3 Realizzazione di sistemi multimediali per l'utilizzo di tecnologie innovative in funzione per lo svolgimento delle attività commerciali (cablaggio e aree wi-fi).

Obiettivo – L'intervento riguarda la realizzazione di un sistema cablato wi-fi per il collegamento dei commercianti sotto un'unica associazione telematica.

Rientra nell'obiettivo strategico “Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità”.

Descrizione – La realizzazione dell'intervento prevede l'utilizzo della tecnologia wi-fi per i commercianti e per i residenti del Distretto in alcune aree attrezzate (piazza dell'Amicizia, Autodromo, Arena Ski Roller, Golf Resort) previa iscrizione tramite dati previsti nella carta regionale dei servizi.

Intervento 6.4 – Personalizzazione segnaletica commerciale

Obiettivo – Scopo dell'intervento è consentire alle singole imprese commerciali, in particolare quelle localizzate lungo vie a minor flusso pedonale, di pubblicizzare e segnalare la propria presenza nell'ambito del Distretto. Inoltre, la predisposizione di idonea segnaletica consentirà un migliore orientamento dei frequentatori dell'area.

Rientra nell'obiettivo strategico “Sviluppare una politica di comunicazione integrata di Distretto”.



Descrizione – L'intervento prevede la messa in opera di idonei impianti pubblicitari lungo le vie del Distretto, in conformità a quanto previsto dal Piano generale degli impianti pubblicitari del Comune di Castrezzato. In particolare, per il centro storico, si prevede, tra gli altri, l'utilizzo di due tipologie che ben si prestano ad un'azione comune di Distretto:

- Insegne e segnaletica stradale pubblicitaria, scritta in caratteri alfanumerici, completata da frecce di orientamento ed eventualmente da simboli e da marchi, supportata da idonea struttura di sostegno finalizzata alla pubblicizzazione direzionale della sede dove si esercita una determinata attività ed installata in modo da facilitare il reperimento della stessa. Il Comitato di Distretto intende sottoporre tali scelte a ulteriori valutazioni ed eventualmente avanzare proposte di modifiche più coerenti con l'azione del Distretto.

- Segno orizzontale reclamistico, ossia riproduzione sulla superficie stradale o comunque calpestabile o transitabile con pellicole adesive o altro metodo grafico, di scritte, simboli e marchi, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari o propagandistici. Quest'ultima tipologia, che assume generalmente carattere temporaneo, ben si presta alla pubblicizzazione di particolari iniziative, non solo dei singoli operatori privati, ma anche del Distretto.

## **7.12 Sostenibilità energetica e ambientale**

Nell'ambito della macro-area di intervento rientrano i progetti che corrispondono a due obiettivi:

- Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità (Obiettivo 1)

Tale obiettivo si articola nei seguenti interventi:

- Intervento 6.5 - Realizzazione segnaletica verso Autodromo Franciacorta e Golf Resort tramite segnaletica a pannello fotovoltaico;

- Intervento 6.6 - Dotazione di pannelli fotovoltaici sulle medie strutture di vendita in corso di realizzazione

Intervento 6.5 - Realizzazione segnaletica verso Autodromo Franciacorta e Golf Resort tramite segnaletica a pannello fotovoltaico.

Obiettivo – Realizzazione di indicazioni visive elettroniche indicando i servizi sovracali più importanti come l'autodromo e il golf Resort, anche in relazione alle numerose nebbie presenti nel periodo invernale e per una migliore viabilità per il guidatore attraverso la realizzazione di pannelli fotovoltaici in grado di sfruttare la luce del sole per auto-alimentarsi

Rientra nell'obiettivo strategico "Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità".

Intervento 6.6 - Dotazione di pannelli fotovoltaici sulle medie strutture di vendita in corso di realizzazione

Obiettivo – Installazione di pannelli fotovoltaici sulle medie strutture di vendita che verranno realizzate, su alcune strutture dell'autodromo e sulle strutture valutate più idonee all'installazione di pannelli fotovoltaici. L'installazione di questi pannelli permetterà, nel lungo periodo, di ammortizzare le spese di installazione, immagazzinando energia pulita e sostenibile per i bisogni delle suddette strutture.

Rientra nell'obiettivo strategico "Migliorare la qualità degli spazi urbani e la loro fruibilità".

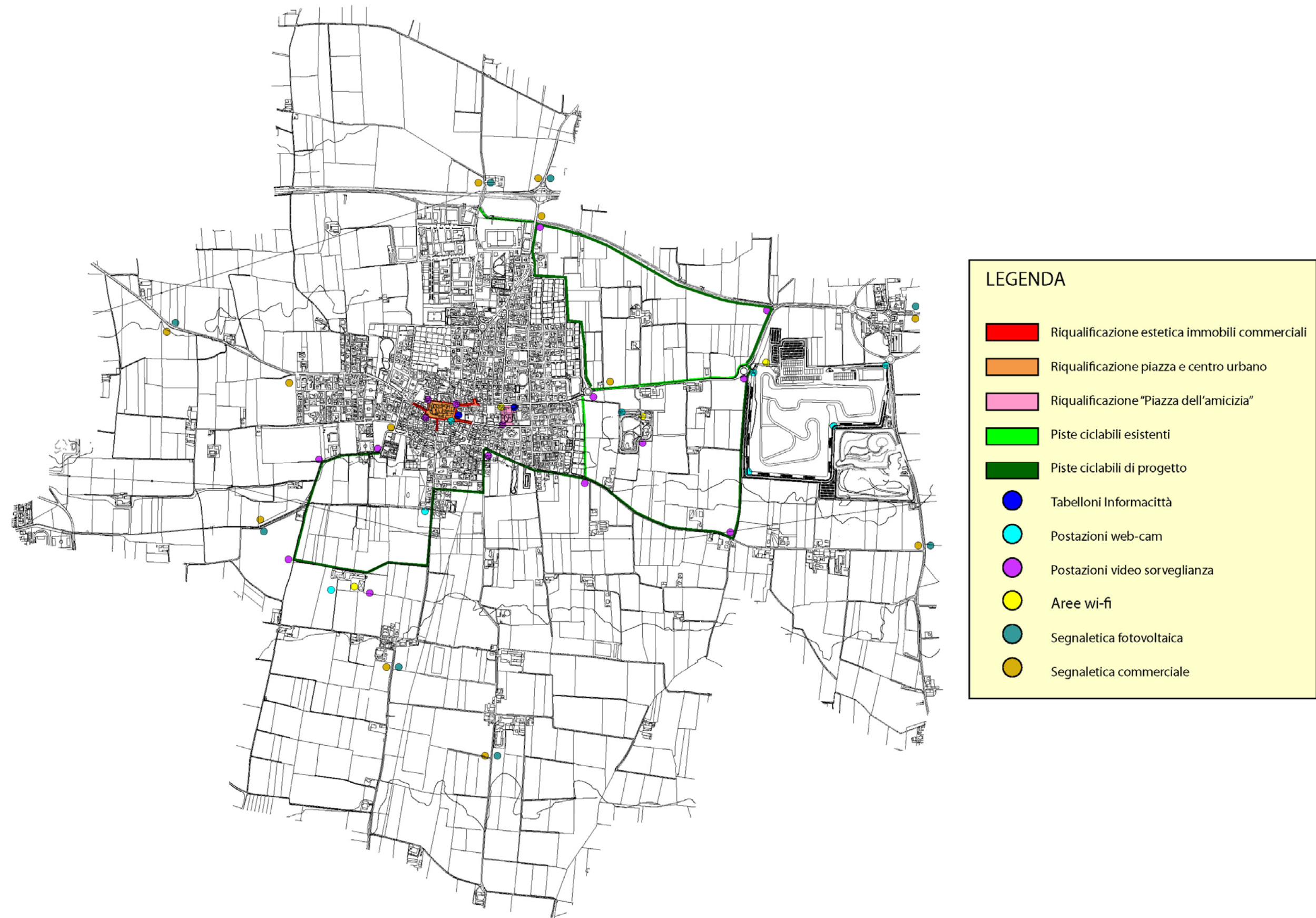


Tavola 27 - Tavola degli interventi previsti dal Distretto (scala 1:25.000)

### 7.13 Quadro economico complessivo: una simulazione

Di seguito è elencato un possibile preventivo del quadro economico complessivo:

Tipologia	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Investimento	Tot. Contributo RL	Tot. Cofinan.
1 Comunicazione e Marketing		3.000 €	3.000 €	6.000 €	1.000 €	5.000 €
2 Promozione e Animazione		110.000 €	110.000 €	220.000 €	20.000 €	200.000 €
3 Interventi strutt. Qualificaz Urbana		500.000 €	500.000 €	1.000.000 €	100.000 €	900.000 €
4 Accessibilità e Mobilità		7.000 €	8.000 €	15.000 €	5.000 €	10.000 €
5 Sicurezza		40.000 €	20.000 €	60.000 €	20.000 €	40.000 €
6 Gest. Servizi in comune		5.000 €	5.000 €	10.000 €	3.000 €	7.000 €
7 Sost. Energetica ed ambientale		500.000 €	500.000	1.000.000 €	100.000 €	900.000 €
Totale complessivo	-	1.165.000 €	1.146.000 €	2.311.000 €	249.000 €	2.062.000 €

Tabella 57 - Ipotesi di quadro economico complessivo

### 7.14 Governance

Il coordinamento delle attività ed il monitoraggio del programma saranno di competenza di un gruppo che sarà creato con il nome di Tavolo di Coordinamento Tecnico, formato da rappresentanze dei 3 comuni facenti parte del distretto, e sarà attuato principalmente attraverso momenti di riunione formale ai quali parteciperanno gli attuali componenti, integrati dai rappresentanti delle associazioni imprenditoriali e da altri esponenti dei firmatari dell'Accordo di Distretto. Il Tavolo di Coordinamento Tecnico (TCT) organismo dovrà monitorare lo sviluppo dei lavori, valutare e considerare i risultati e emettere periodicamente le autorizzazioni a proseguire, cambiare o modificare i piani.

### 7.15 Monitoraggio, risultati attesi e indicatori

L'idea forza del Programma di intervento caratterizzato da un forte legame e accomunato da una strategia di reciproca collaborazione tra il Comune, le associazioni di categoria ed i privati, è quella di finalizzare ed attivare una comune e strategica politica di sviluppo fondata prioritariamente sul potenziamento e rilancio del settore del commercio.

Il partenariato locale, attraverso un'azione integrata fra il pubblico e il privato, intende quindi raggiungere una serie di obiettivi concordati, condivisi con le associazioni di categoria e ritenuti strategici al fine di offrire una risposta concreta alle esigenze manifestate dalla popolazione locale. Gli interventi sono fortemente integrati tra loro e strutturati in modo tale che ogni progetto non incida positivamente solamente sugli interessi dei singoli, ma vada a risolvere più problematiche nello stesso tempo in un'ottica di potenziamento e valorizzazione del territorio in oggetto. Inoltre, come ricaduta indiretta, il partenariato si aspetta che le iniziative avviate nell'ambito del Distretto possano dare nuovo impulso e stimolo anche ai soggetti privati esterni alla partnership, che potranno intraprendere altre iniziative imprenditoriali di supporto al settore del turismo, dell'artigianato locale, dell'edilizia e della ristorazione. Inoltre, l'Amministrazione Comunale è convinta che la valorizzazione dell'area individuata possa fungere da stimolo agli abitanti della zona per

dare il via ad opere di manutenzione e ristrutturazione dei propri edifici, di fatto attivando un circuito virtuoso di cui possano indirettamente beneficiare anche le attività economiche. Per favorire e verificare gli obiettivi individuati all'interno del Programma di Intervento sarà attivato un apposito strumento. Il Tavolo di Coordinamento, infatti, ha tra le sue mansioni ed obiettivi quello di monitorare ed assistere il Piano per il suo intero svolgimento e fino alla sua completa realizzazione: saranno attivati indicatori di impatto e di risultato che, oltre a garantire un efficace ed efficiente realizzazione del programma, saranno in grado di valutare i risultati ed il grado di raggiungimento degli obiettivi preventivati.

### **7.15.1 Monitoraggio e Valutazione**

La misurazione dei risultati raggiunti rappresenta un elemento conoscitivo fondamentale per valutare l'efficacia delle azioni realizzate e per guidare lo sviluppo del Distretto sulla base di riscontri oggettivi. A tal fine si è deciso di effettuare un'attività di monitoraggio e di valutazione così strutturata:

1. È stato individuato un set di Key Performance Indicator (KPI) che permettono di monitorare il raggiungimento degli obiettivi strategico - competitivo prefissati.

2. L'attività di monitoraggio sarà sviluppata nelle seguenti fasi:

a. Misurazione iniziale degli indicatori di performance. Tale misurazione, effettuata in coincidenza con la fase di avvio del Piano delle attività, fornirà un quadro puntuale della situazione iniziale del Distretto relativamente ad alcuni aspetti chiave e rappresenterà il benchmark di riferimento per la valutazione delle performance delle iniziative realizzate.

b. Misurazione periodica degli indicatori di performance. Tali misurazioni consentiranno di misurare nel tempo le modificazioni delle performance del Distretto e il grado di successo delle iniziative intraprese. La cadenza delle rilevazioni sarà normalmente annuale, ma potrà anche riguardare periodi più brevi o più lunghi in funzione della natura del fenomeno che si intende misurare e delle risorse economiche destinate a tali misurazioni.

3. Le performance del Distretto saranno valutate, a seconda dei casi, in base ad uno dei seguenti livelli di analisi:

a. Programma di Intervento nel suo complesso;

b. singoli Obiettivi strategici individuati.

## 7.15.2 Indicatori relativi al Programma di Intervento nel suo complesso

- Occupazione delle unità edilizie con destinazione commerciale

INDICATORE	Indice di negozi sfitti: variazione rispetto all'anno precedente del numero di locali posizionati al piano terra con destinazione commerciale non affittati sul totale dei locali posizionati a piano terra con destinazione commerciale presenti nell'area (in valore assoluto e percentuale).
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la capacità dell'area di attrarre imprese del terziario commerciale.

Tabella 58 - Occupazione delle unità edilizie con destinazione commerciale

- Andamento delle vendite effettuate dagli esercizi commerciali

INDICATORE	Indice delle vendite: variazione percentuale delle vendite trimestrali effettuate dagli esercizi commerciali dell'area rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.
PERIODICITÀ	Trimestrale, con riepilogo annuale.
FINALITÀ	Valutare la capacità attrattiva dell'area sulla base dell'andamento delle vendite del settore commerciale

Tabella 59 - Andamento delle vendite effettuate dagli esercizi commerciali

- Grado di soddisfazione dell'area

INDICATORE	Indice di Customer Satisfaction: giudizio espresso da commercianti, residenti e frequentatori su aspetti identificativi della vitalità e vivibilità del Distretto risultante da una specifica indagine di Customer Satisfaction .
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la soddisfazione di frequentatori, residenti e operatori economici relativamente all'area del Distretto.

Tabella 60 - Grado di soddisfazione dell'area

## 7.15.3 Indicatori relativi a singoli Obiettivi strategici

Obiettivo 3 - Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto

INDICATORE	Numero di accessi al Portale del Distretto (e alle diverse sezioni e pagine).
PERIODICITÀ	Bimestrale.
FINALITÀ	Conoscere il numero di utilizzatori del Portale.

Tabella 61 - Sviluppo di una politica di comunicazione integrata del Distretto

INDICATORE	Indice di Brand Awareness: numero di utenti che conoscono il Distretto e le sue iniziative, risultante da una sezione di analisi nell'ambito della prevista indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Misurare il livello di notorietà del Distretto e delle sue azioni.

**Tabella 62 - Sviluppo di una politica di comunicazione integrata del Distretto**

**Obiettivo 4 - Aumentare il livello di sicurezza**

INDICATORE	Indice di sicurezza reale: variazione percentuale rispetto all'anno precedente del numero di crimini comuni (ad es. furti, scippi, atti di vandalismo) compiuti nell'area commerciale.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare il livello di criminalità dell'area commerciale.

**Tabella 63 - Aumento del sistema di sicurezza**

INDICATORE	Indice di sicurezza percepita: variazione percentuale della sicurezza percepita durante la frequentazione dell'area commerciale rispetto all'anno precedente, risultante da un'indagine di Customer Satisfaction.
PERIODICITÀ	Annuale.
FINALITÀ	Valutare la percezione di sicurezza dei frequentatori.

**Tabella 64 - Aumento del sistema di sicurezza**

**Obiettivo 5 – Migliorare l'accessibilità e la mobilità del Distretto**

INDICATORE	Numero di accessi al noleggio delle biciclette previste nel programma di bike-sharing
PERIODICITÀ	Semestrale
FINALITÀ	Valutare l'utilizzo reale del servizio bike-sharing

**Tabella 65 - Miglioramento dell'accessibilità e della mobilità del Distretto**

**Obiettivo 6 – Progettare e realizzare un sistema informativo di marketing**

INDICATORE	Numero dei rilasci di carte fedeltà da utilizzare all'interno dei commercianti del Distretto
PERIODICITÀ	Mensile
FINALITÀ	Valutare il reale utilizzo della carta e del numero degli acquisti della clientela del Distretto

**Tabella 66 - Progetto di un sistema informativo di marketing**



## 7.16 Crono programma

Tipologia dell'intervento	2010						2011						2012					
	G-F	M-A	M-G	L-A	S-O	N-D	G-F	M-A	M-G	L-A	S-O	N-D	G-F	M-A	M-G	L-A	S-O	N-D
<b>1 Comunicazione e Marketing</b>																		
Acquisto e installazione tabelloni informativi																		
Realizzazione e gestione di un sito Web (portale di Distretto)																		
Creazione del logo di Distretto																		
Predisposizione di materiale editoriale del Distretto																		
<b>2 Promozione e Animazione</b>																		
Luminarie natalizie																		
Acquisto palco modulare																		
Potenziamento calendario eventi																		
<b>3 Interventi strutt. Qualificaz Urbana</b>																		
Realizzazione di de hors e relative attrezzature e arredamento																		
Qualificazione estetica degli immobili ad uso commerciale																		
Riqualificazione piazze e strade del centro storico																		
Ristrutturazione e riqualificazione della viabilità																		
Riqualificazione piazza dell'amicizia																		
<b>4 Accessibilità e Mobilità</b>																		
Realizzazione piste ciclabili e politiche di bike-sharing																		
<b>5 Sicurezza</b>																		
Potenziamento del sistema di videosorveglianza																		

6 Gest. Servizi in comune																			
Dotazione aggiuntiva di cestini posacenere																			
Pulizia aggiuntiva "Piazza dell'Amicizia"																			
Realizzazione di sistemi multimediali per l'utilizzo di tecnologie in funzione delle attività commerciali (Wi-fi e cablaggio)																			
Personalizzazione segnaletica commerciale																			
7 Sost. Energetica ed ambientale																			
Realizzazione segnaletica verso Autodromo e Golf Resort tramite pannelli fotovoltaici																			
Dotazione di pannelli fotovoltaici sulle future strutture di vendita																			

Tabella 67 - Crono programma

### 7.17 Fonti

L'analisi del contesto, soprattutto per la parte demografica e commerciale dei comuni di Rovato e Chiari, ha tenuto conto dei dati e delle informazioni ricavate dagli elaborati del Piano di Governo del Territorio dei due comuni, dal sito dell'ISTAT e da quello dell'Osservatorio del Commercio della Regione Lombardia. Per quanto riguarda il comune di Castrezzato le elaborazioni sono state effettuate tramite un censimento sul territorio incrociando i dati del commercio tramite l'Osservatorio del commercio della Regione Lombardia.

## Bibliografia

- Territorio, Linee guida per il progetto territoriale di infrastruttura. Il caso Brebemi, di Maurizio Vogliazzo, n. 29/30, 2004, Franco Angeli;

### - Sitografia:

- [www.regione.lombardia.it](http://www.regione.lombardia.it)
- [www.provincia.brescia.it](http://www.provincia.brescia.it)
- [www.provincia.milano.it](http://www.provincia.milano.it)
- [www.provincia.bergamo.it](http://www.provincia.bergamo.it)
- [www.brebemi.it](http://www.brebemi.it)
- [www.osscom.regione.lombardia.it/commercio](http://www.osscom.regione.lombardia.it/commercio)
- [www.webdiap.diap.polimi.it/Lab/UrbeCom](http://www.webdiap.diap.polimi.it/Lab/UrbeCom)
- [www.comune.castrezzato.it](http://www.comune.castrezzato.it)
- [www.eddyburg.it](http://www.eddyburg.it)
- [www.comuni-italiani.it](http://www.comuni-italiani.it)
- [www.istat.it](http://www.istat.it)
- [www.comune.chiari.brescia.it](http://www.comune.chiari.brescia.it)
- [www.comune.brescia.it](http://www.comune.brescia.it)
- [www.comune.rovato.it](http://www.comune.rovato.it)
- [www.irer.it](http://www.irer.it)
- [www.agenziaentrate.gov.it](http://www.agenziaentrate.gov.it)

### - Giornali:

- Giornale di Brescia, 17 marzo 2010, “Castrezzato: No alle discariche”
- Giornale di Brescia, 22 giugno 2010, Castrezzato. Siglato l'accordo sulla cava Brebemi”
- Giornale di Brescia, 1 ottobre 2010, “Castrezzato, slitta accordo sulla sede Brebemi”
- Mark Up, luglio/agosto 2010, “Medie strutture, è necessario dire stop ai vincoli insediativi”. Intervista ad Angelo Straolzini, esperto in materia commerciale della provincia di Brescia