

cop. 1/201



Comune di Alonte

Provincia di Vicenza

PIANO COMUNALE DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Relazione tecnica
(L. R. 10/01)

Giugno 2005

Indice

1. Premessa	2
1.1 Programmazione commerciale	2
1.2 Obiettivi commerciali dello studio	3
2. La struttura del Comune di Alonte	4
3. La popolazione	5
3.1 Lo stato attuale: numero degli abitanti	5
3.2 Previsione sulla base dei dati storici	6
3.3 Lottizzazioni	7
3.4 Le gravitazioni	8
3.5 Incremento della popolazione	8
4. Funzionalità e produttività della rete di vendita	9
4.1 La situazione attuale	9
5. Il commercio su aree pubbliche	10
5.1 Premessa	10
5.2 Il commercio ambulante in Italia	11
5.3 La situazione del commercio ambulante nel Comune di Alonte.....	11
5.4 Equilibrio tra tipologie merceologiche delle varie forme di distribuzione	12
5.5 I mercati nei comuni limitrofi	13
5.6 Ipotesi di ingrandimento/integrazione del mercato settimanale.....	13
6. Conclusioni	14

1. Premessa

1.1 Programmazione commerciale

I Comuni del Veneto, in sintonia con la programmazione regionale per l'insediamento di attività commerciali (L.R. 15/04) hanno il compito di promuovere e salvaguardare il servizio commerciale nelle aree urbane ed inoltre, in ottemperanza alle nuove norme in materia (L.R. 10/01), devono regolamentare il commercio su aree pubbliche.

La recente normativa prevede infatti che i Comuni approvino un "Piano del commercio su aree pubbliche", con validità triennale, inserendo alcuni elementi importanti quali la ricognizione delle aree, l'individuazione dei mercati o delle fiere che necessitino di un intervento di potenziamento, spostamento, riduzione o soppressione, l'individuazione di eventuali nuove aree da adibire a posteggi sia dentro sia fuori dal mercato, l'individuazione delle aree destinate a fiere o mercati, l'individuazione delle aree in cui è vietato il commercio in forma itinerante ed infine il "Regolamento" per tale disciplina.

Per l'adozione del piano comunale del commercio su aree pubbliche i Comuni devono attenersi, secondo uno schema già previsto anche per l'insediamento delle medie strutture, ad alcuni criteri socio-economici:

- studio delle caratteristiche economiche del territorio, della popolazione e della rete di vendita in sede fissa, con particolare attenzione all'equilibrio esistente tra le diverse forme distributive nonché alla funzionalità ed alla produttività del servizio da rendere al cittadino;
- sviluppo di zone in espansione, di centri storici, di zone montane e di centri con popolazione inferiore a 3000 abitanti;
- previsioni degli strumenti urbanistici vigenti, situazione dei posteggi e degli elementi di arredo urbano;
- infine considerazione delle norme igienico sanitarie ed analisi della viabilità e delle condizioni di pubblica sicurezza.

Risulta evidente che l'attività di commercio in forma ambulante, così come prevista dalla Legge Regionale 10/01, ha subito un notevole cambiamento rispetto al passato. Infatti l'attività del commercio su aree pubbliche si inserisce ormai a pieno titolo nel contesto della distribuzione al dettaglio, occupando uno spazio lasciato libero dal commercio fisso: proprio grazie alla nuova normativa sarà possibile ripristinare situazioni

di difficile gestione o provvedere ad un miglioramento dei mercati già esistenti, con conseguenze positive da un punto di vista urbanistico, economico e sociale.

In un contesto di analisi della struttura commerciale esistente, il commercio in forma ambulante dovrà quindi essere considerato un settore trainante, orientato all'allargamento dei contenuti di servizio e di complemento al commercio in sede fissa, laddove riesca ad integrarsi con la rete esistente e a creare una rivitalizzazione dei centri storici oltre a fornire un servizio di vicinato sempre più prezioso.

Esso diventa perciò un importante elemento di identità sociale, culturale e di aggregazione, e contribuisce ad una diversificazione delle forme distributive dando maggiori possibilità di scelta in ambito concorrenziale.

1.2 Obiettivi commerciali dello studio

Il presente studio si propone di analizzare la realtà commerciale del comune di Alonte, le variabili sociali ed economiche che sono intimamente collegate alla prospettiva di promuovere una distribuzione più qualificata di beni e servizi alla comunità, ed inoltre le gravitazioni dei Comuni limitrofi che possono intervenire nella fase di attività del commercio su aree pubbliche.

Del resto un'efficace pianificazione commerciale comunale deve porsi come obiettivo quello di offrire la migliore qualità del servizio al cittadino, in una logica di equilibrio tra le diverse esigenze, consentendo altresì la gestione di processi insediativi attraverso normative precise e rispondenti all'evoluzione della struttura socio-economica.

Operativamente, nel presente studio, verrà descritto il quadro dell'attuale situazione del commercio in sede fissa e su aree pubbliche di Alonte, verranno riportate alcune considerazioni derivanti dal rilevamento dei dati, dagli studi effettuati sul territorio, e dai confronti con situazioni limitrofe tenendo in considerazione le problematiche di rivitalizzazione del centro urbano e delle frazioni, la fornitura di servizi alla popolazione e le prospettive di crescita e di riqualificazione dell'area presa in esame.

2. La struttura del comune di Alonte

Il territorio comunale di Alonte ha una superficie di 11,16 kmq., ed è collocato ad una altezza di 34 metri s.l.m. alla sede comunale. Dista dal capoluogo di provincia circa 33 km.: in figura 1 è possibile visualizzarne l'esatta collocazione all'interno del territorio della provincia di Vicenza.

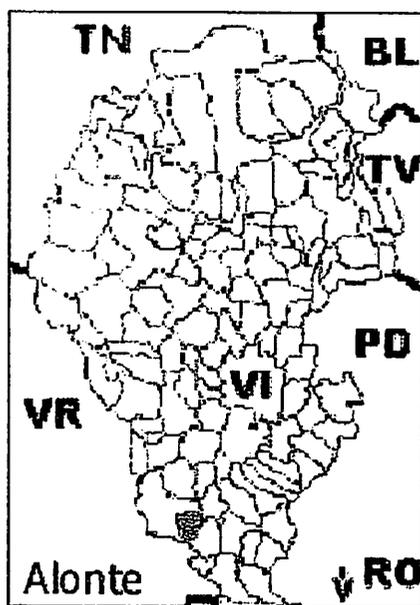


Fig.1 - Collocazione del comune

Alonte è un comune di piccole dimensioni posto nella parte sud - ovest della provincia di Vicenza, vicino al confine con la provincia di Verona.

Il contesto naturalistico - paesaggistico in cui il comune è inserito è di notevole pregio, i colli Berici infatti, una formazione collinare di natura calcarea che occupa circa 165 kmq raggiungendo un'altezza massima di circa 445 m. s.l.m., presentano una conformazione molto variegata e assolutamente incantevole.

Le dimensioni ridotte del Comune e la relativa distanza del centro dalla principale strada di comunicazione che è la S.P. 14 S. Feliciano, ha sempre mantenuto Alonte in un certo isolamento fino a qualche anno addietro quando l'Amministrazione comunale ha dato un impulso notevole allo sviluppo residenziale.

Il comune di Alonte è costituito da tre nuclei abitati: Alonte centro, Corlanzone e Stamberga. A questi tre nuclei si aggiunge anche una zona industriale.

L'economia di Alonte è indiscutibilmente legata alla coltivazione della vite, con una vera e propria "strada del vino", la già citata S.P. 14.

3. La popolazione

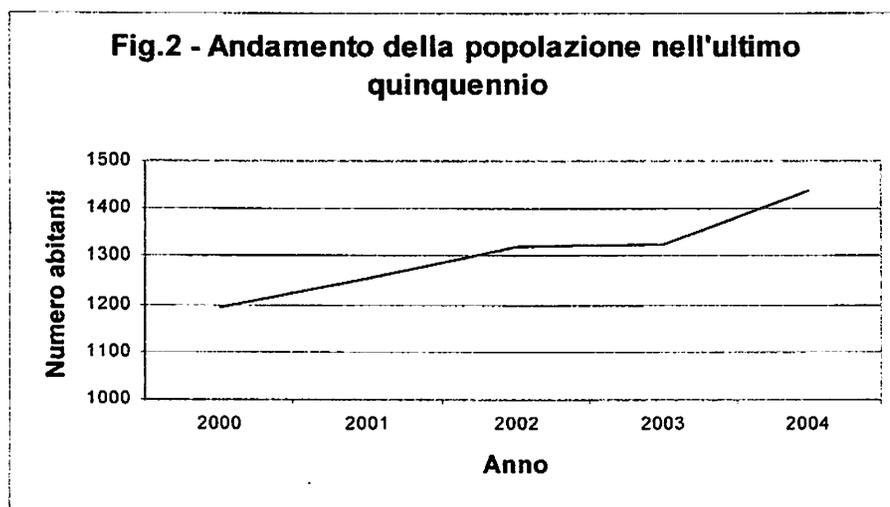
3.1 Lo stato attuale: numero degli abitanti

Analizzando la popolazione del Comune negli ultimi cinque anni, si rileva come sia stata caratterizzata da un trend di crescita sostenuta, tranne che nel 2003 (tab. 1 e relativo grafico).

Tab. 1 – Andamento della popolazione nell'ultimo quinquennio

Anno	Pop.	Variazione %
2000	1193	4,19%
2001	1254	5,11%
2002	1320	5,26%
2003	1324	0,30%
2004	1435	8,38%

(fonte: dati Comunali, al 31 dicembre)



3.2 Previsione sulla base dei dati storici

E' possibile utilizzare i dati a disposizione per ottenere un quadro ipotetico del possibile incremento demografico nel Comune di Alonte per i prossimi tre anni: tale intervallo temporale è quello che viene definito "ideale" ai fini di una previsione quanto più vicina alla realtà.

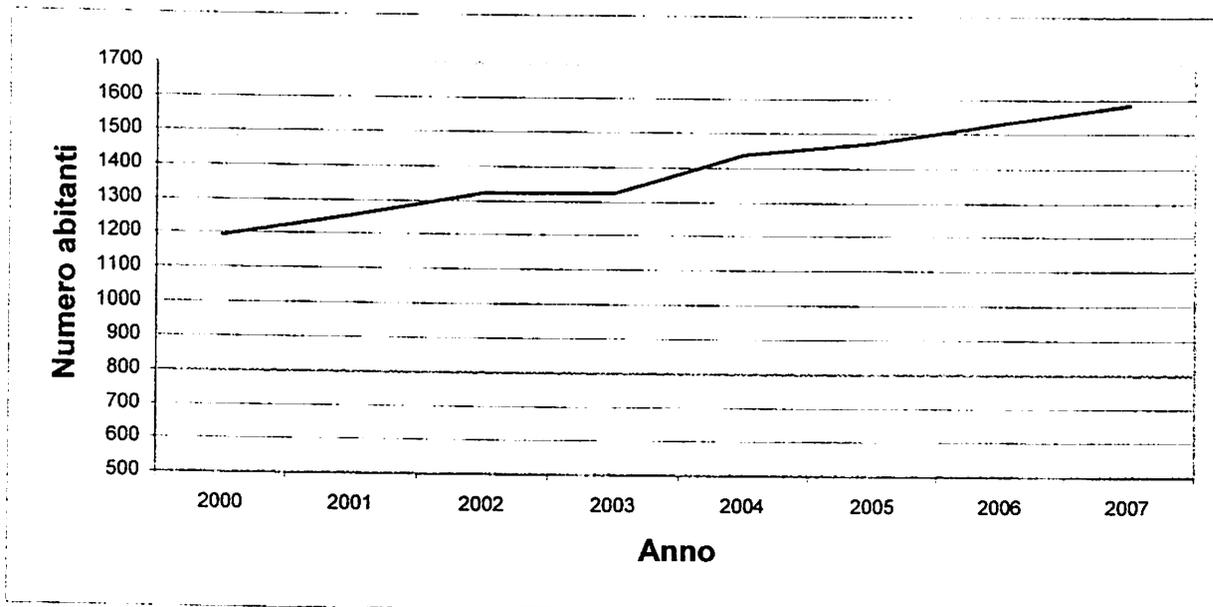
Utilizzando la metodologia della regressione lineare, è pertanto possibile visualizzare, in tab. 2 e in fig. 3, l'ipotetico incremento demografico che potrebbe verosimilmente interessare il comune oggetto di analisi.

Tab.2 - Numero abitanti: proiezione al 31.12.2007

Anno	Pop.	Variazione %
2000	1193	
2001	1254	5,11%
2002	1320	5,26%
2003	1324	0,30%
2004	1435	8,38%
2005	1474	2,49%
2006	1530	3,80%
2007	1586	3,66%

(fonte: elaborazione ISTER da dati Comunali)

Fig. 3 – Numero abitanti: proiezione al 31.12.2007



E' bene specificare che tali ipotesi sono subordinate ai parametri registrati negli ultimi quattro anni in termini di bilancio demografico.

Qualora comunque questi dati dovessero subire consistenti variazioni, potrà essere rivista l'impostazione dei criteri del presente piano.

Dal livello aggregato, si potrebbe passare poi a delineare lo scenario ipotetico in termini di popolazione prevista al 31.12.2007, per ciascuna delle zone individuate se non fosse un'evidente sbilanciamento verso il centro del comune dove si sono realizzate di recente alcune lottizzazioni, rispetto al resto del comune, caratterizzato, in questi anni, da una notevole espansione di fabbricati produttivi.

3.3 Lottizzazioni

Un altro importante fattore di incremento demografico è dato dalle lottizzazioni e dagli altri interventi urbanistici rilevanti. Secondo i dati forniti dal Comune, nell'arco temporale di validità dei criteri in esame, sono previsti ulteriori interventi edilizi nella zona del centro di Alonte che prevedono, a regime, l'insediamento di circa 500 abitanti.

3.4 Le gravitazioni

Il Comune non è soggetto a considerevoli fenomeni di "gravitazione", ovvero inerenti ai movimenti di consumatori fluttuanti che per motivi d'affari o di passaggio si fermano e si recano, per i propri acquisti, negli esercizi commerciali all'interno del territorio comunale di Alonte.

3.5 Incremento della popolazione

Viene a questo punto considerata, in tab.3, la situazione demografica proiettata al 31.12.2007.

Tab.3 - Incremento totale della popolazione per zona al 31.12.2007

<i>Totale residenti al 21.12.2004</i>	<i>Incremento per lottizzazioni al 31.12.2007</i>	<i>Incremento naturale al 31.12.2007</i>	<i>Totale residenti al 31.12.2007</i>
1.438	500	148	2.086

La tabella individua:

- la popolazione rilevata al 31.12.2004 (dati forniti dall'Amministrazione Comunale);
- l'incremento per lottizzazioni previsto al 31.12.2007, che come detto è pari a circa 500 nuovi abitanti;
- l'incremento naturale previsto al 31.12.2007, secondo quanto calcolato precedentemente tramite il metodo dell'interpolazione lineare;
- il numero totale di residenti previsto al 31.12.2007 (residenti al 31.12.2004 + incremento per lottizzazioni al 31.12.2007 + incremento naturale al 31.12.2007).

4. Funzionalità e produttività della rete di vendita in sede fissa

4.1 La situazione attuale

Il Comune di Alonte viste anche le ridotte dimensioni, non conta un numero di esercizi commerciali particolarmente cospicuo, esistono infatti nell'intero territorio comunale due medie strutture di vendita, una occupata nel commercio di autoveicoli e una nell'arredamento, e cinque esercizi di vicinato di cui 3 del settore non alimentare, 1 del settore alimentare e 1 del settore misto (alimentari, tabacchi, giornali). (dati osservatorio provinciale 2003 – comune di Alonte).

Per quanto riguarda la dislocazione degli esercizi di vicinato due sono in zona centrale, uno in località Corlanzone e due lungo la S.P. 14 S. Feliciano.

Le attività commerciali hanno alcune caratteristiche peculiari che le accomunano:

- presenza di parcheggi che soddisfano le necessità dell'esercizio;
- frequentati prevalentemente dalla cosiddetta "clientela di prossimità", e cioè da utenti residenti nelle immediate vicinanze dell'esercizio.

Da notare l'assenza del mercato ambulante settimanale e di posteggi singoli per ambulanti (piazze morte).

L'arredo urbano risulta in buone condizioni e le abitazioni nei pressi dei due poli commerciali sono tutte in un buono/discreto stato di conservazione.

In conclusione i risultati dell'analisi mostrano, per il Comune di Alonte, una rete commerciale formata per il 100% da esercizi di commercio in sede fissa.

Il fabbisogno alimentare dei residenti è soddisfatto dalla presenza di un minimarket sito in zona centro, che dato l'alto grado di inserimento nel contesto urbano di Alonte è meta dei residenti, contenendo anche se parzialmente, il processo di evasione verso altre realtà (prima tra tutte Lonigo), che divengono tuttavia meta periodica non tanto in relazione ai piccoli acquisti giornalieri quanto alla spesa settimanale pianificata e alla tipologia non alimentare, in modo particolare abbigliamento ed elettrodomestici.

5. Il commercio su aree pubbliche

5.1 Premessa

Oggi si definisce "commercio su aree pubbliche" ciò che in sostanza è una struttura precaria collocata in un unico grande luogo di vendita, costituito da singoli banchi o da loro raggruppamenti, che nell'arco di una giornata nasce e scompare.

Esso fornisce un importante servizio ai cittadini dando la possibilità di maggiore scelta e di maggiore concorrenzialità a livello di qualità del prodotto, di professionalità e di prezzo. Quest'ultimo, contenuto rispetto al commercio tradizionale, risulta essere uno dei vantaggi maggiori per gli acquirenti reso possibile grazie alla differenza tra la sede mobile e quella fissa consistente nella leggerezza della struttura e nella riduzione di numerosi costi d'impianto: leggerezza e mobilità, d'altro canto, producono quel carattere competitivo che rimane l'anima essenziale del commercio, e cioè seguire la clientela dove questa si presume più numerosa e più propensa agli acquisti.

Nonostante questo l'ambulante non è visto dal commercio in sede fissa come un concorrente, ma piuttosto, se organizzato in mercato settimanale, come un operatore complementare nell'assortimento oltre che un motivo di attrazione per consumatori che potranno apprezzare anche i prodotti del commercio fisso.

Non dimentichiamo inoltre il valore dei mercati relativamente alla riqualificazione e rivitalizzazione dei centri storici, che animandosi di operatori e cittadini, rinnovano gli incontri sociali e lo scambio culturale: pertanto il mercato è importante soprattutto in quelle realtà medio-piccole, talvolta carenti di punti vendita o del tutto sfornite di alcune specifiche tipologie merceologiche, caratterizzate perciò da una rete commerciale da integrare o da rendere più competitiva e varia.

Difficoltà quali la concorrenza dei centri commerciali, la sicurezza di operatori e strutture che deve essere garantita dagli organi competenti ed infine l'abusivismo, devono essere motivo affinché gli operatori del commercio su aree pubbliche si specializzino sempre di più puntando sulla qualità del servizio e sul rapporto con l'acquirente basato su fiducia e spontaneità.

5.2 Il commercio ambulante in Italia

In Italia sono oltre 1.000 i mercati giornalieri nei comuni capoluogo e circa 8.000 mercati periodici (settimanali, quindicinali, mensili) nelle piccole realtà con una rete composta da circa 140.000 aziende e oltre 450.000 addetti. La quota di giro d'affari dei consumi degli italiani nel commercio ambulante è, secondo un'indagine FIVA-Confcommercio, riconducibile a circa il 18% del totale, una percentuale che ha conosciuto una contrazione negli ultimi anni visto che nel 1991 era del 22%.

Il Veneto, che gode di una antica tradizione di mercati settimanali, ha invece una consistente presenza di operatori su aree pubbliche (circa 518 mercati nella Regione) e si può pertanto stimare che questo settore costituisca circa il 25% del volume complessivo delle attività commerciali.

Più specificamente, in provincia di Vicenza si svolgono più di 100 mercati tra stagionali, settimanali e giornalieri che coinvolgono circa 70 comuni (su 121).

L'identikit del frequentatore dei mercati è costituito da donne (circa il 75%) prevalentemente al di sopra dei 40 anni con una serie di motivazioni che vanno dalla concorrenzialità dei prezzi, all'assortimento della merce e non di minore importanza la tradizione, la curiosità e la socializzazione.

5.3 La situazione del commercio ambulante ad Alonte

Nel comune di Alonte non si svolge alcun mercato settimanale. Non esiste nemmeno un "posteggio isolato", intendendo con questa definizione "un mercato costituito da un gruppo di posteggi fino a cinque" (così come definito dalla L.R. 6 Aprile 2001, n.10, art. 7).

Evidentemente la crescita dei residenti nel comune, essendo piuttosto recente, non ha fino ad oggi generato la necessità di avere a disposizione le molte tipologie che risultano essere assenti nelle attività di commercio in sede fissa (abbigliamento, calzature, fiorerie, ferramenta ecc.)

5.4 Equilibrio tra tipologie merceologiche delle varie forme di distribuzione

Il rapporto Censis-Findomestic 2001 rileva come il 59% delle famiglie del vicentino preferisca acquistare prodotti alimentari nelle grandi strutture commerciali, il 55,6% l'abbigliamento nei piccoli negozi ed il 48,9% nei piccoli esercizi del centro: è perciò evidente che i vicentini non vogliono rinunciare a nessuna delle tipologie di distribuzione e che il loro stile di consumo è equamente suddiviso tra il desiderio di novità e l'attaccamento ai valori tradizionali.

Per quanto riguarda il comune di Alonte la realtà commerciale esistente appare adatta a soddisfare le esigenze della popolazione residente alla data odierna: su un totale di 7 esercizi infatti vi sono 2 medie strutture (non alimentari) e 5 esercizi di vicinato (1 alimentare, 3 non alimentari e 1 misto), manca tuttavia, come più volte ricordato, un vero e proprio mercato ambulante che possa proporre una varietà più ampia di prodotti.

Volendo a questo punto effettuare un'analisi delle merceologie del commercio in sede fissa, per verificare eventuali carenze ed esuberi in modo tale da incentivare quelle specifiche tipologie merceologiche necessarie per una crescita equilibrata ed armonica delle forme di distribuzione, si otterrebbero i seguenti risultati:

- nel settore non alimentare l'analisi delle merceologie della rete di vendita in sede fissa indica come ciascuno degli esercizi presenti offra tipologie merceologiche che nessuno degli altri esercizi offre;
- il settore alimentare, conta solamente su una azienda che si occupa principalmente della commercializzazione di vini e spumanti;
- nel settore misto è presente solamente una attività che, al fine della soddisfazione dei bisogni dei consumatori del comune di Alonte, risulta essere probabilmente la più importante. Si tratta infatti di un minimarket con annessa edicola e tabaccheria;
- da sottolineare la mancanza totale di parecchie merceologie nel commercio in sede fissa (abbigliamento, calzature, intimo, pelletterie, tessuti e merceria...): tuttavia, come già ricordato più volte, la vicinanza con Lonigo elimina qualsiasi difficoltà di approvvigionamento in questo senso.

5.5 I mercati nei comuni limitrofi

Considerata inoltre la caratteristica di "attrattore" svolta dal mercato ambulante e visto quanto indicato dalla normativa di riferimento, si ritiene opportuno verificare anche la situazione dei mercati nei comuni limitrofi o comunque poco distanti in termini chilometrici dal comune di Alonte:

- presso il comune di Orgiano (4 km) si tiene, il giovedì, un mercato di 8 banchi;
- presso il comune di Lonigo (4,7 km) si tiene, il lunedì, un mercato di 165 banchi;
- presso il comune di Noventa Vic.na (13,2 km) si tiene, il martedì, un mercato di 139 banchi;

Infine presso il capoluogo Vicenza (33 km), si tengono ogni giorno (domenica esclusa) uno o più mercati (dislocati in varie zone della città) composti di un numero di banchi che oscilla tra i 6 ed i 72 (dati F.I.V.A. – Confcommercio).

Come appare evidente dal numero di banchi di cui ognuno dei mercati menzionati è composto, si tratta di un solo "mercato minore" (da sei a venti posteggi) e di 3 "mercati maggiori" (oltre venti posteggi).

5.6 Ipotesi di creazione del mercato settimanale

Riassumendo alcuni concetti emersi dal presente studio riportiamo di seguito la situazione relativa al comune di Alonte:

- incremento demografico costante, con previsione di lottizzazioni attualmente in fase di iniziazione/completamento;
- rete del commercio in sede fissa adeguata all'utenza composta dai residenti presso il comune;
- buona presenza di mercati settimanali nei i comuni limitrofi, durante tutto l'arco della settimana.
- appare chiaro come alla situazione attuale, nonostante il previsto aumento dei residenti, non sussistano né gli elementi atti a garantire un adeguato svolgimento di un mercato, né gli elementi atti ad assicurare una adeguata remuneratività alle attività ambulanti eventualmente ospitabili in termini di numero di potenziali utenti.

6. Conclusioni

La presenza del mercato, soprattutto nei piccoli comuni, è importante per elevare la qualità complessiva delle attività commerciali, e per fare del centro urbano un vero e proprio polo d'attrazione competitivo rispetto alle grandi superfici di vendita periferiche creando un maggior equilibrio merceologico e di forme distributive, migliorando così il livello del servizio, la specializzazione e la prossimità di qualità ed infine l'immagine globale della rete di vendita e del contesto urbanistico ed architettonico.

Per quanto riguarda il Comune di Alonte l'impianto urbanistico (arredo urbano, parcheggi) nonché di servizio (bar, ristoranti) è sicuramente in grado di supportare questa attività nell'esercizio delle sue funzioni, tuttavia non lo sarebbe nell'ipotesi dell'istituzione di un nuovo mercato.

La rete commerciale esistente, adeguatamente dimensionata sia riguardo alla dotazione di esercizi, sia riguardo al livello di specializzazione alla sua utenza tipo (il residente), in definitiva non soffre della mancanza di un proprio mercato settimanale, anche grazie alla vicinanza di mercati settimanali importanti come quello di Lonigo e Noventa Vicentina.

Anche l'esercizio del commercio itinerante, per caratteristiche urbanistiche e viabilistiche (strade strette, anguste e in parte collinari), non è compatibile con il territorio del Comune di Alonte, fanno eccezione due sole zone adatte alla sosta (da non considerarsi "Piazza morta"):

- Piazza sita in Via Marconi vicino al Municipio;
- Slargo sito in Via San Feliciano all'altezza del civico 22 a destra di Via San Feliciano in direzione Lonigo – Noventa Vicentina.

Pertanto, senza stravolgere l'attuale assetto della rete di vendita, si ritiene opportuno mantenere invariata la situazione attuale, con la sola aggiunta della limitazione del commercio itinerante alle zone sopra descritte.

In questo modo rimarranno inalterate funzionalità e produttività dell'area, favorendone l'equilibrio merceologico e di forme distributive, senza per questo andare ad intaccare il livello di servizio, la specializzazione ed infine l'immagine globale della rete di vendita e del contesto urbano ed architettonico.