

S.C. EVOLUTION S.p.a.

Via Manzoni, 41
20121 Milano (MI)

COMUNE DI MONZA

Piazzale Virgilio

**Apertura media struttura di vendita
settore alimentare e non alimentare – mq 2.500**

RAPPORTO DI IMPATTO/COMPATIBILITA'
commerciale-occupazionale

DCR 2 ottobre 2006 n. VIII/215

Programma Triennale per lo sviluppo del Settore
Commerciale 2006/2008

DGR 5 dicembre 2007 n. 8/6024

modif. con DGR 23 gennaio 2008 n. 8/6494

Medie strutture di vendita – disposizioni attuative
del Programma Triennale

gennaio 2020



ANGELO STRAOLZINI & PARTNERS
SERVIZI INTEGRATI PER IL COMMERCIO E GLI ENTI LOCALI

via Valcamonica 17/A - 25132 Brescia
telefono 0302411324 - fax 0303735390



Inquadramento normativo

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

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

- ricadute occupazionali del nuovo punto di vendita;
- impatto sulla rete distributiva di vicinato.

Obiettivo della relazione

Il presente studio è finalizzato alla valutazione della compatibilità dell'apertura di una media struttura di vendita che sarà localizzata nel territorio di Monza in Piazzale Virgilio.

In esso saranno quantificate l'entità dei consumi delle famiglie e la consistenza dei servizi distributivi e verranno stimati gli effetti di impatto sul sistema distributivo locale derivanti dall'attivazione del nuovo punto vendita.

Esso costituisce parte integrante degli elaborati riferiti alla procedura urbanistico-edilizia relativa all'insediamento di Piazzale Virgilio.

CARATTERISTICHE DEL PUNTO VENDITA

Caratteristiche dimensionali del punto di vendita

La media struttura di vendita in progetto avrà le seguenti caratteristiche dimensionali e merceologiche:

caratteristiche msv	Valori
superficie totale (slp)	4.095 mq
superficie di vendita (sv)	2.500 mq
sup. di vendita sett. alimentare	2.000 mq
sup. di vendita sett. non alimentare	500 mq

Altre caratteristiche del punto di vendita

Il sistema di accessibilità e la dotazione infrastrutturale (parcheggi e accessibilità), come risulta dagli specifici elaborati progettuali contenuti nella procedura urbanistico-edilizia in corso, risultano coerenti con le previsioni e le disposizioni contenute negli strumenti urbanistici e congrui rispetto alla tipologia insediativa oggetto della presente analisi, costituita da una media struttura di vendita, settore merceologico alimentare e non alimentare.

Stima del fatturato del punto vendita

Al fine di procedere a valutare la compatibilità della media struttura in progetto, in questo paragrafo si calcola il suo fatturato potenziale ovvero il nuovo volume di spesa attratto.

I valori di fatturato al mq utilizzati per il calcolo sono quelli indicati dal Regolamento Regionale 3/2000 in quanto tuttora unico dato ufficiale di riferimento disponibile e di adeguata attendibilità, a seguito della evoluzione avuta in questi anni dei valori di produttività

aziendale della GDO. Gli importi sono quelli relativi all'Unità Territoriale di appartenenza del Comune di Monza corrispondente all'Unità 14 riportati nella tabella seguente e articolati per settore merceologico e per tipologia distributiva con la sotto-classificazione delle medie strutture superiori alla soglia intermedia dei 600 mq:

Tipologia Di vendita	SETT. ALIMENTARE Fatturato Euro al mq	SETT. NON ALIMENTARE Fatturato Euro al mq
Vicinato	2.479	981
msv<600 mq	2.634	1.033
msv>600 mq	5.474	1.911
Gsv<5.000mq	7.024	2.634
Gsv>5.000mq	8.728	3.716

Nel caso in esame i valori utilizzati sono quelli della media struttura di vendita superiore a 600 mq che vengono moltiplicati per la superficie di vendita prevista per ciascun settore merceologico:

Fatturato MEDIA STRUTTURA DI VENDITA						
	ALIMENTARI			NON ALIMENTARI		
Tipolog. di vendita	Fatturato Euro al mq	Superfic. Mq	Fatturato Euro	Fatturato Euro al mq	Superfic. mq	Fatturato Euro
msv>600	5.474	2.000	10.948.000	1.911	500	955.500
totale	11.903.500					

Il valore di Euro 11.903.500 così calcolato costituisce l'importo del fatturato stimato per il nuovo esercizio.

Livelli occupazionali del punto vendita

Il numero degli addetti che opereranno nella media struttura in oggetto è stimato in misura proporzionale alla sua superficie di vendita. Per il calcolo si utilizzano i parametri occupazionali indicati dall'Osservatorio Regionale sul Commercio, "Dati per componente socio - economica" Addetti per tipologia di vendita anno 2019 (valore medio regionale), riportati di seguito:

Tipologia di vendita	Addetti 2019 ogni 1.000 mq. Alimentare	Addetti 2019 ogni 1.000 mq. Non alimentare
vicinato	26,58	16,19
msv	19,94	7,45
gsv	38,73	8,83

Attraverso tali criteri di calcolo si stima il numero di addetti che opereranno nella struttura in progetto; i parametri applicati sono quelli della media struttura:

Addetti media struttura di vendita						
	ALIMENTARI			NON ALIMENTARI		
Tipol. di vendita	Addetti x 1.000 mq.	Superf. msv Mq	Addetti msv	Addetti x 1.000 mq.	Superf. msv mq	Addetti msv
Msv	19,94	2.000	39,88	7,45	500	3,73
totale	44					

Nell'esercizio commerciale in apertura potranno essere impiegati **44 nuovi addetti.**

Il valore degli occupati è espresso in unità FTE (full time equivalent): ciò significa che il numero degli addetti effettivi (che comprende anche i part-time) sarà significativamente maggiore.

Classificazione territoriale del punto vendita

Una media struttura di vendita assume carattere sovracomunale qualora il peso insediativo del Comune, costituito dal rapporto tra residenti e addetti e superfici di vendita, sia uguale o inferiore a 1,5. Il peso insediativo è dato dalla somma di residenti e addetti occupati in unità locali in relazione alla superficie di vendita richiesta e a quelle di media struttura già esistenti (dgr 6024/2007 e ss.mm.ii. allegato A paragrafo 2.9 comma 3).

Elementi di calcolo:

variabili richieste	fonte dati	Valori
A abitanti	Istat al 2019	123.651
B addetti	Istat censimento 2011	52.612
C superficie msv esistenti	Osservatorio Reg. Comm.	63.858
D superficie msv richiesta	elaborato planimetrico	2.500

$$\text{Peso insediativo} = \frac{A + B}{C + D} = \frac{123.651 + 52.612}{63.858 + 2.500} = 2,66 > 1,5$$

Nel caso in esame il punto di vendita ha carattere comunale (peso insediativo pari a 2,66), pertanto la procedura indicata dalla d.g.r. 6024/2007 prevede che il Comune possa procedere al rilascio del titolo autorizzatorio senza l'acquisizione dei pareri dei Comuni contermini.

AREA DI RIFERIMENTO

L'area di riferimento della nuova media struttura sulla quale calcolare il possibile impatto è costituita dal territorio di Monza e dalla relativa rete distributiva.

Dato demografico e domanda degli abitanti

Gli abitanti del Comune di Monza sono pari a 123.651 unità (fonte Istat 2019).

Per quanto attiene la "domanda" (capacità di spesa della popolazione residente) la stima dei consumi medi annui pro-capite è stata effettuata utilizzando i valori di spesa riportati dall'Osservatorio sul Commercio della Regione Lombardia del 2011 indicizzati al 2018; i dati di consumo annuo pro-capite aggiornati risultano:

consumi procapite annui	Euro
settore alimentare	2.477
settore non alimentare	3.290

E' possibile quindi quantificare i consumi dei residenti di Monza:

consumi annui abitanti	abitanti	Euro	Euro
settore alimentare	123.651	2.477	306.283.527
settore non alimentare	123.651	3.290	406.811.790
Totale			713.095.317

La domanda commerciale degli abitanti di Monza è pari a Euro **713.095.317** totali.

Servizi commerciali del sistema locale

Di seguito sono riportati i dati inerenti la consistenza della rete distributiva del Comune di Monza con riferimento agli esercizi di vicinato, alle medie e alle grandi strutture di vendita (fonte: rilevazione Osservatorio Regione Lombardia).

I dati forniti sono ripartiti per livello distributivo e, per quanto riguarda il vicinato e le superfici di vendita, anche per tipologia merceologica; per le medie strutture la rilevazione analitica puntuale degli esercizi ha permesso di classificarle nelle due sottoclassi dimensionali (minori o maggiori del limite intermedio di 600 mq).

		n°	Mq
esercizi vicinato	alimentare	347	24.881
	non alimentare	1.150	61.803
	totale	1.497	86.684
medie strutture (< 600 mq)	alimentare	29	1.545
	non alimentare		10.238
	totale		11.783
medie strutture (> 600 mq)	alimentare	45	13.668
	non alimentare		38.407
	totale		52.075
grandi strutture	alimentare	5	11.792
	non alimentare		21.972
	totale		33.764
TOTALE		1.576	184.306

Fonte: Osservatorio del commercio della Regione Lombardia al 30/6/2019 aggiornato con due autorizzazioni alimentari rilasciate in data successiva di mq. 1.800 e 2.500 di superficie di vendita.

Pertanto la rete commerciale del Comune, considerata nel suo complesso, è costituita da 1.576 esercizi che occupano una superficie complessiva di 184.306 mq, dei quali 51.886 mq sono destinati a merceologie alimentari e 132.420 mq al settore non alimentare.

Offerta delle strutture commerciali del Comune

Per quantificare il fatturato degli esercizi ubicati nel Comune, si utilizzano le soglie di produttività riportate dal previgente Regolamento Regionale 3/2000 per esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di entrambi i settori dell'unità territoriale di Monza (U.T. 14) e indicate nel precedente paragrafo.

Con i valori di consistenza di superficie di negozi di vicinato, medie e grandi strutture di Monza e le relative soglie di produttività, si calcola il potenziale di fatturato degli esercizi locali; per quanto riguarda le medie strutture il valore è diversificato per le due sottoclassi dimensionali (rispetto al valore di 600 mq) alle quali sono associate due distinte soglie di fatturato. Anche le grandi strutture di vendita sono ripartite in base alla soglia intermedia dei 5.000 mq.

Il conteggio viene condotto per entrambi i settori merceologici.

	SETTORE ALIMENTARE		
Tipologia di Vendita	Superficie di vendita Mq	Fatturato Euro a mq	Fatturato Euro
Vicinato	24.881	2.479	61.679.999
msv<600 mq	1.545	2.634	4.069.530
msv>600 mq	13.668	5.474	74.818.632
Gsv sov.	2.099	7.024	14.743.376
Gsv ae	9.693	8.728	84.600.504
TOTALE	51.886		239.912.041

E quindi per la rete commerciale con superficie non alimentare il calcolo è il seguente:

	SETTORE NON ALIMENTARE		
Tipologia di Vendita	Superficie di vendita Mq	Fatturato Euro a mq	Fatturato Euro
Vicinato	61.803	981	60.628.743
msv<600 mq	10.238	1.033	10.575.854
msv>600 mq	38.407	1.911	73.395.777
Gsv sov	8.101	2.634	21.338.034
Gsv ae	13.871	3.718	51.572.378
TOTALE	132.420		217.510.786

La rete distributiva di Monza sviluppa un giro d'affari quantificabile in totali € **457.422.827**.

Risulta evidente come la media e la grande distribuzione abbiano una rilevanza fondamentale nei comportamenti d'acquisto delle famiglie residenti, rappresentando nel settore alimentare circa il 75% del fatturato della rete commerciale locale.

Confronto domanda offerta del Comune

Una volta quantificata la domanda degli abitanti di Monza e l'offerta della rete commerciale presente, si può procedere ad un confronto delle due variabili in modo da evidenziare se il contesto distributivo locale denota carenze che determinano evasione di spesa diretta verso i negozi dei comuni limitrofi o, al contrario, esercita funzioni attrattive in ambito sovralocale attirando flussi di consumi esterni.

Il fenomeno viene quantificato sottraendo l'offerta alla domanda in modo da ottenere un valore assoluto e uno percentuale:

	Settore alimentare	Settore non alimentare	totale
Domanda abitanti	306.283.527	406.811.790	713.095.317
Offerta rete comm.	239.912.041	217.510.786	457.422.827
Evasione di spesa	66.371.486	189.301.004	255.672.490
Evasione di spesa %	21,67%	46,53%	35,85%

Per gli abitanti di Monza si rileva che l'evasione di spesa interessa entrambi i settori, anche se risulta più rilevante nel comparto non alimentare.

IMPATTO SULLA RETE DISTRIBUTIVA

Il valore del fatturato stimato per la media struttura in oggetto rappresenta quello di impatto, dato col quale si andrà a valutare gli effetti generati sulla rete distributiva esistente.

Provenienza del fatturato attratto rispetto alle tipologie del Comune

Considerata la quota di spesa che si rivolge a strutture fuori dal territorio comunale, pari per il settore alimentare (a cui appartiene il punto di vendita oggetto della presente analisi) al 21,67% delle potenzialità di consumo dei residenti e precisamente a 66.371.486,00 euro, si prefigura che una parte del fatturato del nuovo esercizio derivi dal recupero di questa quota di evasione di spesa, sia pure in misura abbastanza marginale (3.000.000 euro per gli alimentari, pari al 4,5%, e 200.000 per i non alimentari) mentre il resto del fatturato (8.703.500 euro) impatti direttamente sulla rete commerciale del Comune: si assume così, a titolo cautelativo, un'ipotesi elevata di impatto sulla rete distributiva comunale.

Per entrambi i settori in merito alla quota assorbita dalla rete distributiva comunale, il punto vendita andrà di fatto ad esercitare maggiori livelli di concorrenzialità nei confronti delle tipologie di dimensioni più consistenti, quali le medie e le grandi strutture:

Perdita di fatturato per tipologia distributiva del Comune			
	Alimentare	non alimentare	Totale
Vicinato	360.000	50.000	410.000
Msv	2.000.000	150.000	2.150.000
Gsv	5.588.000	555.000	6.143.500
recupero evasione	3.000.000	200.000	3.200.000
Totale	10.948.000	955.500	11.903.500

Come si è visto nel paragrafo precedente, infatti, la quota di mercato della media e grande distribuzione rappresenta il 75% circa del fatturato della rete commerciale locale, ed i valori di incidenza del nuovo punto vendita che impatteranno direttamente su di essa rappresenteranno il 5% di tale dato, quindi una quota del tutto limitata e sostenibile.

Ancora più contenuta sarà l'incidenza sulla rete commerciale alimentare di vicinato: 360.000,00 euro, pari allo 0,5% della potenzialità odierna di fatturato di questo comparto della struttura distributiva locale.

Del tutto secondari gli effetti sul settore non alimentare, dove il nuovo punto vendita rappresenterà una quota dello 0,4% del fatturato della rete commerciale locale.

Ipotesi di impatto

Sulla base dei valori di riferimento così calcolati, è possibile pervenire a diverse ipotesi di impatto caratterizzate da diversi livelli di incidenza sulla rete di vicinato e sulle medie e grandi strutture.

A livello cautelativo, tale possibilità andrà verificata attraverso un metodo "empirico" che presuppone che i negozi in esercizio possano sostenere una minima riduzione del proprio fatturato senza dover chiudere; si applica, pertanto, la metodologia normalmente utilizzata nelle conferenze di servizi della Regione Lombardia e indicata dalla normativa regionale di seguito descritta.

La trasformazione della "diminuzione di fatturato" in "numero di punti vendita prevedibilmente soggetti a chiusura" avviene ipotizzando:

- un esercizio di vicinato chiude se si verifica una perdita di fatturato del 50%;
- una media struttura di vendita (e grande struttura) chiude se si verifica una perdita di fatturato del 60%.

Dall'applicazione di tali valori si calcola:

SETTORE ALIMENTARE				
	Fatturato di impatto (Euro)	Quota % assorbita da rete	Quota fatturato assorbita da rete (Euro)	Quota fatturato che determina cassazioni (Euro)
Vicinato	360.000	50%	180.000	180.000
Medie strutture	2.000.000	60%	1.200.000	800.000
Grandi strutture	5.588.000	60%	3.352.800	2.235.000
TOTALE	7.948.000		4.732.800	3.215.200

Con analoga procedura sul settore non alimentare:

SETTORE NON ALIMENTARE				
	Fatturato di impatto (Euro)	Quota % assorbita da rete	Quota fatturato assorbita da rete (Euro)	Quota fatturato che determina cassazioni (Euro)
vicinato	50.000	50%	25.000	25.000
Medie strutture	150.000	60%	90.000	60.000
Grandi strutture	555.500	60%	333.300	222.200
TOTALE	755.500		448.300	307.200

Coi valori di fatturato della struttura non assorbiti dalla rete distributiva esistente si può calcolare l'impatto in termini di cessazioni; il risultato si ottiene dividendo tali importi per quelli di produttività media regionale già utilizzati nei paragrafi precedenti.

Il valore di impatto in mq potrebbe essere tradotto in numero di esercizi usando dati medi di superficie per tipologia.

SETTORE ALIMENTARE				
	Quota fatturato di impatto (Euro)	Fatturato Euro a mq	Impatto su superficie (mq)	Impatto su esercizi (n°)
vicinato	180.000	2.479	73	1
medie strutture	800.000	5.474	146	0
Grandi strutture	2.235.200	8.728	256	0
TOTALE	3.215.200		475	1

I valori di superficie così quantificati sono tali da determinare la cessazione di 1 esercizio di vicinato del settore alimentare.

Anche per il settore non alimentare, partendo dalle quote di fatturato non assorbite dalla rete si quantificano i valori di superficie di impatto e si determina l'eventuale numero degli esercizi potenzialmente destinati a cessare.

SETTORE NON ALIMENTARE				
	Quota fatturato di impatto (Euro)	Fatturato Euro a mq	Impatto su superficie (mq)	Impatto su esercizi (n°)
vicinato	25.000	981	25	0
medie strutture	60.000	1.911	31	0
Grandi strutture	222.200	3.718	60	0
TOTALE	307.200		116	0

In questo caso, i valori di superficie sono minimi e non si traducono in chiusure di punti vendita.

Tale prefigurazione econometrica presuppone quindi che l'apertura della media struttura a merceologia mista in progetto andrà a determinare la cessazione di un solo esercizio di vicinato del comparto alimentare. L'impatto, in sostanza, si tradurrà in una maggiore concorrenzialità infrasettoriale con le altre strutture della media e della grande distribuzione, che hanno una più elevata capacità di assorbimento diretto dell'esercizio vicinato, e gli effetti si manifesteranno solo in un eventuale ridimensionamento del dato occupazionale così come quantificato nel paragrafo successivo.

RICADUTE OCCUPAZIONALI DEL NUOVO PUNTO DI VENDITA

Oltre ai valori quantificati per l'impatto sulla rete di vendita, con apposita procedura si perviene al saldo occupazionale.

La perdita di addetti è calcolata utilizzando i parametri regionali di riferimento, indicati nell'Osservatorio.

E quindi partendo dai risultati ottenuti nel precedente paragrafo in termini di impatto sulla superficie si calcola:

SETTORE ALIMENTARE			
	Impatto su superficie (mq)	Addetti ogni 1000 mq	Impatto su addetti (n°)
vicinato	73	26,58	1,9
medie strutture	146	19,94	2,9
grandi strutture	256	38,73	9,9
TOTALE	475		14,7

Analogamente:

SETTORE NON ALIMENTARE			
	Impatto su superficie (mq)	Addetti ogni 1000 mq	Impatto su addetti (n°)
vicinato	25	16,19	0,4
medie strutture	31	7,45	0,2
grandi strutture	60	8,83	0,5
TOTALE	116		1,1

La perdita complessiva degli addetti è quantificabile in 16 unità.

SALDO OCCUPAZIONALE = 44 nuovi addetti - 16 addetti = + 28 addetti

L'attivazione di una nuova media struttura mista per una superficie complessiva di mq 2.500 nel territorio di Monza, porta pertanto ad un saldo occupazionale positivo di 28 unità derivante da 44 nuovi addetti e dal contestuale impatto che determina la perdita teorica di 16 occupati.

VALUTAZIONI CONCLUSIVE

La nuova media struttura che andrà ad ubicarsi nel territorio di Monza persegue l'obiettivo di completamento della rete commerciale locale, accrescendo le funzioni di servizio di prossimità, con un format ad alta specializzazione, in grado di competere con le grandi e grandissime superfici di vendita, pure presenti nell'area.

A livello di impatto puramente economico, in una ipotesi cautelativa che presuppone che la quasi totalità del fatturato del nuovo insediamento venga recuperato dalle altre attività operanti nel territorio comunale, si prevede che l'attivazione della media struttura di vendita in progetto porti alla chiusura di un solo esercizio di vicinato e generi contestualmente una potenziale contrazione occupazionale nel Comune pari a 16 unità, ampiamente compensata dall'incremento occupazionale di 44 nuovi addetti che verranno occupati nella nuova struttura di vendita, quindi con un saldo positivo di 28 unità rispetto alle ipotesi.

Sotto il profilo del sistema commerciale, l'incidenza è dunque contenuta quantitativamente, mentre qualitativamente accresce i livelli di concorrenzialità infrasettoriale, migliorando la qualità complessiva del sistema e recuperando una quota, sia pur minima, dei flussi di spesa verso le strutture distributive ubicate in altri comuni limitrofi.

La valutazione conclusiva risulta quindi coerente con l'obiettivo di una crescita complessiva del sistema distributivo locale.