

PROVINCIA DI RAVENNA

PG - ARCHIVIO GENERALE

2009/0076566

del 10/09/2009

Classificazione: 8-2-1 2007/10

## OSSERVAZIONI A VARIANTE NORMATIVA AL PTCP IN MATERIA DI COMMERCIO

Con le presenti osservazioni, le Associazioni Provinciali del commercio, turismo e servizi Confesercenti ed Ascom Confcommercio intendono nuovamente far presente le proprie opinioni sul nuovo range di variazione per la programmazione delle grandi strutture commerciali, dopo l'ampio dibattito che si è sviluppato su diversi livelli nei mesi scorsi, evidenziando alcune osservazioni che vanno nella direzione della richiesta di una profonda e sostanziale modifica del piano stesso nella parte relativa appunto alle previsioni di nuovi grandi strutture distributive.

Confesercenti ed Ascom Confcommercio che, teniamo a precisarlo, sin dallo scorso anno sul piano hanno assunto posizioni ferme e unitarie, con iniziative comuni sull'argomento, volte alla tutela degli interessi dei propri associati e della comunità tutta, nel ribadire le opinioni già espresse evidenziano alcune ulteriori sottolineature.

La chiusura da parte della Provincia a rivedere l'esorbitante previsione di 68.500 mq. del range non ci può che trovare nuovamente e fermamente contrari a questo incremento delle superfici di vendita per le grandi strutture commerciali.

Adirittura i 63.500 mq, previsti per le grandi strutture non alimentari, di cui 43.500 mq con un vincolo di localizzazione per il primo triennio di applicazione del nuovo range di variazione rischiano di sconvolgere l'intera rete commerciale, in particolare i 20.000 mq previsti per il polo funzionale di Faenza cambieranno radicalmente la geografia commerciale del comprensorio e dell'intero territorio provinciale, già messo a dura prova dalla difficile situazione congiunturale.

Anche gli ultimi dati economici relativi al nostro territorio, rilevati da Unioncamere regionale, indicano chiaramente un trend di recessione delle vendite al dettaglio della rete distributiva addirittura superiore a quella regionale. In particolare nel corso del 2008 la contrazione delle vendite in provincia di Ravenna è stata dello 0,9% contro lo 0,7% a livello regionale.

Questi dati insieme ad altri devono farci riflettere perché se è pur vero che la crisi del settore ha inizio nel primo trimestre 2008 quando si registrò un meno 1,4% dei consumi (e da allora ad ogni trimestre i segni sono stati sempre negativi), la fine di questa contrazione è ancora nel libro dei sogni, e con ogni probabilità continuerà per tutto il 2010.

Una situazione dunque difficile che non risparmia anche gli altri settori, dall'industria manifatturiera a quella delle costruzioni, dal commercio estero al porto con evidenti contrazioni per quanto riguarda l'occupazione e il reddito, segnali quest'ultimi che evidenziano quanto la crisi sia generale e coinvolga ogni settore economico. Segnaliamo in proposito come in provincia l'industria legata in particolare alla meccanica sia in grave difficoltà. Sono migliaia i dipendenti attualmente in cassa integrazione in provincia.

In questo quadro, la previsione di realizzare 43.500 mq di superficie di vendita per le grandi strutture nel primo triennio di applicazione del range di variazione è totalmente inopportuna rispetto alla situazione generale e non tiene conto della pesante contrazione dei consumi e soprattutto della effettiva capacità di spesa delle famiglie che si è ridotta notevolmente negli ultimi due anni oltre che cambiata nei valori con ulteriori specificità locali.

D'altra parte quando uno studio e un'analisi, come nel caso in oggetto, fissano temporalmente i propri dati a fine 2006 (e su questi dati assai lontani da quelli odierni si fanno previsioni operative), il risultato finale risulta falsato, non corrispondente tra l'altro alle reali necessità della rete distributiva e del territorio.

Sia nel metodo che nel merito osserviamo con forza come non sia corretto approvare e adottare uno strumento previsionale così importante supportato da dati e riflessioni che quando va bene risalgono a oltre 3 anni fa in un contesto economico e di andamento del commercio che non è paragonabile a quello attuale. Basta prendere alcuni dati: quelli più recenti dell'osservatorio regionale del commercio, quelli del registro imprese della Camera di Commercio (-148 aziende il saldo nei soli ultimi tre trimestri), quelli della congruità locale degli studi di settore oltre che l'andamento dei consumi e degli altri settori dell'economia, per rendersi conto che il quadro conoscitivo allegato alla delibera adottata, datato giugno 2009, non è aggiornato e evidenzia scenari improbabili e inesistenti.

La variante approvata non è pertanto motivata. Non solo, ma nelle relazioni sempre in riferimento al range ci sono forti elementi di contraddizione nei diversi atti. Da un lato si sostiene (pagg. 8-9) che la pianificazione commerciale deve avvenire attraverso "la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio consolidato di equilibrio e coesione sociale presente nel territorio ravennate anche grazie all'ampia ed equilibrata articolazione delle forme e delle tipologie distributive".

A pag. 79 poi si sostiene che servono "scelte orientate a stimolare dinamismo e innovazione, senza abbandonare però quel patrimonio di equilibrio e coesione che caratterizza il territorio ravennate". Infine si sostiene la necessità di "nuove grandi strutture e polarizzazioni esterne che non devono essere il riferimento unico dell'azione di programmazione". Nella relazione invece si parla diffusamente del rafforzamento (per competere) delle grandi polarizzazioni.

La tanto sbandierata volontà da parte della Provincia di mantenere e preservare l'equilibrio della rete distributiva provinciale non trova quindi conferma negli interventi attuativi del Piano, anzi accentua la penalizzazione della rete distributiva tradizionale che ne subirà solo i contraccolpi portati da una programmazione commerciale assurda, superata e lontana anni luce anche dalle reali esigenze dei consumatori.

Altro che politica che renderebbe oltremodo deboli i piccoli operatori. Se da un lato, nel Piano si evince chiaramente che la provincia ha preso atto delle richieste stringenti (e non nascoste anche per ragioni di cassa) avanzate da alcuni Comuni di dotare i loro territori di nuove grandi strutture (in questo senso il range di variazione è molto chiaro), dall'altro il sostegno alle piccole e medie imprese, alla Cooperativa di Garanzia, l'incentivazione dei progetti di miglioramento della rete esistente, le iniziative in favore delle località minori, entrano in netta contraddizione con le proposte di politiche di sviluppo della grande distribuzione.

Riqualificare e valorizzare parti del territorio contrasta con forza con la scelta di creare altre forti polarizzazioni e competizioni nella rete distributiva. Delle due l'una. Le due scelte insieme, nelle condizioni attuali che vedono peraltro una presenza articolata di tutte le tipologie distributive, non vanno. In merito richiamiamo all'attenzione delle istituzioni, un recente lavoro di ricerca e riflessione presentato a Ravenna e Faenza sugli scenari internazionali del commercio e su corrette politiche urbanistiche realizzato dall'Università degli Studi di Ferrara Dipartimento di Ingegneria di cui allegiamo alcune utili e significative pagine.

Il nostro NO a questa parte del Piano è totale e, lo ripetiamo, il risultato finale quando il range avrà trasferito i suoi nefasti effetti sulla rete distributiva non potrà che portare al collasso di un comparto, come quello della distribuzione, che nell'ultimo decennio ha cercato di contrastare faticosamente l'avanzata delle grandi strutture commerciali e di fornire un qualificato servizio alla popolazione unito a migliore vivibilità e coesione territoriale.

Le Associazioni Provinciali Confesercenti ed Ascom Confcommercio ribadiscono pertanto che le previsioni operative contenute nel Piano sono:

- assurde e sproporzionate, rispetto alla situazione dei consumi e del territorio e alle esigenze della cittadinanza (sul mercato immobiliare già oggi ci sono migliaia e migliaia di mq. di commerciale invenduti se non sfitti). La previsione deliberata invece se si considerano anche le deroghe, va ben oltre ai 68.500 mq. approvati, superficie peraltro mai prevista nei precedenti strumenti neanche messi insieme;
- dirimenti rispetto alla rete commerciale e al suo ruolo (di reddito, servizio, occupazione, socialità, vivibilità, ecc.) dove la nostra provincia ha particolarità proprie e buone performance e un rapporto equilibrato tra le varie tipologie (commercio al dettaglio, mercati, medie e grandi strutture, ecc.) e gli abitanti nonché per la conformazione del territorio diffuso (dalla collina, alle frazioni, ai paesi, alla costa, ecc.);
- in contrasto con un corretto "consumo del territorio" e con gli obiettivi della qualificazione e sostenibilità ambientale (per l'impatto sul territorio, la sottrazione di terreni agricoli, la cementificazione, la viabilità e il traffico, ecc.);
- in contraddizione con moderne e adeguate politiche ambientali che tra gli altri non possono riproporre le inutili chiusure al traffico nei centri storici quando contemporaneamente si incentiva il trasporto automobilistico per gli acquisti fuori città;
- incoerenti e poco attente ad una vera concertazione delle politiche programatorie (6 realtà associative rappresentative delle 20.000 aziende del commercio, del turismo e dell'agricoltura della provincia sono contrarie alla proposta presentata, ma non sono state considerate). Lo stesso Patto Provinciale sottoscritto il 22 luglio u.s. parla di discutere e concertare i tempi di attuazione e di realizzazione delle previsioni;
- antiquate e perdenti anche rispetto ad una moderna competizione territoriale (perseguendo ricette e un modello esclusivo che è in fase di revisione in altre nazioni anche perché non integrato);
- contraddittorie con le stesse recenti previsioni di sviluppo equilibrato del vigente Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (spostando decisamente la gravitazione commerciale dell'intera provincia su un nuovo asse (Faenza e la Naviglio) con rischi e riflessi pesanti su diverse aree limitrofe e non solo, a partire dalla collina, a tutta la Bassa Romagna, ecc.);
- contrarie allo stesso percorso di gradualità perseguito in questi 15 anni nell'insediamento dei grandi poli commerciali;
- foriere nel breve-medio periodo di un saldo negativo nell'occupazione territoriale complessiva, sulla quale vanno conteggiati e soppesati i riflessi delle chiusure delle attività commerciali (considerando oltre ai dipendenti, i titolari e i collaboratori).

Rispetto ai dati e alle previsioni ci preme inoltre avanzare al confronto altri riferimenti e alcune sintetiche riflessioni che a nostro avviso non sono state raccolte ed approfondite:

- le caratteristiche peculiari del territorio provinciale per presenza e diffusione della popolazione, dei servizi e del sistema economico (cresce nei paesi e nel forese dove calano invece i servizi, commercio per primo);
- la presenza diffusa del commercio su aree pubbliche (quasi interamente non considerata nella documentazione del piano) con una importante quota di mercato;
- nelle valutazioni statistiche sulla realtà del commercio non bisogna fermarsi, ancor più oggi, alla sola parte numerica (su cui pure sarebbe bene articolare anche una lettura ponderata: es. quante attività artigianali con il Dlgs. 114 hanno ottenuto la licenza commerciale, quanti operatori ambulanti itineranti, ecc.) ma è bene anche esaminare e raffrontare quella qualitativa (tra le attività che chiudono, tra quelle che aprono, tra quelle sospese, le nuove aziende gestite da cittadini stranieri, ecc.);

- così come sul versante turistico non bisogna fermarsi alla superficie delle presenze e degli arrivi, ma ad esempio rivalorizzare i cambiamenti avvenuti negli acquisti e nella spesa da parte dell'utenza turistica;
- nel contesto regionale e sulle famose "medie regionali" della rete distributiva (che a nostro avviso non vanno assunte né come riferimenti dogmatici né come corsa quasi pregiudiziale all'equiparazione e poi al rialzo) la nostra provincia ha una presenza originale e rapportata al proprio territorio, al punto che alcune tipologie anche come elemento anticipatore di innovazione ci vedono ai primi posti in regione sia per capillarità nel numero degli esercizi, alimentari e non, rapportati agli abitanti, nel dinamismo esistente negli esercizi da 150 a 250 mq. e nelle medio piccole strutture commerciali, ma anche nella presenza dei supermercati (da 401 a 2.500 mq.) e nella distribuzione non alimentare (tra 401 e 2500 mq).

Stante quanto sopra nonché le modifiche quantitative e qualitative intervenute nella popolazione (+ immigrati stranieri, + anziani, famiglie più ridotte) le previsioni stridono, ancor più quelle di aumento previsionale di nuove grandi strutture in particolare del non alimentare dove siamo già avanti e dotati. Per quanto le situazioni siano diverse a proposito di "paragoni competitivi" e di medie comparative perché poi non si studia e non ci si interroga su quanto è accaduto e sta avvenendo in altri paesi europei?

Alla luce di questi fatti e stante gli aumenti dell'oltre 20% di questi anni della classe dimensionale dei grandi e medio grandi esercizi e l'avvenuta apertura a Faenza del Centro Commerciale (che ha già avuto una variante in aumento della superficie e che richiede almeno alcuni anni come verifica dell'impatto e assestamento nella rete distributiva), Confesercenti ed Ascom Confcommercio chiedono alla Provincia:

- di 'congelare' il range, ovvero l'incremento massimo di superficie di vendita per le grandi strutture commerciali,
- di rivederlo, bloccando fino al 2012 qualsiasi nuova apertura,
- in subordine per il primo quinquennio di validità se si manifestano aperture e la volontà di ridiscutere e concertare davvero il piano e il range approvato, avvieremo una proposta al Tavolo provinciale del settore che si è deciso giustamente di istituire con lo scopo di discutere non solo il monitoraggio sull'attuazione del piano e le politiche per il commercio, ma anche tempi e modalità di attuazione,
- stante le condizioni attuali chiediamo di ridiscutere e rivedere anche le previsioni relative alle deroghe del 10%),
- Al contempo si richiede di predisporre un nuovo e aggiornato studio e anche un'analisi completa sugli effetti che la crisi economica ha generato e sta generando sul nostro territorio (così come sull'andamento qualitativo e quantitativo del commercio, di tutto il commercio), in quanto, come affermato dalla totalità degli esperti economici internazionali, lo scenario economico che ne uscirà sarà completamente diverso da quello che noi oggi conosciamo.

Il Presidente Provinciale Confesercenti

Roberto Mizzoni

Il Presidente Provinciale Ascom Confcommercio

Mario Baldassarri

Ravenna, 10 settembre 2009

# A VISION OF EUROPE

INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE PROMOTION OF THE DEBATE  
ON THE CITY, ITS ARCHITECTURE AND THE URBAN ENVIRONMENT

---

**E' un centro internazionale di studi e ricerche.**

**Dal 1993, in collaborazione con le Università di Bologna, Ferrara, Parma, San Sebastian, Napoli, Palermo, Notre Dame, Miami, con la Fondation pour l'Architecture di Bruxelles, l'IFA (Institut Français d'Architecture) di Parigi, con il patrocinio della Regione Emilia - Romagna e il contributo della Commissione delle Comunità Europee, è attivato il LABORATORIO PER LA CITTA' EUROPEA, avente l'obbiettivo di elaborare proposte per la riqualificazione dei centri storici e delle periferie urbane secondo metodologie d'intervento storicamente convalidate.**

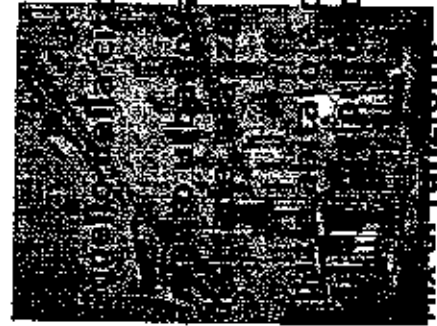
**Il commercio ha sempre avuto un ruolo particolare nella città.**

**Alle origini, ne ha provocato la nascita e le fortune. La collocazione sul territorio dei nuclei originari delle nostre città è stata determinata, oltre e forse più ancora che dalle ragioni della difesa, da quelle dello scambio. Intrecciandosi con la vita civile e quella religiosa ha dato vita a una tipologia di luoghi che costituisce - insieme alla città - una delle invenzioni più rilevanti della creatività comune dell'umanità: le piazze, i luoghi di incontro, della socialità, dello scambio di beni, informazioni, esperienze, emozioni.**

**Quando poi il commercio si è separato dalle altre funzioni urbane sono nate le periferie-dormitorio, la specializzazione delle diverse parti della città, la segregazione sociale.**

# ?

## The URBAN WORLD



La città tradizionale europea  
è caratterizzata da un alto grado di  
densità abitativa, da un uso misto  
del territorio e da una forte  
organizzazione urbanistica.

residenza, COMMERCIO,  
funzioni pubbliche, uffici,  
scuole, negozi, servizi, ecc.



Il territorio è dinamico e polivalente  
e di proprietà pubblica o privata.



## The SUB-URBAN WORLD



È quello corrispondente  
alla periferia moderna  
Insieme di grandi edifici  
sparsi in un territorio "verde"  
Spazio abitato e organizzato  
con bassi valori di densità

Scarsi indici di sicurezza e comfort

È percorso da una rete di autostrade  
e grandi collettori di traffico



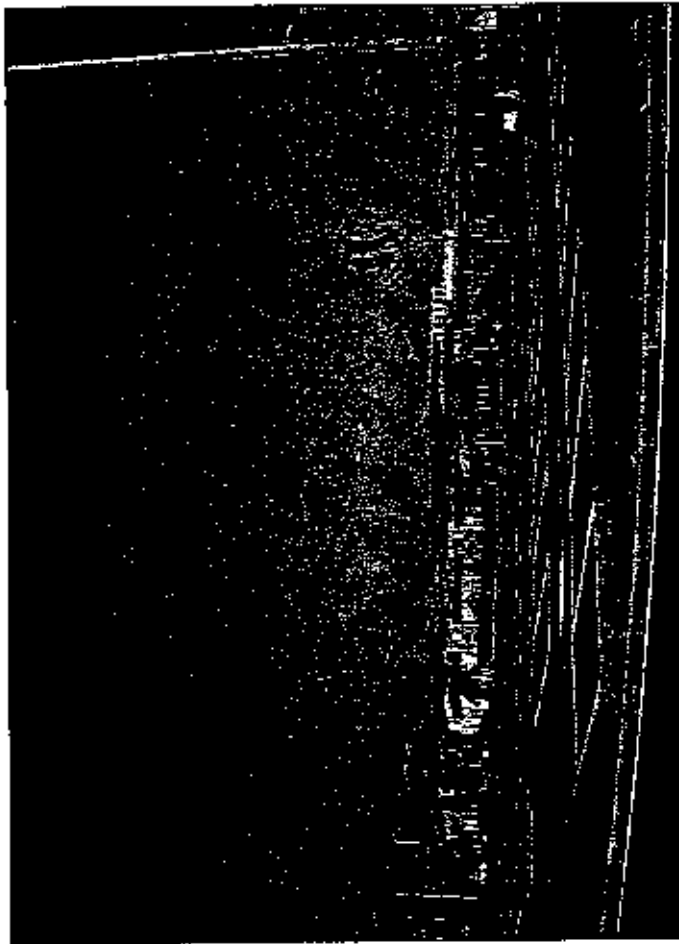
Presenza di poche  
commerci di tipo "ipermercato"

Si affida esclusivamente  
all'uso dell'automobile

Pedonabilità

Ambiente privo  
di scelta





### GLI "OUTLETS"

#### LE FALSE CITTÀ DEL COMMERCIO

UNA SUPERFICIE COMMERCIALE DI 10.000 m<sup>2</sup>  
 PUÒ GENERARE FINO A 1.000 VIAGGI IN AUTOMOBILE  
 OGNI ORA, POCO MENO DI 10.000 IN UN GIORNO (\*)

(\*) Dati Beaumont, 1993 per commercio di tipo tradizionale (supermarket, shopping mall). Secondo CESPanning Memo, a parità di superficie nel caso del big-box commerciale anche piccoli per la casa e tecnologici il numero di viaggi per i rifornimenti delle merci si amplifica di un fattore 10

In alto: Bagrolo S. Vito (Montevicini), Italia - Fashion District Outlet (CCA 2004)



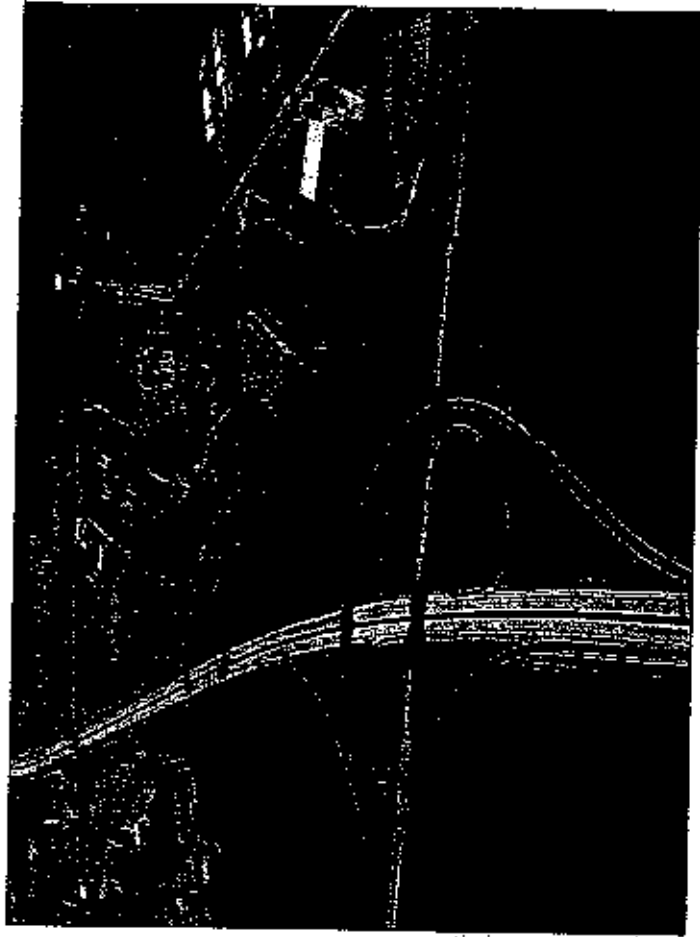
### ENORMI SUPERFICIE MONOFUNZIONALI AUTO-DIPENDENTI

UN OUTLET È UN COMPLESSO VISITATO DA 16.000 PERSONE  
 AL GIORNO, OLTRE 5 MILIONI L'ANNO.  
 LO STANDARD FISSATO IN FASE DI PROGETTO STIMA  
 IN GENERE UNA SUPERFICIE DI 100 m<sup>2</sup> PER ARBITANTE  
 DEL COMUNE LOCALE (\*\*)

(\*\*) Fonte elaborazione dati Centro Commerciale Montebello, sorta negli anni Settanta alle porte di Poggiera

Caste Queis (Bologna), Italia - ingresso del Castel Queis Outlet (CCA 2004)





## GLI "OUTLETS"

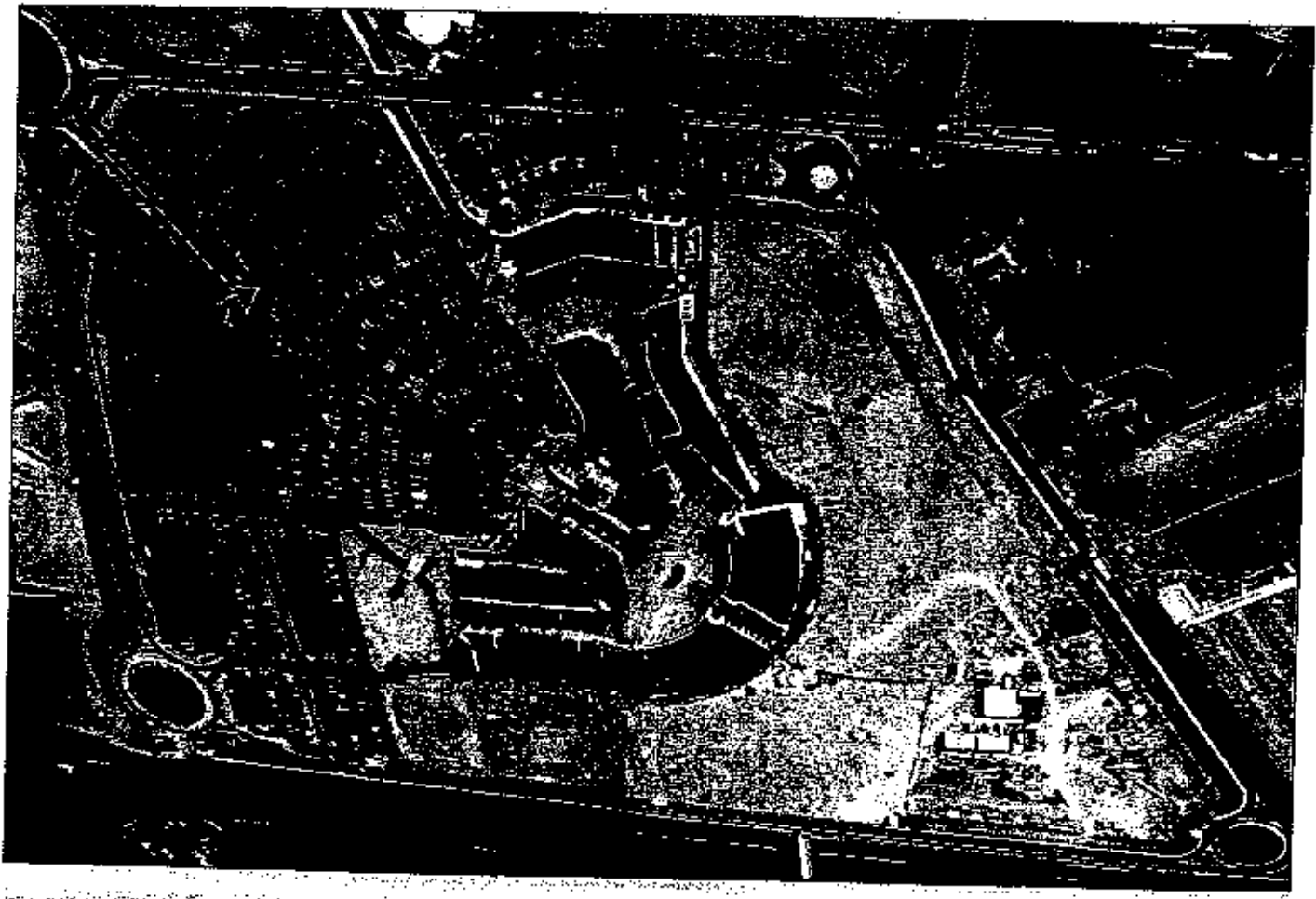
**ROMPONO GLI EQUILIBRI TRA CENTRO E PERIFERIA E  
TRA LE GERARCHIE DEI SISTEMI INFRASTRUTTURALI**

**IL BACINO DI UTENZA COMMERCIALE  
È DELL'ORDINE DEI MILIONI DI ABITANTI (\*\*\*)**

*In alto: big-box sparsi in un territorio verde nella zona di La Valle, Firenze (CCA 2004)*

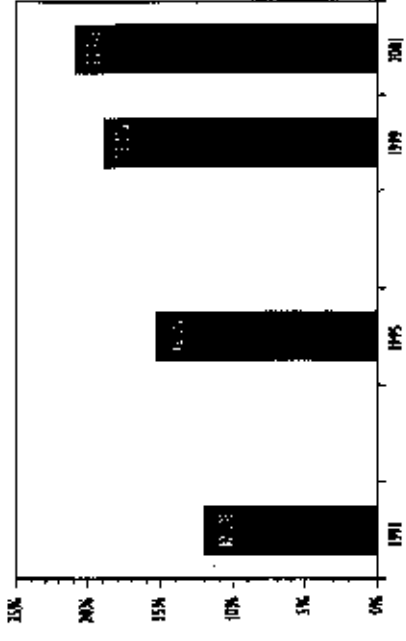
*Pagina a fianco:*

*L'Outlet di Serravalle Serina (Mantova, Italia) ancora in fase di costruzione. Lo struttura occupa un lotto di oltre 200.000 m<sup>2</sup> con un parcheggio per 3.000 automobili (CCA 2004)*  
*(\*\*\*) Nel caso di Serravalle si parla di 1,5 milioni di persone.*  
*Fonte: <http://www.regione.piemonte.it/comunicazione/osservatorio-serravalle.htm>*

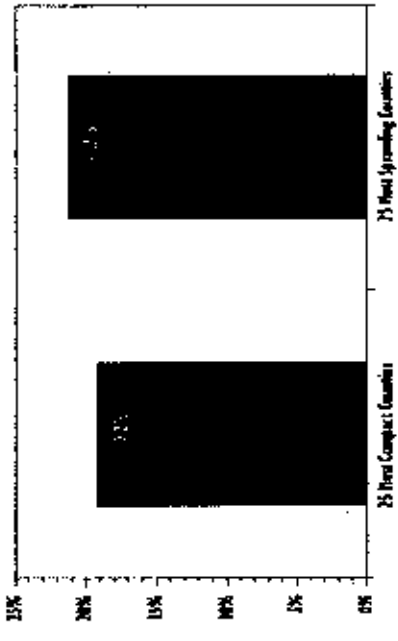


**SPRAWL  
E OBESITÀ**

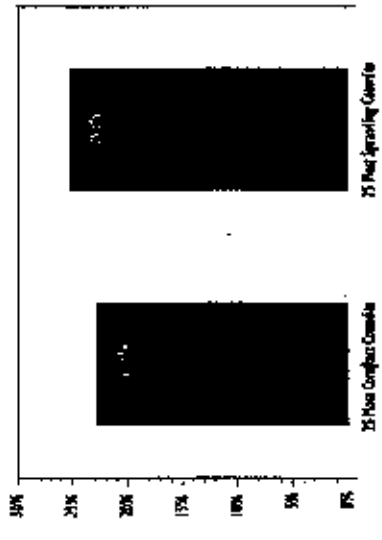
*Aumento generalizzato dell'obesità negli ultimi 10 anni (National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, CDC, BRFSS)*



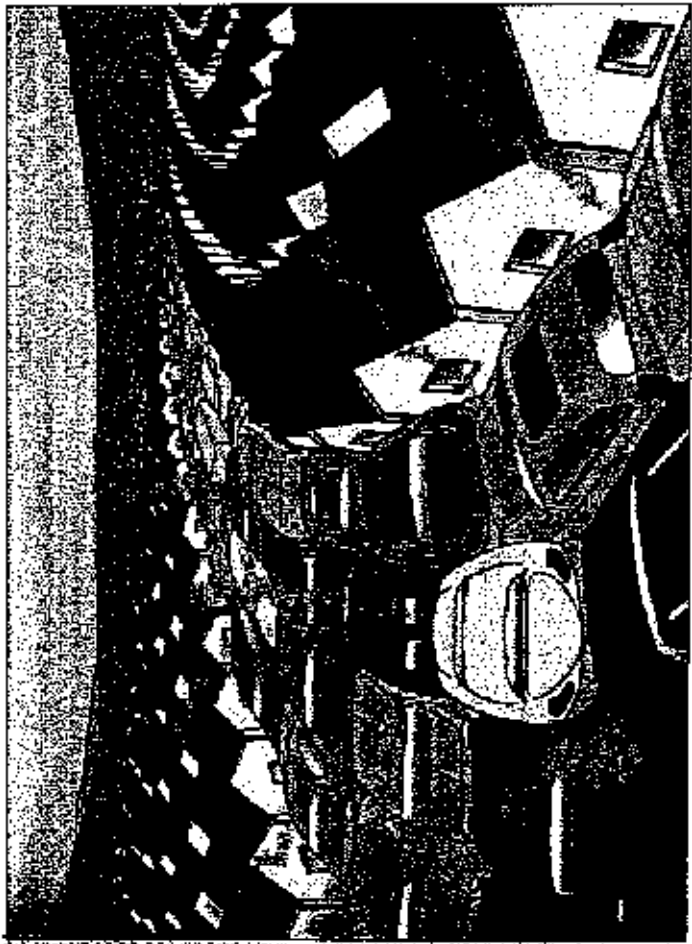
*Il trend dimostra che dove esiste un modello insediativo SUB-URBANO la percentuale di adulti obesi aumenta (BRFSS Hypertension Rates, USA, 2004)*



*Il trend dimostra che dove esiste un modello insediativo SUB-URBANO la percentuale di adulti ipertesi aumenta (BRFSS Hypertension Rates, USA, 2004)*



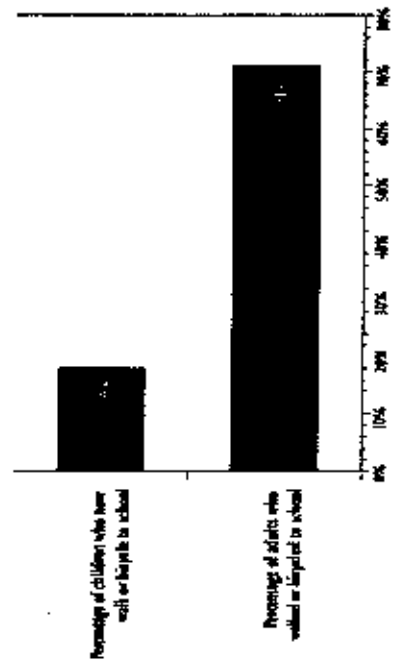
**SPRAWL E  
PRESSIONE  
ARTERIOSA**



**LO "SPRAWL"  
E  
LA SALUTE DELL'UOMO**

**SPRAWL E  
PERCORSO  
CASA-SCUOLA**

*A confronto la percentuale di bambini che si reca oggi a scuola a piedi o in bicicletta è quella dei loro genitori. Il modello insediativo SUB-URBANO non consente la pedonalità (Surface Transportation Policy, USA 2004)*



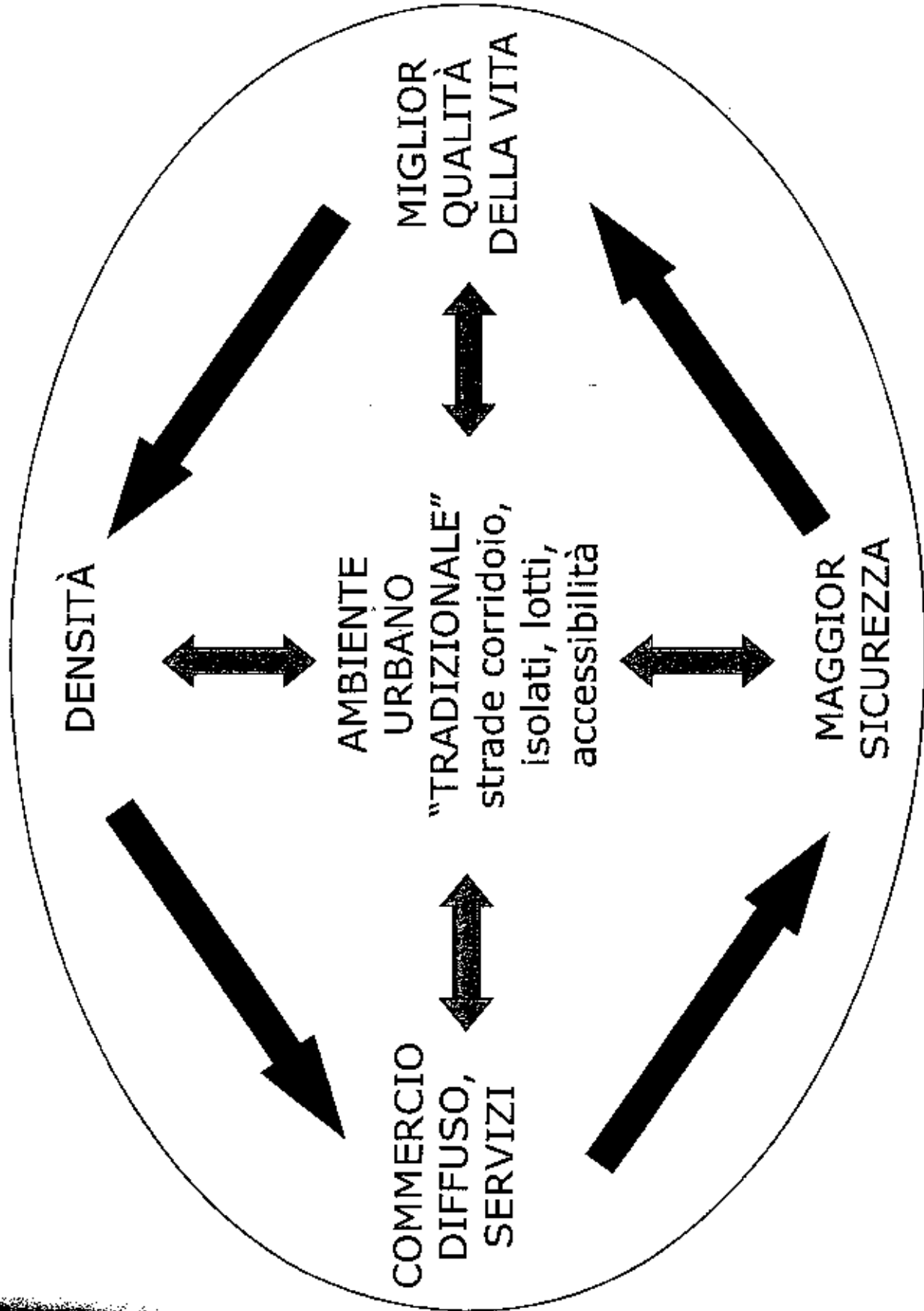
## IL CASO DI BOLOGNA

- La città appare sviluppata secondo un modello insediativo SUB-URBANO
- Popolazione sparsa sul territorio
- Organizzazione del territorio in zone funzionalmente omogenee (ZONING)
- Negli ultimi 30 anni la superficie del Comune è raddoppiata perdendo 1/5 della popolazione ( = contribuenti )

## QUESTO HA CONTRIBUITO A:

- Aumento del traffico motorizzato necessario per gli spostamenti
- Diminuzione dei servizi offerti
- Aumento del costo dei servizi urbani (trasporto pubblico, illuminazione pubblica)
- Diminuzione del livello di sicurezza dovuto alla progressiva desertificazione di molte parti della città

# Le risorse della città tradizionale - la DENSITÀ



**In questa sede che parliamo dell'effettivo  
sviluppo petrolifero previsto nel medio e lungo  
termine, o delle tecnologie in fase di sviluppo per rendere  
competitive altre fonti energetiche.**

**Il ragionamento parte da condizioni al contorno di grande  
"buon senso" e riconosciuta condivisione della Comunità  
Scientifica Internazionale: esiste il problema della inesorabile  
diminuzione della risorsa e verosimilmente dell'aumento del  
suo costo; esistono inoltre dinamiche legate all'utilizzo della  
risorsa stessa che creano problemi di inquinamento  
ambientale.**

**È dunque interessante e significativo studiare se e come le città  
potranno affrontare questo pericolo.**

**Un indice di "Vulnerabilità al Petrolio" diventa uno strumento  
per poter capire se un certo tipo di ambiente e il modello  
inmediato ad esso associato, potranno in futuro continuare ad  
essere sostenibili da un punto di vista energetico e ambientale,  
e, di particolare importanza per le nostre amministrazioni, per  
una efficiente gestione pubblica.**

