



CITTÀ DI SESTO SAN GIOVANNI
MEDAGLIA D'ORO AL VALOR MILITARE

Settore Governo del Territorio
e attività produttive
Servizio PGT e ambiti di trasformazione



PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO DOCUMENTO DI PIANO

ALLEGATO C

Variante in Accordo di Programma per la realizzazione della Città della Salute e della Ricerca (promosso con D.G.R. IX/3666 del 2/7/2012) negli Ambiti di Trasformazione strategica ATs1 e ATs2.

Elaborato controdedotto a seguito delle osservazioni pervenute e del parere di compatibilità al P.T.C.P. della Provincia di Milano

PGT approvato con Delibera di Consiglio Comunale
n. 32 del 16 luglio 2009
pubblicato sul BURL n.44 del 04/11/2009

Variante in recepimento a piani di settore e atti sovraordinati
approvata con Delibera di Consiglio Comunale n. 48 del 29 ottobre 2012
Pubblicata sul BURL n. 03 del 16 gennaio 2013

AdP Città della Salute approvato con Decreto Presidente Regione Lombardia n. 7819 del 21/08/2013
Variante ratificata con Delibera di Consiglio Comunale n. 48 del 30/07/2013
AdP Città della Salute pubblicata sul BURL n. 35 del 26/08/2013

Note di lettura:

evidenziate in

grassetto sottolineato le parti modificate/integrate dalla Variante in Accordo di Programma per la realizzazione della Città della Salute e della Ricerca (promosso con D.G.R. IX/3666 del 2/7/2012) negli Ambiti di Trasformazione strategica ATs1 e ATs2

grassetto sottolineato doppio le parti controdedotte a seguito delle osservazioni pervenute e del recepimento del parere di compatibilità al P.T.C.P. della Provincia di Milano



CITTÀ DI SESTO SAN GIOVANNI
Provincia di Milano



PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO

(legge regionale 12/2005)

**RELAZIONE RIFERITA ALLE PROBLEMATICHE
DEL SETTORE COMMERCIALE AL DETTAGLIO**

(aprile 2008)

POLICLETO

ISTITUTO PER LE RICERCHE SOCIALI E DEI CONSUMI

via Aldo Moro, 44 / 25124 Brescia

telefono 030221710 r.a. / fax 030225376 /istituto.policleto@policleto.it

Gruppo di lavoro dell'**Istituto Policleto**

- **Angelo Straolzini** – responsabile di progetto
- **Silvia Catalano** – analisi e commento parte commerciale
- **Elvira Bugatti** – analisi e commento parte socio-economica
- **Nicola Straolzini** – raccolta dati ed e.d.p.
- **Sara Tomasini** - segreteria

Si ringrazia per la preziosa collaborazione **Maria Carella** – responsabile dell'Ufficio Commercio della Città di Sesto San Giovanni

Premessa

La presente relazione si propone di analizzare l'evoluzione intervenuta nella rete commerciale della città di Sesto San Giovanni nel periodo dal 2000 al 2007, da quanto cioè sono stati effettuati gli studi preliminari finalizzati alla variante di PRG del 2001 alla data odierna.

A tale scopo sono stati utilizzati i dati forniti dagli uffici comunali, riguardanti la struttura distributiva locale, le rilevazioni periodiche dell'Osservatorio Regionale del Commercio, altri dati Istat e di fonte ministeriale.

Gli obiettivi

In coerenza con quanto stabilito dalla l.r. 12/2005 e dalle specifiche disposizioni regionali in materia di commercio, la formazione del PGT, e in particolare la parte attinente il commercio al dettaglio, deve essere accompagnata da una ricognizione sullo stato di fatto in grado di accertare:

- la consistenza della rete distributiva locale;
- le tendenze evolutive del settore;
- la presenza e la localizzazione delle diverse tipologie di vendita;
- la funzionalità complessiva della rete commerciale;
- la distribuzione sul territorio comunale degli esercizi commerciali e le relative criticità e potenzialità;
- l'attenzione al contesto territoriale più ampio.

Lo stato di fatto

La rete commerciale al dettaglio della città di Sesto San Giovanni è così articolata, secondo le tipologie previste dal D.lgs. 114/98:

tipologie	v.a.	sup. vendita
e.v. alimentari	230	10551
e.v. non alim.	584	37291
m.s. alimentari	14	11617
m.s. non alim.	26	15702
g.s. alimentari	1	4950
g.a. non alim.	0	0
centri commerciali	2	44000
Totale	857	124111

Il dato quantitativo esprime già un valore di rilievo, se poi consideriamo che all'interno dei 2 centri commerciali, operano 155 esercizi di vicinato, 25 medie strutture di vendita e 2 grandi strutture di vendita è evidente come la dotazione di servizio commerciale presenti un indice di densità complessivo di tutto riguardo.

La densità commerciale esprime la disponibilità di mq. di area di vendita ogni 1.000 abitanti: tale indice, confrontato con quelli dei Comuni limitrofi si colloca al di sotto solo di quello della città di Monza, con una particolare accentuazione, tuttavia, nel segmento delle grandi strutture di vendita dove, a fronte di un dato medio della zona di 434, Sesto San Giovanni registra 609 mq ogni 1.000 abitanti. I dati provinciali e regionali si aggirano per la g.d. attorno ai 350 mq/1000 abitanti.

Anche l'equilibrio tipologico si presenta anomalo: nella media della zona l'area di vendita degli esercizi di vicinato costituisce il 59% (a Sesto San Giovanni il 38%), le medie strutture rappresentano il 28% (a Sesto San Giovanni il 22%) mentre la quota delle grandi strutture è pari al 13%, contro il 40% di Sesto San Giovanni. I valori su scala provinciale e regionali sono così articolati:

	e.v.	m.s.	g.s.
provincia	47,1%	29,7%	23,2%
regione	46,6%	31,8%	21,6%

Confinanti di Sesto San Giovanni

Valori numerici

Pr	Comune	Res. al 31/12/06	Esercizi di vicinato						Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
			N° alim.	N° n alim.	Tot. Num.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Tot. Sup.	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
MI	BRESSO	26.478	72	149	221	2.423	7.121	9.544	10	3.329	3.194	6.523	1	687	2.489	3.176	232	6.439	12.804	19.243
MI	BRUGHERIO	32.854	43	156	199	1.919	10.011	11.930	11	3.320	4.284	7.604	1	3.851	8.365	12.216	211	9.090	22.660	31.750
MI	CINISELLO BALSAMO	73.976	110	356	466	6.217	26.456	32.673	50	5.906	36.372	42.278	4	8.496	45.809	54.305	520	20.619	108.637	129.256
MI	COLOGNO MONZESE	47.649	98	248	346	3.837	15.477	19.314	22	3.986	13.121	17.107	1	1.964	1.615	3.579	369	9.787	30.213	40.000
MI	MILANO	1.303.437	4.477	17.933	22.410	200.175	1.100.970	1.301.145	854	121.656	422.870	544.526	32	42.713	112.527	155.240	23.296	364.544	1.636.367	2.000.911
MI	MONZA	121.445	328	1.379	1.707	15.457	94.892	110.349	112	13.197	72.154	85.351	5	11.854	23.456	35.310	1.824	40.508	190.502	231.010
MI	SESTO S. GIOVANNI	81.032	230	584	814	10.551	37.291	47.842	42	7.876	20.163	28.039	3	10.600	38.350	48.950	859	29.027	95.804	124.831
TOTALI		1.686.871	5.358	20.805	26.163	240.579	1.292.218	1.532.797	1.101	159.270	572.158	731.428	47	80.165	232.611	312.776	27.311	480.014	2.096.987	2.577.001

Valori di densità

Pr	Comune	Res. al 31/12/06	Esercizi di vicinato						Medie Strutture				Grandi Strutture				Totale			
			N° alim.	N° n alim.	Tot. Num.	Sup. Alim.	Sup. n alim.	Tot. Sup.	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
MI	BRESSO	26.478	368	178	120	92	269	360	2.648	126	121	246	26.478	26	94	120	114	243	484	727
MI	BRUGHERIO	32.854	764	211	165	58	305	363	2.987	101	130	231	32.854	117	255	372	156	277	690	966
MI	CINISELLO BALSAMO	73.976	673	208	159	84	358	442	1.480	80	492	572	18.494	115	619	734	142	279	1.469	1.747
MI	COLOGNO MONZESE	47.649	486	192	138	81	325	405	2.166	84	275	359	47.649	41	34	75	129	205	634	839
MI	MILANO	1.303.437	291	73	58	154	845	998	1.526	93	324	418	40.732	33	86	119	56	280	1.255	1.535
MI	MONZA	121.445	370	88	71	127	781	909	1.084	109	594	703	24.289	98	193	291	67	334	1.569	1.902
MI	SESTO S. GIOVANNI	81.032	352	139	100	130	460	590	1.929	97	249	346	27.011	131	473	604	94	358	1.182	1.541
TOTALI		1.686.871	315	81	64	143	766	909	1.532	94	339	434	35.891	48	138	185	62	285	1.243	1.528

L'evoluzione

Negli ultimi anni la fisionomia del commercio sestese ha subito mutamenti "storici": rispettivamente nel 2003 e nel 2005 sono stati portati a compimento due progetti significativi di recupero di aree dismesse avviati negli anni 90, il centro commerciale Sarca (area Breda) ed il centro commerciale Vulcano (area Falck Vulcano). Si è trattato di un'iniezione di nuova offerta pari a 44.000 mq di area di vendita, quasi il 50% della superficie esistente all'inizio degli anni duemila.

Al di là del significativo dato quantitativo sono gli aspetti qualitativi di questa nuova dimensione del comparto distributivo sestese a porre interrogativi sulle prospettive, in quanto, di fatto, vi è stata la creazione di nuovi luoghi del commercio, con una messa in discussione della tradizionale organizzazione del sistema distributivo locale, in particolare di quello ubicato nei tradizionali assi commerciali della città.

E' quindi importante cogliere, sotto il profilo quantitativo, l'impatto di questa nuova superficie di vendita che è stata attivata nel territorio comunale. Le tabelle sottoriportate consentono un raffronto di questo tipo:

EVOLUZIONE SISTEMA DISTRIBUTIVO 1990/2007 ESERCIZI DI VICINATO - NUMERO

settore/anni	1990	2000	2003	2007
Alimentare	294	204	246	230
non alimentare	668	660	594	584
Totale	959	864	840	814*

* ad essi si aggiungono 155 esercizi di vicinato ubicati nei 2 centri commerciali attivati dopo il 2003.

EVOLUZIONE SISTEMA DISTRIBUTIVO 1990/2007 ESERCIZI DI VICINATO - SUPERFICIE DI VENDITA

settore/anni	1990	2000	2003	2007
Alimentare	n.d.	8791	11194	19551
non alimentare	n.d.	35046	37930	37291
Totale	n.d.	43873	49124	47482*

* ad essi si aggiungono 12175 mq di superficie di vendita degli esercizi di vicinato ubicati nei 2 c.c.

**EVOLUZIONE SISTEMA DISTRIBUTIVO 2000/2007
MEDIE STRUTTURE DI VENDITA – NUMERO**

settore/anni	2000	2003	2007
Alimentare	10	16	14
non alimentare	32	28	26
Totale	42	44	40*

* ad esse si aggiungono 21 medie strutture di vendita ubicate nei 2 centri commerciali attivati dopo il 2003.

**EVOLUZIONE SISTEMA DISTRIBUTIVO 2000/2007
MEDIE STRUTTURE DI VENDITA - SUPERFICIE DI VENDITA**

settore/anni	2000	2003	2007
Alimentare	9407	12225	11617
non alimentare	20656	25648	15702
Totale	30063	37873	27319*

* ad essi si aggiungono 16631 mq di superficie di vendita delle medie strutture ubicate nei 2 c.c.

**EVOLUZIONE SISTEMA DISTRIBUTIVO 2000/2007
GRANDI STRUTTURE DI VENDITA – NUMERO**

settore/anni	2000	2003	2007
Alimentare	1	1	1*
non alimentare	0	0	0
Totale	1	1	1*

* ad essa si aggiungono 2 grandi strutture di vendita alimentari ubicate nei 2 centri commerciali attivati dopo il 2003.

**EVOLUZIONE SISTEMA DISTRIBUTIVO 2000/2007
GRANDI STRUTTURE DI VENDITA - SUPERFICIE DI VENDITA**

settore/anni	2000	2003	2007
Alimentare	4950	4950	4950*
non alimentare	0	0	0*
Totale	4950	4950	4950*

* ad essi si aggiungono 13.679 mq di superficie di vendita delle grandi strutture ubicate nei 2 c.c.

Come si può notare dalle tavole sopra riportate la consistenza della struttura della rete commerciale urbana tradizionale e specializzata non è quantitativamente mutata più di tanto: a fronte di una forte contrazione avvenuta negli anni 90, che ha interessato soprattutto il commercio alimentare nella tipologia degli esercizi di vicinato, dal 2000 al 2007 il ritmo di tale ridimensionamento è rallentato, anche se si è concentrato,

diversamente dal periodo precedente, soprattutto nel settore non alimentare. Se riduciamo ulteriormente il periodo di osservazione, portandolo alla data di apertura dei 2 centri commerciali Sarca e Vulcano, le variazioni sono state minime: 26 esercizi di vicinato (16 alimentari) e 4 medie strutture di vendita (2 alimentari).

Accanto a queste considerazioni, prevalentemente di carattere quantitativo, si possono effettuare valutazioni di ordine più qualitativo: la presenza di importanti locomotive del settore alimentare, facenti capo a gruppi primari della distribuzione nazionale, ha inoltre innestato una forte concorrenzialità nei confronti dei punti vendita della media e grande distribuzione già esistenti, dimensionalmente contenuti e posizionati in funzione di un servizio decentrato e di prossimità, con scarsi standard di accessibilità e parcheggio e, spesso, in immobili non funzionali.

A fronte di queste nuove realizzazioni il settore sta attraversando una intensa fase di trasformazione che se (per il momento) non si manifesta nei dati quantitativi (numero di esercizi) riguarda la gestione delle imprese ed il loro rapporto con il territorio.

Sono quindi facilmente desumibili gli effetti portati dall'insediamento di forme di commercio moderno: maggiore servizio ai consumatori residenti, generazione di attrazioni esterne, spinta all'occupazione nel settore terziario. Si sono inoltre generati due fenomeni che hanno spinto le attività esistenti verso la ricerca di una riconversione: il primo è il recupero di una mobilità, molto elevata negli anni 90, verso l'esterno, verso aggregazioni commerciali più significative, quali Milano e Cinisello Balsamo. Tale recupero ha avuto in parte ricadute positive anche sulla rete tradizionale, che ha beneficiato della minore mobilità nelle proprie funzioni di servizio di prossimità. Il secondo è lo sviluppo di una forte concorrenza infrasettoriale, che ha fatto cadere rendite di posizione e spinto parte dei punti di vendita tradizionali e specializzati alla ricerca di nuovi modelli gestionali, di nuove proposte negli assortimenti, di introduzione di momenti di servizio personalizzati. In sostanza ciò che è avvenuto ha creato le condizioni per una nuova fisionomia del commercio sestese, considerato nella sua complessività, non più solo momento di

presidio territoriale nelle funzioni di servizio ai residenti, ma vero e proprio comparto economico multicanale in cui la location non è solo determinata dal bacino d'utenza primario ma da ciò che il territorio di Sesto San Giovanni rappresenta, potrà rappresentare, in un ambito metropolitano, dal punto di vista della vocazione, della qualità urbana, dei sistemi di viabilità, ecc.

Le criticità

Permangono nel sistema commerciale cittadino elementi di criticità rispetto all'assetto assunto nell'ultimo decennio: la forte contrazione del numero di esercizi del settore alimentare avvenuta negli anni 90 ha determinato il venir meno di un diffuso presidio territoriale per i beni di prima necessità, alimentari in primo luogo, configurando zone residenziali con carenza di servizio, con conseguente incentivazione ad una mobilità per gli acquisti non voluta dal consumatore. La situazione presenta problematiche di rilievo in modo particolare per la popolazione anziana e disagiata.

Lo sviluppo delle iniziative commerciali aggreganti, centri commerciali con gallerie di negozi, direttamente concorrenziali con la parte più specializzata del commercio cittadino, ha causato una riduzione della "forza" portante degli assi commerciali tradizionali, limitati nella loro funzione dalle problematiche connesse al traffico, all'accessibilità veicolare, alla dotazione di parcheggi, all'assenza di veri e propri percorsi pedonali di shopping e ad una frammentarietà degli stessi.

In sostanza ad una sostanziale stabilità demografica (accentuata da un indice di invecchiamento piuttosto elevato) e ad una stagnazione ormai quinquennale dei consumi, ha fatto fronte un forte incremento della dotazione di servizio commerciale nel territorio comunale, con un'accentuazione della concorrenzialità interna: il risultato è stata una sensibile contrazione del fatturato e della marginalità gestionale, fattori che hanno determinato un'accentuazione del turn over sostitutivo delle imprese ed un incremento del tasso di mortalità. I percorsi urbani del commercio, inoltre, sono sempre più inframezzati da attività di servizio terziario (banche, agenzie, artigianato, ecc.) e di ristorazione che determinano "rotture" del fronte espositivo e della fruibilità, anche per la diversificazione degli orari delle diverse tipologie.

La programmazione regionale e provinciale

La programmazione del commercio, attuata con il PGT, non può prescindere da alcune coordinate di livello superiore: quelle regionali sono state recentemente aggiornate mentre a livello provinciale non esiste ancora uno specifico piano di settore.

La Regione Lombardia, con il programma triennale 2006/2008 (d.c.r. 2 ottobre 2006 n. VIII/215) e con i successivi provvedimenti attuativi, ha definito indirizzi generali di programmazione così sintetizzabili

- minimizzazione del consumo di suolo;
- qualificazione, ammodernamento e/o riconversione dell'esistente;
- superamento delle criticità presenti nel servizio di prossimità;
- sviluppo delle grandi strutture ad “impatto zero”, in termini di nuova superficie e di esternalità negative. Ciò significa che l'insediamento commerciale può essere possibile qualora, oltre a conseguire la compatibilità socio-economica, territoriale ed ambientale nelle componenti di valutazione, sia in grado di garantire condizioni di sostenibilità definite dalla Conferenza di Servizi.

Vi sono poi indirizzi di ambito territoriale: in quello di “addensamento commerciale metropolitano”, in cui è ubicata la città di Sesto San Giovanni i principali evidenziano l'esigenza di procedere ad una *riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti* disincentivando *l'ampliamento e l'apertura di grandi strutture di vendita mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita.* Viene richiesta una particolare attenzione *alla localizzazione in aree dismesse dei nuovi insediamenti distributivi e alla prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico.*

I fattori influenti

Sesto San Giovanni da tempo non è più la città delle fabbriche ed una realtà urbana con circa 90.000 abitanti non può limitarsi ad una mera funzione residenziale senza il rischio di divenire “periferia dormitorio”: il sistema economico locale già oggi presenta una differenza tra “occupati” e “addetti alle imprese locali” di oltre 4.500 abitanti, quindi con un pendolarismo lavorativo verso l’esterno di circa 6.000 persone ed ha un rapporto tra addetti alle imprese e 100 residenti pari a 37,8 contro una media provinciale del 48,3.

Il sistema economico locale, secondo i dati del censimento 2001, evidenzia una connotazione “terziaria”: gli occupati nel settore manifatturiero e delle costruzioni rappresentano il 29,8% del totale (a fronte del 46,7% del 1991), mentre alla stabilità del commercio (dal 22,4% al 19,2%) si contrappone una fortissima crescita delle attività terziarie, passate dal 30,9% al 51%.

CONFRONTO SETTORI ECONOMICI 1991/2001

censimenti	1991		2001	
	UI	addetti	UI	addetti
industria	1427	12915	1413	8889
commercio	2169	6210	1911	5724
altri servizi	1761	8550	2888	15197
totale	5357	27675	6212	29810

VARIAZIONI 1991-2001

	ul	addetti
industria	-1,0%	-31,2%
commercio	-11,9%	-7,8%
altri servizi	64,0%	77,7%
totale	16,0%	7,7%

PESI DEI DIVERSI SETTORI ECONOMICI

	1991		2001	
	ul	addetti	Ul	addetti
industria	26,6%	46,7%	22,7%	29,8%
commercio	40,5%	22,4%	30,8%	19,2%
altri servizi	32,9%	30,9%	46,5%	51,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

L'andamento dell'ultimo quinquennio, desunto dalle rilevazioni della Camera di Commercio, si conferma positivo, in linea con il decennio precedente. Si registra infatti, nel periodo 2001/2007, una crescita di 350 unità (pari al 6,8%) così articolata fra i diversi settori:

VARIAZIONI 2001-2007

	Unità locali	
	N°	%
industria	101	6,7%
commercio	16	1,0%
altri servizi	233	13,4%
totale	101	6,9%

- industria: + 101 unità (prevalentemente concentrate nel settore delle costruzioni);
- commercio: + 16 unità (settore della somministrazione/ristorazione);
- terziario: + 233 unità (prevalentemente concentrate nelle attività di servizi alle imprese e nei sistemi logistici).

La situazione socio-economica delle famiglie evidenzia dati non allarmanti, in linea con la media provinciale:

- indice di disoccupazione: 5,24% (prov. Milano: 5,21%)
- indice di occupazione: 49,09% (prov. Milano: 50,89%)

- indice di attività: 51,86% (prov. Milano: 53,69%)
- indice di dipendenza: 45,16 (prov. Milano: 44,71)

La trasformazione socio-economica locale è comunque evidente e destinata a proseguire, proponendo una città che “invecchia” più della media e che, pur trovando spazi per l’occupazione in un terziario talvolta marginale (il numero delle unità locali con un solo addetto è pari al 57,1% del totale), non riesce a dare una piena risposta alle aspettative di lavoro dei residenti (il pendolarismo lavorativo in uscita è decisamente elevato: quasi il 20% di chi lavora), che cerca di connotarsi sotto il profilo commerciale con interventi di riuso delle aree dismesse (2 grandi aree occupate da centri commerciali).

Gli obiettivi del PGT

Accanto agli orientamenti settoriali a cui comunque il PGT, ai sensi della l.r. 12/05, deve rifarsi, e alle indicazioni di carattere socio-economico prima descritte, va tenuto altresì in considerazione il progetto generale di programmazione territoriale della città per il futuro, la visione della trasformazione per il prossimo decennio.

Le coordinate di progetto del PGT sono così schematizzabili:

- crescita della popolazione di 20.000 unità;
- prosecuzione degli interventi di recupero delle aree dismesse;
- forte miglioramento del sistema di trasporto pubblico;
- valorizzazione della qualità residenziale della città costruita.

In questo contesto buona parte è rappresentata dal progetto di recupero delle aree Falck, che oltre alla generazione di nuovi flussi demografici (13.000 abitanti), propone una dimensione nuova della città, che si qualifichi come punto di riferimento della qualità urbana, soprattutto sul versante dei servizi, commerciali e culturali (con la conseguenziale nascita di punti di eccellenza e attività economiche ad alta specializzazione e con attrazione sovracomunale).

E' la prospettiva di una nuova dimensione della città, non borgo del capoluogo, ma polo di riferimento per l'area metropolitana, che basa questa sua funzione non sui valori quantitativi dell'espansione urbana, ma considera l'espansione urbana come arricchimento della città esistente, finalizzata all'utilizzo di spazi oggi degradati in funzione della collocazione di iniziative innovative e di respiro europeo.

E' in questo contesto generale che la distribuzione al dettaglio può avere ulteriori sviluppi di crescita che non guardino al bacino naturale dei residenti, per i quali la dotazione di servizio è oggi sufficiente sotto il profilo delle quantità, ma all'area territoriale omogenea, con iniziative qualitativamente competitive e di forte

innovazione rispetto alle esperienze esistenti, che sappiano aggregare all'esistente nuove espressioni del servizio commerciale e della vita urbana.

Le linee programmatiche di settore

Le linee programmatiche per il commercio del prossimo decennio possono essere dunque individuate in quattro precise direzioni:

- gli assi commerciali urbani, nei quali garantire il consolidamento della presenza degli esercizi di vicinato e specializzati, agendo soprattutto sui fattori di accessibilità, arredo urbano, trasformazione, attraverso progetti integrati pubblico-privato;
- i quartieri periferici, dove oggi vi è carenza di servizio a cui va posto rimedio con obiettivi di diffusione territoriale della rete di vicinato e di prossimità, agevolando i cambi di destinazione d'uso anche sotto il profilo finanziario (oneri, ecc.);
- le aree dismesse, nelle quali la presenza del commercio deve essere commisurata in funzione di un equilibrio con le altre destinazioni (residenza, terziario, verde, servizi, ecc.) e orientata ad evitare modelli ripetitivi già presenti sul territorio e, di conseguenza, eccessivamente concorrenziali verso l'esistente;
- il commercio su aree pubbliche, la cui entità è del tutto ragguardevole e costituisce un'integrazione essenziale della struttura commerciale in sede fissa. Vanno perseguiti il miglioramento e la qualificazione della rete dei mercati e dei posteggi esistente, anche con opportune rilocalizzazioni funzionali.

Per quanto attiene la "città costruita" le azioni concrete da sviluppare, in sede di Pgt, possono essere così individuate:

- allargamento delle tipologie ammissibili anche alle medie strutture di vendita (e non più solo limitazione ai soli esercizi di vicinato);
- definizione di iter urbanistici (piani attuativi e di recupero e non più semplice permesso di costruire o d.i.a.) che consentano il governo qualitativo degli interventi, in primo luogo sugli aspetti degli standard (in particolare parcheggi) e sulle dimensioni (da articolare anche in soglie più contenute dei 2.500 mq, a secondo della localizzazione e del tipo di intervento edilizio);
- più in generale un'azione sull'arredo urbano (negli assi commerciali), sull'accessibilità e sulla mixità degli interventi edilizi nelle zone periferiche (obbligatorietà di una quota di commerciale, es. ai piani terra).

L'applicazione di tali indicazioni generali allo specifico progetto di programmazione urbanistica di Sesto San Giovanni, presuppone una sua articolazione per ambiti territoriali. Nella "città consolidata" genericamente considerata, nella quale gli interventi insediativi sono possibili senza particolari modalità urbanistico-edilizie (permesso di costruire e d.i.a.), è opportuno mantenere l'ammissibilità per i soli esercizi di vicinato (oltre alle tipologie di tipo superiore già in essere). Negli altri ambiti, in cui l'intervento insediativo deve avvenire con una procedura urbanistica complessa (Piani di Recupero, Piani Attuativi, Piani Integrati di Intervento, ecc.) l'ammissibilità può essere estesa anche alle tipologie commerciali di tipo superiore (medio o grandi strutture di vendita). In questi casi, infatti, l'ipotesi realizzativa è oggetto di un iter procedurale nel quale le proposte del privato si confrontano preventivamente con quelle del "pubblico", che mantiene un ruolo di guida dell'intervento, anche e soprattutto sotto il profilo della qualità dell'insediamento e della valutazione delle mitigazioni necessarie per rendere compatibile l'impatto generato dalla localizzazione di una struttura commerciale complessa, il più delle volte con effetti attrattivi anche su un bacino d'utenza più ampio del semplice vicinato.

Negli “ambiti di recupero urbano e ambientale” (ARur) e di “trasformazione urbana e ambientale” (Atu e ATa), localizzati nella città consolidata è ammissibile la previsione insediativa di medie strutture di vendita, esclusivamente della tipologia non alimentare.

Negli ambiti di trasformazione già in parte attuati (ex Marelli e Vulcano), l’ammissibilità commerciale va limitata agli esercizi di vicinato, in quanto la parte residua degli interventi va finalizzata agli insediamenti residenziali da realizzarsi e, quindi, ad una funzione di prossimità della presenza commerciale. Anche nello scalo ferroviario è opportuna una presenza commerciale di questa tipologia (esercizi di vicinato).

Diverso è il discorso riferito all’area ex Falck. Essa, per le sue dimensioni e le sue caratteristiche insediative rappresenta la vera svolta del Pgt. Il progetto, così come presentato, è destinato a cambiare il volto (ed il futuro) della città, ponendola, dal punto di vista delle funzioni di eccellenza (e quindi di attrazione) in una posizione di rilievo rispetto all’hinterland nella parte nord-est di Milano ed anche rispetto al capoluogo. E’ questa nuova dimensione urbana (che vede le potenzialità di una crescita demografica di circa 20.000 abitanti e la presenza di punti di riferimento culturali e ambientali strategici rispetto all’intera area metropolitana, oltre ad un importante riassetto del sistema urbano del traffico e della mobilità) la condizione per cui possa essere considerato un intervento commerciale come quello proposto che, per dimensione e qualità, si propone di scala gerarchica superiore a tutte le altre singole iniziative presenti nell’area metropolitana e nell’intera regione Lombardia.

Del resto va sottolineato che la stessa disciplina della programmazione urbanistico-commerciale definita dalla Regione Lombardia nel biennio 2006/2007, basata sull’impatto “zero” delle nuove grandi strutture di vendita, consente l’ammissibilità di nuovi insediamenti solo con un adeguata dotazione di fattori di mitigazione ambientale, di innovazione tipologica e gestionale, e di sostenibilità socio-economica, in grado di evidenziare in positivo il rapporto costo-benefici delle nuove strutture.

Inoltre, per le strutture con superficie di vendita superiore ai 15.000 mq. è necessario un accordo di programma tra Comune, Provincia e Regione.

La parte commerciale, circa 110.000 mq di s.l.p. (stimabile in circa 85.000/90.000 mq di area di vendita), è articolata in più formule distributive:

- 1) il mercato comunale coperto (12.000 mq): la programmazione di questo insediamento ha come riferimento la l.r. 15/2000 relativa al commercio su aree pubbliche. Il Comune deve individuare, con delibera consigliare, l'area/l'edificio interessato. La disponibilità dell'area deve essere comunale, quindi il privato la dovrà cedere in uso pubblico o mettere comunque a disposizione tramite un atto convenzionale. Il Comune deve richiedere alla Regione l'assegnazione del numero di posteggi (oggi ne sono disponibili in Lombardia circa 1.500) e procedere all'assegnazione degli stessi (durata decennale con rinnovo), con procedura pubblica (pubblicazione sul Burl) i cui criteri sono da individuarsi sulla base delle effettive esigenze territoriali. La gestione del mercato può essere delegata tramite convenzione con il consorzio degli operatori;
- 2) il grande magazzino (50.000 mq): si tratta di una grande struttura di vendita, caratterizzata dal settore non alimentare, con prodotti di alta specializzazione, tipologia tipica dei grandi centri urbani. La programmazione dell'insediamento deve essere adeguatamente motivata dal contesto territoriale, mentre la procedura autorizzativa prevede la conferenza di servizi (articolo 9 – d.lgs. 114/98);
- 3) grandi e medie strutture di vendita in “blocchi” (40.000 mq): sono spazi commerciali autonomi, inseriti in un contesto residenziale-direzionale su percorsi privati/pubblici. I criteri programmatori sono gli stessi del grande magazzino, così come quelli procedurali (conferenza di servizi), anche se

vi è la possibilità di procedere per stati di avanzamento della realizzazione del progetto;

- 4) negozi sulla rambla (10.000 mq): considerate le caratteristiche urbanistico-edilizie dell'insediamento, edifici distanziati tra loro che si affacciano sulla via pubblica, connotati dalla piccola e media dimensione (esercizi di vicinato e medie strutture di vendita) programmazione e procedure autorizzative sono interamente gestibili in ambito comunale. Il Comune dovrà assumere un provvedimento di programmazione definito “criteri per le medie strutture di vendita” in base alla d.g.r. 6024/2007.

**DELIBERA DI GIUNTA COMUNALE N. 351 DELL'11 DICEMBRE 2012 AD OGGETTO:
"VARIANTE AL P.G.T. IN ACCORDO DI PROGRAMMA PER LA REALIZZAZIONE
DELLA CITTÀ DELLA SALUTE E DELLA RICERCA (DGR IX/3666 2/7/2012) NEGLI
AMBITI DI TRASFORMAZIONE STRATEGICA ATs1 E ATs2". INTEGRAZIONE**

L'articolazione delle tipologie commerciali riferite all'ambito ATs1 e descritte nelle pagine precedenti fanno riferimento alla proposta di PII presentata nel 2007 costituente l'esito di un percorso di concertazione e condivisione di importanti capisaldi quali l'impianto infrastrutturale e la dotazione globale dei servizi che sono divenuti riferimento per la definizione dei contenuti degli indirizzi e dei criteri di intervento per gli ambiti di trasformazione ATs1 e ATs2, nell'atto di redazione del PGT.

La presente relazione nei precedenti paragrafi, costituisce parte integrante del PGT approvato, ai sensi della legge regionale 11 marzo 2005 n. 12 e s.m.i., il 16 luglio 2009, con deliberazione di Consiglio Comunale n. 32 e pubblicato sul BURL n. 44 in data 4 novembre 2009 e contiene le analisi riferite al settore commerciale fornendo le linee programmatiche per il commercio.

La promozione dell'AdP del 2 luglio 2012, con Delibera n. IX/3666, ha dato avvio al processo di localizzazione della Città della Salute e della Ricerca nel Comune di Sesto San Giovanni e ha comportato la modifica e l'aggiornamento degli indirizzi e dei criteri d'intervento del Documento di Piano per l'armonizzazione progettuale della CDSR con la trasformazione degli ambiti strategici ATs1 e ATs2.

Pertanto, le linee programmatiche, e in particolare le formule distributive e le scelte localizzative, previste nelle pagine precedenti per le aree ex Falck, risultano superate dai nuovi scenari e devono essere guidate dai criteri del Documento di Piano, così come aggiornati dalla presente variante nei seguenti termini:

"Nell'Ambito di trasformazione strategica ATs1, sono ammesse tutte le destinazioni d'uso "commerciali". Per le destinazioni "commercio al dettaglio" sono ammesse tutte le tipologie di vendita previste dal D. Lgs. n. 114/1998 per una capacità massima di 100.000 mq di s.l.p. articolata come segue:

- a. un valore massimo di 75.000 mq di s.l.p. attivabile secondo i formati distributivi previsti dal paragrafo 4.2.1 della DGRL n. VIII/5054 del 4.7.2007 e s.m.i., la cui localizzazione sarà da valutare in sede di pianificazione attuativa, in area accessibile dalla viabilità primaria e senza interferenze con la CDSR;**
- b. un valore massimo di 15.000 mq di s.l.p. attivabile secondo i formati distributivi previsti dal paragrafo 4.2.1 della DGRL n. VIII/5054 del 4.7.2007 e s.m.i., la cui localizzazione sarà da valutare in sede di pianificazione attuativa;**
- c. un valore minimo di 10.000 mq di s.l.p. per esercizi di vicinato e medie strutture di vendita comprese tra 251 e 500 mq di superficie di vendita.**

A valere sulle s.l.p. di cui ai precedenti punti a. e b. è ammesso un massimo di 5.000 mq di superficie di vendita per settore merceologico alimentare.

La localizzazione della slp di cui alla precedente lettera a) sarà da valutare in sede di pianificazione attuativa garantendo la migliore accessibilità dalla viabilità primaria, assicurando la non interferenza con la CDSR e riutilizzando e adattando preferibilmente gli edifici già esistenti, minimizzando così l'uso del suolo destinato a nuove edificazioni. Andrà verificata in tal senso la sostenibilità e compatibilità ambientale dell'utilizzo dell'edificio denominato T5, in sede di procedure di Valutazione Ambientale Strategica del PII e di Valutazione di Impatto Ambientale.

Potrà essere inoltre prevista una struttura commerciale su area pubblica -mercato coperto- con una capacità massima di mq 12.300 s.l.p..”