



1. - INTRODUZIONE ALLA LETTURA DEL RAPPORTO

La Regione Liguria ha dato attuazione al D.Lgs. 114/98 *“Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell’art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n° 59”* (Decreto Bersani), con deliberazione del Consiglio Regionale del 27 aprile 1999 di approvazione degli *“Indirizzi e criteri di programmazione commerciale e urbanistica del commercio al dettaglio”* e con la L.R. 2 luglio 1999, n° 19 *“Disciplina del commercio in attuazione del D. Lgs. 1988/114”*.

La sopravvenuta riforma federalista del titolo V della Costituzione ha assegnato alle Regioni potestà legislativa esclusiva anche sul commercio (art. 117 *“Spetta alle Regioni la potestà legislativa in riferimento ad ogni materia non espressamente riservata alla legislazione dello Stato”*); il che consente alle stesse di modificare, anche drasticamente, l’impianto normativo emanato in regime di D.Lgs. 114/98.

La Regione Liguria, in accordo con le altre Regioni, è, tuttavia, attualmente orientata a procedere all’emanazione della nuova legge regionale solo a valle della definizione in ambito nazionale di principi guida, cui le leggi regionali debbano attenersi. Per tale motivo, i Criteri a suo tempo definiti e la cui durata era fissata pari a tre anni sono stati prorogati fino alla fine del luglio 2003.

In attesa di una regolamentazione che potrebbe anche modificare sostanzialmente gli attuali Criteri in relazione all’esclusiva competenza attribuita alla Regione, quanto esposto in questa Relazione è stato sviluppato in forma coerente con detti criteri.

2. - IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO

2.1. - GENERALITÀ

I principali riferimenti normativi settoriali sono costituiti da:

- **D. Leg.vo 31 Marzo 1998, n° 114**, *“Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell’art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n° 59”*;
- **Deliberazione del Consiglio Regionale della Liguria n° 29 del 27 Aprile 1999**, *“Indirizzi e criteri di programmazione commerciale ed urbanistica per il commercio al dettaglio, in attuazione del D. Leg.vo 31 Marzo 1998”*, definiti nel prosieguo **Criteri Regionali**;
- **L.R. 2 Luglio 1999, n° 19**, *“Disciplina del commercio in attuazione del D. Leg.vo 31 marzo 1998, n° 114”*. Importanti sono anche le **Istruzioni** - emanate dalla Regione Liguria - per l’applicazione delle disposizioni contenute nei citati Criteri Regionali e L.R. 19 /1999;
- **Deliberazione del Consiglio Regionale della Liguria n° 5 del 5 Marzo 2003** *“Proroga degli indirizzi e criteri di programmazione commerciale ed urbanistica “*

Il metodo di normazione disegnato dalla riforma del settore commercio è a “cascata”:

- il D. Leg.vo ha fissato principi ed indirizzi di fondo, rinviando a provvedimenti regionali;

- la Regione ha definito criteri ed indirizzi programmatici, alcuni di natura prescrittiva, altri aventi esclusivamente valenza di indirizzo.

I Criteri Regionali operano sia sul versante della disciplina urbanistica, sia su quello della regolamentazione commerciale. In particolare, per ciò che concerne i criteri urbanistici, a decorrere dal 01.02.2000 (data sino alla quale vigeva un regime transitorio) anche quelli aventi valore di indirizzo (comunque sempre motivamente modificabili dal Comune con variante allo strumento urbanistico generale) hanno assunto efficacia vincolante, sovraordinata rispetto alle previsioni contenute nella strumentazione urbanistica comunale.

Per quanto attiene alla regolamentazione commerciale, è definito un articolato sistema di competenze che fanno capo alla Regione, ai Comuni e, in misura minore, alle Province. Tali competenze sono di seguito sinteticamente riepilogate con specifico riferimento ai poteri autorizzativi. Poiché tali poteri sono differenziati in funzione delle tipologie degli esercizi, queste sono preliminarmente qualificate.

2.2. - LE TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI: DEFINIZIONI

Il D. Leg.vo 114 / 1998 (art. 5, comma 1), ha sostituito le 14 tabelle merceologiche¹ ex allegato 5 al D.M. 4 Agosto 1988, con 2 settori merceologici: alimentare e non alimentare. A seguito di questa innovazione, ogni esercizio può commercializzare tutti i prodotti del settore alimentare, anche se in possesso di autorizzazione relativa ad una sola tabella alimentare; analogamente per il settore non alimentare.

Dimensionalmente, gli esercizi commerciali sono stati distinti in:

- *esercizi di vicinato*: esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti, e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- *medie strutture di vendita*: esercizi con superficie di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- *grandi strutture di vendita*: esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita.

Le aggregazioni di esercizi possono configurarsi (art. 4, comma 1, punto g del D. Leg.vo 114 /1998) come *centri commerciali*, definiti come media o grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente.

Il centro commerciale è considerato come una media o grande struttura di vendita, a seconda della superficie globale degli esercizi che lo compongono.

Avvalendosi della deroga di cui all'art. 10, comma 4, i limiti dimensionali massimi definiti dal D. Leg.vo sono stati ridotti dalla Regione Liguria nei seguenti casi:

- *Esercizi di vicinato*: la superficie massima di vendita è stata ridotta a 100 mq.:
 - nei centri storico – commerciali²;
 - nelle zone urbanistiche di tipo A (come definite dal D.M. 02 aprile 1968, n° 1.444);
 - nei Comuni con popolazione residente fino a 3.000 abitanti;
 - in tutte le frazioni o centri abitati decentrati fino a 500 abitanti.
- *Medie strutture di vendita*: la superficie di vendita è ridefinita, nei termini specificati nel seguente prospetto (in funzione delle zone urbanistiche ex D.M. 1.444 /1968), eccetto che nei centri e nuclei abitati con popolazione fino a 500 abitanti, in cui, fermi restando i valori più restrittivi, per MSV si intendono gli esercizi con superficie di vendita compresa tra 101 e 1.500 mq. (per i comuni con più di 10.000 abitanti) e tra 101 e 1.000 mq. (per i comuni con meno di 10.000 abitanti).

¹ Si riporta la composizione delle 14 tabelle merceologiche:

I	Ia	II	III	IV
Prodotti alimentari: freschi, comunque preparati e compreso il pane, il latte e derivati bevande, anche alcoliche (esclusi i prodotti ortofruttilicoli freschi, le fresche delle specie ittiche e le fresche e congelate delle altre animali, le carni di bassa macelleria frattaglie).	Prodotti alimentari: freschi, comunque preparati e (compresi il pane, preconfezionato all'origine, il derivati e le bevande, anche ed escluse soltanto le carni e equine e quelle di bassa esercizi aventi superficie di inferiore ai 200 mq.	Carni e frattaglie di tutte le animali: fresche, comunque preparate e (comprese quelle di cui Tabella V ed escluse quelle e di bassa macelleria) - altri prodotti alimentari a carni - uova.	Carni e frattaglie bassa macelleria.	Carni e frattaglie equine: conservate e comunque confezionate.
V	VI	VII	VIII	IX
Prodotti ittici e carni delle specie freschi, conservati e comunque confezionati, ivi compresi crostacei, echinodermi e anfibii.	Prodotti ortofruttilicoli: conservati e comunque confezionati - altri prodotti comunque conservati, olii e grassi alimentari di vegetale - uova - bevande, alcoliche.	Prodotti alimentari e non per esercizi aventi vendita superiore ai 400 (trattasi di tutti i commercializzati, ad delle carni e delle frattaglie di cui alla tabella IV e delle frattaglie di bassa macelleria).	Dolciumi: conservati e preparati e (compresi i generi pasticceria e gelateria).	Articoli di vestiario confezionati qualunque tipo e pregio, quelli di maglieria esterna canniceria - accessori abbigliamento di qualunque pregio, esclusi quelli costituiti oggetti preziosi - biancheria di qualunque tipo e calzature e articoli in pelle e di qualunque tipo e pregio.
X	XI	XII	XIII	XIV
Prodotti tessili di qualunque tipo e compresi quelli per l'arredamento casa.	Oggetti preziosi.	Mobili articoli casalinghi elettrodomestici - apparecchi e televisivi ed altri apparecchi la registrazione e la sonora è visiva e accessorio - materiale elettrico.	Libri ed altre pubblicazioni con tipografici o di genere, compresi.	Prodotti altri (trattasi di una o categorie merceologiche tra non comprese nelle precedenti).

² Sono previsti nei Criteri Regionali tre tipologie di centri storico-commerciali:

- tipologia A: il solo centro storico di Genova;
- tipologia B: nuclei storico-commerciali che presentino congiuntamente condizioni urbanistiche di "tessuto urbanistico e edilizio interno dotato di un elevato grado di omogeneità e localizzato in corrispondenza dei nuclei originari delle aree urbane circostanti" e commerciali di "forte concentrazione di esercizi commerciali tradizionali, con attrattività a largo raggio, organizzati in percorsi continui";
- tipologia C: piccoli nuclei di particolare pregio storico-ambientale.

Medie Strutture di Vendita - ALIMENTARI	da	a
Zone A	101	250
Zone B	251	1.500
Zone C	251	2.500
Zone D	600	2.500
Medie Strutture di Vendita - NON ALIMENTARI	da	a
Zone A compatte	101	600
Altre Zone A	101	1.500
Zone B	251	1.500
Zone C e Zone D	251	2.500

2.3. - REGIME AUTORIZZATIVO ED ENTI COMPETENTI

2.3.1. - Esercizi di vicinato

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento degli esercizi di vicinato è soggetta alla semplice comunicazione al Comune, subordinatamente al rispetto dei vincoli urbanistici e igienico - sanitari. Vigè la regola del silenzio assenso, per cui, decorsi 30 giorni, può procedersi all'apertura. E' fatta salva la possibilità per il Comune di inibire, nei primi due anni di vigenza dei Criteri Regionali, gli effetti della comunicazione, mediante *l'esercizio dei maggiori poteri* di cui all'art. 10, 1° comma, lett. C), limitatamente ai soli centri storico - commerciali, i quali, a tale fine, debbono essere perimetrati e dotati di programmi di qualificazione della rete commerciale (regime transitorio).

Gli speciali poteri esercitabili dai Comuni nella fase di regime transitorio possono essere estesi sotto i seguenti profili (punto 16 dei Criteri Regionali):

- *dimensione del territorio interessato* (non solo i centri storici commerciali, bensì aree notevolmente più ampie "aventi valore storico, archeologico, artistico o ambientale ovvero adiacenti a manufatti aventi-valore storico, archeologico o artistico");
- *durata temporale*;
- *materia da regolamentare* (merceologie autorizzabili, ma anche arredo ed estetica urbana, accessibilità).

L'estensione di tali poteri è subordinata all'adozione di un Piano di Regolamentazione Commerciale (PRC), con il quale i Comuni debbono perimetrare le aree soggette alla speciale disciplina, nonché definire la disciplina stessa.

2.3.2. - Medie strutture di vendita

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento delle medie strutture di vendita è subordinata all'autorizzazione da parte del Comune, che è rilasciata in conformità ai *criteri per il rilascio di dette autorizzazioni* che i Comuni devono adottare.

I Comuni debbono parimenti adottare le *norme sul procedimento concernente le domande*, stabilendo altresì il termine, non superiore ai 90 giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande debbono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il procedimento di diniego.

La Regione Liguria, in deroga alle previsioni normative del D. Leg.vo 114/1999, ha limitato il potere autorizzativo comunale per il settore alimentare.

I Criteri Regionali al punto 9.1 "Indirizzi per le medie strutture di vendita alimentari", stabiliscono, infatti, per la durata della loro vigenza *un limite di autorizzabilità per le MSV alimentari* non superiore a fissate percentuali³ (relazionate alla dimensione demografica dei Comuni) della superficie complessiva di vendita di prodotti alimentari autorizzata al 31.12.1998 a livello comunale, dedotta la superficie relativa alle grandi strutture di vendita.

2.3.3. - Grandi strutture di vendita

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio, subordinatamente alle determinazioni assunte da una Conferenza di Servizi (art. 9, comma 3, D. Leg.vo 114/1998), indetta dal Comune e composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la Regione, la Provincia e il Comune medesimo.

Alle riunioni della Conferenza, svolte in seduta pubblica, partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei Comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese di commercio più rappresentative in relazione al bacino di utenza dell'insediamento interessato (art. 9, comma 4).

³ Le percentuali applicabili sono le seguenti:

- 12% per Comuni fino a 10.000 abitanti,
- 10% per Comuni da 10.000 a 20.000 abitanti,
- 8% per Comuni da 20.000 a 40.000 abitanti,
- 6% per Comuni da 40.000 a 100.000 abitanti,
- 5% per Comuni con più di 100.000 abitanti.

Le deliberazioni⁴ della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti, con il vincolo del parere favorevole della Regione, da rendersi ai sensi dell'articolo 9 del D. Leg.vo n° 114 /1998. Il parere della Regione verte sulla conformità della domanda ai Criteri Regionali con specifico riferimento a quelli di natura commerciale.

Tali criteri sono stati definiti con riferimento ai 27 bacini commerciali in cui essa ha suddiviso il territorio e si sostanziano nella definizione di limiti di superficie autorizzabile per le grandi strutture di vendita, ovvero possono anche essere espressi in termini di puntuale definizione degli interventi autorizzabili.

Per il settore alimentare la Regione ha programmato, per il triennio di vigenza dei Criteri Regionali, 3 nuovi centri commerciali, di cui 2 in provincia di Genova ed 1 in provincia di La Spezia⁵.

Per il settore non alimentare la Regione non ha definito localizzazioni puntuali, attribuendo tale compito ai P.T.C. provinciali, i quali devono individuare i cosiddetti Distretti Commerciali, qualificati come aree in cui concentrare le nuove grandi strutture di vendita non alimentare.

Ha invece definito i limiti massimi di nuova superficie autorizzabile, nella misura del 6%, (per il primo biennio di vigenza dei Criteri Regionali) della globale superficie non alimentare di bacino (come determinata dalla Regione al 31.12.1998), ulteriormente incrementati fino ad un massimo del 2% a decorrere del primo giorno di vigenza del terzo anno di validità dei Criteri (D.C.R. n° 29 /1999, punto 10.2).

⁴ Costituisce elemento di particolare importanza quanto normato al Titolo II della L.R. 19 /1999, che prevede una disciplina coordinata dei procedimenti di rilascio delle autorizzazioni commerciali e di rilascio di titoli edilizi, facente capo allo Sportello Unico, di cui all'articolo 15 della L.R. 24 marzo 1999, n° 9

⁵ Bacino Varazze Arenzano: centro commerciale con superficie totale di vendita non superiore a 3.500 mq. con un esercizio dominante nel settore alimentare non superiore ai 2.500 mq.

Bacino Genovese – aree di Levante: centro commerciale con superficie di vendita fra i 3.500 ed i 5.000 mq., con un esercizio dominante non superiore a 3.000 mq.

Bacino La Spezia – Val di Magra - zona urbana di La Spezia Ponente: centro commerciale con superficie non superiore a 3.500 mq, con un esercizio dominante nel settore alimentare non superiore a 2.500 mq.

3. - PRELIMINARE ANALISI DELLA RETE COMMERCIALE

3.1. - PREMESSA

L'analisi della rete commerciale prende avvio con un preliminare inquadramento a grande scala proposto in questo capitolo e prevalentemente realizzato sulla base di dati di fonte regionale⁶, integrati, come nel seguito specificato, da dati più recenti.

I dati regionali sono i soli, infatti, che consentono di operare un confronto, accettabilmente omogeneo, tra le diverse realtà territoriali della Liguria e con riferimento a due distinti (ancorché non recenti) riferimenti temporali⁷.

Nel successivo capitolo l'analisi sarà quindi sviluppata, per il solo settore alimentare, con un maggiore dettaglio e sulla base delle risultanze di specifiche elaborazioni modellistiche, che consentono di delineare il sistema delle gravitazioni commerciali.

L'analisi a grande scala è condotta a due differenti livelli:

- al primo, si procede ad un confronto tra i dati di domanda e di offerta aggregati alla scala provinciale, sì da inquadrare la situazione imperiese nel contesto ligure; i dati utilizzati a questo livello di analisi sono quelli contenuti nei citati Rapporti ILRES + PRAXI e DITEA;
- al secondo, si considerano i 7 bacini commerciali in cui è suddiviso il territorio provinciale dai Criteri Regionali⁸. I dati utilizzati a questo livello di analisi sono i più recenti a nostra disposizione⁹: essi differiscono, in alcuni casi anche sensibilmente, da quelli utilizzati al precedente livello di analisi.

--- *Composizione dei 7 bacini commerciali della Provincia di Imperia:*

Ventimigliese		Sanremese		Imperiese			
Ventimigliese costiero	Airole	Sanremese costiero	Bajardo	Imperiese costiero	Cervo	Diano S.Pietro	
	Bordighera		Castellaro		Cipressa	Imperia	
	Olivetta S. Michele		Ceriana		Civezza	Pietrabruna	
	Seborga		Ospedaletti		Costarainera	S.Lorenzo al Mare	
	Vallebona		Pompeiana		Diano Arentino	S. Bartolomeo	
	Vallecrosia		Riva Ligure		Diano Castello	Villa Faraldi	
	Ventimiglia		Sanremo		Diano Marina		
Ventimigliese montano	Apricale		S.Stefano al Mare		Imperiese intermedio	Aurigo	Lucinasco
	Camporosso		Taggia			Borgomaro	Pontedassio
	Castelvittorio		Terzorio	Chiusanico		Prelà	
	Dolceacqua		Chiusavecchia	Vasia			
	Isolabona		Dolcedo				
	Perinaldo						
	Pigna	Sanremese montano	Badalucco	Imperiese montano	Armo	Montegrosso	
	Rocchetta Nervina		Carpasio		Borghetto d'Arroscia	Pieve di Teco	
	S. Biagio della Cima		Molini di Triora		Caravonica	Pomassio	
	Soldano		Montalto Ligure		Cesio	Rezzo	
		Triora	Cosio d'Arroscia		Vessalico		
		Mendatica					

⁶ Si fa riferimento ai Rapporti, riferiti all'analisi della rete commerciale regionale, predisposti da ILRES + PRAXI (nel 1994, a supporto della definizione dello "Schema programmatico per il commercio") e da DITEA (nel 1998, a supporto della definizione dei vigenti Criteri Regionali).

⁷ Tali dati forniscono, infatti, due distinte fotografie della rete commerciale ligure riferite:

- la prima, prevalentemente al 31.12.1992 (in effetti, per alcuni comuni i dati sono relativi al 1990 o 1991),
- la seconda, prevalentemente al 31.12.1996 (in effetti per alcuni comuni i dati sono relativi al 1995).

⁸ La composizione dei bacini commerciali in tabella è quella definita nei Criteri Regionali e differisce sensibilmente da quella proposta nei citati Rapporti ILRES+PRAXI e DITEA. Si segnala, inoltre, che restano esclusi dai 7 bacini regionali i Comuni di Aquila D'Arroscia e di Ranzo, entrambi ricompresi nel bacino Albenganese montano (SV).

⁹ Si precisano le fonti utilizzate:

- Comune di Sanremo, "Progetto integrato di rete commerciale": dati aggiornati al settembre 1999.
- Comune di Imperia, "Progetto integrato di rete commerciale": dati aggiornati ad ottobre 1999.
- Comuni di Ventimiglia, Taggia e Pontedassio: dati forniti direttamente dall'Amministrazione Comunale ed aggiornati a fine 1999.

Altri Comuni: dati contenuti nelle schede (forniteci dalla Regione Liguria) che i Comuni dovrebbero annualmente trasmettere alla Regione. In tali schede (la cui impostazione discende dalla precedente normativa di pianificazione commerciale - la legge 426/71 e s.m. -) è riportato il dettaglio degli esercizi con superficie di vendita maggiore di 400 mq; gli altri esercizi (quelli aventi singolarmente superficie di vendita minore di 400 mq) sono individuati soltanto a livello di totale comunale. I dati sono riferiti ad anni diversi poiché non tutti i Comuni hanno provveduto ad inviare alla Regione i dati aggiornati.

Il quadro di riferimento statistico relativo all'offerta, a seguito delle integrazioni apportate alla base dati di fonte regionale, risulta aggiornato:

- al 1999, per i maggiori 4 comuni (Sanremo, Imperia, Ventimiglia e Taggia) e per Pontedassio; a questi comuni afferisce circa il 64,1% della popolazione provinciale;
- al 1998, per 31 Comuni (15,7% della popolazione provinciale);
- al 1997, per 11 Comuni (8,9% della popolazione provinciale);
- al 1996 per i restanti 20 Comuni (11,26% della popolazione provinciale).

Le superfici commerciali ed il numero degli esercizi sono stati ricondotti ai due settori merceologici introdotti dal D. Leg.vo 114¹⁰: *alimentare e non alimentare*. Gli esercizi commerciali sono stati, inoltre, suddivisi in due gruppi:

- sino a 400 mq. di SV (convenzionalmente definiti "rete tradizionale");
- oltre i 400 mq. di SV (convenzionalmente definiti "esercizi maggiori").

Questa classificazione discende dalla base informativa disponibile di fonte regionale.

I dati inerenti la domanda commerciale sono di fonte ISTAT e consistono in:

- popolazione residente (a livello comunale): serie storica 1992 - 1998;
- spesa mensile pro capite per consumi alimentari e non alimentari (a livello regionale): serie storica 1992 - 1996.

3.2. - ANALISI DI 1° LIVELLO: LA RETE PROVINCIALE NEL CONTESTO REGIONALE

La provincia di Imperia, al 31.12.1996, presentava una complessiva superficie commerciale di 342.084 mq., articolata su 4.441 esercizi commerciali.

Il confronto (a quella data) **con le altre province liguri** (tabella 3.2) **evidenzia:**

1. **un relativo** (rispetto alla media regionale) **sovradimensionamento delle rete**: la densità di offerta (rapporto tra SV e popolazione residente) era infatti pari a 1,58 mq. / residente, (contro una media regionale di 1,19, risultando superiore a questa di circa 1/3); trattasi di un valore oggettivamente alto, anche quando si consideri che esso non tiene conto della domanda originata dalla popolazione turistica¹¹;
2. **una relativamente** (rispetto alla media regionale) **alta incidenza di esercizi maggiori** (quelli con SV \geq 400 mq.); infatti, considerando soltanto questa componente di rete:
 - il rapporto tra la densità di offerta commerciale provinciale e quella regionale saliva da 1,33 (valore relativo a tutte le componenti di rete) ad 1,64;
 - gli esercizi con SV \geq 400 mq. rappresentavano il 27,3% dell'intera rete commerciale della provincia in termini di superficie autorizzata, con una dimensione media degli esercizi pari a 1.026 mq. (a fronte di corrispondenti valori regionali pari a 22% e 972 mq.);
 - la rete provinciale rappresentava il 21,7% dell'intera rete regionale (mentre, considerando tutte le componenti di offerta - ossia anche quella costituita dagli esercizi minori - la percentuale scendeva al 17,5%);
 - la dimensione media degli esercizi era pari 77 mq., a fronte di una media regionale di 62 mq.

La produttività della rete provinciale (tabella 3.3) - calcolata rapportando la spesa espressa dalla popolazione residente alla superficie commerciale autorizzata - risultava relativamente bassa (-24,4% rispetto alla media regionale). Il basso valore, tuttavia, è parzialmente giustificato dal non avere considerato l'apporto della popolazione turistica.¹²

Il raffronto tra il 1992 ed il 1996 (tabella 3.4) evidenzia che la rete commerciale provinciale ha conosciuto nei 4 anni un processo di ristrutturazione, orientandosi verso forme distributive a maggiore dimensione unitaria degli esercizi. Decisamente significativi sono stati, infatti, gli incrementi ascrivibili al comparto degli esercizi commerciali con superficie $>$ 400 mq., soprattutto nel settore alimentare.

Parimenti significativi sono i decrementi che hanno interessato la rete tradizionale, tali da determinare complessive variazioni negative della superficie di vendita.

La densità commerciale (rapporto tra SV e residenti) presenta analogamente incrementi relativi alle medie e grandi superfici di vendita.

¹⁰ La riconduzione ai due settori (alimentare e non alimentare) della superficie di vendita autorizzata ex tabelle merceologiche, di cui al D.M. 4 agosto 1988, n° 375, è stata effettuata nel modo seguente:

- laddove si conosceva l'esatto riparto della superficie (Sanremo, Imperia, Taggia, Ventimiglia) è stato indicato quel dato;

- per i restanti comuni, gli esercizi e le relative superfici sono state aggregate secondo il classico criterio della prevalenza.

¹¹ Si rileva che solo Savona (provincia anch'essa caratterizzata da una forte componente di domanda turistica) presenta un indice di densità di offerta superiore (di poco) a quello di Imperia (1,6).

¹² Si rileva che anche per Savona, provincia ad alta incidenza di presenze turistiche, si registravano "bassi" valori di produttività.

--- Consistenza della rete commerciale regionale e provinciale al 31.12.1996:

			Provincia di Genova	Provincia di Imperia	Provincia di La Spezia	Provincia di Savona	Regione
Tutta la rete	Superfici	<i>Alimentari</i>	256.216	93.600	81.367	110.675	541.858
		<i>Non alimentari</i>	656.474	248.484	172.757	339.402	1.417.117
		<i>Totale</i>	912.690	342.084	254.124	450.077	1.958.975
	N° esercizi	<i>Alimentari</i>	5.678	1.425	1.598	2.177	10.878
		<i>Non alimentari</i>	10.440	3.016	2.911	4.603	20.970
		<i>Totale</i>	16.118	4.441	4.509	6.780	31.848
	Esercizio medio	<i>Alimentari</i>	45	66	51	51	50
		<i>Non alimentari</i>	63	82	59	74	68
		<i>Totale</i>	57	77	56	66	62
Solo esercizi con superficie >=400 mq	Superficie	<i>Alimentari</i>	59.110	27.196	17.822	26.160	130.288
		<i>Non alimentari</i>	147.374	66.193	50.281	36.326	300.174
		<i>Totale</i>	206.484	93.389	68.103	62.486	430.462
	Autorizzazioni	<i>Alimentari</i>	76	29	18	26	149
		<i>Non alimentari</i>	148	66	48	43	305
	Totale esercizi		222	91	64	66	443
	Residenti al 31/12/1996			920.549	216.789	223.400	281.097
Rapporto SV su residenti	Tutta la rete	<i>Alimentari</i>	0,28	0,43	0,36	0,39	0,33
		<i>Non alimentari</i>	0,71	1,15	0,77	1,21	0,86
		<i>Totale</i>	0,99	1,58	1,14	1,60	1,19
	Solo esercizi con SV >=400 mq	<i>Alimentari</i>	0,06	0,13	0,08	0,09	0,08
		<i>Non alimentari</i>	0,16	0,31	0,23	0,13	0,18
		<i>Totale</i>	0,22	0,43	0,30	0,22	0,26
			Provincia di Genova	Provincia di Imperia	Provincia di La Spezia	Provincia di Savona	Regione
Tutta la rete (riparto percentuale)	Superfici	<i>Alimentari</i>	47,3%	17,3%	15,0%	20,4%	100%
		<i>Non alimentari</i>	46,3%	17,5%	12,2%	24,0%	100%
		<i>Totale</i>	46,6%	17,5%	13,0%	23,0%	100%
	N° esercizi	<i>Alimentari</i>	52,2%	13,1%	14,7%	20,0%	100%
		<i>Non alimentari</i>	49,8%	14,4%	13,9%	22,0%	100%
		<i>Totale</i>	50,6%	13,9%	14,2%	21,3%	100%
Solo esercizi con superficie >=400 mq (riparto %)	Superficie	<i>Alimentari</i>	45,4%	20,9%	13,7%	20,1%	100%
		<i>Non alimentari</i>	49,1%	22,1%	16,8%	12,1%	100%
		<i>Totale</i>	48,0%	21,7%	15,8%	14,5%	100%
	Autorizzazioni	<i>Alimentari</i>	51,0%	19,5%	12,1%	17,4%	100%
		<i>Non alimentari</i>	48,5%	21,6%	15,7%	14,1%	100%
	Totale esercizi		50,1%	20,5%	14,4%	14,9%	100%

--- Produttività della rete commerciale regionale e provinciale al 31.12.1996:

		Provincia di Genova	Provincia di Imperia	Provincia di La Spezia	Provincia di Savona	Regione
Spesa per consumi (in MM)	Alimentari e bevande	3.479.670	819.461	844.451	1.062.545	6.206.126
	Consumi non alimentari	11.755.003	2.768.299	2.852.719	3.589.484	20.965.506
	Totale consumi	15.234.672	3.587.761	3.697.170	4.652.029	27.171.632
Residenti		920.549	216.789	223.400	281.097	1.641.835
Superfici	Alimentari	256.216	93.600	81.367	110.675	541.858
	Non alimentari	656.474	248.484	172.757	339.402	1.417.117
	Totale	912.690	342.084	254.124	450.077	1.958.975
Indici di produttività della rete al 1996	Alimentare	13,58	8,75	10,38	9,60	11,45
	Non alimentare	17,91	11,14	16,51	10,58	14,79
	Totale	16,69	10,49	14,55	10,34	13,87
Scostamenti percentuali rispetto ai valori regionali	Alimentare	18,6%	-23,6%	-9,4%	-16,2%	0,0%
	Non alimentare	21,0%	-24,7%	11,6%	-28,5%	0,0%
	Totale	20,3%	-24,4%	4,9%	-25,5%	0,0%

--- Dati di consistenza della rete ed indici di produttività in provincia di Imperia: confronto 92-96

			1992	1996	Variazioni assolute	Variazioni %
Tutta la rete	Superfici	Alimentari	91.173	93.600	2.428	2,7%
		Non alimentari	261.027	248.484	- 12.543	-4,8%
		Totale	352.200	342.084	- 10.116	-2,9%
	N° esercizi	Alimentari	1.800	1.425	- 375	-20,8%
		Non alimentari	3.368	3.016	- 352	-10,5%
		Totale	5.168	4.441	- 727	-14,1%
	Esercizio medio	Alimentari	51	66	15	29,7%
		Non alimentari	78	82	5	6,3%
		Totale	68	77	9	13,0%
Solo esercizi con superficie >=400 mq	Superficie	Alimentari	14.827	27.196	12.369	83,4%
		Non alimentari	64.515	66.193	1.678	2,6%
		Totale	79.342	93.389	14.047	17,7%
	Autorizzazioni	Alimentari	16	29	13	81,3%
		Non alimentari	69	66	- 3	-4,3%
	Totale esercizi		82	91	9	11,0%
Residenti			216.878	216.789	- 89	0,0%
Rapporto SV su residenti	Tutta la rete	Alimentari	0,42	0,43	0,0	2,7%
		Non alimentari	1,20	1,15	- 0,1	-4,8%
		Totale	1,62	1,58	- 0,0	-2,8%
	Solo esercizi con SV>=400 mq	Alimentari	0,07	0,13	0,1	83,5%
		Non alimentari	0,30	0,31	0,0	2,6%
		Totale	0,37	0,43	0,1	17,8%

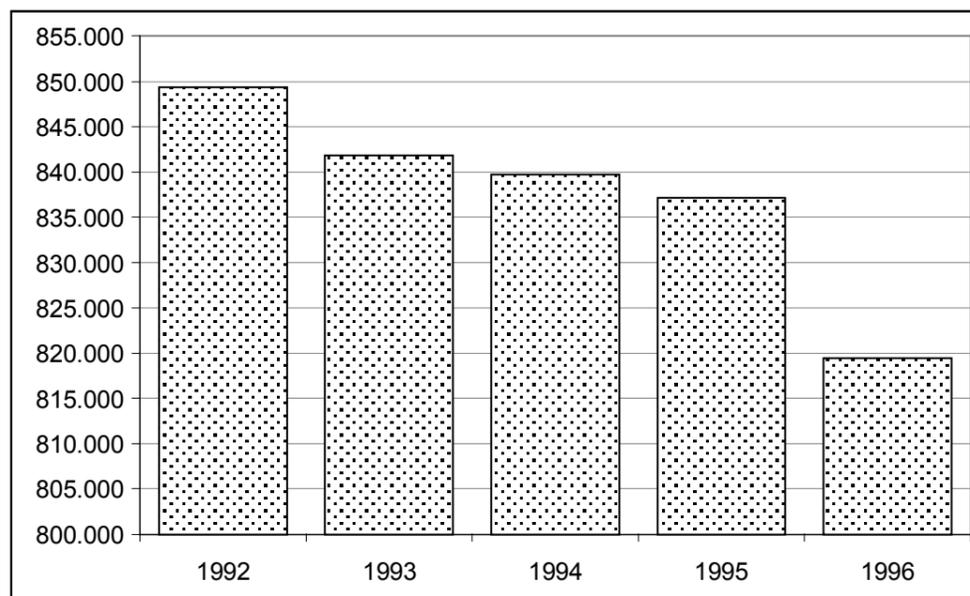
La spesa per consumi, nel periodo 1992 - 1996, espressa in lire costanti 1998 ha avuto un decremento complessivo:

- la spesa alimentare è passata da 849.369 milioni di lire a 819.461 (grafico 3.1);

- la spesa non alimentare da 2.778.200 milioni di lire a 2.768.299.

I decrementi sono essenzialmente dovuti alla riduzione della spesa procapite nel settore alimentare (risultando la popolazione sostanzialmente stabile).

--- *Provincia di Imperia: andamento della spesa alimentare annuale nel periodo 1992 – 1996 (in milioni di lire costanti 1998):*



Di conseguenza (tabella 3.5), la produttività per mq ha conosciuto nello stesso periodo una notevole contrazione nel comparto alimentare (- 6%), a fronte di un incremento complessivo del settore del 2%, imputabile alla crescita del comparto non alimentare (+ 5%).

--- *Confronto di produttività della rete commerciale della Provincia di Imperia (milioni di Lire costanti 1998). Anni 1992 – 1996:*

		1992	1996
Indici di produttività della rete	<i>Alimentare</i>	9,32	8,75
	<i>Non alimentare</i>	10,64	11,14
	<i>Totale</i>	10,30	10,49

3.3. - ANALISI DI 2° LIVELLO: L'OFFERTA COMMERCIALE PROVINCIALE DISAGGREGATA PER BACINI COMMERCIALI

Le caratteristiche dell'offerta commerciale, come risultante dai dati più recenti a nostra disposizione (riferimento § 3.1), disaggregata a livello dei 7 bacini commerciali in cui i Criteri Regionali suddividono il territorio provinciale, si evincono dalla tabella 3.6 (nella tabella sono riportati anche i valori relativi ad Aquila d'Arroschia e Ranzo, Comuni ricompresi nell'Albenganese montano).

I dati segnalano che l'offerta commerciale si concentra nei bacini Imperiese costiero e Sanremese costiero, risultando rispettivamente pari al 37% ed al 32,5% del totale provinciale in termini di superficie. Considerando anche il Ventimigliese costiero (20% della superficie di vendita provinciale) nella fascia costiera risulta localizzata circa il 90% dell'offerta (a fronte dell'87 % della popolazione residente).

La densità commerciale (rapporto tra SV e popolazione residente) segnala bassi valori di produttività della rete dell'Imperiese costiero; a fronte di un valore medio provinciale di 1,77 mq. /abitante, in tale bacino l'indicatore è pari a 2,4.

Si enfatizzano, dunque, in tale contesto territoriale le considerazioni (in precedenza sviluppate per l'intera provincia) circa il sovradimensionamento della rete.

Migliore, sotto il profilo della produttività, appare la situazione del Sanremese costiero (densità commerciale = 1,52) e del Ventimigliese costiero (1,64).

Si riduce significativamente il gap di produttività quando si considera il solo comparto alimentare, risultando l'indice di densità di offerta nei 3 bacini (Imperiese, Sanremese e Ventimigliese costiero) rispettivamente pari a 0,56 mq / abitante, 0,41 e 0,43 (a fronte di una media provinciale pari a 0,46).

L'offerta non alimentare si concentra nelle principali città: i comuni di Imperia, Sanremo, Ventimiglia, da soli, assommano il 66% della superficie non alimentare complessivamente autorizzata. Tale percentuale giunge al 71% considerando la superficie afferente i soli esercizi con superficie \geq 400 mq.

Aggiungendo ad essi la rete commerciale non alimentare di Taggia si raggiunge il 70,7% in termini di superficie globale ed il 73% in termini di superfici \geq 400mq.

--- Offerta commerciale non alimentare nei principali comuni della provincia:

Comune	Tutta la rete				Esercizi con SV >= 400 mq	
	Superficie totale	% su superficie provinciale	N° esercizi totale	% sul totale provinciale	Superficie in esercizi con SV >= 400 mq	% su superficie provinciale
Taggia	13.398	4,7%	227	7,2%	1.339	2,0%
Bordighera	14.917	5,2%	203	6,5%	1.000	1,5%
Diano Marina	15.207	5,3%	207	6,6%	-	0%
Ventimiglia	33.702	11,8%	380	12,1%	11.331	17,0%
Sanremo	71.285	25,0%	876	27,9%	17.605	26,4%
Imperia	84.355	29,6%	682	21,7%	18.548	27,8%

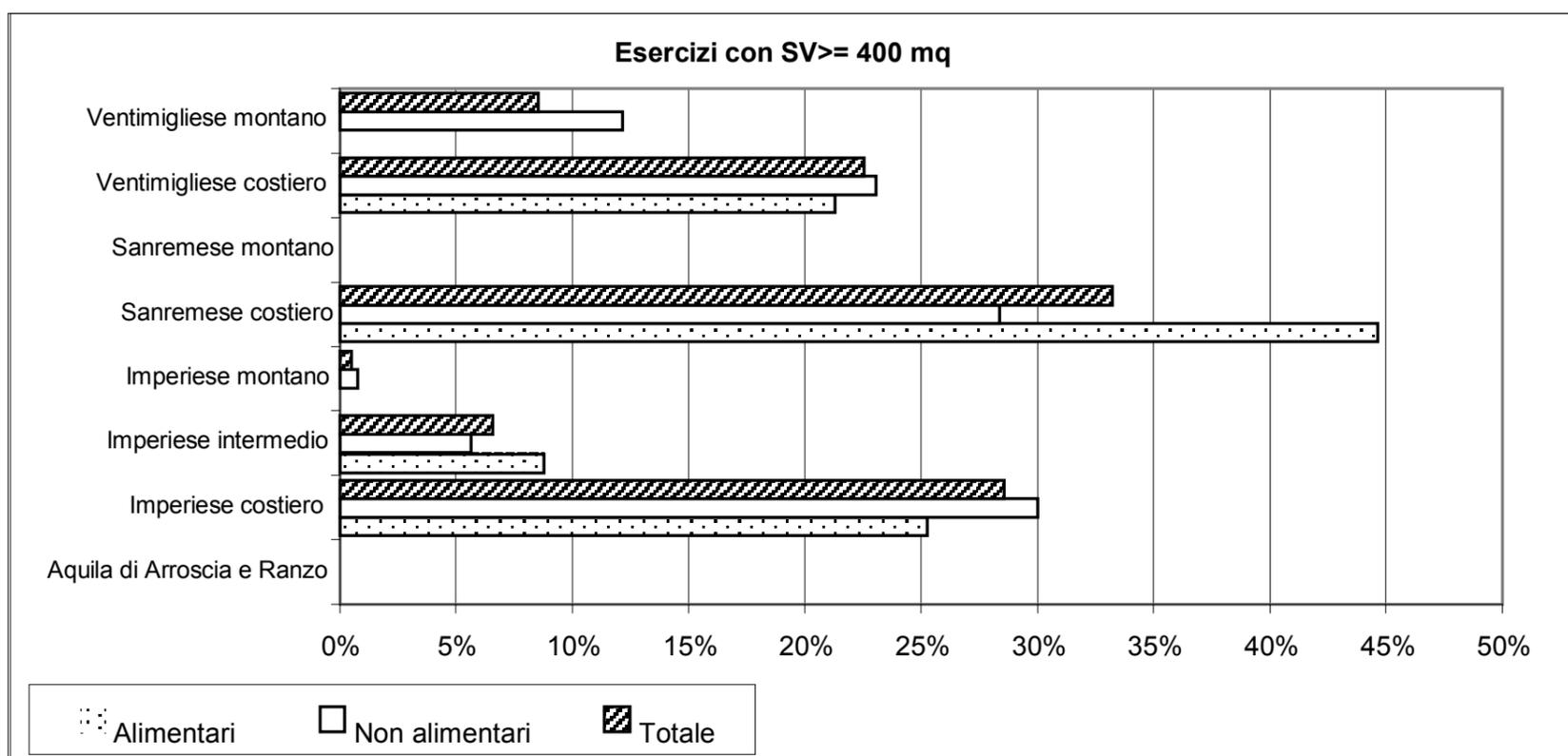
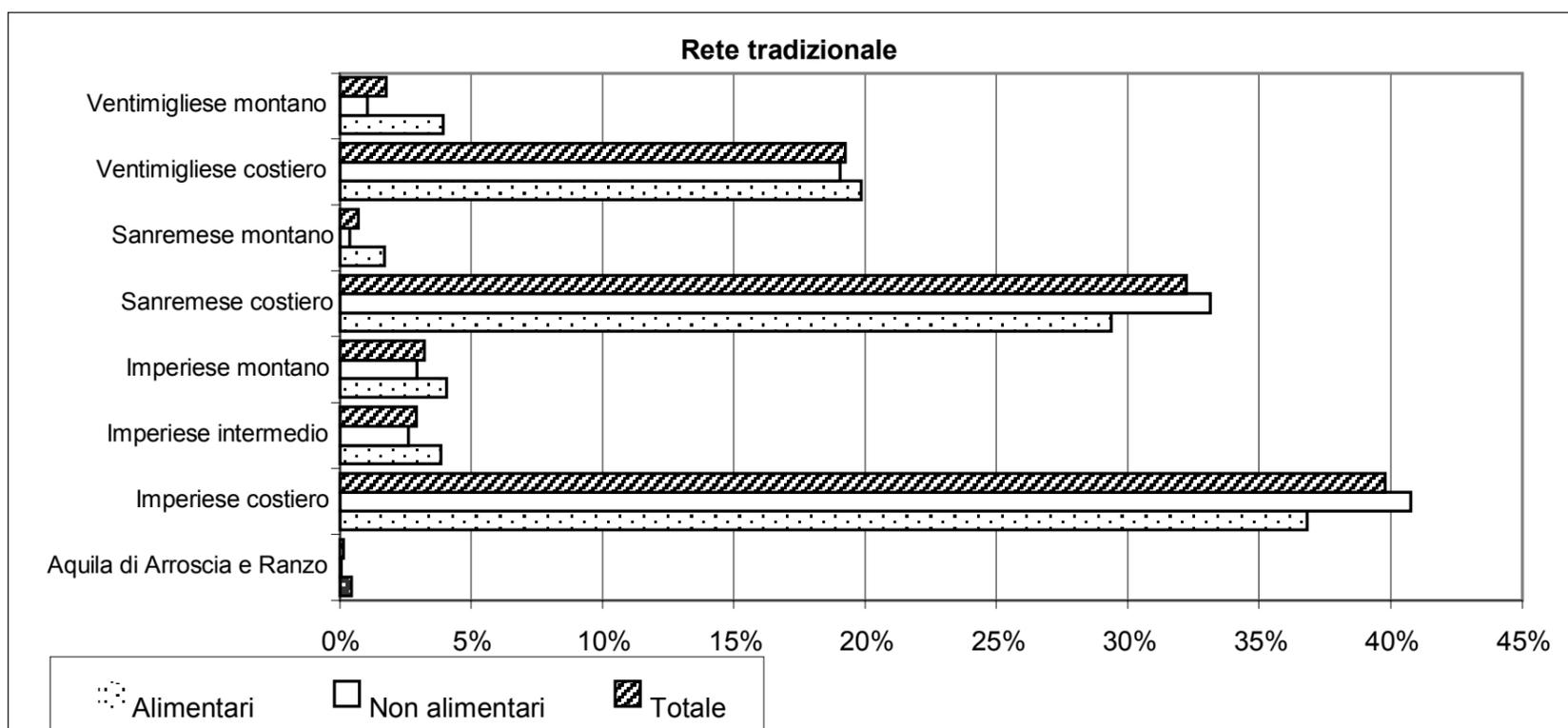
--- Offerta commerciale della provincia di Imperia a livello di bacini commerciali (suddivisione secondo Regione Liguria):

		Aquila di Arroscia e Ranzo	Imperiese costiero	Imperiese intermedio	Imperiese montano	Sanremese costiero	Sanremese montano	Ventimigliese costiero	Ventimigliese montano	Totale Provincia	
Tutta la rete	Superfici	Alimentari	311	33.234	5.214	2.883	33.477	1.203	20.107	2.789	99.218
		Non alimentari	110	109.040	9.485	6.913	91.302	848	57.001	10.435	285.134
		Totale	421	142.274	14.699	9.796	124.779	2.051	77.108	13.224	384.352
	N° esercizi	Alimentari	6	404	48	49	436	32	300	67	1.342
		Non alimentari	4	1.018	60	65	1.225	20	684	68	3.144
		Totale	10	1.422	108	114	1.661	52	984	135	4.486
Solo esercizi con superficie >=400 mq	Superficie	Alimentari	-	7.184	2.500	-	12.704	-	6.060	-	28.448
		Non alimentari	-	20.048	3.766	500	18.944	-	15.409	8.126	66.793
		Totale	-	27.232	6.266	500	31.648	-	21.469	8.126	95.241
	Autorizzazioni	Alimentari	-	6	1	-	14	-	7	-	28
		Non alimentari	-	25	3	1	19	-	12	6	66
	Totale esercizi		-	33	3	1	32	-	18	6	93
Residenti al 31/12/1998		777	59.213	6.756	4.712	82.200	3.063	47.081	12.758	216.560	
Rapporto SV su residenti	Tutta la rete	Alimentari	0,40	0,56	0,77	0,61	0,41	0,39	0,43	0,22	0,46
		Non alimentari	0,14	1,84	1,40	1,47	1,11	0,28	1,21	0,82	1,32
		Totale	0,54	2,40	2,18	2,08	1,52	0,67	1,64	1,04	1,77
	Solo esercizi con SV >=400 mq	Alimentari	-	0,12	0,37	-	0,15	-	0,13	-	0,13
		Non alimentari	-	0,34	0,56	0,11	0,23	-	0,33	0,64	0,31
		Totale	-	0,46	0,93	0,11	0,39	-	0,46	0,64	0,44
		Aquila di Arroscia e Ranzo	Imperiese costiero	Imperiese intermedio	Imperiese montano	Sanremese costiero	Sanremese montano	Ventimigliese costiero	Ventimigliese montano	Totale Provincia	
Tutta la rete (riparto percentuale)	Superfici	Alimentari	0,31%	33,50%	5,26%	2,91%	33,74%	1,21%	20,27%	2,81%	100%
		Non alimentari	0,04%	38,24%	3,33%	2,42%	32,02%	0,30%	19,99%	3,66%	100%
		Totale	0,11%	37,02%	3,82%	2,55%	32,46%	0,53%	20,06%	3,44%	100%
	N° esercizi	Alimentari	0,45%	30,10%	3,58%	3,65%	32,49%	2,38%	22,35%	4,99%	100%
		Non alimentari	0,13%	32,38%	1,91%	2,07%	38,96%	0,64%	21,76%	2,16%	100%
		Totale	0,22%	31,70%	2,41%	2,54%	37,03%	1,16%	21,93%	3,01%	100%
Solo esercizi con superficie >=400 mq (riparto %)	Superficie	Alimentari	0,00%	25,25%	8,79%	0,00%	44,66%	0,00%	21,30%	0,00%	100%
		Non alimentari	0,00%	30,02%	5,64%	0,75%	28,36%	0,00%	23,07%	12,17%	100%
		Totale	0,00%	28,59%	6,58%	0,52%	33,23%	0,00%	22,54%	8,53%	100%
	Autorizzazioni	Alimentari	0,00%	21,43%	3,57%	0,00%	50,00%	0,00%	25,00%	0,00%	100%
		Non alimentari	0,00%	37,88%	4,55%	1,52%	28,79%	0,00%	18,18%	9,09%	100%
	Totale esercizi		0,00%	35,48%	3,23%	1,08%	34,41%	0,00%	19,35%	6,45%	100%

Cambiano, ed in misura significativa, i valori di presenza dell'offerta commerciale quando si consideri la sola componente di rete costituita dagli esercizi maggiori.

Il raffronto tra le percentuali di presenza (nel contesto provinciale) della rete tradizionale e della rete degli esercizi maggiori nei diversi bacini qualifica come prevalentemente caratterizzato da un'offerta molto parcellizzata l'Imperiese costiero ed invece a forte presenza di medi-grandi esercizi il Sanremese costiero.

--- *Superfici commerciali per bacino: rete tradizionale ed esercizi con SV >= 400 mq. (in percentuale rispetto al totale provinciale):*

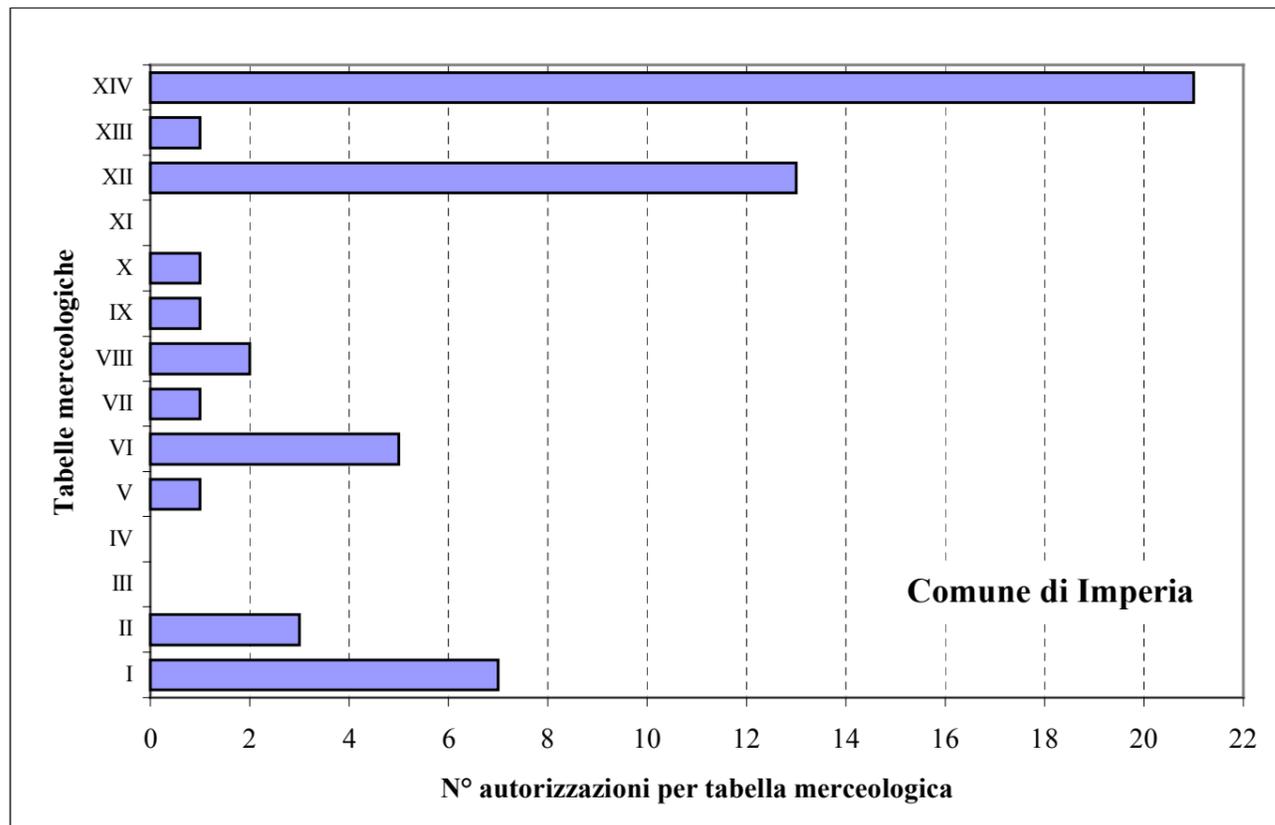
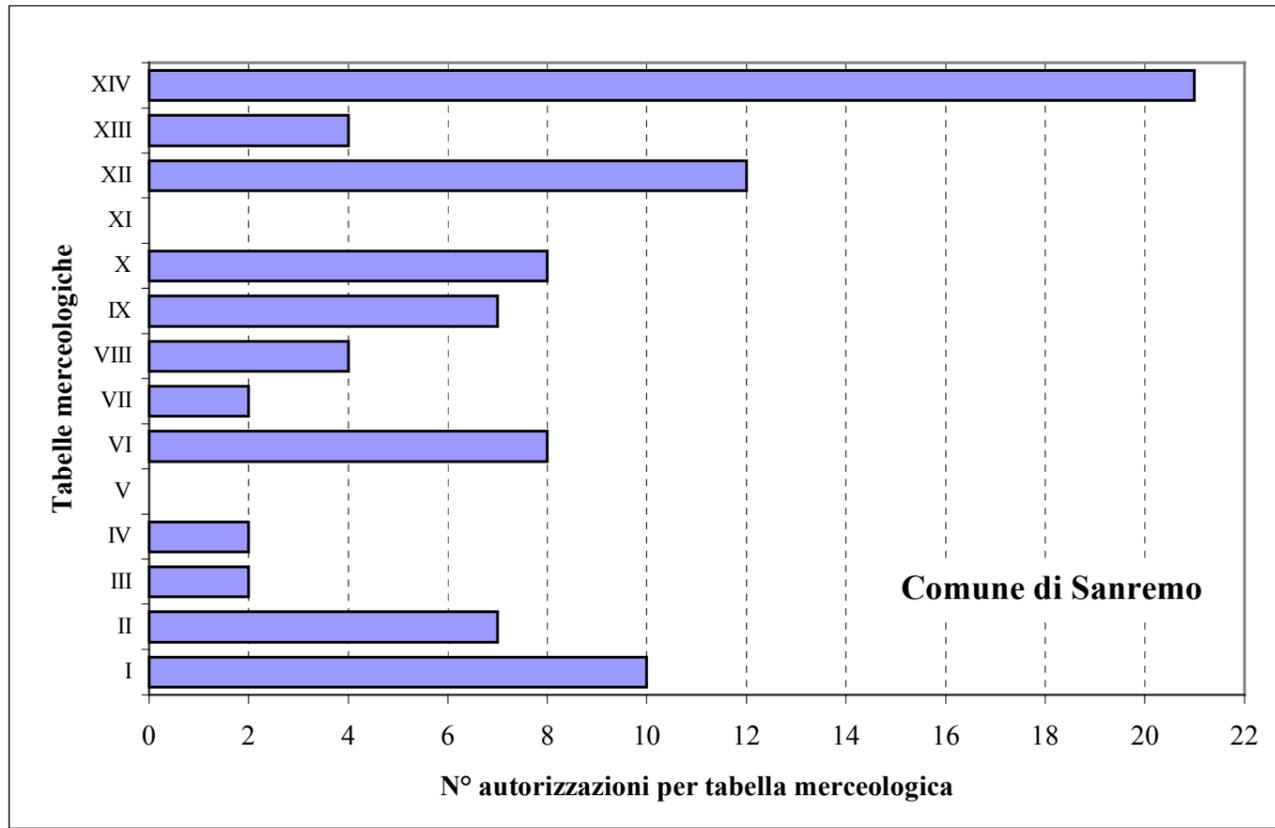


Ampio risulta il range in cui si collocano i valori della superficie media di vendita: prescindendo da Aquila di Arroscia e Ranzo, si va dai 39 mq. del Sanremese montano ai 136 dell'Imperiese intermedio (valore sensibilmente influenzato dalla recente introduzione della grande struttura di vendita di Pontedassio [circa 5.000 mq. di SV]).

In tutta la provincia, ad eccezione del Sanremese costiero, dove i valori di superficie sono sostanzialmente allineati, la dimensione media degli esercizi non alimentari è maggiore di quelli alimentari

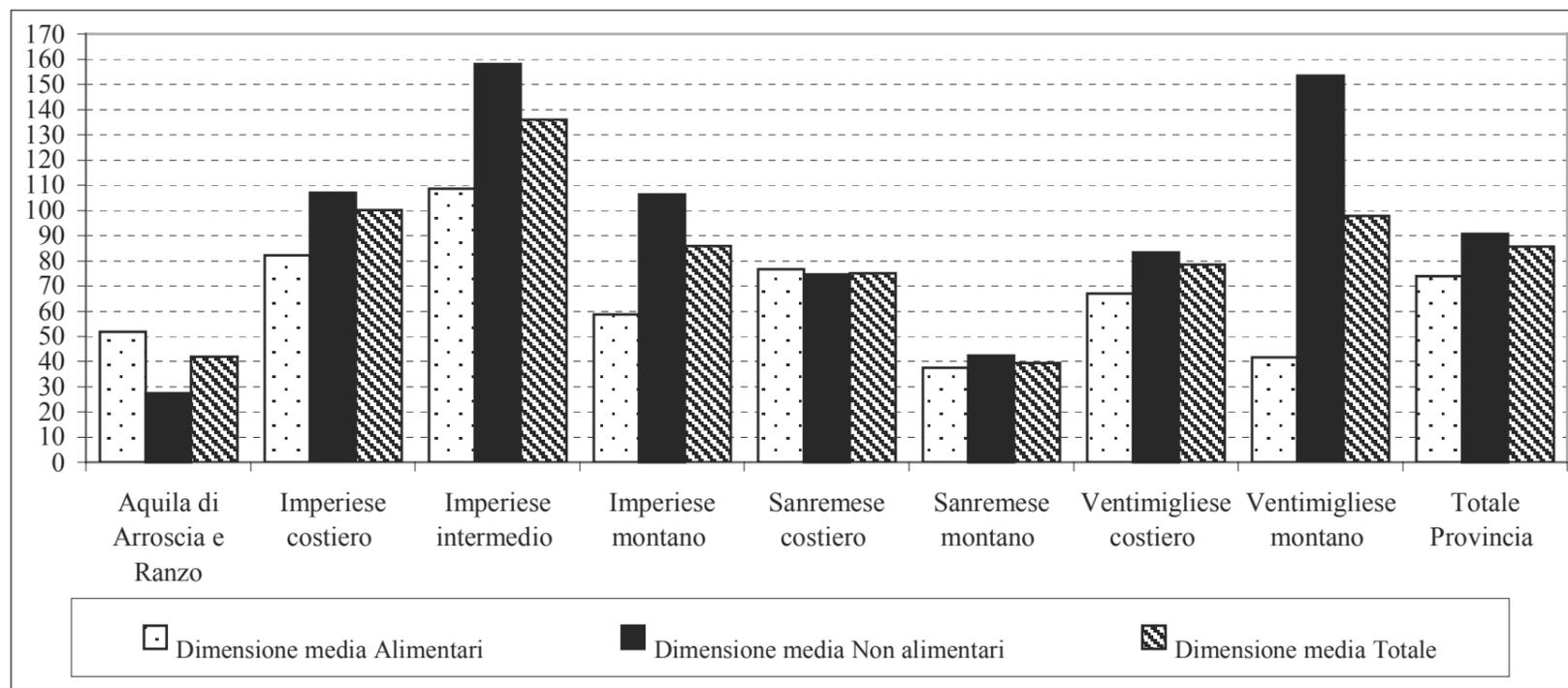
Con riferimento alle 2 principali città della provincia risulta una differente specializzazione della rete costituita dagli esercizi maggiori: in Imperia vi è una larga prevalenza delle autorizzazioni di tabelle non alimentari, mentre in Sanremo, pur permanendo una prevalenza delle non alimentari, è comunque forte la componente alimentare.

--- N° di autorizzazioni per tabella merceologica nei due Comuni maggiori (solo esercizi con SV >= 400 mq.):



--- Dimensione media degli esercizi commerciali della provincia di Imperia a livello di bacini:

	Aquila di Arroschia e Ranzo	Imperiese costiero	Imperiese intermedio	Imperiese montano	Sanremese costiero	Sanremese montano	Ventimigliese costiero	Ventimigliese montano	Totale Provincia
<i>Alimentari</i>	52	82	109	59	77	38	67	42	74
<i>Non alimentari</i>	28	107	158	106	75	42	83	153	91
<i>Totale</i>	42	100	136	86	75	39	78	98	86



4. - IL SISTEMA DELLE GRAVITAZIONI COMMERCIALI NEL SETTORE ALIMENTARE

Il capitolo si articola in due paragrafi:

- Metodologia per la stima delle gravitazioni commerciali;
- Risultati delle simulazioni dei flussi di spesa.

4.1. - METODOLOGIA PER LA STIMA DELLE GRAVITAZIONI COMMERCIALI

4.1.1. - Individuazione del sistema-mercato di riferimento

La stima è stata prodotta con un modello matematico implementato su un grafo rappresentativo del sistema-mercato in analisi, coincidente con il territorio della provincia di Imperia.

Tale assunto postula che siano perfettamente bilanciate l'evasione e l'attrazione di spesa verso / dalle limitrofe zone savonesi e francesi.

Trattasi, evidentemente, di un'ipotesi semplificativa.

- Essa è da considerarsi accettabile per il lato di levante, poiché le reti commerciali dell'imperiese e dell'albenganese non presentano marcate differenze qualitative.
- E' verosimilmente meno accettabile sul lato di ponente: è noto, infatti, che il commercio determina una significativa mobilità transfrontaliera.

Si è preferito non estendere l'ambito territoriale di riferimento anche ai vicini comuni francesi per l'alta indeterminazione dell'errore di stima connesso a questa opzione; infatti:

- non risulta possibile considerare l'offerta e la domanda francese ad un adeguato livello di dettaglio;

- né è precisamente definibile l'effettivo quadro delle convenienze commerciali nel particolarissimo contesto territoriale del ventimigliese: troppi sono gli elementi di "disturbo" rispetto all'obiettivo di formalizzare in termini quantitativi il quadro di riferimento.¹³

4.1.2. - Il grafo rappresentativo del sistema mercato e la base dati associata

Il grafo (tavola 1 fuori testo) costituisce una rappresentazione schematica del sistema mercato in analisi.

Su di esso sono riconosciuti:

1. i generatori di spesa (comuni o loro parti),
2. gli attrattori di spesa (rete commerciale),
3. il tracciato stradale,
4. le perimetrazioni dei comuni e dei centri e nuclei abitati che li compongono.

I generatori e gli attrattori di spesa sono schematizzati in forma di *Nodi del grafo*; il tracciato stradale in forma di *Archi del grafo*. Il grafo è georeferenziato in ambiente MapInfo assumendo a riferimento i raster regionali al 25.000.

4.1.2.1. - I generatori di spesa

I generatori di spesa rappresentano i nodi del grafo in cui si conviene di concentrare la domanda commerciale (dunque l'ammontare del "fatturato" da essi generato, che è "conteso" dall'offerta commerciale localizzata sul territorio).

Essi rappresentano l'intero territorio comunale o, nei comuni maggiori, aree subcomunali.

Le aree subcomunali sono state definite sulla base dei seguenti criteri:

- sono di norma suddivisi in più zone tutti i centri abitati con popolazione > 10.000 residenti; per i centri abitati con popolazione pari a 5 - 10.000 residenti si è valutato caso per caso, in relazione alla dimensione territoriale, alla viabilità ed all'orografia;
- i centri/nuclei abitati sono considerati singolarmente solo se di dimensioni significative; altrimenti sono accorpati con altri centri/nuclei o zone dello stesso comune (fino, in alcuni casi, a ricomprendere l'intero comune);
- Le logiche di accorpamento tengono conto del numero di residenti, della dimensione territoriale dell'accorpamento, della viabilità, dell'orografia del territorio;
- le aree subcomunali sono sempre comunque definite come aggregazione di sezioni censuarie ISTAT 1991.

La natura dei criteri adottati ha dunque richiesto un'analisi delle caratteristiche del territorio e del sistema viabilistico. Le scelte adottate, basate su valutazioni di natura esperienziale, sono ovviamente caratterizzate da elementi di discezionalità.

I riferimenti cartografici ed anagrafici utilizzati sono stati:

- i raster regionali al 25.000,
- lo schema viabilistico riportato nel Rapporto "*Piano Territoriale di Coordinamento - Trasporti e Mobilità - Descrizione Fondativa*" del Luglio 1998,

¹³ Per alcune merceologie è, infatti, più "conveniente" l'offerta francese; per altre quella italiana. Il livello di convenienza, peraltro, non è stato stabile nel corso di questo decennio, risentendo fortemente della variabilità del differenziale del potere di acquisto tra lira e franco.

- la perimetrazione dei centri e nuclei abitati ISTAT 1991, con relativi toponimi,
- la perimetrazione delle sezioni censuarie ISTAT 1991 con il relativo numero di residenti,
- il mosaico, prodotto dalla Regione Liguria, dei PRG.

A seguito del procedimento descritto sono risultati, in totale, 133 nodi “generatori di spesa”.

Ogni generatore è mappato in prossimità del baricentro di densità residenziale della zona da esso rappresentata ed è collegato al nodo incrocio più vicino del grafo viabilistico con un arco “virtuale”, rappresentativo della distanza tra il baricentro e l’incrocio.

A ciascun generatore è associata la stima della spesa alimentare della popolazione residente e turistica.

La spesa è definita come prodotto tra numero di residenti equivalenti (popolazione residente + popolazione turistica equivalente) e spesa alimentare procapite.¹⁴

A riguardo della valutazione di popolazione associata ai singoli attrattori di spesa, si precisa che:

- Popolazione residente: i dati comunali più recenti di popolazione residente (1998) sono stati ripartiti tra le sezioni censuarie (e di conseguenze tra le subaree comunali) proporzionalmente ai valori di popolazione residente a queste attribuite dal Censimento ISTAT 1991¹⁵.
- Popolazione turistica: la popolazione turistica si divide in due grandi componenti:
 - Presenze (rilevate statisticamente) in strutture ricettive¹⁶;
 - Presenze (non rilevate statisticamente) in 2° case.

La popolazione turistica equivalente relativa alla 1° componente è valutata calcolando la media giornaliera delle presenze turistiche totali annuali su un anno turistico convenzionale di 6 mesi.¹⁷

Per quanto riguarda la seconda componente, in assenza di più affidabili riferimenti¹⁸, si è adottato il seguente criterio di stima (i cui risultati sono riportati, al pari di quelli relativi alla prima componente, nella tabella 4.1):

1. sono stati presi in esame i valori comunali di gettito ICI (al 1997), di consumi domestici ENEL¹⁹ (1996) e di popolazione residente (al 1998), forniti dal Rapporto “*Piano Territoriale di Coordinamento - Descrizione Fondativa - Quadro di riferimento socio-economico: qualificazione del territorio mediante un’applicazione della analisi multivariata.*” del novembre u.s.: ossia dati che, in qualche misura, identificano lo stock immobiliare disponibile ed il relativo utilizzo;
2. sono stati calcolati gli scostamenti, rispetto alle medie provinciali dei valori procapite comunali di gettito ICI e consumi domestici ENEL; quindi si è calcolata la media pesata di tali scostamenti, facendo pesare il primo per il 25% ed il secondo per il 75%²⁰;
3. infine, a ciascun comune è stata attribuita una popolazione turistica equivalente in 2° case (calcolata come percentuale della popolazione residente) pari al più alto valore tra:
 - 5% della popolazione residente
 - media pesata degli scostamenti (come sopra calcolati) moltiplicata per il fattore incrementale 1,2²¹.

I valori, stimati a livello comunale, al fine della congruenza del data - base sono stati quindi distribuiti sulle aree subcomunali in base agli stessi criteri di proporzionalità utilizzati per la popolazione residente.

Nel grafico 4.1 è riportato il valore stimato di popolazione equivalente al 1998 (residente + turistica in 2° case + turistica in strutture ricettive) per i più popolati comuni della provincia (quelli per i quali è stata stimata una popolazione equivalente pari ad almeno 1.000 unità).

Per definire la stima al 1998 del monte di spesa alimentare, i valori di popolazione equivalente così definiti sono stati moltiplicati per la stima di spesa alimentare procapite in Liguria al 1998, prodotta mediante estrapolazione dei valori storici riferiti al periodo 1992 - 1996 (tabella 4.2.).

¹⁴ Si è preferito evitare, in sede di valutazione quantitativa, di differenziare la spesa alimentare procapite tra aree interne ed aree costiere ovvero tra centri abitati ad alta e bassa densità (in relazione al differente, ma non noto, valore dell’autoproduzione di prodotti alimentari).

Non proponibile, a causa della totale assenza di indicazioni affidabili, è, infine, l’ulteriore differenziazione in base alla capacità reddituale (che, sicuramente, i diversi comuni esprimono, ma che non è possibile definire con accettabile approssimazione).

¹⁵ Tale criterio non è affetto da errori, comunque accettabili in linea generale, poiché postula l’invarianza negli ultimi 7 anni della distribuzione della popolazione sul territorio comunale.

¹⁶ In altri sedi (ad esempio nelle citate analisi della Regione Liguria) non si tiene conto della popolazione turistica in strutture ricettive, bensì solo di quella in 2° case; trattasi, a ns. parere, di un errore, poiché l’approvvigionamento di prodotti alimentari degli alberghi è comunque in larghissima misura canalizzato sulla rete del commercio al dettaglio.

¹⁷ Ciò al fine di mediare tra due esigenze: quella di tenere conto della diversa concentrazione di domanda nel corso dell’anno (massima nei mesi di agosto e luglio) e quella di evitare di verificare il “dimensionamento” della rete commerciale con riferimento ai soli mesi di punta.

¹⁸ Esiste, in effetti una stima, riportata nel Rapporto “Regione Liguria - Indicazioni programmatiche per il Commercio in sede fissa” (approvati con deliberazione del Consiglio Regionale n° 20 del 07/03/1995). Tale stima definisce la popolazione turistica equivalente alla residente, in base alle rilevazioni delle APT (solo presenze in strutture turistiche extra - alberghiere) ed al numero di 2° case dato dall’ultimo Censimento ISTAT, correlato ad una valutazione di loro utilizzazione effettuata sulla base dei consumi elettrici. I risultati di tale stima differiscono, in alcuni casi in misura notevole, da quelli prodotti in questa sede.

¹⁹ Per il Comune di Sanremo i dati ENEL sono stati integrati con quelli AAMAIE (Azienda Autonoma Municipalizzata per l’Acqua e Impianti Elettrici) che eroga servizi di energia elettrica nel centro della città e che copre circa il 60% delle domanda.

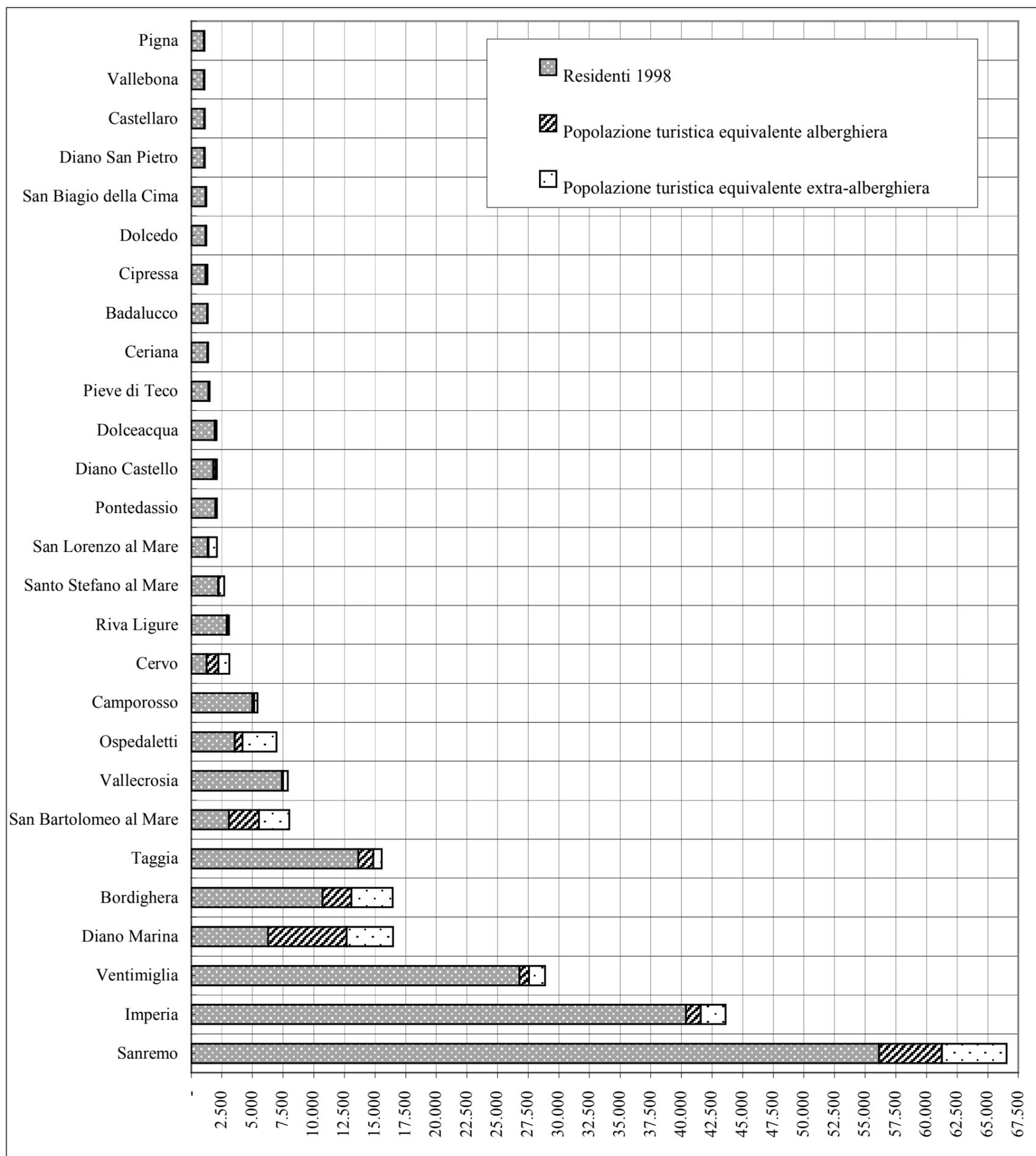
²⁰ Si è privilegiato il dato di consumo di energia elettrica poiché è rappresentativo dell’utilizzo dello stock immobiliare e poiché più stabile, omogeneo ed affidabile dell’altro.

²¹ Il fattore 1,2 tiene conto dell’esigenza di ricalibrare la media provinciale per tenere conto dell’apporto della popolazione turistica.

Si nota che la stima realizzata è da considerarsi prudenziale rispetto a quella riportata nel Rapporto “Regione Liguria - Indicazioni programmatiche per il Commercio in sede fissa”, risultando globalmente inferiore (a livello di totale provinciale) a questa del 6%.

La stima prodotta è ovviamente opinabile: tra l’alternativa di non considerare per nulla la popolazione turistica extra-alberghiera e quella di definirne comunque un valore (basato su un criterio ragionevole), si è preferita la seconda. Più in generale, sono evidenti gli elementi di aleatorietà della stima prodotta di spesa alimentare: essi, tuttavia, allo stato delle conoscenze, non sono riducibili. Sebbene non sia possibile valutare l’errore, si ritiene, tuttavia, che questo sia accettabile in relazione ai risultati (di sintesi) che l’analisi mira ad ottenere.

--- *Popolazione equivalente nei più popolati comuni della Provincia:*



--- *Popolazione equivalente in tutti i comuni della Provincia:*

	Residenti 1998	Popolazione turistica equivalente alberghiera	Popolazione turistica equivalente extra- alberghiera	Popolazione equivalente assunta a riferimento per la valutazione della domanda
Airole	519	-	25	544
Apricale	579	8	28	615
Aquila di Arroscia	221	6	11	238
Armo	126	-	6	132
Aurigo	365	-	18	383
Badalucco	1.289	-	64	1.353
Baiardo	342	3	17	362
Bordighera	10.718	2.363	3.358	16.439
Borghetto d'Arroscia	527	-	26	553
Borgomaro	894	-	44	938
Camporosso	4.999	155	249	5.403
Caravonica	285	-	14	299
Carpasio	183	-	9	192
Castellaro	1.053	-	52	1.105
Castelvittorio	418	4	20	442
Ceriana	1.332	-	66	1.398
Cervo	1.261	946	884	3.091
Cesio	254	2	12	268
Chiusanico	639	-	31	670
Chiusavecchia	456	-	22	478
Cipressa	1.191	17	110	1.318
Civezza	505	-	25	530
Cosio di Arroscia	302	4	15	321
Costarainera	694	-	228	922
Diano Arentino	600	-	112	712
Diano Castello	1.808	179	90	2.077
Diano Marina	6.267	6.405	3.807	16.479
Diano San Pietro	1.052	4	52	1.108
Dolceacqua	1.940	21	97	2.058
Dolcedo	1.185	-	59	1.244
Imperia	40.379	1.193	2.018	43.590
Isolabona	691	21	34	746
Lucinasco	283	-	14	297
Mendatica	256	6	50	312
Molini di Triora	734	5	36	775
Montalto Ligure	430	-	21	451
Montegrosso Pian Latte	146	-	7	153
Olivetta San Michele	273	-	13	286
Ospedaletti	3.564	619	2.778	6.961
Perinaldo	860	3	43	906
Pietrabruna	574	-	28	602
Pieve di Teco	1.430	10	71	1.511
Pigna	1.015	-	50	1.065
Pompeiana	839	-	41	880
Pontedassio	1.983	-	99	2.082
Pornassio	644	46	32	722
Prelà	500	-	25	525
Ranzo	556	2	27	585
Rezzo	420	13	21	454
Riva Ligure	2.914	30	145	3.089
Rocchetta Nervina	282	70	14	366
San Bartolomeo al Mare	3.074	2.460	2.472	8.006
San Biagio della Cima	1.170	-	58	1.228
San Lorenzo al Mare	1.357	77	673	2.107
Sanremo	56.129	5.124	5.298	66.551
Santo Stefano al Mare	2.173	53	485	2.711
Seborga	337	-	16	353
Soldano	804	-	40	844
Taggia	13.630	1.221	681	15.532
Terzorio	224	-	11	235
Triora	427	33	72	532
Vallebona	1.042	-	52	1.094
Vallecrosia	7.404	98	370	7.872
Vasia	451	-	22	473
Ventimiglia	26.788	757	1.339	28.884
Vessalico	322	-	16	338
Villa Faraldi	451	-	22	473
Provincia	216.560	21.958	26.745	265.263

--- Stima di spesa alimentare "mensile" al 1998 (in milioni di lire 1998):

Comune	MME mese	Comune	MME mese
Airole	169	Molini di Triora	244
Apricale	192	Montalto Ligure	135
Aquila di arroschia	75	Montegrosso Pian Latte	48
Armo	42	Olivetta San Michele	93
Aurigo	118	Ospedaletti	2.172
Badalucco	438	Perinaldo	277
Baiardo	116	Pietrabruna	180
Bordighera	5.130	Pieve di Tecò	481
Borghetto d'Arroschia	178	Pigna	340
Borgomaro	312	Pompeiana	265
Camporosso	1.662	Pontedassio	610
Caravonica	93	Pornassio	226
Carpasio	60	Prelà	165
Castelvittorio	141	Ranzo	181
Castellaro	333	Rezzo	144
Ceriana	441	Riva Ligure	982
Cervo	968	Rocchetta Nervina	119
Cesio	80	San Bartolomeo al Mare	2.502
Chiusanico	211	San Biagio della Cima	381
Chiusavecchia	153	San Lorenzo al Mare	660
Cipressa	411	Sanremo	20.800
Civezza	160	Santo Stefano al Mare	849
Cosio d'Arroschia	106	Seborga	113
Costarainera	288	Soldano	266
Diano Arentino	223	Taggia	4.849
Diano Castello	624	Terzorio	72
Diano Marina	5.148	Triora	167
Diano San Pietro	338	Vallebona	334
Dolceacqua	621	Vallecrosia	2.456
Dolcedo	381	Vasia	148
Imperia	13.658	Ventimiglia	9.061
Isolabona	226	Vessalico	102
Lucinasco	91	Villa Faraldi	149
Mendatica	97	Provincia	82.855

4.1.2.2. - Gli attrattori di spesa

Gli attrattori rappresentano gli esercizi commerciali. Ogni attrattore è riconosciuto come un nodo del grafo. Un attrattore può rappresentare un singolo esercizio o un insieme di esercizi. Sono considerati e mappati (in prossimità del luogo del loro effettivo posizionamento) singolarmente gli esercizi con superficie di vendita maggiore o uguale a 400 mq.; essi assommano a 38 per una superficie di vendita totale pari 28.448 mq. e sono distribuiti in 7 comuni (tabella 4.3).

--- Esercizi commerciali con superficie di vendita ≥ 400 mq.:

	Esercizi alimentari con SV ≥ 400 mq	
	N° esercizi	SV totale alimentare (mq)
Sanremo	15	11.084
Imperia	10	7.184
Ventimiglia	6	3.660
Pontedassio	1	2.500
Bordighera	1	1.480
Taggia	4	1.620
Vallecrosia	1	920
<i>Totale</i>	38	28.448

Ogni esercizio è collegato al nodo incrocio più vicino del grafo viabilistico con un arco “virtuale”, rappresentativo della distanza tra la sua localizzazione e l’incrocio.

Sono aggregati in un unico attrattore gli altri esercizi, localizzati nella generica area subcomunale (o nel generico comune, qualora esso non sia suddiviso in aree subcomunali).

Valgono, nel caso, le stesse perimetrazioni adottate per i generatori di spesa; l’attrattore è mappato esattamente in sovrapposizione al corrispondente nodo generatore di spesa. Tali esercizi assommano a 70.736 mq. di superficie di vendita, pari al 71,3% della totale superficie di vendita provinciale alimentare (tabella 4.4).

Per ripartire nelle diverse subaree comunali il dato di superficie di vendita riferito agli esercizi minori (ossia quelli sino a 400 mq.), che è noto solo a livello comunale, si è adottato il seguente criterio:

- la SV comunale è stata preliminarmente suddivisa tra tutte le subaree, proporzionalmente al numero di residenti a queste associate;
- se alla generica subarea risultava associata, a seguito di questa ripartizione, una SV minore della SV media comunale, la SV, per questa subarea, è stata posta pari a 0, ed il valore originario di calcolo è stato ripartito tra le altre subaree, proporzionalmente al numero di residenti; se per nessuna subarea risultava un valore di calcolo di SV maggiore o uguale della SV media comunale, tutta la SV comunale è stata associata alla subarea con la maggiore popolazione.

Si precisa che:

- la distinzione adottata, che nessuna relazione ha con le attuali classificazioni di “esercizi di vicinato”, “medie strutture di vendita” e “grandi strutture di vendita”, discende esclusivamente dalla strutturazione della base dati disponibile;
- la base dati utilizzata è quella specificata nel § 3.1;
- sono stati considerati singolarmente anche gli esercizi la cui SV alimentare è minore di 400 mq., purché la globale SV risulti maggiore di detta soglia.

A seguito del procedimento descritto, risultano 132²² cluster di esercizi commerciali della fascia sino a 400 mq. Dunque in totale i nodi del grafo “attrattori di spesa” risultano pari a 38 +132 = 170.

A ciascun generatore sono associate le caratteristiche dell’esercizio rappresentato (o dell’insieme di esercizi rappresentati):

- superficie di vendita alimentare²³,
- “classe di attrattività”, parametro, la cui importanza risulterà chiara nel prosieguo dell’esposizione, identificativo della “forza commerciale” della specifica offerta.

4.1.2.3. - Il tracciato stradale

Il grafo comprende tutta la viabilità primaria (autostrade, strade statali e strade provinciali), nonché alcune strade urbane (essenzialmente le penetrazioni urbane delle strade statali e provinciali).

Comprende, inoltre, gli archi virtuali che collegano al grafo viabilistico propriamente detto gli attrattori ed i generatori di spesa.

Ad ogni arco del grafo (tratto di strada compreso tra due nodi consecutivi) sono associati:

- lunghezza in ml: la lunghezza è quella reale per gli archi del grafo propriamente viabilistico²⁴; per gli archi virtuali essa è stimata su base esperienziale;
- velocità media: la velocità è valutata su base esperienziale, tenuto conto delle caratteristiche delle strade e delle impedenze costituite dall’attraversamento dei centri urbani e dall’accesso alla rete autostradale;
- tempo di percorrenza²⁵: è dato dal rapporto tra i primi due indicatori; nel caso degli archi virtuali il tempo di percorrenza così calcolato è addizionato con una costante che tiene conto dei tempi di avvicinamento al luogo di residenza e/o (solo per gli esercizi commerciali maggiori) all’esercizio commerciale.

²² 132 e non 133 (quanti sono i nodi generatori di spesa), poiché in uno di essi non è presente alcun esercizio minore.

²³ Per la gran parte degli esercizi (in particolare per tutti quelli con SV < 400 mq. localizzati nei comuni non interessati da indagine diretta), nell’attribuzione della SV si è adottato il classico criterio della prevalenza. Laddove possibile (soprattutto per gli esercizi con SV >= 400 mq) si è invece considerata la sola parte della globale superficie di vendita destinata alla tipologia alimentare.

²⁴ Così è definito il grafo non comprendente gli archi virtuali.

²⁵ Si sottolinea la grande importanza del parametro “tempo di percorrenza”, essendo la capacità di attrazione di ogni esercizio (o insieme di esercizi), esercitata nei confronti del consumatore, espressa in funzione del tempo che il consumatore impiega per recarsi nel luogo di spesa. Ciò risulterà più chiaro nel seguito dell’esposizione.

--- *Riepilogo comunale degli esercizi con superficie di vendita < 400 mq.:*

Comuni	Esercizi alimentari con SV< 400 mq			Anno cui sono riferiti i dati
	SV	N°	SV media	
Airole	193	4	48	1996
Apricale	69	2	35	1996
Aquila di Arroscia	83	2	42	1996
Armo	50	1	50	1997
Aurigo	40	1	40	1998
Badalucco	527	15	35	1996
Baiardo	90	3	30	1996
Bordighera	3.737	80	47	1997
Borghetto d'Arroscia	340	1	340	1998
Borgomaro	134	4	34	1998
Camporosso	976	16	61	1996
Caravonica	100	2	50	1997
Carpasio	42	2	21	1997
Castellaro	115	2	58	1997
Castelvittorio	100	4	25	1998
Ceriana	330	8	41	1998
Cervo	635	10	64	1998
Cesio	60	2	30	1996
Chiusanico	215	4	54	1998
Chiusavecchia	329	5	66	1998
Cipressa	180	4	45	1996
Civezza	95	2	48	1998
Cosio di Arroscia	110	3	37	1996
Costarainera	480	6	80	1996
Diano Arentino	120	3	40	1996
Diano Castello	805	5	161	1998
Diano Marina	3.701	68	54	1996
Diano San Pietro	171	5	34	1996
Dolceacqua	622	17	37	1998
Dolcedo	380	9	42	1997
Imperia	14.247	222	64	1999
Isolabona	191	4	48	1997
Lucinasco	126	2	63	1998
Mendatica	120	3	40	1998
Molini di Triora	289	9	32	1996
Montalto Ligure	25	2	13	1997
Montegrosso Pian Latte	20	1	20	1998
Olivetta San Michele	153	3	51	1998
Ospedaletti	938	20	47	1997
Perinaldo	135	1	135	1998
Pietrabruna	368	5	74	1996
Pieve di Teco	1.162	23	51	1998
Pigna	316	9	35	1998
Pompeiana	100	2	50	1998
Pontedassio	1.200	15	80	1999
Pornassio	730	8	91	1998
Prelà	79	3	26	1998
Ranzo	228	4	57	1997
Rezzo	100	2	50	1998
Riva Ligure	1.102	14	79	1998
Rocchetta Nervina	130	2	65	1996
San Bartolomeo al Mare	4.487	30	150	1998
San Biagio della Cima	174	4	44	1998
San Lorenzo al Mare	645	16	40	1996
Sanremo	12.531	256	49	1999
Santo Stefano al Mare	986	16	62	1996
Seborga	130	4	33	1998
Soldano	74	3	25	1998
Taggia	4.540	94	48	1999
Terzorio	30	1	30	1998
Triora	320	4	80	1996
Vallebona	111	4	28	1998
Vallecrosia	1.277	37	35	1998
Vasia	210	3	70	1996
Ventimiglia	8.443	246	34	1999
Vessalico	90	2	45	1998
Villa Faraldi	100	2	50	1997

4.1.3. - La procedura modellistica per la stima dei flussi

Sul grafo opera un modello matematico che simula gli spostamenti dei consumatori (localizzati nei nodi generatori) verso la rete commerciale (localizzata nei nodi attrattori).

Il modello pertanto produce una matrice dei flussi di spesa del tipo esemplificato nel seguente schema.

Generatori	Attrattori		
	A1	An
G1	Spesa da G1⇒A1		Spesa da G1⇒An
.....
Gn	Spesa da Gn⇒A1	Spesa da Gn⇒An

In relazione alle assunzioni poste ed alle scelte definite e descritte nei precedenti paragrafi, la matrice gestita del modello è di tipo rettangolare ed è pari a 133 generatori x 170 attrattori.

Il modello esegue le seguenti funzioni in cascata:

1. Per ogni coppia attrattore-generatore di spesa (ossia *esercizio commerciale o insieme di esercizi - comune o area subcomunale*) ricerca il percorso a minore durata ed associa alla coppia il relativo valore (durata del viaggio).
2. Per ogni attrattore calcola la spesa teorica (ossia prescindendo dalla concorrenza esercitata dagli altri attrattori) attratta e proveniente da ciascun generatore di spesa.

La capacità di attrazione dell'attrattore j rispetto al generatore i è data dalle seguenti relazioni:

- per x (durata del viaggio) = $x_1 \div x_2$: è pari al rapporto tra la superficie di vendita dell'attrattore ed il tempo necessario per andare da i a j elevato al parametro λ_j
- per $x < x_1$: è pari al valore corrispondente a x_1
- per $x > x_2$: è pari a 0.

La funzione di attrazione è pertanto:

- lineare per $x = 0 \div x_1$,
- esponenziale negativa per $x = x_1 \div x_2$;
- è pari a 0 per $x > x_2$.

Per ogni tipologia di attrattore è definibile una specifica funzione di attrazione. Ossia sono definibili i valori di λ_j x_1 x_2 suoi parametri caratteristici. Il parametro λ_j dipende dalla "classe di attrattività" associata al generico attrattore di spesa; esso, infatti, è dato dal rapporto tra il parametro λ_0 (funzione della tipologia dell'esercizio) e il prodotto tra alcuni coefficienti che definiscono la specifica classe di attrattività dell'esercizio. La funzione di attrazione (nella parte definita dall'esponenziale negativa) è dunque data dalla seguente formula (in cui il parametro fisico di attrazione è costituito dalla superficie di vendita alimentare):

$$\text{Peso attrattività} = \frac{\text{Parametro fisico di attrazione}}{\text{Distanza}^{\frac{\lambda_0}{a_1 \times C_1 + a_2 \times C_2 + a_3 \times C_3}}}$$

3. Per ogni attrattore, ricalibra i valori di spesa teorica attratta, assumendo come vincolo la congruenza sulla spesa associata a ciascun generatore e produce la matrice dei flussi di spesa.

Poiché quanto esposto circa il modo di operare del modello può forse non risultare di immediata comprensione, è opportuno sottolinearne, con un linguaggio meno tecnico, le sue caratteristiche peculiari:

- a) Il modello utilizzato simula il mercato nella sua globalità.
Le stime di quote di domanda assorbite da una generica struttura commerciale dipendono pertanto, non solo dalle distanze e dalle caratteristiche proprie della struttura, ma anche dalle caratteristiche della restante rete commerciale e dalla capacità di questa attrarre la spesa residente. Si comprende, alla luce di tale osservazione, l'importanza di tenere conto anche della rete minore (e non solo degli esercizi maggiori).
- b) Esso consente la personalizzazione della funzione di attrazione per tipologia di esercizio e/o per esercizio.
E' noto, ad esempio, che, a parità di caratteristiche di domanda e di offerta concorrente, un ipermercato di 4.000 mq. fattura più di 4 supermercati di 1.000 mq. e che, a loro volta, questi fatturano più di 4.000 mq. di rete tradizionale. Ciò che differenzia questi 3 casi è una differente capacità di attrazione data dalla politica di prezzo, dalle caratteristiche di accessibilità (parcheggi, viabilità di accesso), da altre caratteristiche specifiche dell'esercizio (ad esempio il mix di offerta). Agiscono inoltre a determinare la globale attrazione degli esercizi commerciali altri fattori non direttamente ad essi correlati (presenza nello stesso sito di altri esercizi che, nel loro complesso, determinano una forte polarizzazione commerciale; presenza di altri attrattori quali servizi pubblici, uffici, ecc.).
Il modello consente di tenere conto di tali differenti caratteristiche, associando ad ogni esercizio (o gruppo di esercizi omogenei) specifiche funzioni di attrazione.

Il migliore utilizzo dell'opzione sub (b) richiederebbe evidentemente un'indagine molto accurata, volta a qualificare con buon grado di approssimazione soprattutto le caratteristiche degli esercizi maggiori: ciò non è evidentemente fattibile alla scala di un Piano Provinciale.

Nel contesto del Piano occorre, invece, necessariamente limitarsi a valutazioni sommarie esclusivamente legate alla tipologia / dimensione dell'esercizio commerciale.

Le funzioni di attrazione sono pertanto differenziate in funzione di:

- classe di superficie di vendita: sono individuate 5 classi di superficie di vendita come definite nella tabella 4.5;
- classe di attrattività dell'esercizio, specifica per l'esercizio o classe dimensionale dell'esercizio (nella tabella 4.5 definita dal parametro α , rappresentativo del prodotto $a_1 \times c_1 + a_2 \times c_2 + a_3 \times c_3$).

--- Parametri delle funzioni di attrazione in funzione della SV alimentare:

	SV ≤ 400 mq	SV = 400 ÷ 800 mq	SV = 801 ÷ 1.500 mq	SV = 1.501 ÷ 2.500 mq	2.500 < SV mq
λ_0	0,86	0,96	0,94	0,92	0,88
α	medio-alta	differenziata per esercizio			
x_1	5 min.	5 min.	5 min.	5 min.	5 min.
x_2	5 min.	15 min.	20 min.	25 min.	30 min.

Le funzioni formalizzano le seguenti assunzioni di base:

- Il raggio di attrazione degli esercizi minori si esaurisce all'interno dell'ambito territoriale (comune o area subcomunale) di sua localizzazione. La distribuzione lineare con campo di validità compreso nel range 0 ÷ 5 minuti traduce perfettamente questa ipotesi: in un qualsiasi ambito territoriale la distanza tra attrattore rete tradizionale e generatore è, infatti, posta la sovrapposizione dei due nodi nel grafo, convenzionalmente pari a 0.
Nell'ambito dei servizi di vicinato la rete tradizionale è dunque un forte competitore degli esercizi maggiori.
- Le funzioni di attrazione delle medie e delle grandi superfici sono tra loro del tutto simili. Le sole differenze sono date dai crescenti, in funzione della superficie di vendita, potenziale di attrazione e raggio del bacino di gravitazione.

4.2. - I RISULTATI DELLE SIMULAZIONI DEI FLUSSI DI SPESA

Si premettono all'esposizione dei risultati alcune avvertenze, soprattutto funzionali ad evitare equivoci circa il significato e la validità delle stime formulate.

- I fatturati (e, più in generale, i valori quantitativi di flussi attratti / evasi) sono, nel contesto dello studio, soprattutto da intendersi quali parametri di riferimento per la valutazione delle gravitazioni commerciali e della produttività della rete.
- La struttura delle gravitazioni e le stime di produttività degli esercizi sono condizionate dalle ipotesi assunte circa le funzioni di distribuzione, i parametri di qualificazione degli esercizi, i tempi di percorrenza associati agli archi del grafo.

E' evidente, infatti, che i criteri di valutazione di parametri ed i tempi di percorrenza non possono rappresentare fedelmente la realtà, ma solo cercare di approssimarla; né le funzioni di attrazione (e la procedura modellistica su di esse basata) possono simulare fedelmente le logiche del mercato.

Inoltre la necessaria formalizzazione dei criteri induce rigidità che possono determinare incongruenze rispetto alla realtà; si considerino, a tale riguardo, i seguenti rilevanti esempi:

- il criterio di troncatura la funzione di attrazione di un generico esercizio ad un fissato valore di tempo di percorrenza, determina la condizione che i flussi attratti dai generatori di spesa posti, rispetto all'esercizio, ad una distanza temporale maggiore di tale valore, siano pari a 0;
- la funzione di attrazione associata ad ogni esercizio agisce (ossia attrae flussi di spesa) sull'intero territorio compreso entro una fissata isocrona (ambito gravitazionale dell'esercizio); gli ambiti gravitazionali dei diversi esercizi si sovrappongono; sebbene tale sovrapposizione modifichi, per ogni coppia *esercizio - area di generazione della spesa*, la dimensione dei flussi attratti, essa non può comunque annullarli; sicché ogni comune (dotato di rete commerciale) può essere contemporaneamente attrattore e generatore di flussi nei confronti di altri comuni; ovviamente la dimensione dei flussi attratti ed evasi dipende dalla consistenza della rete e dalle caratteristiche geo-economiche del territorio²⁶.

Ciò premesso si prosegue con l'esposizione dei risultati prodotti dalla simulazione.

Il modello produce una matrice dei flussi strutturata in 133 righe (una per ciascun generatore) e 170 colonne (una per ciascun attrattore).

In corrispondenza di ciascuna casella della matrice è riportato il valore del "flusso di spesa alimentare" $G_i \Rightarrow A_j$ (ossia il valore della quota parte di spesa prodotta dal generatore G_i assorbita dall'attrattore A_j).

Da tale matrice (di massimo dettaglio) si ricava la matrice aggregata (67 righe x 67 colonne) comunale dei saldi dei flussi di spesa riportata in tabella 4.6²⁷.

Questa matrice costituisce il riferimento primario dell'analisi dei flussi ed il supporto quantitativo per la ridefinizione (rispetto a quella prodotta dalla Regione Liguria) dei bacini commerciali.

I dati matriciali sono, quindi, ulteriormente elaborati per produrre grafici e tabelle di sintesi.

²⁶ In effetti nell'esposizione dei risultati tale situazione non traspare in forma evidente, poiché essi sono espressi con riferimento ai valori di saldo per ciascuna relazione comune ↔ comune.

²⁷ Si rileva che, per problemi di arrotondamento, i totali dei valori di spesa in tabella non corrispondono perfettamente ai dati di input (globalmente la differenza è dello 0,05%).

La matrice individua come poli di attrazione i comuni di Sanremo, Imperia, Ventimiglia, Bordighera, Taggia, Vallecrosia e Pontedassio (elencati in ordine di decrescente importanza, ossia di dimensione dei flussi attratti).

Una schematica visualizzazione dei volumi di flussi attratti (comprendendo in questi valori sia quelli generati da altri comuni che quelli generati dallo stesso comune attrattore e spesi nella rete comunale) è proposta nella sezione “Flussi attratti” dei grafici 4.2.

Più articolata è la mappatura delle evasioni di spesa (flussi spesi in comuni diversi da quello in cui sono generati); in questa mappatura sono compresi i seguenti comuni (riportati in ordine di decrescente importanza, ossia di dimensione dei flussi evasi): Diano Marina, Camporosso, Taggia, San Bartolomeo al Mare, Riva Ligure, Ospedaletti, Vallecrosia, Bordighera, Imperia, San Lorenzo al Mare, Vallebona, San Biagio della Cima, Pompeiana, Cervo, Castellaro, Soldano, Diano San Pietro, Cipressa, Diano Castello, Civezza, Diano Arentino, Chiusanico, Dolcedo, Costarainera, Montalto Ligure, Chiusavecchia, Prelà, Villa Faraldi, Santo Stefano al Mare, Ceriana, Dolceacqua, Cesio, Terzorio, Badalucco, Vasia, Vessalico, Lucinasco, Pietrabrana, Pieve di Teco e Seborga.

Dunque 40 comuni su 67 sono interessati da evasione di spesa. Tra di essi si segnala la presenza di Taggia, Vallecrosia, Bordighera ed Imperia, comuni già individuati anche come attrattori di flussi di spesa; questa notazione evidenzia una sovrapposizione di evasione ed attrazione per / da altri comuni.

Solo Pontedassio, Sanremo e Ventimiglia (tra i comuni attrattori) non presentano saldi negativi di evasione verso altri comuni (e pertanto non sono presenti nell’elenco proposto).

Gli altri 24 comuni non compresi nell’elenco sono tutti piccoli comuni dell’entroterra, eccessivamente distanti dagli attrattori sovracomunali e pertanto non individuati dal modello tra quelli interessati da evasione di spesa (ossia la piccola spesa da essi prodotta è interamente commercializzata all’interno della rete comunale).

I comuni che attraggono i maggiori flussi di spesa in termini assoluti (Sanremo 22.718 milioni di lire/mese, Imperia 15.949, Ventimiglia 10.498) sono gli stessi che si configurano quali maggiori generatori²⁸ (Sanremo 20.800 milioni di Lire / mese, Imperia 13.658, Ventimiglia 9.061).

Questi comuni, unitamente a Pontedassio, sono i soli, tra i poli di attrazione sopra individuati, che presentano saldi attivi dei flussi commerciali di dimensione significativa (ossia la spesa attratta è globalmente superiore alla spesa da essi generata); pure Bordighera e Vallecrosia presentano flussi attivi, ma per valori molto modesti²⁹.

I saldi negativi maggiori, in valore assoluto, si hanno per quei comuni che, sebbene interessati da elevata domanda commerciale, ascrivibile in misura non trascurabile alla componente turistica, non hanno una rete adeguata ovvero subiscono l’attrazione di comuni vicini più dotati: Diano Marina (- 1.006 MM), Camporosso (- 890 MM), Taggia (- 721 MM), San Bartolomeo al Mare (- 421 MM).

E’ esemplificativo il caso di Taggia, comune che, pur connotandosi quale attrattore (presenta un saldo positivo dei flussi di spesa nei confronti di Pompeiana e di Riva Ligure), ha un saldo complessivamente negativo, a motivo dell’attrazione esercitata dalla vicina rete di Sanremo.

L’addensamento dei punti attorno all’asse delle ascisse dei due grafici 4.2 (sezioni “Flussi generati” e “Flussi attratti”) sottolinea la diversa scala dimensionale dei flussi generati ed attratti dai comuni minori, caratterizzati o da rete commerciale tradizionale, che, quindi, esaurisce il proprio raggio di attrattività all’interno del comune, o comunque da flussi commerciali decisamente modesti in termini quantitativi.

La produttività della rete a livello provinciale è stimata pari a 835.000 £/mq. al mese, con valori più bassi per gli esercizi minori (613.000 £/mq. al mese) e più alti per la media-grande distribuzione (1.386.000 £ / mq. al mese).

Vallecrosia e Diano Marina (grafico 4.3) presentano i maggiori scostamenti positivi rispetto alla media provinciale (rispettivamente + 41% e + 34%). Merita una sottolineatura il caso di Diano Marina, comune caratterizzato sia dal più negativo saldo commerciale che dalla maggiore produttività della rete: se si esclude che i dati di consistenza forniti dal Comune siano sbagliati, l’apparente dicotomia indica un significativo sotto dimensionamento della rete commerciale comunale.

All’estremo opposto, Pieve di Teco e San Bartolomeo al Mare presentano (tra i comuni di significativa dimensione) i più bassi valori di produttività della rete comunale.

Una valutazione quantitativa del gradiente tra offerta e domanda attratta (e dunque una valutazione circa il dimensionamento delle reti comunali) è proposta nel grafico 4.4.

Esso evidenzia (limitandosi ai comuni maggiori):

un sovradimensionamento (relativamente alla capacità di attrazione ed al contesto provinciale) o, più correttamente, un inidoneo dimensionamento della rete nei comuni di Imperia, Pontedassio, San Bartolomeo al Mare e Taggia;

un relativo sottodimensionamento (o un dimensionamento “performante”) della rete nei comuni di Sanremo, Diano Marina, Bordighera e Ventimiglia.

Trattasi di indicazioni che si prestano, per come sono state formulate, a potere essere equivocate e che vanno “lette” nel globale contesto dell’analisi. Ad esempio:

- per Imperia è corretto formulare una valutazione sia di inidoneo dimensionamento (stante l’alta incidenza di rete tradizionale) che di sovradimensionamento dell’offerta; Imperia è infatti, contemporaneamente, il comune con i maggiori flussi commerciali attivi e quello (tra i comuni maggiori) con la minore produttività della rete;

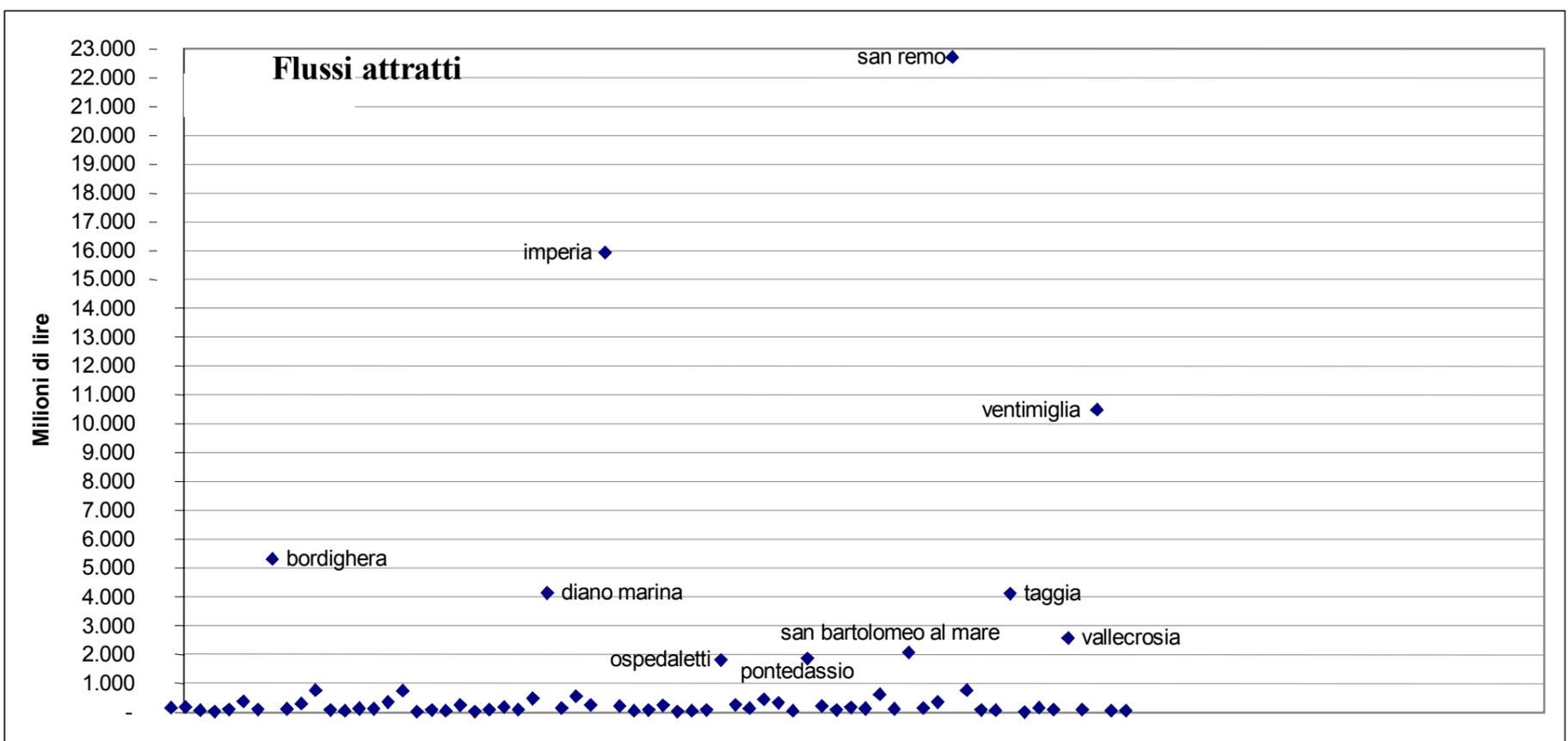
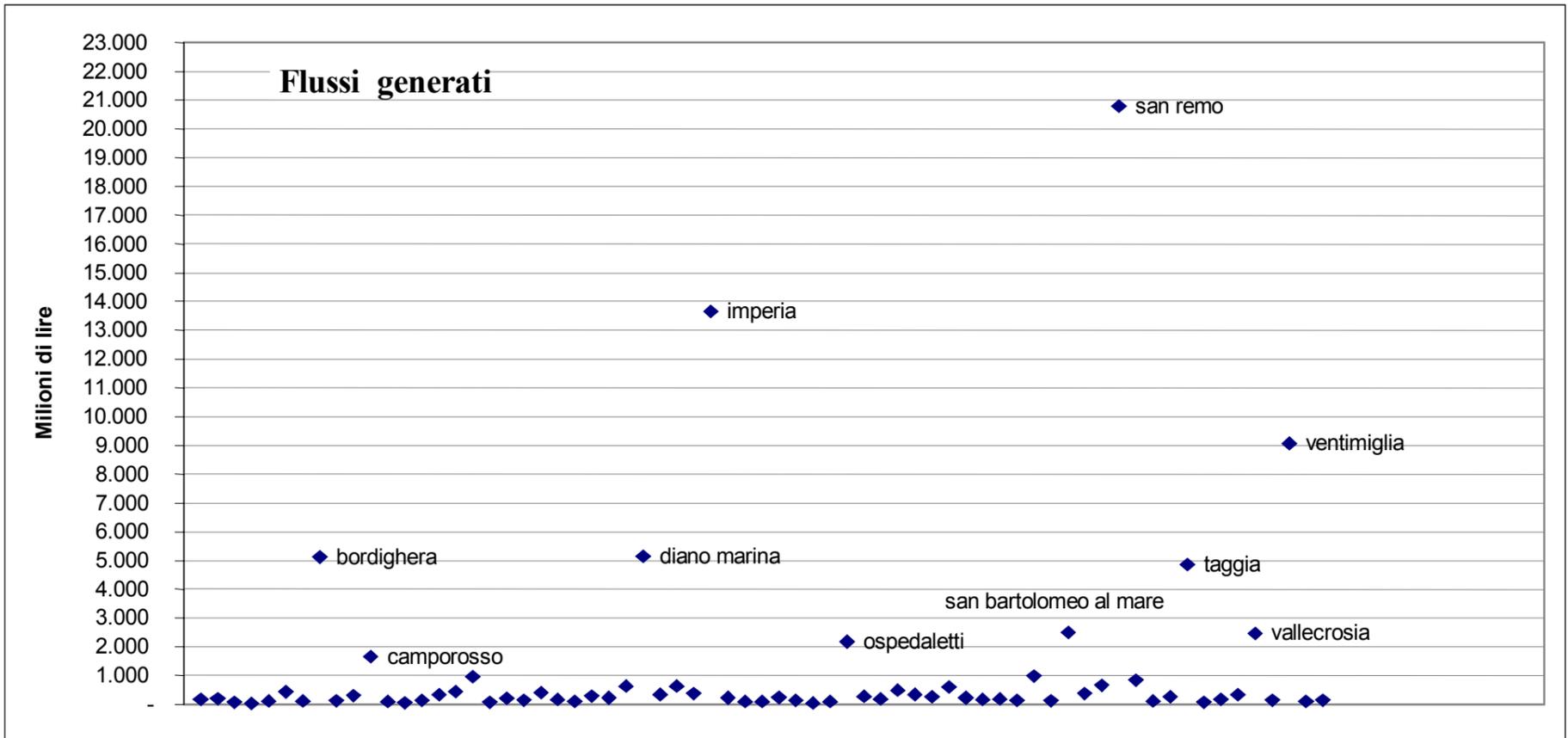
- la bassa produttività della rete di Imperia coinvolge anche l’offerta di Pontedassio che opera sullo stesso bacino della città capoluogo;

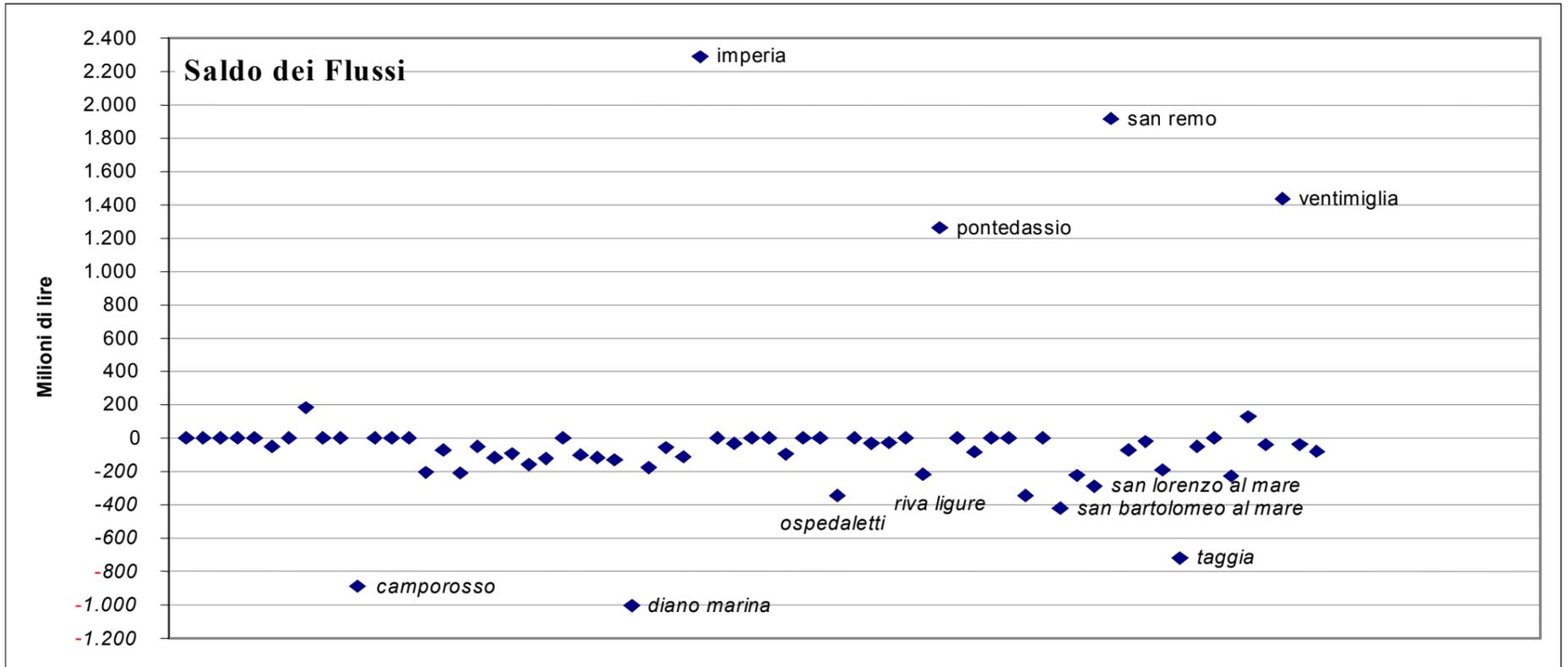
²⁸ Una schematica visualizzazione dei volumi di flussi generati è proposta nella sezione “Flussi generati” dei grafici 4.2.

²⁹ Una schematica visualizzazione dei saldi è proposta nella sezione “Saldo dei Flussi” dei grafici 4.2.

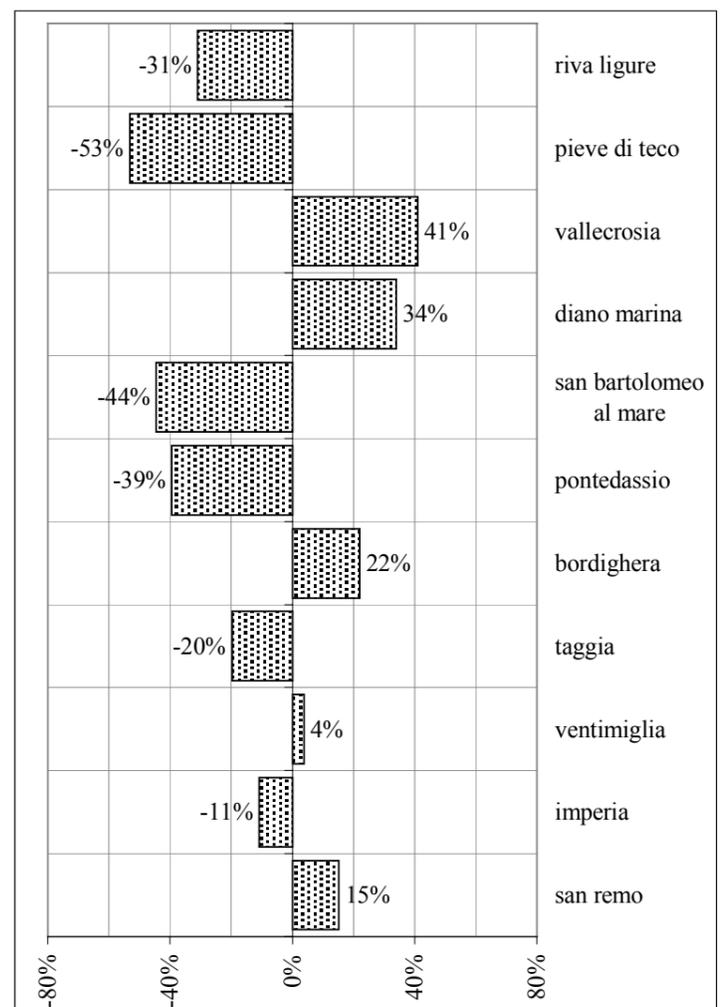
- diverso è il caso di Taggia, comune per il quale è corretto formulare una valutazione di sostanziale squilibrio rispetto a Sanremo (in sostanziale contrasto con le potenzialità date dalla topologia dei luoghi e dalla rete infrastrutturale);
- in termini di dimensionamento performante (nel contesto del bacino di gravitazione) ci si può specularmente (rispetto a Taggia) esprimere nel caso di Sanremo;
- viceversa reale risulterebbe il sotto dimensionamento (già segnalato) della rete di Diano Marina.

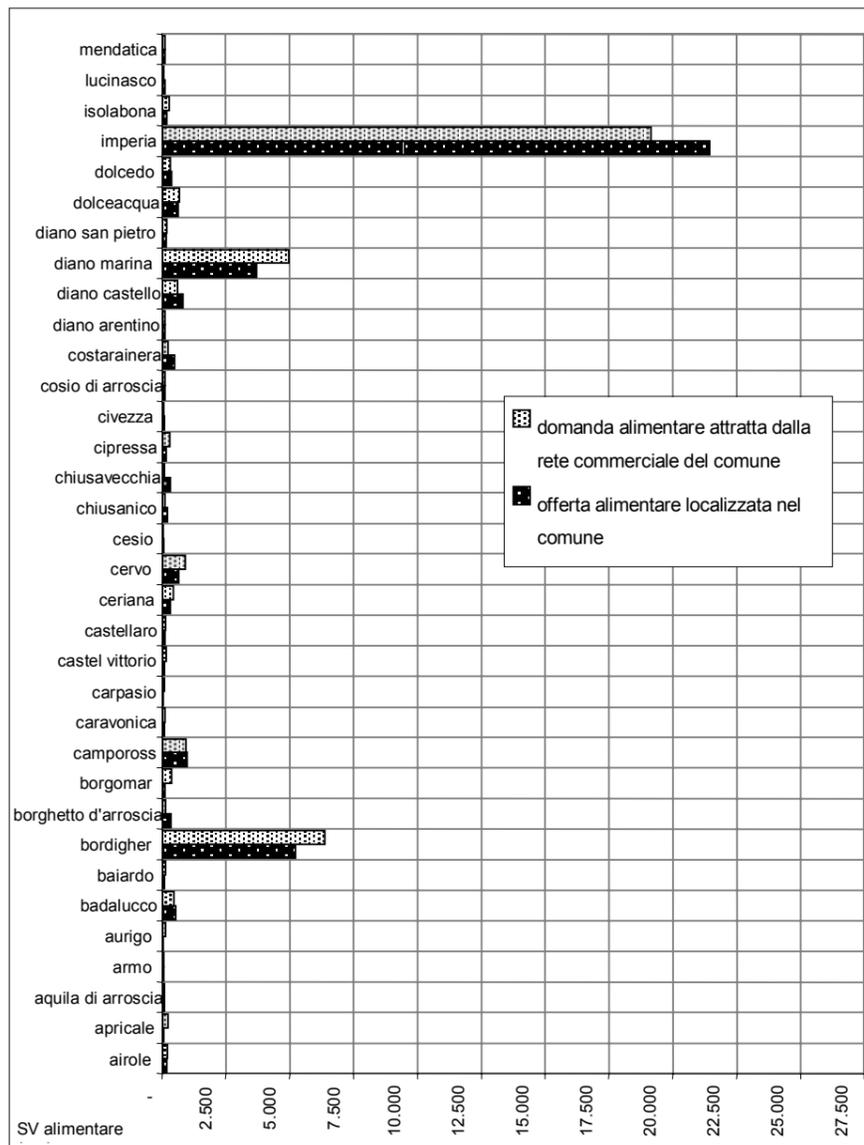
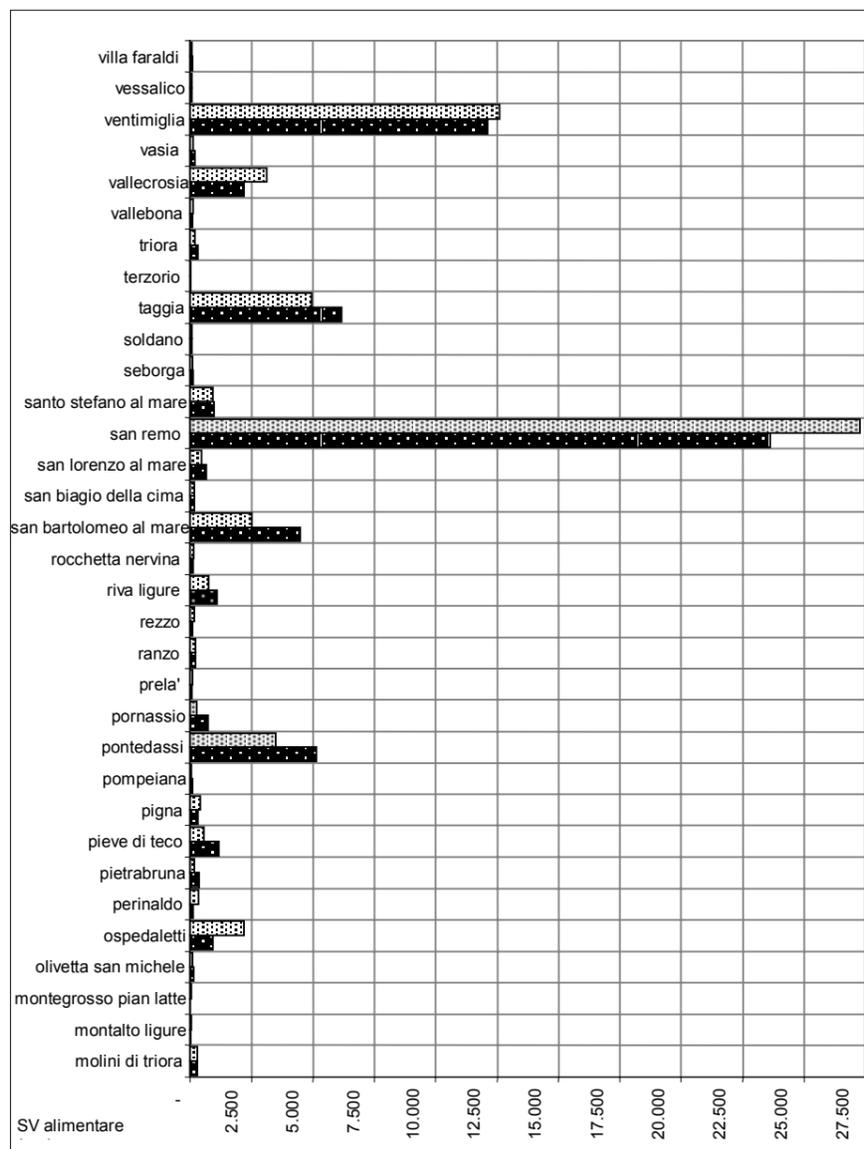
--- Stime modellistiche dei flussi gravitazionali della spesa alimentare in provincia di Imperia a livello comunale: flussi generati (funzione della popolazione residente + turistica); flussi attratti dalla rete commerciale; saldo (flussi attratti - flussi generati):





--- *Stime modellistiche dei flussi gravitazionali della spesa alimentare in provincia di Imperia a livello comunale: scostamenti della produttività delle reti alimentari comunali rispetto alla media provinciale (solo comuni con almeno 1.000 mq di SV).*





5. - PROSPETTIVE DI ARTICOLAZIONE DEI BACINI COMMERCIALI

5.1. - SETTORE ALIMENTARE

Il sistema delle gravitazioni analizzato nel precedente capitolo individua 3 polarizzazioni costiere incentrate sulle reti comunali di:

1. **Imperia + Pontedassio,**
2. **Sanremo + Taggia,**
3. **Ventimiglia + Vallecrosia + Bordighera.**

Gli altri 60 comuni della provincia:

- o sono eccessivamente distanti dai poli commerciali per potere funzionalmente gravitare su uno di essi (trattasi di 24 piccoli comuni interni che generano circa il 4% della spesa alimentare provinciale);
- oppure gravitano su uno solo di essi, eccetto Ospedaletti, la cui evasione di spesa si distribuisce in misura equivalente sui poli di Ventimiglia + Bordighera + Vallecrosia e di Sanremo + Taggia³⁰.

La struttura di tali gravitazioni è riepilogata nella tabella alla pagina seguente, in cui, per ciascun comune è riportata la stima di spesa indirizzata verso le reti commerciali dei 7 comuni attrattori (considerati in tre distinti blocchi: Imperia + Pontedassio, Sanremo + Taggia, Ventimiglia + Vallecrosia + Bordighera) e nella correlata mappa, contenente un tematismo (a densità di punti) che rappresenta il volume della spesa generata da ogni comune appartenente al bacino.

In base alle considerazioni sviluppate per il settore dell'alimentare **sono individuati 3 bacini commerciali**, la cui struttura è proposta nella tabella successiva. Nella definizione dei bacini sono introdotti, rispetto ai risultati prodotti dalla simulazione delle gravitazioni commerciali, le seguenti "forzature":

- il comune di Ospedaletti (la cui evasione di spesa risulta equiripartita verso le polarizzazioni di levante e di ponente) è assegnato al bacino sanremese, in considerazione della consolidata funzionale gravitazione verso Sanremo;
- i 24 comuni interni (che le simulazioni non hanno "associato" ad alcuno dei 3 poli) sono comunque ricondotti ad uno dei tre bacini; questa soluzione appare meno incongruente rispetto all'opzione di definire bacini interni di dimensione commerciale assolutamente inconsistente e non incentrati su alcuna significativa polarizzazione³¹; essi sono indicati come "area di gravitazione secondaria", essendo gli altri comuni appartenenti al bacino individuati come "area di gravitazione primaria".

La struttura di bacini proposta è diversa da quella definita dai Criteri Regionali.

La principale differenza consiste nell'aver individuato 3 bacini al posto dei 7 regionali. Tuttavia se si fa riferimento solo ai bacini regionali di 1° livello (*l'imperiese* nelle sue articolazioni di 2° livello *costiero, intermedio, montano, ecc.....*) si ritrova una sostanziale convergenza nelle due strutturazioni, salvo alcune puntuali differenze.

Il quadro di raffronto tra e due strutturazioni è riportato nelle tabelle che seguono ³².

³⁰ Anche Bordighera è, per taluni versi, un caso "particolare". Infatti, oltre ad agire quale attrattore di flussi, presenta anche un'evasione di spesa (comunque di piccola dimensione) nei confronti di Sanremo.

³¹ Per assegnare i 24 comuni interni ad uno dei bacini si è proceduto ad un'ulteriore simulazione in cui si è aumentato (agendo sul parametro x_2 delle funzioni di attrazione) il campo di attrazione della rete degli esercizi maggiori. Ciascun comune è stato quindi assegnato al bacino di prevalente o esclusiva gravitazione.

³² Per evidenziare graficamente le differenze tra le due strutturazioni dei bacini, nelle tabelle (in corrispondenza della colonna "Bacini Regione Liguria") sono evidenziati:

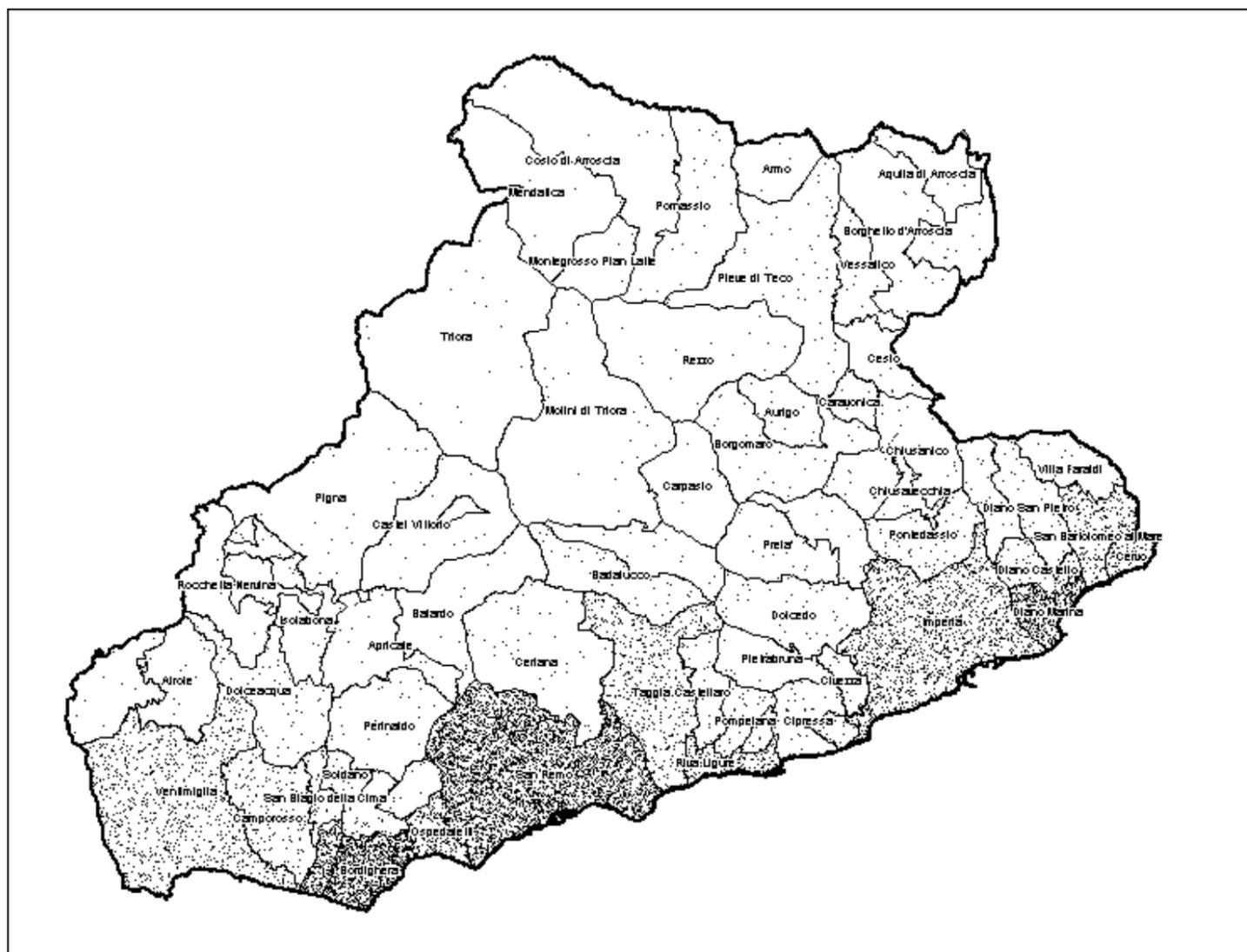
- con sfondo grigio scuro ed allineamento centrale del testo (in grassetto), i casi in cui i comuni risultano assegnati a bacini (di 1° livello) diversi;
- con sfondo grigio chiaro ed allineamento a destra del testo (in corsivo), i casi in cui i comuni risultano assegnati allo stesso bacino di 1° livello, risultando soltanto diverse le attribuzioni alle articolazioni di 2° livello; si assume, convenzionalmente, che:
 - nella struttura dei bacini proposta: il 1° livello sia identificato dalla "area di gravitazione primaria",
 - nella classificazione regionale: il 1° livello comprenda i bacini costieri (e, nel caso dell'imperiese, anche l'intermedio).

--- Stima dei flussi gravitazionali della spesa alimentare generati dai comuni afferenti le polarizzazioni imperiese, sanremese, ventimigliese:

	IMPERIA + PONTEDASSIO
Flussi generati verso il polo di attrazione	17.821
Imperia	13.650
Diano Marina	1.006
Pontedassio	610
San Bartolomeo al Mare	421
San Lorenzo al Mare	288
Cervo	208
Diano San Pietro	175
Cipressa	158
Diano Castello	130
Civezza	123
Diano Arentino	117
Chiusanico	116
Dolcedo	113
Costarainera	102
Chiusavecchia	93
Prelà	83
Villa Faraldi	80
Santo Stefano al Mare	73
Cesio	51
Terzorio	50
Vasia	41
Vessalico	38
Lucinasco	33
Pietrabruna	32
Pieve di Teco	27

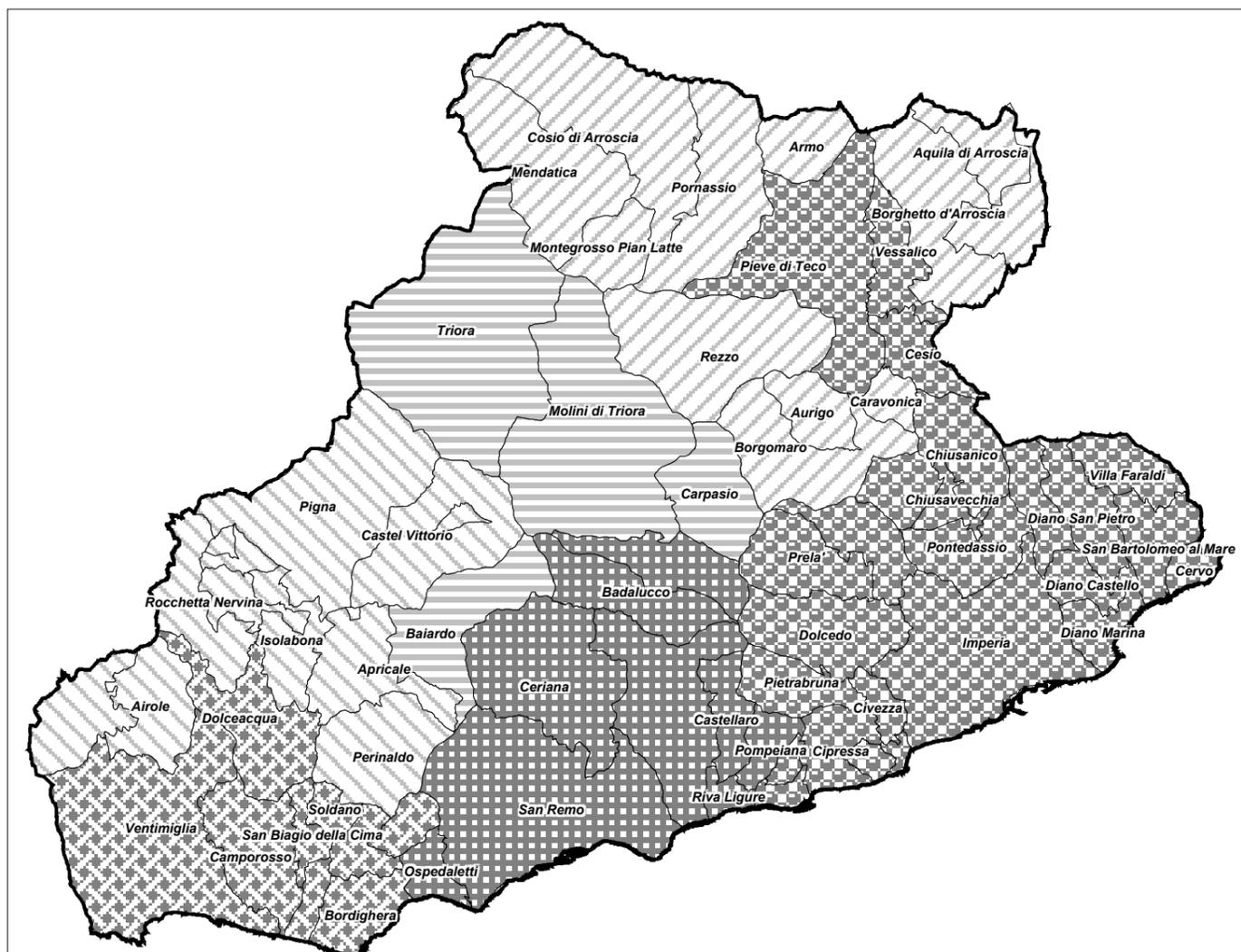
	SANREMO + TAGGIA
Flussi generati verso il polo di attrazione	26.839
Sanremo	20.800
Taggia	4.849
Riva Ligure	346
Pompeiana	219
Castellaro	205
Ospedaletti	173
Montalto Ligure	96
Ceriana	73
Badalucco	50
Bordighera	27

	VENTIMIGLIA + BORDIGHERA VALLECROSA
Flussi generati verso il polo di attrazione	18.399
Ventimiglia	9.061
Bordighera	5.103
Vallecrosia	2.456
Camporosso	890
Vallebona	228
San Biagio della Cima	223
Soldano	190
Ospedaletti	173
Dolceacqua	56
Seborga	20



--- *Composizione dei Bacini Commerciali (alimentare):*

Bacino Imperiese		Bacino Sanremese		Bacino Ventimigliese	
Area di gravitazione primaria	Area di gravitazione secondaria	Area di gravitazione primaria	Area di gravitazione secondaria	Area di gravitazione primaria	Area di gravitazione secondaria
Cervo	Aquila di Arroscia	Badalucco	Baiardo	Bordighera	Airole
Cesio	Armo	Castellaro	Carpasio	Camporosso	Apricale
Chiusanico	Aurigo	Ceriana	Molini di Triora	Dolceacqua	Castelvittorio
Chiusavecchia	Borghetto d'Arroscia	Montalto Ligure	Triora	San Biagio della Cima	Isolabona
Cipressa	Borgomaro	Ospedaletti		Seborga	Olivetta San Michele
Civezza	Caravonica	Pompeiana		Soldano	Pigna
Costarainera	Cosio di Arroscia	Riva Ligure		Vallebona	Rocchetta Nervina
Diano Arentino	Mendatica	Sanremo		Vallecrosia	Perinaldo
Diano Castello	Montegrosso Pian Latte	Taggia		Ventimiglia	
Diano Marina	Pornassio				
Diano San Pietro	Ranzo				
Dolcedo	Rezzo				
Imperia					
Lucinasco					
Pietrabruna					
Pieve di Teco					
Pontedassio					
Prelà					
San Bartolomeo al Mare					
San Lorenzo al Mare					
Santo Stefano al Mare					
Terzorio					
Vasia					
Vessalico					
Villa Faraldi					



Comuni	Bacini Regione Liguria	Bacino proposto				
Cervo	Imperiese costiero	Imperiese primario				
Cipressa						
Civezza						
Costarainera						
Diano Arentino						
Diano Castello						
Diano Marina						
Diano San Pietro						
Imperia						
Pietrabruna						
San Bartolomeo al Mare						
San Lorenzo al Mare						
Villa Faraldi						
Chiusanico			Imperiese intermedio	Imperiese primario		
Chiusavecchia						
Dolcedo						
Lucinasco						
Pontedassio						
Prela'						
Vasia						
Cesio	<i>Imperiese montano</i>	Imperiese primario				
Pieve di Teco						
Vessalico						
Santo Stefano al Mare	Sanremese costiero		Imperiese primario			
Terzorio						
Aquila di Arroscia	Albenganese montano				Imperiese secondario	
Ranzo						
Aurigo	<i>Imperiese intermedio</i>			Imperiese secondario		
Borgomaro						
Armo	Imperiese montano					Imperiese secondario
Borghetto d'Arroscia						
Caravonica						
Cosio di Arroscia						
Mendatica						
Montegrosso Pian Latte						
Pornassio						
Rezzo						

Comuni	Bacini Regione	Bacino		
Castellaro	Sanremese costiero	Sanremese primario		
Ceriana				
Ospedaletti				
Pompeiana				
Riva Ligure				
Sanremo				
Taggia				
Badalucco			<i>Sanremese montano</i>	Sanremese primario
Montalto Ligure				
Baiardo	<i>Sanremese costiero</i>	Sanremese secondario		
Carpasio				
Molini di Triora	Sanremese montano		Sanremese secondario	
Triora				

Comuni	Bacini Regione	Bacino proposto
Bordighera	Ventimigliese costiero	Ventimigliese primario
Seborga		
Vallebona		
Vallecrosia		
Ventimiglia		
Camporosso	Ventimigliese montano	
Dolceacqua		
San Biagio della Cima		
Soldano		
Airole	Ventimigliese costiero	Ventimigliese secondario
Olivetta San Michele		
Apricale	Ventimigliese montano	
Castelvittorio		
Isolabona		
Pigna		
Rocchetta Nervina		
Perinaldo		

5.2. - SETTORE NON ALIMENTARE

Un'importante differenza tra il comparto alimentare ed il non alimentare è che il primo riguarda la commercializzazione di merci omogenee, mentre molto diversificata è la gamma merceologica del secondo.

Il carattere di omogeneità delle merci fa sì che l'offerta commerciale alimentare si possa considerare "banalizzata": l'offerta del piccolo esercizio, del discount, dell'ipermercato (pur nelle evidenti sue differenziazioni conseguenti alle diverse caratteristiche delle strutture di vendita) è sostanzialmente simile quanto a natura del bene commercializzato.

Le modalità di effettuazione della spesa sono, inoltre, di tipo ricorrente e prevalentemente caratterizzate in termini di "fedeltà" verso esercizi "vicini" all'abitazione o comunque posti nell'intorno del luogo di residenza.

La "banalizzazione" dell'offerta e la ripetitività dell'acquisto sono le condizioni che consentono di analizzare il comparto con tecniche quantitative (quali quelle qui utilizzate e rendicontate nel 4° capitolo).

Così non è, con ogni evidenza, nel comparto non alimentare.

Convivono in esso offerte molto differenziate, anche all'interno della stessa gamma merceologica; la frequenza degli acquisti è, inoltre, minore; la scelta del luogo di effettuazione della spesa è, infine, meno dipendente dal criterio di vicinanza all'abitazione.

Vengono dunque meno le condizioni per un'analisi di tipo quantitativo.

Nello specifico delle grandi concentrazioni di offerta non alimentare, il bacino di gravitazione è spesso di dimensione sovra provinciale; in alcuni casi è anche sovra regionale.

Esso è, generalmente, tanto più ampio quanto più l'offerta si qualifica in termini concorrenziali sotto i profili dei prezzi e dell'assortimento e migliori sono le condizioni di accessibilità.

5.3. - PROSPETTIVE PER LA RIORGANIZZAZIONE DELLA RETE COMMERCIALE ALIMENTARE

5.3.1. - Criteri di ordine generale

Nelle seguenti note sono proposte, sulla base di considerazioni di sintesi, che riprendono ed integrano quelle esposte nei capitoli 3 e 4, e tenuto conto delle caratteristiche del sistema territoriale ed infrastrutturale, le opzioni di riorganizzazione della rete alimentare.

Le scelte di fondo sono quelle della razionalizzazione e della riqualificazione dell'offerta. Non sembrano, infatti, esistere, in nessun bacino, le condizioni per prevedere incrementi di superficie di vendita alimentare di significativa dimensione.

La realizzazione di nuove grandi strutture di vendita è, pertanto, esclusivamente da relazionarsi ad un processo di razionalizzazione (tipologica e, soprattutto, insediativa) dell'offerta attuale.

Tutti i bacini sono diversamente caratterizzati da valori alti (nel contesto regionale) degli indicatori di dimensionamento dell'offerta e/o di presenza di medie-grandi strutture di vendita. Si giustifica, dunque, la scelta programmatica della Regione Liguria di non prevedere alcuna nuova grande struttura di vendita nel territorio provinciale.

Scelta che, il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale condivide e proietta su un più lungo orizzonte temporale.

Essa non risponde a logiche di mera conservazione, bensì mira a favorire un processo di trasformazione e riqualificazione di tutte le componenti dell'offerta commerciale; compresa quella costituita dagli esercizi minori (cui si riconosce rilevante valenza sociale sotto i profili occupazionali,

relazionali, di presidio territoriale), per la quale si auspica un'evoluzione verso forme di integrazione funzionale tra gli operatori volte alla costituzione di Centri Integrati di Via.

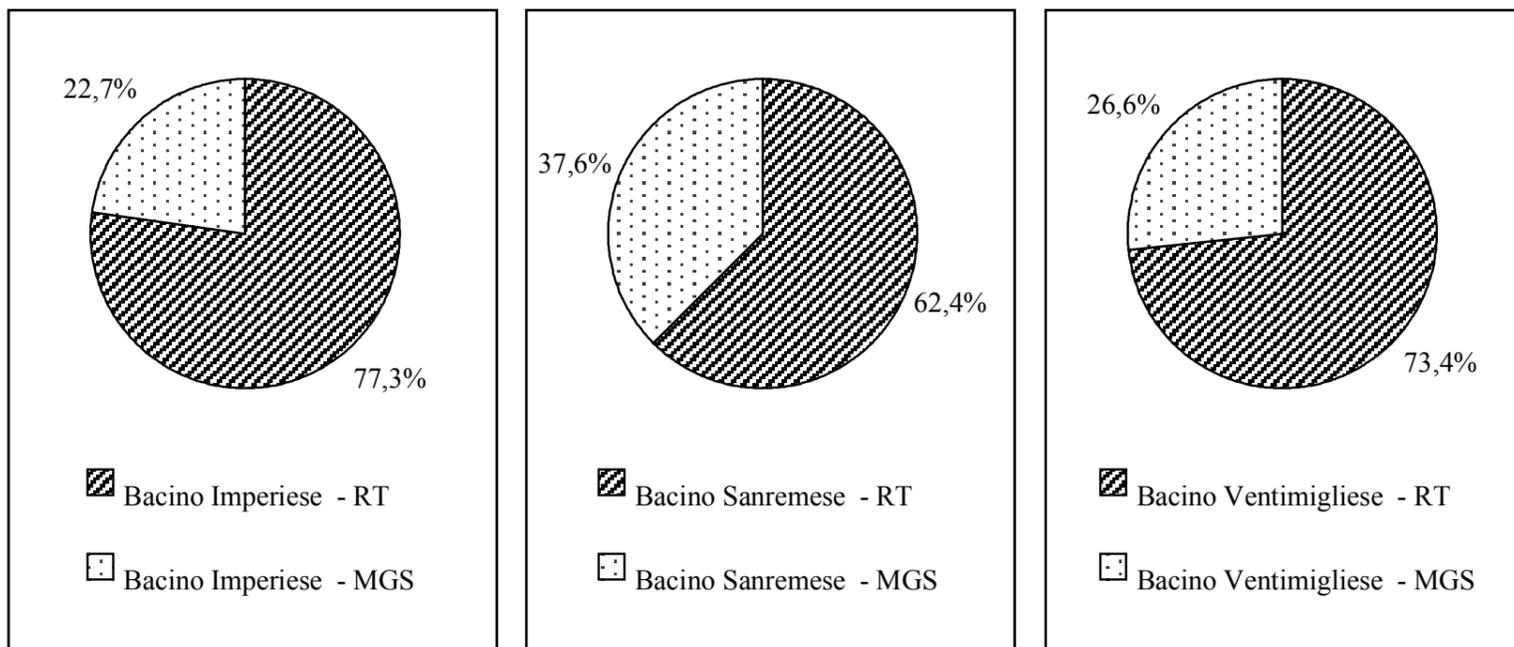
Essa, infine, non discende solo da logiche di natura puramente commerciale, ma guarda al territorio, al sistema infrastrutturale, alle caratteristiche del tessuto urbano dei centri abitati e tiene conto della loro contenuta dimensione.

Queste sono le scelte di fondo. Nel seguito esse sono particolarizzate per i 3 bacini.

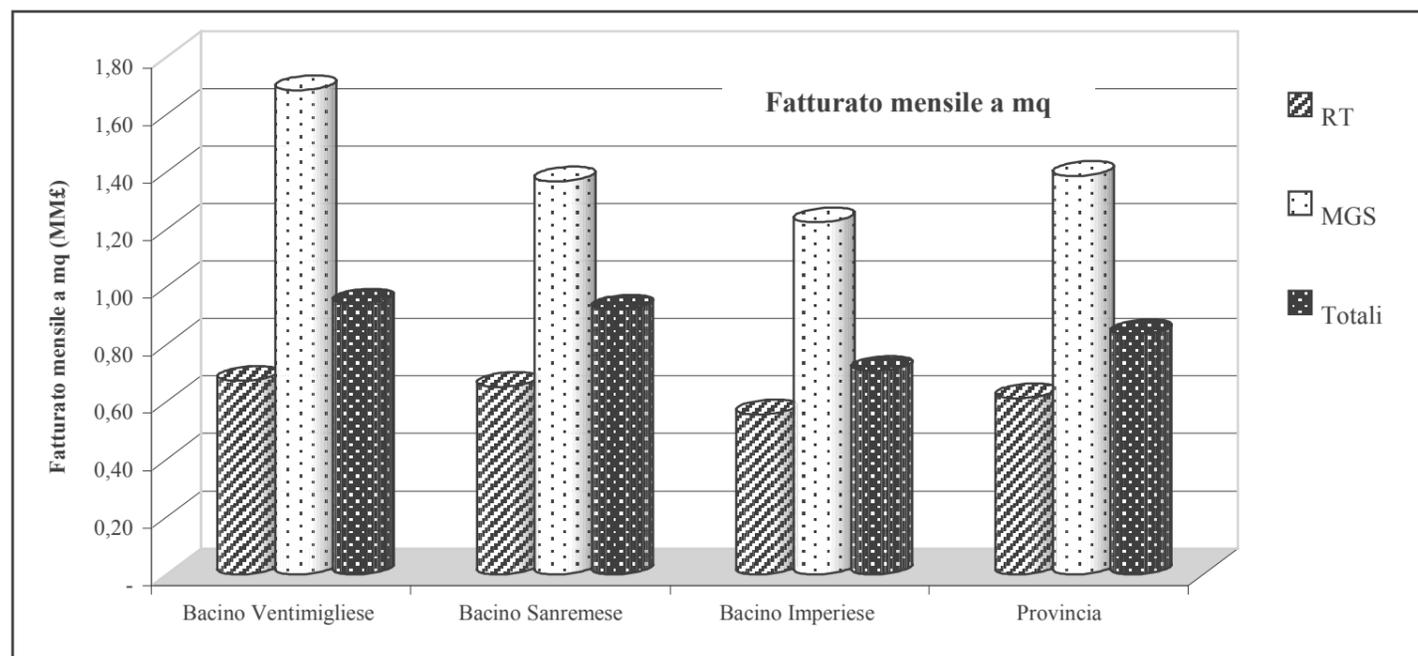
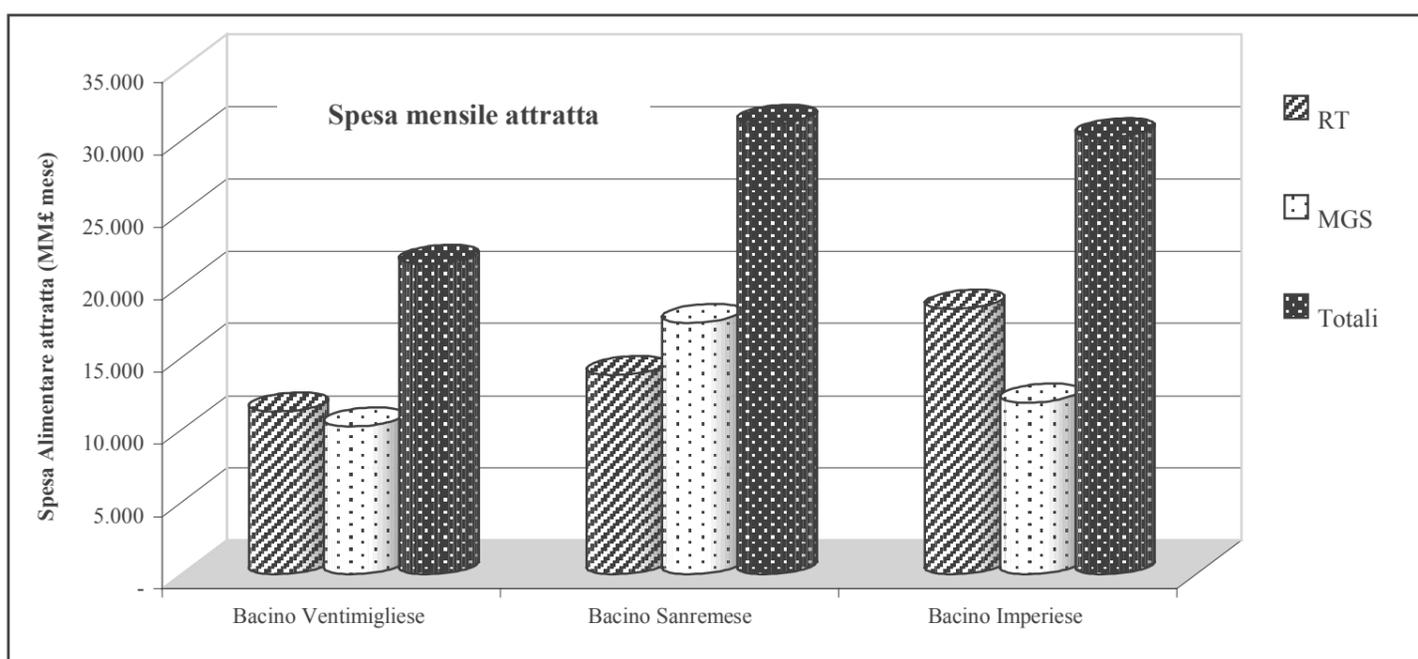
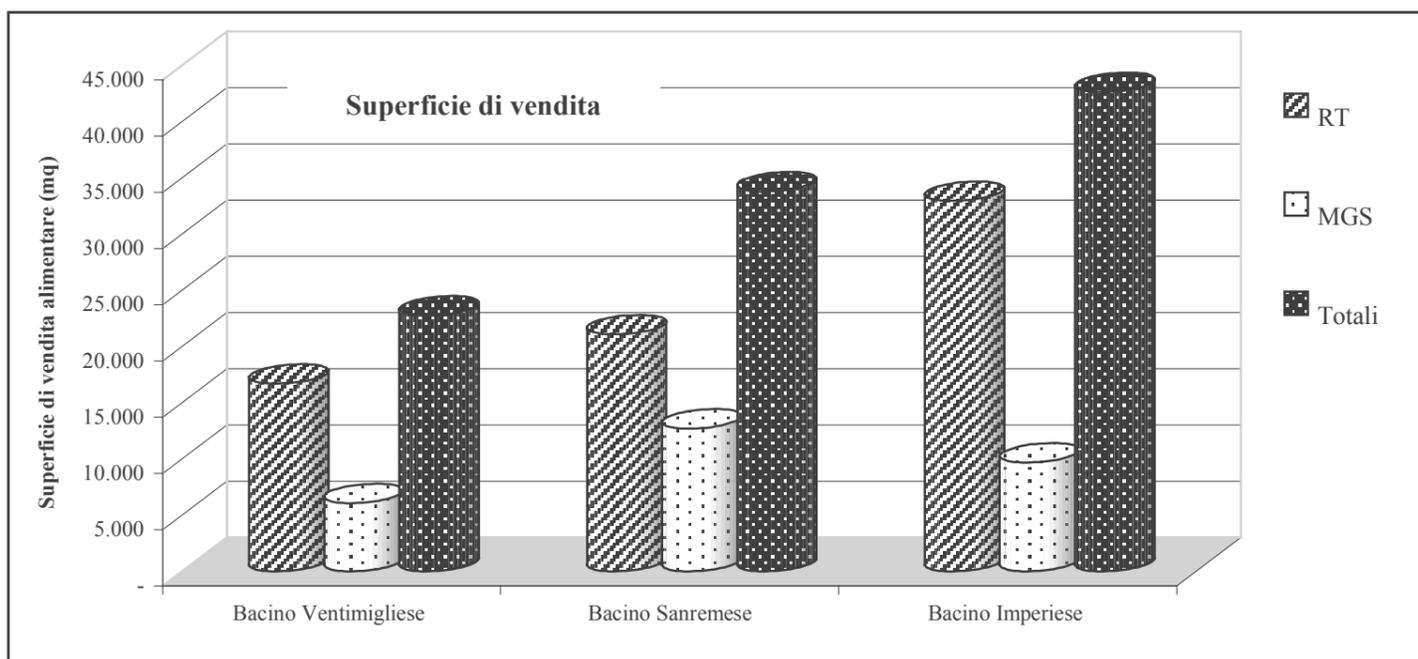
--- Confronto tra i dati di offerta e domanda nei 3 bacini:

Bacino	Tipo rete	SV (mq)	Flussi attratti (MM£mese)	Produttività (MM£mese/mq)
Bacino Imperiese	RT	32.956	18.346	0,557
	MGS	9.684	11.861	1,225
	Totali	42.640	30.207	0,708
Bacino Sanremese	RT	21.084	13.769	0,653
	MGS	12.704	17.372	1,367
	Totali	33.788	31.141	0,922
Bacino Ventimigliese	RT	16.696	11.242	0,673
	MGS	6.060	10.208	1,684
	Totali	22.756	21.450	0,943
Provincia	RT	70.736	43.357	0,613
	MGS	28.448	39.441	1,386
	Totali	99.184	82.798	0,835

--- Riparto % delle superfici di vendita alimentari nei 3 bacini:



--- *Confronto tra i dati di offerta e domanda nei 3 bacini:*



5.32. - Bacino Imperiese

E' il Bacino caratterizzato dai più bassi livelli di produttività di tutte le componenti della rete (rete tradizionale – RT – e medi/grandi esercizi – MGS –). E' anche quello in cui si registra la più alta percentuale di superficie di vendita degli esercizi minori. La maggiore concentrazione di offerta si ha in Imperia; nel segmento dei medi e grandi esercizi in Pontedassio, ossia a Nord dell'abitato di Oneglia. La maggiore concentrazione di domanda si ha nella città di Imperia e nel Dianese.

I comuni del Dianese (ed in particolare Diano Marina e San Bartolomeo al Mare) generano flussi di evasione verso la polarizzazione costituita da Imperia + Pontedassio di dimensione significativa. Solo per il Dianese, e in particolare per Diano Marina, l'analisi segnala l'opportunità di prevedere un potenziamento dell'offerta commerciale (da realizzarsi nel segmento delle medie strutture di vendita).

La concentrazione di domanda nel levante costiero del bacino e la presenza di aree industriali dismesse nell'abitato di Oneglia indicano questo come l'ambito di più ragionevole insediamento di nuove strutture di vendita.

Peraltro il livello di congestione del traffico, determinato da gravi insufficienze dell'armatura viabilistica in Oneglia, sconsiglia l'insediamento di importanti attrattori di traffico. L'eventuale realizzazione di nuove strutture commerciali deve essere pertanto subordinata ad un'attenta verifica della loro sostenibilità sotto il profilo della circolazione veicolare.

In conclusione, sia le valutazioni inerenti le condizioni di equilibrio e produttività della rete commerciale sia le considerazioni inerenti il sistema viabilistico consigliano di evitare la realizzazione nel bacino di nuove grandi strutture di vendita con una forte componente di superficie alimentare.

5.3.3. - Bacino Sanremese

Il Bacino è caratterizzato da livelli di produttività della rete decisamente superiori a quelli che si registrano nell'imperiese (+ 30%) e dalla più alta percentuale di superficie di vendita degli esercizi maggiori.

Il 66,5% della domanda di bacino è espressa dal comune di Sanremo; il 15,5% dal comune di Taggia. Il 73% della stessa domanda è indirizzata sulla rete di Sanremo; il 13,3% su quella di Taggia. La rete di Sanremo accorpa il 69,9% dell'offerta di bacino (l'87,2% nel segmento degli esercizi con SV >= 400 mq.); la rete di Taggia, rispettivamente, il 18,2% ed il 12,8%.

Questi indicatori evidenziano marcate condizioni di squilibrio (a favore di Sanremo) tra la domanda e l'offerta espressa dai due principali comuni del bacino. Tali condizioni contrastano con le potenzialità dei luoghi: il territorio di Taggia, infatti, è quello strutturalmente più idoneo ad ospitare grandi strutture di vendita, in considerazione della topologia dei luoghi e delle potenzialità del sistema infrastrutturale.

In considerazione di quanto sopra esposto, appare opportuno favorire un processo di riequilibrio tra le offerte commerciali di Sanremo e di Taggia, valorizzando nel contempo le potenzialità logistiche di questa.

Considerato il sovradimensionamento dell'offerta nel Bacino, tale riequilibrio dovrà essere preferibilmente conseguito con il trasferimento da Sanremo a Taggia di una grande struttura di vendita.

5.3.4. - Bacino Ventimigliese

E' il bacino più piccolo quanto a consistenza della rete e dei flussi di spesa, ma risulta anche essere il più equilibrato sia sotto il profilo della composizione della rete che sotto quello delle polarizzazioni (come evidenziano gli indicatori proposti nel seguente prospetto).

	Rispetto al Bacino			
	% di spesa generata	% di spesa attratta	% di SV	
			totale	MGS
Ventimiglia	42,5%	48,9%	51,9%	60,4%
Bordighera	24,1%	24,8%	22,4%	24,4%
Vallecrosia	11,5%	12,1%	11,8%	15,2%

E' inoltre il bacino per il quale le analisi stimano i maggiori livelli di produttività della rete. I risultati dell'analisi suggeriscono di non prevedere nuove grandi strutture di vendita.

6. - PROPOSTA DI DISTRETTI COMMERCIALI TEMATICI PER IL SETTORE NON ALIMENTARE

6.1. - CRITERI DI ORDINE GENERALE

Un'importante differenza tra il comparto alimentare ed il non alimentare è che il primo riguarda la commercializzazione di merci omogenee, mentre molto diversificata è la gamma merceologica del secondo.

Il carattere di omogeneità delle merci fa sì che l'offerta commerciale alimentare si possa considerare "banalizzata": l'offerta del piccolo esercizio, del discount, dell'ipermercato (pur nelle evidenti sue differenziazioni conseguenti alle diverse caratteristiche delle strutture di vendita) è sostanzialmente simile quanto a natura del bene commercializzato. Le modalità di effettuazione della spesa sono, inoltre, di tipo ricorrente e prevalentemente caratterizzate in termini di "fedeltà" verso esercizi "vicini" all'abitazione o comunque posti nell'intorno del luogo di residenza.

La "banalizzazione" dell'offerta e la ripetitività dell'acquisto sono le condizioni che consentono di analizzare il comparto con tecniche quantitative (quali quelle qui utilizzate e rendicontate nel 4° capitolo).

Così non è, con ogni evidenza, nel comparto non alimentare. Convivono in esso offerte molto differenziate, anche all'interno della stessa gamma merceologica; la frequenza degli acquisti è, inoltre, minore; la scelta del luogo di effettuazione della spesa è, infine, meno dipendente dal criterio di vicinanza all'abitazione.

Vengono dunque meno le condizioni per un'analisi di tipo quantitativo.

Nello specifico delle grandi concentrazioni di offerta non alimentare, il bacino di gravitazione è spesso di dimensione sovra provinciale; in alcuni casi è anche sovra regionale. Esso è, generalmente, tanto più ampio quanto più l'offerta si qualifica in termini concorrenziali sotto i profili dei prezzi e dell'assortimento e migliori sono le condizioni di accessibilità.

Tali considerazioni sono alla base dell'opzione, qui definita in conformità ai Criteri Regionali³³, di concentrare la parte prevalente della nuova offerta di grandi strutture di vendita non alimentare in Distretti Commerciali di tipo tematico (ossia specializzati in alcune merceologie) o, comunque, di caratteristiche tali da potere agire su un mercato di domanda non esclusivamente provinciale.

Alle considerazioni di natura propriamente commerciale (cui sono evidentemente relazionati obiettivi di natura occupazionale³⁴) si associano, nella definizione delle proposte, obiettivi di riqualificazione e valorizzazione di specifici siti.

Il peso, nella definizione delle proposte, di tali due fondamentali componenti è diverso per ciascuno dei Distretti Commerciali:

- in alcuni casi, la proposta discende prevalentemente da valutazioni circa le opportunità offerte dal mercato;
- in altri, la proposta discende da considerazioni circa le opportunità date dalla specificità dei siti.

6.2. - PROPOSTA DI DISTRETTI COMMERCIALI

Sono proposti i seguenti 3 Distretti Commerciali Tematici:

- a) **Distretto Commerciale Tematico in Comune di Ventimiglia** (preferibilmente su area autoportuale e/o parco merci del Roja), orientato ai prodotti per l'edilizia e per l'attrezzaggio della casa;
- b) **Distretto Commerciale Tematico in Comune di Santo Stefano al Mare** (complesso Marina degli Aregai), di valenza turistica, orientato ai prodotti per la persona, con una forte presenza di "griffe";
- c) **Distretto Commerciale Tematico in Comune di Sanremo** (Nucleo Storico della Pigna).

6.2.1. - Distretto Commerciale in Comune di Ventimiglia

E' un Distretto Commerciale che guarda prevalentemente al mercato del Dipartimento delle Alpi Marittime (e del Principato di Monaco).

La proposta nasce da due considerazioni:

- nelle vicine zone francesi l'attività edilizia ha tassi di sviluppo molto alti;
- in esse l'offerta di prodotti per l'edilizia e di prodotti per l'arredo della casa si caratterizza per un rapporto qualità/costo inferiore all'analoga offerta italiana.

Si determinano, dunque, condizioni di mercato probabilmente molto interessanti per un'offerta di elevata qualificazione nel segmento sopra individuato (prodotti per l'edilizia, prodotti per l'arredo e l'attrezzaggio della casa e simili).

La valutazione è supportata, oltre che dall'esperienza, da indicazioni fornite da operatori, già attivi nel ventimigliese, che segnalano una cospicua (spesso prevalente) componente francese nel portafoglio di clienti, pur in presenza di problemi di "visibilità commerciale" (determinati da

³³ I Criteri Regionali prevedono, infatti, che i P.T.C. provinciali individuino le zone in cui è ammessa la realizzazione di grandi strutture di vendita non alimentari. Tali zone devono essere qualificate quali Distretti Commerciali (preferibilmente) di tipo tematico, ossia aree individuate come particolarmente vocate ad accogliere specifiche polarizzazioni commerciali di scala anche sovraprovinciale.

³⁴ Solo l'attrazione di flussi extra provinciali crea le condizioni per la creazione di nuova occupazione; in caso diverso si determina solo una riallocazione degli occupati, se non una loro contrazione (le grandi strutture di vendita, in conseguenza della loro organizzazione di tipo industriale, portano ad una riduzione dei livelli occupazionali).

localizzazioni non ottimali), di limitazioni tipologiche dei punti di vendita (superficie insufficiente e/o non ottimali accessibilità / dotazione di parcheggi), di assenza delle sinergie determinate dalla concentrazione spaziale di esercizi con gamma merceologica omogenea.

Si propone la realizzazione di un parco commerciale, spazialmente definito, da urbanizzare in forma pianificata e strutturato in forma modulare, sì da consentire, a fronte di una dimensione iniziale comunque cospicua, eventuali successivi ampliamenti da attivare in funzione della risposta del mercato.

La proposta può coniugarsi con l'obiettivo di una riqualificazione funzionale dell'area autoportuale ovvero di parte del parco merci del Roja. Tali aree, che pure presentano elementi di problematicità quanto ad immediata loro disponibilità, hanno valenze logistiche elevate e costituiscono i siti più idonei per l'implementazione della proposta.

Non appare tuttavia opportuno condizionare l'attuazione della proposta alla disponibilità di tali aree, qualora essa non potesse configurarsi nel breve-medio termine.

6.2.2. - Distretto Commerciale Tematico in Comune di Santo Stefano al Mare

La proposta di Distretto Commerciale nasce dalla considerazione che in Marina degli Aregai è in fase di approntamento un'offerta ricettiva diversificata e di notevole dimensione³⁵, inoltre suscettibile di ulteriori potenziamenti nell'ipotesi di realizzare nel Comune di Cipressa un complesso golfistico.

Tiene altresì conto della presenza di una struttura, già edificata, concepita per essere un centro commerciale di circa 4.000 mq., di cui, inoltre, sono previsti ulteriori ampliamenti.

L'offerta ricettiva (di fascia media - alta) di Marina degli Aregai si configura come la potenzialmente maggiore polarizzazione turistica provinciale di tipo puntuale.

Essa può risultare sinergica con una struttura commerciale ad essa stessa omogenea quanto a qualità e gamma merceologica dell'offerta e caratterizzata per un potenziale di attrazione di scala sovra provinciale.

Il Distretto Commerciale proposto si qualifica quindi come Centro Commerciale di valenza turistica, orientato alla persona e fortemente caratterizzato da una rilevante presenza di "griffe" ossia di marchi commerciali di alto profilo nel settore dell'abbigliamento e relativi accessori.

Il Centro Commerciale, essendo inserito in un contesto di matrice nautico-diportistica, avrà inoltre questa ulteriore caratterizzazione.

6.2.3. - Distretto Commerciale Tematico in Comune di Sanremo

Trattasi di un Distretto Commerciale assolutamente atipico che riguarda, innanzitutto, l'obiettivo del recupero e valorizzazione della Pigna, Nucleo Storico di Sanremo.

La proposta non nasce, evidentemente, da stimoli dati dalle attuali opportunità di mercato (quale è il caso del Distretto Commerciale di Ventimiglia) né da opportunità "artificialmente" costruite (quale è il caso del Distretto Commerciale di Marina degli Aregai).

Nasce invece da due ordini di considerazioni:

- la Pigna è un insediamento omogeneo di piccola dimensione, di grande valore storico-ambientale, localizzato nel centro della città, vicinissimo alle ricche via Matteotti (che è una delle maggiori concentrazioni, a livello regionale, di esercizi commerciali di qualità). Conosce attualmente una situazione di parziale degrado edilizio e di emarginazione sociale. Condizioni che, unitamente alle oggettive limitazioni di accessibilità, ostacolano un naturale sviluppo della funzione commerciale.

Una diffusa presenza del commercio (nelle diverse sue articolazioni, comprese quelle dei pubblici esercizi e dell'artigianato) è, invece la condizione essenziale per la riqualificazione, innescando, inoltre, essa un processo virtuoso di valorizzazione immobiliare.

- per i motivi esposti, è altamente improbabile che un processo di valorizzazione commerciale si attivi in forma spontanea. E' invece possibile che esso si attui in forma organizzata, ossia per iniziativa di un unico operatore, probabilmente estraneo all'attuale contesto economico della provincia. Tale operatore, avendo preventivamente acquisito la disponibilità di una quota significativa dei piani bassi, organizzerebbe, previa l'attuazione - in forma convenzionata con l'Amministrazione Comunale - degli opportuni interventi di riqualificazione edilizia ed urbanistica (compresi gli interventi per migliorare l'accessibilità veicolare e pedonale), un'offerta commerciale pianificata ed integrata (ovviamente aperta anche agli operatori locali).

La fama internazionale di Sanremo e la percezione che di essa si ha a livello mondiale suggeriscono una scommessa "alta", quale quella qui proposta. Appare necessario che la regia dell'operazione faccia capo all'Amministrazione Comunale. A solo titolo esemplificativo si delineano le tappe essenziali di un possibile iter procedurale:

- con procedura ad evidenza pubblica, una società mista (ad hoc costituita e partecipata dal Comune) acquisisce un'opzione sulla proprietà di fondi e piani terreni (possibilmente organizzati in itinerari contigui);
- quindi, con procedura di appalto concorso, seleziona l'operatore cui cedere le opzioni;
- l'operatore, perfezionato l'acquisto delle porzioni di immobili, realizza l'intervento di riqualificazione urbana (eventualmente anche favorito da sistemi di provvidenze pubbliche per gli interventi di urbanizzazione) e procede quindi alla attivazione del Centro Commerciale.

³⁵ Le dotazioni ricettive di Marina degli Aregai consistono in: 974 posti barca, 199 mono e bilocali, residence con 118 appartamenti, villaggio-albergo di 400 posti letto, albergo con 50 camere.

Il Centro Commerciale proposto (che è qualificabile come una forma intermedia tra Centro Commerciale pianificato e Centro Integrato di Via) si caratterizza per una forte valenza turistica; ossia è esso stesso elemento di richiamo di flussi turistici addizionali, attratti dalla fama di Sanremo e dalla particolarità dell'intervento.

E' questa una condizione essenziale per rendere appetibile (sotto tutti i profili) l'operazione.

Non appare opportuno predefinire logiche di specializzazione, poiché è necessario lasciare la più ampia libertà di proposta ai Soggetti che parteciperebbero alla gara.

