



Città di
Busto Arsizio

CRITERI PER L'INSEDIAMENTO DI MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

ARTICOLO 8 COMMA 3 DEL D.LGS N. 114 DEL 31.03.1998 E S.M.I

INDICE

1. PREMESSA.....	5
2. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO.....	7
2.1. Norme e criteri di indirizzo di livello regionale.....	7
2.2. Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale (PTSSC) 2006-2008.....	11
2.2.1. Gli obiettivi generali del Programma.....	12
2.2.2. Sviluppo sostenibile e PTSSC.....	14
2.2.3. Gli indirizzi del Programma triennale: gli “ambiti territoriali” e Busto Arsizio	17
2.3. Il ruolo della Provincia nelle politiche per il commercio.....	19
2.4. La legge regionale per il governo del territorio: i ruoli e le competenze dei Comuni	22
2.5. Strumenti di pianificazione comunale e indicazioni in materia di insediamenti commerciali	25
2.5.1. Le Grandi Strutture di Vendita.....	25
2.5.2. Le Medie Strutture di Vendita	29
3. LE DINAMICHE TERRITORIALI DI SVILUPPO DELL’OFFERTA COMMERCIALE	32
3.1. La Grande Distribuzione Organizzata in Lombardia	32
3.1.1. Struttura e caratteristiche della GDO	32
3.1.2. La struttura della GDO alimentare.....	33
3.1.3. La struttura della GDO non alimentare.....	34
3.2. L’articolazione del commercio in sede fissa in Lombardia.....	35
3.2.1. Identità e struttura del sistema distributivo	35
3.2.2. Superfici ed esercizi commerciali al dettaglio	36
3.2.3. Le reti specializzate.....	39
3.3. Busto Arsizio, l’Asse del Sempione e il sistema commerciale esistente	42
3.4. Busto Arsizio e il contesto territoriale di riferimento.....	43
3.4.1. La definizione degli ambiti di riferimento	43
3.4.2. La rete distributiva del contesto sovralocale	44
3.4.3. Dinamiche e tendenze in atto. Confronto 1998-2011.....	49
3.4.3.1. Periodo 1998/2008	49
3.4.3.2. Periodo 2003/2011	53
3.4.4. Distribuzione territoriale delle strutture del commercio organizzato	58
4. BUSTO ARSIZIO: SISTEMA COMMERCIALE, SERVIZI ALLA PERSONA E POPOLAZIONE	64
4.1. Dinamiche ed evoluzioni demografiche	64
4.2. La rete commerciale di Busto Arsizio: evoluzione e dinamiche recenti.....	68
4.2.1. La rete commerciale al 2003	68
4.2.2. La rete commerciale al 2008.....	69
4.2.3. La rete commerciale al 2014.....	72
4.2.4. La distribuzione territoriale al 2014.....	77
4.2.5. Una lettura dinamica dello sviluppo della rete commerciale. 2003/2014	78

4.2.5.1. Periodo 2003/2008	78
4.2.5.2. Periodo 2008/2014	79
4.2.5.3. Periodo 2003/2014	80
4.2.6. Le attività di somministrazione di alimenti e bevande	82
4.2.7. Le attività di servizio alla persona	83
4.2.8. Il commercio su aree pubbliche	84
4.2.9. Contenuti e articolazione del data-base del commercio	86
 5. ELEMENTI PER LA DEFINIZIONE DI STRATEGIE DI URBANISTICA COMMERCIALE	88
5.1. Coerenza con le indicazioni di livello provinciale e regionale	88
5.2. I Distretti del Commercio: obiettivi, ruolo e funzione	90
5.2.1. Commercio urbano e sviluppo della città	90
5.2.2. I distretti commerciali: un quadro strategico di riferimento	91
5.2.3. I distretti commerciali: un'opportunità per lo sviluppo del commercio urbano	92
5.3. Il Distretto Urbano del Commercio di Busto Arsizio: obiettivi e progetti	95
5.3.1. Visione e linee guida di sviluppo della città e ruolo del commercio	96
5.3.2. L'area del Distretto Urbano del Commercio	99
5.3.3. Il posizionamento competitivo e la "vision" del distretto	101
5.3.4. Obiettivi strategici del distretto	103
5.3.5. Piano delle attività	104
 6. AZIONI PER UN'INTEGRAZIONE TRA SISTEMA URBANO E ATTIVITA' COMMERCIALI	106
6.1. Azioni per il sistema commerciale	106
6.2. Ruolo e funzione delle attività commerciali nei centri storici di Busto Arsizio	108
6.3. Ruolo e funzione delle medie strutture di vendita	109
6.4. Qualità urbanistica ed architettonica delle strutture commerciali	111
 7. PGT E NORME DI RIFERIMENTO PER LE ATTIVITA' COMMERCIALI ..	113
 8. CRITERI PER L'INSEDIAMENTO DI MEDIE STRUTTURE DI VENDITA.	116
8.1. Indicazioni di carattere generale	116
8.2. Criteri per l'insediamento di medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq	118
8.3. Criteri per l'insediamento di medie strutture in ambiti di particolare interesse	119
8.4. Prescrizioni particolari per l'Asse del Sempione e la Direttrice per Cassano Magnago	122
8.5. Criteri per l'insediamento di medie strutture negli ambiti strategici di trasformazione, di rigenerazione e di riorganizzazione urbana	123
8.6. Dotazioni di aree per servizi ed attrezzature pubbliche e dotazione di parcheggi pertinenziali privati	124
8.6.1 Aree per servizi ed attrezzature pubbliche	124
8.6.2 Dotazione di parcheggi pertinenziali privati	126

8.7. Indicazioni generali di carattere procedurale	127
8.7.1 Autorizzazioni per l'apertura di medie strutture	129
8.7.2 Autorizzazioni per l'ampliamento della superficie di vendita.	129
8.7.3 Autorizzazioni per l'accorpamento della superficie di vendita.....	130
8.7.4 Autorizzazioni per la concentrazione della superficie di vendita.....	131
8.7.5 Riduzioni o frazionamenti della superficie di vendita.....	131
8.7.6 Trasferimenti.....	132
8.8. Ruolo dell'Amministrazione Comunale.....	133

Allegati

Allegato 1 – La rete distributiva commerciale di livello sovra locale. Quadro riassuntivo delle dinamiche nel periodo 2003-2011

Allegato 2 – La rete distributiva commerciale del contesto di livello sovralocale al 30 giugno 2011

Allegato 3 –La rete distributiva commerciale e i servizi alla persona a Busto Arsizio al giugno 2014

1. PREMESSA

Il presente documento costituisce approfondimento tematico degli elaborati che costituiscono il Piano di Governo del Territorio di Busto Arsizio, ed affronta in modo integrato e correlato con la pianificazione urbanistica, il tema dei criteri per l'insediamento delle medie strutture di vendita.

In materia di commercio l'ente regionale ha fornito indicazioni ai comuni, che si integrano e completano la nuova normativa urbanistica regionale, a partire dalla Legge Regionale n° 12 dell'11 marzo 2005 "*Legge per il governo del territorio*" e delle successive modifiche ed integrazioni, ai fini di poter affrontare, all'interno delle attività di elaborazione del PGT, anche la materia commerciale. Pertanto, nel Piano di Governo del Territorio, le strategie, le azioni e le nuove previsioni urbanistiche relative al settore commerciale si rapportano con i contenuti del Documento di Piano, Piano dei servizi e Piano delle Regole.

Il presente documento, dopo aver affrontato dinamiche e tendenze di livello locale e sovralocale del sistema commerciale, affronta ed approfondisce in modo particolare criteri ed indicazioni per la valutazione delle istanze finalizzate ad insediare sul territorio comunale medie strutture di vendita, considerando che, così come previsto dal PGT, non è consentito l'incremento della presenza di grandi strutture di vendita e che la presenza dei negozi di vicinato costituisce destinazione compatibile nella maggior parte del territorio comunale, come indicato nelle norme del Piano delle Regole.

Inoltre, il documento affronta anche le questioni di cui al comma 1, dell'articolo 4bis della legge regionale n° 6 "Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere", che così recita:

".... I comuni, valutate le caratteristiche della distribuzione commerciale, ed in coerenza con gli indirizzi regionali, adottano, sentite le associazioni dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentate a livello provinciale e le organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti, un atto di programmazione, avente durata quadriennale, che disciplina le modalità di applicazione, con riguardo alle zone da sottoporre a tutela, dei criteri qualitativi individuati dalla programmazione regionale, in riferimento all'insediamento di nuove attività commerciali, ivi comprese quelle che somministrano alimenti e bevande,"

Obiettivo del documento è quindi quello di analizzare i legami commercio e territorio rispetto alla situazione esistente ed alle dinamiche in atto che interessano il sistema territoriale di riferimento – sud-est del territorio varesino e nord-ovest di quello milanese, o comunque il sistema urbano che si sviluppa lungo l'asse del Sempione – e, più direttamente, il territorio comunale di Busto Arsizio in tema di distribuzione organizzata, attività commerciali, pubblici esercizi e servizi alla persona. Ciò consentirà di individuare luoghi e modi per interventi finalizzati a migliorare e valorizzare i sistemi commerciali esistenti, il sistema commerciale di vicinato e di quartiere, le strutture della media distribuzione, con l'obiettivo di riqualificare i contesti urbani ove si attestano e si localizzano le attività economiche e, come obiettivo generale, migliorare la vivibilità della città.

Il documento è redatto con i contenuti previsti dalla normativa vigente, in coerenza con i contenuti del Piano di Governo del Territorio e, in particolare con le scelte strategiche del Documento di Piano, con le destinazioni funzionali assegnate ai diversi ambiti soggetti a pianificazione attuativa e con le norme di attuazione del Piano delle Regole, ed è costituito dalle seguenti tavole:

- Tav.01 Ambito di livello sovracomunale. Localizzazione e distribuzione delle medie e grandi strutture commerciali
- Tav.02 Commercio, pubblici esercizi e attività varie.

Agli elaborati cartografici si aggiunge il presente elaborato, integrato dall'Allegato 01 e dall'Allegato 02, relativi ai dati di livello sovralocale e dall'Allegato 03, relativo ai contenuti del data base delle attività commerciali, dei pubblici esercizi e dei servizi alla persona alla scala comunale.

La competenza di approvazione dei presenti criteri spetta alla Giunta Comunale, come previsto dalla normativa vigente.

2. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO

Il capitolo illustra sinteticamente i contenuti legislativi di livello regionale, leggi, deliberazioni, decreti e Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale e, soprattutto, i riferimenti introdotti dalla Legge Regionale n° 12/2005 e dalle successive deliberazioni di indicazione delle modalità applicative e del più recente testo unico in materia commerciale.

2.1. Norme e criteri di indirizzo di livello regionale

Costituiscono riferimenti normativi alla scala regionale specifici per il settore del commercio, i seguenti atti e provvedimenti principali attualmente vigenti¹:

- Legge Regionale n° 6 del 02 febbraio 2010, *Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere*, integrata e modificata dalla Legge Regionale n° 3 del 21 febbraio 2011, *“Interventi normativi per l’attuazione della programmazione regionale e di modifica e integrazione di disposizioni legislative – Collegato ordinamentale 2011”*, Legge Regionale n° 3 del 27 febbraio 2012, *“Disposizioni in materia di artigianato e commercio e attuazione della Direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 relativa ai servizi del mercato interno”*² e Legge Regionale n° 4 del 27 giugno 2013, *“Disposizioni in materia di programmazione commerciale. Modifica al titolo II, Capo I della legge regionale 2 febbraio 2010, n° 6 (‘‘Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere’’);*
- Legge Regionale n° 12 dell’11 marzo 2005, *Legge per il governo del territorio* e successive modifiche e integrazioni, cui si aggiungono i criteri attuativi;
- Deliberazione di Giunta Regionale n° 8/1681 del 29 dicembre 2005, relativa a *Modalità per la pianificazione comunale (L.R. n° 12/2005)*;
- Deliberazione di Consiglio Regionale n° VIII/215 del 20 ottobre 2006, relativa a *Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008*;
- Deliberazione di Consiglio Regionale n° VIII/352 del 13 marzo 2007, relativa a *Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale ai sensi dell’articolo 3, comma 1, della legge regionale 23 luglio 1999, n° 14*;
- Deliberazione di Giunta Regionale n° 8/5913 del 21 novembre 2007, relativa a *Criteri urbanistici per l’attività di pianificazione e di gestione degli Enti Locali in materia commerciale (art. 3, comma 3, l.r. 14/99)*³;
- Deliberazione di Giunta regionale n° 8/6024 del 5 dicembre 2007, *Medie strutture di vendita – Disposizioni attuative del Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008* e successive modifiche e integrazioni;
- Decreto Direttore Generale della Direzione Generale Commercio, Fiere e Mercati, del 7 febbraio 2008, n° 970, *Indicazioni relative ai criteri e ai parametri di valutazione*

¹ A questi documenti si aggiungono i documenti principali della programmazione regionale, quali il Piano Regionale di Sviluppo, il Piano Territoriale Regionale e il Piano Territoriale Paesistico Regionale.

² Modifiche alle leggi regionali 30 aprile 2009, n° 8 (Disciplina della vendita da parte delle imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione per il consumo immediato nei locali dell’azienda e 02 febbraio 2010, n° 06 (Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere).

³ Gli ultimi due provvedimenti sono ricompresi nella pubblicazione *“Indirizzi e criteri urbanistici per la pianificazione degli enti locali in materia commerciale”*, BURL n° 37, Edizione speciale 11 settembre 2008.

della compatibilità e della sostenibilità ai sensi della Deliberazione Giunta Regionale n° VIII/5054;

- *Deliberazione di Consiglio Regionale n° 10/187 del 12 novembre 2013, relativa a Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale;*
- *Deliberazione di Giunta Regionale n° 10/1193 del 20 dicembre 2013, relativa a Disposizioni attuative finalizzate alla valutazione delle istanze per l'autorizzazione all'apertura o alla modificazione delle grandi strutture di vendita conseguenti alla d.c.r. 12 novembre 2013 n° X/187 "Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale".*

A seguire si evidenziano le parti più significative del testo unico regionale rispetto al tema della programmazione in materia di commercio e, in particolare, rispetto al ruolo delle amministrazioni comunali.

Per quanto riguarda gli obiettivi e le finalità dell'azione regionale, l'art. 2 del testo unico definisce i seguenti:

“.....

- a) favorire la realizzazione di una rete distributiva che assicuri la qualità dei servizi da rendere ai consumatori e la qualità della vita della popolazione, nonché la migliore produttività del sistema;*
- b) integrare la pianificazione territoriale e urbanistica e la programmazione commerciale per un equilibrato ed armonico assetto del territorio e delle diverse tipologie di vendita con particolare attenzione alla tutela e alla valorizzazione delle piccole e medie imprese commerciali;*
- c) salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale, favorendo un'integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;*
- d) valorizzare la funzione commerciale al fine di una riqualificazione del tessuto urbano e dei centri storici;*
- e) assicurare il rispetto della libera concorrenza favorendo lo sviluppo della presenza delle varie formule organizzative della distribuzione e, all'interno di queste, tra le varie imprese, al fine di garantire un corretto equilibrio tra imprese di diverse dimensioni;*
- f) agevolare gli insediamenti che prevedono la ricollocazione di piccole e di medie imprese già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali ed il contesto sociale nelle relative aree;*
- g) assicurare un sistema di monitoraggio riferito all'entità ed alla efficienza delle rete distributiva insediata sul territorio;*
- h) salvaguardare e favorire la rete distributiva delle zone montane e rurali attraverso la creazione di servizi commerciali, anche polifunzionali, al fine di favorire il mantenimento e la ricostituzione del tessuto commerciale;*
- i) assicurare la trasparenza del mercato, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;*
- j) garantire la tutela del consumatore con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di aggiornamento, al servizio di prossimità, all'assortimento ed alla sicurezza dei prodotti;*
- k) favorire l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi.*

.....”

L'articolo 4 bis - comma 1, fornisce le seguenti indicazioni specifiche rispetto alla programmazione di livello comunale:

“Al fine di migliorare la funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali, nonché consentire uno sviluppo sostenibile, i comuni, valutate le caratteristiche della distribuzione commerciale ed in coerenza con gli indirizzi regionali, adottano, sentite le associazioni dei consumatori e le organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale e le organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti, un atto di programmazione, avente durata quadriennale, che disciplina le modalità di applicazione, con riguardo alle zone da sottoporre a tutela, dei criteri qualitativi individuati dalla programmazione regionale in riferimento all'insediamento di nuove attività commerciali, ivi comprese quelle che somministrano alimenti e bevande, nonché quelle che vendono direttamente in locali adiacenti a quelli di produzione, gli alimenti di propria produzione per il consumo immediato, tenendo conto delle diverse caratteristiche del proprio territorio e della differente incidenza degli esercizi secondo il settore e la tipologia di appartenenza. Tali criteri comunali si basano sui motivi imperativi di interesse generale, connessi a ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità che rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo, in particolare, per il consumo di alcolici e per il contrasto al degrado urbano, e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità e tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e con le aree residenziali interessate e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico”.

Il comma 2 definisce ciò che deve essere individuato dai comuni nel Piano di Governo del Territorio, che può essere differenziato in relazione a singole parti del territorio o zone ed alla tipologia degli esercizi commerciali⁴:

“

- a) *le aree da ritenersi sature rispetto alla possibilità di localizzarvi nuovi insediamenti in considerazione delle condizioni di sostenibilità ambientale, infrastrutturale, logistica e di mobilità relative a specifici ambiti territoriali;*
- b) *le aree di localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita, ivi compresi i centri commerciali;*
- c) *le prescrizioni cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché di arredo urbano, nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;*
- d) *le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;*
- e) *le prescrizioni e gli indirizzi di natura urbanistica ed in particolare quelle inerenti alla disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita”.*

⁴ In particolare la strumentazione urbanistica può disporre limitazioni all'insediamento di attività commerciali in base a specifiche classificazioni, anche dimensionali, che i comuni individuano in relazione alle medie e grandi strutture di vendita.

Sempre in tema di programmazione urbanistica riferita al settore commerciale, i comuni definiscono i contenuti attinenti agli insediamenti commerciali nei propri piani urbanistici e negli strumenti di programmazione commerciale e, secondo quanto previsto dal comma 3 dell'articolo 150, con l'obiettivo di integrare la pianificazione territoriale ed urbanistica con la programmazione commerciale, favoriscono:

“.....

- a) *una integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto urbano;*
- b) *un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;*
- c) *una integrazione delle attività commerciali con le altre attività lavorative al fine di garantire la presenza continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste con la presenza di funzioni produttive, funzioni di servizio, funzioni commerciali, funzioni ricettive e di spettacolo; tali zone sono prioritariamente individuate nelle aree dismesse e degradate, se presenti;*
- d) *un equilibrato rapporto tra la rete viaria e gli insediamenti commerciali in modo da evitare fenomeni negativi sulla rete viaria esistente;*
- e) *la creazione di uno o più centri commerciali nei centri storici agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti nel comune”.*

Sulla base della valutazione delle problematiche della distribuzione commerciale nei centri storici e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, secondo le indicazioni del comma 4, del citato articolo 150, con apposito atto promuovono:

“.....

- a) *la crescita, il ricambio e la diversificazione delle attività, in raccordo con gli strumenti urbanistici comunali;*
- b) *la permanenza degli esercizi storici e tradizionali, ivi compresi quelli artigianali, con particolare attenzione alle merceologie scarsamente presenti, anche mediante incentivi ed apposite misure di tutela;*
- c) *l'individuazione di porzioni di territorio ubicate in aree limitrofe funzionalmente collegate con il centro storico;*
- d) *la valorizzazione e la salvaguardia delle aree o degli edifici aventi valore storico, archeologico, artistico e ambientale attraverso anche l'individuazione in base all'articolo 145 di particolari condizioni per l'esercizio del commercio”.*

Nello specifico, l'articolo 145 consente ai comuni di “ individuare, limitatamente al centro storico e contestualmente alla promozione di progetti ed iniziative finalizzate alla sua valorizzazione, zone aventi valore storico e artistico di pregio dove l'esercizio del commercio è sottoposto a particolari condizioni ai fini della salvaguardia dell'ambiente originario quale testimonianza della cultura locale. I comuni tutelano l'identità dei luoghi urbani di pregio anche tramite la valorizzazione delle attività commerciali storicamente presenti nell'area. A tal fine i comuni possono individuare,, le attività commerciali espressione delle tipicità locali per valorizzarne le caratteristiche merceologiche nel contesto storico e artistico in cui si sono sviluppate, mediante adeguate forme di sostegni e promozione”.

Per raggiungere le finalità di cui al comma 4, i comuni possono:

“.....

- a) *differenziare le attività commerciali con riferimento a specifiche classificazioni di carattere dimensionale, merceologico e qualitativo per contribuire ad un ampliamento di opportunità di insediamento nel centro storico;*
- b) *disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora questo costituisca un contrasto con la tutela dei valori artistici, storici o ambientali;*
- c) *limitare nei centri storici e zone limitrofe l'insediamento di attività che non siano tradizionali o qualitativamente rapportabili ai caratteri storici, architettonici e urbanistici dei centri medesimi;*
- d) *adottare, nell'ambito della programmazione comunale, un piano di tutela delle attività tradizionali per il centro storico, eventualmente suddiviso a sua volta in tessuti territoriali e zone omogenee, che consente, in caso di cessazione delle attività tutelate nelle zone localizzate, la sola attivazione, per un arco temporale di cinque anni, di una o più delle medesime attività appartenenti allo stesso settore alimentare o non alimentare”.*

Le disposizioni indicate in precedenza, possono essere applicate anche in zone differenti dal centro storico, al fine di garantire la riqualificazione e valorizzazione del tessuto urbano attraverso uno sviluppo armonico, equilibrato e sostenibile delle attività economiche, nonché la permanenza di una offerta variegata di beni e servizi.

Un aspetto innovativo introdotto dalla legge regionale riguarda i distretti commerciali , così definiti dall'articolo 5: *“... intesi come entità innovative che definiscono ambiti e iniziative nelle quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali”.* Sono proposti dai comuni, singoli o associati, anche su iniziativa delle associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative.

Infine, ultimo riferimento alla programmazione in materia, riguarda la disposizione transitoria, introdotta dall'articolo 14 bis che *“.... Al fine di aggiornare la programmazione regionale per lo sviluppo del settore commerciale, fino all'approvazione dei provvedimenti amministrativi di disciplina del settore commerciale relativi a criteri e modalità di valutazione delle grandi strutture di vendita e comunque non oltre il 31 dicembre 2013, sono sospesi i procedimenti amministrativi per il rilascio delle autorizzazioni relative all'apertura o alla modificazione di grandi strutture di vendita e i connessi procedimenti per il rilascio di autorizzazioni relative ad interventi previsti in accordi di programma promossi dalla Regione o con adesione regionale,”.*

2.2. Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale (PTSSC) 2006-2008

Il Programma Triennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale⁵, costituisce atto di indirizzo generale per lo sviluppo del settore commerciale in Lombardia. A Comuni e Province vengono affidati, al fine del rilascio dell'autorizzazione commerciale, compiti di concorso alla valutazione degli elementi di compatibilità dei nuovi punti di vendita ciascuno con riferimento agli elementi di esame attinenti alle competenze esercitate.

Il Programma triennale individua:

⁵ Previsto dalla l.r. n° 14 del 23 luglio 1999.

- lo scenario di sviluppo del sistema commerciale lombardo, anche ad orientamento dell'attività di programmazione degli enti locali;
- gli indirizzi per lo sviluppo delle diverse tipologie di vendita, indicando in particolare gli obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, anche con riferimento a differenti ambiti territoriali ed urbani;
- i criteri generali per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita, in relazione alle diverse tipologie commerciali;
- le priorità per l'utilizzo delle risorse finanziarie a disposizione del bilancio regionale.

2.2.1. Gli obiettivi generali del Programma

Sono individuati quali obiettivi generali del PTSSC per il triennio 2006-2008, quelle che trovano riferimento nei contenuti programmatici regionali di legislatura (PRS), nelle linee di sviluppo del settore e negli indirizzi per l'articolazione di piani e programmi della programmazione comunitaria di lungo periodo, relativi a:

- responsabilità e utilità sociale del commercio, rispetto e tutela dei diritti delle lavoratrici e dei lavoratori e della qualità dell'ambiente di lavoro;
- competitività dell'impresa commerciale e del sistema economico locale, e qualità del servizio commerciale;
- sussidiarietà verso il mercato e verso gli enti locali;
- compatibilità e sostenibilità del commercio rispetto al territorio e alle sue risorse.

Il Programma triennale 2006-2008 ribadisce l'ampio rilievo alle relazioni tra commercio e territorio, già introdotto dal Programma del triennio precedente⁶, riconfermando l'importanza delle azioni focalizzate su:

- riconoscimento della differenziazione degli ambiti territoriali regionali e caratterizzazione dell'offerta commerciale;
- obiettivo della completezza dell'offerta commerciale nei diversi comparti territoriali;
- necessità di una visione di scala sovracomunale nella pianificazione in quanto consapevoli che i confini territoriali dei mercati concorrenziali non coincidono con i confini amministrativi di Comuni e Province, ma sono determinati dalla concentrazione spaziale della domanda e dalla sua mobilità;
- importanza dell'integrazione tra politiche di sviluppo commerciale e politiche territoriali e ambientali, della ricerca di forme di intesa tra gli attori pubblici e privati e tra i diversi livelli di governo nella costruzione delle politiche commerciali.

Il PTSSC promuove l'equilibrato sviluppo del territorio lombardo di tutte le tipologie di vendita e incentiva l'interazione, l'integrazione e la cooperazione tra i diversi formati valorizzando la responsabilità sociale di impresa come leva dello sviluppo. A tal fine la programmazione dello sviluppo della rete è focalizzata su interventi di:

- qualificazione dell'offerta commerciale per comparti degradati o in ritardo di sviluppo;
- riconversione di strutture commerciali esistenti con interventi di integrazione funzionale e di cooperazione con la rete del commercio locale;
- ristrutturazione e ammodernamento di aree commerciali con presenza di più insediamenti della grande e media distribuzione, che nel loro complesso determinano

⁶ Regione Lombardia, "Programma triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2003-2005", luglio 2003.

addensamenti commerciali non strutturati unitariamente e non integrati al contesto (parchi commerciali di fatto);

- qualificazione dell'offerta commerciale di tutti i formati di vendita con particolare attenzione alla loro integrazione nel contesto commerciale, territoriale e ambientale;
- localizzazione della media distribuzione in aree a forte densità abitativa all'interno dei progetti di riqualificazione integrata degli spazi urbani e con funzione di locomotori dello sviluppo commerciale locale di vicinato;
- sostegno e riqualificazione della presenza delle attività commerciali e complementari in grado di svolgere un servizio di prossimità, incrementandone il radicamento e la permanenza sul territorio.

La **Tabella 01** riporta la sintesi degli obiettivi generali del PTSSC 2006-2008 e la loro articolazione.

Obiettivi generali	Obiettivi strategici
Responsabilità e utilità sociale del commercio	Assicurare al consumatore la prossimità e l'accessibilità del servizio commerciale, sia sostenendo il commercio di prossimità in sede fissa (piccoli negozi), sia incentivando comportamenti virtuosi della GDO, promuovendo la funzione del commercio ambulante, gli esercizi polifunzionali in aree disagiate come la montagna e i piccoli Comuni di pianura, un'adeguata politica degli orari.
	Favorire la presenza capillare ed equilibrata del servizio commerciale sul territorio, anche tramite la compresenza di diverse forme distributive ed evitando i rischi di desertificazione commerciale nei piccoli centri, nelle aree montane e in quelle urbane periferiche
	Promuovere interventi di riqualificazione urbana per il mantenimento del tessuto commerciale, anche con misure per l'illuminazione, l'arredo urbano, la telesorveglianza, ecc.
	Favorire positive ricadute occupazionali degli investimenti in attività commerciali, sul piano qualitativo e quantitativo
Competitività del sistema economico locale qualità del servizio commerciale	Modernizzare la rete distributiva, promuovere l'innovazione di processo, le forme di aggregazione ed alleanza in rete; i programmi di investimento delle risorse umane e sulla qualità del servizio
	Sostenere la razionalizzazione e l'efficientizzazione della rete distributiva anche tramite accorpamenti, rimodulazioni e ampliamenti dei centri commerciali e della rete in generale
	Semplificare le procedure e il rapporto con la PA ai consumatori e alle imprese e favorire la massima certezza delle regole per l'operatore che intenda investire in attività commerciali
	Contrastare il commercio abusivo e la vendita di prodotti contraffatti
	Promuovere, sostenere e tutelare i prodotti e i servizi lombardi, anche favorendone la vendita tramite i canali della GDO in Italia e all'estero (tramite specifici accordi e convenzioni)
	Promuovere i programmi di consolidamento e di promozione dei bacini commerciali naturali
	Riconoscere l'innovazione e la differenziazione delle reti, dei formati e delle formule distributive e modulare conseguentemente gli indirizzi
Sussidiarietà verso il mercato e gli Enti locali	Realizzare le condizioni di massimo vantaggio per i consumatori, anche e non solo sul piano del prezzo, ma anche della qualità dell'offerta
	Sostenere la competitività e la libertà d'impresa (e d'intrapresa imprenditoriale)
	Rispettare la concorrenzialità del mercato distributivo, compresa la possibilità di accesso al mercato da parte di nuovi operatori

	Promuovere la trasparenza e la fluidità dei meccanismi di mercato (ad es. promuovendo una maggiore trasparenza sui prezzi, la riduzione delle truffe e delle controversie nell'uso dei canali di vendita alternativi: televendite, a domicilio, e-commerce, ecc.)
	Adottare modelli di programmazione e di sviluppo non autoritativi o solo prescrittivi, ma basati anche su procedure e logiche cooperative di valorizzazione del partenariato pubblico-privato
	Favorire la responsabilità degli enti locali in una logica né burocratica né localistica, ma orientata all'interesse generale
	Potenziare le capacità conoscitive e di monitoraggio del governo regionale e della rete di attori (enti locali, CCIAA, privati) che interagiscono nelle scelte di programmazione commerciale
Compatibilità e sostenibilità	Correlare la programmazione commerciale con quella territoriale e ambientale abbattendo al massimo l'impatto negativo delle grandi strutture di vendita sul territorio (mobilità indotta, inquinamento acustico e atmosferico, impatto paesaggistico, ecc.)
	Ridurre il consumo di suolo e promuovere invece il recupero delle aree dismesse o degradate
	Favorire l'integrazione dell'insediamento commerciale con gli esercizi di vicinato e con le aziende produttrici o di servizi della zona

Tab. 01 – Quadro riassuntivo degli obiettivi generali del PTSSC e delle loro articolazioni
(fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Gli obiettivi generali per lo sviluppo della rete del settore commerciale regionale sono focalizzati, principalmente, sull'ammodernamento e qualificazione del sistema commerciale regionale e dei suoi sottosistemi locali, sull'integrazione tra le politiche di sviluppo del commercio e le politiche territoriali e sull'equilibrata dotazione di servizi commerciali nel territorio e negli abitati.

In particolare le principali azioni di ammodernamento e qualificazione del comparto nel suo insieme sono focalizzate su misure di varia natura, sia di infrastrutturazione del territorio (sistema logistico e accessibilità alle aree commerciali) sia di incentivazione economica e fiscale, sia di promozione della formazione e dell'assistenza tecnologica e manageriale (capacità contabili, finanziarie, di tecnica delle vendite, di uso della multimedialità, di gestione delle risorse umane). A livello locale, viene promossa la funzionalità delle reti commerciali in una visione di scala sovracomunale, considerando con attenzione le distinte specificità esistenti nei diversi ambiti territoriali regionali (zone metropolitane, aree montane, territorio rurale, come indicato nella **Figura 01**).

2.2.2. Sviluppo sostenibile e PTSSC

In relazione alle ricadute ambientali delle scelte di pianificazione e di progettazione dei grandi insediamenti commerciali ed in generale all'impatto che tutto il sistema di rete ha sull'ambiente (in particolare gli impatti sul sistema del traffico e sull'inquinamento atmosferico per la rilevante movimentazione di persone e merci), il Programma triennale ha definito indirizzi generali per lo sviluppo sostenibile del settore (valutazione delle

situazioni ambientali delle aree oggetto degli interventi, con particolare riferimento agli ambiti di criticità ambientale sotto il profilo dell'inquinamento atmosferico⁷).

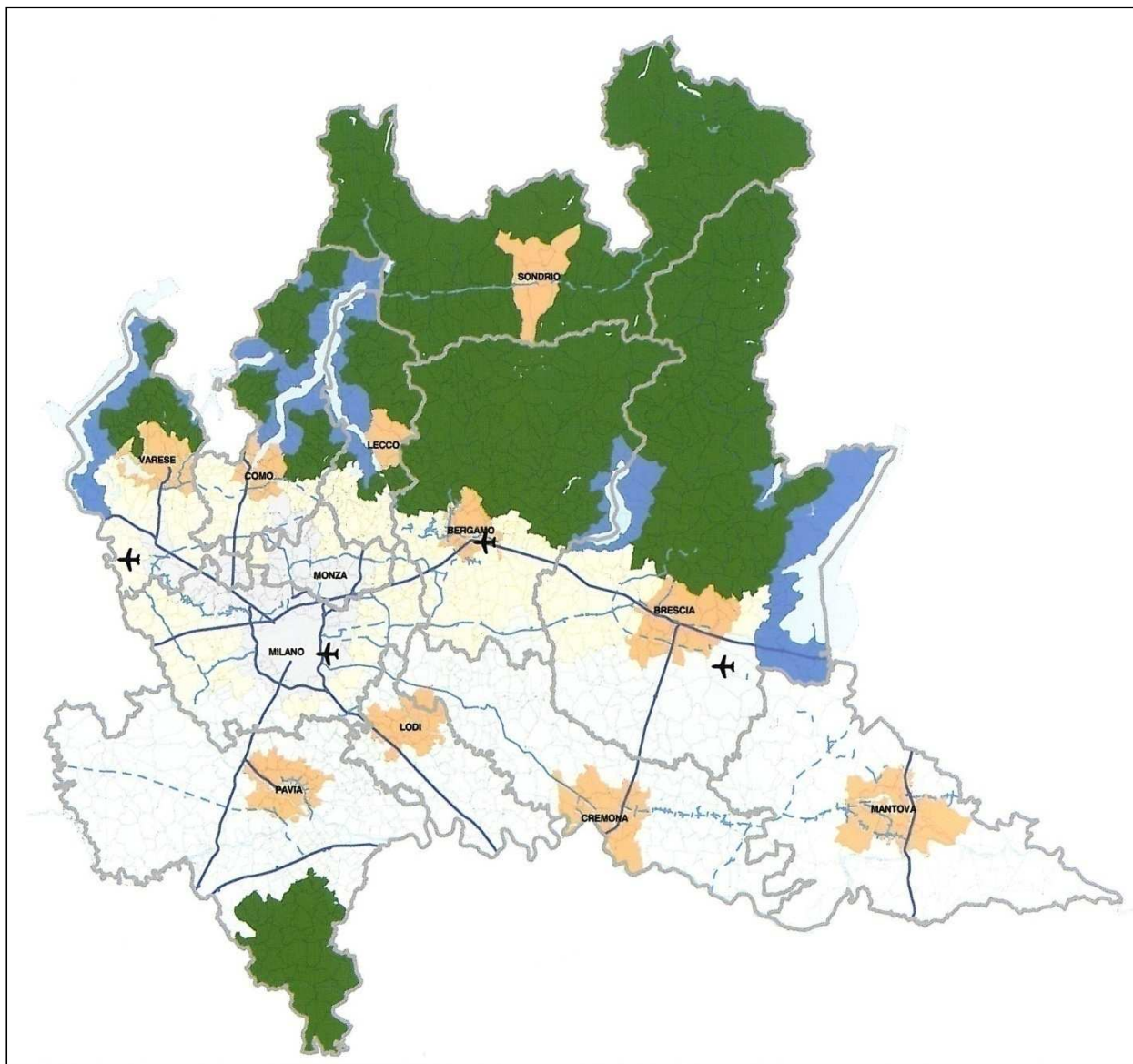


Fig. 01 – Ambiti territoriali di programmazione del commercio della Regione Lombardia
(fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Gli obiettivi di sviluppo del settore commerciale sono incrociati con i 10 criteri chiave per la sostenibilità ambientale desunti dalle modalità di valutazione ambientale strategica per piani e programmi definiti dall'Unione Europea con la Direttiva n° 42/2001, e con i relativi obiettivi di sostenibilità ambientale:

1. ridurre al minimo l'impiego di risorse energetiche non rinnovabili;
2. impiegare le risorse rinnovabili nei limiti della capacità di rigenerazione;
3. usare e gestire correttamente, dal punto di vista ambientale, le sostanze e i rifiuti pericolosi/inquinanti;

⁷ L'Allegato A2. Rapporto Ambientale (Direttiva 42/2001CE) al Programma Triennale 2006-2008, approfondisce ed illustra gli obiettivi principali e i contenuti degli studi relativi alle diverse componenti ambientali.

4. conservare e migliorare lo stato della fauna e della flora selvatica, degli habitat e dei paesaggi;
5. conservare e migliorare la qualità dei suoli e delle risorse idriche;
6. conservare e migliorare la qualità delle risorse storiche e culturali;
7. conservare e migliorare la qualità dell'ambiente locale;
8. adottare misure volte a proteggere l'atmosfera (aria);
9. sensibilizzare maggiormente alle problematiche ambientali;
10. promuovere la partecipazione del pubblico alle decisioni che comportano uno sviluppo sostenibile.

Rispetto all'obiettivo generale di compatibilità e sostenibilità rispetto al territorio e alle sue risorse, sono individuati 4 obiettivi a finalità ambientale e per ciascuno di essi sono individuate misure di mitigazione e di compensazione da applicare nel triennio, sia per le nuove previsioni localizzative, che per le strutture esistenti: la **Tabella 02** riassume, rispetto ad obiettivi e finalità di carattere ambientale, le misure di mitigazione e compensazione che dovranno essere previste.

Obiettivi e finalità ambientale	Misure di mitigazione/compensazione previste
4.1. Contenere gli impatti negativi delle grandi strutture di vendita sull'ambiente in termini di: qualità dell'ambiente, consumo di risorse idriche ed energetiche, produzione di rifiuti e adozione di sistemi di gestione ambientale (GSA)	<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di un programma di monitoraggio ambientale che consenta di misurare, per mezzo di adeguati indicatori, lo stato dell'ambiente; - controllo delle emissioni in atmosfera e degli scarichi idrici (valutando la capacità di smaltimento delle reti fognarie); - verifica che i valori di concentrazione per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee non superino quelli limite accettabili, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale; - raccordo diretto con la rete del trasporto pubblico; - collegamento con percorsi ciclabili e pedonabili; - utilizzo di parchi veicolari e automezzi EURO 4-5; - utilizzo di modalità operative tipiche del mobility manager; - compensazione delle emissioni con interventi di piantumazione; - utilizzo delle migliori tecnologie disponibili (BAT); - incentivo al riutilizzo di acqua grazie a sistemi di raccolta e di accumulo; - incentivazione al risparmio energetico, tramite l'introduzione di forme alternative d'energia rinnovabile, quali i pannelli solari per il riscaldamento sulle vaste superfici dei centri commerciali; - riduzione al minimo della produzione di imballaggi e incentivazione al riciclo; - incentivo al riciclo e recupero dei rifiuti; - applicazione della normativa sui rifiuti elettrici ed elettronici (RAEE); - utilizzo e diffusione dei prodotti "usa e riusa"; - predisposizione di cassonetti per la raccolta di indumenti, pile, ecc.; - applicazione di SGA, secondo le norme ISO14001 o EMAS e di sistemi di GP (Green Procurement).
4.2. Contenere il consumo di suolo e promuovere il recupero di aree dismesse degradate	<ul style="list-style-type: none"> - rilocalizzazione delle GSV in aree dismesse, abbandonate e degradate; - utilizzo di tecniche costruttive che conservano la permeabilità del suolo; - destinazione di una parte della superficie ad aree verdi attrezzate.

4.3. Priorità alla qualità architettonica e paesaggistica degli interventi e priorità per le connesse opere di recupero di beni artistici e culturali dell'area interessata	<ul style="list-style-type: none"> - rispetto degli elementi architettonici caratteristici, sotto il profilo tipologico, materico e cromatico; - volumetrie e altezze coerenti con la tipologia degli edifici circostanti e/o con le forme del paesaggio naturale; - introduzione di barriere arboree composte da specie vegetazionali tipiche dei luoghi; - interrimento dei parcheggi; - riconnessione di corridoi interferiti dalle grandi strutture commerciali; - utilizzo di tecniche di ingegneria naturalistica per minimizzare interruzioni, erosioni, profonde alterazioni; - contenimento dell'impatto visivo e luminoso delle insegne.
4.4. Favorire l'integrazione dell'insediamento commerciale con gli esercizi di vicinato e con le aziende produttrici o di servizi della zona	<ul style="list-style-type: none"> - introduzione nella filiera degli acquisti di prodotti tipici locali; - vendita di prodotti sostenibili (certificati Ecolabel o FSC)

Tab. 02 – Misure di mitigazione e compensazione collegabili agli obiettivi a valenza ambientale del PTSSC (fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

2.2.3. Gli indirizzi del Programma triennale: gli “ambiti territoriali” e Busto Arsizio

Rispetto ad una visione territoriale, Busto Arsizio è inserito in un contesto complesso ed articolato, che vede la presenza di almeno due ambiti territoriali, con le seguenti correlazioni fisico-spaziali con il quadro di riferimento territoriale definito dagli ambienti insediativi della Lombardia:

- l'*ambito commerciale metropolitano* e l'*ambito della pianura lombarda*, che riprendono parte dell'urbanizzazione pedemontana e di alta pianura degli ambienti insediativi lombardi;
- l'*ambito di addensamento commerciale metropolitano* corrispondente sia all'ambiente urbano metropolitano centrale, sia alla conurbazione multicentrica dell'Oloni e del Sempione.

La **Tabella 03** riporta gli indirizzi di sviluppo per ciascun ambito territoriale che coinvolge Busto Arsizio ed il territorio circostante.

Ambito territoriale	Indirizzi di sviluppo
AMBITO COMMERCIALE METROPOLITANO	<ul style="list-style-type: none"> - contenimento del tasso di crescita della grande distribuzione rispetto al periodo più recente; - consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive; - integrazione delle attività commerciali con i diversi sistemi produttivi locali; - attenzione al rapporto con il movimento delle persone e delle merci e alle scelte di localizzazione degli spazi logistici; - stretto raccordo con le politiche insediative, con priorità al recupero delle aree dismesse e all'utilizzo di aree inserite nel contesto urbano e di ammodernamento infrastrutturale.

AMBITO DI ADDENSAMENTO COMMERCIALE METROPOLITANO	<ul style="list-style-type: none"> - incentivo alla riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento dei poli commerciali della grande distribuzione già esistenti, ove necessario in forme unitarie; - attenzione alla presenza di esercizi di vicinato e di media distribuzione, di maggiore accessibilità diretta da parte dell'utenza; - forte disincentivo al consumo di aree libere e indirizzo prioritario per la riqualificazione di aree urbane produttive dismesse o abbandonate, con particolare riferimento alla grande distribuzione; - prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto; - particolare considerazione della funzionalità degli assi stradali di supporto localizzativo, assunti nella loro unitarietà.
---	--

Tab. 03 – Busto Arsizio e ambiti territoriali di riferimento. Indirizzi di sviluppo

(fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Busto Arsizio appartiene all' "Ambito di addensamento commerciale metropolitano", che include l'area urbana milanese e la porzione di territorio lungo le radiali che convergono verso il capoluogo, ed in prossimità dello stesso; area che per presenza di strutture della grande distribuzione realizza, su base comunale, una continuità di zone ad elevata densità commerciale. Questo ambito, interessato da elevato sviluppo commerciale, anche recente, è particolarmente critico sia per l'elevata urbanizzazione, sia per gli elevati livelli di inquinamento causati dalla forte congestione della rete viabilistica⁸.

Il Programma Triennale per risolvere queste problematiche ha individuato i seguenti indirizzi per interventi di riqualificazione e di sviluppo sostenibile della rete commerciale:

- riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;
- forte disincentivo all'eccessivo ampliamento e alla apertura di grandi strutture di vendita mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;
- disincentivo al consumo di aree libere e attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi;
- incremento della presenza di esercizi di vicinato e di media distribuzione, di maggiore accessibilità diretta da parte dell'utenza;
- prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico;
- valorizzazione dell'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico e architettonico e integrazione della funzione commerciale con le altre funzioni urbane (attività paracommerciali, artigianali, pubbliche) e promozione del loro servizio commerciale unitario.

Il PTSSC si propone di migliorare l'equilibrio tra commercio, territorio, ambiente e sviluppo socio-economico in tutta la regione; attenzione è dedicata alle problematiche ambientali e territoriali in un'ottica che tiene conto degli effetti del commercio sia sugli ecosistemi che sulla qualità della vita delle persone. Infatti i temi considerati riguardano il consumo di suolo libero, l'interruzione di corridoi ecologici, la congestione e il relativo inquinamento atmosferico e acustico indotto dal traffico, il rapporto con il paesaggio, il consumo e il risparmio energetico e idrico, la produzione dei rifiuti, introducendo

⁸ Comprende le "zone critiche" individuate dalla DGR n° VII/6501 del 19 ottobre 2001 (area critica milanese, del Sempione, di Varese e di Como) e dalla DGR n° VII/13856 del 29 luglio 2003.

soluzioni e tecnologie innovative per mitigare e compensare il più possibile gli impatti generati dalla grande distribuzione.

2.3. Il ruolo della Provincia nelle politiche per il commercio

Con la riforma del Titolo V della parte Seconda della Costituzione, tramite la Legge Costituzionale 18 ottobre 2001, n° 3, alle Regioni vengono attribuite competenze legislative esclusive in materia di commercio. In questo quadro, le Province, attraverso i Piani territoriali di coordinamento, tenuto conto del programma triennale regionale 2006-2008, definiscono *disposizioni in materia di grandi strutture di vendita* (L.R. n° 14/99, art. 4, comma 2). In generale, i PTCP costituiscono il *quadro di riferimento territoriale delle scelte di programmazione del sistema distributivo* al fine di assicurare il rispetto delle esigenze di tutela degli aspetti paesistico ambientali e la coerenza con il sistema della mobilità regionale e provinciale.

Nel PTSSC 2006-2008 vengono anche definiti gli indirizzi per i Piani provinciali di settore del commercio che, con riferimento ai contenuti del PTCP, forniscono elementi conoscitivi per:

- l'articolazione territoriale in ambiti commerciali del Programma Triennale e i relativi indirizzi di sviluppo, con particolare riferimento al sistema della viabilità, della mobilità e delle politiche di tutela dell'ambiente;
- le indicazioni circa le priorità di riqualificazione delle aree extraurbane commerciali di insediamento della grande distribuzione in coerenza con gli indirizzi di sviluppo relativi agli ambiti territoriali di riferimento;
- le indicazioni in materia di intermodalità e logistica con riferimento al settore commerciale;
- il supporto conoscitivo e documentale per l'assunzione di riferimenti territoriali per l'espressione del parere della Provincia in sede di Conferenza dei servizi per il rilascio di autorizzazioni per la grande distribuzione (art. 9 del D.Lgs. n° 114/98).

Nei "Criteri per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita" del Programma Triennale 2006-2008, a Comune e Provincia vengono inoltre affidati, al fine del rilascio dell'autorizzazione commerciale, compiti di concorso alla valutazione degli elementi di compatibilità dei nuovi punti di vendita e alla definizione delle condizioni di sostenibilità sociale, territoriale e ambientale dell'insediamento commerciale.

Nel quadro della programmazione regionale, il ruolo della provincia si configura progressivamente come ruolo strategico e non direttamente regolativo, da concretizzarsi attraverso politiche attive e azioni di indirizzo nei confronti dei comuni, di sostegno a programmi anche specifici finalizzati a promuovere uno sviluppo equilibrato delle varie forme di offerta commerciale.

Il recente testo unico in materia di commercio, al comma 2 dell'articolo 150, così recita:

"I piani territoriali di coordinamento delle province dettano disposizioni in materia di grandi strutture di vendita tenuto conto degli obiettivi indicati dal programma pluriennale regionale. In assenza dei piani territoriali di coordinamento, le varianti di adeguamento dei piani urbanistici comunali concernenti le grandi strutture di vendita sono trasmesse, dopo l'adozione e contestualmente al deposito, alle province che formulano osservazioni nei termini previsti dalla vigente normativa".

La provincia di Varese è dotata del Piano di Settore del Commercio⁹, coerente con i programmi a livello regionale. Si ritiene utile riportare alcune considerazioni conclusive del piano, in particolare le *“Linee guida per lo sviluppo sostenibile”*:

“...si propongono d’identificare le politiche attive riguardanti sviluppo e riqualificazione con particolare attenzione alla salvaguardia dei valori ambientali e alla diffusione degli effetti positivi prodotti dallo sviluppo commerciale, nonché alla mitigazione di quelli negativi, in particolare guardando al maggiore risparmio possibile del consumo di territorio non edificato, alla riqualificazione dei siti già urbanizzati ed al sostegno alle forme di distribuzione diffuse e tradizionali.

L’assunzione delle Linee guida così formulate all’interno del PTCP nella sua stesura definitiva, in armonia con quanto previsto dal Programma triennale di sviluppo, attribuirà una piena efficacia al documento di programmazione di settore, consentendo lo svolgimento di un reale ruolo di orientamento all’attività dei Comuni anche nelle sue implicazioni di pianificazione del territorio a livello locale”.

Schematicamente, le linee guida fanno riferimento alle seguenti avvertenze:

“....

- *Gli obiettivi di presenza e di sviluppo della Grande Distribuzione Alimentare e Non Alimentare, negli ambiti di pianura (“urbano dei capoluoghi”, “metropolitano” e “addensamento commerciale”), devono trovare collocazione preferibilmente su aree già oggetto di utilizzazione edificatoria o industriale (non su aree libere da edificazione).*
- *L’apertura di nuovi punti di vendita di GSV negli ambiti di pianura deve essere correlata ad interventi di sostegno e valorizzazione della rete commerciale tradizionale (esercizi di vicinato) all’interno di almeno uno dei due ambiti “lacustre” o “montano”.*
- *L’apertura di nuovi punti di vendita di GSV deve prevedere, anche attraverso nuovi format, modalità di sostegno nei confronti della rete di vendita tradizionale garantendone la permanenza nel tessuto urbano consolidato per mantenere qualificati livelli di servizio commerciale. In particolare si deve prevedere la possibilità di azioni di marketing commerciale per il rilancio dei Centri commerciali naturali (centri storici) nelle città medio grandi della provincia anche con l’intervento diretto dell’Ente Pubblico e con la possibilità di negozi pilota ed ancora di nicchia e specializzati di insegne commerciali collegate all’operatore che opera la nuova apertura.*
- *L’apertura o l’ampliamento di punti di vendita di GSV, ovunque esso avvenga, deve essere correlata ad una riqualificazione del sito ove sono collocati, sotto il profilo dell’accessibilità, ambientale ed architettonico.*
- *Salvo specifiche e documentate particolari esigenze negli ambii “lacustre” e “montano” non devono prevedersi nuove aperture di GSV.*
- *Negli interventi di valorizzazione, rivitalizzazione e riqualificazione dei sistemi urbani si deve promuovere la connessione con filiere locali a forte valenza tipica e caratterizzanti le aree dei distretti culturali, produttivi, artigianali, agricoli e alimentari.*
- *Le trasformazioni urbane devono perseguire progettualità articolare anche nei confronti della funzione commerciale, inserita nell’ottica più ampia delle Attività miste, ricorrendo agli strumenti urbanistici complessi (PII, PRUSST, CdQ, PIC, ...) che possono anche consentire di reinvestire in infrastrutture di valorizzazione parte di oneri e tributi.*

⁹ Approvato con DCP n° 51 del 14 settembre 2004.

- *Le azioni promosse da enti territoriali, locali e privati, devono trovare adeguate dimensioni di contesto territoriale, facendo riferimento al PTCP, in grado di connettere Ambiti territoriali e confini comunali affinché siano garantiti efficienza e successo delle stesse azioni, quando approvato il PTCP stesso e attraverso azioni di programmazione concertata.*
- *Le normative comunali concernenti la gestione autorizzativa delle MSV devono prevedere modalità di sostegno nei confronti della rete di vendita tradizionale correlate alle nuove aperture di punti di vendita. L'apertura e l'ampliamento di punti di vendita di MSV deve essere correlata ad una riqualificazione del sito ove sono collocati, sotto il profilo dell'accessibilità, ambientale e architettonico¹⁰.*
- *Si identifica quale momento di concertazione con le associazioni di categoria, con gli imprenditori, gli enti locali la possibilità di attuare una forte azione di recupero, ammodernamento e sviluppo del commercio tradizionale, specializzato e nuovo di nicchia nei centri commerciali urbani (centri storici) anche attraverso la partecipazione economica diretta dei soggetti alla nascita di società pubblico-private specializzate quali attori dei progetti urbanistici, commerciali, ambientali e di marketing urbano”.*

Per quanto attiene alla politica commerciale, il PTCP della Provincia di Varese¹¹ si riferisce a quanto definito dal Piano di Settore del Commercio e alle deliberazioni regionali e stabilisce gli indirizzi per la pianificazione comunale in ordine alla materia commerciale e, in particolare, il paragrafo 4.3.3. della relazione così recita:

“...

I PGT dovranno svolgere il loro ruolo attenendosi ai principi richiamati e orientando le loro previsioni in materia commerciale sulla base di opportune analisi della realtà locale, considerando che l'insediamento (in particolare) di medie e grandi strutture di vendita può avere un impatto assai diverso da comune a comune in relazione alla variabilità dei fattori che entrano in gioco, ma sempre con riguardo ad elementi cardine, oggetto di specifica attenzione nella valutazione della compatibilità rispetto al PTCP:

- *il rapporto con la rete di viabilità e trasporti, in termini di capacità della rete viabilistica e di raccordo con la rete del trasporto pubblico;*
- *il rapporto con la struttura insediativa, che costituisce il vero elemento di differenziazione, a livello territoriale, delle scelte localizzative: non esiste una “ricetta” buona per tutti i comuni ed anzi può essere inopportuno stabilire a priori indirizzi preferenziali validi sull'intero territorio provinciale, mentre è certamente necessario esigere dai Comuni dimostrate giustificazioni circa le scelte operate;*
- *le relazioni urbanistiche locali, ovvero la funzionalità di un insediamento rispetto all'assetto urbanistico di quartiere ed all'integrazione con la rete commerciale di vicinato;*
- *il rapporto con il sistema della logistica, in relazione alla compatibilità del traffico generato dal trasporto merci.*

Il Documento di Piano dei PGT dovrà, pertanto, rendere conto delle indagini svolte:

- *a livello di contesto urbano, tra le quali: analisi della domanda (stabile, fluttuante, gravitazionale) e dell'offerta commerciale, e delle relazioni tra di esse, analisi delle tendenze evolutive di lungo periodo in tema di localizzazione degli esercizi commerciali, studio accurato della viabilità urbana e dei flussi di traffico, approfonditi*

¹⁰ Trattandosi di materia di competenza dei Comuni, il punto costituisce mera indicazione programmatica.

¹¹ Approvato con DCP n° 27 dell'11 aprile 2007.

in relazione alla presenza di aste commerciali consolidate, nonché del livello di soddisfacimento della domanda di trasporto pubblico;

- *a livello di contesto territoriale, esteso all'ambito territoriale, esteso all'ambito territoriale individuato dal PSC o, almeno al bacino gravitazionale delle grandi strutture di vendita e dei centri commerciali: le analoghe analisi previste per il contesto urbano, estendendo ed approfondendo lo studio della rete viaria e delle caratteristiche dei flussi di traffico nonché delle criticità della rete infrastrutturale esistente in relazione, anche, all'indotto derivate dagli insediamenti programmati ed al livello di accessibilità dei servizi pubblici di trasporto.*

La Provincia esercita, dunque, il proprio ruolo, sia attraverso la formulazione di indirizzi per la pianificazione urbanistica, al fine della verifica di compatibilità dei Piani di Governo del Territorio, sia nell'ambito della fase istruttoria e d'esame dei progetti riguardanti l'apertura o l'ampliamento di GSV, occasione per verificare il rapporto tra il progetto e territorio utilizzando le due diverse scale di lettura:

- *scala di area vasta almeno estesa al bacino potenziale di attrazione, nella relazione tra gli orientamenti esistenti e quelli di progetto*
- *scala urbana nelle relazioni morfologiche tra progetto e contesto urbano circostante”.*

Le indicazioni sopra riportate sono puntualmente tradotte nelle norme del PTCP, ed esattamente all'art. 36 – Obiettivi e riferimenti, all'art. 37 – Raccordo con il PSC, all'art. 38 – Rapporto tra PTCP e Piani di Governo del Territorio, all'art. 39 – Previsioni in materia di insediamenti commerciali e all'art. 40 – Principio di concertazione.

Si riporta il contenuto del comma 1 dell'art. 39:

“Nel definire le politiche di sviluppo delle strutture commerciali i Comuni assumono ad orientamento generale i seguenti indirizzi:

- a. favorire l'integrazione degli insediamenti commerciali, soprattutto per Grandi Strutture di Vendita, con le reti di trasporto collettivo;*
- b. garantire un'adeguata dotazione di servizi (infrastrutture di accesso, parcheggi, opere di arredo urbano, etc.) ai nuovi insediamenti, e utilizzare l'occasione di tali nuovi insediamenti per integrare la dotazione in argomento a supporto degli esercizi di vicinato già presenti nel territorio comunale, con particolare riguardo ai centri storici ed ai quartieri a prevalente destinazione residenziale;*
- c. stabilire le condizioni per consentire la diffusione degli esercizi commerciali in aree a diversa destinazione funzionale, al fine di garantire la compresenza di funzioni;*
- d. assicurare che la localizzazione di aree per insediamenti commerciali sia prevista nei PGT in coerenza con disposizioni, indirizzi e contenuti paesaggistici del PTCP, anche definendo specifiche norme che orientino i progetti verso un approccio rispettoso dei caratteri morfologici, costruttivi e percettivi del contesto nella definizione di: manufatti edilizi, spazi aperti ed equipaggiamenti vegetali, aree a parcheggio, viabilità di accesso e cartellonistica”.*

2.4. La legge regionale per il governo del territorio: i ruoli e le competenze dei Comuni

Per quanto riguarda le politiche del commercio all'ascale comunale, all'interno del Piano di Governo del Territorio, sono da segnalare due ruoli assegnati al Documento di piano e al Piano dei servizi, che acquisiscono il carattere strategico degli insediamenti commerciali:

- A) la determinazione da parte del Documento di piano, in coerenza con le politiche per la mobilità, delle politiche di intervento per la residenza, le attività produttive primarie, secondarie e terziarie, ivi comprese quelle della distribuzione commerciale, evidenziando le scelte di rilevanza sovracomunale (art. 8, comma 2);
- B) l'indicazione da parte del Piano dei servizi della tipologia di servizi da assicurare negli ambiti di trasformazione, con particolare riferimento agli ambiti entro i quali è prevista l'attivazione di strutture di distribuzione commerciale, terziarie, produttive e di servizio caratterizzate da rilevante affluenza di utenti (art. 9, comma 7).

Nel Piano di Governo del Territorio, le strategie, le azioni e le nuove previsioni urbanistiche relative al settore commerciale, si rapportano con le tre distinte componenti previste dalla legge regionale, con le seguenti modalità:

- con il Documento di piano, per quanto riguarda:
 - la costruzione del quadro conoscitivo del territorio comunale (art. 8, comma 1, lettera b), nell'ambito del quale deve essere evidenziata la strutturazione esistente del settore commerciale;
 - la definizione degli obiettivi di sviluppo comunale (art. 8, comma 2, lettere a) e b), dove devono essere evidenziate le esigenze di sviluppo o di riorganizzazione o di contenimento del settore commerciale;
 - la determinazione delle politiche di settore (art. 8, comma 2, lettera c), dove particolare attenzione deve essere posta al comparto della distribuzione commerciale nelle sue varie componenti tipologiche;
 - l'evidenziazione delle previsioni di carattere commerciale che presentano ricadute a scala sovracomunale (art. 8, comma 2, lettere c) ed e), da evidenziare specificamente;
 - la valutazione ambientale e paesaggistica delle strategie e delle azioni di piano;
- con il Piano dei servizi ed il Piano delle regole per quanto riguarda:
 - la necessità di integrare le politiche commerciali con le politiche più generali di miglioramento dell'insieme dei servizi e delle attrezzature di interesse generale offerte alla popolazione locale;
 - la necessità di coerenzare le politiche commerciali con l'insieme delle azioni mirate alla riqualificazione dei tessuti urbani, sia centrali che periferici, con particolare attenzione alle azioni di recupero degli ambiti degradati e da riconvertire a nuovi usi;
- con gli strumenti attuativi di pianificazione comunale, nonché con gli atti di programmazione negoziata con valenza territoriale, previsti dall'art. 6 della L.R. n° 12/2005 per quanto riguarda:
 - gli aspetti di concreto inserimento territoriale, paesaggistico ed ambientale della progettazione dei nuovi insediamenti e l'eventuale valutazione di impatto ambientale.

Negli *“Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale”* viene sottolineato come la LR n° 12/2005 precisi esplicitamente che il PGT debba, in coerenza con gli obiettivi quantitativi di sviluppo complessivo del territorio comunale e con le politiche da attuarsi per la mobilità, determinare le politiche di intervento per la distribuzione commerciale, evidenziando le eventuali scelte aventi rilevanza sovracomunale. Viene sottolineato che *“qualora le scelte di pianificazione comunale*

comportino la possibilità di realizzare interventi commerciali a rilevanza sovracomunale, questi ultimi debbano trovare negli elaborati del Documento di Piano adeguata evidenziazione attraverso la specifica individuazione cartografica di riferimento e la descrizione particolareggiata delle destinazioni funzionali previste”.

In questo quadro, qualora le scelte di pianificazione comportino la possibilità di realizzare interventi di rilevanza sovracomunale¹², questi ultimi debbano trovare negli elaborati del Documento di piano, adeguata evidenziazione attraverso la specifica individuazione cartografica di riferimento, la descrizione particolareggiata delle destinazioni funzionali previste, la dimostrazione della sostenibilità ambientale-paesaggistica e dell'adeguata dotazione infrastrutturale a supporto dell'intervento previsto.

Nelle “Modalità per la pianificazione comunale” (art. 7, L.R. n° 12/2005) si esplicita, inoltre, che le eventuali previsioni di insediamento di attività economiche generatrici di importanti interventi di trasformazione territoriale (nuovi poli produttivi, terziari, direzionali, commerciali o comunque destinati a funzioni insediative) devono essere valutate secondo una pluralità di condizioni:

1. derivare in modo stretto da valutazioni effettuate a scala sovralocale al fine di verificarne la congruità e la sostenibilità;
2. essere valutate preventivamente per le ricadute e per gli impatti generati sia a scala locale, che sovracomunale e sotto tutti gli aspetti (infrastrutturale, ambientale, paesaggistico, di dotazione di servizi) nonché, qualora ritenuto opportuno, attraverso puntuali studi di prefattibilità;
3. essere strettamente relazionate ed adeguate al ruolo e all'importanza che la specifica realtà comunale, in cui si vengono a collocare, riveste rispetto ai diversi livelli di gerarchia urbana riconoscibili nel contesto territoriale di riferimento.

Ai fini dell'individuazione delle aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali, gli strumenti urbanistici comunali devono pertanto prevedere una ricognizione della struttura distributiva presente sul territorio comunale integrata da un'analisi di contesto sovracomunale. Dovranno, inoltre, essere valutati gli aspetti critici esistenti e dovranno essere conseguentemente individuate le più opportune linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale.

In ogni caso la programmazione degli interventi in ambito commerciale dovrà orientarsi secondo gli indirizzi stabiliti nella citata DCR n° VIII/352 del 13 marzo 2007, prestando particolare attenzione a:

- la minimizzazione del consumo di suolo
- l'elevata compatibilità ambientale
- l'adeguatezza del livello di accessibilità e di dotazione di servizi
- la riqualificazione e il recupero di aree compromesse e/o degradate collocate in contesti già urbanizzati
- l'utilizzo dell'attività commerciale come elemento di riqualificazione del tessuto urbano, attraverso l'integrazione col sistema dei servizi
- la congruenza delle previsioni urbanistiche con il livello di gerarchia urbana che contraddistingue il comune

¹² Per interventi a rilevanza sovracomunale si devono intendere le previsioni che hanno ricadute ed impatti territoriali non circoscrivibili al solo territorio comunale, ovvero che sono identificati come tali dal Documento di Piano stesso, ovvero che afferiscono interessi di rango provinciale o sovracomunale così come definiti nei PTCP provinciali, ovvero che rappresentano attuazione di previsioni contenute in strumenti di pianificazione regionale.

- la salvaguardia dell'equilibrio tra le diverse tipologie distributive
- la conservazione e la valorizzazione degli esercizi e delle aree commerciali storiche
- la qualificazione delle diverse forme di concentrazioni commerciali o distretti commerciali urbani presenti in tutto l'ambito comunale.

2.5. Strumenti di pianificazione comunale e indicazioni in materia di insediamenti commerciali

Le indicazioni regionali sono più dettagliate e precise per ciò che riguarda le due principali tipologie della distribuzione commerciale organizzata, ovvero le Grandi Strutture di Vendita (GSV) e le Medie Strutture di Vendita (MSV). A seguire si riportano gli elementi principali da valutare e verificare per ciò che riguarda localizzazione e indagini ricognitive da svolgere, considerando comunque che per ciò che riguarda Busto Arsizio, così come precisato dal PGT vigente, non è prevista la possibilità di insediare nuove grandi strutture di vendita.

2.5.1. Le Grandi Strutture di Vendita

L'apertura di nuovi centri della grande distribuzione e l'ammodernamento di quelli esistenti costituiscono elementi che incidono in modo significativo sul territorio, oltre che sull'organizzazione e sulla funzionalità della rete distributiva.

Su tale punto le Conferenze di servizi previste all'art. 9 del d.lgs. n° 114/98 e dalla successiva normativa regionale in materia di commercio, sono chiamate ad un esame contestuale dei vari aspetti di rilievo ai fini del rilascio delle autorizzazioni per l'apertura delle grandi strutture di vendita secondo gli obiettivi generali del PTSSC 2006-2008, nonché dei seguenti indirizzi specifici:

- agevolazione di processi di razionalizzazione e di ammodernamento delle grandi strutture finalizzati all'ottimizzazione del sistema distributivo esistente da conseguirsi tendenzialmente mediante interventi che non richiedano utilizzo di nuova superficie di vendita, quindi attraverso forme di razionalizzazione della superficie di vendita nell'ambito della superfici di vendita già autorizzate;
- forte disincentivo all'apertura di nuovi insediamenti di grande distribuzione e all'eccessivo ampliamento di quelli già esistenti che, in caso contrario, dovranno essere valutati sulla base di condizioni più qualificanti di compatibilità e dovranno altresì garantire ulteriori condizioni di sostenibilità con riferimento alla mitigazione degli impatti socio-economici, territoriali ed ambientali;
- preventiva verifica che nell'area oggetto di richiesta di autorizzazione i valori di concentrazione per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee non superino i valori di concentrazione limite accettabili, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;
- prioritaria allocazione delle grandi strutture di vendita, compresi gli interventi sull'esistente, in aree che non creino significativi impatti territoriali ed ambientali e non determinino ulteriore consumo di suolo conseguendo nel contempo obiettivi di riqualificazione urbana o di sviluppo generale, in rapporto ai differenti ambiti territoriali e alle relative condizioni socio-economiche ed insediative;
- graduazione degli aspetti regolativi prevedendo procedure diversificate e semplificate in relazione alla dimensione, alla allocazione e alla tipologia degli interventi (nuove

- aperture, ampliamenti, concentrazioni, rimodulazioni settori merceologici, trasferimenti e rilocalizzazioni, ecc.);
- conferma del sistema di valutazione integrata dell'insieme delle diverse componenti di impatto generato dal nuovo insediamento commerciale sul contesto economico, sociale e territoriale, considerando altresì quale quarta componente di valutazione la sussistenza delle condizioni di sostenibilità dell'intervento¹³;
 - valorizzazione della concertazione tra i diversi soggetti ed Enti pubblici interessati nel procedimento di valutazione delle domande di apertura delle grandi strutture di vendita, quale metodo di definizione delle condizioni di sostenibilità degli interventi per gli aspetti di impatto di rilievo sovra locale;
 - congruenza con gli indirizzi di programmazione urbanistica del settore commerciale.

Le verifiche di impatto socio-economico, urbanistico-infrastrutturale e ambientale e il controllo delle possibili esternalità negative costituiscono azioni indispensabili per promuovere in positivo i processi di trasformazione territoriale generati dall'insediamento di grandi strutture di vendita, come confermato anche nella recente Deliberazione della Giunta Regionale n° X/1193 del 20 dicembre 2013, *“Disposizioni attuative finalizzate alla valutazione delle istanze per l'autorizzazione all'apertura o alla modificazione delle grandi strutture di vendita conseguenti alla d.c.r. 12 novembre 2013 n° X/187 “Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale”*.

Le indagini ricognitive

Per quanto riguarda l'analisi territoriale da svolgere nell'ambito della formazione degli strumenti urbanistici, si deve considerare che le grandi strutture di vendita presentano sostanzialmente due livelli di impatto:

- un impatto sull'assetto territoriale nel breve periodo, che riguarda gli effetti diretti e indiretti generati dal singolo insediamento sulle aree circostanti in relazione alle varie tipologie di effetti studiati (impatto sul traffico viabilistico, impatto sul paesaggio, impatto acustico,);
- un impatto sull'assetto territoriale che si manifesta in tempi più lunghi anche come effetto indotto dalla contemporanea presenza di altri insediamenti commerciali, ma anche fi infrastrutture puntuali di forte impatto aventi altra destinazione; esso riguarda aree molto più vaste e, per alcuni aspetti, può riguardare l'intero territorio provinciale e oltre.

Occorre pertanto considerare con attenzione tali aspetti al fine di cogliere le conseguenti misure urbanistiche nell'ambito dei vari elaborati del PGT¹⁴.

Le indagini conoscitive di carattere urbanistico e commerciale da predisporre nei PGT dovranno essere articolate con riferimento sia ad un livello di approfondimento sviluppato alla scala della struttura e della dinamica della rete commerciale locale¹⁵, sia con attenzione al contesto territoriale più ampio in cui il comune è inserito.

¹³ Le prime tre sono relative all'esame di ammissibilità, alla verifica di compatibilità mediante valutazione integrata di impatto e alla verifica delle condizioni di sostenibilità dell'intervento in relazione al contesto socio-economico, territoriale ed ambientale di riferimento.

¹⁴ A questo proposito si intendono interamente richiamate le pertinenti disposizioni contenute al capitolo *“Determinazione delle politiche di intervento per i diversi sistemi funzionali”* del documento *“Modalità per la pianificazione comunale”*, nonché al capitolo *“Il Documento di Piano”* del documento *“Indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale”*.

¹⁵ Risulta necessario, in generale, sviluppare:

- l'analisi della domanda commerciale comunale mediante appropriate indagini sulla popolazione residente e la popolazione fluttuante, quali turisti, pendolari e simili, sulla relativa composizione

Per il contesto territoriale sovracomunale, risulta necessario, in generale, sviluppare:

- l'indagine sulla rete viaria, sulle caratteristiche dei flussi di traffico (matrice origine-destinazione) e di attraversamento del contesto urbano, sull'accessibilità ai vari settori urbani che documenti le relazioni con le politiche di sviluppo commerciale da realizzare nel comune, in particolare per quanto attiene l'incidenza sulla stessa rete dell'indotto derivante dagli insediamenti programmati;
- l'evidenziazione del livello di accessibilità derivante dai servizi pubblici di trasporto;
- la verifica della presenza e dei reciproci influssi di grandi strutture di vendita o di centri commerciali localizzati o previsti nelle aree di gravitazione degli insediamenti programmati, in caso di ipotesi di previsione di grandi strutture di vendita.

I criteri di localizzazione

Al fine di integrare e coerenza le scelte di programmazione in materia di commercio con le scelte di sviluppo territoriale individuate dal PGT, dovranno essere valutate le compatibilità tra le aree di possibile insediamento e le tipologie distributive, con riferimento agli specifici contesti urbanistici.

Nel caso delle grandi strutture di vendita, il riferimento è costituito dagli ambiti di trasformazione extraurbani, per i quali valgono le seguenti indicazioni operative:

- razionalizzazione delle aree in cui si siano formate nel tempo, a volte in modo del tutto spontaneo e non programmato, aggregazioni di grandi o medie strutture, nelle quali ulteriori insediamenti possano consentire e assicurare il miglioramento del sistema degli accessi, dei parcheggi, dei percorsi pedonali e ciclabili, dei servizi comunali, della qualità architettonica e dell'inserimento paesaggistico;
- utilizzazione degli strumenti di programmazione negoziata per il recupero e riqualificazione di aree dismesse che possano essere validamente destinate ad un mix funzionale, comprendente le funzioni commerciali, qualora ne fosse verificato il fabbisogno, e comunque nel rispetto dell'equilibrio della rete distributiva. Contestualmente dovranno essere previste opere di integrazione ambientale, con il sistema dei servizi e dell'accessibilità;
- priorità alle concentrazioni commerciali sui nodi di interscambio del trasporto pubblico e privato;
- qualificazione dell'offerta commerciale in contesti che presentino significativa erosione dell'offerta commerciale, e/o condizione di degrado fisico e sociale;
- esclusione di nuove previsioni di grandi strutture di vendita in particolari ambiti di tutela paesistico-ambientale quali i parchi naturali regionali, le riserve naturali

-
- (età, condizione socio-economica, composizione professionale e altro) e le relative valutazioni dell'incidenza della componente gravitazionale attratta o rivolta all'esterno del territorio comunale;
 - l'analisi dell'offerta globale del settore commerciale riferita alle categorie delle strutture di vendita previste dal d.lgs. n° 114/1998, formulata esaminando la distribuzione sul territorio comunale degli esercizi commerciali, la loro funzionalità urbanistica, le tipologie localizzative;
 - l'esame delle tendenze evolutive nella localizzazione degli esercizi commerciali e le valutazioni delle eventuali ricadute negative sull'offerta commerciale al dettaglio in funzione di assicurare un conveniente assetto urbanistico a tutte le diverse parti dell'organismo urbano;
 - il confronto tra la domanda e l'offerta commerciale;
 - la indagini sulle caratteristiche della viabilità urbana (in accordo con il Piano Urbano del Traffico), dei flussi origine-destinazione, con la verifica del livello di soddisfacimento della domanda di trasporto pubblico, in relazione alla tematica commerciale;
 - la valutazione dei fabbisogni di spazi per la sosta e per il carico e scarico delle merci, sia in rapporto alle medie e grandi strutture di vendita, sia alle varie concentrazioni commerciali o ai distretti commerciali urbani.

- regionali, i monumenti naturali ed i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo eccezioni eventualmente contemplate dai Piani Territoriali di Coordinamento;
- assicurazione di adeguata dotazione di verde, aggiuntiva alle aree da destinarsi a parcheggi pubblici, sia come componente essenziale delle attrezzature pubbliche e di interesse pubblico, sia come elemento qualificante della sistemazione delle aree scoperte e permeabili di proprietà privata (per cui si consiglia una piantumazione nella misura di 2 essenze di alto fusto ogni 100 mq di superficie fondiaria, oltre alla messa a dimora di essenze arbustacee quali componenti di un coerente progetto di sistemazione delle aree libere dall'edificazione), sia come elementi di arredo e di qualificazione ambientale nelle aree destinate a parcheggio e lungo i bordi esterni dell'intervento, dove si consiglia di prevedere spazi a verde per una profondità di almeno 10 metri;
 - attenzione, in corrispondenza di eventuali corridoi ecologici individuati dal PTCP o di nuova formazione previsti dal PGT stesso, alla previsione di fasce libere da edificazioni di adeguata ampiezza e che eventuali recinzioni prospettanti su tali passaggi debbano essere mascherate da componenti verdi (essenze ad alto fusto e siepi).

I criteri urbanistici

In sede di esame sulla opportunità di una nuova localizzazione di una grande struttura di vendita, dovrà essere data particolare attenzione ai seguenti criteri di coerenza e di qualità progettuale:

- coerenza territoriale dell'intervento con i programmi, i piani e gli indirizzi previsti da Regione, Provincia e Comuni interessati dall'intervento;
- riutilizzo di aree degradate o comunque già interessate da precedenti trasformazioni urbanistiche; nel caso di insediamenti su nuove aree, contenimento del consumo di suolo e preservazione delle aree agricole ad alto reddito. La valutazione del consumo di territorio dovrà riguardare anche gli effetti di sconfinamento, di separazione, interclusione di aree derivanti dalla localizzazione dell'insediamento e delle infrastrutture relative;
- presenza contestuale di funzioni diverse da quella commerciale ovvero creazione di servizi commerciali polifunzionali, privilegiando destinazioni d'uso quali funzioni di servizio pubbliche e private, attrezzature collettive;
- presenza di processi di integrazione funzionale tra diversi formati di offerta commerciale e/o complementarietà insediativa con altre tipologie di funzioni urbane, innescando fenomeni di miglioramento dell'offerta complessiva di nuovi servizi urbani;
- rapporto equilibrato tra le reti viarie e l'insediamento commerciale, favorendo soluzioni che risolvano situazioni di criticità pregressa e garantiscano livelli di accessibilità sia pubblica che privata, con particolare attenzione all'accessibilità ciclabile e pedonale;
- inserimento ottimale del manufatto nel contesto territoriale e paesaggistico ambientale;
- collegamento con il sistema del trasporto pubblico locale;
- qualità progettuale dell'intervento privilegiando le soluzioni di edilizia bioclimatica che comportino risparmio energetico;
- presenza di elementi di riqualificazione urbana come: arredo urbano, illuminazione pubblica, segnaletica, ecc.

2.5.2. Le Medie Strutture di Vendita

Il PTSSC 2006-2008 contiene alcuni indirizzi generali ai Comuni per il rilascio di autorizzazioni all'esercizio dell'attività delle medie strutture di vendita:

- preferenza degli interventi di ammodernamento e di razionalizzazione della rete distributiva esistente, rispetto alle nuove aperture;
- in caso di nuove aperture, le stesse devono essere giustificate dalla necessità di garantire un servizio al consumatore in zone del territorio comunale in cui la domanda non risulta soddisfatta dalla rete distributiva esistente, anche fornendo alcuni parametri di corrispondenza tra domanda e offerta in termini di domanda non soddisfatta;
- in caso di nuove aperture le richieste di autorizzazione devono essere assoggettate a verifica preventiva che certifichi per le aree oggetto di richiesta di autorizzazione il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;
- possibilità di stabilire limiti dimensionali per le medie strutture in misura correlata alla domanda esistente nell'area di attrazione dell'insediamento;
- priorità nella localizzazione delle medie strutture a quelle riviste in aree urbane dismesse – previa certificazione relativa che comprovi il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento di suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee, così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale – o sottoutilizzate od oggetto di progetti di riqualificazione commerciale;
- valutazione delle domande da parte dei Comuni, avvalendosi di criteri e parametri socio-economici identificati, di intesa con la Regione, sulla base degli indirizzi di cui al Programma regionale;
- contenimento della presenza di medie strutture su aree già destinate a grandi strutture di vendita e lasciate libere da rilocalizzazioni e da trasferimenti in uscita;
- adozione di procedure autorizzatorie specifiche per medie strutture inserite in interventi di programmazione negoziata, fino a prevedere la modalità della conferenza di servizi nel caso in cui la sommatoria delle superfici delle medie strutture previste equivalga o superi quella di una Grande Struttura di Vendita.

Con successivo provvedimento mirato¹⁶, la Giunta regionale ha fornito ulteriori indicazioni ai Comuni per la disciplina delle medie strutture di vendita e la preferenza a interventi di razionalizzazione, ammodernamento o ampliamento degli esercizi della rete distributiva esistente. Sono in particolare valorizzati gli interventi di configurazione di medie strutture di vendita in ampliamento degli esercizi di vicinato esistenti, come modalità di sostegno e crescita della piccola imprenditoria (piccole e medie imprese e micro imprese).

Sempre dalla lettura della citata Deliberazione, è possibile individuare le seguenti indicazioni per i Comuni:

- nuove aperture (comma 2.3.): è opportuno che la previsione di nuove aperture sia supportata da una analisi della domanda e dell'offerta all'interno del bacino di

¹⁶ Deliberazione di Giunta Regionale 5 dicembre 2007, n° VIII/6024 e successive modifiche ed integrazioni, "Medie strutture di vendita – Disposizioni attuative del Programma Triennale per lo Sviluppo del settore commerciale 2006-2008" (BURL 17 dicembre 2007, n° 51).

- attrazione commerciale dell'insediamento che giustifichi la necessità di garantire un servizio al consumatore;
- priorità localizzative (comma 2.6.): sono indicate come localizzazioni prioritarie per l'apertura e la modificazione di nuove medie strutture di vendita:
 - le aree in prossimità di stazioni ferroviarie, aerostazioni, porti e altre stazioni e nodi di interscambio del trasporto pubblico e privato;
 - le aree che presentano significativa erosione dell'offerta commerciale e le aree periferiche che presentano, in associazione alle condizioni di criticità del servizio commerciale, condizioni di degrado fisico e sociale.
 - E' in ogni caso preferibile che gli interventi siano realizzati attraverso progetti di riqualificazione complessiva del contesto territoriale economico e distributivo in cui sono inserite, ed in stretto raccordo con lo sviluppo della rete degli esercizi di vicinato esistenti e di nuovo insediamento. Infine, dovrà essere data priorità agli insediamenti allocati in aree urbane dismesse o sottoutilizzate o in aree oggetto di interventi di riqualificazione urbanistica;
 - valutazione integrata degli impatti (comma 2.7.): i Comuni devono prevedere modalità di valutazione degli impatti commerciali, urbanistico-territoriali ed ambientali degli interventi di cui alle domande per il rilascio dell'autorizzazione commerciale, al fine di accertare gli effetti d'impatto sul contesto socio-economico e sulla rete distributiva esistente, sul contesto territoriale, urbanistico, paesistico e ambientale di riferimento sulla base di appositi criteri e parametri;
 - divieti al rilascio delle autorizzazioni (comma 2.8.): non possono essere rilasciate medie strutture di vendita, anche se previste all'interno di piani attuativi o di strumenti di programmazione negoziata, che configurano una grande struttura di vendita organizzata in forma unitaria¹⁷; così come non possono essere applicate dai Comuni procedure di autorizzazione concernenti distinti esercizi commerciali che nel loro insieme configurano punti di vendita della grande distribuzione;
 - disciplina del procedimento autorizzatorio (comma 2.9.): i Comuni, ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114:
 - adottano le norme sull'ammissibilità e sul procedimento concernenti le domande relative a richieste di autorizzazione alla vendita al dettaglio in sede fissa per medie strutture di vendita;
 - stabiliscono il termine, comunque non superiore a 90 giorni dalla data di ricevimento dell'istanza, entro il quale le domande devono ritenersi accolte in assenza di comunicazione da parte del Comune del provvedimento di diniego;
 - adottano i criteri per l'esame delle proposte in coerenza con l'articolazione in ambiti territoriali ed i relativi indirizzi di cui al paragrafo 4.2. del Programma Triennale e con le disposizioni di cui al presente atto.

Inoltre, in caso di apertura di medie strutture che hanno una attrazione sovralocale per le dimensioni e/o per la particolare allocazione territoriale¹⁸, il Comune ove ha sede la struttura deve acquisire il parere dei Comuni contermini;

¹⁷ Di cui alle tipologie definite al paragrafo 4.2.1., comma 2 della DGR n° VIII/5054 del 4 luglio 2007.

¹⁸ La struttura assume carattere sovracomunale qualora il peso insediativo del Comune, costituito dal rapporto tra residenti e addetti e superfici di vendita sia uguale o inferiore a 1,5. Il suddetto peso insediativo è dato dalla somma di residenti e addetti occupati in unità locali in relazione alla superficie di vendita richiesta e a quelle di media struttura già esistenti.

- verifica di compatibilità degli impatti (comma 3): i Comuni determinano criteri e parametri per la verifica della compatibilità degli impatti per le medie strutture di maggiore estensione sulla base dei seguenti indirizzi generali:
 - verifica di compatibilità dell’impatto commerciale:
 - coerenza con i fabbisogni rilevati a scala comunale (analisi della domanda e dell’offerta);
 - ricadute occupazionali del nuovo punto di vendita;
 - impatto sulla rete distributiva di vicinato;
 - integrazioni con le altre tipologie di vendita;
 - verifica di compatibilità infrastrutturale, urbanistica, ambientale e paesistica:
 - condizioni di accessibilità pedonale, automobilistica, ciclabile e con i mezzi del trasporto pubblico locale – sistema dei parcheggi;
 - relazioni con il sistema logistico;
 - relazioni con gli spazi pubblici e con il sistema dei servizi comunali;
 - integrazione funzionale con l’assetto urbano;
 - rapporto con le caratteristiche naturali, paesistiche ed ambientali dell’ambito interessato dall’intervento;
 - emissioni acustiche, emissioni gassose e polveri da traffico generato;
 - attenzione al non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l’inquinamento del suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee, nonché variazioni di esposizione al rumore ed al rispetto dei valori limite;
 - emissioni luminose.

Le più recenti disposizioni regionali¹⁹ integrano e specificano le indicazioni sopra richiamate, descrivendo in dettaglio i sistemi di valutazione di impatto e sostenibilità degli insediamenti.

¹⁹ DGR n° 10/1193 del 20 dicembre 2013 - Allegati 1 e 2

3. LE DINAMICHE TERRITORIALI DI SVILUPPO DELL'OFFERTA COMMERCIALE

Prima di affrontare l'assetto e le dinamiche del settore commerciale alla scala urbana, questo capitolo affronta questioni di carattere generale alla scala territoriale estesa, regionale, provinciale e lungo l'asse Malpensa-Milano, che costituisce ambito territoriale di riferimento entro cui si colloca la città di Busto Arsizio²⁰.

3.1. La Grande Distribuzione Organizzata in Lombardia

3.1.1. Struttura e caratteristiche della GDO

La rilevazione effettuata al 30 giugno 2004 dall'Osservatorio regionale del commercio, unitamente alle superfici autorizzate in Lombardia al 30 giugno 2005, fornisce un quadro assai consistente della presenza della Grande Distribuzione Organizzata; in particolare per quanto riguarda le grandi strutture di vendita autorizzate, il quadro è rappresentato nella **Tabella 04**.

Provincia	Centro Comme.	N° Alim.	N° Non Alim.	N° Misti	N° Totale	Superficie. Aliment.	Superficie Non Aliment.	Superficie Totale
Bergamo	17	0	15	27	42	88.570	251.259	339.829
Brescia	33	2	26	49	77	126.230	390.825	517.055
Como	13	0	15	21	36	49.474	117.976	167.450
Cremona	8	0	7	8	15	23.573	75.168	98.741
Lecco	6	0	4	8	12	23.468	43.246	66.714
Lodi	8	0	4	9	13	23.510	73.532	97.042
Milano	57	2	67	89	158	264.370	950.511	1.214.881
Mantova	11	0	8	14	22	34.380	99.629	134.009
Pavia	9	1	8	12	21	43.835	110.152	153.987
Sondrio	5	0	3	5	8	11.076	34.328	45.404
Varese	11	4	18	17	39	61.366	161.458	222.824
Regione Lombardia	178	9	175	259	443	749.852	2.308.084	3.057.936

Tab. 04 – Esercizi e superfici delle Grandi Strutture di vendita autorizzate in Lombardia al 30 giugno 2005 (fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Per quanto riguarda le merceologie del settore no-food, 41 strutture riguardano il settore abbigliamento e scarpe, di cui 19 nella provincia di Milano, 6 strutture il settore dell'elettronica, audio, video e tv, di cui 2 in provincia di Milano, 61 nel settore del mobile e accessori casa e arredo, di cui 15 in provincia di Milano e 52 nel settore sportivo, tempo libero, bricolage, libri e generi vari, di cui 27 in provincia di Milano.

²⁰ Per un approfondimento, si rimanda alla relazione relativa al quadro conoscitivo del Documento di Piano.

Il dato non è raffrontabile con quello di altre regioni, ma si evidenziano alcune situazioni tra cui:

- l'estrema concentrazione delle aree milanese e bresciana, seguite, anche se a distanza, da Varese, Como e Bergamo;
- l'estrema articolazione e ricchezza di formati e di taglie dimensionali, con un relativo contenimento delle grandissime superfici (36 punti di vendita oltre i 15mila mq, e di questi solo 9 oltre i 25mila mq);
- il consistente numero di iper e di centri commerciali di media e grande dimensione che caratterizza la Lombardia: 150 strutture autorizzate tra i 5.000 e i 15.000 metri di superficie.

3.1.2. La struttura della GDO alimentare

La struttura della GDO in Lombardia presenta alcune caratteristiche tanto più salienti nel caso del settore alimentare. In nessun'altra regione italiana, infatti, si è avuta una diffusione così spinta del formato dell'ipermercato e dei punti di vendita di grande dimensione.

In termini di peso specifico sulla GDO alimentare italiana, al 1° gennaio 2006²¹, la Lombardia rappresenta:

- il 13,9% (1.035) dei (7738) supermarket italiani;
- il 15,2% della superficie complessiva dei supermarket italiani (962.863 mq su 6.353.556);
- il 27,9% degli iper italiani (pari a 176 su 630);
- il 29,7% della superficie degli iper italiani (pari a 941.457 mq su 3.162.471);
- il 26% degli iper tra 2.500 e 5.000 mq (pari a 99 su 373) e il 26,0% di mq (318.700 su 1.227.018);
- il 30,7% degli iper sopra 5.000 mq (pari a 79 su 257) e il 31,2% di mq (622.757 su 1.935.453).

In termini di densità di superficie di grande distribuzione alimentare (limitatamente ai formati iper e super) per abitante, la Lombardia si colloca, secondo i dati al 1° gennaio 2006, al terzo posto con 205,9 mq per mille abitanti, dopo Friuli Venezia Giulia (226,5 mq/1.000 ab.) e Veneto (213,9 mq/1.000 ab.). La media italiana si attesta a 164,3 mq/1.000 ab.

Da evidenziare una decisa ripresa di vitalità della formula del discount, grazie alla esasperata ricerca di prezzi sempre più convenienti frutto della stagnazione dell'ultimo triennio. Un trend che non ha coinvolto i soli discount in senso proprio, ma ha ispirato il riposizionamento di molti supermercati verso layout e logiche di servizio più proprie del discount che delle superfici a libero servizio tradizionali, tanto che si parla ormai da qualche anno di tendenza alla "discountizzazione" della GDO italiana.

In Lombardia, sempre al 1° gennaio 2006, operano 431 discount alimentari, con una dimensione complessiva di 223.281 mq di superficie di vendita, ed una superficie media di 518 mq per punto di vendita.

La distribuzione territoriale evidenzia la forte concentrazione nelle province di Milano (131 punti di vendita), Brescia (79 pdv) e Bergamo (67 pdv), con una presenza

²¹ Dati di AC Nielsen.

significativa però anche nelle altre province. Il formato del discount lo rende infatti idoneo a coprire capillarmente il territorio, localizzandosi soprattutto nei centri di medie dimensioni dai 10mila abitanti in su.

Sempre nel settore alimentare, una delle linee di azione che sta connotando la strategia delle imprese di distribuzione moderna è il ritorno alla prossimità, almeno per i generi alimentari e per il non alimentare di prima necessità. La pressoché totale copertura del territorio da parte di una fitta rete di grandi strutture, super ed ipermercati, ha portato infatti le catene della GDO a ricercare la domanda che, pur apprezzando la logica del libero servizio, richiede prossimità e gradisce esercizi più a misura d'uomo. Si spiega così il proliferare dei punti vendita di piccole dimensioni nel tessuto urbano che caratterizza il periodo più recente.

I dati più recenti, segnalano che al 1° gennaio 2006 si contavano in Lombardia 1.630 piccoli punti di vendita alimentari a libero servizio, con una superficie complessiva di 320.673 mq, ed una dimensione media di 196,8 mq.

3.1.3. La struttura della GDO non alimentare

Nel settore non alimentare, la GDO si è concentrata nel settore delle grandi superfici specializzate ed in quello dei nuovi formati integrati.

Un altro formato commerciale d'importazione assai diffuso in Lombardia, è invece quello delle Grandi Superfici Specializzate (GSS), strutture di vendita specializzate in un comparto non alimentare ed avente dimensioni rilevanti.

Secondo i dati rilevati da Regione Lombardia, al 30 giugno 2005 erano state autorizzate, complessivamente 154 GSS (escluse quelle collocate all'interno di centri commerciali), con una superficie di 701.924 mq (74,72 mq ogni 1.000 abitanti). Se a queste si aggiungono le 5.075 medie strutture di vendita non alimentari, con una superficie di 2.792.608 mq, si raggiunge la superficie complessiva di ben 3.493.932 mq tra Grandi e Medie Strutture.

Risulta quindi evidente che all'aumento delle GSS è dovuta la crescita più recente della Grande Distribuzione Organizzata sul territorio lombardo, come attesta l'ampio consumo degli obiettivi di sviluppo del settore non alimentare, rispetto invece al più contenuto utilizzo di quelli dell'alimentare.

Guardando alle specializzazioni merceologiche, si osserva che, sulla base della ripartizione prevista dalla rilevazione regionale, risaltano, per numero di punti di vendita e per superficie complessiva delle rispettive categorie, le GSS dedicate ad abbigliamento e calzature, casa e arredamento, bricolage e fai da te. Da osservare che, mentre nel campo dell'abbigliamento e calzature prevalgono le catene della GDO, negli altri comparti assumono un rilievo predominante le piccole catene o, più spesso, le imprese monolocalizzate.

Gli ultimi 10 anni hanno visto il diffondersi, in Lombardia come nel resto d'Europa, di nuovi formati commerciali di derivazione britannica (parchi commerciali) o statunitense (*factory outlet center*, cinema multisala e parchi a tema), che hanno trovato in Lombardia un naturale terreno di sperimentazione e di diffusione²². Il forte impatto che essi hanno e

²² Per un approfondimento si rimanda al paragrafo 1.3.4. del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008 della Regione Lombardia.

potranno ancora avere sulla distribuzione, specie quella non alimentare, induce a considerare e valutare attentamente le dinamiche in atto e le prospettive.

3.2. L'articolazione del commercio in sede fissa in Lombardia

3.2.1. Identità e struttura del sistema distributivo

Per avere uno sguardo generale sull'intero sistema distributivo lombardo, è opportuno utilizzare sia i dati censuari, che quelli del Registro delle imprese, che consentono, anche se con una periodicità poco frequente, una lettura completa e di lungo periodo.

Nel complesso si trattava, secondo i dati del Censimento 2001, di un insieme di 205.523 imprese, di cui circa 100.000 al dettaglio, circa 80.000 della distribuzione intermedia e più di 20.000 di commercio, manutenzione e riparazione di veicoli ed autoveicoli.

Per seguire la dinamica successiva delle imprese commerciali è possibile utilizzare i dati di fonte camerale, che alimentano anche l'Osservatorio del Commercio del Ministero delle Attività produttive. I dati del registro delle imprese, relativamente alle sedi di imprese in Lombardia sono riportati alla **Tabella 05**.

Settore merceologico	Codice ATECO	N° sedi imprese registrate	N° sedi imprese attive
Commercio, manutenzione e riparazione di auto e motoveicoli	50.1-50.4	22.609	20.846
Vendita di carburante per autotrazione	50.5	2.791	2.695
Intermediari del commercio	51.1	48.697	44.228
Commercio all'ingrosso	51.2-51.9	48.379	37.794
Totale distribuzione intermedia	51	97.076	82.022
Commercio al dettaglio	52.1-52.5	73.809	67.394
Commercio ambulante e altre forme fuori negozio	52.6	22.107	21.697
Riparazione di beni di consumo personali e per la casa	52.7	4.627	4.511
Totale commercio al dettaglio	52	100.543	93.602
Pubblici esercizi	55.3-53.5	38.816	34.668
Totale imprese del commercio		263.310	235.293

Tab. 05 – Numero di unità locali sedi di impresa in Lombardia al 2005

(fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Per quanto riguarda il solo dettaglio, la Lombardia vanta quindi un insieme di oltre 93.000 imprese attive, cioè effettivamente operanti.

Dal punto di vista della specializzazione merceologica, la base dati ministeriale delle imprese commerciali esistenti al 2005, evidenzia per la Lombardia una concentrazione nell'abbigliamento (14.229 pdv), non specializzati a prevalenza alimentare (8.913), libri, cartolerie e giornali (6.839), mobili, casalinghi e illuminazione (6.008), ma anche ferramenta, vernici e sanitari (3.447) e ancora 2.954 impianti di carburanti, 2.873 negozi di carni, 2.548 di frutta e verdura, 3.131 tabacchi, 2.660 negozi di cosmetici e profumerie, 2.169 di elettrodomestici e hi-fi. Il totale degli esercizi registrato in Lombardia è di 88.663 contro 761.588 del totale Italia.

La provincia di dotata in valore assoluto è Milano, con 34.149 pdv, seguita da Brescia, 12.668 pdv, Bergamo, 9.404 pdv e Varese, 7.241 e via via da tutte le altre, in coda alla lista le province di Lecco, Sondrio e Lodi, con meno di 3.000 esercizi ciascuna.

3.2.2. Superfici ed esercizi commerciali al dettaglio

Secondo i dati rilevati dalla Regione direttamente dai Comuni²³, in Lombardia vi erano nel 2004 ben 112.443 esercizi di vicinato, di cui 18.915 alimentari, 85.177 non alimentari e 8.351 misti. Tali cifre erano nel 2003 pari a 106.877, di cui 18.261 alimentari, 80.094 non alimentari e 8.522 misti (**Tabella 06**).

In termini di superfici, gli esercizi di vicinato nel 2004 assommavano a 7.412mila mq a fronte dei 6.763mila del 2003, con un aumento pari a 649mila mq. La gran parte dell'aumento è dovuta al non alimentare, che passa da 5.381mila a 5.975mila mq, l'alimentare da 823 a 908mila mq, mentre il misto riduce la superficie passando da 558 a 528mila.

Provincia	Numero Punti di vendita-PdV				Superficie di Vendita-SdV			
	Alimen.	Non Alime.	Misti	Totale	Alimen.	Non Alimen.	Misti	Totale
Bergamo	2.238	9.051	1.277	12.566	101.586	661.907	83.551	847.044
Brescia	2.458	11.575	1.589	15.622	128.890	815.722	103.165	1.047.777
Como	834	4.496	614	5.944	38.548	290.974	36.886	366.408
Cremona	698	2.868	433	3.999	29.844	172.126	24.834	226.804
Lecco	488	2.605	327	3.420	26.975	181.496	20.829	229.300
Lodi	374	1.611	161	2.146	19.989	118.819	10.658	149.466
Milano	7.675	34.539	1.892	44.106	379.740	2.565.024	118.810	3.063.574
Mantova	857	4.445	430	5.732	37.375	257.687	29.789	324.851
Pavia	1.230	4.699	647	6.576	48.872	279.996	35.603	364.471
Sondrio	463	2.129	416	3.008	21.792	131.393	27.305	180.490
Varese	1.600	7.159	565	9.324	75.135	499.970	36.938	612.043
Regione Lombardia	18.915	85.177	8.351	112.443	908.746	5.975.114	528.368	7.412.228

Tab. 06 – Esercizi di vicinato autorizzati e loro superficie, in Lombardia al 30 giugno 2005
(fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

La **Figura 02** rappresenta la densità delle superfici di vendita dei negozi di vicinato a livello provinciale, con il valore medio regionale che si attesta attorno a 790 mq/1.000 residenti.

²³ La Regione Lombardia ha attivato dal 2003 nell'ambito del Sistema Informativo del commercio una rilevazione annuale presso i Comuni che, con la collaborazione dell'ANCI, permette di raccogliere i dati derivanti dalle comunicazioni e dalle autorizzazioni rilasciate dai Comuni stessi alle diverse tipologie di attività commerciali.

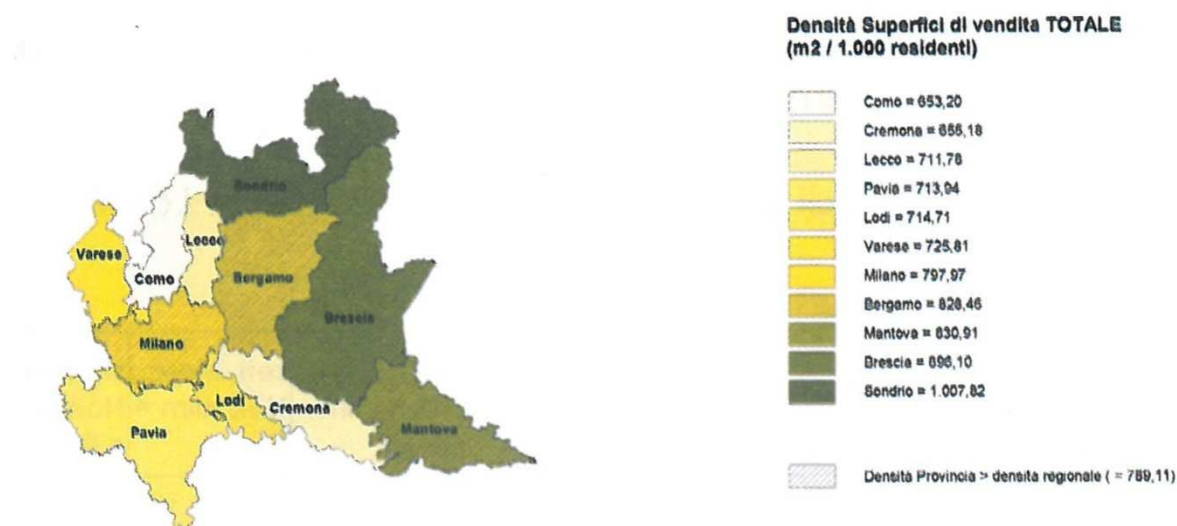


Fig. 02 – Densità superfici di vendita a livello provinciale degli esercizi di vicinato al 30 giugno 2005 (fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Per quanto riguarda la Media Distribuzione, invece, sempre secondo i dati rilevati dalla Regione direttamente dai Comuni, in Lombardia vi erano al 2004, ben 7.889 medie strutture, di cui 272 alimentari, 5.503 non alimentari e 2.114 misti (**Tabella 07**). Tali cifre erano nel 2003 pari a 7.724, di cui 161 alimentari, 5.476 non alimentari e 2.087 misti. In termini di superfici, le medie superfici nel 2004 assommavano a 4.639mila mq a fronte dei 4.413mila del 2003, con un aumento pari a 226mila mq in più. La gran parte dell'aumento è dovuto al non alimentare che aumenta di 193mila mq la propria superficie complessiva.

Provincia	Centro Comme.	Numero Punti di Vendita-PdV				Superficie di vendita - SdV		
		Alim.	Non Alim.	Misti	Totale	Aliment.	Non Aliment.	Totale
Bergamo	6	34	728	279	1.041	122.355	398.630	520.985
Brescia	1	47	904	356	1.307	175.961	550.230	726.191
Como	1	14	366	107	487	48.309	193.123	241.432
Cremona	0	20	216	60	296	38.079	124.027	162.106
Lecco	2	3	146	69	218	30.585	96.743	127.328
Lodi	0	4	102	47	153	23.451	83.191	106.642
Milano	5	95	1.776	650	2.521	357.426	1.320.509	1.677.935
Mantova	2	8	340	146	494	82.362	234.737	317.099
Pavia	1	6	287	126	419	58.276	199.428	257.704
Sondrio	1	4	181	80	265	25.036	78.143	103.179
Varese	1	37	457	194	688	107.360	291.818	399.178
Regione Lombardia	20	272	5.503	2.114	7.889	1.069.200	3.570.579	4.639.779

Tab. 07 – Superfici ed esercizi autorizzati di Medie Strutture di vendita in Lombardia al 30 giugno 2005 (fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

La **Figura 03** rappresenta la densità delle superfici di vendita delle medie strutture a livello provinciale, con il valore medio regionale che si attesta attorno a 495 mq/1.000 residenti.

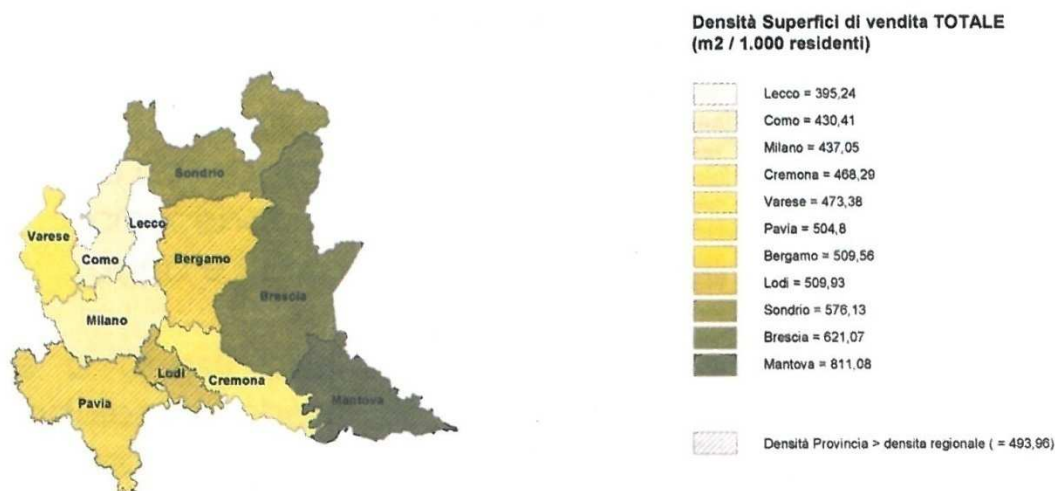


Fig. 03 – Densità superfici di vendita a livello provinciale delle medie strutture di vendita al 30 giugno 2005 (fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

Infine, sempre secondo i dati rilevati dalla Regione sui Comuni, le Grandi Strutture di Vendita passano da 433 a 444, con una crescita di 108mila mq, di cui 88mila di non alimentare e solo 20mila di alimentare (**Tabella 08**).

Tra le GSV censite nel 2004, 266 (279 nel 2003) erano singole e 179 erano invece all'interno di centri commerciali (erano 154 nel 2003). Sul piano merceologico, invece tendono a ridursi le grandi strutture solo alimentari (9 nel 2004 a fronte di 11 nel 2003), mentre aumentano quelle miste (249 nel 2004 contro le 238 del 2003).

Provincia	Residenti al 31/12/2004	Centri Comm.	N° pdv	Superficie di vendita - m2			Densità della superficie di vendita - m2/1.000 residenti		
				Alimen.	Non Aliment.	Totale	Alimen.	Non Aliment.	Totale
Bergamo	1.022.428	17	42	88.570	251.259	339.829	86,63	245,75	332,37
Brescia	1.169.259	33	77	126.230	390.825	517.055	107,96	334,25	442,21
Como	560.941	13	36	49.474	117.976	167.450	88,20	210,32	298,52
Cremona	346.168	8	15	23.573	75.168	98.741	68,10	217,14	285,24
Lecco	322.150	6	12	23.468	43.246	66.714	72,85	134,24	207,09
Lodi	209.129	8	13	23.510	73.532	97.042	112,42	351,61	464,03
Mantova	390.957	11	22	34.380	99.629	134.009	87,94	254,83	342,77
Milano	3.839.216	58	159	264.370	950.511	1.214.881	68,86	247,58	316,44
Pavia	510.505	9	21	43.835	110.152	153.987	85,87	215,77	301,64
Sondrio	179.089	5	8	11.076	34.328	45.404	61,85	191,68	253,53
Varese	843.250	11	39	61.366	161.458	222.824	72,77	191,47	264,24
Regione Lombardia	9.393.092	179	444	749.852	2.308.084	3.057.936	79,83	245,72	325,55

Tab. 08 – Grandi superfici di vendita e loro densità in Lombardia al 30 giugno 2005 (fonte: Regione Lombardia – Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008)

La **Figura 04** rappresenta la densità delle superfici di vendita delle grandi strutture di livello provinciale, con il valore medio regionale che si attesta a 325 mq/1.000 residenti.

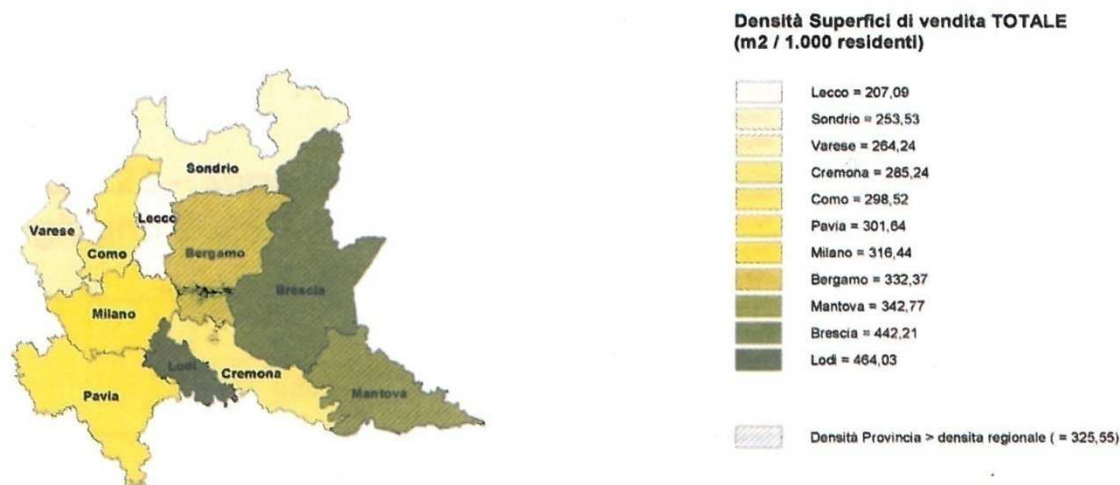


Fig. 04 – Densità superfici di vendita a livello provinciale delle grandi strutture di vendita al 30 giugno 2005 (fonte: Regione Lombardia - Piano Triennale 2006-2008)

3.2.3. Le reti specializzate

Un ultimo accenno a quelle reti e a quei canali di vendita che sono visti come complementari rispetto al dettaglio tradizionale o alle forme più strutturate di grande distribuzione, che rivestono oggi un ruolo crescente ed importante nel sistema distributivo. Ci si riferisce innanzitutto al commercio su aree pubbliche, che sta vivendo una profonda trasformazione in questi anni, ma anche agli altri canali di vendita non in sede fissa che richiedono attenzione, pur essendo sostanzialmente di nicchia.

Inoltre, un riferimento a fenomeni di assoluto rilievo come quello dei centri commerciali naturali e quello di altre tipologie, come le reti di impresa ed il comparto della distribuzione intermedia.

Il commercio su aree pubbliche

La Lombardia ha una lunga e florida tradizione di attività commerciali su aree pubbliche. Tale canale di vendita si è rivelato negli ultimi anni una risorsa importante, soprattutto per alcune fasce di popolazione che, per età, capacità di consumo o area di residenza, la preferiscono o la trovano più accessibile di altre.

Al 30 giugno 2005²⁴, le imprese di ambulante a posteggio fisso in Lombardia sono quasi 13mila (di cui 3.619 nel settore alimentare), a cui si aggiungono 5.864 operatori (di cui 1.065 nell'alimentare) con licenza di commercio itinerante.

Gli addetti al commercio su aree pubbliche registrati in Lombardia sono, secondo i dati ISTAT del censimento 2001, oltre 18mila.

La rete dei mercati è capillare ed imponente, ed integra significativamente l'offerta sul territorio del dettaglio in sede fissa. A giugno 2005 vi erano in Lombardia 1.406 mercati (di cui 367 in provincia di Milano), con 62.331 posteggi (di cui 27.645 nel milanese) e la

²⁴ Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio del commercio del Ministero delle Attività produttive.

superficie autorizzata ammonta in totale a 1.826.486 mq, di cui circa il 37% nella provincia milanese.

I centri commerciali naturali

La Lombardia, come gran parte del territorio italiano, è anche ricchissima di centri commerciali naturali; una aggregazione spontanea di esercizi commerciali al dettaglio può essere identificata come centro commerciale naturale se:

- dispone di un numero di esercizi e di una superficie di vendita complessiva superiori a predefinite soglie minime;
- offre una gamma di prodotti sufficientemente articolata;
- è integrata da attività di somministrazione;
- è integrata da attività di servizio;
- è concentrata nello spazio, identificabile sotto il profilo urbanistico;
- è percepita come sistema unitario dai consumatori e dai visitatori.

Se si considera che gran parte dei centri storici delle città lombarde capoluogo di provincia e non solo, hanno addensamenti commerciali che si possono configurare come potenziale attrattore di flussi commerciali, si comprende quale patrimonio da scoprire vi sia nel cuore delle città lombarde. In proposito, si può ricordare che in Lombardia vi sono, oltre ai 12 Comuni capoluogo di provincia, ben 35 Comuni con popolazione superiore a 25mila abitanti, soglia a partire dalla quale, in genere, gli studiosi di *town center management* partono per la proposizione di progetti organici di sviluppo delle funzioni attrattive proprie di un centro commerciale naturale. Tuttavia non si può dimenticare l'esistenza di una rete commerciale legata alla storia e alle tradizioni dei nostri territori all'interno dei centri cittadini di media dimensione, con popolazione compresa tra 10.000 e 25.000 abitanti.

Altre formule distributive specializzate

Per concludere alcuni brevi riferimenti ad altre formule distributive specializzate, quali i canali speciali di vendita, la distribuzione intermedia e il commercio all'ingrosso, il franchising.

Va innanzitutto ricordato lo straordinario sviluppo degli spacci aziendali, o outlet secondo una espressione anglosassone. Un canale di vendita corto a cui ricorrono sempre più frequentemente le imprese manifatturiere di beni di consumo, in Lombardia come nel resto d'Europa. La ricerca del prezzo più vantaggioso da parte di una fascia sempre più ampia di consumatori, l'adozione della vendita diretta come vera e propria componente della strategia aziendale da parte di molte imprese manifatturiere, hanno portato ad un vero e proprio boom di questo canale che esiste da sempre, ma che non aveva mai avuto tale notorietà e diffusione. A tale fenomeno va associata anche la nascita dei già citati *Factory Outlet Center*, che costituiscono la frontiera dello spaccio come formato di vendita.

Un altro, antico canale distributivo è rappresentato dalle vendite per corrispondenza, a cui più di recente si sono affiancate le attività di televendita o di vendita via internet, le cui imprese, secondo i dati dell'Osservatorio del Commercio ministeriali, assommavano nel giugno 2005 a 1.012 in Lombardia, di cui 604 in provincia di Milano. Il censimento ISTAT 2001, fornisce il dato di 2.270 addetti per questo comparto in Lombardia, con un addensamento di 1.758 in provincia di Milano, pari al 77%.

Tra i canali speciali di vendita troviamo anche la vendita a domicilio che, secondo i dati del Ministero delle Attività Produttive, contava 846 unità locali in Lombardia, con una ripartizione assai più distribuita sul territorio rispetto ai precedenti: 274 imprese in

provincia di Milano, 165 in provincia di Bergamo, 113 a Brescia, 86 a Varese, etc. Anche il dato sugli addetti è quello censuario, che indica in un migliaio gli addetti del comparto. Un altro settore che ha vissuto una certa crescita anche grazie all'espansione delle attività terziarie, è stato quello delle vendite tramite distributori automatici, che conta 362 unità locali al giugno 2005, dei quali la metà esatta in provincia di Milano. Gli addetti, secondo il censimento 2001, erano 1.945.

Il comparto della cosiddetta distribuzione intermedia, fascia della filiera che si colloca appunto tra la produzione e il dettaglio, assume un rilievo particolare nel sistema distributivo lombardo²⁵.

Il dato riportato dall'Osservatorio del commercio del ministero per gli esercizi all'ingrosso al 30 giugno 2005, indica poco più di 56.000 addetti e l'esistenza di 41.831 unità locali in Lombardia, 21mila delle quali in provincia di Milano, a conferma del ruolo che il polo milanese ha in questo settore. Seguono Brescia con 5.300 imprese, Bergamo con 3.400 e Varese con 2.900.

Il peso dell'ingrosso in senso tradizionale, è determinato da un insieme di oltre 30.000 imprese attive²⁶, di cui 4.000 nel solo comparto alimentare, con oltre 200.000 addetti. Un comparto imponente che, in termini di addetti, pesa per circa il 30% sul totale nazionale dell'ingrosso, quando invece nel dettaglio il peso della Lombardia è di poco superiore al 20%.

Al 30 giugno 2005 in Lombardia erano operative 49 Grandi strutture di vendita all'ingrosso per una superficie totale di 247.000 mq, di cui 8 strutture con superficie compresa tra 10mila e 15mila mq, 5 strutture con superficie compresa tra 5mila e 10mila, 27 strutture comprese tra 2.500 mq e 5.000 e 9 con superficie inferiore a 2.500 mq.

La distribuzione territoriale vede prevalere Brescia con 13 strutture, seguono Milano con 10, Bergamo con 5, Varese e Pavia con 4 ciascuna, Como, Cremona e Lecco con 3 ognuna, Lodi con 2 e Mantova e Sondrio 1 ciascuna.

La consistente funzione logistica e distributiva del territorio lombardo lascia prevedere che vi sarà un mantenimento e probabilmente una moderata crescita nel numero e nella dimensione di queste strutture di vendita, anche se la tendenza è verso una oculata razionalizzazione delle reti di stoccaggio e di approvvigionamento delle merci per i punti di vendita al dettaglio, che potrebbe incidere sulla rete delle grandi strutture all'ingrosso esistenti.

Il settore del franchising, vede in Lombardia al 2004 la presenza di 109 franchisor puramente commerciali censiti, erano 94 nel 2004, mentre gli affiliati (*franchisee*) sono 8.553, erano 6.706 sempre nel 2000, con un numero di addetti pari a 21.436, ed un incremento di poco inferiore a 5.000 unità rispetto al 2000. Sono tutti dati che rendono conto di una realtà certamente non predominante nel settore commerciale al dettaglio, ma che rendono testimonianza della grande vitalità e delle ulteriori potenzialità di crescita di questo canale.

²⁵ Nella definizione di distribuzione intermedia sono ricomprese almeno quattro diverse tipologie di attività, ciascuna con differenti caratteristiche, problematiche e prospettive di sviluppo:

- a) imprese di commercio all'ingrosso nel senso tradizionale del termine;
- b) imprese di commercio all'ingrosso operanti secondo le logiche del libero servizio e quindi della grande distribuzione organizzata (*cash & carry*, *gross market*, etc.);
- c) filiali commerciali di imprese di produzione italiane od estere;
- d) agenti commissionari, con o senza deposito, ed intermediari commerciali.

²⁶ Secondo i dati della banca dati ISTAT – ASIA Archivio Statistico Imprese Attive aggiornati al 2003.

3.3. Busto Arsizio, l'Asse del Sempione e il sistema commerciale esistente

Busto Arsizio costituisce con Gallarate e Legnano una “Grande Area Urbana” che si trova in posizione di “cerniera” tra le province di Varese e di Milano, non solo per la pura collocazione geografica, ma anche e soprattutto per la presenza di infrastrutture viarie di rango regionale e per l’offerta di servizi. La grande area urbana è crocevia tra tre poli di concentrazione di relazioni economiche di varia natura:

- Milano, polo di attrazione, di relazioni, di scambi multifunzionali di livello nazionale e internazionale (commercio, servizi commerciali, d'intrattenimento e culturali, occupazione, istruzione, funzioni residenziali e abitative);
- l'aeroporto di Malpensa, piattaforma di scambio intercontinentale
- la Fiera internazionale di Rho-Pero e, in previsione del 2015, le aree interessate da EXPO.

In merito alla distribuzione commerciale si segnala che l’area è interessata, da una concentrazione di popolazione capace di garantire un bacino d’utenza e dalla presenza di un sistema commerciale lineare di rilevanza metropolitana, e cioè l’asse del Sempione che, soprattutto a monte, ma anche all’interno del territorio in esame, è costellato da grandi insediamenti (Castellanza, Busto Arsizio, Gallarate per quanto riguarda le polarità prossime al territorio bustocco, Legnano, Nerviano e Rescaldina, per quanto riguarda quelle esterne in direzione Milano): lungo l’asse dell’autostrada dei Laghi, della linea ferroviaria Milano-Varese e della Strada Statale del Sempione, emerge, complessivamente, un quadro di presidio di insegna della media e grande distribuzione commerciale moderna e delle attività connesse al tempo libero, caratterizzato da una varietà di situazioni insediative.

Il sistema lineare è segnato da una grande polarità commerciale (Nerviano) e da un tessuto minuto di medie e piccole strutture di vendita, ha una specializzazione legate ad alcune particolari attività produttive presenti dell’area (tessile e calzature), ed è affiancato da una sufficiente offerta per il tempo libero (discoteche, esercizi pubblici, attrezzature ludico ricreative, ecc.).

Più recentemente sono state realizzate nuove grandi centralità, come, ad esempio, il centro commerciale e la multi-sala cinematografica di Cerro Maggiore, il centro commerciale di Rescaldina, che si affiancano a quelli già presenti in Legnano e analogamente a quanto sta avvenendo per altri assi commerciali lineari dell’area metropolitana milanese, integrano l’offerta dislocata lungo il Sempione.

A questo sistema di strutture di grandi dimensioni, si affianca il sistema di poli urbani in grado di garantire un’offerta di carattere “urbano”, ovvero con una prevalenza di strutture e di negozi di medi e piccole dimensioni: Busto Arsizio è la città che maggiormente è in grado di offrire questo tipo di servizio, cui si affiancano anche i poli di Legnano e Gallarate.

Con uno sguardo che travalica i confini provinciali, si individua la formazione di un sistema trasversale (in cui è leggibile anche un effetto atteso della realizzazione dell’asse viabilistico pedemontano) a cui si possono associare i comuni di Legnano, Rescaldina e Saronno, con la presenza di grandi superfici.

A sud della direttrice del Sempione, si sviluppano altre concentrazioni di medie e talvolta grandi strutture, spesso in comuni di dimensione piccola e medio-piccola, come Inveruno e Buscate, o la sequenza tra Castano Primo e Turbigo. Anche a sud dell’autostrada Milano-Torino una sequenza discontinua di medie e grandi superfici accompagna il

tracciato della strada per Magenta, nel cui comune si registra una notevole e articolata concentrazione dell'offerta.

Per ciò che riguarda la diffusione delle medie strutture di vendita, l'area nel suo complesso conta un numero significativo ed una presenza diffusa sul territorio di punti di vendita: la geografia, da un lato, segue con un certo rigore le principali direttrici infrastrutturali, dall'altro, si posiziona nei tessuti urbani semi centrali ed esterni dei nuclei urbani maggiori (Busto Arsizio, Gallarate, Cassano Magnago, Olgiate Olona e Legnano), oppure a ridosso delle maggiori polarità commerciali (Solbiate Olona, Olgiate Olona, Vanzaghella, ma anche Nerviano, Cerro Maggiore, ecc.).

3.4. Busto Arsizio e il contesto territoriale di riferimento

3.4.1. La definizione degli ambiti di riferimento

Il sistema commerciale di Busto Arsizio si inserisce all'interno della rete distributiva di scala sovralocale, che interessa comuni delle province di Milano e Varese, collocati lungo l'asse Milano - aeroporto di Malpensa.

Sono stati individuati, oltre al comune di Busto Arsizio, due diversi ambiti territoriali di riferimento:

- AMBITO 1, ambito di "prima prossimità" costituito da comuni contermini a quello di Busto Arsizio, che comprende 11 comuni, direttamente confinanti con il territorio bustocco, di cui 4 della provincia di Milano e 7 di quella di Varese;
- AMBITO 2, ambito di "seconda prossimità", costituito da comuni che intrattengono relazioni, favorite dal sistema delle infrastrutture esistenti, che comprende 35 comuni, di cui 17 della provincia di Milano e 18 della provincia di Varese.

Città di Busto Arsizio

Popolazione residente pari a 82.063 abitanti al 31 dicembre 2011.

Ambito di prima prossimità (Ambito 1)

Popolazione residente appartenente al bacino primario pari a 210.189 abitanti²⁷ e comprendente i seguenti comuni:

- Provincia di Milano: Dairago, Legnano, Magnago, Vanzaghella;
- Provincia di Varese: Cassano Magnago, Castellanza, Fagnano Olona, Gallarate, Olgiate Olona, Samarate e Solbiate Olona.

Ambito di seconda prossimità (Ambito 2)

Popolazione residente dell'ambito di riferimento territoriale più ampio pari a 299.444 abitanti e comprende i seguenti comuni:

- Provincia di Milano: Arconate, Arluno, Buscate, Busto Garolfo, Canegrate, Casorezzo, Castano Primo, Cerro Maggiore, Nerviano, Nosate, Parabiago, Rescaldina, Robecchetto con Induno, San Giorgio su Legnano, San Vittore Olona, Turbigo e Villa Cortese;

²⁷ Dato ISTAT aggiornato al 31 dicembre 2011.

- Provincia di Varese: Arsago Seprio, Besnate, Cairate, Cardano al Campo, Carnago, Casorate Sempione, Cavarina con Premezzo, Ferno, Golasecca, Gorla Maggiore, Gorla Minore, Jerago con Orago, Lonate Pozzolo, Marnate, Oggiona Santo Stefano, Somma Lombardo, Vergiate e Vizzola Ticino.

Attraverso le informazioni dell'Osservatorio Regionale del Commercio, utilizzando i dati aggiornati al 30 giugno 2011, è stato possibile definire l'attuale offerta commerciale complessiva esistente sul territorio, articolata rispetto alla merceologia (alimentare, non alimentare e, solo per quanto riguarda gli esercizi di vicinato, generi misti) e alla formula distributiva, grande e media distribuzione, negozi di vicinato, suddivisa per diversi livelli territoriali: regionale, provinciale (Varese e Milano), sovralocale (area dei comuni contermini e ambito di livello esteso) e comunale (Busto Arsizio).

L'**Allegato 01** riassume le dinamiche in atto nei diversi ambiti considerati durante il periodo 2003/2011, mentre l'**Allegato 02** riporta i dati relativi ai singoli punti di vendita della rete commerciale della distribuzione organizzata e dei negozi di vicinato dei comuni che fanno parte dei due ambiti di riferimento di livello sovralocale al 30 giugno 2011.

3.4.2. La rete distributiva del contesto sovralocale

Grande distribuzione

La presenza commerciale si articola sul territorio, sia in termini di tipologie distributive, sia in termini di merceologie. La grande distribuzione è presente con un numero ridotto di punti di vendita a Busto Arsizio, ed in misura ben più rilevante nell'ambito dell'area contermini, con ben sette strutture localizzate a Gallarate, sei a Legnano, due a Castellanza, Olgiate Olona, Solbiate Olona e Vanzaghella, cui si aggiungono altri 11 punti di vendita nell'ambito territoriale di riferimento più esteso.

Entrando nel merito dei settori merceologici, si evidenzia come la dotazione di grandi superfici nell'ambito prossimo a Busto Arsizio, sia maggiormente composta dal settore non alimentare (371,4mqv/1.000 ab.), a cui è possibile attribuire l'attestazione più alta rispetto alla regione (292,4 mqv/1.000 ab.), alla provincia di Varese (235,1) e all'ambito esteso (216,2 mqv/1.000 ab.).

Anche per il settore alimentare, la dotazione dell'ambito ristretto (222,2 mq/1.000 ab.) risulta superiore a tutti gli ambiti considerati, segue il dato provinciale (145,5), mentre il valore più basso si registra nell'ambito esteso (57,6).

Decisamente più bassi, rispetto a tutti i contesti territoriali considerati, sono i livelli di servizio della città di Busto Arsizio: il rapporto abitanti/punti di vendita è pari a 27.354 abitanti per ogni grande struttura di vendita e il rapporto superficie/abitanti registra un valore di 177,3 mqv/1.000 abitanti.

Le tabelle successive, **Tabella 09** relativa alla presenza della grande distribuzione organizzata in termini di superficie di vendita e di punti di vendita, **Tabella 10** relativa alla superficie di vendita dei generi alimentari e **Tabella 11** relativa alla superficie dei generi non alimentari, rappresentano l'attuale presenza delle strutture commerciali di grandi dimensioni.

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	3.702.518	278.888	124.775	81.986	206.761	14.550
N° punti di vendita (n°pdv)	475	48	21	11	32	3

Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Abitanti/n° pdv	20.422	18.161	10.009	27.222	15.926	27.354
Mqv/1.000 abitan.	381,67	319,93	593,63	273,79	405,71	177,30

Tab. 09 – Strutture della Grande Distribuzione Organizzata (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	1.280.318	126.813	46.704	17.245	63.949	2.320
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	131,98	145,48	222,20	57,59	125,48	28,27

Tab. 10 – Strutture della Grande Distribuzione Organizzata: Generi Alimentari (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	2.836.480	204.934	78.071	64.741	142.812	12.230
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	292,39	235,10	371,43	216,20	280,23	149,03

Tab. 11 – Strutture della Grande Distribuzione Organizzata: Generi Non Alimentari (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Media distribuzione

Per quanto riguarda la presenza di medie strutture di vendita, a Busto Arsizio sono presenti 32 punti di vendita. Il livello di servizio offerto ai residenti di Busto Arsizio (291,2mqv/1.000 ab.) è decisamente inferiore rispetto alle altre realtà considerate. Situazione che viene confermata anche nella disaggregazione per generi non alimentari (169,7), mentre si registra una buona dotazione per i generi alimentari (131,4), inferiore solamente alla dotazione di superfici per l'ambito di prima prossimità.

Rispetto al contesto di livello sovracomunale, la migliore dotazione viene fornita dall'ambito territoriale prossimo a Busto Arsizio, che presenta una migliore dotazione complessiva (854,0mqv/1.000 ab.), segue la provincia di Varese (565,1 mqv/1.000 ab.), la dotazione regionale (540,6 mqv/1.000 ab.) e, infine, l'ambito più esteso (485,7mqv/1.000 ab.).

I livelli di dotazione vengono confermati anche per ciò che riguarda la disaggregazione rispetto ai generi non alimentari, mentre per quanto riguarda i generi alimentari Busto Arsizio registra livelli di dotazione superiore a quelli dell'ambito di riferimento esteso e vicini a quelli regionali (127,1mqv/1.000 ab. per Busto Arsizio, 132 per Regione Lombardia e 120,9 per l'ambito 2).

Anche in questo caso, le tabelle successive, **Tabella 12** relativa alla presenza della media distribuzione organizzata in termini di superficie di vendita e di punti di vendita, **Tabella 13** relativa alla superficie di vendita dei generi alimentari e **Tabella 14** relativa alla superficie dei generi non alimentari, rappresentano l'attuale presenza delle strutture commerciali di medie dimensioni.

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	5.244.099	492.554	179.510	145.440	324.950	23.901
N° punti di vendita (n°pdv)	8.082	746	207	205	412	32
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Abitanti/n° pdv	1.200	1.169	1.015	1.461	1.237	2.564
Mqv/1.000 abitan.	540,58	565,05	854,04	485,70	637,62	291,25

Tab. 12 – Strutture della Media Distribuzione Organizzata (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	1.280.318	126.813	33.637	39.638	73.275	10.428
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	131,98	145,48	160,03	132,37	143,78	127,07

Tab. 13 – Strutture della Media Distribuzione Organizzata: Generi Alimentari
(fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	3.963.781	365.741	145.873	105.802	251.675	13.473
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	408,60	419,57	694,01	353,33	493,84	164,18

Tab. 14 – Strutture della Media Distribuzione Organizzata: Generi Non Alimentari
(fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Negozi di vicinato

L'ultimo livello di articolazione della rete commerciale è quello relativo ai negozi di vicinato: al 30 giugno 2011, secondo i dati dell'Osservatorio Regionale a Busto Arsizio sono presenti 1.136 punti di vendita di dimensioni uguali o inferiori a 250 mqv, per una superficie complessiva di 80.319mqv.

La dotazione di Busto Arsizio, poco meno di 1.000 mq di vendita ogni 1.000 abitanti, è superiore rispetto a quella complessiva regionale (736,2mqv/1000 ab.), della provincia di Varese (711,6mqv/1.000 ab.), ma è anche superiore a quella dei due ambiti di livello sovracomunale, 827,2 per l'ambito prossimo a Busto Arsizio e 435,5 per l'ambito più esteso: ciò significa che i residenti dispongono di livelli di servizio superiori rispetto ai diversi contesti territoriali esaminati.

L'esame delle diverse tipologie merceologiche conferma la dinamica rilevata rispetto al totale degli esercizi di vicinato.

Busto Arsizio presenta la migliore dotazione per i generi alimentari (108,6mqv/1.000 ab.), per i generi non alimentari (804,5 mqv/1.000 ab.); per quanto riguarda i generi misti registra una dotazione di 65,7mqv/1.000 ab., superata solamente dalla dotazione dei comuni contermini (85 mqv/1.000 ab.).

Le tabelle successive, **Tabella 15** relativa alla presenza dei negozi di vicinato in termini di superficie di vendita e di punti di vendita, **Tabella 16** relativa alla superficie di vendita dei generi alimentari, **Tabella 17** relativa alla superficie dei generi non alimentari e **Tabella 18** relativa alle superfici dei generi misti, rappresentano l'attuale presenza degli esercizi di vicinato nei territori considerati.

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	7.141.549	620.281	173.863	130.419	304.282	80.319
N° punti di vendita (n° pdv)	113.725	9.680	2.589	2.288	4.877	1.136
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Abitanti/n° pdv	85	90	81	131	104	72
Mqv/1.000 abitan.	736,18	711,57	827,17	435,54	597,06	978,75

Tab. 15 – Strutture dei negozi di vicinato (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	890.672	71.529	17.056	21.577	38.633	8.911
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	91,81	82,06	81,15	72,06	75,81	108,59

Tab. 16 – Strutture dei negozi di vicinato: Generi Alimentari
(fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	5.663.891	506.398	138.951	98.345	237.296	66.017
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	583,85	580,93	661,08	328,43	465,62	804,47

Tab. 17 – Strutture dei negozi di vicinato: Generi Non Alimentari
(fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	586.986	42.354	17.856	10.497	28.353	5.391
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Mqv/1.000 abitan.	60,51	48,59	84,95	35,05	55,63	65,69

Tab. 18 – Strutture dei negozi di vicinato: Generi Misti
(fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Distribuzione organizzata totale

La dotazione di strutture commerciali evidenziata in precedenza per le diverse tipologie e formule distributive, come illustrato nella **Tabella 19**, a livello complessivo registra per Busto Arsizio il miglior livello di servizio, in termini di rapporto n° punti di vendita per abitanti, 70 abitanti per ciascun punto, mentre registra una dotazione decisamente inferiore per quanto riguarda la dotazione di spazi, in termini di mq ogni 1.000 abitanti, ovvero 1.447 mq di vendita ogni 1.000 abitanti. I migliori livelli di servizio si registrano nell'area di riferimento prossima a Busto Arsizio, sia per quanto riguarda il rapporto tra superficie di vendita e abitanti (2.275 mq ogni 1.000 abitanti) e sia per quanto riguarda il rapporto tra abitanti e punti di vendita (75 abitanti per ogni punto di vendita, dotazione inferiore solo a quella di Busto).

Si collocano in posizione intermedia i livelli di servizio registrati dall'intero territorio regionale e da quello provinciale.

E' evidente che per quanto riguarda l'intero settore commerciale, i livelli prestazionali della città di Busto Arsizio scontano i valori decisamente inferiori, rispetto agli ambiti territoriali considerati, che si registrano per le medie e grandi strutture di vendita.

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	16.088.166	1.391.723	478.148	357.845	835.993	118.770
N° punti di vendita (n°pdv)	122.282	10.474	2.817	2.504	5.321	1.171
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Abitanti/n° pdv	79	83	75	120	96	70
Mqv/1.000 abitan.	1.658,42	1.596,55	2.274,85	1.195,03	1.640,38	1.447,30

Tab. 19 – Strutture commerciali (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

Infine, la **Tabella 20** riporta i dati relativi alla rete commerciale organizzativa rappresentata dalle grandi e medie strutture di vendita, che conferma per Busto Arsizio livelli di servizio (n° punti di vendita/abitanti) e dotazioni di spazi commerciali (mqv/1.000 abitanti) decisamente inferiori a quelli degli ambiti considerati.

Viceversa, i migliori livelli di servizio e dotazioni di spazi commerciali si registrano nell'area circostante (922 abitanti per punto di vendita e quasi 1450 mqv ogni 1.000 abitanti).

Ambito territoriale	Regione Lombardia	Provincia di Varese	Ambito 1	Ambito 2	Ambito 1 +Ambito 2	Busto Arsizio
Superficie di vendita (mqv)	8.946.617	771.442	304.285	227.426	531.711	38.451
N° punti di vendita (n°pdv)	8.557	794	228	216	444	35
Abitanti residenti al 31/12/2011	9.700.881	871.705	210.189	299.444	509.633	82.063
Abitanti/n° pdv	1.134	1.098	922	1.386	1.148	2.345
Mqv/1.000 abitan.	922,25	884,98	1.447,67	759,49	1.043,32	468,55

Tab. 20 – Rete commerciale organizzata – GDV+MSV (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio, dati aggiornati al 30 giugno 2011, Regione Lombardia)

3.4.3. Dinamiche e tendenze in atto. Confronto 1998-2011

E' possibile fornire una lettura delle diverse dinamiche che hanno in atto nel territorio nord-ovest della Lombardia, Busto Arsizio, comuni contermini e bacino di riferimento, sulla base di due diverse letture diacroniche:

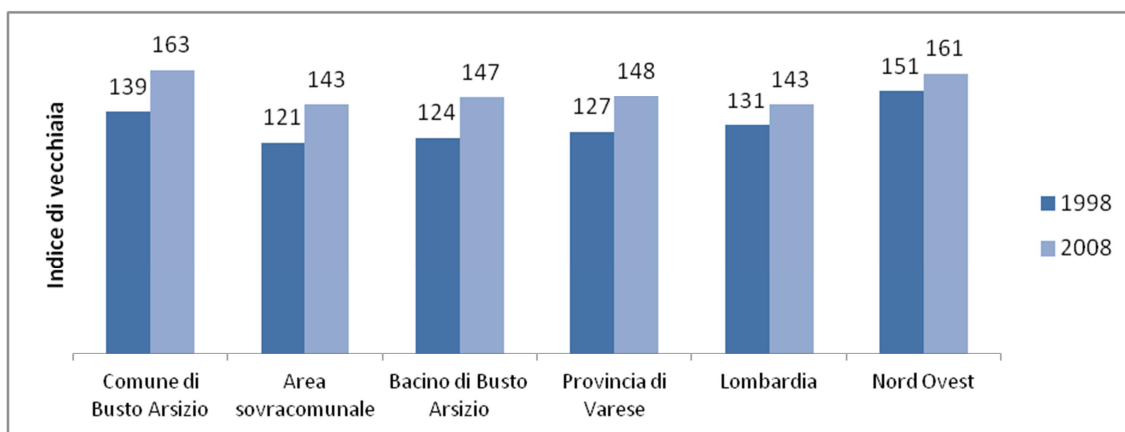
- una per il periodo 1998/2008, rintracciabile all'interno dello studio *“Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”*, redatto da TradeLab per il Comune di Busto Arsizio, nel 2009;
- una seconda per il periodo 2003/2011 attraverso la lettura in sequenza dei dati disponibili all'interno dell'Osservatorio Regionale del Commercio e riportati con modalità disaggregate alla base comunale all'interno dell'Allegato 01 e dell'Allegato 02 alla presente relazione.

3.4.3.1. Periodo 1998/2008

L'analisi della domanda e dell'offerta dell'area sovracomunale, definito dallo studio come “Bacino di Busto Arsizio”²⁸, evidenzia alcuni elementi di rilievo.

In primo luogo va sottolineata la dinamica positiva della domanda: tra il 1998 e il 2008 la popolazione residente nell'area sovracomunale è aumentata del 7,9%, variazione allineata a quella registrata dalla Regione Lombardia, superiore a quella delle altre aree di confronto considerate (Nord-Ovest +6,0%, provincia di Varese +7,2% e Busto Arsizio +6,2%).

In termini di composizione della popolazione, le ridotte dimensioni dei nuclei familiari e il crescente peso della fascia “senior” (attestata dall'evoluzione dell'indice di vecchiaia, **Grafico 01**), tendono a produrre un incremento della domanda di servizi a elevato valore aggiunto e di servizi di vicinato che generalmente premia la comodità di accesso all'offerta commerciale.



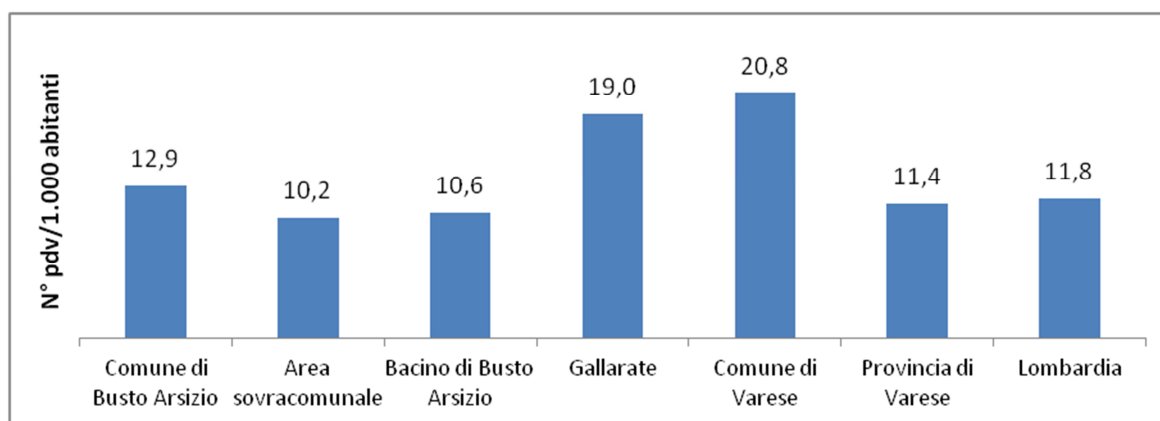
Graf. 01 – Indice di vecchiaia per area geografica – Periodo 1998-2008

(fonte: Comune di Busto Arsizio, *“Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”*, a cura di TradeLab, 2009)

Dall'analisi condotta su sistema di offerta commerciale di Busto Arsizio e dell'area sovracomunale è possibile trarre le seguenti considerazioni:

²⁸ Comprende, oltre a Busto Arsizio, 28 comuni contermini. Rispetto agli ambiti individuati dal presente studio, sono compresi tutti gli 11 comuni dell'ambito ristretto (Ambito 1) e 17 comuni dell'ambito allargato (Ambito 2).

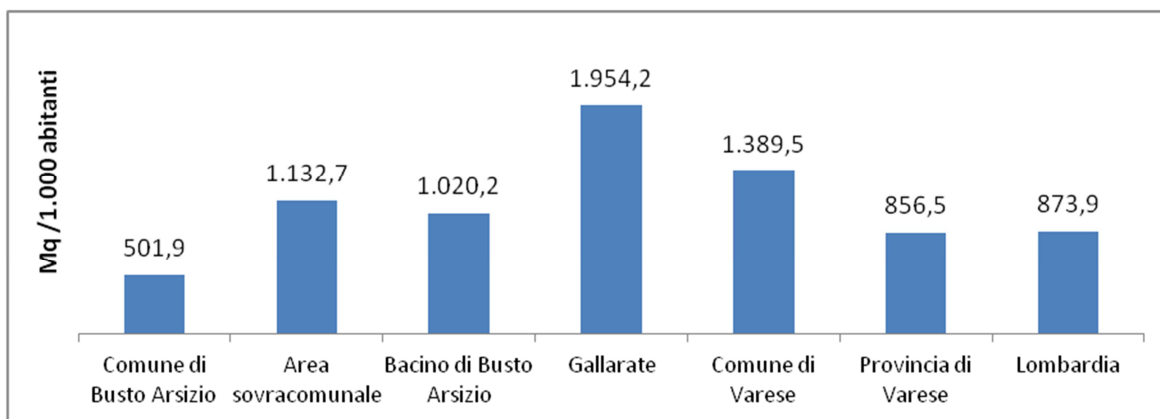
- la rete distributiva di Busto Arsizio si caratterizza per la buona presenza di esercizi di vicinato e per la carenza di attrattori commerciali di medio-grandi dimensioni. Questa prima evidenza illustra una situazione che si compone di letture di segno opposto: da un lato, è il segnale di una certa capacità di tenuta dell'offerta di prossimità; dall'altro, rappresenta un potenziale rischio per la competitività dell'offerta commerciale comunale nel suo complesso. Infatti, evidenziandosi una carenza di attrattori commerciali di medio-grandi dimensioni all'interno dell'area comunale, oltre a presentare un minor livello di servizio (quanto meno in termini di varietà di format distributivi), determina importanti fenomeni di evasione dei consumi al di fuori dell'area comunale verso altri comuni, sia appartenenti al bacino (come Gallarate e Legnano), che nel complesso risulta in attrazione, sia esterni (Varese e Milano);
- in particolare, il confronto della dotazione complessiva di punti di vendita di Busto Arsizio e quella delle città più prossime geograficamente e per dimensioni, che rappresentano anche i principali concorrenti, mostra una situazione di non proporzionalità rispetto alla domanda. La rete di Busto Arsizio si colloca, infatti, a livello intermedio tra quella di Varese e quella di Gallarate, benché la popolazione della città sia sostanzialmente identica a quella del capoluogo e del 60% circa superiore a quella di Gallarate. Ne risulta un dato di densità commerciale superiore ai valori medi provinciali e regionali, ma inferiore a quello di Varese e Gallarate (**Grafico 02**), confermando il rischio di minore competitività.



Graf. 02 – Densità del commercio in sede fissa – Esercizi di vicinato per 1.000 abitanti – 2008 (fonte: Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009)

- il rischio di minor competitività dell'offerta commerciale di Busto Arsizio, almeno sotto l'aspetto quantitativo, è rafforzato dall'analisi delle formule distributive moderne (**Grafico 03**). L'analisi comparativa della dotazione di medie e grandi superfici evidenzia come la rete di Busto Arsizio sia meno dotata, sia rispetto ai valori medi regionale e provinciale (circa la metà), sia rispetto alle due città di riferimento territoriale (circa un terzo rispetto a Varese e addirittura un quinto rispetto a Gallarate). Tale divario è meno consistente per quanto riguarda la somma delle superfici alimentari, mentre è nel comparto non alimentare che si evidenzia in modo netto la distanza della quantità di offerta tra Busto Arsizio e gli altri poli urbani provinciali. Se per il commercio di prodotti alimentari la propensione allo spostamento da parte dei consumatori è ridotta e quindi le imprese commerciali tendono a localizzarsi in prossimità della domanda, subendo in modo meno accentuato la competizione da parte di poli di aggregazione commerciale esterni

(centri commerciali pianificati extraurbani e altri centri commerciali urbani), nel caso dei prodotti non alimentari la trasferta per lo shopping è non solo meno disincentivante, ma anzi può essere considerata in alcuni casi una dimensione di *entertainment* (si pensi alle spedizioni d'acquisto per spacci aziendali, *factory outlet center* e centri commerciali esterni, di cui è ricco il territorio circostante a Busto Arsizio e che porta anche località in Piemonte, oltre Ticino, ad essere potenziali concorrenti dell'offerta commerciale della città). E' proprio la vicina Gallarate l'area che presenta proporzionalmente la dotazione commerciale maggiore. Ciò significa per le imprese commerciali di Busto Arsizio un fattore di rischio di evasione dei consumi ancora più forte.



Graf. 03 – Dotazione del commercio in sede fissa – Mq di medie e grandi strutture per 1.000 abitanti – 2008 (fonte: Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l’adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009)

- Il bacino nel suo complesso, così come l'area sovracomunale presenta, invece, una situazione opposta rispetto a quella di Busto Arsizio, caratterizzandosi per un generale sottodimensionamento di esercizi di vicinato e sovradimensionamento di servizi commerciali moderni. L'indicatore di densità che misura il numero di esercizi di vicinato ogni 1.000 abitanti, evidenzia per il bacino di Busto Arsizio una scarsa presenza di tale tipologia distributiva, rispetto alla provincia e alla regione: il gap di offerta, che riguarda prevalentemente il comparto non alimentare, varia tra 360 e 550 punti di vendita, nei confronti della provincia di Varese e della regione Lombardia.
- Per quanto riguarda la rete al dettaglio in sede fissa dell'area sovracomunale, al 2008 risulta caratterizzata da una netta prevalenza di esercizi di vicinato che rappresentano il 91,2% dell'offerta. Tra il 2003 e il 2008, la rete distributiva di più piccole dimensioni è leggermente aumentata (+2,4%), mentre le medie (+15,1%) e le grandi (+21,7%) superfici di vendita hanno registrato una variazione positiva più che proporzionale che ha portato inevitabilmente all'aumento del proprio peso sulla struttura della rete. Rispetto alle aree di confronto esiste un saldo negativo di offerta per gli esercizi di vicinato, mentre risulta un maggior livello di modernizzazione della rete di vendita.
- L'indicatore di dotazione delle medie e grandi strutture (mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti) conferma, invece, la maggiore presenza di formule distributive moderne del bacino rispetto alla provincia e alla regione, sia nel comparto alimentare, sia in quello non alimentare. Nel primo si registrano 266 mq ogni 1.000 abitanti, contro 220 mq della provincia di Varese e 208 della Lombardia, mentre nel secondo si

registrano 754 mq ogni 1.000 abitanti, contro 637 mq della provincia di Varese e 666 della Lombardia.

- Sono le evidenti distanze in termini di dotazione commerciale rispetto agli standard provinciali e regionali, nonché rispetto al bacino e agli altri poli della provincia, che determinano per Busto Arsizio un potenziale di sviluppo da colmare nei prossimi anni. La ricerca di una maggiore competitività dell'offerta commerciale di Busto Arsizio comporterà, quindi, oltre a una modificazione strutturale della rete, anche la necessità di trovare nuovi equilibri funzionali e territoriali dal punto di vista della qualità e della varietà dell'offerta di servizi commerciali e non.
- Il confronto tra domanda e offerta commerciale nel comune di Busto Arsizio e nell'area sovracomunale fornisce un'ulteriore conferma del forte contesto competitivo in cui Busto Arsizio si trova ad operare: mentre il bacino è in grado di attrarre consumi, Busto Arsizio evidenzia importanti fenomeni di evasione dei consumi. La Tabella 21 riporta i consumi di Busto Arsizio, dell'area sovracomunale e del bacino nel suo complesso, per il comparto alimentare e per quello non alimentare.

	Totale consumi alimentari	Totale consumi non alimentari	Consumi totali
Busto Arsizio	194,9	280,2	475,1
Area sovracomunale	898,5	1.291,6	2.190,1
Bacino di Busto Arsizio	1.093,4	1.571,8	2.665,2

Tab. 21 – Consumi totali alimentari e non alimentari nel bacino (milioni di euro) – 2008 (fonte: *Comune di Busto Arsizio, "Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali", a cura di TradeLab, 2009*)

- Complessivamente nel bacino, nel comparto alimentare, il commercio moderno supermercati, superette, discount e la parte alimentare dei centri commerciali veicola 904,6 milioni di euro e il commercio tradizionale, che comprende gli esercizi di vicinato e gli operatori ambulanti, 319,4 milioni di euro. Considerata la dimensione complessiva della domanda (1.093,4 milioni di euro). Emergono fenomeni di attrazione dei consumi: 130,6 milioni di euro di acquisti di beni alimentari vengono effettuati da residenti esterni al bacino nei poli di offerta interni al bacino stesso (**Tabella 22**).

Con riferimento al comparto non alimentare, nel bacino il commercio moderno veicola 937,7 milioni di euro e il commercio tradizionale 673,9 milioni di euro. Considerata la dimensione complessiva della domanda (1.571,8 milioni di euro), i consumi attratti raggiungono 39,8 milioni di euro.

	Totale consumi	Totale fatturato	Totale consumi evasi (+) o attratti (-)
Consumi alimentari			
Busto Arsizio	194,9	130,7	+64,2
Area sovracomunale	898,5	1.093,3	-194,8
Bacino di Busto Arsizio	1.093,4	1.224,0	-130,6
Consumi non alimentari			
Busto Arsizio	280,2	221,2	+59,0
Area sovracomunale	1.291,6	1.390,4	-98,8
Bacino di Busto Arsizio	1.571,8	1.611,6	-39,8

Tab. 22 – Consumi alimentari e non alimentari evasi (+) o attratti (-) per area (milioni di euro) – 2008 (fonte: *Comune di Busto Arsizio, "Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali", a cura di TradeLab, 2009*)

- Ciò testimonia ulteriormente la necessità, per l'offerta commerciale di Busto Arsizio, di elevare la propria capacità di attrazione, di soddisfare e di fidelizzare la domanda, al fine di diventare un centro capace non solo di offrire i servizi di supporto alla popolazione residente, ma anche di attrarre consumatori dalle aree circostanti e dagli altri centri urbani, così come di soddisfare e stimolare la domanda di passaggio (turisti e viaggiatori). Con riferimento a quest'ultimo aspetto, Busto Arsizio si colloca infatti al centro di un'importante crocevia di tre poli di concentrazione di relazioni economiche di varia natura:
 - Milano, polo di attrazione, di relazioni, di scambio multifunzionale di livello nazionale e internazionale (commercio, servizi commerciali, di intrattenimento e culturali, occupazione, istruzione, funzioni residenziali);
 - l'aeroporto di Malpensa, piattaforma di scambio intercontinentale;
 - la nuova Fiera internazionale di Rho/Pero.
- La collocazione geografica di Busto Arsizio e il sistema di viabilità e della rete di trasporti entro cui si inserisce pongono le basi perché Busto Arsizio diventi il sistema urbano di riferimento di Malpensa, la prima “fermata di qualità” sulla via che dall'aeroporto porta al capoluogo lombardo, con le opportunità che ciò determina sul fronte commerciale e turistico, soprattutto se si pensa all'indotto che ruota intorno alla fiera di Rho-Pero e quello che sarà generato da EXPO2015 a Milano. Perché tali opportunità si concretizzino è però necessario che la città sviluppi un elevato livello di attrattività, altrimenti Busto Arsizio rischia di diventare una semplice fermata succursale della “metropolitana” di Milano, con la mancata attrazione nei confronti di chi vi transita e una maggiore facilità di evasione da parte di chi vi risiede.
- All'interno di questa visione, il commercio ha un ruolo strategico poiché, oltre a costituire un fattore di servizio ai residenti, costituisce uno dei fattori chiave per prevenire l'evasione dei cittadini verso altre città e nell'attrarre flussi di frequentatori (con il relativo indotto di spesa). Questo significa interpretare in modo multi-funzionale e multi-dimensionale il ruolo attuale e futuro della città, all'interno del territorio in cui è inserita, per garantire un'offerta integrata, capace di soddisfare i diversi target di fruitori e rispondere ad esigenze differenziate, dando così risposta a bisogni di natura funzionale, sia alla domanda di esperienza a valore aggiunto per il tempo libero. Si tratterà cioè di contendersi la domanda con altri poli di offerta sul piano delle risposte alle esigenze di prossimità, ma anche quelle di varietà, qualità e convenienza economica.

3.4.3.2. Periodo 2003/2011

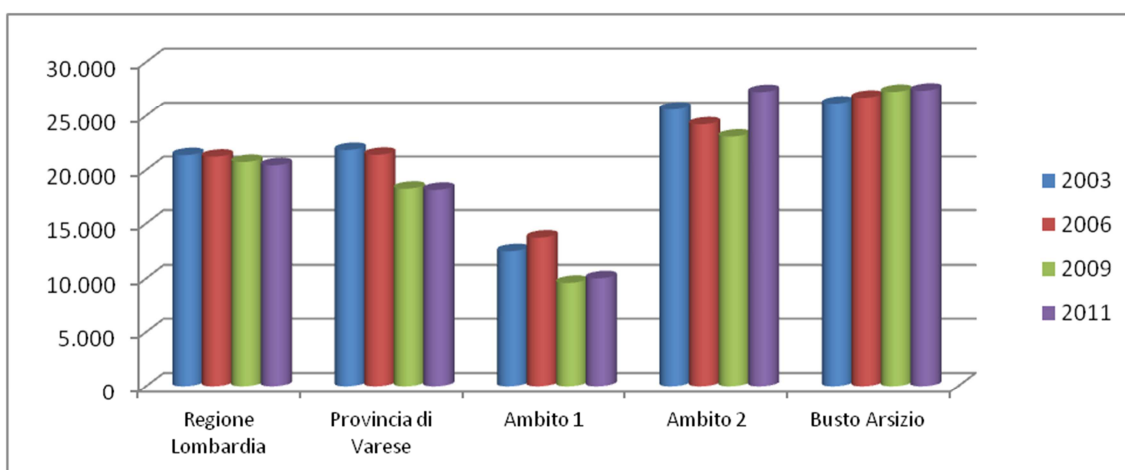
Grande distribuzione

La presenza di strutture e di superfici della grande distribuzione registra complessivamente un incremento della dotazione commerciale nel periodo 2003-2011, così articolata sul territorio:

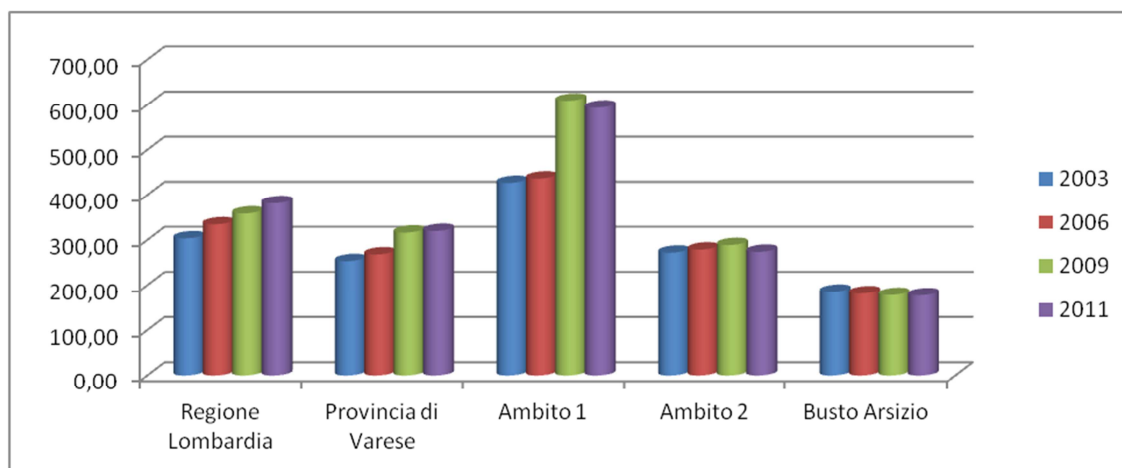
- a Busto Arsizio, il numero di punti di vendita e la superficie di vendita, sia dei generi alimentari che di quelli non alimentari, rimane invariata;
- il numero dei punti di vendita cresce di 5 unità nell'area prossima a Busto Arsizio (+31,2% dal 2003 al 2011), mentre rimane invariato nell'area estesa (11 unità);
- decisamente più significativo è l'incremento della superficie di vendita nell'area prossima a Busto Arsizio, che incrementa di poco meno di 40.000 mq (+ 46,5%), mentre più contenuto è l'incremento nell'area estesa (passa da 76.544 a 81.986 mq, con un incremento di poco superiore al 7%);

- per quanto riguarda le merceologie, in entrambi gli ambiti, vi è un maggiore incremento della superficie per la vendita di generi alimentari, rispetto ai non alimentari: nell'area prossima a Busto Arsizio, si registra un incremento di poco inferiore al 70% dei generi alimentari (+19.106 mq), a fronte di un incremento di poco superiore al 35% per quelli non alimentari (+20.475 mq); nell'area estesa, l'incremento è di poco inferiore al 23% per i generi alimentari (+ 3.215 mq) e del 3,6% per quelli non alimentari (+2.227 mq).

A fronte di questa dinamica, come rappresentato nel **Grafico 04** e **Grafico 05**, i livelli di servizio nel rapporto punti di vendita/popolazione e superficie di vendita/abitanti registrano una riduzione dei livelli di servizio a Busto Arsizio (27.148 abitanti per punto di vendita nel 2003 e 27.355 nel 2011, 185,48 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 e 177,30 mq/1000 ab. nel 2011), un miglioramento dei livelli di servizio nell'area prossima a Busto Arsizio (12.473 abitanti per punto di vendita nel 2003 e 10.089 nel 2011, 426,90 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 e 593,63 mq/1000 ab. nel 2011), mentre per quanto riguarda l'area estesa si registra un miglioramento dei livelli di servizio per quanto riguarda la superficie di vendita (271,91 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 e 273,79 mq/1000 abitanti nel 2011), ed un peggioramento nel rapporto abitanti/punti di vendita (25.591 abitati per punto di vendita nel 2003, che diventano 27.222 nel 2011).



Graf. 04 – Densità delle strutture commerciali – Abitanti/n° pdv GSV – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)



Graf. 05 – Dotazione strutture commerciali – Mq GSV/1.000 abitanti – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)

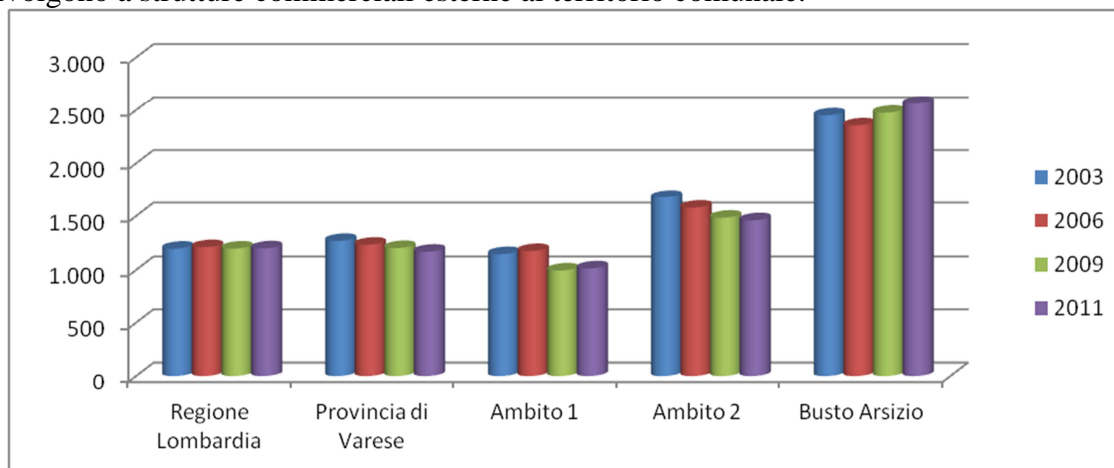
Media distribuzione

La presenza di strutture della media distribuzione registra un incremento della superficie di vendita, una stabilità del numero di esercizi commerciali a Busto Arsizio e significativi livelli di incremento nel bacino di riferimento durante il periodo 2003-2011, così articolata:

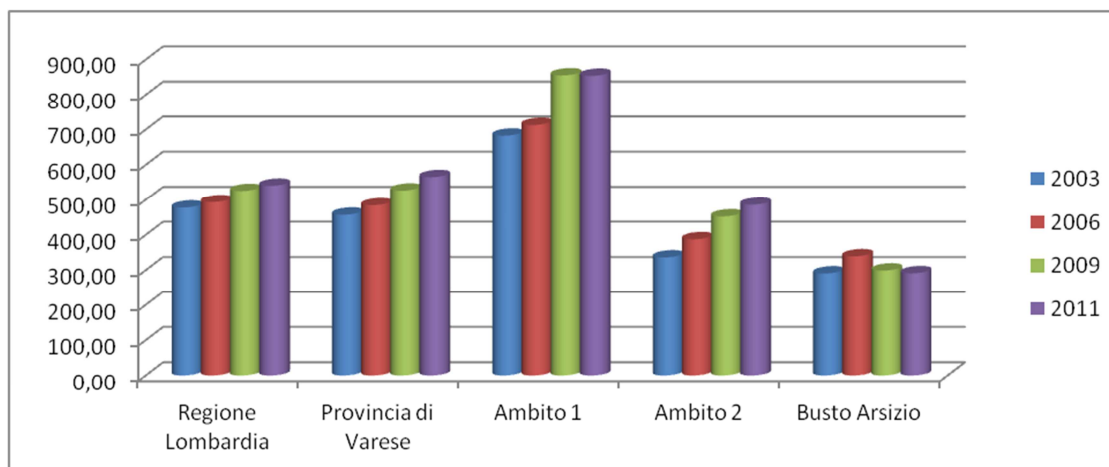
- a Busto Arsizio, il numero di punti di vendita rimane invariato a 32, mentre la superficie di vendita registra un incremento di poco superiore a 1.000 mq (+4,8% rispetto al 2003), risultato di un aumento della superficie di vendita di generi alimentari (+2.497 mq) e di una riduzione di quella di generi non alimentari (-1.396 mq, pari);
- il numero dei punti di vendita registra un incremento nell'area prossima a Busto Arsizio (passa da 174 a 209, +19%), ancora più deciso è l'incremento nel bacino di riferimento (da 168 a 205, +22,2%);
- la superficie di vendita registra un incremento nell'area prossima a Busto Arsizio (da 136.199 mq a 179.510, +31,8%), ancora più marcato è l'incremento nell'area estesa (da 94.564 a 145.440 mq, +53,8%);
- per quanto riguarda le merceologie, nell'area ristretta la superficie alimentare incrementa di 2.166 mq (+6,9%) e quella non alimentare di 41.145 mq (+39,3%), mentre nell'area estesa la superficie alimentare aumenta di 14.141 mq (+55,5%), mentre quella non alimentare aumenta di 36.735 mq (+53,2%).

A fronte di questa dinamica, i livelli di servizio registrano una stabilità a Busto Arsizio, ed un deciso miglioramento negli altri due ambiti considerati (**Grafico 06** e **Grafico 07**). A Busto Arsizio si registra un peggioramento minimo nel rapporto numero dei punti di vendita/popolazione, che passa da 2.451 a 2.564, mentre vi è un minimo miglioramento nel rapporto superficie di vendita/abitanti, che passa da 290,7 mq a 291,2 mq. L'area ristretta registra un miglioramento sia nel rapporto punti di vendita/popolazione (da 1.147 abitanti per punto di vendita nel 2003 a 1.015 nel 2011), sia nel rapporto superficie/abitanti (da 682,5 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 a 854,0 mq/ab. nel 2011); mentre migliora in modo più deciso il livello di servizio del bacino di riferimento (da 1.676 abitanti per punto di vendita nel 2003 a 1.461 nel 2011, da 335,9 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 a 485,7 nel 2011).

Occorre evidenziare che nonostante la minima crescita della superficie di medie strutture di vendita nel territorio di Busto Arsizio, i livelli di servizio rimangono ancora decisamente inferiori, se confrontati con quelli dei comuni del bacino di riferimento: ciò significa che ancora oggi vi è un numero consistente di abitanti di Busto Arsizio che si rivolgono a strutture commerciali esterne al territorio comunale.



Graf. 06 – Densità delle strutture commerciali – Abitanti/n° pdv MSV – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)



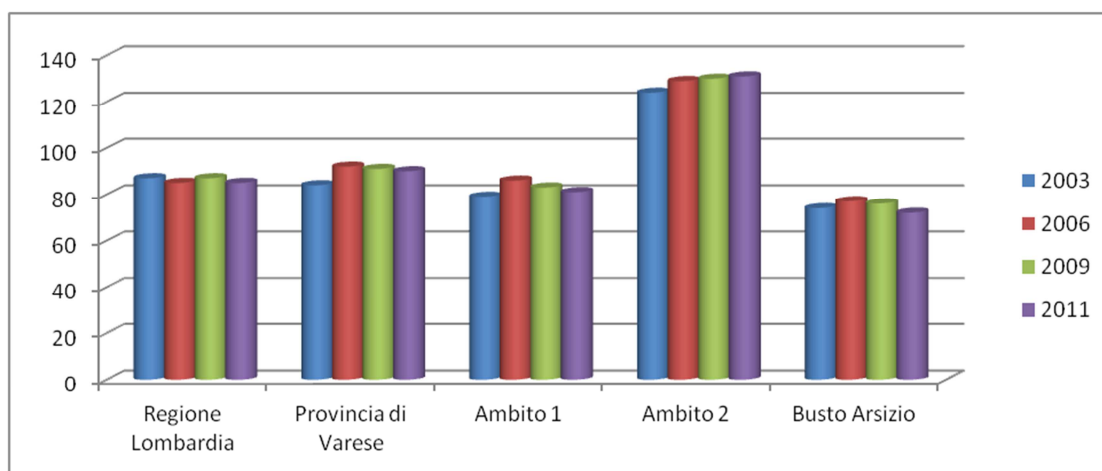
Graf. 07 – Dotazione strutture commerciali – Mq MSV/1.000 abitanti – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)

Negozi di vicinato

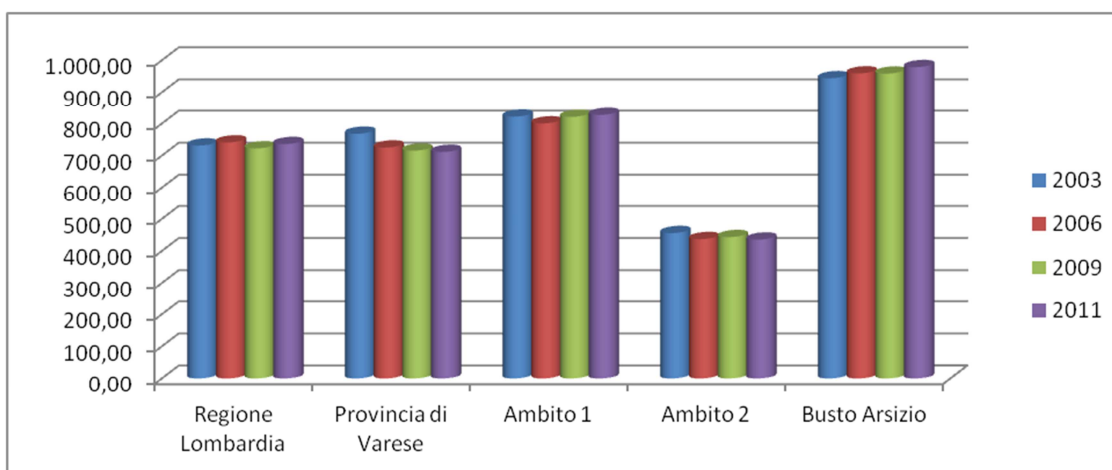
La presenza di strutture e di superfici dei negozi di vicinato registra un incremento della presenza e della superficie a Busto Arsizio ed anche negli ambiti territoriali di riferimento nel periodo 2003-2011, così articolata:

- a Busto Arsizio il numero dei punti di vendita incrementa sia nel numero, passando da 1.052 a 1.136 (+7,0%), sia nella superficie di vendita, da 77.977 mq a 80.319 mq (+3,0%);
- il numero dei punti di vendita registra un incremento nell'area prossima a Busto Arsizio (da 2.519 a 2.589, +3,0%), ed anche nell'area estesa (da 2.275 a 2.288, +0,6%);
- anche la superficie di vendita registra un incremento più deciso nell'area prossima a Busto Arsizio (da 163.978 mq a 173.863, +6,0%), rispetto all'area estesa (da 128.322 mq a 130.419 mq, +1,6%);
- per quanto riguarda le merceologie, nell'area ristretta la superficie alimentare incrementa di 1.191 mq (+7,5%), quella non alimentare di 4.401 mq (+3,3%) e quella mista di 4.293 mq (+31,7%), mentre nell'area estesa la superficie alimentare diminuisce di 229 mq (-1,0%), quella non alimentare incrementa di 5.744 mq (+6,2%) e quella mista diminuisce di 3.418 mq (-24,6%).

A fronte di questa dinamica, i livelli di servizio registrano dinamiche differenziate nei diversi ambiti considerati (**Grafico 08** e **Grafico 09**). A Busto Arsizio si registra un miglioramento sia nel rapporto numero dei punti di vendita/popolazione, che passa da 74 a 72, sia nel rapporto superficie di vendita/abitanti, che passa da 944,03 mq/1000 ab. a 978,7 mq/1000 ab. L'area ristretta registra un peggioramento nel rapporto punti di vendita/popolazione e superficie di vendita/abitanti (da 79 abitanti per punto di vendita nel 2003 a 81 nel 2011), ed un miglioramento nel rapporto superficie di vendita/abitanti, che passa da 821,7 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 a 827,2 mq/1000 ab. nel 2011; mentre nell'area estesa, entrambi i parametri registrano un peggioramento del livello di servizio (da 124 abitanti per punto di vendita nel 2003 a 131 nel 2011, da 455,9 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 a 435,5 mq/1000 ab. nel 2011).



Graf. 08 – Densità delle strutture commerciali – Abitanti/n° pdv negozi di vicinato – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)



Graf. 09 – Dotazione strutture commerciali – Mq negozi di vicinato/1.000 abitanti – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)

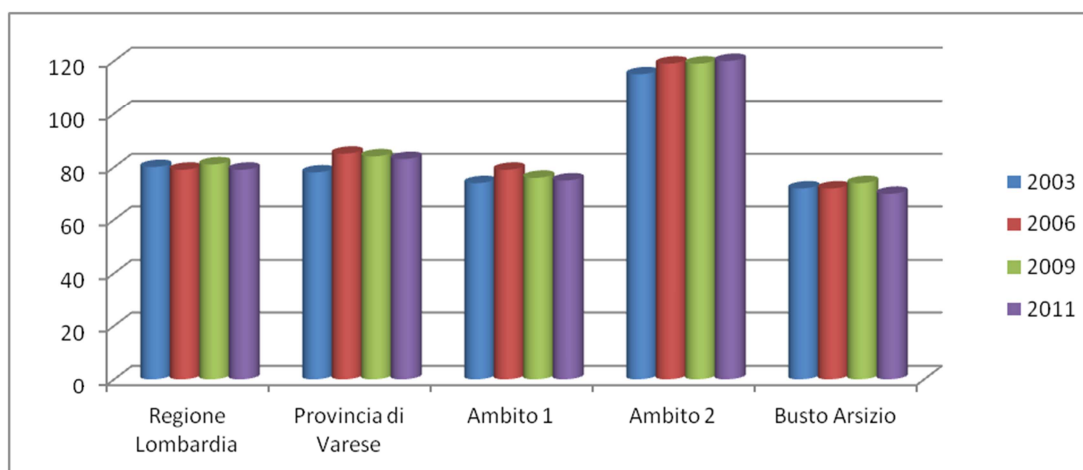
Rete commerciale complessiva

La presenza di strutture e di superfici della distribuzione commerciale registra un incremento della presenza a Busto Arsizio e negli ambiti territoriali di riferimento nel periodo 2003-2011, così articolata:

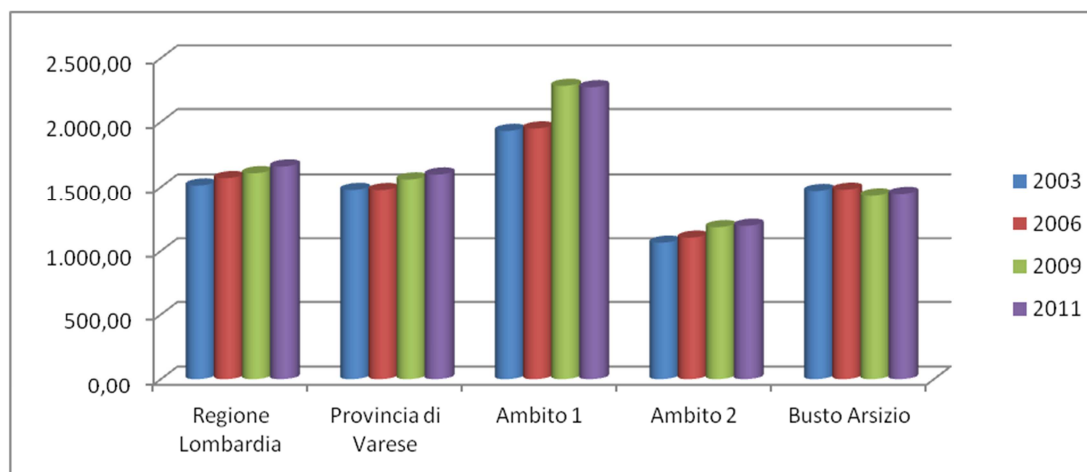
- a Busto Arsizio il numero dei punti di vendita complessivo incrementa sia nel numero, passando da 1.097 a 1.171 (+6,7%), sia nella superficie di vendita, da 115.327 mq a 118.770 mq (+3,0%);
- il numero dei punti di vendita registra un incremento nell'area prossima a Busto Arsizio (da 2.709 a 2.817, +4,0%) e nel bacino di riferimento (da 2.454 a 2.504, +2,0%);
- anche la superficie di vendita registra un incremento nell'area prossima a Busto Arsizio (da 385.371 mq a 478.148, +24,1%) e nel bacino di riferimento (da 299.430 mq a 357.845 mq, +19,5%).

A fronte di questa dinamica, i livelli di servizio registrano dinamiche diverse nei diversi ambiti considerati (**Grafico 10** e **Grafico 11**). A Busto Arsizio si registra un miglioramento, seppur minimo, nel rapporto numero punti di vendita/popolazione, che

passa da 72 a 70 e un peggioramento nel rapporto superficie di vendita/abitanti, che passa da 1.470,2 mq/1000 ab a 1.447,3 mq/1000 ab. L'area ristretta registra un peggioramento minimo nel rapporto punti di vendita/popolazione, ed un più deciso miglioramento nel rapporto tra superficie di vendita/abitanti (da 74 abitanti per punto di vendita nel 2003 a 75 nel 2011, da 1.931,1 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 a 2.274,9 mq/ab. nel 2011). Medesima dinamica si registra all'interno dell'area estesa (da 115 abitanti per punto di vendita nel 2003 a 120 nel 2011, da 1.063,7 mq ogni 1000 abitanti nel 2003 a 1.195 mq/ab. nel 2011).



Graf. 10 – Densità delle strutture commerciali – Abitanti/n° pdvGDV+MSV+negozi di vicinato – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)



Graf. 11 – Dotazione strutture commerciali – Mq GDV+MSV+negozi di vicinato/1.000 abitanti – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)

3.4.4. Distribuzione territoriale delle strutture del commercio organizzato

Per comprendere adeguatamente la struttura commerciale di Busto Arsizio è necessario affrontare le tematiche commerciali anche attraverso un'analisi dell'inquadramento di carattere generale e di scala territoriale ampia, in quanto le tipologie considerate, sia per dimensioni che per bacino di utenza e per servizi offerti al cittadino, svolgono una

funzione che supera i confini comunali e che interessa, primariamente, il bacino costituito dai comuni contermini a Busto Arsizio (ambito 1) e si estende ad un bacino più esteso che comprende un numero più ampio di comuni (ambito 2).

A tale proposito la lettura del territorio sovracomunale si è concentrata prevalentemente sull'area sud-est del varesino, considerando come riferimento principale l'asse infrastrutturale della direttrice storica del Sempione, che collega Milano con Varese e l'aeroporto di Malpensa.

La **Tabella 23** riporta le grandi strutture di vendita²⁹ del bacino di riferimento di Busto Arsizio (ambito 1 + Ambito 2) ed il loro dimensionamento³⁰: tale riferimento sovracomunale consente di indagare e riflettere sulla localizzazione di quelle strutture commerciali che interessano – per funzione e dimensione – bacini d'utenza ampi, che pertanto impediscono di rinchiudersi in confini amministrativi ristretti. Dalla tabella si evince che nell'ambito analizzato vi sono 35 grandi strutture commerciali, con poco più di 221.000 mq di superficie di vendita, di cui il 70% destinato alla vendita di generi non alimentari.

²⁹ Per la definizione si rimanda al D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114, in cui all'art.4 si definisce grande struttura di vendita gli esercizi aventi superficie superiore a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti e a 2.500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

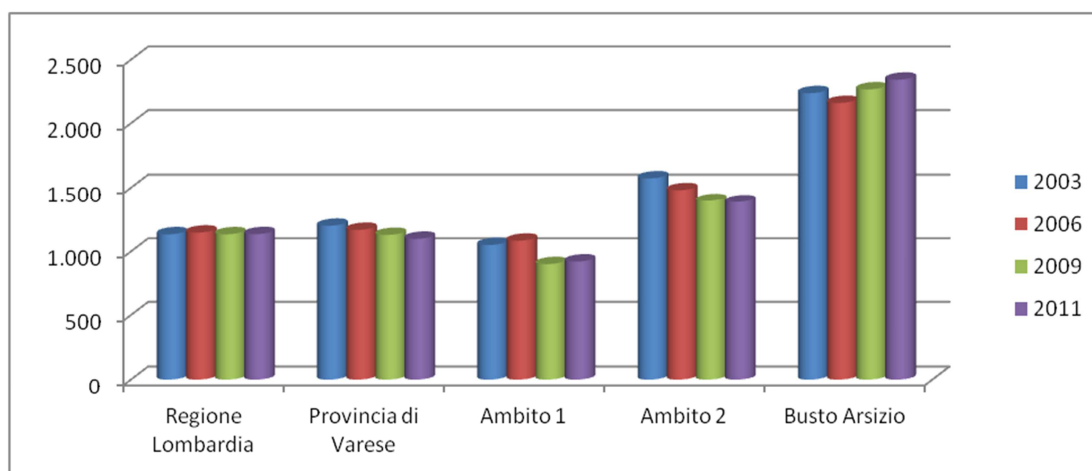
³⁰ La definizione di superficie di vendita è nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114, in cui si definisce nell'art. 4, lettera c) *“per superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi”*.

N.	Prov.	COMUNE	C.C.	TITOLARE	INDIRIZZO	Settore merc. non alim.	Sup. alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
1	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	CITY GARMENTS	Via Fagnano Olona	A	0	8.000	8.000
2	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	LE TORRI/STORE HOUSE LOMBARDO SRL	Ss 33 Sempione	C	0	3.300	3.300
3	VA	BUSTO ARSIZIO	SI	CENTRO COMMERCIALE TICINO	Via Delle Alodole	-	2.320	930	3.250
TOTALE COMUNE BUSTO ARSIZIO							2.320	12.230	14.550
4	VA	CASTELLANZA	NO	BILLA A.G.	Via Diaz 7	-	4.695	2.012	6.707
5	VA	CASTELLANZA	SI	ESSELUNGA SPA	Viale Borri Angolo Viale Piemonte	-	2.974	1453	4.427
6	VA	GALLARATE	NO	MEDIAMARKET SPA	Viale Milano 99	B	0	3.130	3.130
7	VA	GALLARATE	NO	SSC.SRL	Via Lario, 37	A	2.815	1.185	4.000
8	VA	GALLARATE	NO	SSC.SRL	Viale Milano 163	A	4.981	3.098	8.079
9	VA	GALLARATE	SI	CONDOMINIO CENTRO COMMERCIALE LAGHI	Via Varese, 22	-	1.060	2.759	3.819
10	VA	GALLARATE	SI	EXTRAMARKET SPA	Via Lario, 37	-	3.090	2.431	5.521
11	VA	GALLARATE	SI	IMMOBILIARE NUOVA VENEGONISRL	Via Venegoni Angolo Viale Lombardia	-	1.285	5.010	6.295
12	VA	GALLARATE	SI	S.S.C. SRL	Viale Milano, 163	-	4.981	3.321	8.302
13	MI	LEGNANO	NO	BENNET SPA	Corso Italia, 25	-	1.300	1.300	2.600
14	MI	LEGNANO	NO	BRICO BUSINESS COOPERATION SRL	Ss Saronnese, 26	D	0	5.700	5.700
15	MI	LEGNANO	NO	ESSELUNGA SPA	Galleria Cantoni 2/4	-	2.238	2.015	4.253
16	MI	LEGNANO	NO	GRAN CASA SPA	Via Jucker, 1/3	C	0	9.250	9.250
17	MI	LEGNANO	NO	GRAN CASA SPA	Via Jucker, 2	C	0	6.750	6.750
18	MI	LEGNANO	NO	IPER MONTEBELLO SPA	Area Sabotino-Podgora-Liguria E Parma	-	5.800	8.500	14.300
19	VA	OLGIATE OLONA	NO	CORTISRL	Via Della Repubblica, 5	A	0	3.425	3.425
20	VA	OLGIATE OLONA	NO	ESSELUNGA SPA	Via Fagnano, 10	-	2.985	1.390	4.375
21	VA	SOLBIATE OLONA	NO	FACIB DI CORTESI & C SPA	Via Per Fagnano, 11	A	0	1.800	1.800
22	VA	SOLBIATE OLONA	SI	IPER MONTEBELLO SPA	Via Per Busto Arsizio 11	-	5.000	6.682	11.682
23	MI	VANZAGHELLO	NO	SUPER CENTRO CALZATURE	Corso Italia 20	A	0	2.360	2.360
24	MI	VANZAGHELLO	SI	BENNET	Corso Italia 27	-	3.500	4.500	8.000
TOTALE AREA 1							46.704	78.071	124.775
25	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	F.LLI RIGOLIO SNC	Via Garibaldi, 4	C	0	3.320	3.320
26	MI	CASTANO PRIMO	SI	RIALTO SRL	Via Adua Ang. S.P. 34	-	2.900	5.970	8.870
27	VA	ONATE POZZOLO	SI	BENNET SPA	Via Busto Arsizio	-	3.000	2.749	5.749
28	MI	NERVIANO	NO	DELL'AVEDOVA ARREDAMENTI SPA	Via Milano 50	C	0	2.975	2.975
29	MI	NERVIANO	NO	GMN GRANDI MAGAZZINI NERVIANO	Via Canova, 4/6	D	0	8.900	8.900
30	MI	NERVIANO	SI	AUCHAN SPA	Ss 33 Sempione	-	2.600	6.700	9.300
31	MI	RESCALDINA	SI	AUCHAN SPA	Via Togliatti, 4	-	6.785	16.415	23.200
32	VA	SOMMA LOMBARDO	SI	IL GIGANTE S.P.A.	Via Soragna, 1	-	1.960	7.533	9.493
33	VA	VERGIATE	NO	BALCONI GROUP SRL	Via Sempione, 51	C	0	1.728	1.728
34	VA	VERGIATE	NO	CONFORAMA ITALIA SPA	Via Sempione, 63	A	0	3.061	3.061
35	VA	VERGIATE	NO	CONFORAMA ITALIA SPA	Via Sempione, 64	C	0	5.390	5.390
TOTALE AREA 2							17.245	64.741	81.986
TOTALE							66.269	155.042	221.311

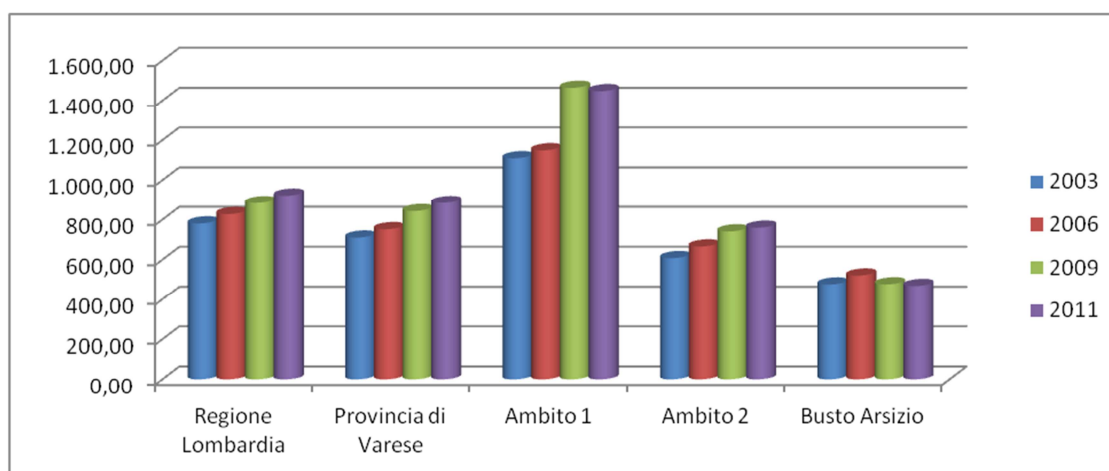
Tab. 23 – Grandi strutture di vendita alla data del 30 giugno 2011
(fonte: Regione Lombardia, Osservatorio del commercio, rilevazione 30 giugno 2011)

Il **Grafico 12** e **Grafico 13** riportano l'evoluzione delle strutture della distribuzione organizzata, grandi e medie strutture di vendita, nel periodo 2003/2011. Anche questi dati evidenziano un significativo rafforzamento dei livelli di servizio delle grandi e medie strutture di vendita del bacino territoriale di riferimento di Busto Arsizio, con un trend di crescita migliore rispetto a Busto Arsizio, alla provincia di Varese e alla Regione Lombardia.

Al 2011, l'area sovracomunale è caratterizzata da un livello di servizio (n° punti di vendita per abitante) e da una dotazione complessiva (mq di vendita per 1.000 abitanti), superiori a quella di Busto Arsizio, provinciale e regionale.



Graf. 12 – Densità delle strutture commerciali – Abitanti/n° pdv GDV+MSV – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)



Graf. 13 – Dotazione strutture commerciali – Mq GDV+MSV/1.000 abitanti – Periodo 2003/2011 (fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, Osservatorio del Commercio Regione Lombardia)

Completa la lettura grafica dei dati alla scala sovracomunale (Ambito 1 e Ambito 2), la **Tavola 01** che localizza su base cartografica georeferenziata le strutture della grande (suddivise tra centri commerciali e grandi strutture di vendita) e media distribuzione (suddivise tra alimentari e non alimentari e in tre classi rispetto alla superficie di vendita, la prima fino a 500 mq, la seconda da 501 a 1.500 mq e la terza da 1.501 a 2.500 mq), correlate con il sistema delle mobilità su ferro e su gomma esistente e in progetto.

Lungo l'asse dell'autostrada dei Laghi e dell'asse storico del Sempione emerge, complessivamente, un quadro di presidio di insegna della media e grande distribuzione commerciale moderna e delle attività connesse al tempo libero, caratterizzato da una varietà di situazioni insediative: poco meno della metà delle grandi strutture di vendita del bacino territoriale di Busto Arsizio, si localizza lungo la direttrice storica del Sempione. Lungo l'asse viabilistico si localizzano le grandi strutture di offerta extraurbana di Nerviano e Rescaldina per la parte milanese, di Castellanza, Olgiate Olona e Solbiate Olona per la parte varesina; i poli di offerta urbana di Legnano, Gallarate e Busto Arsizio. In particolare, nel caso di Legnano e di Gallarate, rispetto a Busto Arsizio, si verifica una

presenza significativa di medie e grandi strutture di vendita (43mila mq di grandi strutture di vendita per Legnano, oltre 45mila mq per Gallarate e poco meno di 15mila mq per Busto), che coesistono con una buona dotazione di offerta di prossimità, ed inducono a valutarne il ruolo di importanti polarità urbane, ben attestata non solo sulla rete primaria di viabilità, ma anche sulla rete di trasporto su ferro.

A sud della direttrice del Sempione, si sviluppano altre concentrazioni di medie e talvolta grandi strutture, spesso in comuni di dimensione piccola e medio-piccola, come Castano Primo, Vanzaghello e Lonate Pozzolo; la medesima considerazione vale per il territorio a nord della direttrice del Sempione, che vede emergere i poli di Vergiate, Somma Lombardo e Cardano al Campo.

Dai dati si osserva la presenza di 13 punti di vendita definibili come “Centro commerciale”³¹, 18 strutture di “rilevanza provinciale” e 1 grande struttura con superficie di vendita superiore a 15mila mq, di “rilevanza regionale” (e con un bacino gravitazionale di 50') secondo le indicazioni regionali. Queste strutture hanno determinato in alcuni casi – anche grazie alla loro dimensione – fenomeni di sostituzione del centro storico, che ha visto perdere parzialmente la vocazione come luogo per lo shopping e la spesa quotidiana (oltre che come spazi per gli scambi e le relazioni sociali ed economiche degli abitanti).

Come abbiamo visto sul territorio si riscontra anche la presenza di polarità commerciali di “livello provinciale”, vale a dire strutture commerciali che svolgono un servizio locale o limitato ad un comparto ristretto di comuni. Di questa categoria fanno parte quelle strutture commerciali simili a quelle di rilevanza regionale, ma con dimensioni e varietà dei punti di vendita molto inferiori.

Nell'ambito si osservano diversi centri commerciali, di cui solamente quello di Rescaldina ha una superficie di vendita superiore a 15mila mq, 2 hanno una superficie superiore a 10mila mq, 16 una superficie compresa fra 5mila e 10mila mq e gli altri 16 una superficie di vendita inferiore a 5mila mq, compresi quello di via Delle Allodole e SS Sempione a Busto Arsizio.

Tra le strutture di “rilevanza intercomunale” (fino a 5mila mq) si osservano tipologie distributive legate in alcuni casi a gruppi della grande distribuzione alimentare e in altri casi a gruppi della grande distribuzione non alimentare, alcuni dei quali risultano già presenti all'interno di centri commerciali importanti – per cui con la medesima varietà di prodotti e servizi – ma, a differenza di questi, non presentano una galleria commerciale integrata. In generale questi insediamenti commerciali presentano una buona accessibilità, normalmente sono localizzati lungo importanti assi infrastrutturali urbani ed extraurbani che, rispetto ai grandi centri commerciali, non privilegiano esclusivamente localizzazioni extraurbane.

Infine, un ultima riflessione è stata effettuata sulla presenza delle medie strutture di vendita. L'area prossima a Busto Arsizio evidenzia una presenza significativa e ben distribuita sul territorio di medie strutture di vendita con soglia dimensionale compresa tra 500 e 1.500 mq, mentre le medie strutture di vendita con superficie superiore a 1.500 mq

³¹ Anche in questo caso la definizione è nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114, in cui si definisce nell'art. 4, lettera g) “*per centro commerciale, una media o una 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. Ai fini del presente decreto per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti*”.

si concentrano in un numero limitato di comuni: Gallarate, Legnano, Olgiate Olona, Castellanza e Cassano Magnago per l'ambito prossimo a Busto Arsizio; Castano Primo, Somma Lombardo, Rescaldina, Lonate Pozzolo, Cerro Maggiore, Arluno e Nerviano per l'ambito di riferimento più esteso.

4. BUSTO ARSIZIO: SISTEMA COMMERCIALE, SERVIZI ALLA PERSONA E POPOLAZIONE

4.1. Dinamiche ed evoluzioni demografiche

Prima di entrare nel merito dell'articolazione del sistema commerciale di Busto Arsizio, i primi paragrafi di questo capitolo delineano le caratteristiche e le dinamiche in relazione agli aspetti demografici e sociali della popolazione residente³².

La popolazione residente

L'ultimo bilancio demografico risale alla popolazione residente a Busto Arsizio al 31 dicembre 2011 che vede un totale di 82.063 persone residenti. Dalla **Tabella 24** si evince che i due saldi demografici presentano andamenti diversi: quello naturale è negativo (-26 unità nel 2011, -48 nel 2010, -52 nel 2008 e -37 nel 2001, per citare i dati più significativi), mentre quello migratorio, ad eccezione del 2002 registra andamenti positivi (+329 unità nel 2011, +851 nel 2008, +544 nel 2006 e +863 nel 2004, anche in questo caso per citare i dati più significativi). Nel 2011 si è registrato un incremento totale di 303 unità, che si riduce a 44 abitanti nel 2010, 284 nel 2009 e ben 799 nel 2008: si tratta di numeri che comunque tendono a dare una lettura di crescita della popolazione. La quasi totalità delle persone vivono in famiglia, sono ben 331 le persone che vivono in situazioni di convivenza (111 maschi e 220 femmine), cui si aggiungono 49 persone senza tetto e senza fissa dimora (21 maschi e 28 femmine).

	Maschi	Femmine	Totale
Popolazione al 1° Gennaio	39.415	42.301	81.716
Nati nel Comune	234	275	509
Nati in altro Comune	131	119	250
Nati all'estero da persone iscritte in anagrafe	6	4	10
Totale nati	371	398	769
Morti nel Comune	329	371	700
Morti in altro Comune	60	57	117
Morti all'estero ed iscritti in anagrafe	0	0	0
Totale morti	389	428	817
Saldo Naturale	-18	-30	-48
Iscritti da altri comuni	760	764	1.524
Iscritti dall'estero	167	283	450
Altri iscritti	18	14	32
Totale iscritti	945	1.061	2.006
Cancellati per altri comuni	915	869	1.781
Cancellati per l'estero	43	26	72
Altri cancellati	43	18	61
Totale cancellati	1.001	913	1.914
Saldo migratorio e per altri motivi	-56	+148	+92
Saldo demografico	-74	+118	+44

³² I contenuti di questo paragrafo sono tratti dal paragrafo 3.1.1. – Caratteri e dinamiche della popolazione residente, all'interno del Capitolo 3.1. – Dinamiche di carattere sociale ed economico del quadro conoscitivo della relazione generale del Documento di Piano (elaborato A.22), al quale si rimanda per ulteriori approfondimenti.

Popolazione al 31 dicembre	39.341	42.419	81.760
Numero di famiglie			34.870
Numero di convivenze	111	220	331
Numero medio di componenti per famiglia			2,34
Senza tetto e senza fissa dimora	21	28	49

Tab. 24 – Bilancio demografico e popolazione residente al 31 dicembre 2010

(fonte: ns. elaborazioni su dati Anagrafe Comune di Busto Arsizio)

Le classi d'età

La struttura demografica della popolazione di Busto Arsizio denota una dinamica di progressivo invecchiamento, che presenta valori ben superiori a quelli della provincia di Varese e della Regione Lombardia, denotando una dinamica di progressivo invecchiamento.

Al 2001 la popolazione con oltre 65 anni di età era il 19,24% della totale, mentre alla fine del 2009 sale al 21,8% e sempre più la “piramide d'età” assume una forma rovesciata con la base assottigliata (**Grafico 14**³³), così come emerge dal confronto con l'andamento alla scala provinciale.

Nella situazione odierna balzano evidenti alcune situazioni:

- il saldo dimensionale positivo, seppure di poco meno di 1.00 unità, registrato negli ultimi anni per le classi d'età al di sotto dei 25 anni;
- le classi demografiche del baby boom (i nati negli anni Settanta, dove al boom economico è associato anche il boom demografico) sono più ampie delle classi precedenti;
- la sostanziale omogeneità delle classi “adulte”, la piramide tra cinque anni presenterà una sostanziale crescita compatta delle classi adulte, per l'allungamento dell'età media.

In questo contesto, Busto Arsizio presenta un indice di vecchiaia³⁴ in crescita, passato da 149,2 al 2001 a 161,8 alla fine del 2009, ben superiore ai valori registrati a livello provinciale (147,7 al 2009) e regionale. Analizzando l'andamento negli anni delle classi d'età si nota come a fronte di una crescita delle classi 0-14 anni e di quelle >65 anni, ci sia una riduzione di quelle del range 15-64. Se ne evince che la popolazione cosiddetta attiva rappresenta il 64,7% della totale, mentre tale percentuale era del 68% solo nel 2001. Tale valore è in linea con quella della provincia. E quindi, per ogni abitante con meno di 14 anni d'età a Busto Arsizio ci sono 1,60 anziani con oltre 65 anni d'età, in provincia di Varese e in Lombardia 1,5 e le previsioni ISTAT al 2051 sono addirittura per un rapporto di 3,37, valore che per tanti aspetti sociali appare estremamente preoccupante.

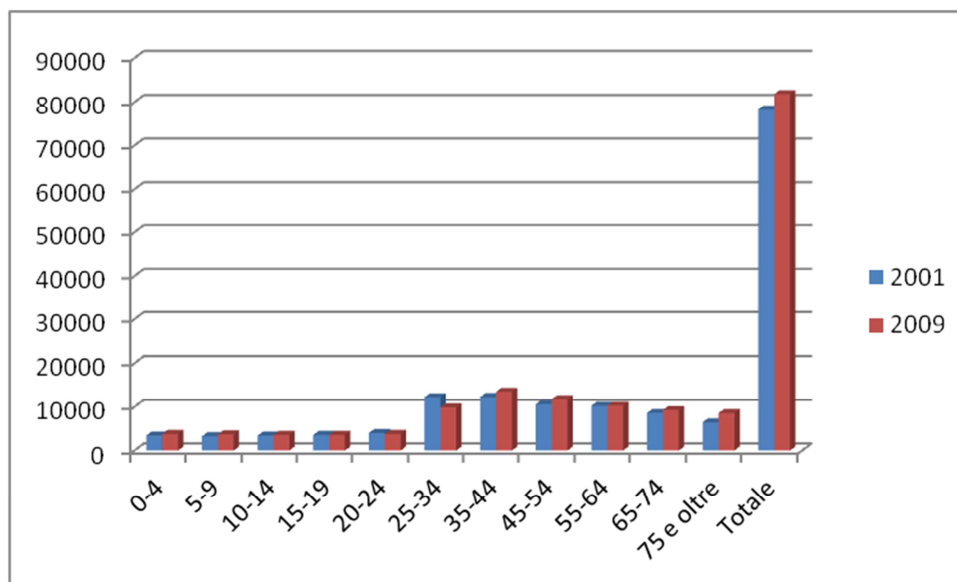
Non va quindi sottovalutato il fatto che nell'ultimo decennio, la popolazione con età superiore a 65 anni sia aumentata quasi del 20%, mentre quella compresa fra 0-14 anni, sia aumentata solamente del 9%.

Dal quadro generale dei dati demografici si ricavano alcune considerazioni: l'esistenza di una crescita interna dovuta al saldo migratorio e un andamento variabile del saldo migratorio, con una prevalenza del segno negativo, cui va aggiunta la prospettiva di un progressivo invecchiamento della popolazione, che per le dinamiche in atto potrebbe nel lungo periodo risultare pesante per Busto Arsizio. Infatti, con il passare del tempo

³³ Il grafico si riferisce alla popolazione al 31 dicembre 2009.

³⁴ Rapporto avente a numeratore il numero di persone di 65 anni e più e a denominatore il numero di persone di età minore o uguale a 14 anni.

l'assottigliarsi delle classi d'età più giovani, produce l'incremento delle classi d'età più anziane, moltiplicando il processo di incremento dell'età media, dato anche dalle migliori condizioni di vita: è evidente che i bisogni di una popolazione caratterizzata da una struttura per età come quella odierna, sono profondamente diversi da quelli di una società con forte presenza di giovani oppure di anziani, in termini di servizi, alloggi e struttura urbana.

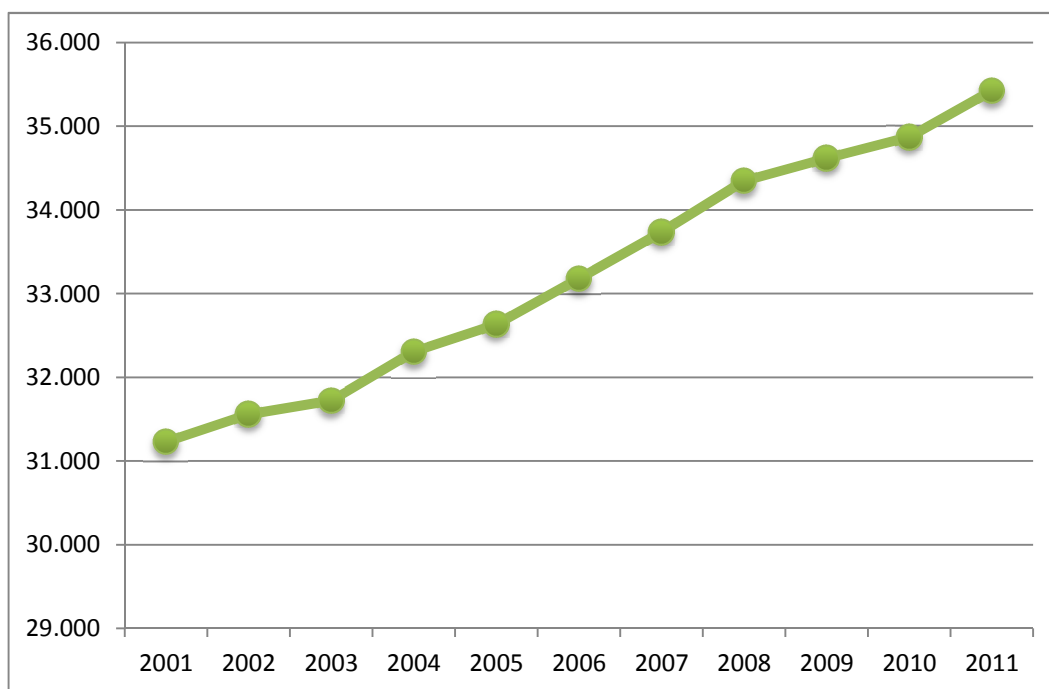


Graf. 14 – Piramide dell'età della popolazione complessiva al 2001 e al 2009
(fonte: ns. elaborazioni su dati Anagrafe Comune di Busto Arsizio)

Le famiglie

La tendenziale crescita della struttura monocomponente è un dato registrato per tutta la Lombardia. Alla fine del 2011 a Busto Arsizio sono registrate 35.424 famiglie, con un numero medio di componenti per famiglia pari a 2,32, dato decisamente inferiore rispetto alla media provinciale, che al 2010 segna 2,37 componenti per famiglia (**Grafico 15**).

Come conseguenza di questa dinamica si è registrato in questi anni un deciso incremento di rappresentatività dei nuclei familiari con un numero minimo di componenti: ben il 32% delle famiglie di Busto Arsizio sono composte da un solo componente, il 29,2% da famiglie con due componenti, il 19,9% da famiglie con tre componenti, il 14,5% da famiglie con quattro componenti, il 3,22% da famiglie con cinque componenti, lo 0,7% da famiglie con sei componenti. Con percentuali trascurabili, pari allo 0,3%, sono presenti nuclei familiari fino a 11 componenti.



Graf. 15 – Andamento del numero di famiglie dal 2001 al 2011
(fonte: ns. elaborazioni su dati Anagrafe Comune di Busto Arsizio)

La popolazione temporanea

Busto Arsizio, quotidianamente nei giorni feriali, assiste ad uno scambio significativo di popolazione in modo quasi sincronico: da una parte cittadini residenti in Busto Arsizio che escono per motivi di studio e di lavoro, dall'altra cittadini provenienti da altri comuni, dell'area provinciale, ma non solo, che entrano per una varietà articolata e complessa di motivi, in quanto il territorio di Busto Arsizio ospita un numero importante di funzioni ed attività di interesse sovracomunale.

Busto Arsizio ospita diverse scuole secondarie di secondo grado, pubbliche e private, per un totale di poco meno di 10.000 studenti che giornalmente accedono al territorio di comunale, ed usufruiscono dei servizi e del sistema urbano di Busto Arsizio. Si tratta del Liceo Ginnasio Statale "Crespi" di via G.Carducci (1.012 iscritti per l'anno scolastico 2011/2012), del Liceo Scientifico Statale "A.Tosi" (1.073 iscritti), del Liceo Artistico Statale "Prof. P.Candiani" di via Manara (1.1009 iscritti), dell'Istituto Tecnico Commerciale Statale "Tosi" di via Stelvio (1.909 iscritti), dell'Istituto Tecnico Industriale Statale "Facchinetti" di via Azimonti (579 iscritti) e dell'Istituto Professionale di Stato per i servizi commerciali e statali "P.Verri" di via Torino (1.237 iscritti).

A queste si aggiungono alcuni istituti paritari e di formazione professionale: Liceo Scientifico "Blaise Pascal" di via Culin, 6, l'Istituto Tecnico Industriale "SAI Marchetti" di via G.Leopardi, gli Istituti Scolastici Superiori Paritari "Olga Fiorini" di via Varzi, il Liceo della Comunicazione "M.Pantani" di via Varzi, l'Istituto ACOF – Formazione Professionale Istruzione di via Varzi e la Fondazione ENAIP Lombardia di viale Stelvio.

Il sistema dei servizi pubblici di livello territoriale è completato dai seguenti:

- università: Università dell'Insubria – Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali

- pubblica amministrazione: sede Asl, sede INPS, sede INAIL, Agenzia delle Dogane, Agenzia delle Entrate, Tribunale, sede Uffici Giudiziari e Ufficio Circostrizionale per l'Impiego
- sicurezza: Casa Circondariale, Caserma Carabinieri e Caserma Vigili del Fuoco
- sanità ed assistenza: Azienda Ospedaliera di Busto Arsizio, sede ASL
- servizi pubblici: sede Ferrovie Nord Milano, sede RFI e sede AGESP (gestione delle acque) e Malpensa Fiere
- associazioni di categoria: Camera di Commercio, Associazione Commercianti, ASCOM Servizi Busto, Associazione Artigiani della Provincia di Varese-Confartigianato, Unione dei Piccoli Imprenditori – UPI (CLAAI) e Associazione Cristiana Artigiani Italiani (ACAI).

Completano la composizione della popolazione temporanea che giornalmente utilizza la città di Busto Arsizio, i *city users*, persone che si rivolgono al sistema dei servizi pubblici e privati esistenti (uffici pubblici, studi professionali, agenzie immobiliari, agenzie viaggi, attività sociali e sanitarie private, ecc.), alle attività commerciali e della ristorazione, alle attività sportive, ricreative e per il tempo libero, oltre a coloro che visitano Busto Arsizio per motivi legati al turismo: rispetto a questi comportamenti, che sono episodici e non riconducibili a dinamiche regolari, allo stato attuale non sono disponibili dati ed informazioni.

4.2. La rete commerciale di Busto Arsizio: evoluzione e dinamiche recenti

La lettura della situazione esistente e delle dinamiche in atto nel territorio di Busto Arsizio rispetto alla rete commerciale è stata effettuata attraverso:

- la descrizione della rete commerciale, dei servizi alla persona (farmacie, tabaccherie, distributori carburanti) e del commercio ambulante al 2003;
- la descrizione della rete commerciale, dei servizi alla persona (farmacie, tabaccherie, distributori carburanti) e del commercio ambulante al 2008;
- la descrizione della rete commerciale e dei servizi alla persona (pubblici esercizi, farmacie e parafarmacie, distributori di carburanti, rivendite giornali e edicole, parrucchieri ed estetisti, panetterie, rivendite pane e pasticcerie) al 2014;
- lo sviluppo della rete commerciale nel periodo 2003/2014.

Sono fonti per le elaborazioni sopra riportate, le seguenti informazioni:

- per 2003 e 2008, i contenuti dello studio commissionato da Busto Arsizio a TradeLab, nel 2009, dal titolo “*Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali*”;
- per 2014, il data-base fornito dal SUAP del Comune di Busto Arsizio.

4.2.1. La rete commerciale al 2003

Al 2003 nel comune di Busto Arsizio operavano 1.037 punti di vendita al dettaglio in sede fissa, con una superficie di vendita complessiva di 113.577 mq (**Tabella 25**).

Per quanto riguarda la rete commerciale per comparto merceologico, nel 2003 essa era costituita per il 77,6% da esercizi non alimentari, per l'8,1% da esercizi misti e per il 14,3% da esercizi alimentari.

Formato distributivo	Numero punti di vendita		Superficie di vendita		Superficie media pdv
	N°	%	Mq	%	
Generi Alimentari					
Negozi di vicinato	154	14,2	7.812	6,9	50,7
Medie strutture	1	0,1	450	0,4	450,0
Grandi strutture	-	-	-	-	-
Totale	155	14,3	8.262	7,3	53,3
Generi Non Alimentari					
Negozi di vicinato	821	75,7	63.371	55,8	77,2
Medie strutture	18	1,7	11.865	10,4	659,2
Grandi strutture	2	0,2	11.300	9,9	5.650,0
Totale	841	77,6	86.536	76,2	102,9
Generi Misti					
Negozi di vicinato	74	6,8	5.043	4,4	68,1
Medie strutture	13	1,2	10.485	9,2	806,5
Grandi strutture	1	0,1	3.250	2,9	3.250,0
Totale	88	8,1	18.778	16,5	213,4
Totale	1.084	100,0	113.577	100,0	104,8

Tab. 25 – Rete al dettaglio in sede fissa del comune di Busto Arsizio – 2003 (fonte: *Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009*)

Gli esercizi di vicinato costituivano, nel 2003, il 96,8% della rete commerciale in sede fissa, percentuale che è la risultante di un diverso peso per i singoli comparti. Nello specifico il comparto alimentare raggiunge il 99,4%, quello non alimentare il 97,6% e quello misto l'84,1%.

Dall'analisi dei dati, l'indice di densità commerciale, espresso in termini di numero di punti di vendita di vicinato per 1.000 abitanti, è pari a 13,8 esercizi di vicinato ogni 1.000 abitanti. Per quanto riguarda invece l'indice di dotazione commerciale, espresso in metri quadrati di vendita di medie e grandi strutture per 1.000 abitanti, l'indice è pari a 492,3 mq di vendita ogni 1.000 abitanti.

4.2.2. La rete commerciale al 2008

Al 2008, nel comune di Busto Arsizio operavano 1074 punti di vendita al dettaglio in sede fissa, con una superficie di vendita complessiva di 117.200 mq (**Tabella 26**). Si tratta prevalentemente di esercizi commerciali non alimentari, che rappresentano il 79,1% in termini numerici e il 74,5% in termini di superficie di vendita.

Formato distributivo	Numero punti di vendita		Superficie di vendita		Superficie media pdv
	N°	%	Mq	%	
Generi Alimentari					
Negozi di vicinato	139	12,9	7.596	6,5	54,7

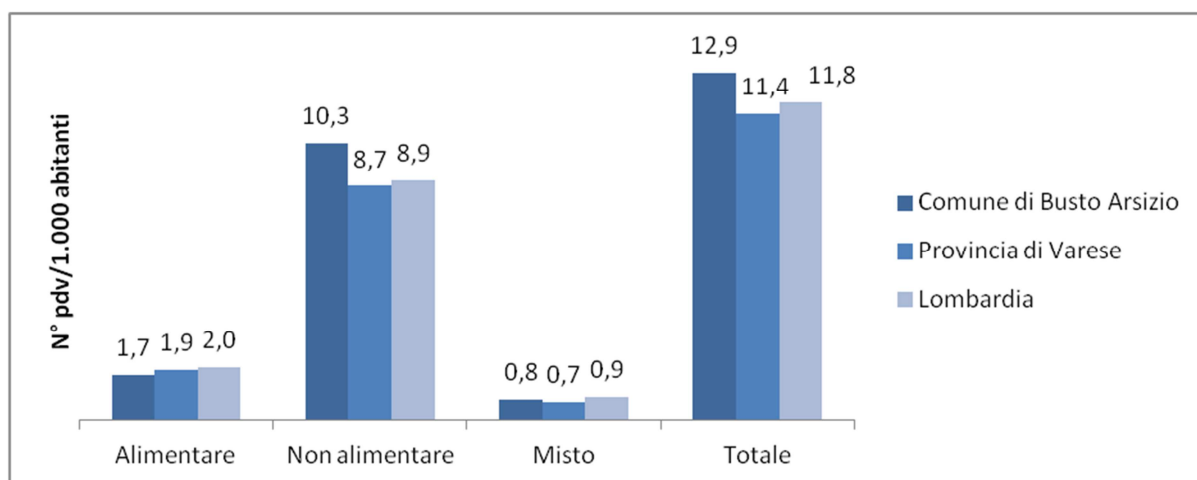
Medie strutture	5	0,5	3.527	3,0	705,4
Grandi strutture	-	-	-	-	-
Totale	144	13,4	11.123	9,5	77,2
Generi Non Alimentari					
Negozi di vicinato	831	77,4	63.705	54,4	76,7
Medie strutture	17	1,6	12.269	10,5	721,7
Grandi strutture	2	0,2	11.300	9,6	5.850,0
Totale	850	79,2	87.274	74,5	102,7
Generi Misti					
Negozi di vicinato	67	6,2	5.433	4,6	81,1
Medie strutture	12	1,1	10.120	8,6	843,3
Grandi strutture	1	0,1	3.250	2,8	3.250,0
Totale	80	7,4	18.803	16,0	235,0
Totale	1.074	100,0	117.200	100,0	109,1

Tab. 26 – Rete al dettaglio in sede fissa del comune di Busto Arsizio – 2008 (fonte: *Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l’adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009*)

Relativamente ai comparti merceologici, si evidenzia come il settore alimentare sia costituito da 144 punti di vendita, di cui ben 139 sono esercizi di vicinato; il settore non alimentare è, invece, costituito da 850 punti di vendita ripartiti in 831 esercizi di vicinato, 17 medie strutture di vendita e 2 grandi superfici; il settore merceologico misto, infine, è strutturato in 80 punti di vendita ripartiti in 67 esercizi di vicinato, 12 medie strutture di vendita e una grande struttura di vendita.

La rete distributiva di Busto Arsizio, quindi, risulta essere caratterizzata da una forte prevalenza del commercio di piccole dimensioni, in quanto risultano essere ivi attivi ed operanti 1.037 esercizi di vicinato (pari al 96,6% del totale), contro solamente 37 strutture di distribuzione moderna. In particolare a Busto Arsizio operano 3 grandi strutture di vendita: il Centro Commerciale Ticino e 2 grandi superficie specializzate, rispettivamente in abbigliamento e in mobili e accessori per la casa.

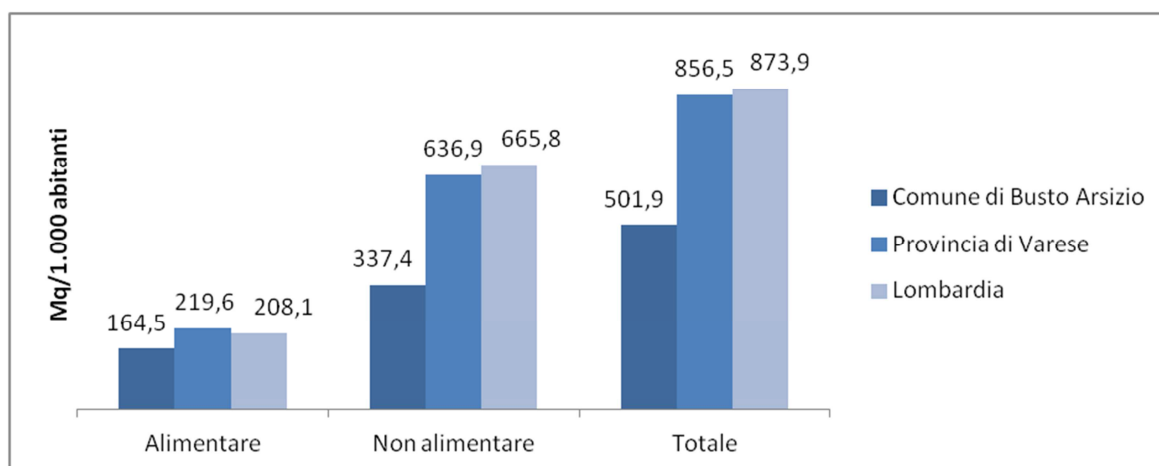
Il confronto del commercio in sede fissa di Busto Arsizio con la rete distributiva provinciale e regionale al 2008 sottolinea il sovradimensionamento della rete di esercizi tradizionali. In particolare l'indicatore di densità, che misura il numero di esercizi di vicinato ogni 1.000 abitanti, risulta allineata nel comparto alimentare e misto, mentre nel non alimentare supera di 1,6 punti la densità della provincia di Varese e di 1,4 quella della regione Lombardia (**Grafico 16**).



Graf. 16 – Densità del commercio in sede fissa (esercizi di vicinato per 1.000 abitanti) – Confronto tra Busto Arsizio, provincia di Varese e Regione Lombardia – 2008 (fonte: *Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l’adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009*)

Il commercio in sede fissa di Busto Arsizio è, invece, caratterizzato da un basso valore dell’indicatore di dotazione commerciale (metri quadrati di medie e grandi strutture ogni 1.000 abitanti), che risulta inferiore rispetto agli stessi indicatori rilevati per la provincia di Varese e regione Lombardia.

Analizzando il **Grafico 17** si può evidenziare come il divario maggiore tra valori comunali e quelli provinciali e regionali sia presente nel comparto non alimentare, dove esiste un gap di circa 300 mq per 1.000 abitanti, rispetto alla provincia di Varese e di circa 328 mq per 1.000 abitanti rispetto alla regione Lombardia. Nel comparto alimentare il gap è più contenuto: vi è una differenza di 55,1 mq rispetto alla provincia di Varese e di 43,6 mq rispetto alla regione Lombardia.



Graf. 17 – Dotazione del commercio in sede fissa (mq di medie e grandi strutture per 1.000 abitanti) – Confronto tra Busto Arsizio, provincia di Varese e Regione Lombardia – 2008 (fonte: *Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l’adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009*)

4.2.3. La rete commerciale al 2014

L'ultimo aggiornamento relativo alla struttura commerciale esistente a Busto Arsizio aggiornato con i dati relativi al numero dei punti di vendita e alla superficie di vendita forniti dall'Ufficio SUAP del Comune di Busto Arsizio, è relativa alla data del giugno 2014, in cui sono presenti sul territorio comunale 1.242 strutture commerciali, per una superficie complessiva di 119.506 mq, ed una superficie media di 96,2 mq per esercizio (**Tabella 27**).

Formato distributivo	Numero punti di vendita		Superficie di vendita		Superficie media pdv
	N°	%	Mq	%	
Generi Alimentari					
Negozi di vicinato	178	95,19	8.910	57,97	50,06
Medie strutture	9	4,81	6.459	42,03	717,67
Grandi strutture	0	0,00	0	0,00	0,00
Totale	187	100,00	15.369	100,00	82,19
Generi Non Alimentari					
Negozi di vicinato	962	98,77	69.023	78,75	71,75
Medie strutture	10	1,03	7.330	8,36	733,00
Grandi strutture	2	0,21	11.300	12,89	6.115,00
Totale	974	100,00	87.653	100,00	89,99
Generi Misti					
Negozi di vicinato	69	90,79	5.530	39,84	80,14
Medie strutture	6	7,89	5.100	36,74	850,00
Grandi strutture	1	1,31	3.250	23,42	3.250,00
Totale	76	100,00	13.880	100,00	182,63
Totale	1.237	-	116.902	-	94,50

Tab. 27 – Rete al dettaglio in sede fissa del comune di Busto Arsizio – 2014
(fonte:Ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

Relativamente ai comparti merceologici, si evidenzia come il settore alimentare sia costituito da 187 punti di vendita, pari al 15,1% del totale, di cui ben 178 sono esercizi di vicinato e 9 medie strutture di vendita; il settore non alimentare è, invece, costituito da 974 punti di vendita, pari al 78,7% del totale, ripartiti in 962 esercizi di vicinato, 10 medie strutture di vendita e 2 grandi strutture; il settore merceologico misto, infine, è strutturato in 76 punti di vendita, pari al 6,2% del totale, che appartengono per 69 alla sola tipologia degli esercizi di vicinato, 6 a quella delle medie strutture e 1 delle grandi strutture.

La rete distributiva di Busto Arsizio, quindi, risulta essere caratterizzata da una forte prevalenza del commercio di piccole dimensioni, in quanto risultano essere attivi ed operanti 1.209 esercizi di vicinato (pari al 97,7% del totale), contro 28 strutture di distribuzione moderna e la superficie di vendita dei negozi di vicinato è di 83.463 mq, che corrisponde al 71,4% del totale.

Tra le diverse tipologie di vendita si registra un maggior equilibrio considerando la superficie di vendita: il settore alimentare ha una superficie di vendita di 15.369 mq, di cui il 58,0% in negozi di vicinato e 42,0% in medie strutture di vendita; il settore non

alimentare ha una superficie di vendita di 87.653 mq, di cui il 78,7% in negozi di vicinato, 8,4% in medie strutture e il 12,9% in grandi strutture; il settore dei generi misti ha una superficie di vendita complessiva di 13.880 mq, di cui il 39,8% in negozi di vicinato, il 36,7% in medie strutture e il 23,4% in grandi strutture di vendita.

Il territorio di Busto Arsizio ospita 3 grandi strutture di vendita, per una superficie complessiva di 14.550 mq (**Tabella 28**): la struttura di maggiori dimensioni, 8.000 mq di superficie di vendita, è collocata sul confine nord-est del territorio comunale, in via Fagnano Olona, ed è dedicata alla vendita di generi di abbigliamento ed accessori; sempre nella parte est del territorio comunale, al confine con Olgiate Olona e lungo la Strada Statale del Sempione, si colloca una struttura per la vendita di mobili, arredi ed accessori, con una superficie di vendita pari a 3.300 mq; infine, la terza struttura si colloca nella parte ovest del territorio comunale, lungo la Strada Statale n° 527, ha una superficie di vendita pari a 3.250 mq, ed è organizzata nella formula del centro commerciale.

N°	Anagrafica	Indirizzo	Centro Commerciale	Superficie di vendita		
				Alimentare	Non Aliment.	Totale
1	CITY GARMENTS	Via Fagnano Olona	NO	-	8.000	8.000
2	LE TORRI/ STORE HOUSE LOMBARDO SRI	Ss 33 Sempione	NO	-	3.300	3.300
3	CENTRO COMMERCIALE TICINO	Via Delle Allodole	SI	2.320	930	3.250
TOTALE GRANDI STRUTTURE				2.320	12.230	14.550

Tab. 28 – Grandi strutture di vendita al 30 giugno 2014
(fonte: Ns. elaborazioni su dati SUAP, Comune di Busto Arsizio)

Sul territorio comunale sono presenti 25 medie strutture, per una superficie di vendita complessiva di 18.889 mq, ed una superficie media per esercizio commerciale pari a 755,56 mq. Rispetto al 2003, si registra la riduzione di 3.911 mq di superficie di vendita e di ben 7.027 mq rispetto alla superficie di vendita del 2008.

Si tratta di punti di vendita distribuiti all'interno dei diversi quartieri e, quindi, in grado di fornire un servizio ai cittadini residenti: ben 11 medie strutture di vendita, per una superficie complessiva di 7.562 mq, sono localizzate nei quartieri di San Giovanni e San Michele. Si tratta ad esclusione di una struttura, di punti di vendita con superficie inferiore a 1.000 mq e con una presenza di superficie di vendita di generi alimentari di poco superiore ad un terzo del totale.

Nella parte sud del territorio, nei quartieri di Sant'Edoardo e Sacconago, sono presenti 7 medie strutture, per una superficie di vendita di 5.276 mq, ed anche in questo caso si tratta, ad esclusione di un solo esercizio commerciale, di strutture con una superficie di vendita inferiore a 1.000 mq e con una prevalenza di superficie per la vendita di generi alimentari (78,0% del totale).

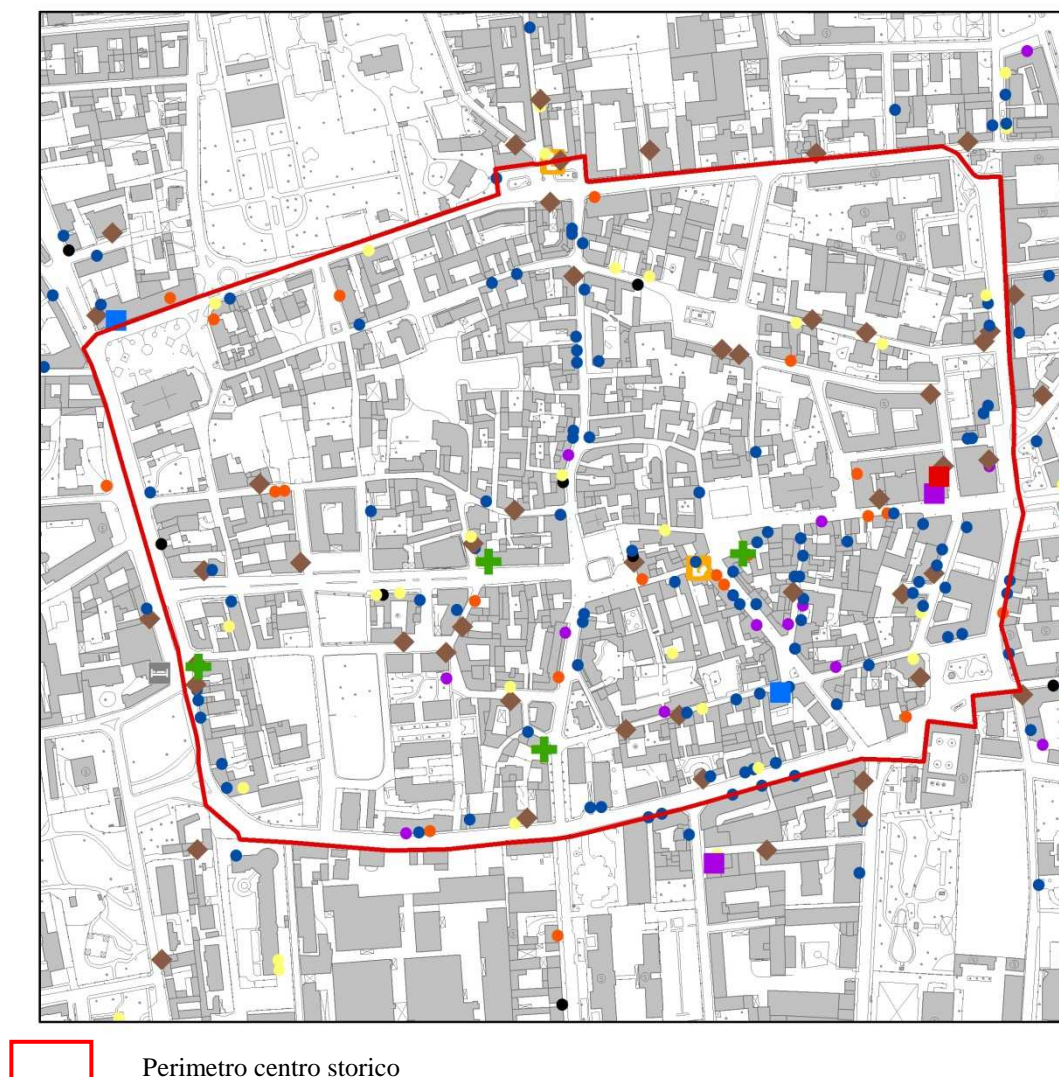
Nella parte nord-ovest, ovvero nel quartiere di Beata Giuliana, sono presenti 4 strutture, con una superficie di vendita pari a 4.680 mq e, infine, nella parte est, nel quartiere SS.Apostoli, sono presenti 3 strutture per la vendita di generi non alimentari, con una superficie di 1.371 mq.

Sempre dai dati forniti dall'Ufficio SUAP del Comune di Busto Arsizio³⁵, per quanto riguarda la struttura e la localizzazione dei negozi di vicinato³⁶, sono presenti 1.209 punti

³⁵L'Allegato 03 riporta, suddivisi per tipologia distributiva – media struttura e negozio di vicinato – e per generi venduti - alimentari e non alimentari – l'elenco degli esercizi commerciali presenti sul territorio.

di vendita per una superficie di vendita totale di 83.463 mq, una superficie media di 69,0 mq per esercizio. In particolare, il 14,7% dei punti di vendita è di tipologia alimentare, ben il 79,6% è della tipologia no-food e il restante 5,7% rientra nella tipologia dei generi misti, mentre per quanto riguarda la superficie di vendita, il 10,7% è per la vendita di generi alimentari, l'82,7% di generi non alimentari e il 6,6% di generi misti.

Osservando la distribuzione territoriale degli esercizi di vicinato, si nota come la maggior parte delle attività sia localizzata all'interno dei centri storici di Busto Arsizio (**Figura 05**), Sacconago (**Figura 06**) e Borsano (**Figura 07**).



³⁶ Per la definizione si rimanda al D.Lgs. 31 marzo 1998, n° 114, che all'art. 4 definisce "esercizi di vicinato quelli 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".

ESERCIZI COMMERCIALI

- Negozio di vicinato alimentare
- Negozio di vicinato non alimentare
- Negozio di vicinato genere misto
- Media strutture di vendita alimentare
- Media strutture di vendita non alimentare
- Media strutture di vendita genere misto

PUBBLICO ESERCIZIO

- ◆ Pubblico esercizio

SERVIZI ALLA PERSONA - ATTIVITA' VARIE

- + Farmacie e parafarmacie
- 📖 Rivendite giornali, edicole e tabaccheria
- Parrucchiere e estetista
- Panettiere - Rivendita pane - Pasticceria

Fig. 05 – Localizzazione delle attività commerciali all'interno del centro storico di Busto Arsizio

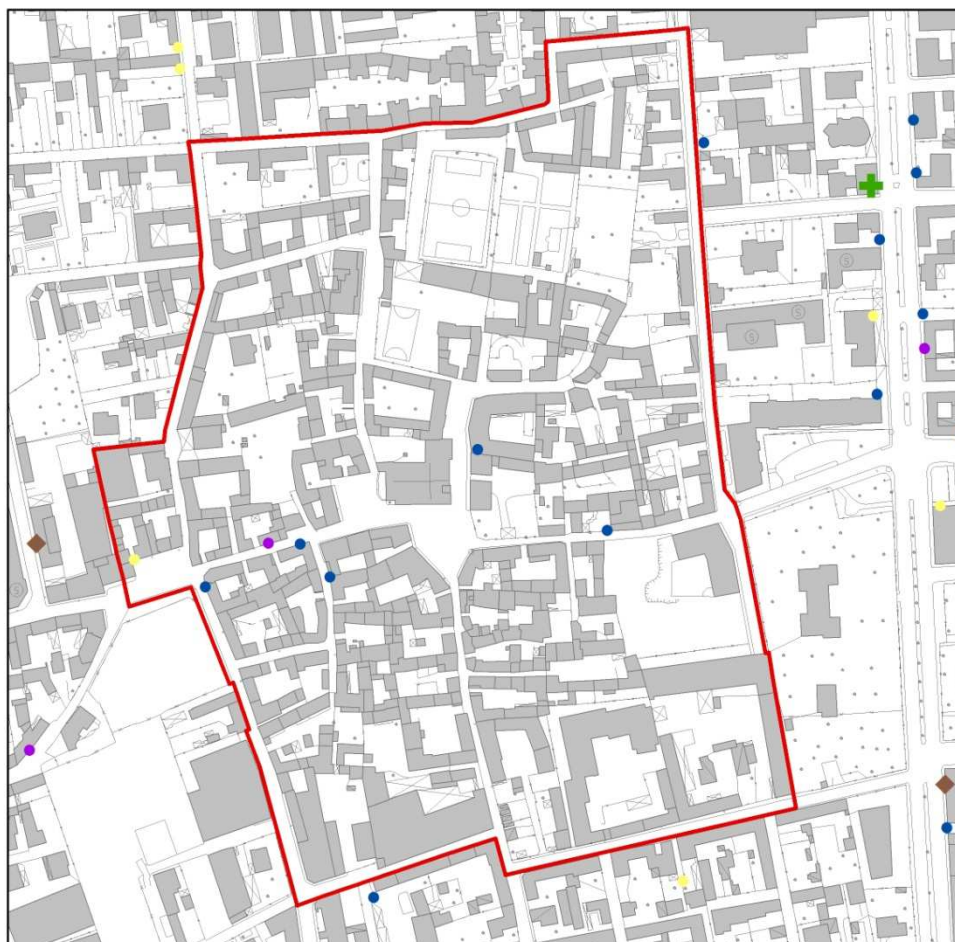


Fig. 06 – Localizzazione delle attività commerciali all'interno del centro storico di Sacconago

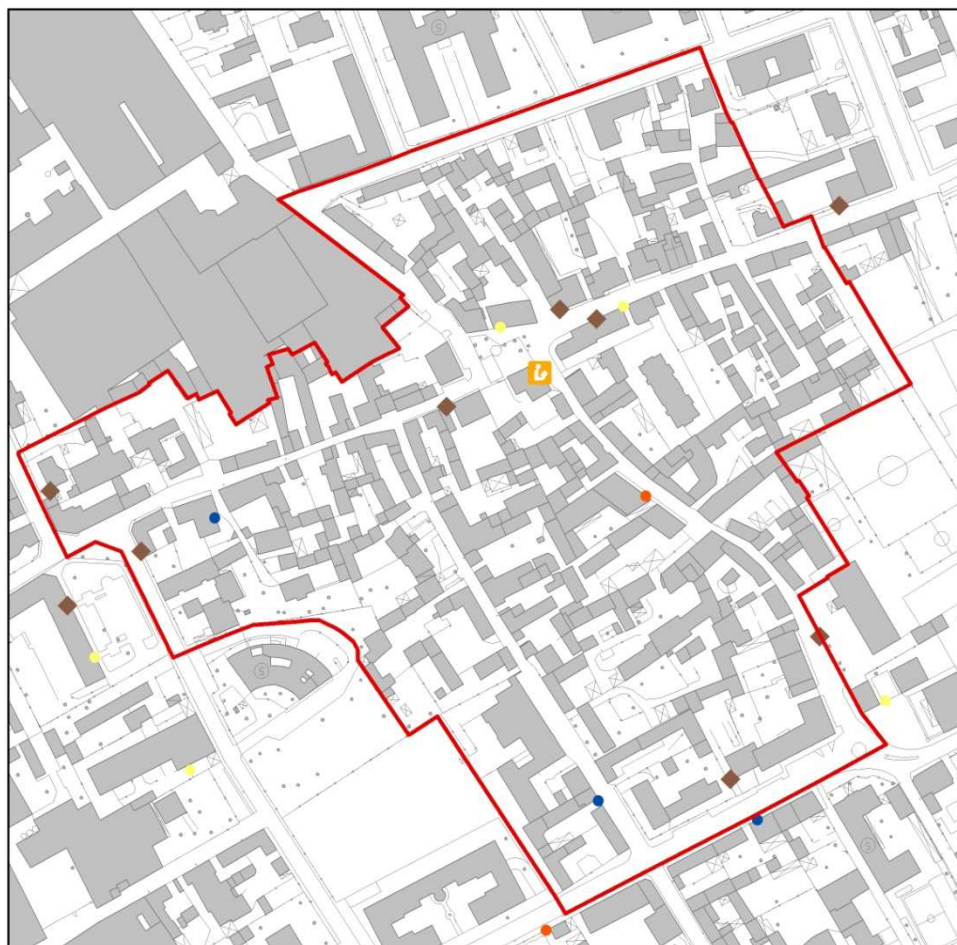


Fig. 07 – Localizzazione delle attività commerciali all'interno del centro storico di Borsano

All'interno della città storica e della città consolidata si distinguono alcuni assi che attraversano la città e che si caratterizzano per la forte presenza di attività commerciali: innanzitutto, all'interno del centro storico di Busto Arsizio, Piazza S.Maria, Piazza S.Giovanni, Piazza Trento e Trieste e Piazza Garibaldi costituiscono il sistema dove si concentra il maggior numero di esercizi di vicinato, in direzione est/ovest si riconosce un asse di concentrazione commerciale lungo il percorso via XX Settembre-via Milano-via Matteotti/via Cavallotti, che prosegue lungo via Pellico-via Rimembranze-via Lonate Pozzolo, in direzione nord/sud si riconosce un asse di concentrazione lungo il percorso via F.lli d'Italia-via Crespi-via Foscolo-piazzale Barsanti, che prosegue a sud della ferrovia, lungo via Pilo-via D'Acquisto.

In posizione più esterna è riconoscibile l'asse costituito dal tracciato della Strada Statale del Sempione, in direzione nord/sud l'asse via Galvani/via Donizetti-via Manzoni-piazza De Gasperi-via Magenta e l'asse via Virgilio-via Boccaccio, mentre in direzione est/ovest è riconoscibile l'asse via Nievo-via Alfieri-via Pirandello-via Deledda.

La **Figura 08** rappresenta la distribuzione delle strutture commerciali e dei servizi alla persona all'interno del perimetro del Distretto Urbano del Commercio.

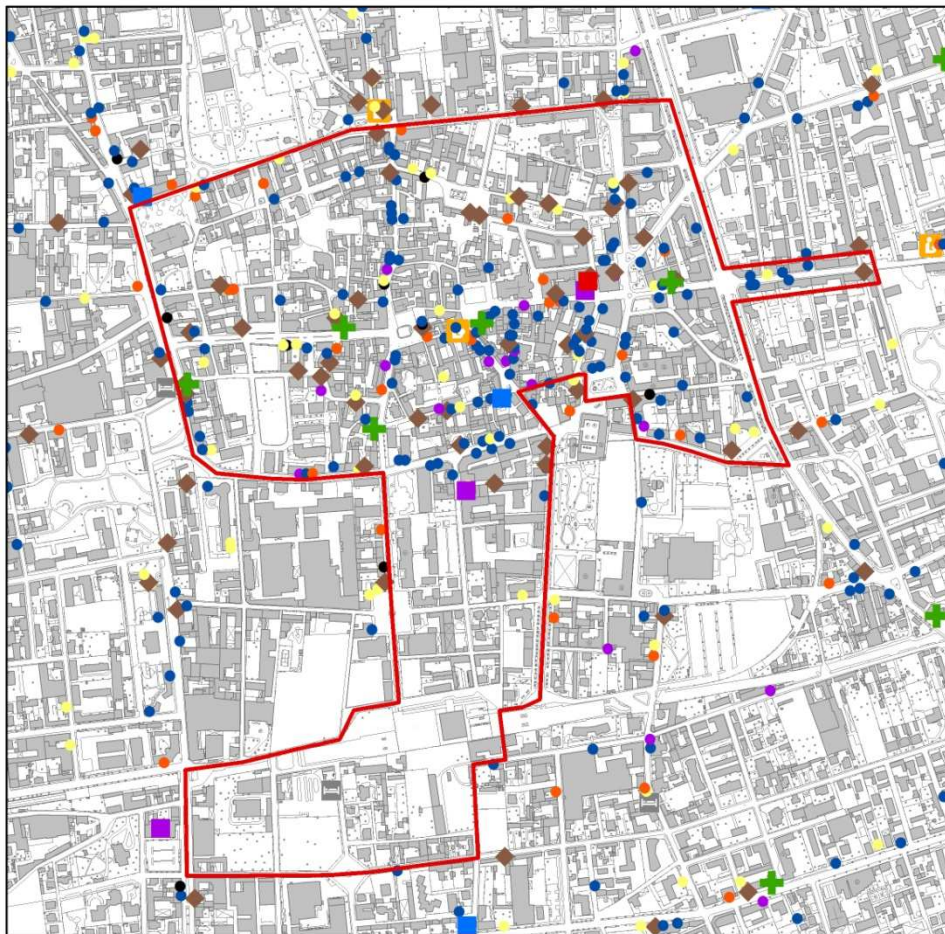


Fig. 08 – Localizzazione delle attività commerciali e dei servizi alla persona all'interno dell'area del Distretto Urbano del Commercio

4.2.4. La distribuzione territoriale al 2014

La lettura della Tavola 02, unitamente alla **Tabella 29** e alla **Tabella 30**, consente di disporre di una visione alla scala urbana, dell'articolazione territoriale del sistema commerciale.

Si conferma la significativa presenza di punti di vendita commerciali nei quartieri centrali di San Giovanni e San Michele: i due quartieri vedono la presenza del 67% del totale delle strutture commerciali, con una netta prevalenza dei punti di vendita in quello di San Giovanni (43,6% del totale). La parte est del territorio, costituita dai quartieri di Sant'Edoardo e SS.Apostoli, vede la presenza di poco più del 13% del totale dei punti di vendita.

Con percentuali attorno al 10%, è la presenza dei punti di vendita commerciali nella parte sud, quartieri di Sacconago e Borsano e nella parte nord e nord-ovest, quartieri di Madonna Regina, Beata Giuliana e Sant'Anna.

L'esame della distribuzione per merceologia conferma i dati, con tre elementi di differenziazione: un maggior peso percentuale nella distribuzione della presenza dei negozi alimentari nei quartieri sud e di quelli di nord e nordovest; un maggior peso percentuale nella presenza dei punti di vendita di generi non alimentari nei quartieri centrali; infine, un maggior peso percentuale della presenza di negozi di generi misti nella parte est.

Quartiere	Grandi Strutture di Vendita				Medie Strutture di Vendita				Negozi di vicinato				Totale esercizi commerciali			
	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale
Beata Giuliana	0	0	0	0	0	2	2	4	16	42	4	62	16	44	6	66
Borsano	0	0	0	0	0	0	0	0	14	35	0	49	14	35	0	49
Madonna Regina	0	0	1	1	0	0	0	0	10	22	0	32	10	22	1	33
Sant'Anna	0	1	0	1	0	0	0	0	9	13	2	24	9	14	2	25
Sacsonago	0	0	0	0	3	0	1	4	10	50	7	67	13	50	8	71
Sant'Edoardo	0	0	0	0	2	1	0	3	14	65	10	89	16	66	10	92
San Giovanni	0	0	0	0	2	2	2	6	54	451	28	533	56	453	30	539
San Michele	0	0	0	0	2	2	1	5	44	228	12	284	46	230	13	289
SS Apostoli	0	1	0	1	0	3	0	3	7	56	6	69	7	60	6	73
Totale	0	2	1	3	9	10	6	25	178	962	69	1209	187	974	76	1237

Tab. 29 – Distribuzione territoriale delle strutture del commercio in sede fissa al 2014.
Valori assoluti (fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

Quartiere	Grandi Strutture di Vendita				Medie Strutture di Vendita				Negozi di vicinato				Totale esercizi commerciali			
	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale	Alim.	N.Alim.	Misti	Totale
Beata Giuliana	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	33,3	16,0	9,0	4,4	5,8	5,1	8,6	4,5	7,9	5,3
Borsano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,9	3,6	0,0	4,1	7,5	3,6	0,0	4,0
Madonna Regina	0,0	0,0	100,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6	2,3	0,0	2,6	5,3	2,3	1,3	2,7
Sant'Anna	0,0	50,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	5,1	1,4	2,9	2,0	4,8	1,4	2,6	2,0
Sacsonago	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	16,7	16,0	5,6	5,2	10,1	5,5	7,0	5,1	10,5	5,7
Sant'Edoardo	0,0	0,0	0,0	0,0	22,2	10,0	0,0	12,0	7,9	6,8	14,5	7,4	8,6	6,8	13,2	7,4
San Giovanni	0,0	0,0	0,0	0,0	22,2	20,0	33,3	24,0	30,3	46,9	40,6	44,1	29,9	46,5	39,5	43,6
San Michele	0,0	0,0	0,0	0,0	22,2	20,0	16,7	20,0	24,7	23,7	17,4	23,5	24,6	23,6	17,1	23,4
SS Apostoli	0,0	50,0	0,0	33,3	0,0	30,0	0,0	12,0	3,9	5,8	8,7	5,7	3,7	6,2	7,9	5,9
Totale	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 30 – Distribuzione territoriale delle strutture del commercio in sede fissa al 2014.
Valori percentuali (fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

4.2.5. Una lettura dinamica dello sviluppo della rete commerciale. 2003/2014

4.2.5.1. Periodo 2003/2008

In termini evolutivi, tra 2003 e 2008, la rete distributiva comunale non ha evidenziato cambiamenti significativi. I dati numerici dell'ultimo periodo evidenziano dinamiche di positive e negative limitate e contenute dei descrittori scelti:

- il numero dei punti di vendita registra una leggera riduzione, -10 punti di vendita, da 1.084 a 1.074, quale risultato della stabilità delle grandi strutture di vendita, 3 unità, dell'incremento di 2 medie strutture di vendita, che passano da 32 a 34 unità e della riduzione dei negozi di vicinato, che passano da 1.049 a 1.037 unità;
- la superficie di vendita registra una crescita complessiva di poco meno di 4.000 mq, da 113.577 mq a 117.200 mq, quale risultato della stabilità della superficie delle grandi strutture di vendita, 14.550 mq, dell'incremento della superficie di vendita delle medie strutture, da 22.800 mq a 25.916 mq e della stabilità della superficie di vendita dei negozi di vicinato, da 76.226 mq a 76.734 mq;
- infine, la superficie media è risultata anch'essa in crescita, passando da 104, 8 mq a 109,1 mq per punto di vendita. L'aumento rispetto alla soglia di partenza, si registra in quanto l'incremento percentuale dei punti di vendita è inferiore rispetto alle superfici, evidenziando quindi un minor numero di negozi, ma con una maggiore superficie di vendita. Rispetto alle merceologie, aumenta decisamente la superficie media dei negozi alimentari, da 53,3 mq per punto di vendita a 77,2 mq e dei negozi per la vendita di generi misti, da 213,4 mq a 235,0 mq, mentre rimane invariata la

superficie media dei negozi per la vendita di generi non alimentari (102,7 mq per punto di vendita).

In sintesi si può affermare che il commercio in sede fissa ha registrato una fase di stabilità complessiva, con una leggera crescita nel parametro della superficie di vendita, risultato di un processo di ammodernamento e riqualificazione della rete distributiva, suffragata dall'incremento della superficie media per esercizio commerciale.

Per quanto riguarda gli aspetti di carattere prestazionale, dall'analisi dell'indice di densità commerciale, mentre nel 2003 si contano 13,8 esercizi commerciali ogni 1.000 abitanti, nel 2008 questo valore scende a 13,2. La variazione trova spiegazione, oltre che nella riduzione del numero dei punti di vendita di vicinato (-0,9%), soprattutto nell'aumento della popolazione residente (+6,2% nel periodo considerato).

Per quanto riguarda l'evoluzione dell'indice di dotazione commerciale, passa da 1.450,3 mq ogni 1.000 abitanti nel 2003 a 1.439,0mq nel 2008; tale risultato è conseguenza di un incremento di tale indice da 105,5 a 136,6 nel comparto alimentare, di una sua riduzione da 1.105,0 mq a 1.071,7 mq ogni 1.000 abitanti nel comparto non alimentare e nel comparto dei generi misti (da 239,8 mq a 230,9 mq ogni 1.000 abitanti).

4.2.5.2. Periodo 2008/2014

Nel periodo 2008-2014, la rete distributiva comunale ha confermato e consolidato la sua presenza all'interno della città, evidenziando un deciso rafforzamento per ciò che riguarda il numero di negozi di vicinato, ed un incremento minimo della superficie di vendita. I dati numerici evidenziano le seguenti dinamiche:

- il numero dei punti di vendita registra un deciso incremento, +163 punti di vendita, passando da 1.074 a 1.237, quale risultato della confermata stabilità delle grandi strutture di vendita, 3 unità, della riduzione di 9 medie strutture di vendita, che passano da 34 a 25 unità e dell'incremento dei negozi di vicinato, che passano da 1.037 a 1.209 unità;
- la superficie di vendita registra una leggera riduzione, passando da 117.200 mq a 116.902 mq, quale risultato della stabilità della superficie delle grandi strutture di vendita, 14.550 mq, della riduzione della superficie di vendita delle medie strutture, da 25.916 mq a 18.889 mq e dell'incremento della superficie di vendita dei negozi di vicinato, da 76.734 mq a 83.463 mq;
- infine, la superficie media per punto di vendita si è ridotta, passando da 109,1 mq a 94,5 mq per punto di vendita. La riduzione rispetto alla soglia di partenza, si registra a seguito di una significativa riduzione della superficie delle medie strutture di vendita e dell'ingresso di nuovi punti di vendita di vicinato, non in grado di garantire la soglia dimensionale del precedente periodo. Rispetto alle merceologie, aumenta ancora la superficie media dei negozi alimentari, da 77,2 mq per punto di vendita a 82,2 mq, mentre si riduce la superficie media dei negozi per la vendita di generi misti, da 235,0 mq a 182,6 mq e dei negozi per la vendita di generi non alimentari, da 102,7 mq a 90,0 mq.

Pertanto si può affermare che il commercio in sede fissa ha superato la fase di stabilità complessiva del periodo precedente, avviando una nuova fase di consolidamento e crescita della presenza commerciale, soprattutto per ciò che riguarda i negozi di vicinato, in termini di numero di punti di vendita ed anche di superficie. Da osservare con attenzione è la fase di leggero decremento della presenza di medie strutture di vendita, sia in termini di superficie che di numero di punti di vendita: occorre anche evidenziare che per questa

tipologia di strutture, entrano in gioco, da parte degli operatori del settore, valutazioni di carattere territoriali, ovvero valutazione delle dinamiche commerciali che coinvolgono il territorio in cui è inserita la città di Busto Arsizio.

Per quanto riguarda gli aspetti di carattere prestazionale, dall'analisi dell'indice di densità commerciale, nel 2008 si contano 13,2 esercizi commerciali ogni 1.000 abitanti, nel 2014 questo valore sale a 15,1.

Per quanto riguarda l'evoluzione dell'indice di dotazione commerciale, passa da 1.439,0 mq ogni 1.000 abitanti nel 2008 a 1.427,3 nel 2014; tale risultato è conseguenza di un incremento di tale indice da 136,6mq a 187,6mq ogni 1.000 abitanti nel comparto alimentare, di una stabilità attorno a 1.070 mq ogni 1.000 abitanti, nel comparto non alimentare e di una riduzione di tale indice da 230,9 a 169,5 mq ogni 1.000 abitanti nel comparto dei generi misti.

4.2.5.3. Periodo 2003/2014

La **Tabella 31** e la **Tabella 32** riassumono le dinamiche del settore commerciale registrate nel periodo 2003-2014.

	2003	2008	2014
Numero punti di vendita (n°)	1.084	1.074	1.237
Superficie di vendita (mq)	113.577	117.200	116.902
Superficie media per punto di vendita (mq/pdv)	104,8	109,1	94,5

Tab. 31 – Evoluzione del commercio in sede fissa dal 2003 al 2014
(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

	2003-2008	2008-2014	2003-2014
Numero punti di vendita (n°)	-10	+163	+153
Superficie di vendita (mq)	+3.623	-298	+3.325
Superficie media per punto di vendita (mq/pdv)	+4,3	-14,6	-10,3

	2003-2008	2008-2014	2003-2014
Numero punti di vendita (n°)	-0,92%	+15,17	+14,11%
Superficie di vendita (mq)	+3,19%	-0,17%	+2,93%
Superficie media per punto di vendita (mq/pdv)	+4,10%	-13,38%	-9,83%

Tab. 32 – Variazioni assolute e percentuali del commercio in sede fissa dal 2003 al 2014
(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

Dinamiche nel periodo 2003-2014 nel settore alimentare, non alimentare e misto

Le attività alimentari, rispetto al 2003, evidenziano un significativo incremento di oltre 7.000 mqv, a vantaggio delle medie strutture di vendita e, in misura minore, anche dei negozi di vicinato (7.812mqv nel 2003, 8.910mqv nel 2014).

Tale situazione risulta importante in quanto restituisce una tendenza che ha registrato l'apertura di nuove attività in aree esterne al centro della città, con una superficie di vendita maggiore rispetto alla superficie media del periodo precedente.

Le attività non alimentari, sempre rispetto al 2003, evidenziano un incremento di oltre 1.100 mqv, a maggior vantaggio dei negozi di vicinato, mentre le medie strutture di vendita registrano una riduzione della superficie di vendita e le grandi strutture di vendita una stabilità.

Per quanto riguarda la superficie di vendita di generi misti, rispetto al 2003, si registra una riduzione di circa 4.900 mqv, a seguito della riduzione della superficie delle medie strutture di vendita e di una stabilità della superficie di vendita dei negozi di vicinato e delle grandi strutture di vendita.

Rispetto alle medie strutture di vendita, occorre evidenziare che lo spostamento dalla tipologia alimentare a quella non alimentare o mista, deriva prevalentemente dalla modifica delle modalità di classificazione: ovvero, nella classificazione del 2014, viene assegnata la merceologia alimentare oppure non alimentare, in funzione della superficie di vendita prevalente, rispetto alle precedenti classificazioni che invece privilegiavano la presenza di soli generi alimentari o non alimentari.

La **Tabella 33** e la **Tabella 34** riassumono le dinamiche dei settori, food, no-food e misti, registrate nel periodo 2003-2014.

Superficie di vendita (mq)	2003	2008	2014
Alimentare	8.262	11.123	15.369
Non Alimentare	86.536	87.274	87.653
Mista	18.778	18.803	13.880
Totale	113.577	117.200	116.902

Tab. 33 – Evoluzione della superficie di vendita per le diverse merceologie dal 2003 al 2014(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

Superficie di vendita (mq)	2003-2008	2008-2014	2003-2014
Alimentare	+2.861	+4.246	+7.107
Non Alimentare	+738	+379	+1.117
Mista	+25	-4.923	-4.898
Totale	+3.624	-298	+3.326

Superficie di vendita	2003-2008	2008-2014	2003-2014
Alimentare	+34,63	+38,17	+51,39
Non Alimentare	+0,85	+0,43	+1,29
Mista	+0,13	-26,18	-26,08
Totale	+3,19	-0,25	+2,93

Tab. 34 – Variazioni assolute e percentuali della superficie di vendita del commercio in sede fissa dal 2003 al 2014(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

In sintesi si può affermare che nell'intero periodo si registra un crescita della superficie di vendita complessiva, con una dinamica positiva nel settore alimentare e, seppure in misura inferiore, in quello non alimentare, mentre si registra una riduzione della superficie di vendita per ciò che riguarda i negozi commerciali per la vendita di generi misti.

Comparazione dei livelli di servizio 2003/2014³⁷

Il livello di servizio offerto al cittadino ha subito un miglioramento del servizio per quanto riguarda il numero di punti di vendita, che è aumentato in misura superiore rispetto al parallelo incremento della popolazione residente: il rapporto tra abitanti e punti di vendita, nel 2003, si attestava intorno al valore di 72,2 abitanti per punto di vendita, mentre al 2014 il valore è pari a circa 66 abitanti per punto di vendita (**Tabella 35**).

Per quanto riguarda la dotazione di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti, lo scenario nel 2003 restituiva un valore di 105,5 mq/1.000 abitanti per il settore alimentare, 1.071,7 mq/1.000 abitanti per quello non alimentare e 239,8 mq/1.000 abitanti per il settore misto, con un valore complessivo di 1.450,3 mq/1.000 abitanti.

La situazione al 2014 evidenzia una crescita della dotazione per il solo settore alimentare, con il valore che si attesta a 187,6 mq/1.000 abitanti; mentre registra una riduzione nel settore non alimentare, 1.070,2 mq/1.000 abitanti ed in quello misto, 169,5 mq/1.000 abitanti. Infine, il valore complessivo registra un leggero peggioramento, con una dotazione di 1.427,3 mq/1.000 abitanti.

	Abitanti/Punti di vendita			Mq vendita/1.000 abitanti		
	2003	2008	2014	2003	2008	2014
Alimentari	505,2	565,5	438,0	105,5	136,6	187,6
Non Alimentari	93,1	95,8	84,1	1.105,0	1.071,7	1.070,2
Misti	889,9	1.017,9	1.077,7	239,8	230,9	169,5
Totale	72,2	75,8	66,2	1.450,3	1.439,2	1.427,3

Tab. 35 – Livelli di servizio offerti dal commercio in sede fissa dal 2003 al 2014
(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

4.2.6. Le attività di somministrazione di alimenti e bevande

Complessivamente sono presenti sul territorio comunale 193 attività di somministrazione di alimenti e bevande, con un rapporto di 424,4 abitanti per unità locale, ben distribuiti sul territorio, anche se il 55% di queste attività si concentra all'interno dei quartieri centrali di San Giovanni e San Michele (**Tabella 36**).

Pertanto, la situazione appare fortemente diversificata nelle diverse zone del territorio: infatti ad una sovra dotazione nella zona del centro storico, fa riscontro una minor presenza nelle aree a carattere prevalentemente residenziale e nelle aree esterne. In ogni caso, si tratta di attività che si collocano prevalentemente in posizione centrale all'interno dei diversi quartieri e costituiscono punti di riferimento, di relazione e di servizio principalmente rivolti ai cittadini residenti.

Sicuramente la localizzazione di queste attività all'interno del perimetro del centro storico determina una clientela costituita in prevalenza da residenti, ma anche di clienti che provengono dall'esterno, che suggerisce la possibilità di avviare processi di ulteriore valorizzazione dei luoghi centrali: in generale emerge che Busto Arsizio presenta una dotazione di attività di somministrazione aperte al pubblico leggermente sottodimensionata rispetto a quella regionale e provinciale.

³⁷ Abitanti 2003: 78.311, abitanti al 2008: 81.432 e abitanti al 2014: 81.904.

Quartiere	Pubblici esercizi	
	Valori assoluti – v.a.	Valore percentuale - %
Beata Giuliana	18	9,33
Borsano	13	6,74
Madonna Regina	8	4,14
Sant'Anna	7	3,63
Sacsonago	8	4,14
Sant'Edoardo	16	8,29
San Giovanni	70	36,27
San Michele	36	18,65
SS Apostoli	17	8,81
Totale	193	100,00

Tab. 36 – Distribuzione delle attività di pubblico esercizio sul territorio comunale
(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

4.2.7. Le attività di servizio alla persona

I dati forniti dall'Ufficio SUAP del Comune di Busto Arsizio, consentono avere un quadro complessivo di una serie di servizi alla persona presenti sul territorio comunale, che sono così suddivisi per le diverse tipologie:

- 5 alberghi, per un'offerta complessiva di 182 posti letto
- 4 bed & breakfast, per un'offerta complessiva di 26 posti letto
- 20 farmacie, con un rapporto di 4.095 abitanti per ciascuna unità locale
- 23 panetterie e pasticcerie, con un rapporto di 3.561 abitanti per ciascuna unità locale
- 14 rivendite di giornali ed edicole, con un rapporto di 5.850 abitanti per ciascuna rivendita
- 184 parrucchieri ed estetisti, con un rapporto di 445,1 abitanti per ciascuna unità locale
- 26 distributori di carburanti, con un rapporto di 3.150 abitanti per ciascun impianto.

La **Tabella 37**, unitamente alla Tavola 02, allegata alla presente relazione, rappresentano la distribuzione territoriale dei servizi alla persona. Come evidenzia la tabella successiva, poco meno del 60% di questi servizi si concentrano nei due quartieri centrali di San Giovanni e San Michele, mentre la restante parte dei servizi si distribuisce in misura sufficientemente articolata all'interno degli altri quartieri.

Quartiere	Servizi alla persona						
	Hotel e b&b	Farmacie	Panetteria e pasticcer.	Edicole	Parrucc./ Estetisti	Distribut. Carburanti	Totale
Valori assoluti – v.a.							
Beata Giuliana	1	2	3	2	17	2	27
Borsano	1	1	0	1	9	4	16
Madon. Regina	1	1	0	0	3	1	6
Sant’Anna	0	1	1	0	4	4	10
Sacsonago	1	2	1	2	14	1	21
Sant’Edoardo	1	2	4	0	15	4	26
San Giovanni	1	6	6	6	61	4	84
San Michele	2	4	8	3	53	3	73
SS Apostoli	1	1	0	0	8	3	13

Totale	9	20	23	14	184	26	276
<i>Distribuzione percentuale - %</i>							
Beata Giuliana	11,11	10,00	13,04	14,29	9,24	7,70	9,78
Borsano	11,11	5,00	0,00	7,14	4,89	15,38	5,80
Mado. Regina	11,11	5,00	0,00	0,00	1,63	3,85	2,17
Sant'Anna	0,00	5,00	4,35	0,00	2,17	15,38	3,62
Saconago	11,11	10,00	4,35	14,29	7,61	3,85	7,62
Sant'Edoardo	11,11	10,00	17,39	0,00	8,15	15,38	9,42
San Giovanni	11,11	30,00	26,09	42,86	33,15	15,38	30,43
San Michele	22,22	20,00	34,78	21,42	28,80	11,54	26,45
SS Apostoli	11,11	5,00	0,00	0,00	4,36	11,54	4,71
Totale	100,0	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tab. 37 – Distribuzione dei servizi alla persona sul territorio comunale
(fonte: ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio)

4.2.8. Il commercio su aree pubbliche

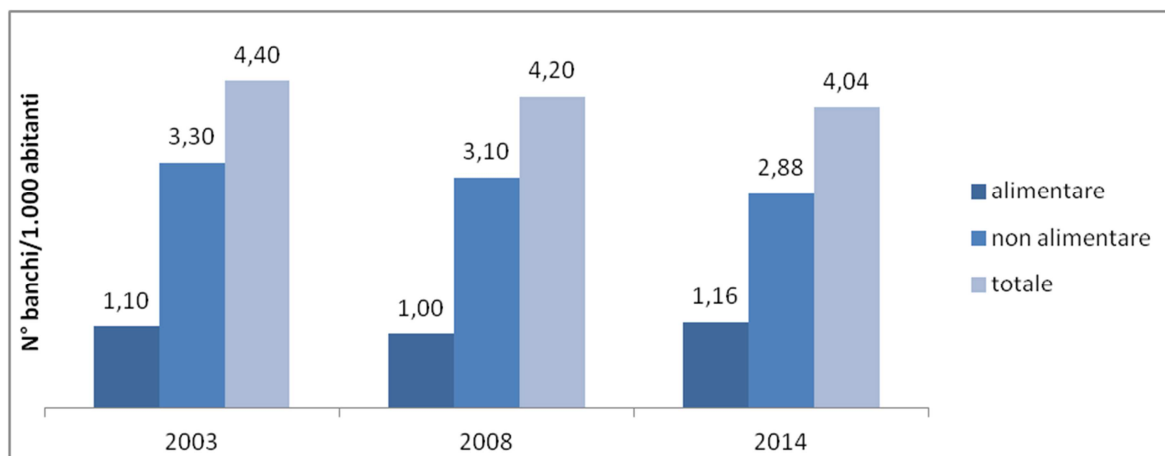
Completa il quadro dell'offerta di spazi ed aree dedicate alle attività commerciali, la presenza sul territorio comunale di quattro aree pubbliche in cui si svolgono le seguenti attività mercatali:

- nel quartiere di Sant'Edoardo, in piazzale dei Bersaglieri, il mercato si svolge nelle giornate di giovedì e di sabato, con un totale di 145 posteggi, di cui 35 postazioni per la vendita di generi alimentari e 110 per la vendita di generi non alimentari. I posti attualmente assegnati sono leggermente inferiori alla disponibilità: sono 130 al sabato e 128 al giovedì;
- nel quartiere di Beata Giuliana, in via C.Azimonti, il mercato si svolge il martedì mattina, con la presenza di 20 posteggi, di cui 8 per la vendita di generi alimentari e 12 per la vendita di generi non alimentari. Anche in questo caso, il numero di posti assegnati è leggermente inferiore, pari a 17 postazioni;
- nel quartiere di Sant'Anna, in via Fogazzaro, il mercato si svolge il lunedì mattina, con la presenza di 20 posteggi, di cui 8 per la vendita di generi alimentari e 12 per la vendita di generi non alimentari. Attualmente è assegnato un solo posteggio;
- infine, nel quartiere di Borsano, il mercato si svolge in via Madonna del Monte, il mercato si svolge il venerdì mattina, con la presenza di 36 posteggi, di cui 18 per la vendita di generi alimentari e 18 per la vendita di generi non alimentari. E' di recente istituzione, ed è in corso il bando per l'assegnazione dei posteggi.

Complessivamente l'offerta è costituita da 221 postazioni, di cui 69 per la vendita di generi alimentari e 152 per la vendita di generi non alimentari. Attualmente sono assegnati circa 150 postazioni e 36 in fase di assegnazione. Il rilievo e l'entità dei mercati, soprattutto di quello di piazzale dei Bersaglieri, restituisce una buona estensione e composizione del mix merceologico (31% delle postazioni per generi alimentari e 69% per generi non alimentari), che fa presumere un'affluenza anche di livello sovralocale.

La densità di esercizi ambulanti a posteggio mobile nel 2014 è pari a 4,0 ogni 1.000 abitanti, in leggero calo rispetto a quella degli anni precedenti; infatti, l'indice era pari a 4,2 posteggi ogni 1.000 abitanti nel 2008 e 4,4 nel 2003 (**Graf. 19**). Per quanto riguarda la merceologia, la densità di esercizi ambulanti registra un miglioramento del livello di servizio per i generi alimentari, con l'indice che passa da 1,1 del 2003 a 1,2 del 2014 e un

peggioramento del livello di servizi per i generi non alimentari, con l'indice che passa da 3,3 del 2003 a 2,9 del 2014.



Graf. 18 – Densità commerciale (n° posteggi per 1.000 abitanti) relativa al commercio ambulante nel Comune di Busto Arsizio nel periodo 2003-2014 (fonte: *Ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio e Comune di Busto Arsizio, “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009*)

La **Tabella 38** riporta l'evoluzione della presenza del commercio ambulante sul territorio di Busto Arsizio al 2003, 2008 e 2014. In totale si registra una sostanziale stabilità della presenza di posteggi mobili, con una stabilità del numero di posteggi per i mercati dei quartieri di Beata Giuliana e Sant'Anna; una riduzione dei posteggi nei due mercati di piazza Bersaglieri (-15% rispetto al 2003) e la sostituzione del mercato di Sacconago con quello di Borsano, con i posteggi in fase di assegnazione.

Localizzazione	Giorno	Merceologia		
		Alimentare	Non Alimentare	Totale
Anno 2003				
Beata Giuliana	Martedì	6	13	19
Piazza Bersaglieri	Giovedì	34	113	147
	Sabato	34	114	148
Sacconago	Sabato	-	3	3
Sant’Anna	Lunedì	8	12	20
Totale		82	253	335
Anno 2008				
Beata Giuliana	Martedì	6	13	19
Piazza Bersaglieri	Giovedì	34	113	147
	Sabato	34	114	148
Sacconago	Sabato	-	3	3
Sant’Anna	Lunedì	8	12	20
Totale		82	253	335
Anno 2014				
Beata Giuliana	Martedì	7	10	17
Piazza Bersaglieri	Giovedì	31	97	128
	Sabato	31	99	130

Borsano	Venerdì	18	18	36
Sant'Anna	Lunedì	8	12	20
Totale		95	236	331

Tab. 38 – Mercati attivi nel Comune di Busto Arsizio. Evoluzione nel periodo 2003-2014
*(fonte: Ns. elaborazioni su dati SUAP Comune di Busto Arsizio e Comune di Busto Arsizio
 “Indagini conoscitive di carattere socio-economico nel Comune di Busto Arsizio per
 l'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali”, a cura di TradeLab, 2009)*

4.2.9. Contenuti e articolazione del data-base del commercio

A conclusione del lavoro svolto, sulla base dell'elenco delle attività commerciali e non fornito dal SUAP del Comune di Busto Arsizio, aggiornato al giugno 2014, è stato predisposto un data base relativo ai seguenti tematismi:

- esercizi commerciali, con le seguenti informazioni: identificativo, informazioni amministrative (n° autorizzazione, giorno, mese e anno pratica), ragione sociale, settore³⁸, categoria merceologica³⁹, indirizzo, superficie totale, superficie di vendita suddivisa in superficie di vendita alimentare, non alimentare e generi misti, altre superfici, stato dell'attività;
- pubblici esercizi con le seguenti informazioni: identificativo, n° e data autorizzazione, denominazione, indirizzo e superficie totale;
- servizi alla persona e attività varie, quali parrucchieri ed estetisti, edicole, panetterie e pasticcerie, farmacie e parafarmacie, distributori di carburanti e alberghi), contenente le seguenti informazioni: identificativo, n° autorizzazione e data, denominazione, indirizzo.

L'elenco fornito dall'Ufficio SUAP comprende tutte le pratiche relative alle attività commerciali e non presenti sul territorio comunale alla data del giugno 2014. Sulla base di queste informazioni iniziali, sono state svolte le seguenti fasi di lavoro:

- eliminazione di tutte le attività non più attive
- riclassificazione in relazione alla merceologia, alimentare, non alimentare e generi misti dei soli esercizi commerciali, ovvero separazione delle attività commerciali dai servizi alla persona e dai pubblici esercizi. Inoltre, all'interno delle attività commerciali, sono state separate le attività ritenute non esclusivamente commerciali, rispetto a quelle commerciali, ed inserite in una categoria denominata “attività varie” che comprende agenzie d'affari, vendita on line e per corrispondenza, vendita tramite apparecchi automatici;
- incrocio dei dati ottenuti, con lo stradario e con i numeri civici, forniti dall'Ufficio Tecnico. Tale attività ha consentito di georeferenziare le attività commerciali e di servizio alla persona su base cartografica, suddivise per quartiere. Occorre precisare che la cartografia elaborata, in corrispondenza di attività con il medesimo numero civico, rappresenta un solo punto di vendita, mentre il data base riporta tutte le attività effettivamente attive al giugno 2014.

Per riassumere, il data base fornito all'Amministrazione Comunale, contiene informazioni relative alle seguenti attività presenti sul territorio:

³⁸ Alimentare, Non Alimentare, Misti e Altro.

³⁹ Presente non per tutti gli esercizi commerciali.

- attività commerciali di vicinato per complessivi 1.209 punti di vendita, di cui 178 negozi per la vendita di generi alimentari, 962 per la vendita di generi non alimentari e 69 per la vendita di generi misti
- attività commerciali varie per complessivi 89 punti di vendita, di cui 13 agenzie d'affari, 62 vendite per corrispondenza/on line e 14 vendite tramite apparecchi automatici
- 3 grandi strutture di vendita e 30 medie strutture di vendita
- 193 pubblici esercizi
- 9 alberghi e bed&breakfast
- servizi alla persona e attività varie per complessivi 267 presenze sul territorio, di cui 184 parrucchieri ed estetisti, 26 distributori di carburante, 23 panetterie e pasticcerie, 20 farmacie e parafarmacie e 14 edicole.

La **Tavola 02** – Commercio, pubblici esercizi e attività varie, allegata alla presente relazione, rappresenta il sistema commerciale e dei servizi alla persona esistente al giugno 2014 sul territorio di Busto Arsizio, suddiviso per quartieri.

5. ELEMENTI PER LA DEFINIZIONE DI STRATEGIE DI URBANISTICA COMMERCIALE

La parte progettuale del documento, dopo aver esaminato il ruolo e l'assetto della struttura commerciale urbana e territoriale, i punti di forza e di debolezza del sistema commerciale di Busto Arsizio, si pone l'obiettivo di fornire proposte finalizzate a:

- definire le caratteristiche e le formule distributive da sviluppare
- focalizzare i diversi processi e percorsi di sviluppo del sistema della distribuzione di beni e servizi
- designare il ruolo degli attori pubblici e privati
- definire criteri per l'insediamento di attività commerciali, all'interno di una coerenza complessiva e coordinata con il vigente Piano di Governo del Territorio.

Questo capitolo delinea le principali strategie di correlazione tra urbanistica e commercio, su cui si fondano i contenuti propositivi del documento, all'interno di un quadro di coerenza con:

- le indicazioni contenute nei documenti di programmazione di livello regionale e provinciale;
- le attività e le iniziative che l'Amministrazione Comunale ha promosso in questi anni, Distretto Urbano del Commercio in *primis*.

5.1. Coerenza con le indicazioni di livello provinciale e regionale

Il presente documento recepisce le indicazioni contenute negli strumenti di programmazione di livello regionale e provinciale, in particolare fa propri gli indirizzi di sviluppo:

- a livello regionale, i contenuti nel Testo Unico in materia commerciale del 2010 e successive modifiche e integrazioni e il Programma Triennale di Sviluppo del Settore Commerciale – PTSSC 2006-2008, sia per quanto riguarda gli aspetti di carattere generale, sia per quanto riguarda quelli relativi all' "*Ambito di addensamento commerciale metropolitano*", ambito cui appartiene Busto Arsizio;
- a livello provinciale, i contenuti del vigente Piano Territoriale di Coordinamento della provincia di Varese e dei documenti ad esso collegati⁴⁰.

In modo ancora più stringente e puntuale, il documento relativo alle politiche in materia commerciale, e ancora prima, il Piano di Governo del Territorio, recepiscono le indicazioni per l'attività di pianificazione alla scala comunale contenute nella legge regionale n° 12/2005 e s.m.i. e nei successivi provvedimenti ad essa collegati, per ciò che riguarda le indicazioni in materia di insediamenti commerciali⁴¹, nonché le recenti indicazioni fornite dal testo unico regionale in materia di commercio, e in modo particolare rispetto ai contenuti dell'art. 4 e dell'art. 150.

Si tratta di una coerenza perseguita dal vigente PGT che ha effettuato scelte strategiche di programmazione degli insediamenti, che perseguono le seguenti finalità:

- favorire la realizzazione di una rete distributiva che assicuri la migliore produttività del sistema, la qualità e l'economicità dei servizi da rendere al consumatore;

⁴⁰ Per un approfondimento, si rimanda al paragrafo 2.3. della presente relazione.

⁴¹ Per un approfondimento, si rimanda ai paragrafi 2.4. e 2.5. della presente relazione.

- salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti, ed il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
- favorire un'integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali del contesto sociale;
- valorizzare la funzione commerciale al fine di una riqualificazione del tessuto urbano consolidato;
- assicurare il rispetto della libera concorrenza favorendo lo sviluppo della presenza delle varie formule organizzative della distribuzione e, all'interno di queste, tra le varie imprese, al fine di garantire un corretto equilibrio tra imprese di diverse dimensioni;
- agevolare gli insediamenti che prevedono la ricollocazione di piccole e medie imprese già operanti sul territorio, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali ed il contesto sociale nelle relative aree;
- assicurare un sistema di monitoraggio riferito all'entità ed alla efficienza delle rete distributiva insediata sul territorio;
- assicurare la trasparenza del mercato, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;
- garantire la tutela del consumatore con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di aggiornamento, al servizio di prossimità, all'assortimento ed alla sicurezza dei prodotti;
- infine, favorire l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi.

Sulla base di questi obiettivi, le scelte del vigente PGT in materia di destinazioni funzionali e di localizzazioni insediative all'interno del tessuto urbano, sono state orientate verso una visione unitaria della questione commerciale. Il presente documento di carattere programmatico, parte integrante del vigente PGT, ed integrato con le progettualità contenute nel DUC, propone una visione unitaria della problematica commerciale, finalizzata a favorire:

- una integrazione armonica ed equilibrata degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali del contesto sociale;
- una struttura commerciale articolata nelle diverse formule distributive e nelle merceologie, con l'obiettivo di fornire, primariamente ai cittadini di Busto Arsizio, un servizio di qualità in grado di rispondere alle esigenze primarie della domanda;
- un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;
- una maggiore integrazione delle attività commerciali con le altre attività economiche e con i servizi, al fine di garantire la presenza continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste, con la presenza di un insieme variegato di funzioni e di attività compatibili, quali servizi, commercio, terziario, direzionale, ricettivo, attività culturali e di spettacolo, ma anche residenze;
- un equilibrato rapporto tra rete viaria e insediamenti commerciali, evitando ripercussioni negative sulla rete viaria esistente, creando le condizioni affinché il sistema della mobilità sia a supporto del corretto svolgimento delle attività commerciali;

- la creazione di uno o più “centri commerciali naturali” nei centri storici agevolando l’insediamento di esercizi di vicinato, già presenti nel territorio comunale;
- infine, un miglioramento qualitativo e quantitativo della struttura commerciale di medie dimensioni, prioritariamente finalizzato a potenziare il livello di servizio offerto ai residenti ed, eventualmente, attrarre anche utenti dall’esterno.

5.2. I Distretti del Commercio: obiettivi, ruolo e funzione

All’interno di questo scenario, costituisce argomento di attenzione da parte del presente documento, il tema dei distretti del commercio, quale nuovo soggetto della *governance* e nuovo *format* commerciale, promosso recentemente da Regione Lombardia, come opportunità per “... fare dei luoghi che in Lombardia si stanno definendo come distretti del commercio dei nuovi format attrattivi e competitivi è la sfida che aspetta tutti i soggetti che sono stati sinora coinvolti dall’iniziativa: enti locali, imprese e operatori economici, associazioni, società di consulenza e prestatori di servizi. I distretti stanno dimostrando di essere soggetti propulsori dello sviluppo del commercio, del turismo e dei servizi, acquistandone consapevolezza e posizionandosi come nuovi soggetti attivi della governance urbana, in un rapporto dialettico con soggetti pubblici ed istituzioni oltre che con le associazioni di categoria”⁴².

5.2.1. Commercio urbano e sviluppo della città⁴³

In Italia, come più in generale in Europa, lo sviluppo urbano e quello commerciale hanno registrato percorsi sempre più divergenti, facendo progressivamente venir meno quella sintesi naturale che per tanti secoli aveva caratterizzato le città. Con qualche eccezione, vale a dire quelle dei grandi magazzini che all’inizio del secolo scorso hanno trovato una loro collocazione all’interno della città, spesso in zone centrali, in Italia i punti di vendita della distribuzione moderna si sono localizzati all’esterno del tessuto urbano.

La crescita delle grandi superfici di vendita (ipermercati, grandi supermercati, grandi superfici specializzate) e dei centri commerciali al dettaglio avvenuto nel corso degli anni ’80 e ’90 hanno, infatti, difficilmente trovato spazio all’interno della città. Uno sviluppo favorito dal crescente utilizzo dell’auto nella mobilità privata e dalla espansione urbanistico-residenziale delle città in zone sempre più esterne.

A partire dalla metà degli anni ’90 si sono tuttavia registrate alcune importanti modificazioni che hanno influenzato lo scenario commerciale e le stesse modalità con cui competono le imprese distributive. A tale riguardo, si possono richiamare alcune tendenze principali:

- l’aumentata partecipazione femminile al mercato del lavoro
- la crescente multi etnicità demografica e culturale
- la presenza di stili di vita molteplici e maggiormente differenziati
- la riduzione del numero medio di componenti dei nuclei familiari
- il ruolo di internet e dell’e-commerce.

⁴² Regione Lombardia – Commercio, Turismo e Servizi, “*I Distretti del Commercio in Lombardia*”, 2010.

⁴³ Estratto dalla premessa della relazione progettuale per la creazione del DUC di Busto Arsizio.

L'articolazione di questi cambiamenti economico-sociali e la loro dimensione hanno sviluppato una crescente frammentazione dei bisogni e dei consumi che sta determinando significative modificazioni nel comportamento di acquisto delle persone. Ciò che si è venuto a prospettare è, così, uno scenario distributivo sempre più polarizzato su due principali alternative: da un lato l'affermarsi di soluzioni orientate a fornire al consumatore un servizio commerciale veloce ed efficiente, centrato sulla funzionalità (*procurement*), dall'altro l'affermarsi di uno stile di acquisto con contenuti più edonistici con forte enfasi ai "contenitori di offerta".

Queste tendenze hanno spinto in misura crescente il settore commerciale verso una concorrenza tra "agglomerazioni di offerta" – una concorrenza che si sovrappone a quella tra forme distributive e tra punti vendita appartenenti a diverse insegne – in cui l'attrattività dell'agglomerazione è riconducibile ad un mix tra le caratteristiche dell'offerta commerciale, le caratteristiche del contesto in cui si articola l'esperienza di acquisto e le connessioni con le altre attività di *entertainment*.

Il ruolo dell'agglomerazione di offerta e questo nuovo concetto di attrattività come mix rappresentano così il nuovo terreno di sfida per il commercio urbano, costituendo nel contempo un'opportunità per ricreare quella sintesi tra lo sviluppo commerciale e quello della città, venuto meno con lo sviluppo delle grandi superfici extraurbane. Questo marketing mix si sostanzia fisicamente nelle caratteristiche oggettive dell'agglomerazione che sono percepite dai potenziali acquirenti/frequentatori e che si traducono in una valutazione complessiva della sua capacità di attrazione.

E' da questo nuovo scenario competitivo che occorre partire per comprendere come il commercio urbano possa ricercare una strategia comune per competere con i poli di offerta extraurbani (Centri commerciali, *Factory Outlet Centre*,). Le ragioni alla base del successo di queste polarità commerciali sono certamente riconducibili alle diverse formule di vendita con cui si sono identificate nel tempo e ai servizi commerciali e non che offrono, ma soprattutto alla presenza di una regia unitaria. Il gestore del centro svolge, infatti, una funzione di regia a favore di tutti i punti di vendita che vi sono localizzati, una funzione che si articola nelle seguenti attività principali:

- attività di pianificazione strategica
- articolazione dell'offerta di servizi
- fornitura di alcuni servizi comuni (parcheggi, sicurezza, pulizia, ...)
- gestione delle attività di marketing.

Grazie a questa gestione centralizzata, il centro commerciale al dettaglio riesce ad esprimere un posizionamento di mercato preciso e comunicarlo, a definire un'offerta coerente e a fornire in modo efficiente e coordinato alle imprese che si localizzano al loro interno, quei servizi di contesto in grado di migliorarla ulteriormente.

5.2.2. I distretti commerciali: un quadro strategico di riferimento

L'importanza della distribuzione commerciale risiede anche nella sua capacità di attuare cambiamenti radicali di tutta la catena del valore per rispondere alla evoluzione della domanda dei consumatori e alla segmentazione dei comportamenti di acquisto.

Sul lato della domanda, infatti, il mutamento degli stili di consumo e delle aspettative del consumatore, che prendono in considerazione non solo i beni da acquistare ma anche i contesti di acquisto, le modalità di vendita, la provenienza dei prodotti, fa continuamente evolvere l'offerta verso nuovi standard di qualità ed equilibri dinamici che trasformano

l'acquisto ed il consumo in esperienza di socializzazione (*shopping experience*) sempre più attenta al contesto in cui l'offerta è collocata.

Sul lato dell'offerta, il sistema distributivo ha implementato e completato in questi anni un profondo processo di modernizzazione, raggiungendo standard quantitativi e qualitativi che pongono la Lombardia al pari delle più avanzate realtà regionali e metropolitane europee.

La competitività degli esercizi di prossimità si gioca, oltre che su fattori e qualità, elementi propri del singolo operatore, sulla capacità di fare sistema e di organizzare un'offerta integrata di qualità, valorizzando le rispettive sinergie e complementarietà; tali leve competitive risultano tanto più agevoli da attivare ed efficaci, quanto più in presenza di un contesto multisettoriale attrattivo e integrato.

In tale ottica, riacquista piena vitalità lo storico legame tra commercio e città e si evidenzia come la ricca e millenaria tradizione commerciale urbana di una realtà come quella lombarda, rappresenti oggi una leva competitiva per la qualificazione del sistema economico e sociale. Pertanto, un approccio di governo dello sviluppo delle reti distributive potrà essere incentrato sulla valorizzazione della pluralità, della qualità e della convenienza dell'offerta commerciale, tanto verso il cittadino-consumatore quanto verso il contesto in cui le strutture commerciali si inseriscono; a tale proposito, ha posto quali cardini di questo modello i seguenti requisiti:

- compatibilità degli investimenti, intesa quale valutazione integrata della non sussistenza di eventuali effetti negativi di inserimento nel contesto d'impatto socio-economico, territoriale, ambientale ed infrastrutturale;
- sostenibilità degli investimenti, intesa quale valorizzazione delle opportunità offerte dal nuovo investimento proposto per la qualità e la competitività di medio-lungo periodo del sistema economico-territoriale compreso nel bacino di gravitazione della struttura di vendita considerata.

Lo sviluppo integrato, coerente e moderno della funzione distributiva rispetto alle altre funzioni del territorio, rappresenta oggi una leva per la competitività dell'intero sistema economico lombardo, portando il sistema distributivo ad assumere potenzialmente una funzione egemonica e di leadership nei processi più innovativi di governo del territorio.

5.2.3. I distretti commerciali: un'opportunità per lo sviluppo del commercio urbano

Ormai da diversi anni anche in Europa si sono sviluppate iniziative finalizzate ad individuare soluzioni che consentano alle agglomerazioni spontanee di offerta di poter meglio competere con i centri commerciali pianificati extraurbani e di soddisfare meglio le nuove tendenze di acquisto dei consumatori. Si tratta di iniziative *Town Centre Management (TCM)* che sono finalizzate a costruire una regia e a fornire una gestione coordinata a tali agglomerazioni.

Proprio la comprensione dell'importanza strategica di questo strumento ha spinto Regione Lombardia a promuovere lo sviluppo dei Distretti Urbani del Commercio attraverso l'attivazione di risorse economiche specifiche, all'interno di una logica che vede lo stesso territorio investire direttamente sul commercio e sulla sua capacità attrattiva.

I Distretti Urbani del Commercio costituiscono quindi un'idea strategica innovativa per lo sviluppo: si tratta di ambiti e di iniziative nelle quali cittadini, imprese e corpi sociali

liberamente aggregati e collaboranti sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione delle risorse di cui dispone il territorio.

Sulla base di queste premesse, è quindi possibile individuare un ruolo specifico per gli enti locali territoriali:

- attuare un completo percorso di semplificazione amministrativa che faciliti sempre più la libera iniziativa imprenditoriale del cittadino singolo o associato;
- valorizzare attraverso i propri strumenti di programmazione del commercio e delle attività economiche, nonché tramite strumenti di pianificazione urbanistica, i distretti urbani del commercio e le presenze commerciali nelle aree urbane, nei centri città e nelle periferie, favorendone l'integrazione con le funzioni urbane;
- favorire e promuovere l'integrazione tra esercizi di vicinato e altri formati di vendita, con particolare riguardo per la Grande Distribuzione e la Distribuzione Organizzata, offrendo strumenti e modalità di integrazione a sistema, che valorizzino la complementarità tra i diversi canali distributivi, ne favoriscano la pluralità e ne sostengano la capacità di fare sistema;
- utilizzare appieno gli strumenti di politica dei tempi e degli orari per facilitare i consumi e favorire la massima competitività, accessibilità e attrattività dei distretti urbani del commercio e del commercio urbano in genere;
- modulare e impiegare in modo flessibile, ricercando l'intesa con le parti sociali, gli strumenti di governo dei flussi di accesso ai centri cittadini rispondenti a criteri di ragionevolezza, a partire dalle Zone a Traffico Limitato e dalle Isole Pedonali, fino alla politiche di gestione della sosta e dei parcheggi;
- favorire e sostenere la sperimentazione e la diffusione di pratiche di progettazione e gestione partecipata per migliorare la valorizzazione e l'attrattività delle aree urbane, anche agevolando l'uso degli spazi pubblici (piazze, vie e marciapiedi) al fine di ospitare ed accrescere l'offerta commerciale e di intrattenimento;
- promuovere ed agevolare misure di sicurezza delle aree urbane in cui sono insediati i distretti commerciali, per le persone, le merci e gli immobili, anche favorendo l'utilizzo di sistemi di video-sorveglianza e di allarme elettronici;
- individuare ed attuare misure di abbellimento dell'arredo urbano, di illuminazione pubblica, di gestione delle fermate dei mezzi di trasporto pubblico locale, di manutenzione del verde pubblico, gestione delle pulizie degli spazi urbani, ri-disegno e gestione della segnaletica, prevenzione e rimozione dei graffiti, manutenzione e decoro dei marciapiedi e dei percorsi ciclo-pedonali;
- facilitare l'integrazione nel tessuto urbano delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, attuando una semplificazione amministrativa, favorendo l'assunzione di misure di auto-certificazione delle condizioni di compatibilità con le esigenze del tessuto residenziale ed urbano.

All'interno di questo processo di promozione e valorizzazione del sistema commerciale urbano, un ruolo specifico è individuabile anche per le Camere di Commercio e le parti sociali, per:

- favorire forme di approccio cooperativo tra i diversi formati commerciali e tra questi e le attività specifiche di ciascun territorio – in particolare quelle artigianali, di servizi, turistiche, culturali e artistiche – quali fattori di una politica integrata di valorizzazione dei centri urbani e delle loro economie locali in forma distrettuale;
- promuovere e sostenere l'organizzazione e il supporto operativo ai distretti urbani del commercio favorendo la condivisione e la comune organizzazione, di una serie di funzioni, quali tra le altre:

- animazione, marketing e promozione del distretto;
- ricerca di un mix ottimale dell'offerta commerciale e suo mantenimento;
- gestione dei servizi di interesse comune, tra i quali quelli relativi al miglioramento dell'accessibilità e dell'accoglienza, della sicurezza, della qualificazione dell'arredo urbano, della pulizia e dell'igiene urbana;
- coordinamento delle attività di valorizzazione dell'area su cui insiste il distretto commerciale urbano;
- gestione coordinata delle relazioni di partenariato verso gli Enti locali e le altre istituzioni, relativamente ai problemi di sviluppo del distretto;
- promuovere il ruolo delle proprie forme associative e di servizi agli operatori, anche a supporto del distretto commerciale in partnership con altri soggetti pubblici e privati;
- promuovere una strategia di qualificazione delle iniziative di sviluppo urbano, basata su 5 linee d'azione:
 - costruzione ed adozione di visioni, strategie e piani d'azione di medio-lungo periodo;
 - ricerca e gestione del partenariato;
 - gestione e ricerca di addizionalità finanziarie e di servizi;
 - professionalizzazione delle figure manageriali deputate a gestire lo sviluppo dei distretti e delle attività imprenditoriali;
 - controllo e monitoraggio costante dei risultati (ad esempio tramite la sperimentazione di strumenti di rilevazione diagnostica quali misurazione e analisi dei flussi pedonali, analisi del mix merceologico, analisi del bacino di consumo reale e potenziale, analisi dello stato del patrimonio immobiliare e degli spazi pubblici)⁴⁴.

A partire dal 2008 sono state avviate iniziative finalizzate a sostenere e promuovere l'innovazione organizzativa e di processo tra operatori commerciali collocati in polarità commerciali specifiche, oltre che l'adozione ed il coinvolgimento di operatori commerciali, associazioni, Enti Locali, Camere di Commercio e altri attori sul territorio. La Deliberazione di Giunta Regionale n° 8/10478 del 9 novembre 2009, "*Piano triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio – Modalità per l'attuazione dell'iniziativa "Promozione dei distretti del commercio" (d.c.r. n° 527/2008) 3° bando*", che segue altre deliberazioni approvate negli anni precedenti⁴⁵, oltre ad individuare metodologia,

⁴⁴ Alle azioni sopracitate, si aggiungono, ad un livello generale, anche ulteriori ruoli finalizzati a:

- contribuire alla diffusione della cultura della programmazione e dello sviluppo unitario del commercio;
- promuovere, d'intesa con la Regione e con gli Enti preposti, azioni di supporto allo sviluppo delle professionalità che operano nel sistema distributivo e per lo sviluppo dei centri urbani, anche valorizzando gli strumenti offerti dagli Enti bilaterali e dai Fondi interprofessionali e di formazione;
- favorire un'ampia partecipazione delle classi dirigenti del sistema associativo, imprenditoriale e delle Camere di Commercio, a fianco degli Enti Locali, ad un percorso di formazione-azione diretto alla condivisione della visione di contesto, delle metodologie di analisi e dei modelli di sviluppo da realizzare;
- completare e rendere permanente, in sinergia con Università e centri di ricerca e formazione specializzati ed anche attraverso la partecipazione a progetti co-finanziati dall'Unione Europea, il confronto sistematico sulle esperienze e le buone prassi di politiche e di programmi di sviluppo urbano.

⁴⁵ Segue la Deliberazione di Giunta Regionale n° 8/9399 del 6 maggio 2009, "*Piano triennale degli interventi 2008-2010 sul commercio – Modalità per l'attuazione dell'iniziativa "Promozione dei Distretti del Commercio" (d.c.r. n° 527/2008) – 2° bando*".

territorialità, soggetti interessati e programmi di intervento, definisce i criteri per l'individuazione e la promozione dei Distretti del commercio⁴⁶.

Sono macro aree di intervento quelle illustrate nella **Tabella 39**.

Macro – Area di intervento	Illustrazione della proposta
1. Comunicazioni e marketing del Distretto	Ideazione e realizzazione di analisi e piani di marketing funzionali alla valorizzazione del Distretto (ad esempio studi ed analisi di posizionamento commerciale del Distretto con l'ausilio di indicatori applicabili anche ad altre realtà commerciali, analisi e profilazione dei consumatori-utenti; monitoraggio delle performance di Distretto; campagne di comunicazione del Distretto; creazione di carte fedeltà del Distretto o meccanismi simili, di iniziative di promozione congiunta o di sistemi integrati di scoutistica)
2. Promozione e animazione	Ideazione e realizzazione di percorsi tematici, iniziative ed eventi volti a favorire l'attrattività nel Distretto verso visitatori aggiuntivi rispetto a quelli abituali (ad esempio aperture straordinarie in fasce orarie e settimanali specifiche; mostre, eventi, spettacoli se collegati a iniziative di valorizzazione delle attività commerciali)
3. Interventi strutturali	Ideazione e attuazione di interventi di realizzazione, restauro, risanamento, ristrutturazione dell'arredo urbano e del patrimonio edilizio destinato al commercio in sede fissa e su aree pubbliche (ad esempio interventi inerenti l'illuminazione degli spazi urbani, del verde pubblico, interventi di manutenzione straordinaria e di qualificazione estetica coordinata di facciate, vetrine, insegne, dehors)
4. Accessibilità e mobilità	Ideazione e realizzazione di opere per la viabilità e l'accessibilità del Distretto perché strettamente funzionali all'area commerciale e al miglioramento delle sue performance (ad esempio acquisto di biciclette e veicoli a metano o elettrici di esclusivo utilizzo nell'area del Distretto; riqualificazione di aree per la sosta e il parcheggio di mezzi privati o per il Trasporto Pubblico Locale; realizzazione di piste ciclo-pedonali, abbattimento di barriere architettoniche)
5. Sicurezza	Ideazione e realizzazione di opere per la sicurezza delle aree in cui sono insediati i Distretti commerciali per le persone, le merci e gli immobili (ad esempio tramite l'installazione di sistemi di video-sorveglianza e di allarme elettronico)
6. Gestione dei servizi in comune	Ideazione ed attuazione di innovazioni organizzative e di processo tramite l'adozione di servizi e sistemi comuni da gestire in maniera uniforme per gli operatori commerciali all'interno del Distretto (ad esempio gestione integrata delle attività logistiche, di comunicazione e marketing di interesse comune tra gli operatori del Distretto, gestione di servizi aggiuntivi di pulizia degli spazi urbani, gestione di servizi di locazione degli spazi commerciali in una logica di offerta merceologica integrata di Distretto, personalizzazione e gestione della segnaletica, prevenzione e rimozione dei graffiti, servizi di vigilanza e security)
7. Interventi per la sostenibilità energetica	Ideazione ed attuazione di interventi per favorire la minor emissione di sostanze inquinanti, il miglioramento del contesto ambientale, la riduzione dei consumi, il risparmio energetico, la raccolta differenziata e soluzioni per una migliore sostenibilità

Tabella 39 – Distretti del Commercio. Macro-aree di intervento e proposte di intervento
(fonte: Regione Lombardia– Bando per la promozione dei distretti del commercio, 2009)

5.3. Il Distretto Urbano del Commercio di Busto Arsizio: obiettivi e progetti

A seguire si illustrano i contenuti della proposta progettuale che ha interessato, a partire dal 2008, il Distretto del Commercio di Busto Arsizio, relativi a: linee guida, definizione del territorio interessato, posizionamento competitivo, obiettivi strategici, piano delle attività comprendenti le seguenti tematiche: comunicazione e marketing, promozione e

⁴⁶ Si definisce “Distretto del Commercio” l’ambito di livello infracomunale, comunale o sovra comunale nel quale i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l’attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali.

animazione, interventi strutturali di qualificazione urbana, accessibilità e mobilità, sicurezza e gestione dei servizi in comune.

5.3.1. Visione e linee guida di sviluppo della città e ruolo del commercio

La città di Busto Arsizio si candida a divenire punto di riferimento nel contesto geografico in cui è inserita, sia rispetto ai propri cittadini, sia per i residenti dei comuni vicini, sia per coloro che viaggiano verso e attraverso la Lombardia.

La “vision” della città di Busto Arsizio può essere riassunta nei seguenti punti:

- Porta esterna di città Malpensa. Busto Arsizio vuole essere per i viaggiatori (e i cittadini) un luogo di connessione e relazione tra le persone in viaggio, in grado di offrire in modo più caldo e caratterizzante, rispetto alle aree di terminal, i diversi servizi di supporto e ancillari al trasporto aereo (accoglienza ricettiva, ristorazione, shopping, cultura, servizi finanziari e *business facilities*), puntando su prossimità (pochi minuti dall'aerostazione) e qualità.
- Città dall'eccellente qualità urbana. Per i residenti attuali e potenziali, Busto vuole essere un luogo eccellente per la qualità dell'offerta delle funzioni fondamentali della città (abitare, lavorare, crescere e istruirsi, porsi in relazione con gli altri e la comunità, divertirsi). Eccellenza da cogliere nella varietà, nella completezza e nel corretto equilibrio tra le diverse funzioni (residenziale, ricettiva, commerciale, terziario e servizi non commerciali privati e pubblici), ma anche attraverso un corretto e compatibile rapporto con l'ambiente e la consistente offerta di “verde”.
- Città dell'intrattenimento intelligente. Il tratto caratteristico dell'offerta di attività di intrattenimento deve essere quello della qualità, che significa non solo offrire intrattenimento non banale e costruttivo, ma anche, da un lato, sviluppare un'offerta di cultura divertente, dall'altro diventare un punto di riferimento per lo sviluppo dei talenti e per la stessa produzione in ambito “edutainment”, in particolare la “cultura dell'immagine”⁴⁷.
- Centro naturale per lo shopping, capace non solo di offrire i servizi di supporto alla popolazione residente, ma anche di attrarre consumatori dalle aree circostanti e dagli altri centri urbani, così come di soddisfare e stimolare la domanda di passaggio (turisti e viaggiatori).
- Polo di scambio intermodale. La collocazione all'interno del “Corridoio 5” per quanto riguarda il trasporto su gomma, sia per quello su rotaia, la localizzazione baricentrica rispetto a Milano, la nuova Fiera di Rho-Pero e l'aeroporto intercontinentale di Malpensa, la presenza del nodo di connessione ferroviaria FFS-Ferrovie Nord, pongono Busto Arsizio in posizione privilegiata per assumere il ruolo di snodo di relazione intermodale, non solo per quel che riguarda il movimento delle persone, ma anche e soprattutto per i movimenti di merci, quindi “terminal di logistica intermodale”.
- Culla di cultura, talenti e competenze produttive. Quella di Busto Arsizio è una storia prevalentemente di tipo produttivo. Si tratta di una ricca eredità che non deve essere abbandonata in quanto rappresenta una risorsa fondamentale e distintiva.

⁴⁷ Il “Busto Arsizio Film Festival” (nato come una sfida sta diventando sempre più un elemento di un percorso che dura tutto l'anno e che tende a sviluppare a Busto anche attività di produzione), la Scuola superiore di produzione cinematografica “Michelangelo Antonioni”, l'attività di alcune fondazioni culturali, sono esperienze che originatesi in modo sporadico stanno convergendo e devono sempre più consolidarsi a portare a compimento questa dimensione della visione strategica della città.

Gli elementi di contesto socio-economico che interessano Busto Arsizio rappresentano fattori in grado di influenzare l'effettiva possibilità di realizzazione della visione della città, agendo sia in qualità di facilitatori, sia come ostacoli. Essi costituiscono quindi un sistema di opportunità e di minacce per la competitività di Busto Arsizio all'interno del sistema urbano di area vasta (**Tabella 40**).

	Opportunità	Minacce
Situazione economica ed istituzionale	EXPO 2015 Fiera Milano (Rho-Pero)	Congiuntura economica negativa e conseguente calo dei consumi (modificazione strutturale)
Interventi di carattere infrastrutturale	Interventi di rafforzamento della linea ferroviaria Milano-Malpensa Recupero area stazione Ferrovie Nord Piano integrato per la ricostruzione dei "camminamenti storici"	Facilità di evasione/solo transito
Trend socio-demografici	Crescita della popolazione residente (crescita del mercato interno) Crescita del segmento senior (aumento domanda di convenience/servizi di vicinato) Riduzione della dimensione media della famiglia (domanda di comodità/prossimità)	Maggiore mobilità: possibilità di evasione verso destinazioni concorrenti
Evoluzione della domanda/Nuovi trend socio-culturali	Ricerca di esperienze di acquisto e di consumo a valore aggiunto, convenienza e comodità ... Riscoperta del valore della piazza come luogo di socializzazione e svago che orientano verso forme di commercio moderno diverse da quelle di tipo urbano
Destinazioni concorrenti	Distretti del Commercio urbano vicini: possibilità di fare sistema per recuperare attrattività rispetto ad altre destinazioni	Concorrenza da parte dei centri commerciali pianificati extra-urbani che meglio rispondono ai nuovi trend, con conseguente marginalizzazione dell'offerta del commercio urbano Grandi città (Milano), centri storici dei comuni vicini (rischio di evasione dei frequentatori e dei consumi)

Tabella 40– Opportunità e minacce per la città di Busto Arsizio

(fonte: Città di Busto Arsizio, "Programma di intervento del Distretto del Commercio di Busto Arsizio", giugno 2011)

Per quanto riguarda la congiuntura economica negativa, essa rappresenta un rischio per l'offerta commerciale in quanto, come ricordato in precedenza, tende a produrre una riduzione della spesa dei consumatori. Tale fenomeno può assumere connotazioni diverse nei diversi comparti. Se i consumi alimentari e dei beni di largo e generale consumo sono piuttosto rigidi rispetto alle variazioni di reddito per quello che riguarda i volumi, una persistente situazione di crisi può generare una modificazione nella composizione della spesa (mix di marche e prodotti) dei consumatori costretti a rispettare più stringenti vincoli di bilancio con conseguente riduzione del valore delle vendite (a parità di volumi).

Lo sviluppo economico (e quindi della domanda commerciale) dei prossimi anni, al netto degli effetti e della durata dell'attuale periodo recessivo, sarà presumibilmente sostenuto

in funzione della capacità di Busto Arsizio di sfruttare le opportunità derivanti da caratteristiche strutturali come la sua localizzazione geografica e da eventi eccezionali come EXPO2015 che convoglierà investimenti sul territorio regionale e traffico turistico prima e durante la manifestazione.

Per quanto riguarda gli aspetti demografici si registrano opportunità sia sul piano quantitativo, sia su quello della composizione della domanda e dei comportamenti d'acquisto. In termini di composizione della popolazione, le ridotte dimensioni dei nuclei familiari e il crescente peso della fascia "senior" tende a produrre un incremento della domanda di servizi ad elevato valore aggiunto e di servizi di vicinato che generalmente premia la comodità di accesso all'offerta commerciale⁴⁸. L'evasione dal centro città è sostenuta anche dall'affermarsi di alcune fenomenologie della cosiddetta "società post-moderna" che in termini di consumi tende ad orientarsi verso la ricerca di esperienze a valore aggiunto. Una ricerca che, spesso, trova risposta efficace nei centri commerciali extraurbani che, inoltre, hanno sul centro storico, un vantaggio anche in termini di varietà e di convenienza.

Oltre ai centri commerciali pianificati, una potenziale minaccia è costituita dalle altre destinazioni urbane. Da un lato vi sono i grandi centri, come Milano, che presentano un'offerta attrattiva per il tempo libero e gli acquisti. Dall'altro lato, una potenziale minaccia è costituita da altri Distretti del Commercio di comuni più piccoli, ma localizzati in un raggio di distanza ridotto, come Gallarate. Tuttavia, quest'ultimo fattore potrebbe costituire un'opportunità laddove si riescano a sviluppare delle sinergie tra più distretti vicini, per ottenere una maggiore attrattività complessiva e competere in modo più efficace nei confronti dei grandi centri.

Tra le opportunità rientrano anche una serie di progetti di carattere infrastrutturale. Si tratta della realizzazione di interventi ed opere che hanno come oggetti alcune zone della città, sia sotto il profilo architettonico/urbanistico che di viabilità e della rete di trasporti entro cui si inserisce Busto Arsizio. In particolare, è possibile citare il ripristino del "camminamento storico" tra tre piazze situate in centro che andranno a costituire una agorà, favorendo la riappropriazione da parte dei cittadini e dei visitatori del centro storico. A questo si aggiunge il progetto di riqualificazione urbana che coinvolge l'area delle Ferrovie Nord, appena a sud del centro storico e una serie di interventi di potenziamento della rete ferroviaria che collega l'aeroporto di Malpensa al capoluogo lombardo. Questi progetti incrementano l'accessibilità alla città e ne fanno un baricentro nel sistema dei trasporti, sia lungo l'asse Malpensa-Milano, che lungo il Corridoio 5 (che porta al collegamento con la rete Alta Velocità). Tutto ciò pone le basi perché Busto Arsizio diventi il sistema urbano di riferimento di Malpensa, la prima "fermata di qualità" sulla via che dall'aeroporto porta al capoluogo lombardo. Perché tali opportunità si concretizzino è però necessario che la città sviluppi un elevato livello di attrattività, altrimenti Busto Arsizio rischia di diventare una semplice fermata della "metropolitana" di Milano, con la mancata attrazione nei confronti di chi vi transita e una maggiore facilità di evasione da parte di chi vi risiede.

Tutte le iniziative di intervento si dovranno inquadrare all'interno di una più generale strategia di valorizzazione del "sistema di offerta" di Busto Arsizio per accrescerne la capacità di attrazione e vivibilità urbana – attraverso azioni di innovazione commerciale e

⁴⁸ La contrazione della dimensione media dei nuclei familiari rende meno rilevante la fruizione di formati distributivi per spese abbondanti e aumenta l'appeal relativo del commercio urbano di vicinato. D'altro canto, la maggiore mobilità rende più agevole lo spostamento verso destinazioni commerciali più lontane.

riqualificazione architettonica e urbanistica – rafforzandone così la capacità competitiva rispetto ad altre polarità urbane e/o extraurbane.

Le considerazioni formulate in precedenza evidenziano due aspetti rilevanti che rappresentano anche i pilastri su cui poggia il progetto del Distretto Urbano del Commercio di Busto Arsizio:

- il primo aspetto attiene alla consapevolezza dei soggetti promotori del distretto, che il commercio debba svolgere il ruolo di integrazione dello sviluppo locale;
- il secondo, rimanda, invece, al metodo di lavoro utilizzato, vale a dire la condivisione tra i soggetti promotori dell'iniziativa che “essere un distretto”, significa auto-riconoscere l'interdipendenza delle proprie azioni e operare per implementare soluzioni su obiettivi condivisi.

5.3.2. L'area del Distretto Urbano del Commercio

L'area del distretto include il suo centro storico, una porzione di corso XX Settembre e l'area in cui è collocata la stazione delle ferrovie Nord, compreso il tratto che collega il centro storico alla stazione ferroviaria, come rappresentato nella **Figura 09**.

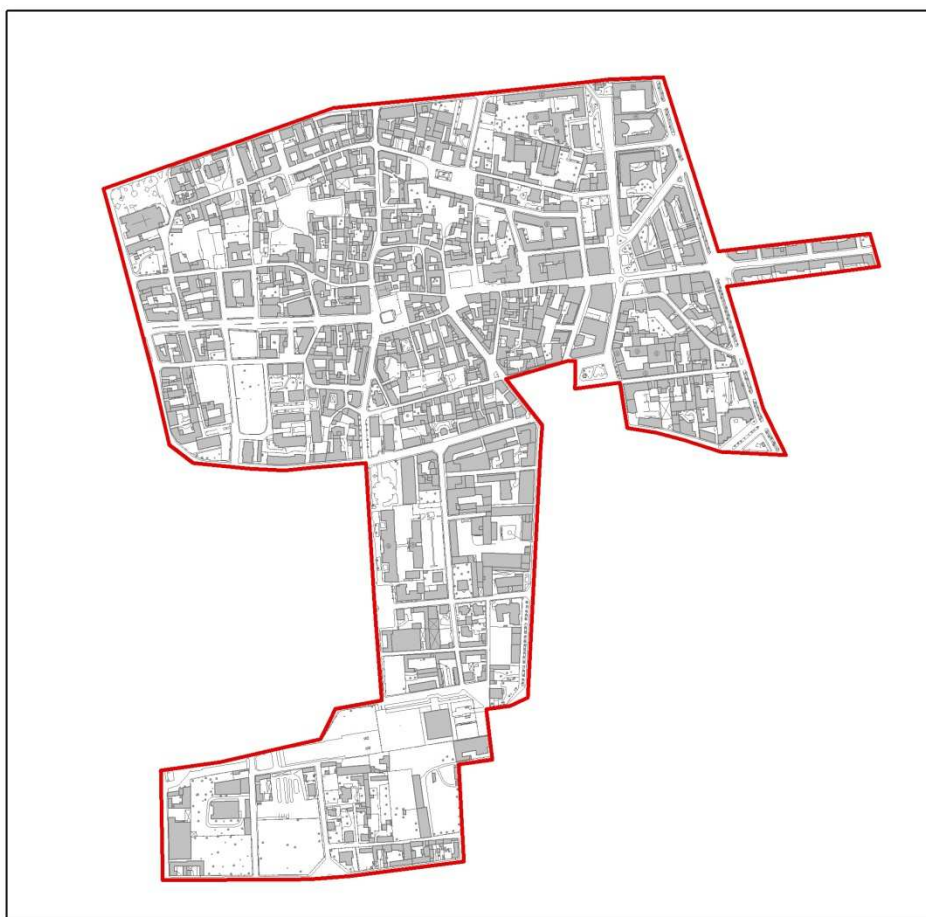


Figura 09 – Perimetrazione del Distretto Urbano del Commercio di Busto Arsizio
(fonte: Città di Busto Arsizio, “Programma di intervento del Distretto del Commercio di Busto Arsizio” giugno 2011)

La scelta di estendere il perimetro oltre i confini del centro storico, entro cui si collocano la maggior parte dell'attività commerciale dell'offerta di attrazione per frequentatori e turisti, si fonda sulle seguenti ragioni:

- la porzione di corso XX Settembre inclusa nell'area, ospita un numero rilevante di attività commerciali, molte delle quali sono associate al Comitato Commercianti Centro Cittadino, per cui essa rappresenta un'estensione "naturale" del centro storico;
- l'area della stazione Ferrovie Nord è centrale nel sistema di collegamenti tra Busto Arsizio e il resto della Lombardia, ed è oggetto di progetti di sviluppo, per cui risulta opportuno includerla nel perimetro, insieme al tratto che la collega al centro storico.

Il Distretto del Commercio rappresenta con i suoi 391 punti di vendita circa un terzo dell'offerta complessiva del comune di Busto Arsizio (**Tabella 41**). E' maggiore l'incidenza sia numerica, che in termini di superficie di vendita, degli esercizi di vicinato (32%), rispetto alle medie strutture, che comunque per circa un quarto del totale sono localizzate all'interno del distretto. Da ciò emerge un primo tratto qualificante del distretto in termini di varietà dell'offerta (format), anche se non vi sono grandi strutture, neppure quelle tipicamente centrali del comparto come grandi magazzini e grandi superfici specializzate, che fungono da attrattori commerciali nei centri storici.

	Numero PdV	Quota DUC su tot. Comune (%)	SdV (mq)	Quota DUC su tot. Comune (%)
Totale PdV	391	32%	30.918	41%
Alimentare	47	19%	3.949	34%
Non Alimentare	344	35%	26.969	42%
Medie Strutture	7	25%	5.123	26%
Esercizi di vicinato	384	32%	25.795	34%

Tabella 41– La rete commerciale del Distretto del Commercio. Peso rispetto al totale offerta commerciale di Busto Arsizio(fonte: Città di Busto Arsizio, “Programma di intervento del Distretto del Commercio di Busto Arsizio” giugno 2011)

L'analisi della struttura della rete rivela che il distretto ha una vocazione per lo shopping: i negozi di merceologie non alimentari costituiscono quasi tre quarti delle attività commerciali, sia in termini numerici, sia di superficie di vendita (**Tabella 42**) e quasi il 90% del commercio al dettaglio. I pubblici esercizi costituiscono quasi il 20% del numero di esercizi (18% dell'offerta complessiva e 15% della superficie).

	Numero PdV	Quota % su tot. dettaglio	Quota % su tot. attività	Sdv (mq)	Quota % su tot. dettaglio	Quota % su tot. attività
Alimentare	47	12%	10%	3.949	13%	11%
Non Alimentare	344	88%	73%	26.969	87%	74%
Tot. esercizi al dettaglio	391	100%	82%	30.918	100%	85%
Pubblici esercizi	83		18%	5.636		15%
Tot. attività						

commerciali	474	100%	36.554	100%
-------------	-----	------	--------	------

Tabella 42 – La rete commerciale del Distretto del Commercio. Peso rispetto al totale offerta commerciale di Busto Arsizio(fonte: Città di Busto Arsizio, “Programma di intervento del Distretto del Commercio di Busto Arsizio” giugno 2011)

5.3.3. Il posizionamento competitivo e la “vision” del distretto

Al fine di cogliere la natura dell’attuale posizionamento competitivo, rispetto ad alcuni temi, sono stati definiti nella **Tabella 43**, i punti di forza e di debolezza.

	Punti di forza	Punti di debolezza
Offerta commerciale alimentare		Poco adeguata, non comoda, poco varia e costosa
Offerta commerciale non alimentare	Numericamente adeguata, buon livello di qualità	Poco conveniente, limitata varietà
Offerta di pubblici esercizi	Soddisfare offerta funzionale di servizi al frequentatore	Carente offerta edonistica-ricreativa e per lo svago serale (locali, ristoranti, pizzerie)
Offerta di servizi	Buona numerosità e varietà di servizi funzionali al quartiere e alla città	Mancanza di servizi a valore aggiunto come attrattore
Distribuzione spaziale dell’offerta		Concentrata in poche vie e polverizzata nelle altre
Identità di luogo e vissuto del centro storico	Vivibile e abbastanza attrattivo: bello, ordinato, sicuro Residenti: luogo centrale nella vita della città e destinazioni di acquisto Frequentatori: punto di ritrovo	Meno attrattivo di destinazioni concorrenti (soprattutto per shopping e entertainment)
Accessibilità		Inadeguata: parcheggi e trasporto pubblico
Qualità del contesto	Gradevole nel complesso	Spazi verdi, pulizia

Tabella 43 – Distretto del Commercio di Busto Arsizio. Punti di forza e di debolezza (fonte: Città di Busto Arsizio, “Programma di intervento del Distretto del Commercio di Busto Arsizio” giugno 2011)

Nel complesso l’offerta commerciale non alimentare è ritenuta di buon livello, ma gli stessi residenti evidenziano come, rispetto ad altre destinazioni (ad esempio Milano, Varese, Gallarate e Legnano), l’area del distretto sia meno attrattiva. I limiti maggiori sono associati alla varietà d’offerta e alla convenienza, soprattutto per quel che riguarda abbigliamento e arredamento. Il commercio alimentare, invece, è poco apprezzato, in quanto non in linea con le esigenze di varietà, comodità e convenienza richiesta per questi tipo di acquisti. Sui pubblici esercizi si riscontra un discreto livello di offerta per quel che riguarda i bar, mentre i ristoranti, pizzerie e locali serali sono in numero ridotto per un centro città e costituiscono un’offerta poco innovativa rispetto a quella di altre destinazioni. Per questo, nell’area del distretto risulta adeguatamente soddisfatta la componente più funzionale di pubblici esercizi e meno quella di tipo edonistico-ricreativo, incentrata sui consumi della sera, momento della giornata in cui i flussi pedonali in

ingresso sono molto limitati. Infine, le attività di servizio presenti sono sufficienti a soddisfare le necessità funzionali del quartiere e della città (calzolaio, agenzie immobiliari e di viaggio, uffici pubblici, ecc.), ma manca un'offerta a valore aggiunto in grado di generare un'attrazione autonoma su contenuti di tipo maggiormente edonistico (ad esempio, centri benessere).

Dal punto di vista della distribuzione spaziale, il distretto mostra un'elevata concentrazione di negozi in poche aree: la metà dei negozi è collocata in 6 vie, mentre la restante metà è distribuita lungo le restanti vie. Sbilanciata è anche la dinamica dei flussi pedonali in ingresso: alcune zone mostrano una maggiore concentrazione di ingressi rispetto ad altre vie e, in certi casi, questo è determinato da una posizione strategica, come l'ingresso da piazza Garibaldi in via Milano, altre volte, invece, è determinato da un'apparente area di attrazione quale sembra essere via Cavour.

Il centro storico ha un posizionamento positivo nel vissuto di residenti e frequentatori. I primi ne hanno una considerazione di luogo centrale nella vita della città (punto di riferimento e luogo di ritrovo) e di destinazione per gli acquisti e ne danno una buona valutazione in termini di vivibilità e attrattività. I frequentatori (non residenti) condividono il vissuto di luogo di ritrovo e, in misura minore, quello di destinazione per gli acquisti.

Malgrado la buona percezione generale, residenti e frequentatori identificano margini di miglioramento più o meno ampi riguardo a tutti gli aspetti costituenti l'attrattività di un centro storico. Nella percezione di chi lo frequenta il centro storico è bello e sicuro, ma necessita di ulteriori interventi per renderlo più vivace e vitale. Le criticità principali riguardano alcuni aspetti di accessibilità e ambientali (parcheggi e spazi verdi), nonché alcuni elementi di servizi alla famiglia e alla persona (spazi per bambini, servizi per la cura della persona e servizi medici) e i fattori legati alla dimensione culturale e ricreativa. L'offerta di negozi e pubblici esercizi è apprezzata dai residenti (meno dai non residenti), ma risulta necessario un miglioramento per renderla ancora più attrattiva e competitiva con quella delle altre destinazioni.

Una risorsa chiave per il successo del distretto è costituito dalle associazioni che riuniscono gli operatori commerciali. All'interno dell'area del distretto è attivo il "Comitato Commercianti Centro Cittadino" (CCCC), un'associazione senza scopo di lucro, nata nel 1983 con lo scopo di promuovere iniziative atte a valorizzare con manifestazioni culturali, sportive e di tempo libero, le tradizioni storico popolari della città e rivitalizzare il centro cittadino⁴⁹.

In sintesi, il ruolo del CCCC può definirsi nei seguenti punti:

- promuovere e "scaldare" il centro storico in occasione di eventi specifici;
- invogliare famiglie e bambini a vivere il centro storico;
- coinvolgere tutti i commercianti di Busto Arsizio a partecipare e a sentirsi protagonisti dei momenti di aggregazione del centro storico;
- lasciare un piacevole ricordo a tutte le persone che visiteranno il centro storico;
- promuovere eventi di beneficenza a favore dei più bisognosi.

⁴⁹ Sin dai primi anni di attività, l'associazione conta un elevato numero di associati (oltre 200 già nei primi tre anni) e ha operato in modo coordinato con Ascom, l'associazione di categoria della città. Già dagli anni '80, il CCCC ha promosso numerose iniziative, che vanno dalle luci natalizie alle prime sfilate di moda. In più, negli anni '90 è stato lanciato un importante e innovativo evento "Vieni in centro il giovedì sera". Si tratta di una serie di manifestazioni – concerti, spettacoli, mercatini, ecc. – che si tengono ogni giovedì sera, nei mesi da giugno a settembre, in occasione dei quali i negozi del centro restano aperti.

Attualmente, il CCCC svolge un ruolo chiave nel sostegno del commercio di vicinato, anche a fronte delle difficoltà dovute alla crisi economica e alla concorrenza dei centri commerciali pianificati⁵⁰.

Al fine di raggiungere gli obiettivi generali di sviluppo della città, il Distretto del Commercio di Busto Arsizio e le sue antiche corti devono divenire un luogo accessibile e piacevole per lo shopping, il tempo libero e la cultura, punto di riferimento per la comunità locale e per i visitatori, cuore propulsivo del sistema di relazioni della città, con l'obiettivo di far diventare il Distretto, per EXPO2015, "la prima fermata di Malpensa".

Realizzare ciò, infatti, vuol dire recuperare l'identità storica di Busto Arsizio e "restituire" la città ai cittadini e ai visitatori, oltre al valore associato a un'offerta commerciale completa che sappia rispondere ad esigenze differenziate, dando così risposta sia a bisogni di natura funzionale, sia alla domanda a valore aggiunto per il tempo libero. Sotto questo aspetto gli interventi di qualificazione del contesto urbano (interventi strutturali e di comunicazione), favoriranno l'attrazione di investimenti privati in termini di *trading up* dell'offerta, di sviluppo di nuova offerta coerente con il livello del distretto. Miglioramento dell'offerta commerciale e del contesto localizzativo, favoriranno l'incremento della domanda in termini di spesa e di frequentazione, aumentando il potenziale generatore di relazioni del distretto.

5.3.4. Obiettivi strategici del distretto

La vision del Distretto potrà essere perseguita attraverso i seguenti obiettivi strategici:

- **Obiettivo 1:** Migliorare l'accessibilità al Distretto
- **Obiettivo 2:** Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità
- **Obiettivo 3:** Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto
- **Obiettivo 4:** Sviluppare attività promozionali ed eventi
- **Obiettivo 5:** Aumentare il livello di sicurezza
- **Obiettivo 6:** Costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del Distretto.

Gli obiettivi sono il risultato del Tavolo di lavoro⁵¹, costituito per la predisposizione del progetto, con la partecipazione di numerosi soggetti pubblici e privati che hanno contribuito alla definizione del progetto nelle sue diverse fasi. Oltre all'Amministrazione Comunale di Busto Arsizio, all'Associazione imprenditoriale del commercio locale (Ascom) e all'Associazione Comitato Commercianti Centro Cittadino, il Tavolo ha visto la partecipazione della Camera di Commercio di Varese e della Banca di Credito Cooperativo di Busto Garolfo e Buguggiate.

Da sottolineare, inoltre, come lo stesso tavolo di lavoro ha coinvolto alcune importanti imprese della distribuzione moderna che operano nel distretto – Zara, UPIM, Euronics – e l'Associazione Italiana Franchising, a sottolineare come la forza e il valore del progetto stesso sia riconducibile anche alla capacità di mettere insieme imprese commerciali diverse, con l'obiettivo di rafforzare la capacità di attrazione complessiva del distretto.

⁵⁰ A questo fine, il CCCC è stato protagonista, insieme ad Ascom, del progetto "Educational Tour" (promosso dalla Regione Lombardia) e insieme ad altri interlocutori istituzionali (tra cui il Comune) si propone come attore chiave nella realizzazione del Distretto del Commercio di Busto Arsizio.

⁵¹ Coordinato da TradeLab a cui è stata affidato il compito di coadiuvare le parti nella stesura del progetto.

I partecipanti al Tavolo di lavoro hanno svolto un'attività di sensibilizzazione degli operatori e della comunità locale sull'importanza di creare un Distretto del Commercio a Busto Arsizio e di realizzare un'azione comune finalizzata ad accrescere la capacità di attrazione e la vivibilità dell'area⁵².

5.3.5. Piano delle attività

Per ciascun obiettivo sono stati individuati specifici interventi ed azioni che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi definiti. Si tratta di azioni che vanno a completamento dei programmi già oggi esistenti e che risultano coerenti con i più generali piani di sviluppo della città, attuali e previsti: l'insieme degli interventi elencati rappresenta il Piano delle Attività che il distretto intende realizzare. La **Tabella 44** illustra sinteticamente, per ciascun obiettivo strategico, i principali progetti/interventi previsti.

Macro Aree di intervento (Titolo)	Obiettivo strategico	Intervento
Obiettivo 1. Comunicazione e marketing di distretto	Obiettivo 3. Sviluppare una politica di comunicazione integrata del Distretto	Logo del Distretto
		Portale del Distretto (sito web)
		Targa identificativa del Distretto
		Shopper comune
		Impianti digitali integrati (Totem)
		Campagna di comunicazione
		Cartelli direzionali
	Obiettivo 6. Costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del Distretto	Supportare la creazione e la gestione di un sistema informativo di marketing
		Acquisto di un sistema di monitoraggio "occhio elettronico"
Obiettivo 2. Promozione e animazione	Obiettivo 4. Sviluppare attività promozionali ed eventi	Potenziamento di alcuni eventi "storici"
		Creazione di nuovi eventi
		Acquisto di luminarie natalizie
Obiettivo 3. Interventi strutturali di qualificazione urbana	Obiettivo 2. Migliorare la qualità degli spazi pubblici e la loro fruibilità	Realizzazione di dehors e predisposizione di attrezzature e arredamento esterno
		Creazione aree verdi
		Migliore illuminazione del Distretto
Obiettivo 4. Accessibilità e mobilità	Obiettivo 1. Migliorare l'accessibilità al Distretto	Ottimizzazione della fruizione dei parcheggi esistenti attraverso nuove modalità di comunicazione esterna
		Realizzazione di nuovi parcheggi
Obiettivo 5. Sicurezza	Obiettivo 5. Aumentare il livello di sicurezza	Installazione/Potenziamento di sistemi di videosorveglianza

⁵² Anche grazie a tale attività, gli operatori commerciali promotori degli interventi privati, hanno condiviso l'idea di contribuire al finanziamento delle attività del distretto mettendo a disposizione di Ascom risorse economiche addizionali, finalizzate alla realizzazione di azioni di comunicazione e di promozione.

Obiettivo 6. Gestione di servizi in comune	Obiettivo 6. Costruire un sistema di governance, di competenze e di conoscenze per lo sviluppo del Distretto	Creazione di una cabina di regia
---	--	----------------------------------

Tabella 44 – Distretto del Commercio di Busto Arsizio.**Obiettivi strategici e interventi previsti**

(fonte: Città di Busto Arsizio, “Programma di intervento del Distretto del Commercio di Busto Arsizio” giugno 2011)

Complessivamente gli interventi pubblici e privati previsti nel Distretto sono pari a complessivi 3,22 milioni di euro, di cui 2,12 milioni di euro di autofinanziamento e 1,10 milioni di euro di co-finanziamento da parte di Regione Lombardia. Il contributo regionale richiesto è pari a 0,30 milioni di euro⁵³, pari al 10% dell'importo totale dei progetti.

⁵³ Di cui 0,30 milioni di euro di contributo “standard”, cui si aggiungono euro 20.000 finanziati al 100% per spese di coordinamento e management a favore del Comune di Busto Arsizio, in qualità di soggetto capofila.

6. AZIONI PER UN'INTEGRAZIONE TRA SISTEMA URBANO E ATTIVITA' COMMERCIALI

6.1. Azioni per il sistema commerciale

Come è stato evidenziato la città di Busto Arsizio si colloca all'interno dell' "*ambito di addensamento commerciale metropolitano*", così come definito dal PTSSC⁵⁴ e il presente documento individua azioni di intervento pienamente coerenti con gli obiettivi regionali che si propongono di:

- favorire ed incentivare interventi di riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali esistenti;
- incrementare la presenza di esercizi di vicinato e di media distribuzione, dotati di maggiore accessibilità diretta da parte dell'utenza;
- prevedere una prioritaria localizzazione di attività commerciali in aree servite dai mezzi di trasporto pubblico;
- valorizzare l'attrattività consolidata degli spazi urbani in relazione all'esistenza del patrimonio storico e architettonico, integrando la funzione commerciale con le altre funzioni urbane (attività paracommerciali, artigianali, pubbliche).

Le attività commerciali, nelle diverse forme ed articolazioni, negozi di vicinato nelle aree centrali e nel tessuto urbano consolidato, medie strutture più diffuse sul territorio, grandi strutture di vendita ambiti esterni di carattere extraurbano, dovranno costituire elemento caratterizzante gli spazi urbani e luogo di relazione, a completamento dello spazio pubblico.

Confermando una posizione già assunta dall'Amministrazione Comunale negli anni precedenti, il PGT vigente non prevede la possibilità di insediamento di nuove grandi strutture di vendita, mentre si dà la possibilità di inserire il commercio di media dimensione, favorendo sia interventi di riqualificazione dell'esistente, sia prevedendo nuove strutture, oltre a puntare sul potenziamento e il rinnovo del sistema commerciale di vicinato, quale presenza fondamentale per la riqualificazione dei nuclei storici e dei singoli quartieri, all'interno degli ambiti di riorganizzazione, riqualificazione, rigenerazione e di trasformazione a prevalente destinazione residenziale.

Occorre evidenziare che in tutti gli interventi proposti, la funzione commerciale è sempre inserita all'interno di ambiti che prevedono anche altre attività, anzi si evidenzia che la funzione commerciale, non è mai prevista come funzione prevalente, ma si inserisce come attività compatibile e complementare.

Per quanto riguarda il commercio di vicinato, la strategia perseguita è quella della tutela, soprattutto osservando la configurazione delle attività commerciali all'interno della città; in particolar modo, anche in relazione a quanto già contenuto all'interno del progetto Distretto Urbano del Commercio – DUC, è necessario favorire lo sviluppo delle assialità e delle densificazioni presenti, anche nell'ottica di valorizzazione della rete distributiva di vicinato, in un quadro di sinergie con altri sistemi economico-sociali e urbanistici.

Sempre dall'analisi sulle attività commerciali emerge il ruolo del centro storico quale catalizzatore dei punti vendita commerciali di piccole dimensioni. Pertanto, il PGT vigente

⁵⁴ Si rimanda al paragrafo 3.2.4. del "Programma triennale di Sviluppo del Settore Commerciale 2006-2008".

intende mantenere e potenziare la localizzazione di queste attività all'interno del centro cittadino. In coerenza con le indicazioni del Piano delle Regole, all'interno dei centri storici, è confermata l'azione per il riutilizzo dei piani terra da destinare all'insediamento di funzioni diverse rispetto a quelle residenziali, primariamente all'insediamento di attività commerciali creando continuità di fronti commerciali.

Il secondo obiettivo per le politiche relative alle attività commerciali è il rafforzamento degli interventi di qualificazione dei centri urbani, che dovranno coniugare qualità urbana, integrazione e vitalità delle attività. La qualità degli insediamenti urbani, su cui far leva per avviare politiche di innovazione, qualificazione e potenziamento del settore commerciale, sono l'integrazione tra attività residenziali, di servizio alle persone e alle imprese e la qualità ed articolazione degli spazi, sia per gli assetti fisici e per la socialità che rappresentano.

Al fine del raggiungimento di questi obiettivi, un ruolo importante potranno svolgere le aree produttive di matrice storica (Zone C2), collocate a ridosso del centro storico, in cui potranno essere avviati processi di trasformazione e di riuso del tessuto produttivo di matrice storica, caratterizzato dalla presenza di destinazioni non residenziali: la presenza di spazi commerciali, unitamente ad altri spazi per attività economiche, ludico, ricreative, culturali e per il tempo libero, costituirà elemento trainante del processo di riqualificazione urbana.

In generale si intende perseguire la valorizzazione del sistema commerciale, da inquadrare in un insieme di interventi finalizzati a coinvolgere anche altri elementi e attività: la residenza, l'accessibilità e la sosta, la presenza di attività artigianali e terziarie, la presenza di emergenze architettoniche e ambientali, l'assetto urbanistico, ponendo attenzione al sistema commerciale nel suo complesso. Sono almeno tre le azioni più importanti proposte che apporteranno benefici al sistema:

- la prima riguarda l'attuazione degli interventi di riqualificazione inseriti all'interno del progetto Distretto Urbano del Commercio, che prevede una serie di progetti coordinati tra Amministrazione Comunale e commercianti;
- la seconda riguarda una serie di progettualità mirate a creare le condizioni per un potenziamento della presenza commerciale nei centri storici e migliorare la presenza di infrastrutture e di servizi a supporto dell'attività commerciale;
- e, infine, la possibilità di progettare, unitamente alle Associazioni di categoria ed agli operatori economici presenti, il centro urbano di Busto Arsizio, prestando particolare attenzione al ruolo ed alla funzioni delle attività economiche.

Le condizioni dei diversi centri urbani e l'assetto della mobilità non permettono di localizzare consistenti quantità commerciali aggiuntive. E' da riservare ad operazioni di qualificazione, anche urbanistica, la possibilità di realizzare negozi di vicinato e medie strutture commerciali di prossimità, al servizio dei cittadini residenti e di quelli previsti.

Tale possibilità si coordina con l'obiettivo del potenziamento del "centro diffuso" e delle aree di concentrazione commerciale e di servizi, con gli interventi di qualificazione della città costruita, con l'inserimento di qualità diversa dall'esistente e con minor impatto sul sistema della mobilità; la localizzazione all'interno di interventi di riqualificazione urbanistica consente il necessario reperimento della dotazione di parcheggi pertinenziali e pubblici o di uso pubblico, affiancata alla realizzazione di spazi pubblici.

Altre funzioni commerciali, di vendita al dettaglio, sono previste per dare risposte alle esigenze della popolazione residente. Le medie strutture di vendita, si potranno collocare

lungo il tracciato delle principali direttrici viabilistiche di livello sovracomunale e di distribuzione all'interno della città, mentre alcune medie strutture di prossimità e di rilevanza locale sono previste all'interno dei principali ambiti di riorganizzazione, di riqualificazione e di trasformazione; per quanto riguarda gli esercizi di vicinato sono sempre previsti all'interno degli ambiti di intervento a carattere residenziale per fornire servizi di prossimità ai residenti, oltre ad essere confermati all'interno del centro storico. Agli esercizi di vicinato l'amministrazione comunale riconosce, del resto, un importante ruolo di presidio del territorio e di servizio alla popolazione: infatti, in tutte le previsioni del vigente PGT, la presenza degli esercizi di vicinato, ad eccezione delle aree produttive (zone D1 e D4) e delle aree agricole (Zone E1, E2 e E3), è sempre considerata come destinazione compatibile.

6.2. Ruolo e funzione delle attività commerciali nei centri storici di Busto Arsizio

L'attività di analisi urbana ha evidenziato il ruolo dei tre centri storici di Busto Arsizio, quali luoghi catalizzatori dei punti di vendita di piccole e medie dimensioni: la struttura commerciale di interesse locale si basa prevalentemente sugli assi che fuoriescono dai centri storici del capoluogo, di Sacconago e di Borsano. Il piano si propone quindi di mantenere e possibilmente potenziare – anche tramite politiche ed incentivi ad hoc – la localizzazione di queste attività all'interno dei centri storici, che forniscono servizi ai cittadini e consentono una maggiore vivibilità da parte dei cittadini.

Il primo obiettivo per le politiche relative alle attività commerciali è il rafforzamento degli interventi di qualificazione dei centri storici di Busto Arsizio, che dovranno coniugare qualità urbana, integrazione delle attività e del tessuto sociale.

La qualità degli insediamenti urbani, elemento su cui far leva per avviare politiche di innovazione, qualificazione e potenziamento del settore commerciale, comprende anche la possibilità di integrazione con le attività residenziali, di servizio alle persone e alle imprese, la qualità ed articolazione degli spazi, gli assetti fisici e la socialità che essi rappresentano: la presenza di funzioni compatibili, integrate con la residenza e con le altre attività economiche, garantisce la possibilità di attivare nuove presenze di esercizi di vicinato, come luoghi e servizi per tutti i cittadini.

In generale, il piano persegue l'obiettivo della valorizzazione del sistema commerciale, inquadrato in un insieme di interventi finalizzati a coinvolgere anche altri elementi ed attività: la residenza, l'accessibilità e la sosta, la presenza di attività terziarie e artigianali, la presenza di emergenze storiche, architettoniche e ambientali, l'assetto urbanistico, il sistema della pedonalità e dei percorsi ciclabili, ponendo quindi attenzione a considerare le attività commerciali, come parte di un unico sistema urbano. Affinché possano crearsi i presupposti adeguati al rafforzamento del sistema commerciale di Busto Arsizio, vengono individuate tre azioni che apporteranno benefici all'intero sistema urbano:

- la prima riguarda la riqualificazione urbanistica ed ambientale degli assi di concentrazione delle attività commerciali all'interno del centro storico di Busto Arsizio, di Sacconago e di Borsano. All'interno di tali aree, che costituiscono luoghi privilegiati di insediamento delle attività commerciali di vicinato, vi sono opportunità per avviare interventi di potenziamento, riqualificazione e miglioramento della rete commerciale di vicinato e delle medie strutture di interesse locale (con superficie di vendita massima fino a 500 mq);

- la seconda riguarda gli ambiti di riorganizzazione della città esistente localizzati in alcuni casi all'interno dei centri storici (Ambito 1 – Piazza Venzaghi, Ambito 3 – Ambito San Michele), in altri casi nelle immediate vicinanze (Ambito 2 – Ex-Calzaturificio Borri, Ambito 4 – Area industriale di Borsano), in cui potranno essere avviati interventi di recupero e riqualificazione del tessuto urbano, in cui la presenza delle funzioni commerciali, nella tipologia dei negozi di vicinato e delle medie strutture di vendita, costituisce elemento strategico;
- e, infine, la possibilità di promuovere, unitamente alle Associazioni di categoria ed agli operatori economici presenti, i centri storici di Busto Arsizio, Sacconago e Borsano, prestando particolare attenzione al ruolo ed alle funzioni delle attività commerciali e di servizi attuali e future, utilizzando, tra gli altri, anche lo strumento innovativo di *governance* costituito dai distretti commerciali. Pertanto, si tratta di dare attuazione ad uno degli obiettivi di carattere strategico individuati dall'insieme dei progetti del Distretto Urbano del Commercio.

Affinchè si possano raggiungere questi obiettivi, all'interno di una strategia complessiva di rigenerazione urbana, all'interno dei centri storici sono previsti interventi che si propongono di raggiungere i seguenti obiettivi:

- attuare interventi di recupero, risanamento conservativo e restauro degli edifici esistenti
- insediare al piano terra attività commerciali, terziarie e servizi
- creare un sistema continuo e connesso di percorsi ciclabili e pedonali, finalizzati a migliorare l'utilizzo pedonale dei centri storici.

La struttura urbana attuale, il sistema della viabilità esistente e l'articolazione delle attività commerciali consentono di prevedere la presenza di esercizi di vicinato, cioè con superficie di vendita massima di 250 mq e la possibilità di insediare medie strutture di vendita di rilevanza locale, con superficie di vendita massima di 500 mq.

6.3. Ruolo e funzione delle medie strutture di vendita

Nell'ottica di sviluppo e di riequilibrio delle diverse tipologie distributive, le politiche regionali di programmazione delle attività commerciali sollecitano una particolare attenzione verso lo sviluppo della media distribuzione, *"... che deve trovare uno spazio di sviluppo adeguato nelle aree urbane lombarde, per fornire ai cittadini consumatori un'offerta articolata nella gamma, contenuta nei prezzi e ampiamente distribuita sul territorio"*.

A questo scopo, la Regione orienta i Comuni ad *"agevolare le procedure di apertura, ristrutturazione e ampliamento di questa tipologia di vendita"*, in coerenza con le caratteristiche dimensionali, demografiche, economiche e urbanistiche dei singoli comuni.

Il ruolo della media distribuzione cambia, evidentemente, rispetto al contesto urbano e territoriale di insediamento:

- nei centri storici e nelle aree urbane centrali, le politiche del commercio sono orientate, sia allo sviluppo e qualificazione degli esercizi di vicinato, per migliorarne l'integrazione (anche favorendone la concentrazione in centri commerciali che si configurano, dal punto di vista gravitazionale, come medie superfici), sia alle misure atte a incentivare l'insediamento di medie strutture di vendita, che per caratteristiche

- qualitative, siano idonee a conservare ed arricchire il ruolo trainante del centro urbano come luogo commerciale e di aggregazione sociale;
- nelle aree di frangia dei centri urbani medio piccoli, invece si definisce l'indicazione sia alla riqualificazione e concentrazione su assi commerciali degli esercizi di vendita e dei nuclei di servizio già esistenti, nel caso di nuovi insediamenti, mediante operazioni di riqualificazione urbana e di riconversione e previsione di medie strutture di vendita, con concentrazione di esercizi di vicinato;
 - negli ambiti periurbani e periferici delle aree metropolitane, nonché nelle aree territoriali extraurbane di interesse sovracomunale, l'indirizzo prevalente è finalizzato sia a razionalizzare le aree nelle quali si siano formate nel tempo aggregazioni di grandi o medie strutture, nelle quali ulteriori insediamenti possano consentire e assicurare il miglioramento del sistema degli accessi, dei parcheggi, dei servizi comunali e della qualità architettonica, sia a collocare le aree già insediate nelle quali si verifichi la dismissione di precedenti funzioni, che possono essere validamente destinate ad attività anche commerciali, mediante strumenti di programmazione negoziata o altri piani attuativi urbanistici che prevedano opere di integrazione ambientale e di miglioramento dei servizi e dell'accessibilità.

Rispetto a questa tipologia distributiva, come abbiamo visto in precedenza presente con diversi punti di vendita sul territorio comunale, il presente documento nell'ultimo capitolo formula criteri finalizzati a regolamentare le forme e le modalità di insediamento delle medie strutture di vendita all'interno del territorio comunale, con l'obiettivo di mantenere la presenza delle medie strutture di vendita sul territorio comunale, consolidare ed incrementare la presenza delle stesse, differenziando la tipologia e consentendo l'insediamento di nuove medie strutture solo ed esclusivamente dove indicato puntualmente dal vigente PGT, Documento di Piano e Piano delle Regole, ed ulteriormente precisato e specificato con il presente documento.

In relazione alla molteplicità dei fattori da considerare per rendere compatibile l'impatto socio-economico, territoriale ed ambientale dei nuovi insediamenti di medie dimensioni (a corredo obbligatorio della domanda di autorizzazione) sulla struttura urbana, sia in caso di nuova apertura che in caso di interventi sull'esistente, in coerenza con quanto previsto dalla normativa regionale e come verrà meglio precisato nel capitolo successivo, dovranno essere svolti approfondimenti finalizzati a garantire le seguenti compatibilità:

- la compatibilità commerciale in relazione all'effettivo servizio da rendere al consumatore considerando la domanda presente nel bacino gravitazionale interessato in rapporto alla struttura dell'offerta esistente, ricadute occupazionali, impatto sulla rete distributiva di vicinato e di media struttura, anche in relazione alle merceologie e alle tipologie di vendita, evoluzione della struttura commerciale nell'ultimo triennio, taglio dimensionale del nuovo punto di vendita rispetto alla popolazione residente nei comuni del bacino di gravitazione interessato;
- la compatibilità urbanistico-territoriale in relazione alla coerenza con gli indirizzi e con gli atti di programmazione e pianificazione territoriale, ai rapporti con la rete delle infrastrutture di accesso, al raccordo con la rete del trasporto pubblico, alle relazioni di funzionalità diretta con il sistema logistico, alla conformità agli strumenti di pianificazione urbanistica, al rapporto con il sistema degli insediamenti abitati, al collegamento con percorsi ciclabili e pedonali, all'integrazione funzionale con l'assetto urbano e all'utilizzo di aree già urbanizzate;
- la compatibilità ambientale in relazione alle condizioni di inquinamento presenti o prevedibili, con particolare riferimento all'inquinamento generato dal traffico

automobilistico e controllo delle emissioni in atmosfera e delle emissioni acustiche, agli interventi di risparmio energetico, all'attenzione alle caratteristiche naturali, paesistiche ed ambientali dell'ambito interessato dall'intervento, all'utilizzo di parchi veicoli e automezzi almeno EURO4, all'utilizzo di tecniche costruttive che conservano la permeabilità del suolo, al contenimento dell'impatto visivo e luminoso.

6.4. Qualità urbanistica ed architettonica delle strutture commerciali

Risulta evidente che la crescita dei sistemi commerciali urbani rappresenta l'effetto ed il risultato, anziché la causa generatrice di più generali politiche di rivitalizzazione e riqualificazione urbana. Perché ciò possa realizzarsi sono necessarie politiche di sviluppo e promozione del territorio che pongano attenzione al sistema urbano nel suo complesso e, in modo particolare, all'insieme delle funzioni e delle attività di carattere economico presenti sul territorio, considerando che il cittadino esprime sempre nuove domande, sia nei termini di qualità del prodotto, sia in relazione alla qualità e alla vivibilità dell'ambiente urbano, inteso nell'accezione più ampia ed articolata possibile: qualità urbanistica e architettonica, qualità della mobilità pubblica e privata, opportunità di sosta, presenza di un'offerta culturale, ricreativa e per il tempo libero, manifestazioni, eventi e spettacoli, sono tutte parti di un unico sistema urbano, che contribuiscono a creare le condizioni affinché la presenza commerciale in ambito urbano si possa consolidare e migliorare.

Così come l'esperienza del DUC conferma, l'assetto e la qualità degli spazi è elemento decisivo per valorizzare le potenzialità e gli elementi fisici che caratterizzano lo spazio urbano ed extraurbano in cui esse operano. E' pertanto legata alle questioni di qualità degli spazi e degli edifici con la presenza di funzioni commerciali e di eventuali altre attività economiche compatibili, la definizione dei seguenti aspetti:

- la qualità architettonica e ambientale del contesto urbano. Risulterà prioritario porre attenzione a quell'articolato complesso di fattori che costituiscono lo spazio fisico della città. La qualità delle architetture presenti ed il loro grado di decorosa e gradevole manutenzione; la qualità delle pavimentazioni delle strade, dei percorsi ciclopedonali, delle piazze e dei marciapiedi; la qualità degli elementi di arredo urbano: elementi illuminanti, panchine, fioriere, cartellonistica pubblicitaria e segnaletica stradale, oltre a quella turistica. Tutti questi elementi, unitamente a quelli di natura culturale, di svago, di tempo libero, oltre ovviamente a quelli di natura sociale, possono costituire elementi di potenziamento dei livelli di gradevolezza dell'offerta commerciale e di vivibilità delle aree commerciali;
- la qualità architettonica del sistema dei negozi. Un elemento sul quale è opportuno porre una urgente attenzione è rappresentato anche dalla qualità degli elementi fisici che costituiscono il singolo punto di vendita. E' ormai evidente come la gradevolezza dello spazio pubblico non può prescindere anche da una elevata qualità degli elementi che compongono il tessuto urbano, quali vetrine, insegne, sistemi di illuminazione, forma e colore delle tende parasole e altri aspetti di natura architettonica e di decoro urbano;
- l'accessibilità e la sosta. L'attenzione da porre, congiuntamente a questi due aspetti della mobilità, risulta strategica per migliorare l'efficienza di un sistema urbano a vocazione commerciale. Constatato che le nostre città non sono nate per le automobili, vi è infatti la necessità di trovare soluzioni operative che permettano un elevato grado

di accessibilità sia con mezzo privato, sia con mezzo pubblico, ma soprattutto consentano la mobilità pedonale e ciclabile verso le aree centrali.

A queste questioni si aggiunge, come altrettanto strategica, la definizione delle ulteriori questioni:

- attrattività e mix merceologico. L'attrattività di un luogo commerciale non dipende esclusivamente dalla qualità dello spazio costruito. Quello della città per intenderci. Occorre tenere presenti tutti quei fattori sui quali il cittadino pone attenzione e che vanno dall'assortimento e dalla specializzazione delle merci, alla localizzazione dei punti di vendita. Bisogna considerare che il potenziamento dell'articolazione di merci e servizi coincide con il contenimento di quote di evasione commerciale verso altre formule distributive;
- attività di animazione. Ciò che oggi orienta il cittadino nell'intricata vicenda del gioco degli scambi non è rappresentato, in via esclusiva, dal solo scambio delle merci. Va compreso che l'attività dedicata agli acquisti è sempre stata vissuta come occasione per comunicare ed intrattenere relazioni sociali. Con questo quadro di consapevolezza vanno predisposte tutte quelle iniziative di animazione della via e/o del sistema di vie commerciali che motivino ulteriormente un cittadino a prediligere un sistema rispetto ad un altro;
- attività di promozione. La predisposizione di un sistema ottimale, dal punto di vista commerciale e dal punto di vista urbano, non sortirebbe risultati soddisfacenti se lo spirito di collaborazione tra gli operatori economici non crescesse sino a far mettere in atto azioni orientate alla promozione di quanto al cittadino viene offerto.

Aver posto, seppure schematicamente queste questioni, riprendendo un quadro di riferimento già delineato dal vigente PGT e consolidato con le progettualità del Distretto Urbano del Commercio, significa aver individuato un percorso di lavoro per tutti gli attori, pubblici e privati, operatori di grandi e piccole dimensioni, finalizzato a creare le condizioni per attuare progetti di modifica e di miglioramento dell'assetto fisico e funzionale dei diversi luoghi urbani che compongono la città di Busto Arsizio ed in cui si svolgono in prevalenza attività commerciali o in cui si svolgeranno in futuro le attività commerciali previste dal Piano di Governo del Territorio.

7. PGT E NORME DI RIFERIMENTO PER LE ATTIVITA' COMMERCIALI

Attualmente la normativa del Piano di Governo del Territorio regola l'attività delle destinazioni commerciali all'interno delle norme del Piano delle Regole e, più precisamente:

- Titolo I – Disposizioni generali, articolo 6 relativo alla disciplina delle destinazioni d'uso
- Titolo II – Attuazione Piano delle Regole, articolo 10 relativo ai parcheggi pertinenziali
- Titolo V, dall'articolo 62 all'articolo 70 relativi alle norme in materia di commercio.

A seguire si riporta l'estratto della tabella inserita all'art. 6 delle norme, che associa l'ammissibilità di destinazioni d'uso a carattere commerciale, paracommerciale, commercio all'ingrosso, artigianato di servizio e somministrazione di alimenti e bevande, con i diversi ambiti funzionali previsti dal Piano.

Le destinazioni d'uso non ammesse sono indicate con il quadrato nero.

DESTINAZIONE D'USO	SIGLA AZZONAMENTO																	
	A1 Art 16	A2 A3 Art 17	A4 Art 18	B1 Art 24	B2 Art 25	B3 Art 26	B4 Art 27	B5 Art 28	B6 Art 29	C1 Art 31	C2 Art 32	D1 Art 36	D1 Art 37	D3 Art 37	D4 Art 37	E1 Art 41	E3 Art 42	E3 Art 43
Attività terziarie e commerciali																		
Esercizi di vicinato												■			■	■	■	■
Medie strutture di vendita			■				■		■			■			■	■	■	■
Grandi strutture di vendita e centri commerciali	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande												■			■	■	■	■
Attività paracommerciali												■			■	■	■	■
Attività di commercio all'ingrosso	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
Distributori di carburante	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				■	■	■	■
Artigianato di servizio												■			■	■	■	■
Spedizionieri	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■

NB: per quanto riguarda la Zona B6, l'insediamento di medie strutture di vendita è consentito nella Zona B6b
destinazioni d'uso non ammesse ■

Tabella 45 – Ammissibilità delle attività commerciali e terziarie nelle zone funzionali del territorio comunale (fonte: PGT - estratto articolo 6 delle Norme del Piano delle Regole)

Di seguito si riporta l'estratto della tabella inserita all'art. 10 della norma di piano relativo ai parcheggi pertinenziali, che riguarda la dotazione minima dei parcheggi pertinenziali prevista per le attività terziarie e commerciali.

Il comma 4 del medesimo articolo precisa che la quantità di parcheggi pertinenziali indicati nella tabella, dovrà essere garantita da ogni intervento di nuova costruzione, di demolizione e ricostruzione, di cambi di destinazione d'uso con opere.

Il comma 7 dell'articolo 69 delle norme del Piano delle Regole precisa che la quota di parcheggi pertinenziali previsti dall'articolo 10 per la tipologia di intervento indicata non è monetizzabile.

Il comma 5 dello stesso articolo 10 prevede, nel caso di interventi di nuova costruzione, una dotazione minima di spazi per il ricovero biciclette, pari a 1 posto di dimensioni minime 1,00x2,00, ogni 80 mq di superficie lorda di pavimento a destinazione terziaria e commerciale.

Il successivo paragrafo 8.6.2 specifica le richiamate disposizioni dell'art. 10 e le integra ponendole in relazione con la particolare casistica riscontrabile nel procedimento di attivazione delle medie strutture di vendita.

	Utenti/Visitatori	Abitanti/Addetti	Note
ATTIVITA' ECONOMICHE			
Attività terziarie e commerciali			
Esercizi di vicinato			
Attività paracommerciali – fino a 1000 mq di slp	4 posti auto ogni 100 mq di slp	1 posto auto ogni 150 mq di slp	
Attività paracommerciali – oltre 1000 mq di slp	5 posti auto ogni 100 mq di slp		
Medie strutture di vendita – fino a 500 mq di SdV	4 posti auto ogni 100 mq di slp		
Medie strutture di vendita – da 501 a 1.000 mq di SdV	5 posti auto ogni 100 mq di slp		
Medie strutture di vendita – oltre 1.000 mq di SdV		1 posto auto ogni 150 mq di slp	
Grandi strutture di vendita e centri commerciali	5 posti auto ogni 100 mq di slp		
Commercio all'ingrosso			
Attività di somministrazione di alimenti	1 posti auto ogni 3 mq di superficie di somministrazione	1 posto auto ogni 150 mq di slp	
Attività di somministrazione di bevande	1 posti auto ogni 4 mq di superficie di somministrazione		
Distributori di carburanti		1 posto auto ogni 80 mq di superficie interessata dall'impianto	Nel caso di presenza di impianti di autolavaggi, andranno aggiunti 5 posti auto per singola linea di lavaggio
Artigianato di servizio	1 posto auto ogni 50 mq di slp	1 posto auto ogni 50 mq di slp	Nel caso di carrozzeria e autofficina andrà calcolato unicamente il parametro di 1 posto auto ogni 10 mq di slp
Attività di logistica	1 posto auto ogni 100 mq di slp	1 posto auto ogni 120 mq di slp	
Spedizionieri			

Tabella 46 – Dotazione di parcheggi pertinenziali per le destinazioni terziarie e commerciali
(fonte: PGT – estratto articolo 10 delle Norme del Piano delle Regole)

Il Titolo V – Norme per il commercio e i relativi articoli, tratta i seguenti argomenti:

- articolo 62, la normativa specifica per il commercio ed attività equiparate
- articolo 63, le destinazioni d'uso commerciali ed equiparate
- articolo 64, le definizioni della superficie di vendita e di forme aggregative commerciali
- articolo 65, le categorie di destinazioni d'uso commerciali
- articolo 66, l'ambito di applicazione delle diverse tipologie, che riprende quanto già indicato dall'articolo 6
- articolo 67, i criteri per l'insediamento delle medie strutture di vendita
- articolo 68, le grandi strutture di vendita
- articolo 69, i requisiti generali per gli spazi commerciali
- articolo 70, le situazioni esistenti.

Le definizioni riportate all'art. 64 sono formulate con riferimento ai disposti regionali vigenti al momento dell'approvazione del P.G.T..

Successivamente all'entrata in vigore dello stesso la Regione Lombardia ha approvato la DGR n° X/1193 del 20 dicembre 2013 recante *“Disposizioni attuative finalizzate alla valutazione delle istanze per l'autorizzazione all'apertura o alla modificazione delle grandi strutture di vendita conseguenti alla d.c.r. 12 novembre 2013 n° X/187 “Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale”*. Le definizioni ivi contenute relative alle strutture di vendita organizzate in forma unitaria⁵⁵, di seguito riportate, integrano e superano le definizioni di *Centro commerciale* e *Parco commerciale* dei commi 7 e 11 dell'art. 64 del Piano delle Regole:

“.....

f. Per struttura di vendita organizzata in forma unitaria si intende una media o una grande struttura di vendita nella quale due o più esercizi commerciali siano inseriti in un insediamento edilizio o in un complesso urbanistico-edilizio organizzato in uno o più edifici, nella medesima area o in aree contigue, destinato in tutto o in parte alle attività commerciali, anche composto da più edifici aventi spazi di distribuzione funzionali all'accesso ai singoli esercizi e con spazi e servizi gestiti anche unitariamente. Alla definizione sopra richiamata è riconducibile e quindi compreso anche

a) il centro commerciale avente le dimensioni di una media o da una grande struttura che si caratterizza, in tutto o in parte, per l'unicità della struttura o dell'insediamento commerciale, la destinazione specifica prevalente della struttura, gli spazi di servizio gestiti unitariamente e le infrastrutture comuni. A questa definizione sono riconducibili e quindi compresi, anche:

a1) il centro commerciale integrato, inteso quale complesso commerciale costituito da una aggregazione, nella medesima area, di più edifici, anche contigui e collegati funzionalmente da percorsi pedonali su suolo privato con accessibilità ad un insieme di esercizi commerciali con servizi comuni fruibili dall'intero complesso;

a2) il centro commerciale multifunzionale, inteso quale complesso commerciale, con le caratteristiche di cui sopra, concepito e organizzato per svolgere anche una molteplicità di funzioni (culturali, di intrattenimento, di svago, di spettacolo, di benessere o di divertimento) complementari a quella commerciale;

a3) il Factory Outlet Centre (FOC), avente le dimensioni di una media o di una grande struttura e costituito anche da soli esercizi di vicinato, localizzata in luogo diverso da quello di produzione, in cui più aziende produttrici, direttamente o indirettamente, effettuano la vendita di prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare al fine di esitare prevalentemente prodotti invenduti, di fine serie, fallati, collezioni di anni precedenti e prodotti campionari”.

b) il Parco commerciale, inteso quale complesso commerciale costituito da una aggregazione, in aree commerciali contigue, di almeno due medie o grandi strutture di vendita localizzate anche sul medesimo asse viario e con un sistema di accessibilità comune”.

I contenuti dell'articolo 69 riguardante la dotazione minima di spazi per servizi ed attrezzature pubbliche sono richiamati e meglio specificati al successivo paragrafo 8.6.1, in relazione alla particolare casistica riscontrabile nel procedimento di attivazione delle medie strutture di vendita.

⁵⁵ D.G.R. 20 dicembre 2013 – n. 10/1193 – Allegato A – art. 2 comma 1 lettera f .

8. CRITERI PER L'INSEDIAMENTO DI MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

L'ultimo capitolo della presente relazione si propone di fornire indicazioni e criteri specifici per l'insediamento di strutture commerciali di medie dimensioni, ovvero con superficie di vendita massima di 2.500 mq. Tali criteri costituiscono riferimento sia per operatori del settore che intendono insediare medie strutture di vendita sul territorio comunale, sia per gli uffici comunali che dovranno esaminare e valutare le istanze presentate.

I presenti criteri sono stati elaborati considerando:

- le disposizioni generali del Programma Triennale per lo sviluppo del settore commerciale 2006-2008 relativo all'ambito territoriale di Addensamento Commerciale Metropolitano, di cui Busto Arsizio fa parte⁵⁶;
- le indicazioni contenute nelle deliberazioni regionali relative alle medie strutture di vendita⁵⁷;
- le disposizioni del vigente Piano di Governo del Territorio, definitivamente approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 59 del 20 giugno 2013 ed efficace a far data dal 18 dicembre 2013 (Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia n. 51 del 18.12.2013 – serie avvisi e concorsi)⁵⁸.

8.1. Indicazioni di carattere generale

La definizione dei criteri per l'insediamento di medie strutture di vendita nel territorio di Busto Arsizio si fonda sui presupposti che seguono:

- scelte urbanistiche di sviluppo del sistema urbano definite dal PGT;
- analisi della dinamica della presenza di medie strutture di vendita e, più in generale, della presenza di punti di vendita e di superfici commerciali all'interno del territorio comunale e del territorio circostante;
- confronto con la dotazione attuale, in termini di punti di vendita e di superfici, rispetto a diversi ambiti territoriali di riferimento, sia di area vasta (Regione Lombardia e Provincia di Varese), sia del bacino territoriale di riferimento della città di Busto Arsizio (ambito prossimo costituito dai 11 comuni confinanti direttamente della provincia di Varese e di Milano e ambito più allargato comprendente 35 comuni della provincia di Varese e di Milano).

L'esame dei dati disponibili dell'Osservatorio Regionale del Commercio per il periodo 2003/2011, nonché gli studi propedeutici alla costituzione del Distretto Urbano del Commercio (DUC) di Busto Arsizio, come argomentato nei capitoli precedenti, evidenziano per Busto Arsizio il seguente posizionamento:

⁵⁶ Vedi paragrafo 2.2. dei presenti criteri.

⁵⁷ Vedi paragrafo 2.4.e paragrafo 2.5. dei presenti criteri.

⁵⁸ Vedi capitolo 7 dei presenti criteri.

- netta sottodotazione per ciò che riguarda le grandi strutture di vendita, sia nel rapporto abitanti/punti di vendita, ovvero l'indice di densità commerciale, sia nel rapporto superficie di vendita/abitanti, ovvero l'indice di dotazione commerciale. Tale situazione si registra per i generi alimentari e per i generi non alimentari e rispetto a tutti i diversi ambiti territoriali considerati;
- decisa sottostazione per ciò che riguarda le medie strutture di vendita, sia nel rapporto abitanti/punti di vendita, sia nel rapporto superficie di vendita/abitanti. Tale situazione si registra per i generi non alimentari, mentre per i generi alimentari il rapporto superficie di vendita/abitanti è in linea con quello regionale;
- miglior posizionamento per ciò che riguarda i negozi di vicinato, sia nel rapporto abitanti/punti di vendita, sia nel rapporto superficie di vendita/abitanti. Tale miglior livello di servizio rivolto ai cittadini residenti si registra per i generi alimentari e non alimentari ed anche rispetto a tutti i diversi ambiti territoriali considerati.

Sulla base di questi presupposti, la definizione dei criteri per l'insediamento di medie strutture di vendita si propone di raggiungere l'obiettivo strategico di migliorare la dotazione di spazi commerciali al servizio dei cittadini residenti e dei "city users".

Gli indirizzi generali per l'insediamento di attività commerciali all'interno del territorio comunale si propongono di :

- mantenere e rafforzare la presenza di strutture commerciali all'interno del territorio comunale;
- attuare il progetto Distretto Urbano del Commercio;
- incrementare la dotazione della presenza sul territorio di punti di vendita e di superficie di vendita commerciale, per le diverse tipologie e format di vendita, con esclusione delle grandi strutture di vendita, al fine di allineare Busto Arsizio alle dotazioni del sistema territoriale di riferimento (bacino territoriale di Busto Arsizio e, più in generale, Asse del Sempione e direttrice Milano-Varese);
- definire criteri localizzativi in grado di rendere coerente la presenza di medie strutture di vendita all'interno dei diversi tessuti urbani esistenti e con gli ambiti di intervento previsti dal PGT in riferimento al quale si individuano i seguenti tessuti e ambiti:
 - nuclei di antica formazione (Zone A)
 - tessuto residenziale consolidato (Zone B e C)
 - ambiti residenziali complessi di matrice storica (Zona C2)
 - ambiti di trasformazione e di riqualificazione urbana
 - Asse del Sempione e direttrice per Cassano Magnago (Zone D2 e D3);
- incentivare il recupero e la riqualificazione di aree dismesse, sottoutilizzate e di immobili esistenti, nonché di aree oggetto di interventi di riqualificazione urbanistica;
- privilegiare e stimolare l'attuazione di progetti che si compongano di funzioni ed attività varie, integrate e compatibili con la media struttura di vendita, con l'obiettivo di creare luoghi urbani di riferimento, principalmente per i residenti. Attività integrative e compatibili con quella principale, sono quelle della ristorazione, negozi di vicinato, pubblici esercizi, servizi alla persona, attività paracommerciali, terziario e servizi pubblici;
- incentivare l'ammodernamento e la razionalizzazione della rete distributiva esistente, anche attraverso interventi finalizzati al miglioramento prestazionale dei punti di vendita esistenti;
- valutare in modo integrato l'impatto infrastrutturale, urbanistico e di relazioni urbane, sistema della mobilità, ambientale e paesaggistico, commerciale e occupazionale;

- definire misure compensative orientate a migliorare le prestazioni dell'ambito territoriale, all'interno del quale la struttura si inserisce;
- attivare azioni di monitoraggio e di osservazione delle dinamiche di sviluppo della rete commerciale.

8.2. Criteri per l'insediamento di medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq

All'interno del tessuto urbano consolidato, il PGT prevede la possibilità di potenziare, rinnovare e innovare il sistema commerciale a servizio dei residenti, mediante l'insediamento di nuove strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq, anche tramite l'ampliamento e la rilocalizzazione di strutture esistenti.

Sono interessati da questa previsione i seguenti ambiti del tessuto consolidato:

- **nuclei di antica formazione:**
 - nucleo di antica formazione di Busto Arsizio – A1 (art. 16 - Norme del Piano delle Regole), nucleo di antica formazione di Sacconago – A2 e di Borsano – A3 (art. 17 Norme del Piano delle Regole): ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV159);
- **tessuto urbano consolidato a prevalente destinazione residenziale:**
 - ambiti residenziali complessi di matrice storica - B5 (art. 28 - Norme del Piano delle Regole), ambiti residenziali di interesse storico-ambientale – B6b (art. 29 - Norme del Piano delle Regole): ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV1);
 - ambiti residenziali omogenei – B1 (art. 24 - Norme del Piano delle Regole), ambiti residenziali compositi – B2 (art. 25 - Norme del Piano delle Regole), ambiti residenziali complessi – B3 (art. 26 - Norme del Piano delle Regole): ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq (MSV1 e MSV2);
- **tessuto urbano consolidato a prevalente destinazione terziario/commerciale:**
 - aree produttive di matrice storica – C2 (art. 32 - Norme del Piano delle Regole): ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq (MSV1 e MSV2).

Per interventi da effettuarsi all'interno delle Zone C2 – Aree produttive di matrice storica, dovrà essere dimostrata la coerenza dell'insediamento della nuova attività commerciale, con le caratteristiche morfologiche, tipologiche ed architettoniche dell'edificio esistente, ovvero si evidenzia la necessità di prestare particolare attenzione agli interventi di recupero, riutilizzo o rinnovo, totale o parziale, di edifici esistenti.

Per l'insediamento di medie strutture di vendita con superficie fino a 1000 mq, è essenziale la compatibilità urbanistica, infrastrutturale e ambientale con il tessuto urbano entro cui si intende localizzare la struttura.

Al fine di dimostrare da parte del soggetto proponente l'intervento e valutare e verificare la compatibilità della proposta da parte degli uffici comunali interessati, allegata alla

⁵⁹ Come definite dall'art. 65 delle norme del Piano delle Regole, ovvero MSV1 – Medie strutture di vendita di prossimità, con superficie di vendita massima fino a 500 mq, MSV2 – Medie strutture di vendita di rilevanza locale, con superficie di vendita massima fino a 1.000 mq e MSV3 – Medie strutture di vendita di interesse territoriale, con superficie di vendita massima fino a 2.500 mq.

richiesta di insediamento dovrà essere presentata apposita **Relazione di Progetto**, finalizzata ad esaminare la funzionalità del nuovo insediamento rispetto all'assetto urbanistico del quartiere e/o intorno urbano, in cui l'esercizio viene collocato e alle sue caratteristiche progettuali (aspetti tipologici e morfologici della struttura proposta, percorsi di accesso pedonali e veicolari, questi ultimi suddivisi tra mezzi operativi e mezzi dei clienti, segnaletica di orientamento, illuminazione pubblica, elementi di arredo urbano, quantità e qualità urbanistica ed architettonica degli spazi di fruizione collettiva), nonché l'integrazione fisico-funzionale con l'assetto e lo sviluppo della rete commerciale di vicinato ed in particolare:

- 1) integrazione con edifici a destinazione residenziale o direzionale, valenza polifunzionale dell'intervento;
- 2) miglioramento dell'accessibilità veicolare, pedonale e ciclabile, dell'area di intervento e delle aree circostanti, comprendendo anche le altre funzioni urbane (residenza, servizi e attività economiche). Particolare attenzione dovrà essere riservata alla separazione o comunque non frammistione, fra movimenti dei mezzi per il carico/scarico delle merci, movimenti dei mezzi dei clienti e movimenti di ciclisti e pedoni;
- 3) dotazione di servizi aggiuntivi fruibili, oltre che dalla nuova struttura, anche dal quartiere e dal sistema commerciale di vicinato esistente;
- 4) elementi di riqualificazione urbana, come arredo urbano, illuminazione pubblica, riorganizzazione delle sedi stradali e delle piazze, riqualificazione di aree su suolo pubblico, dotazione di aree verdi e/o per il gioco, ecc. al servizio del quartiere;
- 5) dotazione di spazi a verde piantumati, anche al fine di migliorare il livello di mitigazione visiva dell'insediamento e di inserimento paesaggistico;
- 6) adeguata sistemazione ed arredo delle aree a parcheggio per le diverse tipologie di utenti della struttura (automobili, motociclette, biciclette, soggetti con ridotta mobilità);
- 7) livello prestazionale dell'edificio interessato dall'intervento, rispetto all'utilizzo di materiali eco-compatibili, alle caratteristiche degli impianti, all'efficienza energetica e all'utilizzo di fonti rinnovabili.

E' facoltà dell'Amministrazione Comunale, nell'esame della proposta formulare richieste di integrazione, precisazione a approfondimento degli elementi progettuali, nonché, qualora vi fosse la necessità, richiedere opere/interventi di mitigazione e compensazione, al fine di meglio integrare l'intervento nel tessuto urbano di riferimento.

La definizione delle opere di compensazione e mitigazione avverrà all'interno delle procedure delineate nei paragrafi successivi e l'onere della loro realizzazione sarà a totale carico dei soggetti attuatori degli interventi.

8.3. Criteri per l'insediamento di medie strutture in ambiti di particolare interesse

All'interno del tessuto urbano consolidato sono stati individuati alcuni ambiti, di particolare interesse in relazione agli obiettivi strategici del Piano di Governo del Territorio, in cui vi è l'opportunità di insediare medie strutture commerciali e la possibilità di raggiungere la superficie massima prevista dalla normativa, ovvero 2.500 mq di superficie di vendita. Tali strutture, per il contesto urbano in cui si collocano e per la

dimensione prevista, si rivolgono ad un'utenza con provenienze estese anche all'esterno del territorio comunale.

Sono interessati da questa previsione i seguenti ambiti del sistema urbano:

- **tessuto urbano consolidato a prevalente destinazione terziario/commerciale:** zone miste terziario-residenziale – C1 (art. 31 - Norme del Piano delle Regole): ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 2.500 mq (MSV1, MSV2 e MSV3);
- **zone produttive - commerciali:** zone produttive-commerciali lungo l'asse del Sempione – D2 (art. 37 - Norme del Piano delle Regole) e zone produttive di via Cassano Magnago – D3 (art. 38 - Norme del Piano delle Regole): ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 2.500 mq (MSV1, MSV2 e MSV3).

Per l'insediamento di medie strutture di vendita all'interno di questi ambiti (MSV1, MSV2, MSV3), dovrà essere dimostrata la sostenibilità complessiva dell'intervento.

A carico dei soggetti proponenti è prevista l'elaborazione di un **Rapporto di Impatto**, finalizzato alla valutazione integrata degli impatti al fine di definire la sostenibilità dell'intervento rispetto al contesto socio-economico di riferimento, alla rete distributiva esistente, al contesto territoriale, urbanistico, infrastrutturale ed ambientale in cui l'area di intervento si inserisce.

Il Rapporto di Impatto è costituito da elaborati idonei a fornire una descrizione delle opere edilizie ed impiantistiche, oltre a quelle infrastrutturali, ambientali e complementari, dell'insediamento commerciale, da una relazione illustrativa e da materiale fotografico, cartografico e grafico atto a fornire una completa rappresentazione dello stato dei luoghi e delle trasformazioni indotte dall'intervento progettuale.

Il Rapporto di Impatto è articolato nelle seguenti sezioni:

- **commerciale:** questa parte dovrà illustrare le caratteristiche dell'insediamento commerciale con particolare riferimento alla superficie di vendita, alla merceologia, al numero di addetti stimati, al fatturato stimato e, più in generale, all'impatto generato dalla nuova struttura commerciale sulla rete distributiva esistente e sul bacino di gravitazione, calcolato dal proponente sulla base delle isocrone di cui alla Tabella 1 dell'Allegato 1 della DGR n° X/1193 del 20 dicembre 2013, al fine di valutare l'impatto generato dal nuovo punto di vendita sull'occupazione in tale contesto territoriale.
- **urbanistico-territoriale:** dovrà descrivere le scelte progettuali del nuovo insediamento commerciale e il loro inserimento nel contesto territoriale di riferimento e, in particolare dovranno essere fornite le seguenti informazioni:
 - dimensione dell'intervento: superficie territoriale, superficie coperta, superficie lorda di pavimento, volume complessivo e altezze, servizi pubblici o di interesse pubblico o generale, con specificazione delle aree a parcheggio e verde pubblico;
 - localizzazione dell'intervento: presentazione dello stato preesistente del sito su cui sarà ubicato il nuovo punto di vendita, analisi estesa a un intorno significativo, del contesto urbanistico in cui si situa il nuovo punto di vendita, con l'evidenziazione – in particolare – dei rapporti con le strutture commerciali esistenti e con le aree per servizi pubblici;

- rete di accesso, con riferimento alle diverse articolazioni della rete viabilistica e alle reti di trasporto pubblico: dovranno essere forniti elementi in ordine ai seguenti aspetti:
 - o modalità in cui avviene l'accessibilità da parte di persone (addetti e utenti) e merci;
 - o dotazione di aree a parcheggio, specificando la dotazione minima di parcheggi di uso comune al servizio esclusivo dell'insediamento, la loro collocazione, la percentuale di superficie destinata a quelli a raso, la dotazione minima di parcheggi pertinenziali di uso esclusivo e per i dipendenti, la dotazione di posti per motocicli e biciclette e le aree di carico e scarico delle merci;
 - o aree a verde piantumate, indicando le dimensioni, le caratteristiche e i livelli di finitura;
- valutazione dell'impatto sul traffico attraverso la rappresentazione e confronto tra scenario di riferimento e scenario ad opera realizzata, esplicitando sulla viabilità primaria e secondaria interessata dall'intervento in corrispondenza delle ore di punta:
 - o i valori dei carichi sui principali elementi infrastrutturali (archi, nodi e accessi) che saranno interessati dall'indotto veicolare generato/attratto dall'intervento commerciale;
 - o dati sulla distribuzione delle manovre veicolari (Origine/Destinazione) alle intersezioni;
 - o i risultati delle simulazioni effettuate circa la capacità di gestione dei flussi da parte dei principali elementi infrastrutturali della rete di riferimento.

Tutte le analisi di traffico dovranno essere supportate da dati ed analisi coerenti con le indicazioni del paragrafo 5.5. dell'Allegato 1 alla DGR X/1193 del 20 dicembre 2013.
- presenza di strutture, impianti, infrastrutture, siti e aree in prossimità dell'area di intervento che necessitano di particolari condizioni di tutela o salvaguardia;
- **paesistico-ambientale:** questa parte dovrà specificare e dettagliare le scelte progettuali assunte in relazione alle condizioni ambientali del contesto di riferimento. Verranno esaminate le principali componenti di impatto generate dal nuovo punto di vendita sotto il profilo ambientale e paesistico, nonché le condizioni di compatibilità delle emissioni indicate dalla legislazione di settore con specifico riferimento agli impatti:
 - atmosferico
 - acustico
 - suolo e sottosuolo
 - acque superficiali e sotterranee
 - luminoso
 - paesistico.

Nell'esame paesistico del progetto andranno in particolare considerati: il rispetto degli elementi architettonici caratteristici, sotto il profilo tipologico, materico e cromatico, l'interramento dei parcheggi, la messa a dimora di alberature e di altre essenze con effetto di barriera al traffico ed al rumore e come schermo visivo, la realizzazione di opere di arredo urbano, il contenimento dell'impatto luminoso e visivo delle insegne e della cartellonistica.

All'interno di questa sezione andrà adeguatamente sviluppato un capitolo relativo alle prestazioni complessive dell'edificio in progetto, in relazione agli aspetti energetici (classe energetica dell'edificio, efficienza e risparmio energetico, uso di fonti rinnovabili, ...) e di utilizzo di materiali eco-compatibili.

Il Rapporto di Impatto costituisce documento per l'esame e la valutazione della proposta di insediamento di nuove medie strutture di vendita, da parte dell'Amministrazione Comunale, al fine di determinare:

- integrazioni/modifiche della proposta di intervento, finalizzate a migliorare l'inserimento della nuova attività all'interno del contesto urbano di riferimento;
- definire le compensazioni necessarie a garantire la sostenibilità complessiva dell'intervento. Tali compensazioni dovranno interessare l'area di intervento, l'intorno urbano di riferimento e il quartiere entro cui la struttura si andrà a collocare. Gli interventi di compensazione potranno riguardare aspetti di carattere urbanistico, ambientale-paesistico, infrastrutturale e viabilistico, oppure costituire opportunità per incrementare la dotazione di servizi e di strutture di interesse pubblico.

La definizione delle opere di compensazione e mitigazione avverrà all'interno delle procedure delineate nei paragrafi successivi e l'onere della loro realizzazione sarà a totale carico dei soggetti attuatori degli interventi.

8.4. Prescrizioni particolari per l'Asse del Sempione e la Direttrice per Cassano Magnago

Un'attenzione particolare viene riservata agli interventi che verranno proposti lungo l'Asse del Sempione (Zona D2) e la direttrice per Cassano Magnago (Zona D3) per l'insediamento di strutture commerciali di medie dimensioni.

Le proposte di intervento dovranno raggiungere obiettivi di riqualificazione e rinnovo urbanistico ed ambientale degli assi viabilistici coinvolti e prestare attenzione ai seguenti aspetti:

- inserimento architettonico e paesaggistico del nuovo edificio e/o dell'edificio recuperato, riutilizzato o rinnovato rispetto al contesto circostante;
- privilegiare l'arretramento degli edifici in progetto, al fine di evitare fronti chiusi e continui in prossimità dei bordi stradali;
- creazione di continuità nei percorsi ciclabili e pedonali che si dovranno sviluppare in parallelo ai tracciati viari e dovranno garantire le necessarie connessioni con il tessuto urbano circostante;
- presenza adeguata di elementi verdi, quali essenze arboree, siepi e arbusti, quali elementi in grado di caratterizzare i bordi stradali e di mitigare l'impatto dell'insediamento;
- riduzione/razionalizzazione degli accessi veicolari;
- qualità progettuale e realizzativa delle aree a parcheggio, anche attraverso la ricerca di soluzioni che prevedano una loro localizzazione all'interno della struttura (spazi interrati e/o in copertura);
- attenzione alle caratteristiche degli elementi di arredo urbano, in modo particolare per quanto riguarda le insegne e i messaggi pubblicitari.

Anche per questi ambiti territoriali, per l'insediamento di medie strutture di vendita (MSV1, MSV2 e MSV3), dovrà essere dimostrata la sostenibilità complessiva dell'intervento, mediante l'elaborazione di un **Rapporto di Impatto** finalizzato alla valutazione integrata degli impatti, al fine di definire la sostenibilità dell'intervento.

Il Rapporto di Impatto dovrà essere predisposto a cura dei soggetti proponenti, con i contenuti definiti nel paragrafo 7.3.

Le opere di compensazione e di mitigazione riguarderanno prioritariamente interventi di riqualificazione urbanistica ed ambientale delle aree collocate lungo l'Asse del Sempione e la direttrice per Cassano Magnago, o i quartieri all'interno dei quali si collocheranno le strutture commerciali.

L'onere della realizzazione delle opere di compensazione e mitigazione sarà a totale carico dei soggetti attuatori degli interventi.

8.5. Criteri per l'insediamento di medie strutture negli ambiti strategici di trasformazione, di rigenerazione e di riorganizzazione urbana

All'interno del processo di riqualificazione e rigenerazione della città, il PGT vigente assegna un ruolo fondamentale agli ambiti urbanistici interessati da interventi di pianificazione attuativa, all'interno dei quali è prevista la presenza della funzione commerciale, quale funzione compatibile e di servizio ai residenti, con la possibilità di insediare negozi di vicinato.

Pertanto, all'interno delle Aree di Trasformazione –Tr, delle Aree di Trasformazione per la Riqualificazione Urbana – ATRU, delle Aree di rigenerazione urbana e degli Ambiti di riorganizzazione della città esistente, è sempre possibile insediare attività commerciali con superficie di vendita massima di 250 mq (EV).

Nelle Aree di Trasformazione per la Riqualificazione Urbana – ATRU, aree inserite all'interno del tessuto urbano, sono ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV), ovvero è previsto l'insediamento di attività commerciali con funzione di servizio ai residenti.

In relazione agli ambiti di intervento sopra richiamati, considerando la collocazione rispetto al sistema urbano ed alla rete infrastrutturale, la dimensione delle aree e con riferimento alle indicazioni già contenute nel vigente PGT, è possibile individuare le seguenti opportunità per l'insediamento di medie strutture di vendita:

- Aree di trasformazione:
 - **Ambito 1 – Spina verde:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV1), ovvero possibilità di insediamento di attività commerciali con funzione di servizio ai residenti (“format urbani” con la presenza di attività commerciali e di servizio);
 - **Ambito 2 –Asse Borsano-Busto:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV1), ovvero possibilità di insediamento di attività commerciali con funzione di servizio ai residenti (“format urbani” con la presenza di attività commerciali e di servizio);
 - **Ambito 3 – Stazione FNM:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 2.500 mq (MSV1, MSV2 e MSV3);
 - **Ambito 4 – Parco Nord Borsano:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV1), ovvero possibilità di insediamento di attività commerciali con funzione di servizio ai residenti (“format urbani” con la presenza di attività commerciali e di servizio);

- **Ambito 5 – Stazione FS:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 1.000 mq (MSV1 e MSV2);
- **Ambito 6 – Parco Busto Nord:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 500 mq (MSV1) e ammesse), solo all'interno dell'ambito TR6f, medie strutture con superficie di vendita fino a 2.500 mq (MSV1, MSV2 e MSV3).
- Ambiti di riorganizzazione della città esistente (art. 23 delle norme del Piano delle regole):
 - **Ambito 2 - Ex-Calzaturificio Borri:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 2.500 mq (MSV1, MSV2, MSV3);
 - **Ambito 4 – Area industriale di Borsano:** ammesse medie strutture con superficie di vendita fino a 1.500 mq.

Per l'insediamento di medie strutture di vendita all'interno di questi ambiti dovrà essere dimostrata la sostenibilità complessiva dell'intervento, mediante l'elaborazione di un **Rapporto di Impatto** finalizzato alla valutazione integrata degli impatti. Il Rapporto di Impatto dovrà essere predisposto a cura dei soggetti proponenti, con i contenuti definiti nel paragrafo 8.3

L'esame e la valutazione del Rapporto di Impatto da parte dell'Amministrazione Comunale determinerà la quantità e la qualità delle opere di compensazione a carico del soggetto proponente, definite all'interno della procedura di negoziazione di cui all'art. 11 delle norme del Documento di Piano del PGT.

L'onere della realizzazione delle opere di compensazione e mitigazione sarà a totale carico dei soggetti attuatori degli interventi.

8.6. Dotazioni di aree per servizi ed attrezzature pubbliche e dotazione di parcheggi pertinenziali privati

L'individuazione delle dotazioni di cui ai successivi paragrafi è formulata con riferimento alle norme e ai regolamenti regionali in materia di dotazione di standard urbanistici indispensabili per l'attuazione, la funzionalità e la fruibilità delle strutture commerciali programmate ed esistenti e per la loro corretta integrazione urbana, oltre che alle Norme del Piano di Governo del Territorio, opportunamente specificate e integrate in relazione alla casistica riscontrabile nel procedimento di attivazione delle medie strutture di vendita. In particolare viene specificata l'applicazione delle norme del PGT in tutti i casi di attivazione di medie strutture di vendita che interessano immobili esistenti.

Le specificazioni sono formulate sul presupposto di limitare il consumo di suolo, incentivando e agevolando il riutilizzo e la riqualificazione degli immobili siti nel tessuto consolidato e nelle aree dismesse, fatto sempre salvo il rispetto dei criteri regionali in merito alle dotazioni di aree a servizi e attrezzature pubbliche.

8.6.1 Aree per servizi ed attrezzature pubbliche

L'attivazione di medie strutture di vendita all'interno del territorio di Busto Arsizio⁶⁰, comporta l'obbligo di garantire la seguente quantità minima di aree per servizi e attrezzature pubbliche:

- medie strutture di vendita fino a 500 mq di superficie di vendita (MSV1):
100% della SIp in progetto;
- medie strutture di vendita da 501 a 1.000 mq di superficie di vendita (MSV2):
100% della SIp in progetto;
- medie strutture di vendita da 1.001 a 2.500 mq di superficie di vendita (MSV3):
150% della SIp in progetto.
- medie strutture di vendita in parco commerciale⁶¹:
 - 100% della SIp totale in progetto fino a 1.000 mq di superficie di vendita complessiva di tutti gli esercizi commerciali ricadenti all'interno del parco⁶²;
 - 150% della SIp totale in progetto da 1.001 a 2.500 mq di superficie di vendita complessiva di tutti gli esercizi ricadenti all'interno del parco

La prescrizione si applica in tutti i casi di attivazione di medie strutture di vendita, sia a fronte di nuove costruzioni che nel caso dell'utilizzo di immobili esistenti, a prescindere dalla tipologia degli interventi edilizi necessari al fine di rendere gli immobili adatti all'attivazione stessa.

La dimostrazione del soddisfacimento della dotazione di aree per attrezzature e servizi pubblici deve essere assicurata anche nei casi in cui l'attivazione avvenga in immobili esistenti con destinazione terziario commerciale e gli interventi edilizi previsti siano solo di tipo manutentivo o addirittura non necessari, nonché nei casi di cambio d'uso senza opere di cui all'art.51 comma 3 della L.R. n.12/2005 e s.m.i...

Nei casi in cui siano interessati immobili esistenti, la verifica della dotazione terrà conto delle superfici per servizi già cedute al Comune e/o della monetizzazione eventualmente corrisposta nel corso del procedimento di realizzazione degli immobili stessi. Qualora il quantitativo di aree a servizi e attrezzature pubbliche risultasse già interamente garantito (aree già cedute o monetizzate), nella misura prevista dal presente articolo, non sarà necessaria alcuna ulteriore cessione.

All'interno della suddetta dotazione, la quantità minima di aree a parcheggio pubblico da garantire è la seguente:

- medie strutture di vendita fino a 500 mq di superficie di vendita (MSV1):
60% del 100% della SIp in progetto;
- medie strutture di vendita da 501 a 1.000 mq di superficie di vendita (MSV2):
60% del 100% della SIp in progetto;
- medie strutture di vendita da 1.001 a 2.500 mq di superficie di vendita (MSV3):
70% del 150% della SIp in progetto.

Valgono inoltre le seguenti specificazioni apportate dal P.G.T. alle disposizioni sopra riportate:

- all'interno delle Zone A – Nuclei di antica formazione, la dotazione di aree a servizi e attrezzature pubbliche è ridotta al 75% della SIp in progetto;

⁶⁰ art. 69 delle Norme del Piano delle Regole

⁶¹ art.64 comma 11 delle Norme del Piano delle Regole e D.G.R. n. X/1193 del 20.12.2013

⁶² art. 64 comma 11 delle Norme del Piano delle Regole

- in caso di dimostrata impossibilità a reperire in loco la quantità di aree a parcheggio pubblico, è facoltà dell'Amministrazione Comunale consentire eccezionalmente la monetizzazione di tale standard, in misura non superiore al 50% della complessiva dotazione di aree per servizi ed attrezzature pubbliche prescritta, da definirsi in sede di convenzione o di atto unilaterale d'obbligo;
- negli ambiti prevalentemente residenziali (Zone B) e nelle aree produttive di matrice storica (Zona C2) in cui è consentito l'insediamento di medie strutture di vendita della tipologia MSV1 e MSV2, per comprovate necessità possono essere utilizzate a parcheggio pubblico anche aree non contigue alle superfici commerciali, purché siano a distanza non superiore a 150 metri di percorso pedonale;
- nel caso di attivazione di medie strutture che interessino immobili esistenti, laddove sia impossibile garantire lo standard previsto, si prevede la possibilità di negoziare con l'Amministrazione Comunale la monetizzazione totale della dotazione di aree per servizi ed attrezzature pubbliche, oppure, per la quota massima del 50% della monetizzazione, la possibilità di concordare con il Comune la realizzazione di opere e/o interventi di interesse pubblico. Tali risorse e/o interventi dovranno comunque essere finalizzati a migliorare la dotazione di servizi e di infrastrutture di interesse pubblico a servizio del quartiere all'interno del quale l'intervento si realizza.

8.6.2 Dotazione di parcheggi pertinenziali privati

Qualora l'attivazione di una media struttura di vendita comporti la realizzazione degli interventi edilizi previsti dal comma 4 dell'art. 10 del Piano delle Regole⁶³, la dotazione di parcheggi pertinenziali dovrà essere verificata e garantita secondo quanto riportato dal medesimo articolo, schematizzato nella tabella che segue⁶⁴.

Tipologia di struttura	Tipologia di utilizzatori	
	Utenti/Visitatori	Addetti
Media struttura di vendita – fino a 500 mq di SdV (MSV1)	4 posti auto ogni 100 mq di Slp	1 posto auto ogni 150 mq di Slp
Media struttura di vendita – da 501 a 1.000 mq di SdV (MSV2)	5 posti auto ogni 100 mq di Slp	1 posto auto ogni 150 mq di Slp
Media struttura di vendita – da 1.001 a fino a 2.500 mq di SdV (MSV3)	5 posti auto ogni 100 mq di Slp	1 posto auto ogni 150 mq di Slp

Nel caso di attivazione di una media struttura di vendita presso immobili esistenti, qualora detta attivazione non comporti la realizzazione di interventi edilizi di cui al comma 4 dell'art. 10 delle Norme del Piano delle Regole, la verifica dei parcheggi pertinenziali privati ai sensi del citato articolo è sostituita dalla dimostrazione che la dotazione complessiva delle aree a parcheggio pubblico e privato a servizio della struttura commerciale da attivare sia almeno pari al 50% della dotazione di aree a servizi ed attrezzature pubbliche prescritta al precedente punto 8.6.1..

La dimostrazione dovrà riportare, anche con opportuna evidenziazione grafica, l'indicazione delle aree a parcheggio di pertinenza dell'immobile esistente, come risultanti dai titoli edilizi agli atti del Comune relativi alla costruzione interessata.

⁶³ Interventi di nuova costruzione, di demolizione e ricostruzione, di cambio di destinazione d'uso con opere.

⁶⁴ Estratto della Tabella art. 10 delle Norme del Piano delle Regole.

La superficie a parcheggio pubblico, ottenuta per differenza tra la dimostrata dotazione complessiva di parcheggi pubblici e privati garantita in loco e la superficie a parcheggio privato pertinenziale risultante dai titoli edilizi, deve essere ceduta al Comune o assoggettata a servitù d'uso pubblico⁶⁵.

E' comunque facoltà dell'Amministrazione Comunale, in relazione alle caratteristiche delle aree, dell'intorno e della localizzazione, accettare o meno la cessione/asservimento di cui sopra.

Le aree a parcheggio pubblico da cedere al Comune o da assoggettare a servitù devono possedere una estensione che ne giustifichi la caratteristica di aree pubbliche, conformazione tale da garantire l'ingresso/uscita su pubblica via, risultare prive di soluzione di continuità e catastalmente individuabili.

Qualora non risulti possibile individuare la superficie a parcheggio privato in riferimento ai titoli edilizi l'operatore individuerà la stessa in funzione delle esigenze della struttura commerciale da attivare; la superficie a parcheggio pubblico sarà ottenuta per differenza come sopra indicato.

La quota di aree per servizi e attrezzature pubbliche non garantita nel lotto di intervento, sino a raggiungere la dotazione complessiva di cui al punto 8.6.1, dovrà essere monetizzata.⁶⁶

Nel caso di attivazione di una media struttura di vendita presso immobili esistenti nei nuclei di antica formazione (zona A1, A2 e A3) qualora detta attivazione non comporti la realizzazione di interventi edilizi di cui al comma 4 dell'art. 10 delle Norme del Piano delle Regole, la verifica dei parcheggi pertinenziali non è richiesta.

Le disposizioni dei precedenti paragrafi, riguardanti i parcheggi pertinenziali di medie strutture di vendita da attivare in immobili esistenti, non sono applicabili nel caso di interventi proposti nelle Zone produttive-commerciali lungo l'asse del Sempione (D2) e nelle Zone produttive di via Cassano Magnago (D3) per i quali è richiesta la dotazione di parcheggi di pertinenza prevista dall'art. 10 delle Norme del Piano delle regole; ciò in coerenza con gli obiettivi e i criteri riportati al precedente paragrafo 8.4..

8.7. Indicazioni generali di carattere procedurale

Il procedimento di autorizzazione all'attivazione di una media struttura di vendita (nuova o a seguito di variazione di un esercizio commerciale esistente) precede o è contestuale all'eventuale procedimento di carattere urbanistico/edilizio.

Gli uffici coinvolti all'interno dell'Amministrazione Comunale nella procedura di autorizzazione all'apertura, ampliamento, trasferimento, concentrazione e accorpamento di medie strutture di vendita, risultano i seguenti:

- SUAP – Sportello Unico per le Attività Produttive, di cui al DPR n° 447/98 e successive modifiche, verifica i requisiti morali e professionali del richiedente, si attiva per la richiesta di pareri a soggetti esterni all'Amministrazione Comunale (ad esempio Comuni limitrofi) e rilascia l'atto finale;

⁶⁵ art.12 comma 3 delle Norme del Piano dei servizi.

⁶⁶ Secondo quanto previsto dalla norme del PGT e dalla L.R. n. 12/2005 e s.m.i.

- SUE – Sportello Unico per l'Edilizia, di cui all'art. 32 della L.R. n° 12/2005 e successive modifiche e integrazioni, verifica la destinazione d'uso dei locali e il rispetto delle normative di carattere igienico-sanitario ed edilizio;
- Servizio Urbanistica, verifica la compatibilità urbanistica con il vigente PGT e il rispetto dei criteri di cui al presente regolamento.

L'attivazione di una media struttura di vendita è subordinata all'approvazione di uno strumento urbanistico attuativo⁶⁷.

La procedura di pianificazione attuativa è finalizzata a:

- garantire la dotazione di aree a servizi e attrezzature pubbliche (cessione di aree e/o asservimenti all'uso pubblico, monetizzazione);
- prevedere eventuali cessioni di aree necessarie per la realizzazione di opere di urbanizzazione primaria;
- programmare la realizzazione delle opere di compensazione/mitigazione e di urbanizzazione necessarie ad assicurare la sostenibilità complessiva dell'insediamento commerciale;
- stipulare eventuali altri accordi secondo i criteri e le modalità di insediamento previsti dal vigente PGT

In relazione alle caratteristiche e alla complessità di ciascun insediamento, purché gli elementi sopra descritti risultino adeguatamente assicurati, è possibile operare semplificazioni procedurali facendo ricorso al permesso di costruire convenzionato o all'atto d'obbligo.

Nei casi in cui i contenuti del prescritto atto di pianificazione risultassero limitati alla mera corresponsione di importi economici (monetizzazioni e/o contributi urbanizzativi) è possibile prevedere il versamento degli stessi contestualmente al rilascio del permesso di costruire.

Qualora l'immobile destinato ad ospitare l'insediamento risulti adeguato dal punto di vista della destinazione d'uso, dei parcheggi privati pertinenziali, della dotazione di aree a servizi e attrezzature pubbliche e delle urbanizzazioni correlate, il procedimento di pianificazione attuativa non è necessario ed è possibile avvalersi, per l'esecuzione di eventuali opere edilizie, del Permesso di costruire o di Denuncia di Inizio Attività.

Qualora l'intervento edilizio per l'attivazione di una media struttura di vendita necessiti di preventivo piano attuativo (in base a disposizioni delle Norme del Documento di Piano e/o del Piano delle regole formulate con riferimento a specifiche situazioni e/o ambiti territoriali), contestualmente alla formale presentazione del piano deve essere trasmessa al Comune tutta la documentazione indicata ai precedenti paragrafi della presente elaborazione, prevista a corredo dell'istanza di autorizzazione commerciale.

L'esame della documentazione prodotta avverrà contestualmente e in correlazione con la valutazione del piano attuativo. In merito alla stessa si esprimeranno gli Uffici SUAP – Sportello Unico per le Attività Produttive, SUE – Sportello Unico per l'Edilizia, Urbanistica e Pianificazione attuativa, ciascuno secondo le proprie competenze.

L'autorizzazione commerciale verrà richiesta e rilasciata successivamente alla definitiva approvazione dello strumento urbanistico attuativo, prima del rilascio del titolo edilizio o contestualmente al rilascio dello stesso.

⁶⁷ Art.67 comma 2 delle Norme del Piano delle Regole.

Nei casi in cui è possibile superare il procedimento di pianificazione attuativa e avvalersi del procedimento di permesso di costruire per la realizzazione di opere edilizie necessarie all'attivazione di una media struttura di vendita, l'istanza per il rilascio del titolo abilitativo edilizio dovrà essere presentata contestualmente all'istanza per il rilascio dell'autorizzazione commerciale, pena la non ammissibilità dell'istanza stessa. In ogni caso, la conclusione del procedimento edilizio non potrà mai precedere la determinazione in merito all'istanza di autorizzazione commerciale.

Nei casi in cui è possibile superare il procedimento di pianificazione attuativa e avvalersi del procedimento di denuncia di inizio attività - DIA la stessa dovrà essere presentata contestualmente all'istanza per il rilascio di autorizzazione commerciale, pena la non ammissibilità dell'istanza. In ogni caso l'efficacia della DIA rimarrà sospesa fino alla determinazione in merito all'istanza di autorizzazione commerciale.

Sono previste le seguenti fattispecie di autorizzazioni per l'attivazione di medie strutture di vendita, formulate con riferimento alle definizioni dei più recenti disposti regionali⁶⁸:

8.7.1 Autorizzazioni per l'apertura di medie strutture

L'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita potrà essere rilasciata subordinatamente al rispetto dei criteri e delle modalità enunciati nella presente elaborazione e a condizione che:

- la categoria della media struttura di vendita da aprire sia ammessa nella zona di PGT in cui la stessa ricade;
- venga garantita, per la Superficie lorda di pavimento (Slp) prevista, la dotazione delle aree per servizi e attrezzature pubbliche nella misura stabilita dal precedente paragrafo 8.6.1 per la categoria di media struttura da attivare;
- venga dimostrata la dotazione delle aree a parcheggio pubblico e privato a servizio della nuova attività commerciale secondo le prescrizioni del precedente punto 8.6.2.;

In relazione a quanto specificato dalla presente elaborazione, la richiesta di apertura dovrà essere corredata da apposita Relazione di Progetto o da Rapporto di impatto, redatti secondo le indicazioni riportate ai paragrafi 8.2 – 8.3 – 8.4 – 8.5 con riferimento ai vari ambiti territoriali individuati dal PGT.

8.7.2 Autorizzazioni per l'ampliamento della superficie di vendita⁶⁹.

L'autorizzazione all'ampliamento della superficie di vendita di un esercizio esistente potrà essere rilasciata subordinatamente al rispetto dei criteri e delle modalità enunciati nella presente elaborazione e a condizione che:

- la superficie di vendita complessiva non superi 2.500 mq;
- la categoria di media struttura di vendita, alla quale si perviene in conseguenza dell'ampliamento, sia ammessa nella zona di PGT in cui ricade la struttura ampliata;
- non siano interessate dall'ampliamento aree destinate a standard urbanistici;
- non sia diminuita la dotazione esistente di parcheggi di pertinenza;

⁶⁸ D.g.r. n. 10/1193 del 20.12.2013 – Allegato A – art. 2 comma 1.

⁶⁹ Oltre ai presenti criteri sono riferimento i seguenti articoli delle norme del Piano delle Regole: art. 67, art. 68, art. 69 e art. 70.

- venga garantita, per la Superficie lorda di pavimento (Slp) in ampliamento, la dotazione delle aree per servizi e attrezzature pubbliche nella misura prevista dal precedente paragrafo 8.6.1 per la categoria di media struttura alla quale si perviene;
- la dotazione aggiuntiva di parcheggi pubblici, derivante dall'ampliamento e pertanto calcolata in rapporto alla Slp di ampliamento, sia reperita in loco o in aree finitime nella misura minima del 50% di quella dovuta, con possibilità di monetizzazione della restante parte;
- si dimostri che la dotazione complessiva delle aree a parcheggio pubblico e privato a servizio della struttura commerciale ampliata sia almeno pari al 50% della dotazione di aree a servizi ed attrezzature pubbliche prescritta al precedente punto 8.6.1. per le strutture della medesima dimensione.

E' superata, in conseguenza dell'approvazione dei presenti criteri, la prescrizione transitoria prevista all'art. 70 comma 4.

In relazione a quanto specificato dalla presente elaborazione, la richiesta di ampliamento dovrà essere corredata da apposita Relazione di Progetto da redigere secondo le indicazioni del paragrafo 8.2.

8.7.3 Autorizzazioni per l'accorpamento della superficie di vendita⁷⁰

L'autorizzazione all'accorpamento di medie strutture esistenti con altre medie strutture, o con esercizi di vicinato, potrà essere rilasciata nel rispetto dei criteri enunciati nella presente elaborazione e a condizione che:

- la superficie di vendita complessiva non superi 2.500 mq;
- la categoria di media struttura di vendita, alla quale si perviene in conseguenza dell'accorpamento, sia ammessa nella zona di PGT in cui ricadono le strutture accorpate;
- non siano interessate dall'accorpamento aree destinate a standard urbanistici;
- non sia diminuita la dotazione esistente di parcheggi di pertinenza;
- venga garantita, per la Superficie lorda di pavimento (Slp) della struttura risultante dall'accorpamento eccedente quella degli esercizi esistenti accorpati, la dotazione delle aree per servizi e attrezzature pubbliche nella misura prevista dal precedente paragrafo 8.6.1 per la categoria di media struttura alla quale si perviene;
- l'eventuale maggiore superficie a parcheggi pubblici da garantire in conseguenza dell'incremento della superficie di vendita, venga reperita in loco o in aree finitime, nella misura minima del 50% di quella dovuta, con possibilità di monetizzazione della restante parte;
- si dimostri che la dotazione complessiva delle aree a parcheggio pubblico e privato a servizio della struttura commerciale alla quale si perviene a seguito dell'accorpamento sia almeno pari al 50% della dotazione di aree a servizi ed attrezzature pubbliche prescritta al precedente punto 8.6.1. per le strutture della medesima dimensione.

Il rilascio dell'autorizzazione all'accorpamento comporta la revoca delle autorizzazioni accorpate, che diverrà operativa al momento dell'attivazione dell'esercizio risultante dall'accorpamento stesso.

⁷⁰ Oltre ai presenti criteri sono riferimento i seguenti articoli delle norme del Piano delle Regole: art. 67, art. 68 e art. 69.

In relazione a quanto specificato dalla presente elaborazione la richiesta di ampliamento dovrà essere corredata da apposita Relazione di Progetto da redigere secondo le indicazioni del paragrafo 8.2..

8.7.4 Autorizzazioni per la concentrazione della superficie di vendita⁷¹.

La concentrazione di diverse medie strutture di vendita e/o con esercizi di vicinato potrà essere autorizzata nel rispetto dei presenti criteri e a condizione che:

- la superficie di vendita complessiva non superi 2.500 mq;
- la categoria di media struttura di vendita, alla quale si perviene in conseguenza della concentrazione, sia ammessa nella zona di PGT di nuova localizzazione della struttura;
- venga garantita, per la Superficie lorda di pavimento (Slp) della struttura risultante dalla concentrazione, la dotazione delle aree per servizi e attrezzature pubbliche nella misura prevista dal precedente paragrafo 8.6.1 per la categoria di media struttura alla quale si perviene;
- si dimostri che la dotazione complessiva delle aree a parcheggio pubblico e privato a servizio della struttura commerciale alla quale si perviene a seguito della concentrazione sia almeno pari al 50% della dotazione di aree a servizi ed attrezzature pubbliche prescritta al precedente punto 8.6.1. per le strutture della medesima dimensione.

L'eventuale superficie di vendita eccedente la superficie di vendita massima consentita nella zona di PGT in cui ricade la nuova struttura non può essere riutilizzata.

Il rilascio dell'autorizzazione alla concentrazione comporta la revoca delle autorizzazioni concentrate, che diverrà operativa al momento dell'attivazione dell'esercizio risultante dalla concentrazione stessa.

In relazione a quanto specificato dalla presente elaborazione la richiesta di concentrazione dovrà essere corredata da apposita Relazione di Progetto da redigere secondo le indicazioni del paragrafo 8.2.

8.7.5 Riduzioni o frazionamenti della superficie di vendita.

La riduzione della superficie di vendita di una media struttura attiva, ad eccezione dei casi in cui si ottenga una superficie di vendita inferiore a 250 mq, può essere liberamente effettuata previa semplice comunicazione al Comune a condizione che:

- rimanga inalterata la dotazione di aree a servizi e per attrezzature pubbliche e di aree a parcheggio di pertinenza della struttura; dotazione che potrà essere ridotta solo nel caso risulti superiore a quella prevista dai paragrafi 8.6.1 e 8.6.2.

La riduzione della superficie di vendita al di sotto di 250 mq comporta la rinuncia all'autorizzazione e la presentazione ex novo di una SCIA/richiesta di attivazione dell'esercizio di vicinato.

⁷¹ Oltre ai presenti criteri sono riferimento i seguenti articoli delle norme del Piano delle Regole: art. 69.

Il frazionamento di una struttura di vendita attiva che dia luogo ad ulteriori distinte medie strutture di vendita potrà essere effettuato a condizione che:

- la superficie di vendita complessiva delle strutture derivanti dal frazionamento non superi quella della struttura di vendita originaria;
- la categoria di ciascuna delle medie struttura di vendita derivanti dal frazionamento, sia ammessa nella zona di PGT di localizzazione delle strutture;
- risulti garantita, per la struttura di vendita oggetto di frazionamento, la dotazione delle aree per servizi e attrezzature pubbliche nella misura del 100% della SIp; in caso contrario è necessario provvedere ad integrare la dotazione sino al raggiungimento della misura prevista dal precedente paragrafo 8.6.1 per la categoria delle medie struttura alle quali si perviene⁷²;
- venga dimostrata la dotazione delle aree a parcheggio pubblico e privato a servizio del nuovo assetto commerciale secondo le prescrizioni del precedente punto 8.6.2.

Il frazionamento comporta la revoca dell'autorizzazione originaria e il rilascio di nuove autorizzazioni per le unità commerciali derivanti dallo stesso.

In relazione a quanto specificato dalla presente elaborazione la richiesta di concentrazione dovrà essere corredata da apposita Relazione di Progetto da redigere secondo le indicazioni del paragrafo 8.2.

8.7.6 Trasferimenti

Le tipologie di trasferimento previste sono le seguenti:

Trasferimento temporaneo

In caso di forza maggiore (sfratti esecutivi, vetustà degli immobili, anti-igienicità dei locali, lavori di trasformazione regolarmente autorizzati e simili) il SUAP può consentire il trasferimento temporaneo di una media struttura di vendita, anche in deroga alle disposizioni di cui alla presente elaborazione, purché in locali già esistenti a condizione che:

- l'immobile interessato abbia destinazione d'uso terziario commerciale
- la categoria della media struttura di vendita da aprire sia ammessa nella zona di PGT in cui la stessa ricade;

La richiesta di trasferimento dovrà contenere le prove documentate della reale esistenza di "cause di forza maggiore" o di "altri gravi motivi". La durata del trasferimento temporaneo dovrà essere indicata nel provvedimento autorizzativo e non dovrà protrarsi, in linea generale, per più di sei mesi oltre il tempo necessario alla rimozione dei gravi motivi che hanno determinato il trasferimento stesso.

Trasferimento definitivo⁷³

Deve intendersi come trasferimento di sede dell'attività di vendita relativa a tutti i settori merceologici autorizzati.

⁷² Nel caso in cui le caratteristiche del nuovo assetto planivolumetrico siano quelle del parco commerciale la dotazione deve essere prevista nella misura prescritta per detta fattispecie.

⁷³ Oltre ai presenti criteri sono riferimento i seguenti articoli delle norme del Piano delle Regole: art. 67, art. 69 e art. 70.

Il trasferimento di medie strutture di vendita insediate ed attive alla data di adozione del PGT è sempre possibile, a condizione che:

- la categoria di media struttura oggetto del trasferimento sia ammessa nella zona di PGT di nuova localizzazione;
- il nuovo immobile abbia destinazione terziario commerciale o possa acquisire detta destinazione attraverso l'attivazione delle procedure edilizie previste ai sensi di legge;
- sia garantita la dotazione di aree a servizi e attrezzature pubbliche così come prescritto al precedente punto 8.6.1
- sia dimostrata la dotazione di posti auto pertinenziali così come prescritto al precedente punto 8.6.2.

In relazione a quanto specificato dalla presente elaborazione, la richiesta di apertura dovrà essere corredata da apposita Relazione di Progetto o da Rapporto di impatto, redatti secondo le indicazioni riportate ai paragrafi 8.2 – 8.3 – 8.4 – 8.5 con riferimento all'ambito territoriali individuati dal PGT.

8.8. Ruolo dell'Amministrazione Comunale

In materia di commercio, l'Amministrazione Comunale, a seguito dell'approvazione dei seguenti criteri, intende raggiungere i seguenti obiettivi:

- attuare progetti e interventi previsti all'interno del Distretto urbano del Commercio, in accordo con le associazioni di categoria;
- aggiornare, integrare e perfezionare il data-base relativo al sistema commerciale della città;
- disporre di dati ed informazioni derivanti dai rapporti di impatto, al fine di valutare l'effetto "cumulativo" generato dall'insediamento di nuove attività commerciali di medie dimensioni con superficie di vendita superiore a 1.000 mq e, in particolare, per quelle che si insedieranno lungo l'asse del Sempione e la direttrice per Cassano Magnago;
- monitorare ex-post le domande di insediamento di medie strutture di vendita accolte, al fine di verificare l'efficacia delle misure, delle azioni e delle opere previste nelle procedure di negoziazione e negli accordi stipulati con i soggetti attuatori.

E' prevista una fase di attuazione sperimentale dei criteri della durata di 2 anni, al termine della quale formulare valutazioni e considerazioni in merito ai risultati ottenuti.

Durante la fase di valutazione dell'attuazione dei criteri, l'Amministrazione Comunale definirà adeguate modalità per il coinvolgimento delle associazioni di categoria presenti sul territorio.

Questa fase, potrà anche essere utile per aggiornare, integrare e completare il data-base georeferenziato, allegato al presente documento e che potrà costituire utile elemento a supporto del percorso di esame e valutazione delle istanze da parte degli uffici comunali.

ALLEGATO 1. LA RETE DISTRIBUTIVA COMMERCIALE DI LIVELLO SOVRALocale.
QUADRO RIASSUNTIVO DELLE DINAMICHE IN ATTO NEL PERIODO 2003/2011

TAB. 1.1. - GRANDI STRUTTURE DI VENDITA. DINAMICHE NEL PERIODO 2003-2011

Ambito territoriale di riferimento	N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			N° PdV	Superficie di Vendita - SdV		
		Alim.	Non Alim.	Totale		Alim.	Non Alim.	Totale		Alim.	Non Alim.	Totale		Alim.	Non Alim.	Totale
	Anno 2003				Anno 2006				Anno 2009				Anno 2011			
Busto Arsizio	3	2320	12230	14550	3	2320	12230	14550	3	2320	12230	14550	3	2320	12230	14550
Ambito 1	16	27598	57596	85194	15	32198	57596	89794	22	46704	81791	128495	21	46704	78071	124775
Ambito 2	11	14030	62514	76544	12	15462	65384	80846	13	18462	68133	86595	11	17245	64741	81986
Ambito 1 + Ambito 2	27	41628	120110	161738	27	47660	122980	170640	35	65166	149924	215090	32	63949	142812	206761
Variazioni in valori assoluti																
	2006-2003				2009-2006				2011-2009				2011-2003			
Busto Arsizio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ambito 1	-1	4600	0	4600	7	14506	24195	38701	-1	0	-3720	-3720	5	19106	20475	39581
Ambito 2	1	1432	2870	4302	1	3000	2749	5749	-2	-1217	-3392	-4609	0	3215	2227	5442
Ambito 1 + Ambito 2	0	6032	2870	8902	8	17506	26944	44450	-3	-1217	-7112	-8329	5	22321	22702	45023
Variazioni in valori percentuali																
	2006-2003				2009-2006				2011-2009				2011-2003			
Busto Arsizio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ambito 1	-6,25	16,67	0,00	5,40	46,67	45,05	42,01	43,10	-4,55	0,00	-4,55	-2,90	31,25	69,23	35,55	46,46
Ambito 2	9,09	10,21	4,59	5,62	8,33	19,40	4,20	7,11	-15,38	-6,59	-4,98	-5,32	0,00	22,92	3,56	7,11
Ambito 1 + Ambito 2	0,00	14,49	2,39	5,50	29,63	36,73	21,91	26,05	-8,57	-1,87	-4,74	-3,87	18,52	53,62	18,90	27,84

Fonte: Ns. elaborazioni dati Osservatorio Regionale Commercio - 2003, 2006, 2009 e 2011

TAB. 1.2. - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA. DINAMICHE NEL PERIODO 2003-2011

Ambito territoriale di riferimento	N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			N° PdV	Superficie di Vendita - SdV		
		Alim.	Non Alim.	Totale		Alim.	Non Alim.	Totale		Alim.	Non Alim.	Totale		Alim.	Non Alim.	Totale
	Anno 2003				Anno 2006				Anno 2009				Anno 2011			
Busto Arsizio	32	7931	14869	22800	34	11216	15941	27157	33	10943	13473	24416	32	10428	13473	23901
Ambito 1	174	31471	104728	136199	175	33893	112735	146628	212	35937	144504	180441	207	33637	145873	179510
Ambito 2	168	25497	69067	94564	184	28102	84388	112490	202	35374	100176	135550	205	39638	105802	145440
Ambito 1 + Ambito 2	342	56968	173795	230763	359	61995	197123	259118	414	71311	244680	315991	412	73275	251675	324950
Variazioni in valori assoluti																
	2006-2003				2009-2006				2011-2009				2011-2003			
Busto Arsizio	2	3285	1072	4357	-1	-273	-2468	-2741	-1	-515	0	-515	0	2497	-1396	1101
Ambito 1	1	2422	8007	10429	37	2044	31769	33813	-5	-2300	1369	-931	33	2166	41145	43311
Ambito 2	16	2605	15321	17926	18	7272	15788	23060	3	4264	5626	9890	37	14141	36735	50876
Ambito 1 + Ambito 2	17	5027	23328	28355	55	9316	47557	56873	-2	1964	-244680	-64316	70	16307	77880	94187
Variazioni in valori percentuali																
	2006-2003				2009-2006				2011-2009				2011-2003			
Busto Arsizio	6,25	41,42	7,21	19,11	-2,94	-2,43	-15,48	-10,09	-3,03	-4,71	0,00	-44,82	0,00	31,48	-9,39	4,83
Ambito 1	0,57	7,70	7,65	7,66	21,14	6,03	28,18	23,06	-2,36	-6,40	0,95	-19,16	18,97	6,88	39,29	31,80
Ambito 2	9,52	10,22	22,18	18,96	9,78	25,88	18,71	20,50	1,49	12,05	5,62	-21,95	22,02	55,46	53,19	53,80
Ambito 1 + Ambito 2	4,97	8,82	13,42	12,29	15,32	15,03	24,13	21,95	-0,48	2,75	2,86	-20,35	20,47	28,62	44,81	40,82

Fonte: Ns. elaborazioni dati Osservatorio Regionale Commercio - 2003, 2006, 2009 e 2011

TAB. 1.3. - NEGOZI DI VICINATO. DINAMICHE NEL PERIODO 2003-2011

Ambito territoriale di riferimento	N° PdV	Superficie di Vendita - SdV				N° PdV	Superficie di Vendita - SdV				N° PdV	Superficie di Vendita - SdV				N° PdV	Superficie di Vendita - SdV			
		Alim.	Non Alim.	Misti	Totale		Alim.	Non Alim.	Misti	Totale		Alim.	Non Alim.	Misti	Totale		Alim.	Non Alim.	Misti	Totale
	Anno 2003					Anno 2006					Anno 2009					Anno 2011				
Busto Arsizio	1062	7665	65305	5007	77977	1035	7896	64170	4746	76812	1072	7676	65121	5531	78328	1136	8911	66017	5391	80319
Ambito 1	2519	14467	127630	13563	155660	2401	19156	130452	15045	164653	2545	16485	139994	16718	173197	2589	17056	138951	17856	173863
Ambito 2	2275	21806	92601	13915	128322	2246	21769	94840	10264	126873	2300	21692	101074	10133	132899	2288	21577	98345	10497	130419
Ambito 1 + Ambito 2	4794	36273	220231	27478	283982	4647	40925	225292	25309	291526	4845	38177	241068	26851	306096	4877	38633	237296	28353	304282
Variazioni in valori assoluti																				
	2006-2003					2009-2006					2011-2009					2011-2003				
Busto Arsizio	-27	231	-1135	-261	-1165	37	-220	951	785	1516	64	1235	896	-140	1991	74	1246	712	384	2342
Ambito 1	-118	4689	2822	1482	8993	144	-2671	9542	1673	8544	44	571	-1043	1138	666	70	2589	11321	4293	18203
Ambito 2	-29	-37	2239	-3651	-1449	54	-77	6234	-131	6026	-12	-115	-2729	364	-2480	13	-229	5744	-3418	2097
Ambito 1 + Ambito 2	-147	4652	5061	-2169	7544	198	-2748	15776	1542	14570	32	456	-3772	1502	-1814	83	2360	17065	875	20300
Variazioni in valori percentuali																				
	2006-2003					2009-2006					2011-2009					2011-2003				
Busto Arsizio	-2,54	3,01	-1,74	-5,21	-1,49	3,57	-2,79	1,48	16,54	1,97	5,97	16,09	1,38	-2,53	2,54	6,97	16,26	1,09	7,67	3,00
Ambito 1	-4,68	32,41	2,21	10,93	5,78	6,00	-13,94	7,31	11,12	5,19	1,73	3,46	-0,75	6,81	0,38	2,78	17,90	8,87	31,65	11,69
Ambito 2	-1,27	-0,17	2,42	-26,24	-1,13	2,40	-0,35	6,57	-1,28	4,75	-0,52	-0,53	-2,70	3,59	-1,87	0,57	-1,05	6,20	-24,56	1,63
Ambito 1 + Ambito 2	-3,07	12,82	2,30	-7,89	2,66	4,26	-6,71	7,00	6,09	5,00	0,66	1,19	-1,56	5,59	-0,59	1,73	6,51	7,75	3,18	7,15

Fonte: *Ns. elaborazioni dati Osservatorio Regionale Commercio - 2003, 2006, 2009 e 2011*

**ALLEGATO 2. LA RETE DISTRIBUTIVA COMMERCIALE DEL CONTESTO
DI LIVELLO SOVRALocale AL 30 GIUGNO 2011**

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

COMUNE DI BUSTO ARSIZIO

N.	Prov.	COMUNE	C.C.	TITOLARE	INDIRIZZO	Settore merc. non alim.	Sup. alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
1	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	CITY GARMENTS	Via Fagnano Olona	A	0,00	8.000,00	8.000,00
2	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	LE TORRI/ STORE HOUSE LOMBARDO SRL	Ss 33 Sempione	C	0,00	3.300,00	3.300,00
3	VA	BUSTO ARSIZIO	SI	CENTRO COMMERCIALE TICINO	Via Delle Allodole	-	2.320,00	930,00	3.250,00
TOTALE COMUNE BUSTO ARSIZIO							2.320,00	12.230,00	14.550,00

AREA 1

N.	Prov.	COMUNE	C.C.	TITOLARE	INDIRIZZO	Settore merc. non alim.	Sup. alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
4	VA	CASTELLANZA	NO	BILLA A.G.	Via Diaz 7	-	4.695,00	2.012,00	6.707,00
5	VA	CASTELLANZA	SI	ESSELUNGA SPA	Viale Borri Angolo Viale Piemonte	-	2.974,00	1.453,00	4.427,00
6	VA	GALLARATE	NO	MEDIAMARKET SPA	Viale Milano 99	B	0,00	3.130,00	3.130,00
7	VA	GALLARATE	NO	SSC.SRL	Via Lario, 37	A	2.815,00	1.185,00	4.000,00
8	VA	GALLARATE	NO	SSC.SRL	Viale Milano 163	A	4.981,00	3.098,00	8.079,00
9	VA	GALLARATE	SI	CONDOMINIO CENTRO COMMERCIALE LAGHI	Via Varese, 22	-	1.060,00	2.759,00	3.819,00
10	VA	GALLARATE	SI	EXTRAMARKET SPA	Via Lario, 37	-	3.090,00	2.431,00	5.521,00
11	VA	GALLARATE	SI	IMMOBILIARE NUOVA VENEGONI SRL	Via Venegoni Angolo Viale Lombardia	-	1.285,00	5.010,00	6.295,00
12	VA	GALLARATE	SI	S.S.C. SRL	Viale Milano, 163	-	4.981,00	3.321,00	8.302,00
13	MI	LEGNANO	NO	BENNET SPA	Corso Italia, 25	-	1.300,00	1.300,00	2.600,00
14	MI	LEGNANO	NO	BRICO BUSINESS COOPERATION SRL	Ss Saronnese, 26	D	0,00	5.700,00	5.700,00
15	MI	LEGNANO	NO	ESSELUNGA SPA	Galleria Cantoni 2/4	-	2.238,00	2.015,00	4.253,00
16	MI	LEGNANO	NO	GRAN CASA SPA	Via Jucker, 1/3	C	0,00	9.250,00	9.250,00
17	MI	LEGNANO	NO	GRAN CASA SPA	Via Jucker, 2	C	0,00	6.750,00	6.750,00
18	MI	LEGNANO	NO	IPER MONTEBELLO SPA	Area Sabotino-Podgora-Liguria E Parma	-	5.800,00	8.500,00	14.300,00
19	VA	OLGIATE OLONA	NO	CORTI SRL	Via Della Repubblica, 5	A	0,00	3.425,00	3.425,00
20	VA	OLGIATE OLONA	NO	ESSELUNGA SPA	Via Fagnano, 10	-	2.985,00	1.390,00	4.375,00
21	VA	SOLBIATE OLONA	NO	FACIB DI CORTESI & C SPA	Via Per Fagnano, 11	A	0,00	1.800,00	1.800,00
22	VA	SOLBIATE OLONA	SI	IPER MONTEBELLO SPA	Via Per Busto Arsizio 11	-	5.000,00	6.682,00	11.682,00
23	MI	VANZAGHELLO	NO	SUPER CENTRO CALZATURE	Corso Italia 20	A	0,00	2.360,00	2.360,00
24	MI	VANZAGHELLO	SI	BENNET	Corso Italia 27	-	3.500,00	4.500,00	8.000,00
TOTALE AREA 1							46.704,00	78.071,00	124.775,00

AREA 2

N.	Prov.	COMUNE	C.C.	TITOLARE	INDIRIZZO	Settore merc. non alim.	Sup. alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
25	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	F.LLI RIGOLIO SNC	Via Garibaldi, 4	C	0,00	3.320,00	3.320,00
26	MI	CASTANO PRIMO	SI	RIALTO SRL	Via Adua Ang. S.P.34	-	2.900,00	5.970,00	8.870,00
27	VA	LONATE POZZOLO	SI	BENNET SPA	Via Busto Arsizio	-	3.000,00	2.749,00	5.749,00
28	MI	NERVIANO	NO	DELLAVEDOVA ARREDAMENTI SPA	Via Milano 50	C	0,00	2.975,00	2.975,00
29	MI	NERVIANO	NO	GMN GRANDI MAGAZZINI NERVIANO	Via Canova, 4/6	D	0,00	8.900,00	8.900,00
30	MI	NERVIANO	SI	AUCHAN SPA	Ss 33 Sempione	-	2.600,00	6.700,00	9.300,00
31	MI	RESCALDINA	SI	AUCHAN SPA	Via Togliatti, 4	-	6.785,00	16.415,00	23.200,00
32	VA	SOMMA LOMBARDO	SI	IL GIGANTE S.P.A	Via Soragna, 1	-	1.960,00	7.533,00	9.493,00
33	VA	VERGIATE	NO	BALCONI GROUP SRL	Via Sempione, 51	C	0,00	1.728,00	1.728,00
34	VA	VERGIATE	NO	CONFORAMA ITALIA SPA	Via Sempione, 63	A	0,00	3.061,00	3.061,00
35	VA	VERGIATE	NO	CONFORAMA ITALIA SPA	Via Sempione, 64	C	0,00	5.390,00	5.390,00
TOTALE AREA 2							17.245,00	64.741,00	81.986,00

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA BUSTO ARSIZIO

Superficie di vendita < a 500 mq.

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
1	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Adige, 3/A	D	0	260	260
2	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	V.Le Pirandello,23	D	0	280	280
3	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Magenta,76	-	0	300	300
4	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Ss. Sempione N. 182	-	312	0	312
5	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Gemoni Ang. C. So Sempione	C	0	350	350
6	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Concordia N. 1/A	-	350	0	350
7	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	P.Za Manzoni,18	B	0	350	350
8	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via G.Biancardi,9	D	0	350	350
9	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Roma,16	A	0	363	363
10	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	V.Le Boccaccio, 30	A	0	412	412
11	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Torino, 46	D	0	430	430
12	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Varese,53	-	450	0	450
13	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Espinasse,27	-	300	160	460
14	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	C. So Sempione,164	C	0	480	480
TOTALE < 500 Mq						1.412	3.735	5.147

Superficie di vendita > 500 mq < 1.500 mq

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
15	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Viale Boccaccio N. 38	-	275	250	525
16	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	V.Le Lombardia,45	-	430	100	530
17	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Rossini N. 26	-	0	579	579
18	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Rossini,26	-	490	100	590
19	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	V.Le Boccaccio, 30	-	510	90	600
20	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Delle Allodole,1	A	0	600	600
21	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Milano Ang. Via Bossi	-	516	129	645
22	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Magenta,28	-	250	515	765
23	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Dell'Acqua,11	A	0	800	800
24	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Milazzo N. 30/E	-	685	150	835
25	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Viale D. D'Aosta, 19	-	870	100	970
26	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	V.Le Trentino,6	-	670	330	1.000
27	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	C. So Italia,26	A	0	1.340	1.340
28	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Magenta,45	-	1.230	270	1.500
29	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Tolmezzo N. 4	-	0	1.500	1.500
TOTALE > 500 Mq < 1.500 MQ						5.926	6.853	12.779

Superficie di vendita > 1.500 mq

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
30	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	V.Le Repubblica,26	-	1.190	510	1.700
31	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Delle Allodole	-	1.900	0	1.900
32	VA	BUSTO ARSIZIO	NO	Via Milano, Ang. Via Bossi	-	0	2.375	2.375
TOTALE > 500 Mq < 1.500 MQ						3.090	2.885	5.975
TOTALE						10.428	13.473	23.901

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AREA 1

Superficie di vendita < a 500 mq.

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
1	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Bonicalza, 172	-	0	270	270
2	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via De Gasperi, 37	-	0	275	275
3	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via De Gasperi, 9	-	0	290	290
4	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Marconi, 92-94	-	0	300	300
5	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Mazzini, 5	-	0	300	300
6	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Verdi, 33	-	0	343	343
7	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Bonicalza, 53	-	0	350	350
8	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Garibaldi, 95	A	0	400	400
9	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Mazzini/Via Iv Novembr	-	338	79	417
10	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Roma, 9	C	0	422	422
11	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Bonicalza, 142	-	0	446	446
12	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via S. Pio X, 19	-	0	450	450
13	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Mazzel, 56	-	0	500	500
14	VA	CASTELLANZA	NO	Viale Borri 24	A	0	255	255
15	VA	CASTELLANZA	NO	Via Saronno 14	D	0	255	255
16	VA	CASTELLANZA	NO	Viale G. Borri, 26	C	5	280	285
17	VA	CASTELLANZA	NO	Viale Don Minzoni, 29	D	0	300	300
18	VA	CASTELLANZA	NO	Via Saronnese 14	C	0	310	310
19	VA	CASTELLANZA	NO	Corso Matteotti 2/H	A	0	362	362
20	VA	CASTELLANZA	NO	Via Saronno, 24	D	0	500	500
21	MI	DAIRAGO	NO	Piazza Burgaria , 15	-	160	50	210
22	MI	DAIRAGO	NO	Via Togliatti 4	-	0	227	227
23	MI	DAIRAGO	NO	Via Verdi ,1	-	206	100	306
24	VA	GALLARATE	NO	Via Michelangelo Buonarroti, 17/B	-	0	258	258
25	VA	GALLARATE	NO	Via Ferrario, 8	D	0	258	258
26	VA	GALLARATE	NO	C.So Sempione, 127	D	0	268	268
27	VA	GALLARATE	NO	Via Buonarroti, 2	D	0	279	279
28	VA	GALLARATE	NO	Via Querce	D	0	280	280
29	VA	GALLARATE	NO	Via Michelangelo Buonarroti, 16	-	287	0	287
30	VA	GALLARATE	NO	Via Cavour, 6	A	0	292	292
31	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 60	D	0	294	294
32	VA	GALLARATE	NO	Via Cappuccini, 50	-	0	300	300
33	VA	GALLARATE	NO	Via Milano, 2	B	0	350	350
34	VA	GALLARATE	NO	Via Manzoni, 16	A	0	357	357
35	VA	GALLARATE	NO	Via Sanzio, 16	-	312	78	390
36	VA	GALLARATE	NO	Via Pradisera, 26	D	360	35	395
37	VA	GALLARATE	NO	Via Manzoni, 1	D	0	395	395
38	VA	GALLARATE	NO	Viale Dei Tigli, 28	A	300	100	400
39	VA	GALLARATE	NO	Via Don Reina, 4	D	215	195	410
40	VA	GALLARATE	NO	Via Torino, 12	-	429	0	429
41	VA	GALLARATE	NO	Via Carlo Porta, 6	D	0	433	433
42	VA	GALLARATE	NO	Via Magenta/Buonarroti	A	0	439	439
43	VA	GALLARATE	NO	Via Francesco Baracca, 21	D	349	121	470
44	VA	GALLARATE	NO	P.Za Liberta	D	0	493	493
45	MI	LEGNANO	NO	Via Hiroshima, 28	C	0	270	270
46	MI	LEGNANO	NO	Piazza San Magno, 2	C	0	300	300
47	MI	LEGNANO	NO	Via Vespucci, 64	-	0	300	300
48	MI	LEGNANO	NO	Viale Cadorna, 48	-	283	20	303
49	MI	LEGNANO	NO	Corso Sempione, 174	D	0	316	316
50	MI	LEGNANO	NO	Via Per Busto Arsizio, 20	C	0	340	340
51	MI	LEGNANO	NO	P.Zza Del Popolo 13	-	350	0	350
52	MI	LEGNANO	NO	Viale Toselli, 25	D	0	360	360
53	MI	LEGNANO	NO	Via Volta, 12	C	0	382	382
54	MI	LEGNANO	NO	Via Sabotino, 54	D	0	400	400
55	MI	LEGNANO	NO	Via M. Del Grappa, 66	D	0	400	400
56	MI	LEGNANO	NO	Via Agosti, 17/19	C	0	432	432
57	MI	LEGNANO	NO	Via Genova, 103	-	450	0	450
58	MI	LEGNANO	NO	Via Giolitti, 14	D	0	470	470
59	MI	LEGNANO	NO	Via Xxv Aprile, 9	-	0	498	498
60	MI	MAGNAGO	NO	Via Manciatelli	C	0	160	160
61	MI	MAGNAGO	NO	Via Cristoforo Colombo 3	-	117	60	177
62	MI	MAGNAGO	NO	Via Porta	D	0	179	179
63	MI	MAGNAGO	NO	Via F. Filzi	D	0	198	198
64	MI	MAGNAGO	NO	Via Buscate 23	-	200	0	200
65	MI	MAGNAGO	NO	Via Calvi 11	D	0	239	239
66	MI	MAGNAGO	NO	Via Tommaso, 1	-	180	120	300
67	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via San Francesco, 4/6	D	0	268	268
68	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Piave, 51	-	300	50	350
69	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via San Giorgio Snc	D	0	400	400
70	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Degli Alpini, 14	C	0	500	500
71	VA	OLGIATE OLONA	NO	Corso Sempione, 80	D	0	500	500
72	VA	SAMARATE	NO	Viale Europa N. 66/A	C	0	254	254
73	VA	SAMARATE	NO	Via Adua N. 16	C	0	300	300
74	VA	SAMARATE	NO	Via G. Pascoli N. 150	C	0	385	385
75	VA	SAMARATE	NO	Via Acquedotto N. 60/62	D	270	130	400
76	VA	SOLBIATE OLONA	NO	Via Risorgimento, 2	D	0	171	171
77	VA	SOLBIATE OLONA	NO	Viale Vittorio Veneto, 14	D	200	81	281
78	VA	SOLBIATE OLONA	NO	Via Per Fagnano Olona, 4	C	0	316	316
79	MI	VANZAGHELLO	NO	C.So Italia 4	-	177	0	177
80	MI	VANZAGHELLO	NO	C.So Italia 20	D	0	215	215
81	MI	VANZAGHELLO	NO	P.Za S. Ambrogio 22	-	317	79	396

TOTALE < 500 Mq	5.805	21.382	27.187
-----------------	-------	--------	--------

Superficie di vendita > 500 mq < 1.500 mq

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
82	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via De Gasperi, 20/22	-	0	507	507
83	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Vecchia Villa, 17	A	0	549	549
84	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via De Gasperi, 26	-	380	210	590
85	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via De Gasperi, 42	C	0	600	600
86	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Bonicalza Ang. Via Petr	-	520	395	915
87	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Gasparoli, 97	A	0	1.170	1.170
88	VA	CASTELLANZA	NO	Via Don Minzoni 65	D	0	600	600
89	VA	CASTELLANZA	NO	Via Lombardia, 75	C	0	1.000	1.000
90	VA	CASTELLANZA	NO	Viale G. Borri 31	A	0	1.230	1.230
91	VA	CASTELLANZA	NO	Viale G. Borri, 31	A	0	1.390	1.390
92	VA	CASTELLANZA	NO	Viale G. Borri, 31	A	0	1.499	1.499
93	MI	DAIRAGO	NO	Via Leopardi 2/B	-	13	506	519
94	VA	FAGNANO OLONA	NO	Via F.Li Ferrari, 6m	A	0	530	530
95	VA	FAGNANO OLONA	NO	Piazza A. Di Dio, 22	-	490	84	574
96	VA	FAGNANO OLONA	NO	Via Per Busto, S.N.C.	A	0	700	700
97	VA	GALLARATE	SI	Via Ferrario, 24	-	0	509	509
98	VA	GALLARATE	NO	Via Madonna In Campagna, 10	A	0	519	519
99	VA	GALLARATE	NO	Via Prampolini, 21	D	0	600	600
100	VA	GALLARATE	NO	Via Mantova, 1	A	0	600	600
101	VA	GALLARATE	NO	Via Pegoraro, 26	A	0	600	600
102	VA	GALLARATE	NO	Via Magenta, 29	D	0	603	603
103	VA	GALLARATE	NO	Buonarroti, 17	A	0	625	625
104	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 135	A	0	660	660
105	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 75	D	600	128	728
106	VA	GALLARATE	NO	Via Vespucci, 5	A	500	250	750
107	VA	GALLARATE	NO	Via 2 Giugno 1946, 6	B	0	757	757
108	VA	GALLARATE	NO	Via Pietro Da Gallarate, 7	A	372	398	770
109	VA	GALLARATE	NO	Via Monsignor Macchi, 40	B	0	780	780
110	VA	GALLARATE	NO	Via Madonna In Campagna, 10	-	800	0	800
111	VA	GALLARATE	NO	Piazzale Europa, 2	D	675	125	800
112	VA	GALLARATE	NO	Via Palestro, 31	D	508	303	811
113	VA	GALLARATE	NO	Via Filii. Bandiera 10	A	0	884	884
114	VA	GALLARATE	NO	Via Restelli, 3	D	718	180	898
115	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 163	A	0	950	950
116	VA	GALLARATE	NO	Via Carlo Cattaneo, 16	C	0	973	973
117	VA	GALLARATE	NO	Via Parini, 8	-	600	380	980
118	VA	GALLARATE	NO	Via Ambrosoli, 14	D	0	980	980
119	VA	GALLARATE	NO	Via Gramsci	-	790	198	988
120	VA	GALLARATE	NO	Ristori 17	A	0	997	997
121	VA	GALLARATE	NO	Via Sanzio, 2	-	0	1.003	1.003
122	VA	GALLARATE	NO	Viale Vittorio Veneto, 8	A	0	1.050	1.050
123	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano 175	B	0	1.198	1.198
124	VA	GALLARATE	NO	Strada Tognasca, 1	A	0	1.350	1.350
125	VA	GALLARATE	NO	Via Ambrosoli, 5	C	0	1.450	1.450
126	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano 165	A	0	1.480	1.480
127	MI	LEGNANO	NO	Ss Saronnese, 46	C	0	516	516
128	MI	LEGNANO	NO	Via Novara Ang. Via Firenze	-	525	35	560
129	MI	LEGNANO	NO	Via Dandolo, 37	C	0	562	562
130	MI	LEGNANO	NO	Via Dei Rododendri, 1	-	294	269	563
131	MI	LEGNANO	NO	C.So Sempione, 214	C	0	570	570
132	MI	LEGNANO	NO	V.Le Toselli, 56	-	479	120	599
133	MI	LEGNANO	NO	Via Girardi, 19	-	420	179	599
134	MI	LEGNANO	NO	Via Per Castellanza, 15	-	480	120	600
135	MI	LEGNANO	NO	Ss Saronnese, 44	-	540	60	600
136	MI	LEGNANO	NO	Via B. Melzi, 101	-	600	0	600
137	MI	LEGNANO	NO	Via Per Canegrate, 14	-	550	150	700
138	MI	LEGNANO	NO	Via Per Villa Cortese, 90	-	600	126	726
139	MI	LEGNANO	NO	Viale Cadorna, 36/38	-	680	70	750
140	MI	LEGNANO	NO	Via Xx Settembre, 14/D/E	-	0	871	871
141	MI	LEGNANO	NO	V. Xxix Maggio, 25	-	750	250	1.000
142	MI	LEGNANO	NO	Via Sardegna, 82 Ang. Via Liguria	-	767	330	1.097
143	MI	LEGNANO	NO	Via Sabotino, 265	C	0	1.100	1.100
144	MI	LEGNANO	NO	Via Tasso, 3	D	0	1.100	1.100
145	MI	LEGNANO	NO	Via Sabotino 96 Ang. Via Carducci	-	650	470	1.120
146	MI	LEGNANO	NO	Via Sabotino, 273	A	0	1.124	1.124
147	MI	LEGNANO	SI	Piazza Ezio Morelli, 2/8	-	11	1.144	1.155
148	MI	LEGNANO	NO	Via Sabotino, 251	C	0	1.200	1.200
149	MI	LEGNANO	NO	V.Le Toselli, 46	D	0	1.213	1.213
150	MI	LEGNANO	NO	Viale Toselli, 56	-	897	384	1.281
151	MI	LEGNANO	NO	Via Corridoni, 4	C	0	1.300	1.300
152	MI	LEGNANO	NO	Ss Saronnese, 36/38	A	0	1.338	1.338
153	MI	LEGNANO	NO	Via Per Busto Arsizio, 19	D	0	1.387	1.387
154	MI	LEGNANO	NO	Via Pionieri Dell'Aria	-	1.008	432	1.440
155	MI	LEGNANO	NO	Via Per Busto Arsizio, 9/11	D	0	1.490	1.490
156	MI	LEGNANO	NO	Via Amicizia, 58	-	0	1.500	1.500
157	MI	LEGNANO	NO	Via Novara, 66	-	0	1.500	1.500
158	MI	MAGNAGO	NO	Via Marconi 93/95	-	823	353	1.176
159	MI	MAGNAGO	NO	Via Vigorelli 5	D	0	1.300	1.300
160	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Diaz 124	A	0	509	509

161	VA	OLGIATE OLONA	SI	Via Sempione Angolo Via Gramsci	-	455	336	791
162	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Fagnano, 36	D	0	980	980
163	VA	OLGIATE OLONA	NO	Corso Sempione, 68	-	600	395	995
164	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Fagnano 6	D	0	1.108	1.108
165	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Santa Chiara 46	A	0	1.250	1.250
166	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Fagnano, 52	D	0	1.250	1.250
167	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Unita' D'Italia, 91	C	0	1.492	1.492
168	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Santa Chiara Snc	A	0	1.500	1.500
169	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Santa Chiara Snc	A	0	1.500	1.500
170	VA	SAMARATE	NO	Via G. Marconi N. 12	C	0	568	568
171	VA	SAMARATE	NO	Via Torino N. 45	C	0	576	576
172	VA	SAMARATE	NO	Via Verdi 7	D	480	120	600
173	VA	SAMARATE	NO	Via Locarno N. 7	D	370	293	663
174	VA	SAMARATE	NO	Via N. Locarno, 4	D	0	1.106	1.106
175	VA	SOLBIATE OLONA	NO	Via Per Fagnano Olona, 4	C	0	1.000	1.000
176	MI	VANZAGHELLO	NO	C. So Italia 14	-	647	0	647
177	MI	VANZAGHELLO	NO	Via Dei Tigli	-	0	924	924
178	MI	VANZAGHELLO	NO	C. So Italia 8	C	0	1.079	1.079
179	MI	VANZAGHELLO	NO	Via Dei Carpi	-	0	1.330	1.330
180	MI	VANZAGHELLO	NO	Via Delle Querce	-	0	1.330	1.330
181	MI	VANZAGHELLO	NO	C. So Italia 10	C	0	1.480	1.480
TOTALE > 500 Mq < 1.500 MQ						19.592	74.189	93.781

Superficie di vendita > 1.500 mq

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
182	VA	CASSANO MAGNAGO	NO	Via Marconi N. 96	-	1.200	784	1.984
183	VA	CASTELLANZA	NO	Viale Borri, 17	-	1.211	519	1.730
184	VA	CASTELLANZA	NO	Via Del Buon Gesu', 10	-	1.300	484	1.784
185	VA	CASTELLANZA	NO	Viale G. Borri, 29	D	0	2.451	2.451
186	VA	CASTELLANZA	NO	Viale G. Borri, 28	A	0	2.490	2.490
187	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 153	D	0	1.889	1.889
188	VA	GALLARATE	NO	Via Carlo Noe' 33	-	0	2.100	2.100
189	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 153	A	0	2.120	2.120
190	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 165	A	0	2.292	2.292
191	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano, 175	A	0	2.292	2.292
192	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano 135	A	0	2.495	2.495
193	VA	GALLARATE	NO	Via Pegoraro/Macchi	-	1.850	650	2.500
194	VA	GALLARATE	NO	Viale Milano	D	0	2.500	2.500
195	MI	LEGNANO	NO	Via Sabotino, 271	B	0	1.791	1.791
196	MI	LEGNANO	NO	Via Robino, 129/131	-	0	1.963	1.963
197	MI	LEGNANO	NO	Via Jucker, 2/4	D	0	2.150	2.150
198	MI	LEGNANO	SI	Via Sabotino, 128	-	100	2.300	2.400
199	MI	LEGNANO	NO	Ss Saronnese, 145	D	0	2.466	2.466
200	MI	LEGNANO	SI	Via Per Canegrate, 18	-	0	2.492	2.492
201	MI	LEGNANO	NO	Via Novara 31 Ang. Sabotino	-	1.899	600	2.499
202	VA	OLGIATE OLONA	SI	Via San Maurizio Snc	-	600	1.066	1.666
203	VA	OLGIATE OLONA	SI	Via San Giorgio Snc	-	60	2.430	2.490
204	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via San Giorgio Snc	D	0	2.499	2.499
205	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via San Giorgio Snc	D	20	2.479	2.499
206	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Santa Chiara Snc	B	0	2.500	2.500
207	VA	OLGIATE OLONA	NO	Via Fagnano, 52	D	0	2.500	2.500
TOTALE > 1.500 MQ						8.240	50.302	58.542
TOTALE AREA 1						33.637	145.873	179.510

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AREA 2

Superficie di vendita < a 500 mq.

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
1	MI	ARCONATE	NO	Viale Del Lavoro N°58	-	0	160	160
2	MI	ARCONATE	NO	Corso America N°7	C	0	193	193
3	MI	ARCONATE	NO	Via Cavour	-	332	83	415
4	VA	ARSAGO SEPRIO	NO	Via Dante 19	-	274	10	284
5	VA	BESNATE	NO	Via Puccini, 34	D	0	193	193
6	VA	BESNATE	NO	Via Marconi, 23	C	0	360	360
7	VA	BESNATE	NO	Via Bernini, 1	-	229	170	399
8	MI	BUSCATE	NO	P.Za S. Mauro 8/12	D	0	170	170
9	MI	BUSCATE	NO	Vicolo Rossini 8	-	0	190	190
10	MI	BUSCATE	NO	Via Madonna Del Carmine 22	-	100	100	200
11	MI	BUSCATE	NO	Via Manzoni 89	D	0	250	250
12	MI	BUSCATE	NO	Via Manin 2	A	0	250	250
13	MI	BUSCATE	NO	Viale Europa 3/5	D	0	400	400
14	MI	BUSSERO	NO	Via Xxv Aprile N. 5	-	150	20	170
15	MI	BUSSERO	NO	Via Leopardi N. 2	D	0	249	249
16	MI	BUSSERO	NO	Via Europa, 20	-	305	90	395
17	MI	BUSTO GAROLFO	NO	V. Iv Novembre, 13	D	0	308	308
18	MI	BUSTO GAROLFO	NO	Via A. Di Dio, 73	A	0	479	479
19	VA	CAIRATE	NO	Via Monte Rosa,65	C	0	350	350
20	MI	CANEGRATE	NO	Via V. Della Libertà', 12	-	238	20	258
21	MI	CANEGRATE	NO	Via Firenze, 11	-	326	0	326
22	MI	CANEGRATE	NO	Via Arno,4	-	0	430	430
23	MI	CANEGRATE	NO	V. Garibaldi, 2	-	370	100	470
24	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Via Del Novaj 1	-	341	0	341
25	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Via Garibaldi 13	C	0	350	350
26	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Viale Europa 54	D	0	397	397
27	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Via Monterosso 53	-	367	40	407
28	VA	CARNAGO	NO	Via Verdi, 4	D	0	178	178
29	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Lonate, 28	-	234	58	292
30	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Montessori, 10	-	314	6	320
31	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Per Buscate, 7	D	0	330	330
32	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Per Turbigo	D	0	445	445
33	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Per Buscate, 14	C	0	500	500
34	VA	CAVARIA CON PREMEZZO	NO	Via Moncucco 123	D	0	200	200
35	VA	CAVARIA CON PREMEZZO	NO	Via Xxiv Maggio 93	-	10	198	208
36	VA	CAVARIA CON PREMEZZO	NO	Via Cantalupa 154	C	0	280	280
37	MI	CERRO MAGGIORE	NO	Via San Bartolomeo 10	-	190	75	265
38	MI	CERRO MAGGIORE	NO	Via Dante 29	-	200	240	440
39	VA	FERNO	NO	Aeroporto Malpensa 2000 - Terminal 1	-	150	10	160
40	VA	FERNO	NO	Via Trieste, 82	D	0	188	188
41	VA	FERNO	NO	Aeroporto Malpensa	-	0	270	270
42	VA	FERNO	NO	Aeroporto Malpensa	-	62	221	283
43	VA	FERNO	NO	Aeroporto Malpensa	-	0	336	336
44	VA	FERNO	NO	Via Oberdan, 134	C	0	340	340
45	VA	FERNO	NO	Via Garibaldi, 15	-	240	150	390
46	VA	FERNO	NO	Via Falcone, 12	C	0	460	460
47	VA	GOLASECCA	NO	Via Berlinguer 4	-	0	225	225
48	VA	GORLA MAGGIORE	NO	Via Giorgetti 23	-	0	191	191
49	VA	GORLA MAGGIORE	NO	Via Mazzini, 30/26	-	345	35	380
50	VA	GORLA MAGGIORE	NO	Viale Europa 65	-	0	440	440
51	VA	JERAGO CON ORAGO	NO	Via Varesina	D	292	0	292
52	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Busto Arsizio, 116	D	0	295	295
53	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Montello, 4	C	0	324	324
54	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via V. Veneto, 102	D	0	327	327
55	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Giovanni Xxiii°, 53	A	0	340	340
56	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Leonardo Da Vinci, 63	-	300	100	400
57	VA	MARNATE	NO	Via Diaz 376	-	134	20	154
58	VA	MARNATE	NO	Via Garibaldi 17	C	0	220	220
59	MI	NERVIANO	NO	Via Diaz Ang L. Da Vinci 11	-	265	60	325
60	MI	NERVIANO	NO	Via Xx Settembre 51	-	360	0	360
61	MI	NERVIANO	NO	S.S. 33 Sempione 16	C	0	361	361
62	MI	NERVIANO	NO	Via Nuova Circonvallazione	D	0	380	380
63	MI	NERVIANO	NO	Via Milano 13	-	300	80	380
64	MI	NERVIANO	NO	Via Meda 5	D	0	470	470
65	VA	OGGIONA CON SANTO STEFANO	NO	Via Volta 47	-	266	181	447
66	MI	PARABIAGO	NO	Via Galilei, 13	-	264	66	330
67	MI	PARABIAGO	NO	Via Xi Febbraio, 6a	-	255	87	342
68	MI	PARABIAGO	NO	Via Spagliardi, 16	-	340	40	380
69	MI	PARABIAGO	NO	Via Leopardi, 15	-	310	77	387
70	MI	PARABIAGO	NO	Via Matteotti, 30	-	300	98	398
71	MI	RESCALDINA	NO	Via Zerbi, 33	A	0	340	340
72	MI	RESCALDINA	NO	Via Legnano, 24	A	0	399	399
73	MI	RESCALDINA	NO	Via G. Matteotti, 143	C	0	500	500
74	MI	ROBECCHETTO CON INDUNO	NO	Via Magenta , 23	D	0	155	155
75	MI	ROBECCHETTO CON INDUNO	NO	Via Arese, 60	-	184	46	230
76	MI	ROBECCHETTO CON INDUNO	NO	Via Arese, 91	D	0	240	240
77	MI	SAN GIORGIO SU LEGNANO	NO	Via Garibaldi, 29	-	294	6	300
78	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 138/B	-	291	0	291
79	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Goito, 20	D	0	320	320
80	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 138/C	-	370	10	380
81	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Giovane Italia, 14	-	300	101	401
82	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Pastrengo, 2/A	-	348	120	468
83	MI	TURBIGO	NO	Via Dei Patrioti, 29	A	0	196	196

84	MI	TURBIGO	NO	Via 25 Aprile, 26	C	0	283	283
85	MI	TURBIGO	NO	Via Belvedere, 7	C	0	293	293
86	MI	TURBIGO	NO	Via Conte Nobile, 9	-	200	100	300
87	MI	TURBIGO	NO	Via Nosate, 4	D	0	395	395
88	MI	TURBIGO	NO	Via A.Diaz, 1	-	330	120	450
89	MI	TURBIGO	NO	Via Bainsizza, 5	-	320	160	480
90	VA	VERGIATE	NO	Via Delle Betulle, 2	D	0	154	154
91	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 38/40	-	0	185	185
92	VA	VERGIATE	NO	Via Cuirone, 16	D	0	200	200
93	VA	VERGIATE	NO	Via Don E. Locatelli, 8/10	C	0	200	200
94	VA	VERGIATE	NO	Via Golasecca, 41	C	0	200	200
95	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 42	D	0	200	200
96	VA	VERGIATE	NO	Via Di Vittorio, 2	D	0	200	200
97	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 18	D	0	250	250
98	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 45	D	0	262	262
99	VA	VERGIATE	NO	Via Pasquee, 13	A	0	280	280
100	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 54	D	0	292	292
101	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 39	C	0	346	346
102	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 102/A	C	0	390	390
103	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 56	D	0	396	396
104	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 107	-	0	400	400
105	MI	VILLA CORTESE	NO	Via Pacinotti N.50	C	0	163	163
106	MI	VILLA CORTESE	NO	Via Del Nosedo N.1	D	0	193	193
107	MI	VILLA CORTESE	NO	Circonvallazione N. 51	-	364	0	364
TOTALE < 500 Mq						11.164	22.359	33.523

Superficie di vendita > 500 mq < 1.500 mq

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
108	MI	ARCONATE	NO	Corso America 104	D	0	1.500	1.500
109	MI	ARLUNO	NO	Via Della Filanda 2/4	-	400	200	600
110	MI	ARLUNO	NO	Galleria Del Broletto 5/7	A	0	1.233	1.233
111	VA	ARSAGO SEPRIO	NO	Via Sempione, 28	A	0	670	670
112	VA	ARSAGO SEPRIO	NO	Via Sempione, 26	-	515	175	690
113	VA	BESNATE	NO	Via Tomasetto,2	A	0	858	858
114	MI	BUSCATE	NO	Viale Europa 36/38	D	0	537	537
115	MI	BUSCATE	NO	Via Colombo 9	C	0	570	570
116	MI	BUSCATE	NO	Via Marconi 49	C	0	1.312	1.312
117	MI	BUSCATE	SI	Viale 2 Giugno	-	1.200	292	1.492
118	MI	BUSTO GAROLFO	NO	Via Arconate N. 5	-	508	85	593
119	MI	BUSTO GAROLFO	NO	Via G. Pascoli, Snc	-	500	120	620
120	VA	CAIRATE	NO	Via Como, 22	-	450	690	1.140
121	VA	CAIRATE	NO	Via Como, 63	-	400	500	900
122	MI	CANEGRATE	NO	Via Novara, 5	C	0	1.100	1.100
123	MI	CANEGRATE	NO	Via Magenta	-	802	432	1.234
124	MI	CANEGRATE	NO	Via F.Li Bandiera, 72	-	750	562	1.312
125	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Via Al Parco 44	C	0	513	513
126	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Via Battisti 25	C	0	633	633
127	VA	CARDANO AL CAMPO	NO	Via Volta 71	A	0	650	650
128	VA	CARNAGO	NO	Via Lazzaretto 3	C	0	1.300	1.300
129	MI	CASOREZZO	NO	Ossona	-	0	600	600
130	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Per Turbigo, 42/44	D	0	600	600
131	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Villoresi, Snc	-	600	0	600
132	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Per Turbigo, 38	D	0	738	738
133	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Nitti, 1/A	A	0	748	748
134	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Acerbi, 57	B	0	766	766
135	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Trieste, 1	-	784	336	1.120
136	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Per Cuggiono, 7	A	0	1.499	1.499
137	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Luzzati, 1	A	0	1.500	1.500
138	VA	CAVARIA CON PREMEZZO	NO	Via Della Tessitura	-	1.000	200	1.200
139	MI	CERRO MAGGIORE	NO	P.Zza Sanfrancesco, 5	-	440	110	550
140	MI	CERRO MAGGIORE	NO	Via Turati 56	A	0	871	871
141	VA	FERNO	NO	Aeroporto Malpensa	-	165	392	557
142	VA	GOLASECCA	NO	Via Roma 71/B	-	0	793	793
143	VA	GOLASECCA	NO	Viale Europa 1	-	0	1.468	1.468
144	VA	GORLA MAGGIORE	NO	V.Le Europa Ang.Via Tolgiati	C	0	517	517
145	VA	GORLA MAGGIORE	NO	Via Baraggiola 2	-	510	229	739
146	VA	JERAGO CON ORAGO	NO	Via Varesina	A	0	1.000	1.000
147	VA	JERAGO CON ORAGO	NO	Via Dante Snc	-	965	0	965
148	VA	JERAGO CON ORAGO	NO	Via Varesina	-	1.473	0	1.473
149	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Busto Arsizio, 150	C	0	514	514
150	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Gallarate, 12	D	175	385	560
151	VA	LONATE POZZOLO	NO	Viale Ticino, 85	D	0	600	600
152	VA	LONATE POZZOLO	NO	Viale Ticino, 14	C	0	675	675
153	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Busto Arsizio	-	476	204	680
154	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Busto Arsizio, 152	-	390	522	912
155	VA	LONATE POZZOLO	NO	Viale Ticino, 1	C	0	940	940
156	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Del Gregge, 1	C	0	1.480	1.480
157	VA	MARNATE	NO	Via C. Battisti 831	-	528	0	528
158	VA	MARNATE	NO	Via Montelungo 10	-	430	100	530
159	VA	MARNATE	NO	Via Cislago 165	-	430	110	540
160	MI	NERVIANO	NO	Via Sempione 24	D	0	573	573
161	MI	NERVIANO	NO	V.Le Giovanni XXIII 9/11/13	-	350	232	582
162	MI	NERVIANO	NO	Via Canova 4	-	600	58	658
163	MI	NERVIANO	NO	Via Milano 42/44	A	0	720	720
164	MI	NERVIANO	NO	Via Milano 42/44	A	0	720	720
165	MI	NERVIANO	NO	Via Canova 2	A	0	930	930
166	MI	NERVIANO	NO	S.S. 33 Sempione 18	D	0	1.104	1.104
167	MI	PARABIAGO	NO	Via Accursio	-	700	353	1.053

168	MI	PARABIAGO	NO	S.S. Sempione, 80	-	1.000	350	1.350
169	MI	PARABIAGO	NO	Via Cuoco	-	1.210	170	1.380
170	MI	RESCALDINA	NO	Via Prov.Le Saronnese, 8	C	0	700	700
171	MI	RESCALDINA	NO	PI 16 Area N. 3	A	10	1.290	1.300
172	MI	RESCALDINA	NO	PI 16 Area N. 4	A	0	1.350	1.350
173	MI	RESCALDINA	NO	Via Per Cerro Maggiore	D	0	1.366	1.366
174	MI	ROBECCHETTO CON INDUNO	NO	S.S. 341 Per Turbigo	C	0	1.500	1.500
175	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	C.So Repubblica, 80	D	0	501	501
176	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 140	A	0	530	530
177	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	P.Zza Scipione, 18	-	432	108	540
178	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 144 Angolo Via Del Bent	A	0	596	596
179	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 138/B	-	400	310	710
180	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 112	-	513	220	733
181	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 109	C	0	901	901
182	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Albania, 6	D	0	1.023	1.023
183	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	C.So Europa, 52	-	1.000	240	1.240
184	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Milano, 142	A	0	1.500	1.500
185	MI	TURBIGO	NO	Via Novara	C	0	580	580
186	MI	TURBIGO	NO	Via G. Mazzini, 8	-	770	330	1.100
187	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 41	-	500	60	560
188	VA	VERGIATE	NO	Via Sempione, 92	C	0	638	638
189	VA	VERGIATE	NO	Via Di Vittorio, 43	-	924	0	924
190	VA	VERGIATE	NO	Via Pasquee, 29	C	0	941	941
191	VA	VERGIATE	SI	Via Sempione	-	800	698	1.498
192	MI	VILLA CORTESE	NO	Via Pacinotti 1	-	495	195	690
193	MI	VILLA CORTESE	NO	Via Dell'Industria	A	0	1.200	1.200
TOTALE > 500 Mq < 1.500 MQ						23.595	53.816	77.411

Superficie di vendita > 1.500 mq

N.	Prov.	Comune	C.C.	Indirizzo	Settore merc. non alim.	Sup.alim.	Sup. non alim.	Sup. totale
193	MI	ARLUNO	NO	Galleria Del Broletto 9/11	D	0	1.675	1.675
194	MI	ARLUNO	NO	Galleria Del Broletto 13/15	-	1.750	650	2.400
195	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Dei Roggioni, Snc	-	0	2.500	2.500
196	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Adua Ang. S.P. 34/Via Dei Roggioni	-	0	2.500	2.500
197	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Adua Ang. S.P. 34/Via Dei Roggioni	-	0	2.500	2.500
198	MI	CASTANO PRIMO	NO	Via Adua Ang. S.P.34/Via Dei Roggioni	-	0	2.500	2.500
199	MI	CERRO MAGGIORE	NO	Via Turati 50	B	0	2.497	2.497
200	MI	CERRO MAGGIORE	NO	Via Turati 52	-	0	2.498	2.498
201	VA	LONATE POZZOLO	NO	Via Busto Arsizio, 67	-	1.230	390	1.620
202	VA	LONATE POZZOLO	SI	Via Volta	-	954	706	1.660
203	MI	NERVIANO	NO	Via Milano 44	D	0	1.735	1.735
204	MI	RESCALDINA	NO	PI 16 Area N. 1	C	0	1.700	1.700
205	MI	RESCALDINA	SI	Via Togliatti, 2	-	0	2.435	2.435
206	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Vignazze, 2	-	1.350	700	2.050
207	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Soragana, 1	B	0	2.500	2.500
208	VA	SOMMA LOMBARDO	NO	Via Soragana, 1	D	0	2.500	2.500
TOTALE > 1.500 MQ						5.284	29.986	35.270
TOTALE AREA 2						40.043	106.161	146.204

ESERCIZI DI VICINATO

Prov.	Comune	N° alimentari	Sup. alimentari	N° non alimentari	Sup. non alimentari	N° merc. mista	Sup. merc. mista
VA	BUSTO ARSIZIO	169	8.911	897	66.017	70	5.391

AREA 1							
MI	DAIRAGO	8	347	31	2.291	1	58
MI	LEGNANO	72	2.852	444	33.017	48	4.004
MI	MAGNAGO	9	372	40	2.233	4	202
MI	VANZAGHELLO	5	164	42	1.499	3	174
VA	CASSANO MAGNAGO	73	4.501	237	21.150	19	3.828
VA	CASTELLANZA	15	793	118	7.470	9	619
VA	FAGNANO OLONA	9	584	65	6.235	14	756
VA	GALLARATE	138	5.556	768	53.396	190	7.321
VA	OLGIATE OLONA	20	703	87	5.902	5	230
VA	SAMARATE	19	1.002	60	4.570	7	453
VA	SOLBIATE OLONA	2	182	24	1.188	3	211
TOTALE AREA 1		370	17.056	1.916	138.951	303	17.856

AREA 2							
MI	ARCONATE	8	316	22	1.807	3	231
MI	ARLUNO	24	1.012	54	4.738	0	0
MI	BUSCATE	5	94	15	996	1	96
MI	BUSTO GAROLFO	25	1.750	86	4.500	0	0
MI	CANEGRATE	13	440	45	1.919	3	155
MI	CASOREZZO	8	450	11	110	11	450
MI	CASTANO PRIMO	13	686	72	5.865	6	734
MI	CERRO MAGGIORE	4	258	93	7.699	8	378
MI	NERVIANO	39	1.442	122	7.711	13	680
MI	NOSATE	2	150	0	0	2	125
MI	PARABIAGO	71	2.185	142	6.332	82	2.666
MI	RESCALDINA	18	1.005	58	3.636	19	1.175
MI	ROBECCHETTO CON INDUNO	7	249	14	683	1	96
MI	SAN GIORGIO SU LEGNANO	10	335	27	1.228	1	88
MI	SAN VITTORE OLONA	12	917	90	4.457	0	0
MI	TURBIGO	17	600	51	2.876	3	229
MI	VILLA CORTESE	5	176	26	1.562	0	0
VA	ARSAGO SEPRIO	2	89	19	1.608	4	154
VA	BESNATE	8	338	42	2.299	0	0
VA	CAIRATE	6	506	30	1.605	3	228
VA	CARDANO AL CAMPO	21	1.219	56	3.608	3	228
VA	CARNAGO	12	600	36	1.650	1	37
VA	CASORATE SEMPIONE	24	1.292	37	2.933	1	49
VA	CAVARIA CON PREMEZZO	9	294	30	1.748	2	35
VA	FERNO	5	214	78	4.203	3	159
VA	GOLASECCA	5	251	6	276	1	133
VA	GORLA MAGGIORE	7	501	16	1.036	0	0
VA	GORLA MINORE	10	400	19	1.800	0	0
VA	JERAGO CON ORAGO	9	350	30	2.672	0	0
VA	LONATE POZZOLO	11	827	30	3.469	8	699
VA	MARNATE	7	471	27	1.362	0	0
VA	OGGIONA CON SANTO STEFANO	3	312	9	362	3	0
VA	SOMMA LOMBARDO	31	1.039	153	8.542	23	1.177
VA	VERGIATE	21	809	58	3.053	6	459
VA	VIZZOLA TICINO	0	0	0	0	1	36
TOTALE AREA 2		472	21.577	1.604	98.345	212	10.497

TOTALE		1.011	47.544	4.417	303.313	585	33.744
--------	--	-------	--------	-------	---------	-----	--------

Fonte: *Ns. elaborazioni dati Osservatorio Regionale Commercio - 2011*

ALLEGATO 3. LA RETE DISTRIBUTIVA COMMERCIALE E I SERVIZI ALLA PERSONA A BUSTO ARSIZIO A GIUGNO 2014

ESERCIZI COMMERCIALI												
ID	N° AUT.	ANNO PRATIC A	RAGIONE SOCIALE	SETTORE	INDIRIZZO	N° CIVICO	SUP. TOTALE	SUP. VENDITA	SUP. VENDITA ALIM.	SUP. VENDITA NON ALIM.	SUP. VENDITA MISTI	ALTRE SUPERFICI
1	5636	2009	al cantone di tiziano cozzi e martello roberta snc	alimentare	CARDUCCI	1	104,92	50,00	50,00	-	-	54,90
2	5634	2009	airoldi stefano	alimentare	CASCINETTA C/O PARCO ALTO MILAN.		55,00	48,00	48,00	-	-	7,00
3	6130	2013	rina snc di la iacona alessio & c.	alimentare	CORSO ITALIA	23	9,00	9,00	9,00			
4	6168	2013	la pescheria snc di marchese stefano	alimentare	CORSO ITALIA	60	234,00	107,00	107,00	-	-	127,00
5	5784	2010	essedi fish snc di artoni simone e c.	alimentare	CORSO ITALIA	60	234,00	107,00	107,00	-	-	127,00
6	5536	2008	marcuazzo luciano prod. agricolo	alimentare	CORSO ITALIA	52/b	47,00	47,00	47,00	-	-	-
7	6222	2013	la vie pure srl	alimentare	CORSO SEMPIONE	144	5,00	5,00	5,00	-	-	-
8	3797	1995	minorini sandro	alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	29	40,00	40,00	40,00	-	-	-
9	6135	2013	gelateria le piscine di zanella luca	alimentare	LARGO SAN GIUSEPPE	1/c	65,00	23,00	23,00	-	-	42,00
10	4799	2003	re ferrè ombretta	alimentare	PIAZZA MANZONI	13	15,00	15,00	15,00	-	-	-
11	4027	1997	madi srl	alimentare	PIAZZA MANZONI	17	52,00	52,00	52,00	-	-	-
12	5849	2011	Pizzeria la favola di Shalaby Youssef	alimentare	PIAZZA PETRO TOSELLI	4	113,00	1,00	1,00	-	-	102,00
13	4641	2001	delizie di riva cinzia fortunata	alimentare	PIAZZA S. GIOVANNI	6	31,00	31,00	31,00	-	-	-
14	1670	1976	bar adua snc di papagni mauro e giancarlo	alimentare	PIAZZA S. MICHELE	3	65,00	65,00	65,00	-	-	-
15	5618	2009	bmt srl	alimentare	PIAZZA S. MICHELE	4	80,00	40,00	40,00	-	-	40,00
16	4133	1997	mangialardo antonietta	alimentare	PIAZZA SOLARO	4	25,00	25,00	25,00	-	-	-
17	4815	2003	dall'angelo luca	alimentare	PIAZZA TRENTO E TRIESTE	9	28,00	28,00	28,00	-	-	-
18	5807	2010	Yogurteria freddo-yò di Bossi Marzia	alimentare	PIAZZA VENZAGHI	4	94,00	1,00	1,00	-	-	45,00
19	5764	2010	de caprio salvatore	alimentare	PIAZZALE TRIPOLI		55,00	50,00	50,00	-	-	-
20	6249	2014	mercato i fratellisnc	alimentare	VIA ALBERTO DA GIUSSANO	7	189,00	126,00	126,00	-	-	63,00
21	3739	1995	pistolessi lionello	alimentare	VIA BONSIGNORA	25	150,00	150,00	150,00	-	-	-
22	5617	2009	hima e khosravian snc	alimentare	VIA BRAMANTE	6	51,95	21,70	21,70	-	-	30,30
23	2890	1988	giani livio	alimentare	VIA CABOTO	6	55,00	55,00	55,00	-	-	-
24	2920	1988	maganzini sergio	alimentare	VIA CADORE	2	60,00	60,00	60,00	-	-	-
25	4090	1997	mantelli giampiero	alimentare	VIA CANOVA	6	21,00	21,00	21,00	-	-	-
26	1634	1976	frati giovanni	alimentare	VIA CARDINALE TOSI	2	30,00	30,00	30,00	-	-	-
27	5991	2012	sunflower di naggi nicolella	alimentare	VIA CARDINALE TOSI	4	21,00	21,00	1,00	20,00	-	-
28	5315	2011	witch di apreia anna	alimentare	VIA CARDINALE TOSI	4	21,00	21,00	1,00	20,00	-	-
29	6203	2013	contessa de paschei di greta feroli	alimentare	VIA CARDUCCI	1	17,00	17,00	17,00	-	-	-
30	2078	1981	peverelli eugenio	alimentare	VIA CARLO PORTA	1	32,00	32,00	32,00	-	-	-
31	5622	2009	borra matteo daniela	alimentare	VIA CASCINA MAZZAFAME	25	300,00	55,00	55,00	-	-	245,00
32	5994	2012	azienda agricola eredi di Borra Gio Battista di Melli Giovanna	alimentare	VIA CASCINA MAZZAFAME	42						
33	5994	2012	azienda agricola eredi di Borra Gio Battista di Melli Giovanna	alimentare	VIA CASCINA MAZZAFAME	42						
34	4458	2000	macchi simone	alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	17	33,00	33,00	33,00	-	-	-
35	4074	1997	dal sen orsolina	alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	20	5,00	5,00	5,00	-	-	-
36	3050	1990	rana foods srl	alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	74	70,00	70,00	70,00	-	-	-
37	2690	1986	fjord spa	alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	120	200,00	200,00	200,00	-	-	-
38	5946	2011	fasullo mario	alimentare	VIA CASTELLANZA	7						
39	6066	2012	love smoothies italia di olaru paula	alimentare	VIA CASTELLANZA	16						
40	4565	2001	de tomasi osvaldo	alimentare	VIA CAVALLOTTI	3	25,00	25,00	25,00	-	-	-
41	787	1972	marmonti enrico	alimentare	VIA CAVOUR	1	24,00	24,00	24,00	-	-	-
42	4842	2003	veneziani gianluca	alimentare	VIA CELLINI	2	22,00	22,00	22,00	-	-	-
43	3753	1995	amica di miranda antonina & c. sas	alimentare	VIA CELLINI	19	39,00	39,00	39,00	-	-	-
44	3006	1989	juretig primo	alimentare	VIA CRESPI	7	45,00	45,00	45,00	-	-	-
45	4737	2002	non solo pane di laurencig stefano & c. sas	alimentare	VIA CRESPI	7	45,00	45,00	45,00	-	-	-

46	4323	1998	gelateria ciuen 1 di santamaria cristina & c. snc	alimentare	VIA CRESPI	2/BIS	28,00	28,00	28,00	-	-	-
47	4623	2001	f.lli testa di paolo e umberto testa snc	alimentare	VIA CRESPI	6/C	50,00	50,00	50,00	-	-	-
48	4069	1997	la fiorita snc di de martino carlo & pezzuti silvana	alimentare	VIA DA BRESCIA	12	66,70	11,70	11,70	-	-	55,00
49	6241	2014	ates orhan	alimentare	VIA DANIELE CRESPI	3	60,00	25,00	25,00	-	-	35,00
50	3808	1995	labanca fernando	alimentare	VIA D'ANNUNZIO	13	25,00	25,00	25,00	-	-	-
51	4281	1998	peggi srl	alimentare	VIA DANTE ALIGHIERI	8	40,00	40,00	40,00	-	-	-
52	4281	2012	peggi srl	alimentare	VIA DANTE ALIGHIERI	8	40,00	40,00	40,00	-	-	-
53	4686	2001	new house café	alimentare	VIA DELLE ALLODOLE	1	6,00	6,00	6,00	-	-	-
54	674	1991	serra renzo	alimentare	VIA DELL'INDUSTRIA	40	58,00	58,00	58,00	-	-	-
55	4195	1998	alibabar di rossini ambrogio e ortillo raffaella snc	alimentare	VIA DIAZ	17/D	20,00	20,00	20,00	-	-	-
56	4303	1998	colombo srl	alimentare	VIA DON MINZONI	2	38,00	38,00	38,00	-	-	-
57	2822	1988	piran gianfranco	alimentare	VIA DON MINZONI	6	42,00	42,00	42,00	-	-	-
58	4367	1999	nasto lucia	alimentare	VIA DUCA D'AOSTA	19	6,00	6,00	6,00	-	-	-
59	5203	2012	ferrigno veronica	alimentare	VIA ESPINASSE	41	40,00	22,00	22,00	-	-	18,00
60	5203	2012	ferrigno veronica	alimentare	VIA ESPINASSE	41	40,00	22,00	22,00	-	-	18,00
61	5203	2006	ferrigno veronica	alimentare	VIA ESPINASSE	41	40,00	22,00	22,00	-	-	18,00
62	5323	2007	snack bar elide di salmoiraghi fabrizio & michela	alimentare	VIA FAGNANO OLONA	18	107,00	20,00	20,00	-	-	87,00
63	5916	2011	porta barbara	alimentare	VIA FAGNANO OLONA	25	165,00	150,00	-	150,00	-	15,00
64	5979	2012	madonia salvatore	alimentare	VIA FAGNANO OLONA	snc	45,00	40,00	40,00	-	-	5,00
65	6153	2013	big srl	alimentare	VIA FAGNANO OLONA	snc	398,00	243,00	243,00	-	-	155,00
66	1438	1974	cartini lorena nicolina	alimentare	VIA FERRER	3/E	100,00	100,00	100,00	-	-	-
67	5147	2005	azimonti snc di azimonti luca & c.	alimentare	VIA FERRER	36/A	52,00	29,00	29,00	-	-	23,00
68	4454	2000	rossi alberto & fabrizio sn	alimentare	VIA FERRINI	69	25,00	25,00	25,00	-	-	-
69	4454	2010	rossi fabrizio & C. sas	alimentare	VIA FERRINI	69	25,00	25,00	25,00	-	-	-
70	5945	2011	fasullo marco	alimentare	VIA FERRUCCI	7	45,00	45,00	45,00	-	-	-
71	5809	2010	jrl	alimentare	VIA GAETA	8	74,30	74,30	29,41	44,89	-	-
72	6192	2013	magresha snc di russo cristian e fina daniela	alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4	65,00	42,00	42,00	-	-	23,00
73	5516	2008	il focacciaro sas	alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4	37,20	5,75	5,75	-	-	31,45
74	6236	2014	genuardi florio	alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4 E	73,20	36,60	36,60	-	-	36,60
75	5791	1971	bazzara margherita	alimentare	VIA GIULIANI E DALMATI	3/A	30,00	30,00	30,00	-	-	-
76	5189	2013	arten pesca snc di artoni simone & c.	alimentare	VIA GORLETTA	1						
77	4488	2000	ortofrutticola f.lli azzimonti srl	alimentare	VIA GORLETTA	1	181,00	181,00	181,00	-	-	-
78	5189	2005	arten pesca snc di artoni simone & c.	alimentare	VIA GORLETTA	1	109,00	67,00	67,00	-	-	42,00
79	6025	2012	golden gym snc di gallazzi fabio & c.	alimentare	VIA INDIPENDENZA	2/c		20,00	20,00	-	-	-
80	5662	2009	nani romela	alimentare	VIA ISONZO	22/E	47,00	36,00	36,00	-	-	11,00
81	5920	2011	bruni alessandra	alimentare	VIA LEONARDO DA VINCI	2	80,00	8,00	8,00	-	-	72,00
82	5580	2009	musazzi alessandro la mela e il lupetto	alimentare	VIA LIBIA	13	40,00	40,00	40,00	-	-	-
83	5734	2010	delizie e sapori di de fazio pasqualino ivan	alimentare	VIA LONATE POZZOLO	45	48,33	0,87	0,87	-	-	47,46
84	758	1989	pisoni luisa anna	alimentare	VIA LONATE POZZOLO	87	140,00	140,00	140,00	-	-	-
85	4057	1997	bruno mario	alimentare	VIA LONATE POZZOLO	87	30,00	30,00	30,00	-	-	-
86	5119	2013	antica macelleria di franco vada	alimentare	VIA LONATE POZZOLO	88						
87	5119	2005	bontà e qualità soc. coop.	alimentare	VIA LONATE POZZOLO	88	230,00	150,00	150,00	-	-	80,00
88	5119	2010	gallarati stefano giovanni	alimentare	VIA LONATE POZZOLO	88	230,00	150,00	150,00	-	-	80,00
89	2627	1986	pastificio ferrarese snc di massimo & paolo bruni	alimentare	VIA LUALDI	1	35,00	35,00	35,00	-	-	-
90	2627	2011	pastificio ferrarese snc di massimo & paolo bruni	alimentare	VIA LUALDI	1	35,00	35,00	35,00	-	-	-
91	4730	2002	pepe angelo	alimentare	VIA MAGENTA	69	92,00	92,00	92,00	-	-	-
92	5796	2010	fidobello snc di Valente Maria e C.	alimentare	VIA MAINO	9	33,65	22,05	22,05	-	-	11,60
93	6003	2012	fusar poli alberto	alimentare	VIA MAINO	11	82,00	68,00	68,00	-	-	14,00
94	5610	2009	zanoni giuseppe	alimentare	VIA MAINO	11	95,00	42,00	42,00	-	-	95,00
95	5192	2005	i cinque campanili srl di pagani antonio+C1511	alimentare	VIA MAINO	18	80,00	18,00	18,00	-	-	62,00
96	1401	1973	mascheroni luciano	alimentare	VIA MAMELI	27	27,00	27,00	27,00	-	-	-
97	5588	2009	pace piero	alimentare	VIA MAMELI	34	25,00	10,00	10,00	-	-	15,00
98	3470	1993	pasticceria paganini sas di paganini giuseppe & c.	alimentare	VIA MAMELI	24/B	73,00	73,00	73,00	-	-	-
99	5652	2009	syed abul hasan	alimentare	VIA MARCO POLO	2	105,00	65,00	65,00	-	-	40,00

100	6177	2013	consorzio eccellenze agroalimentari - cea	alimentare	VIA MARLIANI	5	94,00	20,00	20,00	-	-	74,00
101	6177	2013	consorzio eccellenze agroalimentari - cea	alimentare	VIA MARLIANI	5						
102	5899	2011	macelleria islamica said sas	alimentare	VIA MATTEOTTI	19	61,00	58,00	43,00	15,00	-	3,00
103	5675	2009	torretta ristorazione srl	alimentare	VIA MATTEOTTI	19/A	41,50	8,50	8,50	-	-	33,00
104	6161	2013	el kharovai khalifa	alimentare	VIA MAZZINI	36	92,00	39,00	39,00	-	-	53,00
105	5361	2007	parmoli maria teresa	alimentare	VIA MEDA	11	67,00	59,00	59,00	-	-	8,00
106	5361	2011	parmoli maria teresa	alimentare	VIA MEDA	29	40,00	38,00	38,00	-	-	2,00
107	2618	1986	jolly alimentari di colpani giovanni & c srl	alimentare	VIA MENTANA	16	115,00	115,00	115,00	-	-	-
108	3393	1993	magni gianmarco	alimentare	VIA MENTANA	22	40,00	40,00	40,00	-	-	-
109	5855	2011	il piacece di... vino di gallazzi maurizio	alimentare	VIA MENTANA	28	77,78	45,00	45,00	-	-	32,78
110	3724	1995	da mario ristorante pizzeria srl	alimentare	VIA MICCA	5	20,00	20,00	20,00	-	-	-
111	5765	2010	igloo srl	alimentare	VIA MILANO	8	35,00	20,00	20,00	-	-	15,00
112	4560	2001	menegotto onelio	alimentare	VIA MILANO	10	16,00	16,00	16,00	-	-	-
113	3325	1992	lenzo michele	alimentare	VIA MILAZZO	6	25,00	25,00	25,00	-	-	-
114	1552	1975	ciapparella giuseppe	alimentare	VIA MILAZZO	40	25,00	25,00	25,00	-	-	-
115	4300	1998	colombo srl	alimentare	VIA MILAZZO	40	55,00	55,00	55,00	-	-	-
116	2076	1981	ciapparella ambrogio	alimentare	VIA MILAZZO	31/A	35,00	35,00	35,00	-	-	-
117	5906	2011	leva-ti il gusto s.n.c. di leva matteo	alimentare	VIA MONTEBELLO	3	41,00	25,00	25,00	-	-	16,00
118	309	1972	colombo mario	alimentare	VIA NOVARA	32/A	50,00	50,00	50,00	-	-	-
119	4504	2000	panificio fr.lli bruno di bruno g. & c. sas	alimentare	VIA PADRE REGINALDO GIULIANI	18	37,00	37,00	37,00	-	-	-
120	4658	2001	ionica casearia srl	alimentare	VIA PALESTRO	47	41,00	41,00	41,00	-	-	-
121	5520	2008	usha indian food s.n.c. di sarkar bipul	alimentare	VIA PARONA	2	276,00	158,00	158,00	-	-	118,00
122	2207	1982	calò snc di calò rocco &c.	alimentare	VIA PELLICO	7	90,00	90,00	90,00	-	-	-
123	3473	1993	salus service di landonio carlo & c. snc	alimentare	VIA PETRARCA	4	136,00	136,00	136,00	-	-	-
124	6167	2013	antares sas di Cipriani Michele & c.	alimentare	VIA PETRELLA	20	59,00	59,00	59,00	-	-	-
125	4543	2000	selda srl	alimentare	VIA PIEMONTE	0	2,00	2,00	2,00	-	-	-
126	2880	1988	f.lli garzia snc di garzia marco & c. snc	alimentare	VIA PONCHIELLI	14	30,00	30,00	30,00	-	-	-
127	4806	2003	f.lli re dionigi snc di re dionigi ernesto e eugenio	alimentare	VIA PONCHIELLI	18	31,00	31,00	31,00	-	-	-
128	4668	2001	azzimonti rita di premoli aldo & c. snc	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	1	41,00	41,00	41,00	-	-	-
129	4562	2001	la delizia snc di pione e. & c.	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	5	140,00	140,00	140,00	-	-	-
130	4563	2000	voglia di pane sas di de stefano desireè & c.	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	10	45,00	45,00	45,00	-	-	-
131	6097	2013	selda srl	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	19	77,00	77,00	-	-	77,00	77,00
132	5738	2010	ortofrutticola f.lli azzimonti srl	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	46	77,00	64,00	64,00	-	-	13,00
133	6051	2012	azzimonti srl	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	65						
134	2685	1986	la milanese di farioli franco & c. sas	alimentare	VIA QUINTINO SELLA	89	108,00	108,00	108,00	-	-	-
135	4419	2000	colombo srl	alimentare	VIA QUINTINO SELLA		55,00	55,00	55,00	-	-	-
136	5699	2010	pasticceria caffetteria tipica siciliana dolce e salato	alimentare	VIA RAGUSA	2	126,00	5,00	5,00	-	-	121,00
137	4415	2000	baroffio enzo	alimentare	VIA RAGUSA	2	30,00	30,00	30,00	-	-	-
138	4455	2000	iurlaro cosima	alimentare	VIA ROSA S.	12	31,00	31,00	31,00	-	-	-
139	4026	1997	co.bo.s.srl	alimentare	VIA ROSSINI	26	94,00	94,00	94,00	-	-	-
140	4622	2001	alicar srl	alimentare	VIA ROSSINI	26	171,00	171,00	171,00	-	-	-
141	2682	2012	gagliardi sas di Paleari Angela & c.	alimentare	VIA S. PIETRO	8/A						
142	2682	1986	gagliardi piero & c. snc	alimentare	VIA S. PIETRO	8/A	237,00	237,00	237,00	-	-	-
143	4687	2001	pucci renato	alimentare	VIA SOLFERINO	4	55,00	55,00	55,00	-	-	-
144	3092	1990	serra graziana	alimentare	VIA SONDRIO	2	42,00	42,00	42,00	-	-	-
145	4338	1999	fujmek sas di fujta akiko & c.	alimentare	VIA STOPPANI	11/A	25,00	25,00	25,00	-	-	-
146	5583	2009	agri busto srl	alimentare	VIA TONIOLO	19	277,00	250,00	250,00	-	-	27,00
147	4206	1998	riccato corrado	alimentare	VIA TOSCANA	133	79,00	79,00	79,00	-	-	-
148	6206	2013	aryo fruit di mouzdahir saham	alimentare	VIA UGO FOSCOLO	13	138,00	108,00	108,00	-	-	30,00
149	2210	1982	luraschi cesare di luraschi roberto e erminio & c. snc	alimentare	VIA VENEGONI	14	20,00	20,00	20,00	-	-	-
150	4286	1998	civello adolfo	alimentare	VIA VENEGONI		68,00	68,00	68,00	-	-	-
151	4792	2003	panferrario srl	alimentare	VIA VERRI	1	54,00	54,00	54,00	-	-	-
152	1848	1978	castiglioni umberto	alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	14	20,00	20,00	20,00	-	-	-
153	1434	2014	rocca giuseppe & figli S.n.c. di rocca giuseppe e c.	alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	69						

154	1434	1974	rocca giuseppe & figli dei f.lli rocca snc	alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	69	100,00	100,00	100,00	-	-	-
155	5782	2010	gelateria kaly di loris aldeghehi	alimentare	VIA XI FEBBRAIO	3	105,03	0,50	0,50	-	-	104,53
156	5782	2011	gelateria kaly di loris aldeghehi	alimentare	VIA XI FEBBRAIO	3	105,03	0,50	0,50	-	-	104,53
157	5942	2011	madonia salvatore	alimentare	VIA XI SETTEMBRE		22,00	22,00	22,00	-	-	-
158	5725	2010	panificio pontrandolfo erasmo	alimentare	VIA XX SETTEMBRE	29	216,00	43,00	43,00	-	-	173,00
159	6002	2012	milk factory di de crescenzo mario	alimentare	VIA ZAPPELLINI	4/A	140,00	42,00	42,00	-	-	98,00
160	5625	2009	di gregorio vito erasmo	alimentare	VIA ZAPPELLINI	4/A	140,00	42,00	42,00	-	-	98,00
161	3012	1989	stefanoni luigia	alimentare	VIALE ALFIERI	3	17,00	17,00	17,00	-	-	-
162	3570	1994	il buon pane di viale alfieri di brombin filippo & c. snc	alimentare	VIALE ALFIERI	3	45,00	45,00	45,00	-	-	-
163	5956	2011	f.lli re dionigi s.n.c. di re dionigi ernesto & eugenio	alimentare	VIALE LOMBARDIA	12	61,00	44,00	44,00	-	-	17,00
164	6095	2013	ferrario matteo	alimentare	VIALE PIEMONTE	15	4,50	4,50	4,50	-	-	-
165	3099	1990	busto carni srl	alimentare	VIALE REPUBBLICA	47	180,00	180,00	180,00	-	-	-
166	4956	2003	m.f.g.italia snc di messuti,frattini,girardello	alimentare	VIALE REPUBBLICA	63	30,00	30,00	30,00	-	-	-
167	5901	2011	girardi danielle	alimentare	VIALE REPUBBLICA	71	130,00	30,00	-	30,00	-	100,00
168	2827	1988	airoldi carlo	alimentare	VIALE RICORDANZA	6	20,00	20,00	20,00	-	-	-
169	4470	2000	pincirolti alberto e marino snc	alimentare	VIALE RICORDANZA	5/A	152,00	152,00	152,00	-	-	-
170	3696	1994	gastronomia crespi sas di crespi davide & c.	alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	5	50,00	50,00	50,00	-	-	-
171	2525	1985	recalcatti giancarlo	alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	6	30,00	30,00	30,00	-	-	-
172	2473	1984	torrefazione fiorenza di de bernardi angioletto	alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	16	56,00	56,00	56,00	-	-	-
173	4975	2004	bottini gabriele	alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	32	23,00	23,00	23,00	-	-	-
174	2106	1981	depoli gianfranco	alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	33	24,00	24,00	24,00	-	-	-
175	2877	1988	corno tiziana	alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	5/C	47,00	47,00	47,00	-	-	-
176	6117	2013	sapori e tradizioni di riitano stefania & c. sas	alimentare	VIALE SICILIA	15	100,00	80,00	80,00	-	-	20,00
177	5412	2007	giorgia di fustinoni marta & c. sas	alimentare	VIALE STELVIO	106	72,00	39,00	39,00	-	-	33,00
178	2650	1986	genoni mario snc di genoni mario & c.	alimentare	VIALE STELVIO	153	200,00	200,00	200,00	-	-	-
179	6053	2012	fiorista crespi di de meo carmela	Misti		27						
180	1087	1972	conti claudia	Misti	CORSO ITALIA	18	45,00	45,00	-	-	45,00	-
181	3263	1992	panificio maccia mario e mendola giuseppina snc	Misti	CORSO ITALIA	42	146,00	146,00	-	-	146,00	-
182	5693	2010	macelleria salumeria di segnalini maurizio	Misti	CORSO ITALIA	43	110,00	110,00	-	-	110,00	-
183	154	1965	castiglioni giuseppina	Misti	CORSO SEMPIONE	211/B	30,00	30,00	-	-	30,00	-
184	4721	1972	paganini adelio	Misti	CORSO XX SETTEMBRE	60	67,00	53,00	32,00	21,00	-	14,00
185	4851	2003	consonni alberto	Misti	LARGO GIARDINO	7	25,00	25,00	-	-	25,00	-
186	5808	2010	tabaccheria colombo	misti	PIAZZA GARIBALDI	1						
187	5988	2012	mondo risparmio di cassano felice	Misti	PIAZZA S. MICHELE	20	164,00	140,00	-	140,00	-	24,00
188	5332	2007	tre per te sas di facchin katia &C.	Misti	VIA BONSIGNORI	7	78,00	51,00	21,00	30,00	-	27,00
189	4093	1997	l'albero della frutta di perri & boronovi snc	Misti	VIA BONSIGNORI	10	27,00	27,00	-	-	27,00	-
190	3044	1990	colombo carla	Misti	VIA BURIGOZZI	2	43,00	43,00	-	-	43,00	-
191	4030	1997	gussoni gianbattista	Misti	VIA CANTORE	9	60,00	60,00	-	-	60,00	-
192	4949	2002	ceriani arnaldo s.r.l.	Misti	VIA CARDINALE TOSI	6	291,00	197,00	10,00	187,00	-	94,00
193	269	1972	simeone giovanni	Misti	VIA CASTELLANZA	25	20,00	20,00	-	-	20,00	-
194	5293	2006	scudier francesco	Misti	VIA CAVALLOTTI	2	222,00	120,00	60,00	60,00	-	102,00
195	5345	2007	j & s snc di maggi silvia e proverbio jessica	Misti	VIA CELLINI	18	96,00	86,00	50,00	36,00	-	10,00
196	4974	2003	usha indian food s.n.c. di sarkar bipul	Misti	VIA CORRENTI	8	55,00	55,00	27,50	27,50	-	-
197	4378	1990	il salumiere gastronomico srl	Misti	VIA DIAZ	17	71,00	71,00	-	-	71,00	-
198	5473	2008	shopsi srl	Misti	VIA FAGNANO OLONA	2	500,00	250,00	200,00	50,00	-	250,00
199	5473	2012	shopsi srl	Misti	VIA FAGNANO OLONA	2	500,00	250,00	200,00	50,00	-	250,00
200	3210	1991	roveda antonio	Misti	VIA FOSCOLO	15	55,00	55,00	35,00	20,00	-	-
201	2461	1984	sergio bruno	Misti	VIA GENOVA	1	58,00	58,00	-	-	58,00	-
202	3599	1994	eleonora snc di crespi aldo natale & c.	Misti	VIA GENOVA	8	65,00	65,00	-	-	65,00	-
203	4227	1998	panferrario srl	Misti	VIA GENOVA	13	45,00	45,00	-	-	45,00	-
204	5648	2009	giemme snc di boem giuliano & c.	Misti	VIA GIOTTO	5	470,00	250,00	-	-	250,00	220,00
205	4756	2002	golden gym snc di gallazi fabio & c	Misti	VIA INDIPENDENZA	21	42,00	42,00	-	-	42,00	-
206	5341	2007	haifa srl	Misti	VIA LEOPARDI	8	300,00	245,00	125,00	120,00	-	55,00
207	5281	2006	marmina piera agata "la Melissa"	Misti	VIA MAGENTA	50	120,00	45,00	20,00	25,00	-	75,00

208	2325	1983	signorini luciano	Misti	VIA MAGENTA	65	40,00	40,00	-	-	40,00	-
209	3456	1993	panificio baldini di baldini gianmario & c.	Misti	VIA MAMELI	33	30,00	30,00	-	-	30,00	-
210	4558	2000	non solo frutta di de maso vincenzo & c.	Misti	VIA MANARA	1	45,00	45,00	-	-	45,00	-
211	5537	2008	agesp holding spa	Misti	VIA MANARA	13	3.200,00	35,00	10,00	25,00	-	3.165,00
212	5758	2009	ihab macelleria islamica snc di sadik mustapha	Misti	VIA MATTEOTTI	19	61,00	58,00	43,00	15,00	-	3,00
213	5611	2009	dolce sicilia sas di puglisi salvatore e c.	Misti	VIA MAZZINI	38	77,00	77,00	32,00	45,00	77,00	-
214	6120	2013	svapodigitale di taiana maurizio & c.	Misti	VIA MEDA	11						
215	3740	1995	mattias snc di iudice nicolella & c.	Misti	VIA MEDA	29/D	62,00	62,00	-	-	62,00	-
216	5253	2006	pak asia sas di hafaz ali muhammad & C.	Misti	VIA MENTANA	20	92,00	46,00	23,00	23,00	-	46,00
217	5597	2009	uzzaman rafiq	Misti	VIA MIANI	14	48,00	48,00	35,00	13,00	48,00	
218	2993	1989	arduino angelo	Misti	VIA MILANO	2	31,00	31,00	-	-	31,00	-
219	3560	1994	pasticceria campi di fusato vittorio & c. sas	Misti	VIA MILANO	3	76,00	76,00	-	-	76,00	-
220	6136	2013	pan di zenzero di pan chaofan	Misti	VIA MILAZZO	19	184,00	90,00	40,00	50,00	-	94,00
221	2179	1982	faccioli graziosa	Misti	VIA MILAZZO	40	73,00	73,00	-	-	73,00	-
222	4230	1998	eredi de bernardi gino - tosi evelina de bernardi c. e antonio snc	Misti	VIA MILAZZO	1/A	60,00	60,00	-	-	60,00	-
223	6229	2014	princeps	Misti	VIA MONTEBELLO	5/C	42,00	24,00	2,00	22,00	-	18,00
224	1092	1973	consorzio agrario provinciale di Varese	Misti	VIA MURATORI	15	70,00	70,00	-	-	70,00	-
225	5259	2006	rhazzadi mohamed	Misti	VIA NOE'	1	90,00	80,00	40,00	40,00	-	10,00
226	2137	1981	barlocco claudio	Misti	VIA NOVARA	18	173,00	173,00	-	-	173,00	-
227	1303	1973	borsani maria	Misti	VIA OTTO MARTIRI	1/A	100,00	100,00	-	-	100,00	-
228	1022	1972	serfam-serdom sas di castiglioni emilio & c.	Misti	VIA PESCARA	19	250,00	250,00	-	-	250,00	-
229	5759	2010	paredi srl	Misti	VIA PONCHIELLI	7	205,00	205,00	-	-	205,00	-
230	5388	2007	selda srl	Misti	VIA QUINTINO SELLA	19	76,00	29,00	14,00	15,00	-	47,00
231	5527	2011	piccardo matteo	Misti	VIA QUINTINO SELLA	65	600,00	250,00	170,00	80,00	-	350,00
232	2309	1983	cooperativa "il melograno" srl	Misti	VIA ROMA	5	50,00	50,00	-	-	50,00	-
233	6174	2013	pisano valentina	misti	VIA ROMA	11	24,00	21,00	11,00	10,00	-	3,00
234	3553	1994	b.f.m. Srl	Misti	VIA S. ANTONIO	4	193,00	193,00	20,00	173,00	-	-
235	4931	2003	vinì rizzi s.r.l.	Misti	VIA S. DONATO	4	88,00	88,00	80,00	8,00	-	-
236	6141	2013	s.c.s. l'impronta onlus	misti	VIA SAN MICHELE	7	174,00	140,00	35,00	105,00	-	34,00
237	5570	2009	crespi paolo	Misti	VIA STATUTO	8	25,00	25,00			25,00	
238	4337	1999	crespi paolo	Misti	VIA TAZZOLI	4/A	74,00	74,00	-	-	74,00	-
239	2628	1986	f.lli pegoraro snc di pegoraro alessio & c.	Misti	VIA VESPRI SICILIANI	79/A	38,00	38,00	-	-	38,00	-
240	6160	2013	new station di amboldi giorgio	misti	VIA XX SETTEMBRE	54	13,00	13,00	5,00	8,00	-	-
241	401	1972	occhioni laura	Misti	VIALE ALFIERI	6	30,00	30,00	-	-	30,00	-
242	5698	2010	la fata confetto di ulteniari barbara	Misti	VIALE BOCCACCIO	83	79,00	47,00	-	-	47,00	32,00
243	1823	1978	milani francesco	Misti	VIALE LOMBARDIA	32	30,00	30,00	-	-	30,00	-
244	4968	2003	supermercati il buon gusto s.r.l. di mellul duorah	Misti	VIALE MONTELLO	13	180,00	175,00	160,00	15,00	-	5,00
245	5860	2011	lametti Danilo	Misti	VIALE PIRANDELLO	2	40,65					
246	3821	1995	turato francesco	Misti	VIALE PIRANDELLO	24	10,00	10,00	-	-	10,00	-
247	5664	2011	integratori Busto Arsizio di Susca Alessandro	Misti	VIALE PIRANDELLO	26	60,00	60,00	-	-	60,00	-
248	5890	2011	pm elettrotecnica di picci massimiliano	Non alimentare	C.SO ITALIA ANG. VIA GALVANI	31	66,00	66,00	-	-	-	-
249	32	1992	a. laverde di laverde costantino e c. sas	Non alimentare	CORSO EUROPA	6	150,00	150,00	-	150,00	-	-
250	5977	2012	al.so technology srl	Non alimentare	CORSO EUROPA	14/C	28,00	28,00	-	28,00	-	-
251	2600	1986	azzimonti remo snc di ferronato adriano & c.	Non alimentare	CORSO EUROPA	3/BIS	70,00	70,00	-	70,00	-	-
252	3597	1994	callini noemi	Non alimentare	CORSO EUROPA	9/A	90,00	90,00	-	90,00	-	-
253	2353	2000	ar.pa di gianandrea maurizio & c. sas	Non alimentare	CORSO EUROPA	9/E	53,00	53,00	-	53,00	-	-
254	4416	2000	centro gomme crespi sas di crespi gabriel & c.	Non alimentare	CORSO ITALIA	25	30,00	30,00	-	30,00	-	-
255	4416	2011	centro gomme crespi sas di crespi gabriel & c.	Non alimentare	CORSO ITALIA	25	30,00	30,00	-	30,00	-	-
256	4924	2003	semenza gianmario	Non alimentare	CORSO ITALIA	26	62,00	60,00	-	60,00	-	2,00
257	1743	1977	giudici maria pia "nido di grazia"	Non alimentare	CORSO ITALIA	30	170,00	170,00	-	170,00	-	-
258	5900	2011	oro in euro spa	Non alimentare	CORSO ITALIA	33	81,00	55,00	-	55,00	-	16,00
259	5900	2012	oro in euro spa	Non alimentare	CORSO ITALIA	33	81,00	55,00	-	55,00	-	16,00
260	6225	2014	mg electronics snc di m. manca e a. dapi	Non alimentare	CORSO ITALIA	47	140,00	68,00	-	68,00	-	72,00
261	4802	2003	catania angelo	Non alimentare	CORSO ITALIA	52	38,00	38,00	-	38,00	-	-

262	4970	2003	hi-tech s.a.s. di alex piterà e c.	Non alimentare	CORSO ITALIA	52	70,00	20,00	-	20,00	-	50,00
263	3063	1990	bertoglio carlo	Non alimentare	CORSO ITALIA	62	43,00	43,00	-	43,00	-	-
264	5676	2009	metagame snc di di pini marcello e nonvino tommaso	Non alimentare	CORSO ITALIA	62	80,00	10,00	-	10,00	-	70,00
265	2532	1985	c.a.b. di scaburri caironi & c. s.n.c.	Non alimentare	CORSO ITALIA	83	30,00	30,00	-	30,00	-	-
266	6176	2013	infolabelettronic sas di martorana giuseppe & c.	non alimentare	CORSO ITALIA	22/B	55,00	36,00	-	36,00	-	19,00
267	6208	2013	clari sas do manuela bossi c.	Non alimentare	CORSO ITALIA	64 BIS	294,00	100,00	-	100,00	-	194,00
268	2394	1984	busto gomme di scotton alessandro & c snc	Non alimentare	CORSO ITALIA	74/A	30,00	30,00	-	30,00	-	-
269	2730	1987	armiraglio maurizio	Non alimentare	CORSO ITALIA	9/C	65,00	65,00	-	65,00	-	-
270	5358	2007	autostella srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	4	822,00	360,00	-	360,00	-	462,00
271	5358	2011	autostella srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	4	822,00	360,00	-	360,00	-	462,00
272	3833	1995	cavalleri mario e figli srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	15	30,00	30,00	-	30,00	-	-
273	6245	2014	belron italia spa	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	43	19,00	19,00	-	19,00	-	-
274	2556	1985	stefanoni giulio	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	65	68,00	68,00	-	68,00	-	-
275	2320	1983	remelli reno	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	79	30,00	30,00	-	30,00	-	-
276	5381	2007	photon mundial srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	167	386,00	184,00	-	184,00	-	202,00
277	2622	1986	bustoflor srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	176	20,00	20,00	-	20,00	-	-
278	5646	2009	audi zentrum sempione s.p.a. di flora piero giorgio	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	186	1.931,00	241,00	-	241,00	-	1.690,00
279	5481	2008	real motors spa	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	188	2.072,00	98,00	-	98,00	-	1.974,00
280	6138	2013	rollano araujo jorge washington	non alimentare	CORSO SEMPIONE	210	4,00	1,00	-	1,00	-	3,00
281	4194	1998	bottigelli mario spa	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	218	53,00	53,00	-	53,00	-	-
282	2830	1988	tomasi spa	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	240	80,00	80,00	-	80,00	-	-
283	3198	1991	tre 80 srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	240	28,00	28,00	-	28,00	-	-
284	6246	2014	stoilkov ivan	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	240	420,00	210,00	-	210,00	-	210,00
285	4819	2003	marchini giorgio	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	243	40,00	40,00	-	40,00	-	-
286	6084	2012	casa del bagno inn srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	45/B	265,00	250,00	-	250,00	-	15,00
287	5427	2007	area edile srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	55/B	113,00	86,00	-	86,00	-	27,00
288	5921	2011	modimpresa srl	Non alimentare	CORSO SEMPIONE	8/B	205,00	95,00	-	95,00	-	110,00
289	2925	1988	forti paolo	Non alimentare	CORSO SEMPIONE		22,00	22,00	-	22,00	-	-
290	2775	1987	profumeria boselli sas di ruozzi iris & c.	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	1	57,00	57,00	-	57,00	-	-
291	4335	1999	prenatal spa	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	4	237,00	237,00	-	237,00	-	-
292	4335	2012	prenatal spa	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	4						
293	3011	1989	pam srl	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	7	79,00	79,00	-	79,00	-	-
294	4101	1997	gioielleria duerre di lovati laura & c sas	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	7	40,00	40,00	-	40,00	-	-
295	1850	1978	turba narciso di turba luigi & c. snc	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	11	400,00	400,00	-	400,00	-	-
296	659	1972	rimoldi gianpietro	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	13	20,00	20,00	-	20,00	-	-
297	2305	1983	cazzani ambrogio sas di sanvito valeria & c.	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	13	60,00	60,00	-	60,00	-	-
298	3572	1994	maggio franco	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	13	25,00	25,00	-	25,00	-	-
299	362	1972	stefanazzi aldo	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	14	40,00	40,00	-	40,00	-	-
300	2108	1982	argenziano modesto	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	14	70,00	70,00	-	70,00	-	-
301	4755	2002	casati alessandra	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	14	37,00	37,00	-	37,00	-	-
302	4547	2000	coffetti sabrina	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	22	12,00	12,00	-	12,00	-	-
303	4244	1998	caccia services srl	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	29	66,00	66,00	-	66,00	-	-
304	5871	2011	euromotors	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	84	69,00	69,00	-	69,00	-	-
305	5613	2009	l'auto della corte srl	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	84	80,00	69,00	-	69,00	-	11,00
306	3417	1993	rossi maria luisa	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	109	50,00	50,00	-	50,00	-	-
307	5357	2007	gold money	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	10/B	55,00	40,00	-	40,00	-	15,00
308	5163	2005	de angelis gianluca	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	2/A	322,00	122,00	-	122,00	-	200,00
309	5257	2006	magik snc di de angelis gianluca	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	2/A	322,00	122,00	-	122,00	-	200,00
310	5645	2009	zara italia srl	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	2/A	280,00	190,00	-	190,00	-	90,00
311	1947	1979	colombo renato & bassoli fernanda snc	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	29/C	31,00	31,00	-	31,00	-	-
312	3775	1995	cifani giorgio	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	29/D	25,00	25,00	-	25,00	-	-
313	1783	1978	bollino antonio	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	41/A	73,00	73,00	-	73,00	-	-
314	6091	2013	fashion stile di monverde cristina	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	41/A	73,00	73,00	-	73,00	-	-
315	3704	1994	aloisio simona giovanna	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	52/B	61,00	61,00	-	61,00	-	-

316	5532	2008	crew srl	Non alimentare	CORSO XX SETTEMBRE	53/A	60,00	52,00	-	52,00	-	8,00
317	6088	2013	tante cose di scianna maria grazia	Non alimentare	LARGO SAN GIUSEPPE	3	240,00	120,00	-	120,00	-	120,00
318	2957	1989	centro ufficio loreto spa	Non alimentare	LARGO GIARDINO	1	130,00	130,00	-	130,00	-	-
319	3058	1990	besozzi susanna	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	30,00	30,00	-	30,00	-	-
320	3935	1996	duemme frigor srl	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	64,00	64,00	-	64,00	-	-
321	5174	2005	vanzini elisabetta maria	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	65,00	65,00	-	65,00	-	-
322	5191	2005	grassi david	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	20,00	20,00	-	20,00	-	-
323	5437	2007	tdm informatica srl	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	89,00	19,00	-	19,00	-	70,00
324	5950	2011	cartoedicola il girasole di bocchino paola	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	20,00	20,00	-	20,00	-	-
325	6017	2012	nemni raffaello	Non alimentare	LARGO GIARDINO	7	42,00	22,00	-	22,00	-	20,00
326	6063	2012	pappa e ciccia di miraglia maria antonia	Non alimentare	LARGO POZZI	2	101,50	94,00	-	94,00	-	7,50
327	4740	2002	elle & key di greguoldo katuscia & c. snc	Non alimentare	LARGO S. GIUSEPPE	2	20,00	20,00	-	20,00	-	-
328	5014	2004	gadgets snc di gagliardi e c.	Non alimentare	LARGO S. GIUSEPPE	1/D	70,00	30,00	-	30,00	-	40,00
329	4835	2003	cipolletta paolo	Non alimentare	LARGO S. GIUSEPPE	3/A	58,00	58,00	-	58,00	-	-
330	5770	2010	maglificio labate antonio	Non alimentare	PIAZZA C. NOE'	1	104,00	54,00	-	54,00	-	50,00
331	2263	1982	f.lli rossini s.n.c. di rossini carlo & c.	Non alimentare	PIAZZA COLOMBO	1	60,00	60,00	-	60,00	-	-
332	561	1972	avai angelo	Non alimentare	PIAZZA COLOMBO	4	50,00	50,00	-	50,00	-	-
333	2873	1988	bosetti marisa	Non alimentare	PIAZZA COLOMBO	4	46,00	46,00	-	46,00	-	-
334	6231	2014	f.p. società a responsabilità semplificata	Non alimentare	PIAZZA COLOMBO	5	140,00	120,00	-	120,00	-	20,00
335	1845	1978	segato paolo	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	1	16,00	16,00	-	16,00	-	-
336	4618	2001	assist srl	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	1	250,00	250,00	-	250,00	-	-
337	4619	2001	assist srl	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	1	83,00	83,00	-	83,00	-	-
338	4621	2001	world fashion food srl	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	1	30,00	30,00	-	30,00	-	-
339	5290	2006	bellini giorgio	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	1	40,00	30,00	-	30,00	-	10,00
340	1732	1977	pisoni a sas di maria rosa pisoni & c.	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	2	110,00	110,00	-	110,00	-	-
341	4610	2012	valenti giuliana	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	2	38,00	35,00	-	35,00	-	3,00
342	5587	2009	assist di caudera gualtiero	Non alimentare	PIAZZA GARIBALDI	1/A	122,00	110,00	-	110,00	-	12,00
343	5430	2007	ra.da srl	Non alimentare	PIAZZA GIOVANNI	5	380,00	215,00	-	215,00	-	165,00
344	6044	2012	sbam di baldissara alberto & c.	Non alimentare	PIAZZA MANZONI	5	84,00	64,00	-	64,00	-	20,00
345	1804	1978	perenzin orazio	Non alimentare	PIAZZA MANZONI	16	95,00	95,00	-	95,00	-	-
346	6085	2012	D.M.O. dettaglio moderno organizzato	Non alimentare	PIAZZA MANZONI	18	314,07	249,02	3,00	246,02	-	65,05
347	5364	2007	demax srl	Non alimentare	PIAZZA MANZONI	19	56,00	48,00	-	48,00	-	8,00
348	5312	2006	c.p. costruzioni sas di carnelli domenico & c	Non alimentare	PIAZZA PLEBISCITO	10	240,00	70,00	-	70,00	-	170,00
349	4429	2000	gioiggi enrico	Non alimentare	PIAZZA PLEBISCITO	7/A	10,00	10,00	-	10,00	-	-
350	2402	1984	ceccuzzi dino srl	Non alimentare	PIAZZA S. GIOVANNI	1	105,00	105,00	-	105,00	-	-
351	5591	2009	unitessile spa	Non alimentare	PIAZZA S. GIOVANNI	2	280,00	140,00	-	140,00	-	140,00
352	6015	2012	ubik srl	Non alimentare	PIAZZA S. GIOVANNI	5	257,00	163,00	-	163,00	-	94,00
353	2297	1983	crespi carlo snc di crespi pierluigi & c.	Non alimentare	PIAZZA S. GIOVANNI	4/B	40,00	40,00	-	40,00	-	-
354	3544	1993	il nuovo orso d srl	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	1	58,00	58,00	-	58,00	-	-
355	4360	1999	la botteguccia di gaiera paolo e stefano & rivolta	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	1	90,00	90,00	-	90,00	-	-
356	5501	2008	borgonovi mario sas	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	4	130,00	100,00	-	100,00	-	30,00
357	6134	2013	geox retail srl	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	4	400,00	200,00	-	200,00	-	200,00
358	3059	1990	in.co. Emilia srl	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	5	70,00	70,00	-	70,00	-	-
359	3019	1998	gioielleria un momento magico di soligo gianna	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	6	54,00	54,00	-	54,00	-	-
360	5210	2006	d.r. srl di betto r. e d.	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	6	75,00	65,00	-	65,00	-	10,00
361	4106	1997	la cravatta s.a.s. di fioravante dario e c.	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	66	60,00	60,00	-	60,00	-	-
362	4497	2000	garavaglia felice "il tarlo"	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	1/B	43,00	43,00	-	43,00	-	-
363	4590	2001	camellia srl	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	1/D	44,00	44,00	-	44,00	-	-
364	6166	2013	unitel srl	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	1/E	70,00	30,00	-	30,00	-	40,00
365	5776	2010	cardiff srl	Non alimentare	PIAZZA S. MARIA	4	102,00	82,00	-	82,00	-	20,00
366	3034	1990	maestrini fabio	Non alimentare	PIAZZA S. MICHELE	3	30,00	30,00	-	30,00	-	-
367	2590	1986	f.lli ferrario snc di bottigelli piero & c.	Non alimentare	PIAZZA S. MICHELE	5	50,00	50,00	-	50,00	-	-
368	5493	2008	cassano felice	Non alimentare	PIAZZA S. MICHELE	20	164,00	140,00	-	140,00	-	24,00
369	6232	2014	manzato nadia	Non alimentare	PIAZZA SAN GIOVANNI	2	55,00	50,00	-	50,00	-	5,00

370	6152	2013	gens aurea spa	Non alimentare	PIAZZA SANTA MARIA	1/C	92,00	32,00	-	32,00	-	92,00
371	2582	1986	ottica moderna srl	Non alimentare	PIAZZA SOLARO	6	35,00	35,00	-	35,00	-	-
372	5146	2005	sunday elisabeth	Non alimentare	PIAZZA SOLARO	6/C	37,00	6,00	-	6,00	-	31,00
373	5375	2007	lenna cinzia	Non alimentare	PIAZZA TOSELLI	4	56,84	55,46	-	55,46	-	1,38
374	1972	1979	colombo pierangelo	Non alimentare	PIAZZA TOSELLI	2/A	50,00	50,00	-	50,00	-	-
375	5301	2006	cross srl di rizzotti riccardo	Non alimentare	PIAZZA TRENTO E TRIESTE	1	236,00	141,00	-	141,00	-	95,00
376	4370	2012	tiesse snc di livio tomasone & c	Non alimentare	PIAZZA TRENTO E TRIESTE	2	75,80	63,50	-	63,50	-	12,30
377	20	1972	turissini maria albina	Non alimentare	PIAZZA TRENTO E TRIESTE	4	44,00	44,00	-	44,00	-	-
378	4461	2000	faraone srl	Non alimentare	PIAZZA VENZAGHI	2	30,00	13,60	-	13,60	-	16,40
379	2565	1985	busto ufficio srl	Non alimentare	PIAZZA VENZAGHI	3	70,00	70,00	-	70,00	-	-
380	3238	1991	pinto sara	Non alimentare	PIAZZA VITTORIO EMANUELE II	1	60,00	60,00	-	60,00	-	-
381	4985	2003	nedalini anna maria	Non alimentare	PIAZZA VITTORIO EMANUELE II	1	58,00	44,00	-	44,00	-	14,00
382	1737	1977	andreella gastone lido	Non alimentare	PIAZZA XXV APRILE	11/B	96,00	96,00	-	96,00	-	-
383	5277	2006	area edile srl	Non alimentare	PIAZZA XXV APRILE	11/C	130,00	112,00	-	112,00	-	18,00
384	5954	2011	mario società cooperativa	Non alimentare	VIA ABBA	4	200,00	200,00	-	200,00	-	-
385	3571	1994	calzificio gussoni di gussoni dario & c. snc	Non alimentare	VIA ACQUI	9	87,00	87,00	-	87,00	-	-
386	5775	2010	eurocommercio srl	Non alimentare	VIA ALBA	11	300,00	200,00	-	200,00	-	100,00
387	5711	2010	ottolini arredamenti di magnoli elena	Non alimentare	VIA ALBA	17	136,00	38,00	-	38,00	-	98,00
388	334	1968	lualdi orazio	Non alimentare	VIA ALESSANDRIA	2	18,00	18,00	-	18,00	-	-
389	4617	2001	autolavaggio sicilia	Non alimentare	VIA AMENDOLA	160	20,00	20,00	-	20,00	-	-
390	4406	2000	bienati paola	Non alimentare	VIA ANTONIO	3	70,00	70,00	-	70,00	-	-
391	1985	1980	eredi ferrazzi di ferrazzi rinaldo & c. sas	Non alimentare	VIA ARCONATE	31	30,00	30,00	-	30,00	-	-
392	5112	2005	grandi magazzini uboldi	Non alimentare	VIA AREZZO	16	1.735,00	200,00	-	200,00	-	1.535,00
393	4184	1998	la casa della batteria srl	Non alimentare	VIA AREZZO	21	117,00	117,00	-	117,00	-	-
394	556	1972	brena attilio	Non alimentare	VIA BALLARATI	3/A	25,00	25,00	-	25,00	-	-
395	4202	1998	vetraria c.m. di colombo stefano e mello franco snc	Non alimentare	VIA BASILICO	8	30,00	30,00	-	30,00	-	-
396	4015	1997	maglificio kiki snc di farioli piero & c.	Non alimentare	VIA BATTISTI	10	43,00	43,00	-	43,00	-	-
397	4913	2003	scalvi piero di antonio scalvi & c sas	Non alimentare	VIA BELFIORE	8	1.819,00	193,00	-	193,00	-	1.626,00
398	4833	2003	mobilitificio donghi sas di donghi lucia m.luisa & c.	Non alimentare	VIA BELLARIA	1	145,00	145,00	-	145,00	-	-
399	5432	2007	dimensione salotto srl	Non alimentare	VIA BELLARIA	1	500,00	200,00	-	200,00	-	300,00
400	3515	1993	vulcarapid di ruffato otorino & c. snc	Non alimentare	VIA BELLARIA	3	58,00	58,00	-	58,00	-	-
401	3952	1996	ghisellini roberto "garage bellini"	Non alimentare	VIA BELLINI	28	60,00	60,00	-	60,00	-	-
402	4404	2000	confezioni valentina di bruno beatrice & c. snc	Non alimentare	VIA BELLINI	34	30,00	30,00	-	30,00	-	-
403	3020	1989	olma snc di conalbi tramontano recanati	Non alimentare	VIA BELLOTTI	23	38,00	38,00	-	38,00	-	-
404	5898	2011	hard & soft sas	Non alimentare	VIA BENVENUTO CELLINI	4C	33,00	22,00	-	22,00	-	11,00
405	1058	1972	italiana arte sas di alloni luigia rosa & c.	Non alimentare	VIA BIANCARDI	9	140,00	140,00	-	140,00	-	-
406	2482	1984	zeroli carla	Non alimentare	VIA BIENATE	2	37,00	37,00	-	37,00	-	-
407	994	1981	crivelli giovanni srl	Non alimentare	VIA BONSIGNORA	4	800,00	100,00	-	100,00	-	700,00
408	5805	2010	Crivelli Srl	Non alimentare	VIA BONSIGNORA	4	80,00	80,00	-	-	-	-
409	5727	2010	thermoeasy srl	Non alimentare	VIA BONSIGNORA	4	800,00	23,10	-	23,10	-	776,90
410	1921	1979	meneghin ortensia	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	2	200,00	200,00	-	200,00	-	-
411	5529	2008	book club di pagani marzia e c sas	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	3	90,00	72,00	-	72,00	-	18,00
412	5255	2006	wei yian yian	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	4	54,00	54,00	-	54,00	-	-
413	4654	2001	iris snc di corbella sar & c	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	7	55,00	55,00	-	55,00	-	-
414	5181	2007	k.p.p. di giarrizzo antonella sas	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	7	145,00	110,00	-	110,00	-	35,00
415	5382	2013	venegoni celestina	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	7	69,00	45,00	-	45,00	-	24,00
416	4594	2001	vega srl il libriccio	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	9	150,00	150,00	-	150,00	-	-
417	5712	2010	lalter studio sas di balbini emanuela e raimondi	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	7/B	130,00	50,00	-	50,00	-	80,00
418	5377	2007	ko-kè srl	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	7/B	145,00	110,00	-	110,00	-	35,00
419	6196	2013	osmè di dinghi luca	Non alimentare	VIA BONSIGNORI	3	42,00	35,00	-	35,00	-	7,00
420	5205	2006	zorzi luca	Non alimentare	VIA BORRI	1	100,00	67,00	-	67,00	-	33,00
421	4870	2003	emporio bustese srl ricambi auto di crespi anna rita	Non alimentare	VIA BOSSI	2	178,00	15,00	-	15,00	-	163,00
422	5969	2012	all in S.r.l.	Non alimentare	VIA BOSSI	2	200,00	85,00	-	85,00	-	115,00
423	5969	2012	all in S.r.l.	Non alimentare	VIA BOSSI	2	200,00	85,00	-	85,00	-	115,00

424	5694	2010	de bernardi emanuele	Non alimentare	VIA BRAMANTE	1	15,00	15,00	-	15,00	-	-
425	6233	2014	benetti sergio	Non alimentare	VIA BRAMANTE	1	25,00	25,00	-	25,00	-	-
426	5498	2008	ottica rocchitelli sas	Non alimentare	VIA BRAMANTE	3	244,00	162,00	-	162,00	-	82,00
427	1897	1979	colombo roberto	Non alimentare	VIA BRAMANTE	4	20,00	20,00	-	20,00	-	-
428	2726	1987	r.g. brumana di brumana antonio e c. s.a.s.	Non alimentare	VIA BRAMANTE	4	65,00	65,00	-	65,00	-	-
429	6096	2013	bianca srl	Non alimentare	VIA BRAMANTE	4	45,11	36,90	-	36,90	-	8,25
430	5459	1970	ricchitelli vittorio	Non alimentare	VIA BRAMANTE	6	30,00	30,00	-	30,00	-	-
431	5700	2010	castiglioni mauro	Non alimentare	VIA BRAMANTE	8	73,00	51,00	-	51,00	-	22,00
432	5624	2009	grassini alberto ortopedia srl	Non alimentare	VIA BRAMANTE	8	41,74	37,49	-	37,49	-	4,30
433	2354	1983	millepiedi di lavazza paolo & c.sas	Non alimentare	VIA BRAMANTE	3/BIS	42,00	42,00	-	42,00	-	-
434	3640	1994	il tricologo di mangia salvatore e masi fernanda &c	Non alimentare	VIA BURIGOZZI	2	58,00	58,00	-	58,00	-	-
435	5300	2006	cross srl di rizzotti riccardo	Non alimentare	VIA CANDIANI	2	175,00	150,00	-	150,00	-	25,00
436	1807	1978	c.e.m.e.spa	Non alimentare	VIA CAPRERA	2	164,00	164,00	-	164,00	-	-
437	3641	1994	bandera nicolella "ditta bandera romano"	Non alimentare	VIA CARDINAL SIMONE	17	50,00	50,00	-	50,00	-	-
438	5777	2010	la fabbrica di cioccolato di casolari monica	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	1	50,00	30,00	-	30,00	-	20,00
439	5130BIS	2005	otocenter srl di cangialosi maria	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	1	50,00	38,00	-	38,00	-	12,00
440	5218	2006	il videofonino s.r.l.	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	1	60,00	25,00	-	25,00	-	35,00
441	5329	2007	non solo latte srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	1	80,00	40,00	-	40,00	-	40,00
442	5389	2007	mendino srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	1	76,00	26,00	-	26,00	-	50,00
443	6086	2013	f.lli butti srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	2					-	-
444	5931	2011	ballan fausto	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	3	95,00	80,00	-	80,00	-	15,00
445	3453	1993	galli giovanni & c snc	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	4	35,00	35,00	-	35,00	-	-
446	4117	1997	beccari giorgio	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	4	27,00	27,00	-	27,00	-	-
447	5315	2007	witch di apreia anna	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	4	21,00	21,00	-	21,00	-	-
448	2403	1984	penta sas di rustici daniela & c.	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	5	120,00	120,00	-	120,00	-	-
449	5672	2009	salvo sara	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	5	33,00	16,00	-	16,00	-	17,00
450	5692	2009	bip computer srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	5	180,00	100,00	-	100,00	-	80,00
451	5093	2005	mode italia srl di pezzolla domenico	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	6	16,00	16,00	-	16,00	-	-
452	5881	2011	electromann di urciuoli giulio	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	6	64,00	22,00	-	22,00	-	42,00
453	6121	2013	mamagi srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	6	139,00	65,00	-	65,00	-	74,00
454	694	1966	travaini anna	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	7	52,00	52,00	-	52,00	-	-
455	5272	2006	il miele e la gallina di luisa miele e cinzia gallina snc	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	7	70,00	70,00	-	70,00	-	-
456	3350	1990	scagnelli giovanni	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	8	85,00	85,00	-	85,00	-	-
457	3350	2010	scagnelli giovanni	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	8	85,00	85,00	-	85,00	-	-
458	5883	2011	paul andrew srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	8	301,00	107,00	-	107,00	-	194,00
459	5674	2009	ski srl	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	8	70,00	50,00	-	50,00	-	20,00
460	6172	2013	lovaglio chiara pina giovanni	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	1/A	14,00	14,00	-	14,00	-	-
461	4099	1997	tosì laura enrica amalia	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	4/B	20,00	20,00	-	20,00	-	-
462	4880	2003	frascoia italo	Non alimentare	VIA CARDINALE TOSI	6/A	148,00	65,00	-	65,00	-	83,00
463	5843	2011	bosso per paolo	Non alimentare	VIA CARDUCCI	5A						
464	5701	2010	ghironda srl	Non alimentare	VIA CARLO CATTANEO	2	195,00	120,00	-	120,00	-	75,00
465	6102	2013	sil.d.a. srl	Non alimentare	VIA CARLO PORTA	1	52,00	29,00	-	29,00	-	23,00
466	4361	1999	la botteguccia di gaiera paolo e stefano & rivolta	Non alimentare	VIA CARLO PORTA	2	40,00	40,00	-	40,00	-	-
467	4996	2004	perugini anna	Non alimentare	VIA CARLO PORTA	2	60,00	35,00	-	35,00	-	25,00
468	3081	1990	chiamone giovanni	Non alimentare	VIA CARROCCIO	8	132,00	132,00	-	132,00	-	-
469	3712	1910	autoteam srl	Non alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	6	90,00	90,00	-	90,00	-	-
470	4846	2003	comini orlando	Non alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	42	10,00	10,00	-	10,00	-	-
471	4920	2003	s.c.a. city car srl	Non alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	115	1.695,00	120,00	-	120,00	-	1.575,00
472	5799	2010	sca spa	Non alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	155	1.495,00	111,00	-	111,00	-	1.384,00
473	3900	1996	fogliani spa	Non alimentare	VIA CASSANO MAGNAGO	157	32,00	32,00	-	32,00	-	-
474	4930	2003	corti moda intimo srl	Non alimentare	VIA CASTELFIDARDO	30	298,00	243,00	-	243,00	-	55,00
475	6034	2012	lory srl	Non alimentare	VIA CASTELFIDARDO	1/bis	219,00	200,00	-	200,00	-	19,00
476	5970	2012	colamussi paolo	Non alimentare	VIA CASTELFIDARDO	snc	90,00	80,00	-	80,00	-	10,00
477	4878	2003	cereda pierandrea	Non alimentare	VIA CASTELLANZA	94	105,00	38,00	-	38,00	-	67,00

478	1590	1975	martignoni pietro & angelo sas	Non alimentare	VIA CASTELMORRONE	33	30,00	30,00	-	30,00	-	-
479	5239	2006	new motors spa	Non alimentare	VIA CASTELMORRONE	39	179,00	171,00	-	171,00	-	8,00
480	5863	2011	digital rice srl	Non alimentare	VIA CASTIGLIONI	1						
481	5866	2011	vivaldi srl	Non alimentare	VIA CASTIGLIONI	1	151,68	79,80	-	79,80	-	71,88
482	2360	1984	beggio giorgio	Non alimentare	VIA CASTIGLIONI	1/A	20,00	20,00	-	20,00	-	-
483	6158	2014	civico 11 junior outlet	Non alimentare	VIA CATTANEO	4	160,00	80,00	-	80,00	-	80,00
484	5710	2010	c.e.a. spa	Non alimentare	VIA CATULLO	8	30,00	30,00	-	30,00	-	-
485	2758	1987	rimoldi umberto	Non alimentare	VIA CAVALCANTI	17	92,00	92,00	-	92,00	-	-
486	1525	1991	collini snc di collini guido & c.	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	1	100,00	100,00	-	100,00	-	-
487	3960	1996	coltelleria collini ferdinando debora e rudy snc	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	1	66,00	66,00	-	66,00	-	-
488	5270	2006	coltelleria collini di collini ferdinando,debora e rudy	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	1	38,00	38,00	-	38,00	-	-
489	2672	1986	meneghin ortensia	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	2	45,00	45,00	-	45,00	-	-
490	6122	2013	gioielleria gian carlo parachini di angelo parachini	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	2	85,00	63,00	-	63,00		22,00
491	1767	1978	mainini maria laura	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	3	100,00	100,00	-	100,00	-	-
492	5062	2004	torrente giuseppa	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	3	20,00	20,00	-	20,00	-	-
493	5442	2008	sogni e folle snc di leto mary e c.	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	4	165,00	65,00	-	65,00	-	100,00
494	3914	1996	ferioli dario	Non alimentare	VIA CAVALLOTTI	5/B	20,00	20,00	-	20,00	-	-
495	1782	1988	buzzi radio snc di buzzi giovanni e gioni isidora	Non alimentare	VIA CAVOUR	1	32,00	32,00	-	32,00	-	-
496	3961	1996	gagliardi giovanni	Non alimentare	VIA CAVOUR	1	85,00	85,00	-	85,00	-	-
497	5436	2007	magir srl	Non alimentare	VIA CAVOUR	1	77,29	45,87	-	45,87	-	31,42
498	1782	2010	buzzi radio snc	Non alimentare	VIA CAVOUR	1	112,70	109,19	-	109,19	-	3,51
499	6007	2012	art & act srl	Non alimentare	VIA CAVOUR	1	48,00	40,00	-	40,00	-	8,00
500	6165	2013	crina srl	Non alimentare	VIA CAVOUR	1	63,00	53,00	-	53,00	-	10,00
501	1910	1979	solbiati nicoledda	Non alimentare	VIA CAVOUR	2	42,00	42,00	-	42,00	-	-
502	2267	1982	daverio elda maria	Non alimentare	VIA CAVOUR	2	20,00	20,00	-	20,00	-	-
503	3313	1992	mangeli teresa	Non alimentare	VIA CAVOUR	2	111,00	111,00	-	111,00	-	-
504	4791	2003	giardiello umberto	Non alimentare	VIA CAVOUR	2	9,00	9,00	-	9,00	-	-
505	5451	2008	canard 88 srl	Non alimentare	VIA CAVOUR	2	124,00	115,00	-	115,00	-	9,00
506	4452	2000	sisti ambrogio	Non alimentare	VIA CAVOUR	3	126,00	126,00	-	126,00	-	-
507	398	1966	ferrè ernestina	Non alimentare	VIA CELLINI	2	40,00	40,00	-	40,00	-	-
508	3658	1994	radice giovanni e grignani antonio snc	Non alimentare	VIA CELLINI	2	34,00	34,00	-	34,00	-	-
509	1649	1976	rizzetta riccardo	Non alimentare	VIA CELLINI	3	28,00	28,00	-	28,00	-	-
510	4569	2001	ebale laura	Non alimentare	VIA CELLINI	5	89,00	89,00	-	89,00	-	-
511	4616	2001	suardi paola	Non alimentare	VIA CELLINI	5	41,00	41,00	-	41,00	-	-
512	5256	2006	mainini monica	Non alimentare	VIA CELLINI	5	32,75	22,40	-	22,40	-	10,35
513	5258	2006	d'imperio antonio	Non alimentare	VIA CELLINI	7	30,00	16,00	-	16,00	-	14,00
514	5937	2011	foscaldi alessandra	Non alimentare	VIA CELLINI	19	100,00	2,00	-	2,00	-	98,00
515	2108	2013	argenziano modesto	Non alimentare	VIA CELLINI	19	102,00	57,00	-	57,00	-	45,00
516	5958	2014	irish shop	Non alimentare	VIA CESARE CORRENTI	2	70,00	52,00	-	52,00	-	18,00
517	3394	1993	m.t.s. manifatture tessili spugna spa	Non alimentare	VIA CHISIMAI	2	51,00	51,00	-	51,00	-	-
518	6061	2012	espana robles maria isabel	Non alimentare	VIA CONCORDIA	2	50,00	25,00	-	25,00	-	25,00
519	5152	2005	eleservice srl di esposito domenico	Non alimentare	VIA CORBETTA	8	49,00	45,00	-	45,00	-	4,00
520	4103	1997	rtz offroad equipment snc di rebesco giulio & c.	Non alimentare	VIA CORRENTI	1	50,00	50,00	-	50,00	-	-
521	5327	2007	aurora altamoda srl	Non alimentare	VIA CORRENTI	2	48,00	40,00	-	40,00	-	8,00
522	3230	1991	midtown srl	Non alimentare	VIA CORRIDONI	9	81,00	81,00	-	81,00	-	-
523	3027	1989	tosì davide	Non alimentare	VIA COSTA	25	22,00	22,00	-	22,00	-	-
524	2471	1984	rabolini carlo	Non alimentare	VIA COSTA	32	65,00	65,00	-	65,00	-	-
525	5551	2008	servizi trasporti logistica sas	Non alimentare	VIA COSTA	33	200,00	25,00	-	25,00	-	175,00
526	5322	2007	Grassini Alberto Ortopedia Srl	Non alimentare	VIA CREMONA	2	160,00	60,00	-	60,00	-	100,00
527	3094	1990	t'shirt shock sas di meda marisa & c.	Non alimentare	VIA CRESPI	1	70,00	70,00	-	70,00	-	-
528	3133	1990	sirdata srl	Non alimentare	VIA CRESPI	1	35,00	35,00	-	35,00	-	-
529	3841	1995	golconda d'or di bossi anna e orsenigo clara snc	Non alimentare	VIA CRESPI	1	30,00	30,00	-	30,00	-	-
530	5523	2008	pacific lab snc di cipolletta paolo & C.	Non alimentare	VIA CRESPI	1	125,00	115,00	-	115,00	-	10,00
531	5976	2012	tentazioni di cerrelli antonella	Non alimentare	VIA CRESPI	1	52,00	36,00	-	36,00	-	16,00

532	5503	2008	silver sas di giroffi luca e C.	Non alimentare	VIA CRESPI	2	57,00	50,00	-	50,00	-	7,00
533	5557	2009	miroglio fashion srl	Non alimentare	VIA CRESPI	2	166,00	131,00	-	131,00	-	35,00
534	2502	1985	vibieffe sas di vescera celestina & c.	Non alimentare	VIA CRESPI	3	102,00	102,00	-	102,00	-	-
535	5522	2008	pacific lab snc di cipolletta paolo & C.	Non alimentare	VIA CRESPI	1/A	83,00	75,00	-	75,00	-	8,00
536	1414	1987	macchi e rota snc di macchi luciano e rota carla e c.	Non alimentare	VIA CRISPI	11	116,00	116,00	-	116,00	-	-
537	3616	1994	multistudio di marrazzo & zambrelli & c. Snc	Non alimentare	VIA CRISPI	18	75,00	75,00	-	75,00	-	-
538	5294	2006	mara sergio ,	Non alimentare	VIA CRISPI	18	75,00	50,00	-	50,00	-	25,00
539	5792	2010	h3g spa	Non alimentare	VIA D. CRESPI	2/c	35,00	25,00	-	25,00	-	10,00
540	3162	1991	fonte dei fiori sas di cereda elisabetta & c.	Non alimentare	VIA DA BRESCIA	S.N.C.	40,00	40,00	-	40,00	-	-
541	4587	2001	nuova misel di calandro yari & c. sas	Non alimentare	VIA DA GIUSSANO	1	28,00	28,00	-	28,00	-	-
542	4632	2001	f.net srl	Non alimentare	VIA DA GIUSSANO	1	45,00	45,00	-	45,00	-	-
543	5374	2007	c.a.b. s.a.s. di marco bossi & c.	Non alimentare	VIA DA GIUSSANO	9	110,00	110,00	-	110,00	-	-
544	5830	2011	gullotta christian	Non alimentare	VIA DAIRAGO	8						
545	6242	2014	miami trading srl semplificata	Non alimentare	VIA DANIELE CRESPI	2	54,00	33,00	-	33,00	-	21,00
546	6067	2012	italia smile di mesana salvatore	Non alimentare	VIA DANIELE CRESPI	3						
547	6188	2013	bisel srl	Non alimentare	VIA DANIELE CRESPI	3	151,00	66,00	-	66,00	-	85,00
548	6009	2012	maruozzo minella	Non alimentare	VIA DANTE	12	80,00	73,00	-	73,00	-	7,00
549	2115	1992	tosì giannino & c. di tosi andrea sas	Non alimentare	VIA DANTE ALIGHIERI	4	250,00	250,00	-	250,00	-	-
550	3379	1993	ferramenta colorificio gussoni snc	Non alimentare	VIA DE AMICIS	4	120,00	120,00	-	120,00	-	-
551	5856	2011	nordovest comunicazione di diego martinelli	Non alimentare	VIA DE PRETIS	30						
552	2702	1987	calderoni fabio	Non alimentare	VIA DE SANCTIS	19	85,00	85,00	-	85,00	-	-
553	4720	2002	mulazzi marina emma	Non alimentare	VIA DEI MILLE	11	54,00	54,00	-	54,00	-	-
554	3139	1991	salvadori claudio	Non alimentare	VIA DEL BOSCO	44	33,00	33,00	-	33,00	-	-
555	4693	2001	caccia mario snc	Non alimentare	VIA DEL LAVORO	2	36,00	36,00	-	36,00	-	-
556	4013	1997	calzamania srl	Non alimentare	VIA DELEDDA	8	90,00	90,00	-	90,00	-	-
557	4053	1997	automa-automatismi sistemi di sicurezza srl	Non alimentare	VIA DELEDDA	19	180,00	180,00	-	180,00	-	-
558	4503	2000	brogna marco	Non alimentare	VIA DELLA REPUBBLICA	7	19,00	19,00	-	19,00	-	-
559	2431	1984	falduto giuseppe	Non alimentare	VIA DELLA REPUBBLICA	71	75,00	75,00	-	75,00	-	-
560	4369	1999	de nigris sergio	Non alimentare	VIA DELLA REPUBBLICA	73	39,00	39,00	-	39,00	-	-
561	4379	1999	fioreria pincirolì di pincirolì mario & C. snc	Non alimentare	VIA DELLA RICORDANZA	22	45,00	45,00	-	45,00	-	-
562	6032	2012	cerutti valeria	Non alimentare	VIA DELL'ASSUNTA	1	55,00	40,00	-	40,00	-	15,00
563	4201	1998	univer shop srl	Non alimentare	VIA DELLE ALLODOLE	1	48,00	48,00	-	48,00	-	-
564	4255	1998	bassi emanuela	Non alimentare	VIA DELLE ALLODOLE	1	102,00	102,00	-	102,00	-	-
565	4387	1999	empire srl	Non alimentare	VIA DELLE ALLODOLE	1	177,00	177,00	-	177,00	-	-
566	3079	1990	unipel pulfur di andrea borali & c. snc	Non alimentare	VIA DELL'INDUSTRIA	B2/14	76,00	76,00	-	76,00	-	-
567	2817	1988	testa enrico	Non alimentare	VIA DELL'INDUSTRIA	S.N.C.	20,00	20,00	-	20,00	-	-
568	3970	1996	la montre di maletta giancarlo & c. sas	Non alimentare	VIA DIAZ	10	70,00	70,00	-	70,00	-	-
569	4738	2002	regency srl	Non alimentare	VIA DIAZ	10	33,00	33,00	-	33,00	-	-
570	3947	1996	top gun di lualdi claudio & c. snc	Non alimentare	VIA DIAZ	19	40,00	40,00	-	40,00	-	-
571	3568	1994	cristallerie diaz di cattorini silvio & C. snc	Non alimentare	VIA DIAZ	25	200,00	200,00	-	200,00	-	-
572	1665	1976	restelli michele e c. s.a.s.	Non alimentare	VIA DIAZ	27	200,00	200,00	-	200,00	-	-
573	4844	2003	borin snc di borin riccardo e simone	Non alimentare	VIA DON DAVIDE ALBERTARIO	13	94,00	94,00	-	94,00	-	-
574	3416	1993	megali miriam	Non alimentare	VIA DON LUIGI STURZO	3	40,00	40,00	-	40,00	-	-
575	3802	1995	savoldi alberto	Non alimentare	VIA DON MARELLI	4	55,00	55,00	-	55,00	-	-
576	2984	1989	rometti virginio	Non alimentare	VIA DON MARELLI		40,00	40,00	-	40,00	-	-
577	4639	2001	d.oro srl	Non alimentare	VIA DON MINZONI	2	45,00	45,00	-	45,00	-	-
578	5521	2008	hrt group sas di cavalieri massimo	Non alimentare	VIA DON MINZONI	2	250,00	106,00	-	106,00	-	144,00
579	5762	2010	dino cecuzzi spa	Non alimentare	VIA DON MINZONI	2	78,00	38,00	-	38,00	-	40,00
580	6145	2013	sacigoielli di scaglione samuele e c. snc	Non alimentare	VIA DON MINZONI	2	109,40	31,80	-	31,80	-	72,60
581	6125	2013	abenante marco	Non alimentare	VIA EDOLO	6						
582	4538	2000	toma ernesto	Non alimentare	VIA ESPINASSE	20	32,00	32,00	-	32,00	-	-
583	6213	2013	frenotecnica bustese service srl	Non alimentare	VIA ESPINASSE	43/BIS	185,00	55,00	-	55,00	-	130,00
584	5197	2005	di mare simona	Non alimentare	VIA F.LLI DI DIO	5	125,00	80,00	-	80,00	-	45,00
585	5251	2006	migliore srl di greco juri	Non alimentare	VIA F.LLI DI DIO	5	187,00	51,00	-	51,00	-	136,00

586	5456	2008	tech solution srl	Non alimentare	VIA F.LLI DI DIO	5	125,00	113,00	-	113,00	-	12,00
587	5251	2011	migliore srl di greco juri	Non alimentare	VIA F.LLI DI DIO	5	187,00	51,00	-	51,00	-	136,00
588	5251	2012	migliore srl di greco juri	Non alimentare	VIA F.LLI DI DIO	5						
589	2174	1989	edimec srl	Non alimentare	VIA F.LLI DI DIO	S.N.C.	58,00	58,00	-	58,00	-	-
590	3978	1996	ferrario ottavio	Non alimentare	VIA F.LLI D'ITALIA	3	32,00	32,00	-	32,00	-	-
591	4858	2003	ri.pa. Srl	Non alimentare	VIA F.LLI D'ITALIA	4	171,00	136,00	-	136,00	-	35,00
592	4517	2000	ri.pa. Srl	Non alimentare	VIA F.LLI D'ITALIA	6	200,00	200,00	-	200,00	-	-
593	1230	1985	rioni adriano	Non alimentare	VIA F.LLI D'ITALIA	5/B	36,00	36,00	-	36,00	-	-
594	5631	2009	quarter sas	Non alimentare	VIA F.LLI D'ITALIA	4	104,00	72,70	-	72,70	-	31,30
595	5086	2004	Rinaudo Giovanni	Non alimentare	VIA FAGNANO OLONA	11	46,00	46,00	-	46,00	-	-
596	3297	1992	melotti marco	Non alimentare	VIA FAGNANO OLONA	23	50,00	50,00	-	50,00	-	-
597	5126	2005	pba sas di vignati simona	Non alimentare	VIA FAGNANO OLONA	23	68,00	58,00	-	58,00	-	10,00
598	5649	2009	rossi danielle	Non alimentare	VIA FAGNANO OLONA	23	61,00	61,00	-	61,00	-	-
599	5042	2004	fi.bi. Srl di fiora pier giorgio	Non alimentare	VIA FAGNANO OLONA		5.000,00	119,00	-	119,00	-	4.881,00
600	5156	2005	federico rosa	Non alimentare	VIA FAVANA		20,00	18,00	-	18,00	-	2,00
601	3719	1995	i.c.e.a. di de vita luigi e frontini eva snc	Non alimentare	VIA FERRARA	10	60,00	60,00	-	60,00	-	-
602	2524	1985	colombo carlo di colombo bruno e gianantonio	Non alimentare	VIA FERRARA	12	70,00	70,00	-	70,00	-	-
603	4742	2002	diana danilo guglielmo	Non alimentare	VIA FERRARI	1	10,00	10,00	-	10,00	-	-
604	6162	2013	tutto a 1 euro e più di lovisari massimo	Non alimentare	VIA FERRARI	4	120,00	98,00	-	98,00	-	22,00
605	4226	1998	fumettolandia di ferrari angelo & c. sas	Non alimentare	VIA FERRARI	2/C	30,00	30,00	-	30,00	-	-
606	3434	1993	samauto srl	Non alimentare	VIA FERRARIS	13	180,00	180,00	-	180,00	-	-
607	4810	2003	d'orazio santina	Non alimentare	VIA FERRER	3	5,00	5,00	-	5,00	-	-
608	5434	2008	nasatti cesarino	Non alimentare	VIA FERRER	3	230,00	92,00	-	92,00	-	138,00
609	5965	2012	sfa srl	Non alimentare	VIA FERRER	3	298,00	130,00	-	130,00	-	168,00
610	3290	1992	romatex srl	Non alimentare	VIA FERRER	13	210,00	210,00	-	210,00	-	-
611	5989	2012	lce snc	Non alimentare	VIA FERRER	1/A	25,00	25,00	-	25,00	-	-
612	1444	1974	carlo aimoni di giovanni e augusto aimoni	Non alimentare	VIA FERRINI	38	51,00	51,00	-	51,00	-	-
613	5665	2009	the legend di saia emanuele	Non alimentare	VIA FILZI	5	20,00	17,00	-	17,00	-	3,00
614	1975	1979	ferrario carlo	Non alimentare	VIA FIORDALISO	13	168,00	168,00	-	168,00	-	-
615	5379	2007	wellness production srl	Non alimentare	VIA FIUME	S.N.C.	160,00	100,00	-	100,00	-	60,00
616	5955	2011	shoes & wear srl	Non alimentare	VIA FIUME	snc	170,00	60,00	-	60,00	-	110,00
617	3610	1994	pellegatta francesco di pellegatta giovanni & c. snc	Non alimentare	VIA FOSCOLO	2	30,00	30,00	-	30,00	-	-
618	4259	1998	aleph di olga tosi & c.	Non alimentare	VIA FOSCOLO	2	60,00	60,00	-	60,00	-	-
619	3692	1994	mobilitificio lualdi srl	Non alimentare	VIA FOSCOLO	4	230,00	230,00	-	230,00	-	-
620	2038	1990	tovaglieri mario giuseppe sas di tovaglieri luigi & c.	Non alimentare	VIA FOSCOLO	13	73,00	73,00	-	73,00	-	-
621	5868	2011	cuoredivino snc	Non alimentare	VIA FRANCESCO CRISPI	26	60,00	30,00	-	30,00	-	30,00
622	6150	2013	dacar srl	Non alimentare	VIA FRATELLI D'ITALIA	3	45,00	20,00	-	20,00	-	25,00
623	5780	2010	di tutto di più di milani giancarlo e c. sas	Non alimentare	VIA G. FERRARI	4	65,00	65,00	-	65,00	-	-
624	538	1972	zambrano antonio	Non alimentare	VIA GAETA	1	16,00	16,00	-	16,00	-	-
625	6065	2012	settembrino patrizia	Non alimentare	VIA GAETA	2	64,00	54,00	-	54,00	-	10,00
626	6218	2013	l' in classifica snc di gilardengo & lasciamella	Non alimentare	VIA GAETA	8	60,00	40,00	-	40,00	-	20,00
627	4152	1997	ged store snc di bianchetti andrea e aliverti davide	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4	50,00	50,00	-	50,00	-	-
628	4370	1998	tiesse snc di livio tomasone & c	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4	68,00	68,00	-	68,00	-	-
629	5641	2009	passioni snc di salituri rosella e ciulla tamara	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4	60,00	58,00	-	58,00	-	2,00
630	5317	2007	busto skate srl	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4/E	140,00	75,00	-	75,00	-	65,00
631	5317	2011	busto skate srl	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4/E	130,00	70,00	-	70,00	-	60,00
632	5317	2014	busto skate sas	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4/E	130,00	70,00	-	70,00	-	60,00
633	5566	2009	catone ilaria	Non alimentare	VIA GALILEO GALILEI	4/G	225,00	93,00	-	93,00	-	132,00
634	4208	1998	grianti carmen	Non alimentare	VIA GALLAZZI	1	55,00	55,00	-	55,00	-	-
635	6005	2012	emergere sas di diego mazzitelli	Non alimentare	VIA GALLAZZI	5	41,00	34,00	-	34,00	-	7,00
636	6014	2012	BUSTO CAR sas	Non alimentare	VIA GALLIANO	1	55,00	20,00	-	20,00	-	35,00
637	4940	2003	chiari c.o.c. s.r.l. di chiari giorgio graziano	Non alimentare	VIA GAVINANA	9	58,00	43,00	-	43,00	-	15,00
638	4577	2001	farè roberta	Non alimentare	VIA GAVINANA	15	1,00	1,00	-	1,00	-	-
639	2390	1984	ornago vittorio	Non alimentare	VIA GAVINANA	17	34,00	34,00	-	34,00	-	-

640	2065	1988	ri.ma.tex new service srl	Non alimentare	VIA GAVINANA	18	42,00	42,00	-	42,00	-	-
641	4247	1998	aspes spa	Non alimentare	VIA GAVINANA	6/BIS	63,00	63,00	-	63,00	-	-
642	2762	1987	il punto edile snc di settembrino roberto e fior fabrizio	Non alimentare	VIA GELA	5	60,00	60,00	-	60,00	-	-
643	1584	1975	centro arredamento tosi snc di tosi enrico e luigi	Non alimentare	VIA GENERALE FANTI	1	287,00	287,00	-	287,00	-	-
644	4412	1972	centro arredamento tosi snc di tosi enrico e luigi	Non alimentare	VIA GENERALE FANTI	6	550,00	550,00	-	550,00	-	-
645	2808	1987	vetraria carlo castellanza snc di grazia castellanza & c.	Non alimentare	VIA GENERALE FANTI	12	160,00	160,00	-	160,00	-	-
646	2026	1980	ceab srl di francesconi silverio	Non alimentare	VIA GENOVA	12	80,00	80,00	-	80,00	-	-
647	3074	1990	seppo maria cristina	Non alimentare	VIA GENOVA	19	35,00	35,00	-	35,00	-	-
648	5846	2011	bernardini fabio	Non alimentare	VIA GENOVA	20						
649	5847	2011	panzetti nadia maria grazia	Non alimentare	VIA GENOVA	20						
650	1942	1979	spotti arredamenti srl	Non alimentare	VIA GENOVA	28	350,00	350,00	-	350,00	-	-
651	3790	1995	miros srl	Non alimentare	VIA GIOBERTI	16	40,00	40,00	-	40,00	-	-
652	5895	2011	malizie di clementi maria luisa	Non alimentare	VIA GOITO	2	88,00	80,00	-	88,00	-	8,00
653	5176	2005	confezione fenix di miniero rosa & c. snc	Non alimentare	VIA GOITO	13/B	20,00	20,00	-	20,00	-	-
654	2052	1980	favron e bergamin spa	Non alimentare	VIA GOZZANO	20	300,00	300,00	-	300,00	-	-
655	3340	1992	idrotermosanitaria giada srl	Non alimentare	VIA INDIPENDENZA	2	95,00	95,00	-	95,00	-	-
656	5406	2007	sostenibile soc. cop.soc. a r.l.	Non alimentare	VIA INDIPENDENZA	2	270,00	200,00	-	200,00	-	70,00
657	6185	2013	peacock beauty center di capraro veronique	Non alimentare	VIA ISONZO	22/A	2,00	2,00	-	2,00	-	-
658	5352	2007	mirtillo srl	Non alimentare	VIA LEGA LOMBARDA	7	195,00	195,00	-	195,00	-	-
659	6205	2013	unishop srl	Non alimentare	VIA LEGA LOMBARDA	7	75,00	75,00	-	75,00	-	-
660	6155	2013	biolo lorenzo	Non alimentare	VIA LEPANTO	3						
661	3075	1990	venturini maurizio	Non alimentare	VIA LEPANTO	4	31,00	31,00	-	31,00	-	-
662	4584	2001	zambrano marina	Non alimentare	VIA LEPANTO	5	25,00	25,00	-	25,00	-	-
663	5251	2011	migliore srl di greco juri	Non alimentare	VIA LIBIA	5						
664	3714	1995	marinotto oreste	Non alimentare	VIA LIBIA	13	31,00	31,00	-	31,00	-	-
665	628	1962	lupi ambrogio	Non alimentare	VIA LOCATELLI	1	30,00	30,00	-	30,00	-	-
666	3737	1995	m.m. flor snc di masini roberto & c.	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	0	20,00	20,00	-	20,00	-	-
667	5904	2011	oro king di curci valentino	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	53	45,00	38,00	-	38,00	-	2,00
668	3	1972	molteni renzo giuseppe	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	58	150,00	150,00	-	150,00	-	-
669	5816	2010	zaroli stefano piero	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	65	47,30	27,00	-	27,00	-	20,30
670	3017	1989	mantegazza gianluca	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	69	67,00	67,00	-	67,00	-	-
671	4489	2000	salvadori s.m. di salvadori mirco e sergio	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	79	70,00	70,00	-	70,00	-	-
672	4946	2003	tarantola cesarina	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	INGR.CIN	40,00	20,00	-	20,00	-	20,00
673	4789	2002	benetti sergio	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	45/B	84,00	50,00	-	50,00	-	34,00
674	4349	1999	bassi maria	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	55/A	35,00	35,00	-	35,00	-	-
675	5319	2007	pi.erre. sport srl	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO	99/TER	600,00	141,00	-	141,00	-	459,00
676	1713	1977	tarantola cesarina	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO		10,00	10,00	-	10,00	-	-
677	4861 BIS	2003	zagato gilberto	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO		20,00	20,00	-	20,00	-	-
678	5572	2009	i chioschi di lele sas di e. pirola	Non alimentare	VIA LONATE POZZOLO		20,00	20,00	-	20,00	-	-
679	2940	1989	raf srl strumenti musicali	Non alimentare	VIA LUALDI	1	90,00	90,00	-	90,00	-	-
680	4430	2000	glass in italy di cova giorgio & c. snc	Non alimentare	VIA LUALDI	1	30,00	30,00	-	30,00	-	-
681	5211	2006	ferrè armando di niro g. & c. sas	Non alimentare	VIA LUALDI	1	42,00	37,00	-	37,00	-	5,00
682	5603	2009	mun tian fan	Non alimentare	VIA LUALDI	4	68,00	30,00	-	30,00	-	38,00
683	5706	2010	tartagni nicolella	Non alimentare	VIA LUALDI	14	55,00	38,00	-	38,00	-	17,00
684	3237	1991	d.e.c.a. diesel elettrico commercio assistenza srl	Non alimentare	VIA MACCA	19	150,00	150,00	-	150,00	-	-
685	5831	2011	GiZeta di zagano giuseppe	Non alimentare	VIA MACCHIAVELLI	22	40,00	40,00	-	40,00	-	-
686	5072	2010	c. di r. di tonoli claudio	Non alimentare	VIA MACCHIAVELLI	8	287,00	95,00	-	95,00	-	192,00
687	1033	1972	cagnoni pietro	Non alimentare	VIA MADONNA IN CAMPAGNA	2	170,00	170,00	-	170,00	-	-
688	1813	1978	caru' maria antonia e bonfiglio adele	Non alimentare	VIA MADONNA IN CAMPAGNA	2	85,00	85,00	-	85,00	-	-
689	5402	2007	cagnoni marco	Non alimentare	VIA MADONNA IN CAMPAGNA	2	170,00	170,00	-	170,00	-	-
690	2783	1987	azimonti guidò	Non alimentare	VIA MADONNA IN CAMPAGNA	9	46,00	46,00	-	46,00	-	-
691	5101	2005	bandera adriano	Non alimentare	VIA MAGENTA	12	116,00	95,00	-	95,00	-	21,00
692	4352	1992	v.p.racing di pellegatta claudio & c. snc	Non alimentare	VIA MAGENTA	15	61,00	61,00	-	61,00	-	-
693	3187	1991	3 g srl di gianoli giorgio & c.	Non alimentare	VIA MAGENTA	17	82,00	82,00	-	82,00	-	-

694	3209	1991	colorificio nord di alzati giuliano e simioni fidalma snc	Non alimentare	VIA MAGENTA	22	58,00	58,00	-	58,00	-	-
695	6046	2012	oro espresso di curci mario	Non alimentare	VIA MAGENTA	22	43,00	37,00	-	37,00	-	6,00
696	5149	2005	boukedjouta badis	Non alimentare	VIA MAGENTA	34	40,00	40,00	-	40,00	-	-
697	3537	1993	calzamania srl	Non alimentare	VIA MAGENTA	45	59,00	59,00	-	59,00	-	-
698	4209	1998	gioielleria duerre di lovatì laura & c sas	Non alimentare	VIA MAGENTA	45	42,00	42,00	-	42,00	-	-
699	2259	1982	crespi roberto & c. s.a.s.	Non alimentare	VIA MAGENTA	48	236,00	236,00	-	236,00	-	-
700	3155	1991	globo srl	Non alimentare	VIA MAGENTA	48	230,00	230,00	-	230,00	-	-
701	932	1972	arredamenti rig-house di giovanni sacconago & c.snc	Non alimentare	VIA MAGENTA	50	550,00	550,00	-	550,00	-	-
702	2421	1984	cartoleria luisella di tassini mauro & c. snc	Non alimentare	VIA MAGENTA	50	66,00	66,00	-	66,00	-	-
703	6223	2014	rimoldi maria adele	Non alimentare	VIA MAGENTA	52	3,00	3,00	-	3,00	-	-
704	4061	1997	cattivelli anna	Non alimentare	VIA MAGENTA	57	50,00	50,00	-	50,00	-	-
705	4876	2003	zara andrea	Non alimentare	VIA MAGENTA	57	91,00	80,00	-	80,00	-	11,00
706	5162	2005	greco rosanna	Non alimentare	VIA MAGENTA	57	47,00	43,00	-	43,00	-	4,00
707	4527	2000	magazzini moda 2 srl	Non alimentare	VIA MAGENTA	59	95,00	95,00	-	95,00	-	-
708	5902	2013	anelli tiziana maria	Non alimentare	VIA MAGENTA	60	100,00	60,00	-	60,00	-	40,00
709	4884	2003	emporio del falegname dei fr.lli scandura anna alfredo natalina	Non alimentare	VIA MAGENTA	63	267,00	130,00	-	130,00	-	137,00
710	4653	2001	pennati forme per interni srl	Non alimentare	VIA MAGENTA	66	145,00	145,00	-	145,00	-	-
711	1334	1973	denna romualdo	Non alimentare	VIA MAGENTA	67	52,00	52,00	-	52,00	-	-
712	4409	2000	agribusto snc di mazzoni omar e stagno andrea rino	Non alimentare	VIA MAGENTA	78	76,00	76,00	-	76,00	-	-
713	682	1992	manifattura antonio randi s.p.a.	Non alimentare	VIA MAGENTA	79	200,00	200,00	-	200,00	-	-
714	5249	2006	ande srl di anghileri aldo	Non alimentare	VIA MAGENTA	79	235,00	225,00	-	225,00	-	10,00
715	5985	2012	felice di wen qingfei	Non alimentare	VIA MAGENTA	82	320,00	250,00	-	250,00	-	70,00
716	6170	2013	colorificio il prisma snc di casanova davide & nicoletti angelo	Non alimentare	VIA MAGENTA	113	379,00	175,00	-	175,00	-	204,00
717	6058	2012	gorla daniela michela	Non alimentare	VIA MAGENTA	120	60,00	30,00	-	30,00	-	30,00
718	5509	2008	happy next srl	Non alimentare	VIA MAGENTA	16/A	170,00	132,00	-	132,00	-	38,00
719	5972	2012	crina srl	Non alimentare	VIA MAGENTA	52 BIS	215,00	200,00	-	200,00	-	15,00
720	2128	1981	preziosa new line di nicola fiore & c. snc	Non alimentare	VIA MAGENTA		240,00	240,00	-	240,00	-	-
721	910	1972	febelli e crespi srl	Non alimentare	VIA MAGNAGO	47	100,00	100,00	-	100,00	-	-
722	4573	2001	ferrazza giuseppe unitrade	Non alimentare	VIA MAINO	2	41,00	41,00	-	41,00	-	-
723	4605	2001	vittorelli marina	Non alimentare	VIA MAINO	13	5,00	5,00	-	5,00	-	-
724	5707	2010	castiglioni maria grazia	Non alimentare	VIA MAINO	3	45,00	45,00	-	45,00	-	-
725	5851	2011	stazione di servizio di Vitellozzi Liciano & C.	Non alimentare	VIA MALPENSA	19	89,00	89,00	50,00	39,00	-	-
726	5541	2008	audika italia srl	Non alimentare	VIA MAMELI	16	60,00	48,00	-	48,00	-	12,00
727	5720	2010	grenson fabian jean	Non alimentare	VIA MAMELI	19	224,00	46,00	-	46,00	-	178,00
728	2606	1986	ferrero radio tv di ferrero sergio e c. sas	Non alimentare	VIA MAMELI	22	100,00	100,00	-	100,00	-	-
729	5626	2009	redemagni danilo	Non alimentare	VIA MAMELI	24	14,00	12,00	-	12,00	-	2,00
730	3122	1990	galleria palmieri di palmieri andrea & c sas	Non alimentare	VIA MAMELI	24	63,00	63,00	-	63,00	-	-
731	5903	2011	davi's caffè	Non alimentare	VIA MAMELI	24	14,00	12,00	-	12,00	-	2,00
732	4840	2003	santangelo maria	Non alimentare	VIA MANARA	1	20,00	20,00	-	20,00	-	-
733	5605	2009	agesp servizi srl	Non alimentare	VIA MANARA	13	25,00	15,00	-	15,00	-	10,00
734	6148	2013	jaked srl	Non alimentare	VIA MANARA	13	41,00	25,00	-	25,00	-	16,00
735	5944	2011	adrenalina di arsini daniela	Non alimentare	VIA MANARA	1/F	54,00	42,00	-	42,00	-	12,00
736	3812	1995	a.ge.s.p.	Non alimentare	VIA MANARA		30,00	30,00	-	30,00	-	-
737	5722	2010	f.lli ferrario snc di bottigelli piero	Non alimentare	VIA MARCO POLO	14	1.092,00	35,00	-	35,00	-	1.057,00
738	5836	2011	bottigelli fabrizio	Non alimentare	VIA MARMOLADA	29	62,00	27,00	-	27,00	-	35,00
739	5859	2011	baldo vino giorgio	Non alimentare	VIA MARSALA	12	40,00	40,00	-	40,00	-	-
740	1980	1979	giorgessi umberto di sommaruga giuliano & c. sas	Non alimentare	VIA MARSALA	18	40,00	40,00	-	40,00	-	-
741	5194	2006	schioffa michela	Non alimentare	VIA MARSALA	46	74,00	64,00	-	64,00	-	10,00
742	5966	2011	lo squalo al guinzaglio srl	Non alimentare	VIA MARSALA	56	216,00	210,00	-	210,00	-	6,00
743	5842	2011	falzoni pierluigi	Non alimentare	VIA MARSALA	9B	53,00	21,00	-	21,00	-	32,00
744	5603	2011	mun tian fan	Non alimentare	VIA MASSARI	2	90,00	90,00	-	90,00	-	-
745	5362	2007	gadda enrica	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	2	60,00	40,00	-	40,00	-	20,00
746	2966	1989	la bambocciata snc di bonzi r. colombo m. molteni a.	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	4	57,00	57,00	-	57,00	-	-
747	5997	2012	whitesmoke di masini matteo	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	4	20,00	18,00	-	18,00	-	2,00

748	2484	1984	cortesi carlo	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	17	43,00	43,00	-	43,00	-	-
749	5103	2005	mazzucchelli alessandro	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	25	75,00	65,00	-	65,00	-	10,00
750	641	1946	mariani alessandro & figli snc dei fr.lli mariani	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	26	300,00	300,00	-	300,00	-	-
751	5814	2010	mariani mario cesare	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	26	313,00	313,00	-	313,00	-	-
752	5169	2005	f.lli caccia snc di caccia roberto	Non alimentare	VIA MATTEOTTI	10/A	45,00	30,50	-	30,50	-	14,50
753	4442	2000	albanesi luca	Non alimentare	VIA MATTEOTTI		20,00	20,00	-	20,00	-	-
754	3886	1996	l'arte del regalo sas di taccori brunella & c.	Non alimentare	VIA MAZZINI	3	46,00	46,00	-	46,00	-	-
755	4570	2001	doriz rasool	Non alimentare	VIA MAZZINI	3	80,00	80,00	-	80,00	-	-
756	4864	2003	uni. Group srl	Non alimentare	VIA MAZZINI	3	109,00	104,00	-	104,00	-	5,00
757	4596	2001	zeus srl	Non alimentare	VIA MAZZINI	5	105,00	105,00	-	105,00	-	-
758	5819	2010	martelli chiara	Non alimentare	VIA MAZZINI	5	50,00	35,00	-	35,00	-	15,00
759	6149	2013	hu heye	Non alimentare	VIA MAZZINI	5	41,00	28,00	-	28,00	-	13,00
760	6228	2014	"cina tech" di lin tantan	Non alimentare	VIA MAZZINI	5	41,00	28,00	-	28,00	-	13,00
761	5878	2011	baimex	Non alimentare	VIA MAZZINI	7	100,00	85,00	-	85,00	-	15,00
762	4826	2003	pt shop spa	Non alimentare	VIA MAZZINI	9	100,00	100,00	-	100,00	-	-
763	3178	1991	de maso angelo	Non alimentare	VIA MAZZINI	14	25,00	25,00	-	25,00	-	-
764	5130BIS	2011	otocenter srl di cangialosi maria	Non alimentare	VIA MAZZINI	14	47,00	31,00	-	31,00	-	16,00
765	3839	1995	asta roberto	Non alimentare	VIA MAZZINI	16	50,00	50,00	-	50,00	-	-
766	2540	1985	fotorapidcolor di scandola roberto-renato & c. snc	Non alimentare	VIA MAZZINI	18	48,00	48,00	-	48,00	-	-
767	4319	1998	punto srl	Non alimentare	VIA MAZZINI	26	190,00	190,00	-	190,00	-	-
768	1941	1979	garbini giuseppe	Non alimentare	VIA MAZZINI	30	25,00	25,00	-	25,00	-	-
769	4542	2000	gold business srl di vanini mirella	Non alimentare	VIA MAZZINI	36	45,00	45,00	-	45,00	-	-
770	6018	2012	paracchini elena	Non alimentare	VIA MAZZINI	36	21,00	21,00	-	21,00	-	-
771	5198	2006	bernacchi fabia	Non alimentare	VIA MAZZINI	38	92,00	92,00	-	92,00	-	-
772	3130	1990	foto cine chiappa di chiappa virginio & c. sas	Non alimentare	VIA MAZZINI	40	77,00	77,00	-	77,00	-	-
773	5409	2007	even srl	Non alimentare	VIA MAZZINI	42	129,00	106,00	-	106,00	-	23,00
774	3131	2012	chiappa fotolab srl	Non alimentare	VIA MAZZINI	44	132,00	63,00	-	63,00	-	69,00
775	1972	2013	colombo pierangelo	Non alimentare	VIA MAZZINI	46	45,00	45,00	-	45,00	-	-
776	5008	2004	bellia giuseppe	Non alimentare	VIA MAZZINI	16/B	33,00	33,00	-	33,00	-	-
777	5823	2010	traficante francesco	Non alimentare	VIA MAZZINI	19B	86,47	29,25	-	29,25	-	57,22
778	5619	2009	tutto a vista srl	Non alimentare	VIA MAZZINI	26/A	311,00	191,00	-	191,00	-	120,00
779	6219	2014	sartoria bella jinn di zhou yuanjing	Non alimentare	VIA MAZZINI	36/D	37,00	25,00	-	25,00	-	12,00
780	5691	2009	acquario e dintorni di garbini giovanni	Non alimentare	VIA MAZZINI	48/A	45,00	37,00	-	37,00	-	8,00
781	4424	2000	ferraro antonietta	Non alimentare	VIA MAZZINI	48/B	50,00	50,00	-	50,00	-	-
782	4947	2003	gobbo giancarlo	Non alimentare	VIA MAZZINI	5/B	34,00	32,00	-	32,00	-	2,00
783	5627	2009	casati alessandra	Non alimentare	VIA MAZZINI	16	59,00	29,00	-	29,00	-	30,00
784	2173	1982	morandin valerio	Non alimentare	VIA MEDA	1	82,00	82,00	-	82,00	-	-
785	4869	2003	s g point srl	Non alimentare	VIA MEDA	1	146,00	76,00	-	76,00	-	70,00
786	5021	2004	gorletta pierpaolo	Non alimentare	VIA MEDA	9	54,00	54,00	-	54,00	-	-
787	5889	2011	scilanga flavia	Non alimentare	VIA MEDA	9	100,00	74,00	-	74,00	-	26,00
788	6020	2012	arsenico sas di taiana maurizio & c.	Non alimentare	VIA MEDA	11	70,00	65,50	-	65,50	-	4,50
789	4362	1999	forte caterina	Non alimentare	VIA MEDA	14	42,00	42,00	-	42,00	-	-
790	5117	2005	erreci snc di colombo luca & c.	Non alimentare	VIA MEDA	29	65,00	15,00	-	15,00	-	50,00
791	5511	2008	romano graziella	Non alimentare	VIA MEDA	29	123,82	15,26	-	15,26	-	108,56
792	3369	1993	maglificio cris style di marvisi silvana & c. snc	Non alimentare	VIA MELEGNANO	1	72,00	72,00	-	72,00	-	-
793	3175	1991	abbattista spa	Non alimentare	VIA MENOTTI	1	200,00	200,00	-	200,00	-	-
794	3653	1994	gorio elsa & c snc	Non alimentare	VIA MENOTTI	15	50,00	50,00	-	50,00	-	-
795	5403	2007	cafa carmela	Non alimentare	VIA MENTANA	12	24,00	16,00	-	16,00	-	8,00
796	5276	2006	niang serigne amadou	Non alimentare	VIA MENTANA	22	110,00	55,00	-	55,00	-	55,00
797	5812	2010	l'orlo di giuriolastefania	Non alimentare	VIA MENTANA	22	22,00	22,00	-	22,00	-	-
798	5651	2009	botini maria carla	Non alimentare	VIA MENTANA	16/A	54,00	45,00	-	45,00	-	9,00
799	4459	2000	milani giorgio	Non alimentare	VIA MEUCCI	2/4	55,00	55,00	-	55,00	-	-
800	5728	2010	faratech srl	Non alimentare	VIA MILANI	4	42,00	27,00	-	27,00	-	15,00
801	4879	2003	coop sociale effata arl onlus di portoni cristina	Non alimentare	VIA MILANI	20	71,00	18,00	-	18,00	-	53,00

802	1182	1989	giuseppe locatelli di maria giovanna anzini locatelli & c. sas	Non alimentare	VIA MILANO	2	88,00	88,00	-	88,00	-	-
803	3760	1995	ottica ceccuzzi di ceccuzzi nicolella & c. snc	Non alimentare	VIA MILANO	2	16,00	16,00	-	16,00	-	-
804	3760	2011	ottica ceccuzzi di ceccuzzi nicolella & c. s.a.s.	Non alimentare	VIA MILANO	2	16,00	16,00	-	16,00	-	-
805	6201	2013	bustolibri.com srl	Non alimentare	VIA MILANO	4	150,00	150,00	-	150,00	-	-
806	6238	2014	stylo srl	Non alimentare	VIA MILANO	4	40,00	40,00	-	40,00	-	-
807	1777	1978	ottica sonnino snc	Non alimentare	VIA MILANO	5	95,00	95,00	-	95,00	-	-
808	2616	1994	calzature colombo sas di colombo roberto	Non alimentare	VIA MILANO	5	250,00	125,00	-	125,00	-	125,00
809	3953	1996	oltreoceano sas di scoccimarro marianna & c.	Non alimentare	VIA MILANO	5	51,00	51,00	-	51,00	-	-
810	4888	2003	canard 88 srl	Non alimentare	VIA MILANO	5	80,00	60,00	-	60,00	-	20,00
811	5231	2006	tovaglieri enrica	Non alimentare	VIA MILANO	5	25,00	25,00	-	25,00	-	-
812	2616	2011	calzature colombo sas di colombo roberto	Non alimentare	VIA MILANO	5	361,00	139,00	-	139,00	-	222,00
813	5995	2012	g.z. franchising srl	Non alimentare	VIA MILANO	8	52,00	43,00	-	43,00	-	9,00
814	5996	2012	calzedonia	Non alimentare	VIA MILANO	8	245,00	190,00	-	190,00	-	55,00
815	2306	1983	molaschi snc di molaschi giordano e marco	Non alimentare	VIA MILANO	9	80,00	80,00	-	80,00	-	-
816	3105	1990	genoni gianluigi	Non alimentare	VIA MILANO	10	88,00	88,00	-	88,00	-	-
817	5549	2008	ferraro stefania	Non alimentare	VIA MILANO	10	40,00	40,00	-	40,00	-	-
818	5781	2010	assist srl	Non alimentare	VIA MILANO	10	88,00	71,00	-	71,00	-	17,00
819	3656	1994	sara shop di pozzi giuseppe & c. snc	Non alimentare	VIA MILANO	12	101,00	101,00	-	101,00	-	-
820	4942	2002	d.r. srl di betto r. e d.	Non alimentare	VIA MILANO	12	70,00	50,00	-	50,00	-	20,00
821	5914	2011	kiko srl	Non alimentare	VIA MILANO	14	57,00	40,00	-	40,00	-	17,00
822	6224	2014	caiazzo carlo	Non alimentare	VIA MILANO	14	5,00	5,00	-	5,00	-	-
823	5827	2011	donna di cuori di morgese rosa maria	Non alimentare	VIA MILANO	10/C	60,00	51,00	-	51,00	-	9,00
824	5637	2009	steusloff claudia	Non alimentare	VIA MILANO	12/A	172,00	97,00	-	97,00	-	75,00
825	3689	1994	les griffes di mary di pinetti maria luisa & c. sas	Non alimentare	VIA MILAZZO	8	58,00	58,00	-	58,00	-	-
826	4629	2001	biochiara sas di guizzardi mara & c.	Non alimentare	VIA MILAZZO	8	38,00	38,00	-	38,00	-	-
827	4809	2003	beltrame diego silvano	Non alimentare	VIA MILAZZO	9	26,00	26,00	-	26,00	-	-
828	4425	2000	gallazzi luigi	Non alimentare	VIA MILAZZO	24	27,00	27,00	-	27,00	-	-
829	3963	1996	dessi maria chiara	Non alimentare	VIA MILAZZO	37	57,00	57,00	-	57,00	-	-
830	6076	2012	palumbo roberto	Non alimentare	VIA MILAZZO	37	55,00	21,00	-	21,00	-	34,00
831	5677	2009	quattro zampe di anselmi cristina	Non alimentare	VIA MILAZZO	37	45,00	19,00	-	19,00	-	26,00
832	4257	1998	brel elettrica srl	Non alimentare	via Milazzo	42	110,00	110,00	-	110,00	-	-
833	3430	1993	pozzi marisa	Non alimentare	VIA MILAZZO	44	115,00	115,00	-	115,00	-	-
834	5581	2008	esse.emme. Garden srl	Non alimentare	VIA MILAZZO	59	313,00	122,00	-	122,00	-	191,00
835	5581	2011	esse.emme. Garden srl	Non alimentare	VIA MILAZZO	59	313,00	122,00	-	122,00	-	191,00
836	5581	2011	castiglioni simona	Non alimentare	VIA MILAZZO	59	313,00	122,00	-	122,00	-	-
837	5581	2012	esse.emme. Garden srl	Non alimentare	VIA MILAZZO	59	700,00	250,00	-	250,00	-	450,00
838	5435	2008	quitadamo alessio alberto	Non alimentare	VIA MILAZZO	1/D	28,00	28,00	-	28,00	-	-
839	6215	2013	prezioso desiderio di borlin lorenzo	Non alimentare	VIA MILAZZO	19/c						
840	5660	2009	tonani valentina	Non alimentare	VIA MILAZZO	37/G	24,00	24,00	-	24,00	-	-
841	4759	2002	armani maurizia	Non alimentare	VIA MILAZZO	37/G	5,00	5,00	-	5,00	-	-
842	5705	2010	mingardo fiorenza	Non alimentare	VIA MILAZZO	28/D	36,00	5,00	-	5,00	-	31,00
843	2543	1985	stramare e zago snc di stramare rinaldo e zago mauro	Non alimentare	VIA MINGHETTI		400,00	400,00	-	400,00	-	-
844	6054	2012	bonecchi valentino	Non alimentare	VIA MINZONI	2	12,60	9,00	-	9,00	-	3,60
845	3921	1996	riganti michele	Non alimentare	VIA MONTE NERO	51	50,00	50,00	-	50,00	-	-
846	5359	2007	immotex internazionale srl	Non alimentare	VIA MONTE NERO	51	100,00	20,00	-	20,00	-	80,00
847	2419	1984	eredi di valentini giacomo di valentini	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	2	45,00	45,00	-	45,00	-	-
848	4432	2000	g.e.e. farina srl	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	3	25,00	25,00	-	25,00	-	-
849	4961	2003	magia s.n.c. di castellazzi massimo e allevi gianluca	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	3	110,00	94,00	-	94,00	-	16,00
850	6175	2013	cai chunlian	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	3	52,00	28,00	-	28,00	-	24,00
851	3624	1994	armiraglio l'orao srl	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	5	55,00	55,00	-	55,00	-	-
852	4695	2001	petrini bruno	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	5	47,00	47,00	-	47,00	-	-
853	5227	2006	mg electronics snc di m. manca e g.riccitelli	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	5	49,00	49,00	-	49,00	-	-
854	4702	2002	boschetti dario	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	8	40,00	40,00	-	40,00	-	-
855	3558	1994	acquaviva luisa	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	10	38,00	38,00	-	38,00	-	-

856	3962	1996	castagna cesare	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	10	60,00	60,00	-	60,00	-	-
857	5986	2012	landone emanuele	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	10	87,00	80,00	-	80,00	-	7,00
858	4402	2000	a.t. computers srl	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	11	23,00	23,00	-	23,00	-	-
859	5820	2010	cestaro marco	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	11	87,00	57,00	-	57,00	-	30,00
860	171	1972	colombo pasquale srl	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	13	74,00	74,00	-	74,00	-	-
861	4887	2003	francesconi albina	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	14	154,00	154,00	-	154,00	-	-
862	5555	2008	dream style srl	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	14	184,00	160,00	-	160,00	-	24,00
863	5874	2011	lucalux srl	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	14	160,00	75,00	-	75,00	-	85,00
864	3764	1995	lunardi giuseppina	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	15	77,00	77,00	-	77,00	-	-
865	5563	2008	zoppo maria diletta	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	18	80,00	70,00	-	70,00	-	10,00
866	2922	1988	benetti sergio	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	20	54,00	54,00	-	54,00	-	-
867	5314	2007	mon chat di zocchi cristina	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	20	95,00	45,00	-	45,00	-	50,00
868	5861	2012	si naviga nel pulito	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	20	85,00	47,00	-	47,00	-	38,00
869	5697	2010	the new energy di bottini sergio	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	21	40,00	40,00	-	40,00	-	-
870	6147	2013	dong weiwei	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	21	78,00	40,00	-	40,00	-	38,00
871	6147	2013	confezioni dong weiwei	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	21	78,00	40,00	-	40,00	-	38,00
872	4403	2000	arredamenti brusatori snc di giorgio brusatori & c.	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	22	65,00	65,00	-	65,00	-	-
873	6062	2012	rossini piera angela	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	22	101,00	48,00	-	48,00	-	53,00
874	4526	2000	fotovideo marchioro e perboni snc di marchioro renato & c.	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	11/C	38,00	38,00	-	38,00	-	-
875	5029	2012	zambrano taledo ufredy augustin	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	11/E						
876	6133	2013	mc store snc di minigozzi e crespi	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	17/c	34,00	24,00		24,00	-	10,00
877	2633	1986	coralli maura	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	19/D	88,00	83,00	-	83,00	-	5,00
878	5915	2011	el trebol di benitez lairado manuela	Non alimentare	VIA MONTEBELLO	5/E	64,50	55,30	-	55,30	-	9,20
879	5865	2011	blackdove-cameras di adornò marco	Non alimentare	VIA MONTELLO	4						
880	5575	2009	t.m.c. sas di castiglioni ivana	Non alimentare	VIA MONTELLO	13	122,00	117,00	-	117,00	-	5,00
881	6048	2012	naillabo di mantiero manuela	Non alimentare	VIA MONTELLO	13	198,00	110,00	-	110,00		88,00
882	6248	2014	cisternino norberto	Non alimentare	VIA MONTENERO	18	85,19	85,19	-	85,19	-	-
883	3148	1991	etrea srl	Non alimentare	VIA MORTARA	42	30,00	30,00	-	30,00	-	-
884	6090	2013	etrea sport horses di chiamone rosalia messalina	Non alimentare	VIA MORTARA	46						
885	4544	2000	massarente alan	Non alimentare	VIA NANTOVA	3	150,00	150,00	-	150,00	-	-
886	4877	2003	grassi roberto srl	Non alimentare	VIA NIEVO	7	736,00	202,00	-	202,00	-	534,00
887	3157	1991	moretti stefano	Non alimentare	VIA NOE'	1	50,00	50,00	-	50,00	-	-
888	5485	2008	gi motor di crespi corrado & C. snc	Non alimentare	VIA OLGiate OLONA	1	100,00	100,00	-	100,00	-	-
889	5143	2005	il mondo di giada sas di cucchetti g. &c.	Non alimentare	VIA OLGiate OLONA	6	115,00	100,00	-	100,00	-	15,00
890	5428	2007	mo &mo snc	Non alimentare	VIA OLGiate OLONA	6	118,00	70,00	-	70,00	-	48,00
891	6125	2013	abenante marco	Non alimentare	VIA OLGiate OLONA	6	32,00	32,00	-	26,00	-	6,00
892	5838	2011	marauto service car di mara marino	Non alimentare	VIA OLGiate OLONA	13	200,00	200,00	-	200,00	-	140,00
893	5299	2006	gallo stampino cinzia	Non alimentare	VIA PADRE GIULIANI	5	70,00	48,00	-	48,00	-	22,00
894	6140	2013	il gufo magico di alterio enza	Non alimentare	VIA PADRE REGINALDO GIULIANI	16	24,00	2,00	-	2,00	-	22,00
895	5394	2007	spazio edile srl	Non alimentare	VIA PALERMO	40	311,00	61,00	-	61,00	-	250,00
896	5813	2010	motori fieri	Non alimentare	VIA PALERMO	40	280,00	72,00	-	72,00	-	208,00
897	4507	2000	giugnoli snc di antonio e mauro giugnoli	Non alimentare	VIA PALESTRINA	4	65,00	65,00	-	65,00	-	-
898	2132	1981	rondin mario	Non alimentare	VIA PALESTRO	3	49,00	49,00	-	49,00	-	-
899	2489	1988	montalto snc di montalto filippo & c.	Non alimentare	VIA PALESTRO	14	45,00	45,00	-	45,00	-	-
900	2980	1989	montalto franco	Non alimentare	VIA PALESTRO	14	140,00	140,00	-	140,00	-	-
901	3166	1991	filippi michele	Non alimentare	VIA PALESTRO	38	30,00	30,00	-	30,00	-	-
902	2119	1981	mainini moto srl	Non alimentare	VIA PARMA	2	42,00	42,00	-	42,00	-	-
903	3738	1995	pavimur di russo silvio	Non alimentare	VIA PASTORE	33	54,00	54,00	-	54,00	-	-
904	5853	2011	Ferrara Arturo	Non alimentare	VIA PASTRENGO	12	12,00	12,00	-	12,00	-	-
905	5894	2011	adr sport di labiso roberto & c. snc	Non alimentare	VIA PAVIA	16	35,00	22,00	-	22,00	-	13,00
906	3252	1992	cres - centro riparazioni elettrodomestici di a. e f. stell snc	Non alimentare	VIA PAVIA	41	50,00	50,00	-	50,00	-	-
907	2260	1996	edilizia moderna nuova di raimondi & c. sas	Non alimentare	VIA PEPE	9	30,00	30,00	-	30,00	-	-
908	5514	2008	pelluzza stefania	Non alimentare	VIA PEPE	2/a	130,00	50,00	-	50,00	-	80,00
909	5897	2011	gervasio fabio	Non alimentare	VIA PEPE	2/a	130,00	50,00	-	50,00	-	80,00

910	5767	2010	b e f sas di bolzonello giuseppina e c	Non alimentare	VIA PER CASSANO	48	60,00	2,00	-	2,00	-	58,00
911	4217	1998	caputo mariano	Non alimentare	VIA PIEMONTE	2	32,00	32,00	-	32,00	-	-
912	4694	2001	bellaria luigi	Non alimentare	VIA PIEMONTE	17	58,00	58,00	-	58,00	-	-
913	4951	2005	rania teresa	Non alimentare	VIA PIEMONTE	20	168,00	140,00	-	140,00	-	28,00
914	2406	1984	mobilificio ferrario di armando ferrario & c. snc	Non alimentare	VIA PIEMONTE	24	110,00	110,00	-	110,00	-	-
915	3727	1995	star cars srl	Non alimentare	VIA PISACANE	1	324,00	324,00	-	324,00	-	-
916	4666	2001	battery point	Non alimentare	VIA PISACANE	3	60,00	60,00	-	60,00	-	-
917	2862	1988	rossi achille di rossi luigi & c. snc	Non alimentare	VIA PISACANE	6	70,00	70,00	-	70,00	-	-
918	1770	1978	rotondo nicola	Non alimentare	VIA PISACANE	23	40,00	40,00	-	40,00	-	-
919	2084	1981	pellicceria rogora di rogora maurizio & c. snc	Non alimentare	VIA POERIO	1	110,00	110,00	-	110,00	-	-
920	3164	1991	ferrario franco	Non alimentare	VIA POERIO	3	17,00	17,00	-	17,00	-	-
921	2601	1986	castellanza vittorio snc di antonio castellanza & c.	Non alimentare	VIA PONCHIELLI	1	325,00	203,00	-	203,00	-	122,00
922	2656	1986	magap snc di azimonti antonio, balzarini carlo & c.	Non alimentare	VIA POZZI	2	76,00	76,00	-	76,00	-	-
923	4144	1997	moquettes parati di colombo tiziana & c. snc	Non alimentare	VIA POZZI	2	168,00	168,00	-	168,00	-	-
924	1862	1978	ceriani sergio	Non alimentare	VIA PRINC. MAFALDA	9/B	125,00	125,00	-	-	125,00	-
925	5840	2011	manca michele	Non alimentare	VIA Q. SELLA	48	26,60	19,50	-	19,50	-	7,10
926	5482	2008	aldona servizi snc di donai andrea	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	1	89,00	69,00	-	69,00	-	20,00
927	2721	1987	maggioni franco	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	2	16,00	16,00	-	16,00	-	-
928	4781	2002	zanolo ivo luca	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	2	31,00	31,00	-	31,00	-	-
929	2999	1989	oliveri daniela	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	6	50,00	50,00	-	50,00	-	-
930	6195	2013	linea ser srl	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	14	160,00	160,00	-	160,00	-	-
931	5488	2008	foto & foto di rettore massimo e d'orto piero snc	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	16	170,00	30,00	-	30,00	-	140,00
932	3652	1994	colorificio s. michele sas di caccia giovanni & C.	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	18	190,00	190,00	-	190,00	-	-
933	3575	1994	landini valentino	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	19	85,00	85,00	-	85,00	-	-
934	5296	2006	orsanigo antonio	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	19	115,00	80,00	-	80,00	-	35,00
935	5160	2005	barberis juan carlos	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	27	300,00	220,00	-	220,00	-	80,00
936	6089	2013	VI.DA.MA. Srlcr	non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	27	32,08	32,08	-	32,08	-	-
937	6194	2013	pasinato francesco	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	32	109,00	109,00	-	109,00	-	-
938	6234	2014	zhao xiaoping	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	38	44,00	16,00	-	16,00	-	28,00
939	1277	1973	luise mario silvio	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	56	50,00	50,00	-	50,00	-	-
940	4677	2001	gabrielli gabriella	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	123	32,00	32,00	-	32,00	-	-
941	2603	1986	castiglioni enrico di castiglioni armando & c. sas	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	2/G	60,00	60,00	-	60,00	-	-
942	1844	1978	bertoni carla "Coralba"	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	38/B	90,00	90,00	-	90,00	-	-
943	5760	2010	sil.da. Srl	Non alimentare	VIA QUINTINO SELLA	5/C	30,00	30,00	-	30,00	-	-
944	4443	2000	centro moda convenienza snc di rivolta lidia & c.	Non alimentare	VIA RAGAZZI DEL 99	2	92,00	92,00	-	92,00	-	-
945	5785	2010	la botteguccia di gaiera e rivolta	Non alimentare	VIA RAGAZZI DEL 99	2	160,00	100,00	-	100,00	-	60,00
946	5415	2007	dba srl	Non alimentare	VIA RAGUSA		70,00	65,00	-	65,00	-	5,00
947	6016	2012	deda motorsport snc di d'antonio alberto e d'antonio eros	Non alimentare	VIA RESPIGHI	6	74,00	50,00	-	50,00	-	24,00
948	5858	2011	ferrario barbara	Non alimentare	VIA RISORGIMENTO	5						
949	4474	2000	salone due di ruggiero italo e gaudenzi erminio & c. snc	Non alimentare	VIA RISORGIMENTO	14	10,00	10,00	-	10,00	-	-
950	4240	1998	passerini costantino	Non alimentare	VIA ROMA	3	28,00	28,00	-	28,00	-	-
951	3147	1991	tosì antonella	Non alimentare	VIA ROMA	5	96,00	96,00	-	96,00	-	-
952	5030	2004	scordi fabrizio	Non alimentare	VIA ROMA	11	35,00	27,00	-	27,00	-	8,00
953	5385	2007	settembrino andrea	Non alimentare	VIA ROMA	11	70,00	50,00	-	50,00	-	20,00
954	6127	2013	galleria antiquaria roma di dott.ssa maria romano	Non alimentare	VIA ROMA	13	46,00	40,00	-	40,00	-	6,00
955	5957	2011	pini marcello	Non alimentare	VIA ROMA	14	55,00	47,50	-	47,50	-	7,50
956	5957	2012	pini marcello	Non alimentare	VIA ROMA	14	55,00	47,50	-	47,50	-	7,50
957	5957	2013	pini marcello	Non alimentare	VIA ROMA	14						
958	6244	2014	a.&n. style sas di de dionigi nadia & c.	Non alimentare	VIA ROMA	16	412,00	142,00	-	142,00	-	270,00
959	5656	2011	iena sas di contini manuela e c.	Non alimentare	VIA ROMA	20	53,87	51,05	-	51,05	-	2,82
960	5656	2012	iena sas di contini manuela e c.	Non alimentare	VIA ROMA	20	53,87	51,05	-	51,05	-	2,82
961	5940	2011	caiaffa daniela antonio	Non alimentare	VIA ROMA	24	43,00	41,00	-	41,00	-	2,00
962	2383	1984	cosentino giuseppe	Non alimentare	VIA ROMA	12/A	30,00	30,00	-	30,00	-	-
963	5057	2005	madreperla snc di esposito a. & e.	Non alimentare	VIA ROMA	12/A	130,00	70,00	-	70,00	-	60,00

964	3199	1991	insubria-libreria antiquaria sas di tosi enrico & c.	Non alimentare	VIA ROMA	8/B	57,00	57,00	-	57,00	-	-
965	2716	1986	video special snc di zara maurizio e assoni rinaldo	Non alimentare	VIA ROSSINI	4	125,00	125,00	-	125,00	-	-
966	6187	2013	usatoteca di gaetano rosciano	Non alimentare	VIA ROSSINI	16	36,00	20,00	-	20,00	-	16,00
967	3327	1992	sintesi tre sas di leone silvano & c.	Non alimentare	VIA ROSSINI	18	60,00	60,00	-	60,00	-	-
968	5811	2013	star's life agency di bucceri marco	Non alimentare	VIA ROSSINI	19	89,00	5,00	-	5,00	-	84,00
969	5596	2012	dona sas di donatella francesca paolicelli & c.	Non alimentare	VIA ROSSINI	24	249,00	225,00	-	225,00	-	24,00
970	4417	2000	checchin moreno	Non alimentare	VIA ROSSINI	26	25,00	25,00	-	25,00	-	-
971	5951	2011	caspiata di hu xiaoling	Non alimentare	VIA ROSSINI	26	240,00	200,00	-	200,00	-	40,00
972	3291	1992	lupi autoriparazioni di lupi emilio & c. snc	Non alimentare	VIA ROSSINI	27	32,00	32,00	-	32,00	-	-
973	6186	2013	anzini massimo	Non alimentare	VIA ROSSINI	31	85,00	15,00	-	15,00	-	70,00
974	333	1988	ricambi d'auto di loprieno simone e paone giulio snc	Non alimentare	VIA ROSSINI	24/B	30,00	30,00	-	30,00	-	-
975	1489	1989	ferrario snc di ferrario luigi e c.	Non alimentare	VIA ROSSINI	6/B	111,00	111,00	-	111,00	-	-
976	6143	2013	scianna maria grazia	Non alimentare	VIA ROSSINI	7/B	160,00	80,00	-	80,00	-	80,00
977	5968	2012	luoni vimcenzo vittorio	Non alimentare	VIA ROSSINI ANG. AZIMONTI							
978	1859	1978	maino pierangela	Non alimentare	VIA S. ANNA	18	24,00	24,00	-	24,00	-	-
979	3303	1992	b.f.m. srl	Non alimentare	VIA S. ANTONIO	2	105,00	105,00	-	105,00	-	-
980	5779	2010	gld shops srl	Non alimentare	VIA S. ANTONIO	5	54,00	35,00	-	35,00	-	19,00
981	5800	2010	l'orso d srl	Non alimentare	VIA S. ANTONIO	1/C	24,00	24,00	-	24,00	-	-
982	2120	1981	ferrario enrico	Non alimentare	VIA S. CARLO BORROMEO	15	45,00	45,00	-	45,00	-	-
983	3683	1994	camaghi elena maria	Non alimentare	VIA S. CARLO BORROMEO	1/B	25,00	25,00	-	25,00	-	-
984	4743	2002	g.v.legno snc di villa f. e guarnieri c	Non alimentare	VIA S. FRANCESCO	4	83,00	83,00	-	83,00	-	-
985	5556	2009	miroglio fashion srl	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	3	138,00	93,00	-	93,00	-	45,00
986	5556	2009	miroglio fashion srl	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	3	138,00	93,00	-	93,00	-	45,00
987	3666	1994	magie di cristallo di tonetti graziano & c. sas	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	4	62,00	62,00	-	62,00	-	-
988	5273	2006	pottier patricia	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	4	70,48	42,00	-	42,00	-	28,48
989	3666	2011	magie di cristallo di tonetti graziano & c. sas	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	4	62,00	62,00	-	62,00	-	-
990	3666	2012	magie di cristallo di tonetti graziano & c. sas	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	4						
991	4733	2002	nikkei srl	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	5	94,00	94,00	-	94,00	-	-
992	5778	2010	nikkei srl	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	7	72,00	69,00	-	69,00	-	3,00
993	5507	2008	cislaghi bruna	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	7	46,00	38,00	-	38,00	-	8,00
994	4520	2000	salvioni alessio	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	4/D	27,00	27,00	-	27,00	-	-
995	3026	1989	magù snc di marcolli fabio e guidoni claudia	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	4/G	36,00	36,00	-	36,00	-	-
996	3120	1990	betty srl	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	6/D	64,00	64,00	-	64,00	-	-
997	4519	2000	ri.pa. Srl	Non alimentare	VIA S. GREGORIO	7/D	110,00	110,00	-	110,00	-	-
998	4723	2002	tex mode srl	Non alimentare	VIA S. LUIGI	10	107,00	107,00	-	107,00	-	-
999	5573	2009	i chioschi di lele sas di e. pirola	Non alimentare	VIA SAMARATE		20,00	20,00	-	20,00	-	-
1000	5717	2010	mar.tre srl	Non alimentare	VIA SAN GREGORIO	4	86,30	50,30	-	50,30	-	36,00
1001	6004	2012	guastalla davide	Non alimentare	VIA SAN GREGORIO	6	43,00	30,00	-	30,00	-	13,00
1002	6181	2013	nicolosi salvatore	Non alimentare	VIA SAN GREGORIO	6	77,00	38,00	-	38,00	-	39,00
1003	5934	2011	toro and partners	Non alimentare	VIA SAN MICHELE	3	48,00	46,00	-	46,00	-	2,00
1004	6043	2013	roveda antonio	Non alimentare	VIA SANT'ANTONIO	3	60,00	40,00	15,00	25,00	-	20,00
1005	4096	1997	tinelli umberto	Non alimentare	VIA SANZIO	1	44,00	44,00	-	44,00	-	-
1006	6106	2013	mb motori srl	Non alimentare	VIA SARDEGNA	23	295,00	195,00	-	195,00	-	100,00
1007	5410	2007	piran Jonathan	Non alimentare	VIA SCHIO	6	90,00	30,00	-	30,00	-	60,00
1008	5753	2010	falco srl	Non alimentare	VIA SETTEMBRINI	1	120,00	20,00	-	20,00	-	100,00
1009	4921	2003	manga mega games snc di b. hagenah & c.	Non alimentare	VIA SIENA	2/C	100,00	85,00	-	85,00	-	15,00
1010	3080	1990	barlocco auto di barlocco antonio & c. sas	Non alimentare	VIA SILVESTRE	21	81,00	81,00	-	81,00	-	-
1011	5947	2011	gima srl	Non alimentare	VIA SOLFERINO	4/D	52,48	38,88	-	38,88	-	13,60
1012	5755	2010	dm3 srl	Non alimentare	VIA T. TASSO	1	180,00	65,00	-	65,00	-	115,00
1013	4190	1998	colombo paolo francesco	Non alimentare	VIA TARANTO	5	32,00	32,00	-	32,00	-	-
1014	1396	1973	chierichetti & c.snc	Non alimentare	VIA TASSO	1	140,00	140,00	-	140,00	-	-
1015	3668	1994	tessilfancy srl	Non alimentare	VIA TASSO	47	81,00	81,00	-	81,00	-	-
1016	4785	2002	silton 2000srl	Non alimentare	VIA TASSO	54	88,00	88,00	-	88,00	-	-
1017	4534	1972	gioielleria ottica genoni cirillo di m. e p. genoni snc	Non alimentare	VIA TAZZOLI	3/C	68,00	68,00	-	68,00	-	-

1018	3729	1995	m.t. di monoli loredana e tedaldi adriana	Non alimentare	VIA TETTAMANTI	2	34,00	34,00	-	34,00	-	-
1019	4964	2003	aiuto pietro security water	Non alimentare	VIA THIENE	4	80,00	30,00	-	30,00	-	50,00
1020	1754	1977	industria bustese calze spa	Non alimentare	VIA TICINO	3	35,00	35,00	-	35,00	-	-
1021	4483	2000	tranquillo luigi	Non alimentare	VIA TOCE	2	45,00	45,00	-	45,00	-	-
1022	3602	1994	autoofficina due B di buonsanto vincenzo & c. snc	Non alimentare	VIA TONIOLO	19	206,00	206,00	-	206,00	-	-
1023	3287	1992	longoni cristina	Non alimentare	VIA TORINO	28	51,00	51,00	-	51,00	-	-
1024	5310	2007	distel di fabrizio e gianfranco di stefano	Non alimentare	VIA TORINO	39	61,34	61,34	-	61,34	-	-
1025	4589	2001	bizar snc di lazzari luigi & c	Non alimentare	VIA TORINO	43	147,00	147,00	-	147,00	-	-
1026	5593	2012	steelwood snc di maffè stefano & c	Non alimentare	VIA TORINO	43	200,00	88,00	-	88,00	-	112,00
1027	2824	1988	cosmocar srl	Non alimentare	VIA TORINO	44	60,00	60,00	-	60,00	-	-
1028	5321	2007	castiglioni sergio snc	Non alimentare	VIA TORINO	39/C	25,00	10,00	-	10,00	-	15,00
1029	5438	2007	izard linea snc	Non alimentare	VIA TORINO		75,00	62,00	-	62,00	-	13,00
1030	3607	1994	im.el. Snc di tarantino giuseppe & c.	Non alimentare	VIA TORTONA	7	45,00	45,00	-	45,00	-	-
1031	1762	1978	aldeni sergio	Non alimentare	VIA TRAVELLI	2	50,00	50,00	-	50,00	-	-
1032	1301	1973	general market	Non alimentare	VIA VALLE OLONA	36	55,00	55,00	-	55,00	-	-
1033	6250	2014	fer.col. Srl	Non alimentare	VIA VARESE	5	1.835,00	85,00	-	85,00	-	1.750,00
1034	2107	1989	nuova ferramenta marcora srl	Non alimentare	VIA VARESE	7	124,00	124,00	-	124,00	-	-
1035	2107	2014	gruppo marcora unitek 1878	Non alimentare	VIA VARESE	7						
1036	5703	2010	bisco miranda	Non alimentare	VIA VARESE	28	220,00	140,00	-	140,00	-	80,00
1037	5721	2010	sanna antonello	Non alimentare	VIA VARZI	10	150,00	40,00	-	40,00	-	110,00
1038	5562	2008	gussoni enrico	Non alimentare	VIA VARZI	10	150,00	30,00	-	30,00	-	120,00
1039	4607	2001	supermoto snc di turconi dario pierpaolo e giani angelo	Non alimentare	VIA VENEGONI	2	50,00	50,00	-	50,00	-	-
1040	4552	2000	explenet srl	Non alimentare	VIA VENEGONI	18	2,00	2,00	-	2,00	-	-
1041	3631	1994	maison royale sas di monti g.f. & c.	Non alimentare	VIA VENEZIA	1	150,00	150,00	-	150,00	-	-
1042	4042	1997	m3 sas di mangione claudio & c.	Non alimentare	VIA VENEZIA	3	75,00	75,00	-	75,00	-	-
1043	5586	2009	nori srl	Non alimentare	VIA VENEZIA	12	440,00	225,00	-	225,00	-	215,00
1044	3946	1996	favron e bergamin spa	Non alimentare	VIA VENEZIA	4/A	100,00	100,00	-	100,00	-	-
1045	5850	2010	Gioiellerie 999 srl	Non alimentare	VIA VENTI SETTEMBRE	41	57,54	51,22	-	51,22	-	6,32
1046	3933	1996	coppini maria	Non alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	12	16,00	16,00	-	16,00	-	-
1047	3933	1996	coppini maria	Non alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	12	16,00	16,00	-	16,00	-	-
1048	5243	2006	tirabasso giuseppina	Non alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	12	125,00	60,00	-	60,00	-	65,00
1049	6116	2013	dance house di loana simeone	Non alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	12	31,00	27,00	-	27,00	-	4,00
1050	5896	2011	pneusdany srl	Non alimentare	VIA VESPRI SICILIANI	33	104,40	49,50	-	49,50	-	54,90
1051	5802	2010	faratech srl	Non alimentare	VIA VINCENZO MONTI	32	42,00	27,00	-	27,00	-	-
1052	3519	1993	serramento in di sabatino vincenzo & c. sas	Non alimentare	VIA VIRGILIO	2	63,00	63,00	-	63,00	-	-
1053	4456	2000	la petrolifera snc di bonora fabio & c.	Non alimentare	VIA VIRGILIO	2	102,00	102,00	-	102,00	-	-
1054	4614	2000	safety planet srl	Non alimentare	VIA VIRGILIO	2	102,00	102,00	-	102,00	-	-
1055	5393	2007	video queen srl	Non alimentare	VIA VIRGILIO	2	108,00	100,00	-	100,00	-	8,00
1056	4456	2000	la petrolifera snc di bonora fabio e c.	Non alimentare	VIA VIRGILIO	7	102,00	102,00	-	102,00	-	-
1057	4637	2001	computer shop Busto srl	Non alimentare	VIA VITTORIO VENETO	9	86,00	86,00	-	86,00	-	-
1058	5228	2006	corbetta dante antonio	Non alimentare	VIA VITTORIO VENETO	9	300,00	60,00	-	60,00	-	240,00
1059	1466	1974	brusatori enzo	Non alimentare	VIA VOLTA	13/A	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1060	1466	2013	brusatori carlo edoardo	Non alimentare	VIA VOLTA	13/A						
1061	2350	1989	arigas dei f.lli monoli alberto e claudio snc	Non alimentare	VIA VOLTERRA	14	250,00	250,00	-	250,00	-	-
1062	4435	2000	la nuova cavazzona antincendi sas	Non alimentare	VIA VOLTERRA	14	31,00	31,00	-	31,00	-	-
1063	5074	2004	sadem srl di magri emanuele	Non alimentare	VIA XI FEBBRAIO	2	93,00	81,00	-	81,00	-	12,00
1064	1712	2010	guidi sabrina	Non alimentare	VIA XI FEBBRAIO	2	115,00	115,00	-	115,00	-	-
1065	4875	2003	carraro barbara	Non alimentare	VIA XI FEBBRAIO	7	42,00	20,00	-	20,00	-	22,00
1066	1707	1977	lualdi antonia	Non alimentare	VIA XI FEBBRAIO	10	140,00	140,00	-	140,00	-	-
1067	5772	2010	assist srl	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	2	273,00	193,00	-	193,00	-	80,00
1068	5576	2013	mondial di campanozzi maria snc	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	10						
1069	5576	2013	mondial di campanozzi maria sas	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	10						
1070	5576	2009	mondial di campanozzi maria e lavazza laura snc	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	10	150,00	70,00		70,00		80,00
1071	5576	2012	mondial di campanozzi maria e lauria michele snc	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	10	150,00	70,00		70,00		80,00

1072	5682	2009	rdc collection srl	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	10	54,00	44,00	-	44,00	-	10,00
1073	6039	2012	caccia group srl	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	29	50,00	46,00	-	46,00	-	4,00
1074	6159	2013	kiroschi cicli di pagani simona	non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	33	70,00	70,00	-	70,00	-	-
1075	5873	2011	ismail salah mohamed elzeki	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	54	64,20	4,65	-	4,65	-	59,55
1076	6036	2012	solbiati laura	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	1/C	42,41	30,27	-	30,27	-	12,14
1077	4130	2014	artigianato veneto sas di di perini marco & c.	Non alimentare	VIA XX SETTEMBRE	9/A	95,00	70,00	-	70,00	-	25,00
1078	3980	1996	computer shoew srl	Non alimentare	VIA XXII MARZO	2	35,00	35,00	-	35,00	-	-
1079	5911	2013	le chicche di ferrario federica	Non alimentare	VIA XXII MARZO	2	168,00	72,00	-	72,00	-	96,00
1080	3523	1993	colombo a di gianluigi e augusto colombo snc	Non alimentare	VIA XXIV MAGGIO	15	170,00	170,00	-	170,00	-	-
1081	5821	2010	thelma e luise di battista carla	Non alimentare	via XXIV MAGGIO	21/A	140,00	72,00	-	72,00	-	68,00
1082	3138	1991	nobili arredamenti di nobili franco & c. sas	Non alimentare	VIALE ALFIERI	0	250,00	250,00	-	250,00	-	-
1083	6169	2013	cappelletti sergio	Non alimentare	VIALE ALFIERI	3	49,00	22,00	-	22,00	-	27,00
1084	6083	2012	tagliabue alessandro	Non alimentare	VIALE ALFIERI	6	30,00	30,00	-	30,00	-	-
1085	5200	2005	arredamenti toia srl di toia carlo angelo	Non alimentare	VIALE ALFIERI	9	74,00	74,00	-	74,00	-	-
1086	5467	2008	crespi gomme srl	Non alimentare	VIALE ALFIERI	27	1.100,00	96,00	-	96,00	-	1.004,00
1087	5848	2011	ottica sant'edoardo di Jogna Antonella	Non alimentare	VIALE ALFIERI	15/19	150,00	75,00	-	75,00	-	75,00
1088	5414	2007	armiraglio renata	Non alimentare	VIALE ALFIERI	18/A	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1089	5414	2007	armiraglio renata	Non alimentare	VIALE ALFIERI	18/A	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1090	5414	2011	armiraglio renata	Non alimentare	VIALE ALFIERI	18/A	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1091	6214	2014	nobili arredamenti di nobili franco & c. srl	Non alimentare	VIALE ALFIERI		250,00	250,00	-	250,00	-	-
1092	5466	2008	crespi gomme srl	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	2	900,00	10,00	-	10,00	-	890,00
1093	3013	1989	gionchetta daniela istituto ottico bustese	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	11	40,00	40,00	-	40,00	-	-
1094	5788	2010	tuzio elisa	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	11	35,95	23,20	-	23,20	-	12,75
1095	3378	1993	multiphon snc di magistrelli tiburzio valeriano & c.	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	17	30,00	30,00	-	30,00	-	-
1096	1912	1988	ciapparelli sas di ciapparelli carlo & c	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	39	85,00	85,00	-	85,00	-	-
1097	4747	2002	sozzi roberto	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	40	24,00	24,00	-	24,00	-	-
1098	6173	2013	angella enza	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	44	138,00	96,00	-	96,00	-	42,00
1099	4655	2001	artoni e de bacco snc	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	67	14,00	14,00	-	14,00	-	-
1100	5826	2010	autofficina boselli snc di boselli fausto e maurizio & c.	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	124	46,00	46,00	-	46,00	-	-
1101	1209	1988	brambilla luigi &c sas	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	141	1.300,00	1.300,00	-	1.300,00	-	-
1102	5841	2011	cardillo samuela	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	153						
1103	5783	2010	mb home design arredamenti	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	11/D	96,00	47,00	-	47,00	-	49,00
1104	6144	2013	progetto oro sas di grimoldi f. & c.	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO	71/C	45,00	27,00	-	27,00	-	18,00
1105	3800	1995	ottica cheroni di cheroni bruno & c. snc	Non alimentare	VIALE BOCCACCIO		65,00	65,00	-	65,00	-	-
1106	5844	2011	oldani andrea	Non alimentare	VIALE BORRI	56	74,00	70,00	-	70,00	-	4,00
1107	5411	2007	garatti andrea	Non alimentare	VIALE CADORNA	8	133,00	122,00	-	122,00	-	11,00
1108	2587	1986	mondial calzature di meraviglia milena e sacchi franca snc	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	119,00	119,00	-	119,00	-	-
1109	3795	1995	fotovideo marchioro e perboni snc di marchioro renato & c.	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	39,00	39,00	-	39,00	-	-
1110	4355	1999	i.t.c. di caligari rossano iapichiono salvatore terzi fabio & c sas	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	31,00	31,00	-	31,00	-	-
1111	4525	2000	vanzo gabriella	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	70,00	70,00	-	70,00	-	-
1112	5172	2005	coen fabio	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	40,00	20,00	-	20,00	-	20,00
1113	5455	2008	oro in euro spa	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	40,00	25,00	-	25,00	-	15,00
1114	5455	2012	oro in euro spa	Non alimentare	VIALE CADORNA	18	40,00	25,00	-	25,00	-	15,00
1115	6217	2014	centro assistenza e forniture tabaccaï	Non alimentare	VIALE CADORNA	19	32,00	32,00	-	32,00	-	-
1116	2729	1987	la monolo srl	Non alimentare	VIALE CADORNA	29	140,00	140,00	-	140,00	-	-
1117	4130	1997	artigianato veneto sas di faggioni elde & c.	Non alimentare	VIALE CADORNA	10/A	147,00	147,00	-	147,00	-	-
1118	4130	2012	artigianato veneto sas di di perini marco & c.	Non alimentare	VIALE CADORNA	10/A	147,00	147,00	-	147,00	-	-
1119	5832	2011	malosetti caterina	Non alimentare	VIALE DELLA REPUBBLICA	7						
1120	5669	2009	landoni massimo	Non alimentare	VIALE DIAZ	17	33,00	23,00	-	23,00	-	10,00
1121	6137	2013	colata d'oro srl	Non alimentare	VIALE DIAZ	18	24,00	24,00	-	-	-	24,00
1122	5718	2010	il punto ufficio srl	Non alimentare	VIALE DUCA D'AOSTA	7	179,00	115,00	-	115,00	-	64,00
1123	6239	2014	c.ft. Crespi filitessuti srl	Non alimentare	VIALE LIGURIA	9						
1124	2400	1984	bandi giuseppe	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	6	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1125	2102	1987	m.g lomazzi di gianluigi lomazzi & c. snc	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	10	18,00	18,00	-	18,00	-	-

1126	3638	1994	fioreria mary di cereda maria rosa & c. snc	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	14	46,00	46,00	-	46,00	-	-
1127	5131	2005	toelettart snc di patitucci monica & c.	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	51	79,00	17,00	-	17,00	-	62,00
1128	6247	2014	magia fiorita di castiglioni stefano	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	32 C	32,00	18,00	-	18,00	-	14,00
1129	5663	2009	emmevi automobili srl	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	2	72,00	9,00	-	9,00	-	-
1130	5852	2011	coop sociale effatà a r.l. onlus	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	11	54,00	40,00	-	40,00	-	14,00
1131	5763	2010	lavasecco papillon di marchetti giacomo	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	13	40,93	2,32	-	2,32	-	-
1132	6011	2013	risolution di ortu gianclaudio	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	13	45,00	44,00	-	44,00	-	1,00
1133	5600	2009	suardi paola	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	40	100,00	34,00	-	34,00	-	56,00
1134	5599	2009	mainini monica	Non alimentare	VIALE LOMBARDIA	40	100,00	30,00	-	30,00	-	70,00
1135	3462	1993	plastigomma snc di pincirolì fiorenzo	Non alimentare	VIALE MONTELLO	3	100,00	100,00	-	100,00	-	-
1136	5104	2005	trapasso vincenzo	Non alimentare	VIALE MONTELLO	6	39,00	39,00	-	39,00	-	-
1137	4049	1997	lo scarabocchio di bertolo sabrina & c. snc	Non alimentare	VIALE MONTELLO	13	60,00	60,00	-	60,00	-	-
1138	5003	2004	tuning shock snc	Non alimentare	VIALE MONTELLO	13/15	97,00	51,00	-	51,00	-	46,00
1139	4052	1997	blu magic di zamarco franco enrico & c snc	Non alimentare	VIALE MONTELLO	15/A	57,00	57,00	-	57,00	-	-
1140	2608	1986	arredamenti crinò di crinò salvatore & c. snc	Non alimentare	VIALE MONTELLO	15/C	50,00	50,00	-	50,00	-	-
1141	4609	2001	crespi gabriele	Non alimentare	VIALE MONTELLO	23/A	174,00	174,00	-	174,00	-	-
1142	5633	2009	lo squalo al guinzaglio srl	Non alimentare	VIALE MONTELLO	13	376,00	166,00	-	166,00	-	210,00
1143	5620	2009	d e d sas di roberto de sanctis e c.	Non alimentare	VIALE PIEMONTE	2	65,00	65,00	-	65,00	-	-
1144	3780	1995	terreni elsauto srl	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	1	80,00	80,00	-	80,00	-	-
1145	3780	2013	terreni elsauto srl	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	1						
1146	5334	2007	santino ceriani spa	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	14	9.040,00	109,00	-	109,00	-	8.931,00
1147	4578	2001	anselmi laura	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	26	75,00	75,00	-	75,00	-	-
1148	6055	2012	vapesmoke di sforte giuseppe	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	26	80,00	48,00	-	48,00	-	32,00
1149	4571	2001	naggi sas di moroni maria angela	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	31	25,00	25,00	-	25,00	-	-
1150	4234	1998	busto foto service di mariani roberto	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	44/D	49,00	49,00	-	49,00	-	-
1151	2307	1983	fazio antonina	Non alimentare	VIALE PIRANDELLO	44/F	27,00	27,00	-	27,00	-	-
1152	4862	2003	proverbio romano	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	9	147,00	130,00	-	130,00	-	17,00
1153	4976	2003	pieffe auto di pezzoni riccardo s.a.s.	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	30	240,00	114,00	-	114,00	-	126,00
1154	4514	2000	gadda danielle	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	60	76,00	76,00	-	76,00	-	-
1155	3463	1993	roveda mario	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	63	60,00	60,00	-	60,00	-	-
1156	3463	2011	roveda eredi	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	63	60,00	60,00	-	60,00	-	-
1157	4805	2003	henry's snc di simbari maria antonietta melania	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	69	90,00	90,00	-	90,00	-	-
1158	6029	2012	assitecna di giardina luca	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	69	52,00	34,00	-	34,00	-	18,00
1159	2737	1987	zagato angela maria	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	73	58,00	58,00	-	58,00	-	-
1160	6210	2013	il re dell'oro di chianura rita	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	75	85,00	82,00	-	82,00	-	3,00
1161	5640	2009	fotir srl	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	77	722,00	51,00	-	51,00	-	671,00
1162	5680	2009	Eurocarpa srl di Balice Giuseppe	Non alimentare	VIALE REPUBBLICA	9	146,00	136,00	-	136,00	-	10,00
1163	5145	2005	dire,fare...giocare sas di levorato m.g.,landolfo rita &c.	Non alimentare	VIALE RICORDANZA	12	42,65	27,00	-	27,00	-	15,65
1164	4380	1999	fioreria pincirolì di pincirolì mario & c. s.n.c.	Non alimentare	VIALE RICORDANZA		20,00	20,00	-	20,00	-	-
1165	6069	2012	fossati danielle	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	5	115,00	51,00	-	51,00	-	64,00
1166	3410	1993	g.m.e. di dei negri ubaldo moreno &c sas	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	17	65,00	65,00	-	65,00	-	-
1167	6021	2012	lava lava di harrati reduan	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	32	34,00	25,00		25,00	-	9,00
1168	4216	1998	r.g. stucchi di accomando rosario & c. snc	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	33	89,00	89,00	-	89,00	-	-
1169	6226	2014	cartoleria mara di mara simona	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	33	37,00	36,00	-	36,00	-	1,00
1170	3010	1989	q.l. profumeria maria luisa srl	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	34	72,00	72,00	-	72,00	-	-
1171	5061	2004	br tuning di reina paolo & c. snc	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	37	69,00	60,00	-	60,00	-	9,00
1172	5061	2011	br tuning di reina paolo & c. snc	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	37	69,00	60,00	-	60,00	-	9,00
1173	2586	1986	colnaghi gomme snc di g.colnaghi & C.	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	47	40,00	40,00	-	40,00	-	-
1174	5125	2005	zerbato scascia	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	63	60,00	60,00	-	60,00	-	-
1175	3918	1996	castiglioni marco	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	21/B	48,00	48,00	-	48,00	-	-
1176	3380	1993	elettrodomestici galli di galli giampaolo & c. sas	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	6/B	86,00	86,00	-	86,00	-	-
1177	5908	2011	merlo veronica	Non alimentare	VIALE RIMEMBRANZE	6/C	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1178	4724	2002	varano astra chiara	Non alimentare	VIALE SICILIA	3	61,00	61,00	-	61,00	-	-
1179	1810	1995	colorificio bustese sas di fabris silvio & c.	Non alimentare	VIALE SICILIA	14	72,00	72,00	-	72,00	-	-

1180	5540	2008	sellitri fabio	Non alimentare	VIALE STELVIO	24	80,00	50,00	-	50,00	-	30,00
1181	4077	1997	f.lli pezzato snc di pezzato albino e nazareno	Non alimentare	VIALE STELVIO	41	115,00	115,00	-	115,00	-	-
1182	4685	2001	girasole srl	Non alimentare	VIALE STELVIO	41	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1183	1596	1975	bertoni carla "Coralba"	Non alimentare	VIALE STELVIO	57	75,00	75,00	-	75,00	-	-
1184	1952	1979	gallazzi emilio	Non alimentare	VIALE STELVIO	41/D	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1185	5584	2009	lemer srl	Non alimentare	VIALE TOSCANA	105	546,00	68,00	-	68,00	-	478,00
1186	5324	2006	gallazzi piero di gallazzi silvano e marco snc	Non alimentare	VIALE TRENTINO	6	591,00	128,00	-	128,00	-	463,00
1187	5336	2007	crstallerie pa.n.da sas (negro coussa daniela e patrizia)	Non alimentare	VIALE TRENTINO	24	131,00	120,00	-	120,00	-	11,00
1188	6197	2013	ferrario fabrizio	Non alimentare	VIALE TRENTINO	30	2,00	2,00	-	2,00	-	-
1189	5592	2009	izard linea snc	Non alimentare	VIALE TRENTINO	37	144,00	144,00	-	144,00	-	-
1190	5592	2011	izard linea immobiliare di marrazzo giuseppe e massimiliano snc	Non alimentare	VIALE TRENTINO	37	144,00	144,00	-	144,00	-	-
1191	2391	1984	bruno alfredo	Non alimentare	VIALE TRENTINO	1/D	20,00	20,00	-	20,00	-	-
1192	5252	2006	romeo vito	Non alimentare	VIALE TRENTINO	12/AB	621,00	46,00	-	46,00	-	575,00
1193	5773	2010	crespi e favron srl	Non alimentare	VIALE VENEZIA	4	206,00	125,00	-	125,00	-	81,00
1194	5774	2010	paolo crespi e c. srl	Non alimentare	VIALE VENEZIA	4	206,00	13,00	-	13,00	-	193,00
1195	5773	2013	crespi e favron srl	Non alimentare	VIALE VENEZIA	4						
1196	5585	2009	cr group srl	Non alimentare	VIALE VENEZIA	3/bis	180,00	100,00	-	100,00	-	80,00
1197	6164	2013	free light di bettazzi daniela	Non alimentare	VIALE VIRGILIO	2	37,00	19,00	-	19,00	-	18,00
1198	6103	2013	infinitar srl	Non alimentare	VIALE VIRGILIO	7	937,00	223,00	-	223,00	-	714,00
1199	5867	2014	la serenissima srl	Non alimentare	VIALE VIRGILIO	7	360,00	196,00	-	196,00	-	164,00
1200	5653	2009	la boutique di francesca b. sas di zambelli erminia	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	2	70,55	56,00	-	56,00	-	14,55
1201	5525	2008	morgana snc di frigo ilaria	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	2	92,00	82,00	-	82,00	-	10,00
1202	4398	2000	canziani anna maria	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	4	98,00	98,00	-	98,00	-	-
1203	4700	2002	cotena maria	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	4	56,00	56,00	-	56,00	-	-
1204	4890	2003	exclusive service	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	4	107,00	98,00	-	98,00	-	9,00
1205	5069	2004	elysium srl di tognon paolo	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	5	89,00	79,00	-	79,00	-	10,00
1206	5325	2006	ravizza gabriele	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	5	90,00	75,00	-	75,00	-	15,00
1207	6204	2013	di foglio michela	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	5	60,00	60,00	-	60,00	-	-
1208	5594	2009	il dondolibro snc di ruth e dario alvisi	Non alimentare	VICOLO DELL'ASSUNTA	2	44,36	41,00	-	41,00	-	3,36
1209	5837	2011	lualdi roberto	Non alimentare								

PUBBLICI ESERCIZI

Id	Titolare	aut. numero	data	Indirizzo	mq
1	Stefanoni Luigia Antonia	510	29/06/89	Alfieri n.3	30
2	A.S. Cinque Anelli	1135	31/03/00	Baracca n.21	48
3	Grandi Achille (Circolo Acli)	1207	17/10/01	Beata Giuliana n.9	115
4	Dommarco Maria Caterina	813/814	14/06/95	Bellini n.1	75+25
5	PNC sas di Picone Antonino & C.	1524	20/06/06	Bergamo, 29	95
6	Rezzonico Elena	1504	24/01/08	Biancardi, 23	25
7	Pirri Carmelo	1314	11/02/04	Boccaccio n. 83	51
8	Crosta Luigia	179	19/01/81	Boccaccio n.1	126
9	Via Vai Cafè sas di Nicastro M. e Mel.& C	1384	04/05/05	Boccaccio n.36	85
10	Saporiti Franco Circolo Fenalc S. Anna	183	02/11/01	Boccaccio n.61	100
11	Porri Giovanni Franco (Brughetto Club)	831	13/09/95	Boccaccio n.71	80
12	Pegaso Uno srl	1216	03/01/02	Boccaccio n.75	200
13	Mimmo 2 di Rossi D. & Aniello snc	764/765	04/10/94	Bonsignori n.6	40+30
14	Everest Servizi srl	2	05/01/12	Bossi 1-2	92
15	Assenzio di Citterio Roberto & C sas	1388	06/05/05	C. Porta n. 3	68
16	Dieffe srl	24 A1	05/01/12	C. so Sempione, 150	105
17	FAGI SRL	26/2009 PE	30/06/09	C.so XX Settembre, 57	152
18	Alla Contrada srl di Bruzzese Vincenzo	30 del 2011		Cadore n. 8	168
19	Malanchini Marco	1436	18/09/06	Cadorna n. 16 B-C	52
20	Anaconda Bar di Cardenas Ramirez Marly Lanny	1443 A	28/05/12	Cardinal Simone n. 13	65
21	Cooperativa Rurale San Pietro srl (Betta L.)	1437	18/09/06	Cardinal Simone n.3	227
22	AREA 74 di Di Candia Luigia	16	02/05/12	Cardinal Simone n.4/a	60
23	Comunità Giovanile	902	11/12/96	Carpi n.5	
24	Anselmi di Anselmi Attilio & C. sas	1506 A1 2012		Cassano n. 80	55
25	LODINI LIANA	13	21/05/10	Corso Italia n.18	38
26	Tupa Elton	16 del 2011		Corso Italia n.22/C	44
27	La Fiorita di De Martino e Pezzuti snc	931	07/01/08	Da Brescia A. n.12	36
28	Marano Andrea	1412	16/02/06	Dante n.18/b	30
29	Associazione C.T.E.	1115	26/11/99	Dei Caduti n.4/bis	259
30	DE FILIPPO ANTONELLA	1543	03/03/09	Della Ricordanza, 9	62
31	Eredi di Casanova Giacomo	1452	12/12/06	delle Allodole	120
32	Pnc sas di Picone Antonino & C.	1428	01/02/07	Diaz n.19	70
33	La Voce del Mare srl	1507	28/02/08	Duca D'Aosta n.14	196
34	Nasto Lucia	1067	02/03/99	Duca D'Aosta n.19/D	44
35	Gilardi Giuseppe	1454	15/12/06	Europa n.14	43
36	Li Gregni Francesca	416	04/09/86	F.lli d'Italia ang. Pozzi	19
37	Madel srl	1451	07/12/06	Fagnano ang. Del Ponte	120
38	Snack Bar Elide snc di Salmoiraghi F&M	1467	13/02/07	Fagnano Olona n.18	79
39	Circolo Acli Madonna Regina (Forasacco)	332	22/03/84	Favana n.30	130

40	Azimonti s.n.c. di Azimonti Luca	1395	08/02/06	Ferrer n.36	22
41	Valentina Cafè snc di Brancaleone e Boati	1455	15/12/06	Foscolo n.13	150
42	Osteria dul Tarlisu srl	1163	23/11/00	Foscolo n.2	120
43	World Fashion Food srl	1191	26/04/01	Galilei Galileo n. 1	270
44	New Pub Snc di Moretti Noemi	1066	02/03/99	Garibaldi	20
45	Conforti Graziella	1359/a1	05/05/10	Garibaldi 2	58
46	Alampi Margherita	1359 A3	19/12/12	Garibaldi n.2/A	58
47	Elio's s.a.s. di Serra Aniska e Daniela & C.	1405	21/12/05	Gavinana n.13/15	113
48	Mombelli Domenico	45 del 2011		Genova n. 14	62
49	Favaro Marco	1416	06/06/06	Genova n.14/A	14
50	Stagni Paolo	1500	05/12/07	Giotto n. 9	60
51	Centro Familiare S. Michele	916	19/02/97	Goito n.8	60
52	Booing snc di Valli Lauro e Antonicelli A	1486	04/09/07	Gorizia n. 13/a	58
53	La Sfiziosa sas di Tedesco Assunta e Iaccarino C.&C.	1489	12/09/07	Gorizia n. 13/b	120
54	D'Accordio Antonino	1509	11/03/08	Isonzo n. 22	50
55	Villa Belvedere SRL	1040/1041	05/10/98	IV Novembre n.2	160+49
56	Castiglioni Giuseppe "Club dei Nasi"	666		Landriani n.6	114
57	MERICO GIUSEPPE			Largo San Giuseppe n.3/g	41
58	New Fashion Cafè di Palamà Federico	14	02/05/12	Libia n. 13	31
59	Gianoli Giorgio	938	30/04/97	Lombardia 44	90
60	Qiu Suiqin	1450	22/11/06	Lombardia n.26	45
61	L'incontro sas di Pisoni Luisa Anna & C.	8 del 2013		Lonate Pozzolo n. 87	20+80
62	D & P sas	40 del 2011		Lonate Pozzolo n.35	50
63	Bacco Tabacco e Venere di Tonetti G. snc	1143	02/05/00	Lonate Pozzolo n.49	194
64	Season Fashion srl di Zhou Aiqin	31	31/07/09	Lualdi 4	123
65	Tribbia Mara Rosangela	1124	16/02/02	Magenta	44
66	Bar da Giovanni di Lardo Annalisa	11	30/03/12	Magenta n. 127bis	71
67	Ristorante cinese Pechino di Zhu Li Fen snc	927	21/03/97	Magenta n. 15 bis	47
68	La Rocca Salvatore	1514	23/11/94	Magenta n.120	23
69	Bianchi Vitaliano Aurelio	1471	19/03/07	Magenta n.39	144
70	BASSIGNANI MARIA LIVIA	41	30/09/09	Magenta n.59	60
71	Ventrice Rocco	705	29/11/93	Mameli n. 19/B	134
72	La tana del caffè di Munglee Bibi Sultana	4	05/01/12	Manara n.1	28
73	Blue Moon sas di de Rosa Amedeo & C.	310	12/10/83	Manzoni n.5	160
74	Glorys sas di Castano Chiara & C.	1523	17/09/08	Manzoni, 18	60
75	Morlacchi Mario Gruppo ANM	843	28/11/95	Marsala n.25	843
76	Anubi di Gabriele Bonomi e Sara Barizza snc	5	05/01/12	Marsala, 60	60
77	Matteotti sas di Valerio Pedotti & C.	990	21/01/98	Matteotti n.24	100
78	My Giada srl	3	05/01/12	Mazzini n. 12	46
79	Margi Caffè di Strano Giuseppe	12 del 2013		Mazzini n. 28b	63
80	Evangelista Gaetano	1378	04/04/05	Meda Filippo n.35	76

81	Conoscere il mondo	1053	10/12/98	Mentana n.2/g	55
82	Pasticceria Campi sas di Fusato V. & C.	715	02/02/94	Milano n.3/c	35
83	Cai Haidian	43 del 2011	09/11/11	Milazzo n. 35	50
84	Sole d'Oro di Zuccarini Stefano	5 del 2011		Milazzo n.3	206
85	Club Amici dello Sport	847	12/02/96	Monte Grappa n. 12	30
86	Carrafiello Ugo	4 del 2011		Montebello n. 17	49
87	Ferrini Alga	1406	12/01/06	Montello n.5	118
88	Camaleonte sas di Volontè	1465	08/02/07	Nievo n.27	96
89	La Kumpa s.n.c. di Crosta & Garofalo	1397	05/09/05	Novara n. 15	69
90	Mallia Mariagrazia	1502	08/01/08	Novara n.1	31
91	Cataldi Giuseppe Mario	789	01/03/95	Palestro n.30	95
92	Borrelli Angela Franca	889	23/10/96	Palestro n.55	33
93	Montecristo snc di Cecchini e Masciocchi	1203/1204	04/10/01	Pellico Silvio n.9	75+88
94	Antares di Cipriani Michele & C. sas	24	27/08/12	Piazza Santa Maria 2	29
95	B.BAR di Alagia Giovanna & C. Sas	28	13/09/10	Piazza Trento Trieste n. 11	26,46
96	Antico bar degli angeli di Hu Juanyun	40/2009 PE	30/09/09	Piazza Vittorio Emanuele II	59
97	City Garments spa	1505	12/02/08	Piermarini n. 60	154
98	Caffetteria Piandello sas di Gualtieri V.	1321	02/03/04	Pirandello n.44	32
99	Bottigelli Bruna (Rossoamore Cafè)	12 del 2011		Ponchielli n. 12	35
100	F.Ili Garzia snc di Garzia Marco & C.	412	01/07/86	Ponchielli n.14	121
101	Safrine snc	1117 A1	05/01/12	Ponchielli n.30	100
102	Ristorante Liu di Liu Xuepao	28 del 2012		Pozzi n.15	95
103	Colombo Alberto "Radio Club Bustese"	634	08/07/92	Pozzi n.5	25
104	Livetti Mons. Claudio (Parrocchia San Gio)	436	30/03/87	Pozzi n.7	340
105	Hu Sandro	986	12/01/98	Q. Sella n. 138	145
106	Bovi Giuseppe	59	14/11/80	Q. Sella n.139	80
107	Maffioli Giordano	15	27/05/10	Quintino Sella n.54	12
108	Baroffio Enzo	1113	05/11/99	Ragusa n.2	90
109	White Night snc di Confortino e Scalise	1423	01/06/06	Rimembranze n.9	86
110	Fazio Giacomo	773	29/11/94	Risorgimento n.16	41
111	Girola Don Mario (Oratorio SS. Redentore)	313	28/09/83	Rodari n. 25	75
112	Vision ENTERPRISE SNC di Plebani Andrea e Buzzi Carlo	31/2010	04/11/10	Roma 8	27
113	ORSI & BERRY SNC di ORSI SUSANNA e BERERA MAURO	21/2009/PE	22/06/09	Roma, 4	65
114	Cascina del Lupo srl	1494	08/10/07	Romagnosi	43
115	Bucceri Rocco	39	06/11/80	Rossini n.19	102
116	Scampini Gabriele (Ass. Don Carlo Camozzi)	608	18/10/91	S. Anna n.1	
117	Bucceri Marco	1271	19/05/03	Salgari n. 11/b	240
118	Aurilio Domenica	1279	13/06/03	Salvator Rosa n.12	54
119	Bar Tilla di Linguanti Giuseppe	1392/a1 2011		San Gregorio n. 6	50
120	Brivio Paola (Kandinsky Cafè)	895	12/11/96	San Gregorio n.4/e	50
121	U.S. ACLI Borsanese (Ferrario Vittorio)	1075	06/05/99	San Pietro n. 15	205

122	Stabilini Gianfranco	1225	04/02/02	Scisciana n.20	50
123	Gallazzi Alberto	220	10/04/81	Sempione n.124	75
124	Macaluso Isabella	1023	15/05/98	Sicilia n.20	84
125	Antony Bar di Panarello Barbara & C.snc	844	08/01/96	Silvestre n.40	56
126	Mangialardo Antonietta	979	06/11/97	Solaro n.4	25
127	Serra Graziana	539	18/09/90	Sondrio n.2	25
128	Caffè Pasticceria Maga di Colombo Mariangela	19	11/07/12	Stelvio ang.Cadore	30
129	Cantalò srl	1491	14./09/07	Stelvio n. 102	
130	Provasi Don Silvano (parr. San Giuseppe)	708	10/12/93	Stelvio n. 27	40
131	Fujimek sas di Akiko Fujita & C.	1064	01/03/99	Stoppani n.11	25
132	Istituto professionale di Stato per "P.Verri"	1254	28/10/02	Torino n.1	191
133	Stop Caffè sas di Macchi Fabrizio & C.	749	07/04/06	Torino n.28	42
134	L'Arte del gelato di Raimondi Antonio & C,snc	1028	27/07/98	Trentino n. 23/bis	30
135	L'angelo snc	1522/A 2012		U. Foscolo n. 2	32
136	Bikers Bar sas di D'Ambrosio Luca & C	32 del 2011		Varese n.33	35
137	Santoriello Antonietta	1475	26/04/07	Venegoni n.10	97
138	La Muraglia sas di Sun Xis Lin & C.	985	12/01/98	Venezia n.11	41
139	RANISI VIRGINIA	1525	25/11/08	Vespri Siciliani n.68	41
140	Iglio Francesco	38 del 2011		Via Alberto da Giussano 15	38
141	LUPERTO RUBEN	38/2009/PE	21/09/09	Via B. Cellini, 9	50
142	WANG BAOYU	29	04/10/10	via Bellini n. 26	52,22
143	Kubler Ludovico (The Wolf Pub di Kubler Ludovico)	1263/A	30/05/12	via Bonsignora 55	95
144	MIR SADA SOCIETA' COOPERATIVA ARL	DIAP	05/06/09	Via Cà Bianca, 44-Stadio Speroni	15
145	J-Gio Food and Driks di Pastelli Francesco	3 del 2013		via Cassano Magnago n.49	90
146	Associazione Promozione Sociale "PEOPLE"	D.I.A.	06/10/08	Via Concordia, 1	190
147	Cassara' Melissa	8	27/04/10	via Cremona n.1/bis	21
148	Delle Curti Diego Paolo	27 del 2012		via da Brescia ang. Cremona	120
149	Torretta Ristorazione srl	7 del 2012	31/01/12	Via delle Caserme ang. Via Matteotti 3/	55
150	Picasso Cafè di Barbetta Luca	33 del 2012	27/12/12	Via Fagnano n. 10	48
151	Zucchinalli Valter & C. snc	10 del 2013		via Fratelli d'Italia n. 3	36
152	Bruno Roberto	1326	01/04/04	via Gaeta n.1/c	53
153	Enomia srl di Bruni Alessandra	36 del 2011		Via Leonardo da Vinci n. 2	50
154	New Fashion Cafè di Merotto Margherita Piera	1539	13/02/09	via Libia, 3	31
155	Franceschi Claudio (L'angolo del goloso)	20 del 2011		Via Lualdi 1/C	77
156	Bar de Mode snc di Fontana e Gallazzi	15 del 2013		Via Magenta 52	43
157	Kebab House srl (Aurilio Domenica)	22 del 2011		via Magenta 79	130
158	D.A.G. s.n.c. di Rappoldi G. & C.	1366	22/12/04	via Magenta n. 12	57
159	ASSOCIAZIONE AMICI DEL NUOVO MILLENOTE CLUB	DIAP	21/05/09	Via Magenta, 108	24,5
160	L'ANTICA LOCANDA Sas di BERBERI RUKJANA & C.	22/2009/PE	30/06/09	Via Matteotti, 6	62
161	RONCATO LUCA (Sunflower)	21	21/07/10	via Mazzini snc ang. Via F.Ili Cairoli	55
162	Day by Day di Limatola Antonio e Fortunato	1199	19/09/01	Via Mazzini, 18	50

163	BAR DELL'ANGOLO di QIU Guoqin GUOQIN	1528	26/11/08	Via Milazzo, 46	57
164	Strix Bar di Tenuti Antonio	35 del 2011		Via Olgiate n. 1	55
165	Gallo Stampino Cinzia (UI Cartè di Gallo Stampino Cinzia)	14 del 2011		via Padre Reginaldo Giuliani n. 5	22
166	Kube Cafè di Popescu Ramona Mariana	26 del 2011		via Pastore n. 35/A	103
167	Antares di Cipriani Michele & C. sas	2 del 2013	27/02/13	via Petrella ang. via Volturno	59
168	Osteria Mediterranea di Malatesta Luca	1492 A1	27/12/12	via Ragazzi del 99 n. 3	123
169	RAPISARDA GIUSEPPE	04 del 2010	22/02/10	via Ragusa n.2	20
170	Chen Fangyan (Bar Tavola Calda di Chen Fangyan)	25	13/09/12	Via Repubblica 33	135
171	Star Light di Villamar Leon Katia Elizabeth	21 del 2012		Via Rossini n. 108	46
172	Almar di Ponti srl	13 del 2012		via S. Ambrogio 1	285
173	Insomnia Cafè di Marelli Roberta Maria	41 del 2011		via Samarate 37	53
174	CAFFE' DE BERNARDI di De Bernardi Sergio	23/2010	09/08/2010	Via Silvestre n.36	32,42
175	Piccolo Borsa di Tavarez Tavarez Gabriela	24 A1 2011		via XX Settembre n. 1/B	25
176	TRE.CI di CHRISTIAN NOVELLA & C.	35 del 2012	27/12/12	Viale Repubblica, 63	40
177	Pozzan Massimo	921	20/02/97	Vittorio Emanuele II	40
178	Caffè Stazione sas di Assandri Roberto & C.	1294	21/03/05	Volontari della Libertà n.5	77
179	GPR di Balla Ornella e Vahkal Kristi snc	15	02/05/12	Volta n. 1	50
180	Pazzaglia Camilla (Alibi Cafè di Pazzaglia Camilla)	1312/a1 2011		Volturno n.8	127
181	Il Banqueting s.r.l.	1444	24/10/06	XI Settembre n.18	949
182	Luna Bar Caffetteria di XU RUMEI	14 del 2013		XX Settembre n. 22/B	117
183	Roy srl (Shed)	1497	06/11/07	XX Settembre n. 53 int. B	115
184	Sergio Giovanni	1404	29/11/05	XX Settembre n. 94	28
185	Il Melograno	849	22/03/96	XX Settembre n.55	166
186	GERA srl di Cuffaro Giuseppe	11	02/05/10	XX Settembre n.36	196
187	Volpato Daniele	358	04/12/84	XXII Marzo n.2	30
188	Rossi Valentino	1287	04/09/03	XXIV Maggio n.1	58
189	Falzone Calogero	319	01/12/83	XXV Aprile n.7	136
190	Blue Diamond srl	1434	05/07/06	Zappellini n. 19/a	115
191	I.G.F. s.n.c. di Amendolagine F & C.	1422	24/05/06	Zappellini n.11	160
192	Turconi Luca	1370	18/01/05	XX Settembre n.14	58
193	Amici miei srl	1463	05/02/07	XX Settembre n.2	91

PARRUCCHIERI ED ESTETISTI

Id	N.Aut	Anno	Denominazione	Ubicazione	donna	uomo	estetista
1	11	2010	Gocce di Bellezza di Mascolo Annunziata	via Della Vite n. 1			
2	5	2010	Bragagnolo Alessia	via Meda n. 39			
3	686	2003	BEAUTY & SUN sas di Locarno V.	via q. sella 14			X
4	737	2007	Pilone Claudia	via S.Rosa 30			X
5	739	2007	Girasole	viale stelvio 30			X
6	362	1992	Ghirardi Daniela e Donatella snc	via depretis 29	X		
7	475	1988	Amico Concetta	via g. pastore 33	X		
8	278	1969	Tallarini Antonia	via meda 29/b	X		
9	391	1978	Tosi Rosa Anna	via meda 3	X		
10	382	1977	Gallazzi Milena	via misurina 14/bis	X		
11	669	2002	Aiello Mario	via pastore 9	X		
12	386	1977	Gallazzi Giovanna & Nadia	via q. sella 62	X		
13	749	2007	Zingarelli Michele	via Q.Sella n.11	x	x	
14	365	1976	Acconciature PETRUCELLI snc	via rossini 128	X		
15	789	2009	Petruccio Michelangelo	via vespri siciliani			
16	1	2011	Zagariello Debora	via meda 35		X	
17	129	1997	Pigni Romeo snc dei F.Ili Pigni	via trentino 21		X	
18	282	1969	Scarpignato Giuseppe	via vespri siciliani 79		X	
19	6	2013	Ventura Antonio	via Gorletta, 1			x
20	652	2000	Costa Ornella	via novara 15			X
21	777	2008	I CAPRICCI DI VERA DI LILLO VERA	Piazza Gallarini n.2	x		
22	337	1973	Cerana Reginaldo	via bienate 20	X		
23	568	1993	Scapin Antonella	Via Cardinal Simone n.4	X		
24	417	1980	Bertolini Mara	via magenta 120	X		X
25	464	1986	Pastori Iside	via pavia 24	X		
26	526	1990	Puleo Maria	via XXIV maggio 22	X		
27	731	2006	Ioppolo Marilena	via XXIV maggio 4	X		
28	152	1965	Salerno Vincenzo	p.za toseli 1		X	
29	674	2003	LU.AN.BENESSERE sas di Bonomi Emanuela	via gela 5			X
30	18	2010	Gruppo Bellani Due	viale Sicilia n. 3	x		
31	762	2007	LA LINEA DELLA ROSA di ALBANESE SERENA	via Della Pergola, 1/bis			
32	694	2004	Duan snc di Duca Antonio & C.	via delle allodole 1	X	X	
33	491	1989	Squizzato Manuela	via delle primule 6	X		
34	3	2013	Penzo Tecla	via Bainsizza, 5			x
35	2	2013	centro salute e bellezza snc di laura gallo e roberta pidor	via Peschiera 12			x
36	466	1987	MAGAP snc di Azimonti & Balzarini	via sott. pozzi 2			X
37	308	1970	Tartaglia Maria	p.le gagliardi 3	X		
38	712	2005	Stuppini Clara	p.zza san donato 4	X	X	
39	449	1984	Paleari Daniela	via bainsizza 17	X		
40	84	1959	Gallazzi Mario Luigi	via grado 12	X		
41	200	1967	Genoni Adriana	via lamarmora 17	X		

42	322	1971	Magni Angelo	via magenta 64	X		
43	514	1989	Callà Salvatore Hair Stylist	via san carlo 13	X	X	
44	394	1974	Minigozzi Patrizia	via verdi	X		
45	329	1972	Colombo Mario & Toia Lauro	p.le sott. Pozzi		X	
46	58	1960	Crespi Luciano	via lamarmora 19		X	
47		1996	CARAIBI CENTER sas di Borrello Maria	v.le pirandello 26			X
48	664	2002	Ielmini Sara	v.le virgilio 6			X
49	781	2009	Zakir Aicha	Via Colico 1/a			x
50	565	1993	Guidi Romina	via milazzo 16			X
51	5	2012	Guan Ying	via Vittorio Alfieri, 15 ter			X
52	23	2011	tattoo ink	viale Boccaccio, 83			
53	534	1991	Bauleo Bambina	p.le crespi/ponzella	X		
54	666	2002	Fuori di Testa snc di Carniel Monica e Rogora R.	v.le boccaccio 49	X		
55	411	1999	Avvignano Simona	v.le pirandello 26	X		
56	452	1984	Omenigrandi Laura Elvira	v.le pirandello 44	X		
57	787	2009	Pompa Cristina	via Ferrini n. 69	X		
58	533	1991	Anna e Manu snc di Anna e Emanuela Merlo	via milazzo 24	X		
59	577	1994	Vallario Gabriella	via milazzo 6	X		
60	287	1969	Nuova Imeri Immagine di Imeri Roberto & C.snc	via orazio 3	X		
61	772	2008	LE FOLLIE ACCONCIATURE di Mosca Enza	viale Virgilio, 3	X		
62	582	1994	Convertino Martino	via milazzo 37/f		X	
63	734	2006	Remise en forme	via mentana 7			X
64	600	1995	Di Lauro Beatrice	via a. da giussano 19/c			X
65	637	1999	IESSE sas di Verga Sabrina & C.	via bixio 1			X
66	763	2007	MALIBU' snc di Tartagni Antonella & C. Snc	via c. maria piazza 1			X
67	531	1991	NEW BEAUTY CENTER BARBY snc	via dell'acqua 10			X
68	692	2004	L'arte della Bellezza snc da Mastascusa B. & L.	via f.lli bandiera 6	X	X	X
69	640	1999	SOLARIA sas di Binaghi & C.	via fontana 3			X
70	667	2002	Chef d'Oeuvre di Sperotto Sara	via g. ferrari 4	X		X
71	677	2003	Estetica Greta di Campo Giuseppina	via gaeta 6			X
72	719	2005	S & B BUSTO ARSIZIO srl di Gallazzi Enrica	via gavinana 14a			X
73	722	2006	Cavallari Maria Luisa	via gavinana n. 15			X
74	649	2000	RINASCERE snc di Tejada Feliz	via guerrazzi 5			X
75	708	2005	Tropeano Giovanni	via l. maino 2/b	X		X
76	537	1995	Centro estetica AMICA IN snc	via mameli 6/b			X
77	4	2010	Olgiati Noemi	via ponchielli n. 12			x
78	760	2007	FASHION CLUB SRL di Stefanazzi Nicoletta Maria	via roma 11			x
79	498	1989	Bernardoni Paola	via tasso 5			X
80	10	2011	Salone BLU snc di Alfani Alice & C. snc	via u. foscolo 13	X	X	X
81	7	2013	sale & salute sas di ceriotti fulvia & c.	via XX settembre 46			
82	1	2010	lady candy piercing di iula pamela	Vicolo dell'Assunta			x
83	671	2003	Delli Santi Francesca	c.so XX settembre 1	X		
84	1	2013	ma cherie srl	piazza XXV Aprile, 11/A	x	x	

85	721	2006	Gagliardi Maura	v.le duca d'aosta 19	X		
86	560	1992	Stile Italiano sas di Mantia Caterina & C.	via a. da giussano 17	X		
87	590	1994	Donatella Parrucchiera per signora di Festegari Donatella	via adua 12	X		
88	12	2010	HAIR STUDIO GILDA di VENEGONI GIGLIOLA	via Antonio Pozzi . 8	X		
89	375	1977	Solinas Mario	via b. cellini 2	X		
90	358	1975	Lamperti Claudia	via concordia 1	X		
91	721	2006	Gagliardi Maura	via Gavinana 1	X		
92	434	1982	Basta Domenica	via indipendenza 4	X		
93	613	2004	Tropeano Giovanni New Fashion Acconciature	via l. maino 2	X	X	
94	567	1993	Acconciature Lisa & Sarah snc	via lombardia 51/b	X		
95	401	1979	Estro snc di de Tomasi e Ferioli	via marsala 9	X		
96	648	2000	Mangano Ioanna	via mentana 2	X		
97	429	1982	Martignon Elisa Carla	via pisacane 23	X		
98	654	2000	Santoro Emanuela	via ponchielli 18	X		
99	397	1978	Colombo M. Elisa & Maurizia	via r. sanzio 1	X		
100	709	2005	G.F.S. srl di Gallazzi Giuseppina	via roma 10	X		
101	404	1979	Musso Antonietta	via san antonio 1	X		
102	599	1995	Mangia Salvatore	via san gregorio 6	X		
103	388	1977	Bernardoni Graziana	via tasso/oberdan	X		
104	715	2005	Buonarrivo Giuseppe	via xx settembre 9	X		
105	26	2011	Salinna di Liu Jingjing	viale Venezia n. 5	x	x	
106	448	1995	Fiore Rosario	c.so XX settembre 29		X	
107	356	1975	Giunta Angelo	via cadorna 12		X	
108	633	1999	L'immagine sas di Miicola Viviana & C.	via caprera 28		X	
109	706	2005	Fatone Valter	via castelfidardo 23		X	
110	378	1977	Cassarà Giuseppe	via f.lli d'italia 5		X	
111	688	2004	Bascià Massimo	via g. ferrari 2/b		X	
112	545	1991	Fazio Antonio	via gavinana 11		X	
113	19	2010	Fatone Valter	via Machiavelli n. 1		x	
114	381	1977	Genoni Franco	via mameli 44		X	
115	328	1972	Orlando Antonino	via mentana 2/a		X	
116	636	1999	SALONE DUE	via risorgimento 14		X	
117	3	2012	Divina donna di Maciariello Patrizia	v.le lombardia 30	X		
118	778	2011	Fontana Felicia Monia e Russo Simona	corso Italia, 62/b			x
119	695	2004	Chiocciola Due snc di Crivelli Mario e Dario	via einaudi 1/c			X
120	752	2010	Venere nera di Paulino	via Espinasse, 27			x
121	16	2011	glenny	via Espinasse, 27/A			x
122	1	2012	Pelosi Alessia	via Espinasse, 43c			x
123	15	2011	chic nails studio's	via f.lli cairolì. 2a			x
124	766	2008	ROBY-ESTETIKNAILS di Dellaporta Roberta	Via G. Bruno n.7			X
125	668	2002	Rosanna Barbara	via lualdi 9			X
126	12	2013	syed sibt ul hassan kazmi	via Magenta, 12			x
127	758	2007	CENTRO ESTETICO SOLARIUM VENERE SAS di KIEF	Via Marliani, 5			

128	723	2006	Mastroianni Marcello	via mazzini n. 40			X
129	647	2000	Marzullo Anna Rita	via t. speri 24			X
130	627	1998	SPACE BEAUTY CENTER snc di Maino	via venegoni 1		X	X
131	13	2011	My life estetica di cesarotto sabrina	Via vespri siciliani 7			x
132	492	1995	SABRINA di Maino Sabrina	v.le montello 20	X		
133	597	1995	Bruno Venera	v.le rimembranze 1	X		
134	390	1978	Protti Maria Enrica	v.le rimembranze 32	X		
135	746	2007	Bandera Maria Cristina	via cadore 6	x		
136	109	1986	Castiglioni Franco & C. snc	via calatafimi 3	X		
137	775	2008	Sensazione Donna di Proietto Lina	via Confalonieri snc	x		
138	744	2007	Bisignano Salvatore	via espinasse 25	X	X	
139	506	1989	Piana Augusta	via g. bruno 44	X		
140	460	1986	Castiglioni Rossana	via isonzo 3	X		
141	701	2004	Rebuzzi Elena (Sueno parrucchieri)	via lepanto 15	X		
142	400	1979	Venturini Maurizio	via lepanto 4	X		
143	11	2013	centro massaggi di syed sibt ul hassan kazmi	via Magenta, 12	x	x	
144	748	2007	leuzzi fabio	via marengo n. 11			
145	628	1998	Class snc di Gioia Simona e Sechi n.	via marliani 1	X		
146	606	1996	Amodeo Caterina (Model Hair)	via mazzini 16	X		
147	586	1994	Silvestri Andrea	via mazzini 28	X		
148	19	2011	Carlo Alberto di Monica Grampa	via Montebello,3	X		
149	619	1997	Genio Patrizia	via montello 6	X		
150	528	1991	Garavello Patrizia	via palestro 1	X		
151	23	2010	V. Creation di Lo Presti Vanessa	via Palestro, 49	x		
152	441	2004	Team di Tendenza snc di Crinolino A.	via pontida 12	X	X	
153	24	2011	Franco Maria Antonietta	via Ragusa, 2/D	x	x	
154	716	2005	I Moraglia snc di Moraglia Giuseppina & C.	via sant'ambrogio 4	X		
155	437	1983	Testa Maria Angela	via t. speri 20	X		
156	697	2004	Romano Caterina	via varese 62	X	X	
157	683	2003	Cesarino Alessandra	via vespri siciliani 12	X	X	
158	25	2011	Ding Minjuan	via Vespri Siciliani n. 2	x	x	
159	4	2011	Gagni Elisa Patrizia	via volta 13	X		
160	4	2012	Primostilista	via XXII Marzo n. 2	X		
161	713	2005	Lo Vano Marina	viale rimembranze 31	X		
162	12	2010	HAIR STUDIO GILDA di VENEGONI GIGLIOLA	Viale Rimembranze, 19	X		
163	525	2004	Saponaro Isidoro	c.so europa 3	X	X	
164	21	2011	acconciature per uomo Benny	corso Italia, 81		x	
165	665	2002	Cassarà Salvatore	via a. volta 9		X	
166	5	2011	Magliano Gianluca	via Cairoli 2		x	
167	471	1987	Pasqualini Gianni	via marco polo 28		X	
168	493	1989	Genoni Giovanni	via varese 28		X	
169	609	1996	Silvestri Alessandro	via vespucci 14		X	
170	525	2004	Saponaro Isidoro	c.so europa 3	X	X	

171	283	1969	Merlo Liliana	c.so italia 6	X		
172	786	2009	Maimone Emidio	c.so italia n. 24	X		
173	225	1967	Lella & Massimo snc di Tramonte e Stornaiuolo	p.zza plebiscito 4	X		
174	689	2004	Miraggio Sergio ONLY FOR ONE	p.zza v.veneto n. 9	X		
175	576	1993	IPOTESI di P. & P. Tumminello snc	v.le giotto 9	X		X
176	784	2009	L'Angolo del Benessere snc	Via Comerio n.6			x
177	16	2010	Sorriso acconciature Snc di Caccia S. e la Rosa F.	via cassano 17			
178	682	2003	Bellusci Antonella	via fagnano olona 16	X		
179	319	1971	Pizzini Giuseppina	via stoppani 14	X		
180	764	2007	Revolution di Biagi Samuela	via Gorizia 13			
181	237	1968	Merlotti Rosanna	via lambruschini 8	X		
182	15	2012	Foscaldi Armando Silvio	via Olgiate Olona	x	x	
183	8	2010	Gorletta Antonella	via per Olgiate n. 6	x		
184	546	1992	Gussoni Matteo	via torino 26	X		

SERVIZI ALLA PERSONA

ID	N° AUT.	ANNO PRATIC A	RAGIONE SOCIALE	SETTOR E	MACRO-CATEGORIA MERCEOLOGICA	INDIRIZZO	N° CIVICO	ANGOLO	SUP. TOTALE	SUP. VENDITA	SUP. VENDITA ALIM.	SUP. VENDIT A NON ALIM.	SUP. VENDIT A MISTI	ALTRE SUPERFICI
1	4054	2008	radicchi roberto	Altro	Edicole	CORSO ITALIA	11		30,00	30,00	30,00	-	-	-
2	4054 bis	2011	radicchi roberto	Altro	Edicole	CORSO ITALIA	11		30,00	30,00	30,00	-	-	-
3	5815	2010	scampini maria lorena	Altro	Edicole	CORSO XX SETTEMBRE	29		20,00	19,00	-	19,00	-	1,00
4	6163	2013	zoni christian	Altro	Edicole	CORSO XX SETTEMBRE	29		20,00	19,00	-	19,00	-	1,00
5	5877	2012	capone nicolo	Altro	Edicole	PIAZZA C. COLOMBO								
6	5380	2007	chianura angela	Altro	Edicole	PIAZZA VOLONTARI DELLA LIBERTA'	4		15,00	15,00	-	15,00	-	-
7	5974	2012	l'edicola di emiliano ranieri	Altro	Edicole	VIA CAVOUR	4		24,00	20,00	-	20,00	-	4,00
8	5019	2003	tavaglione silvano	Altro	Edicole	VIA FERRER	3/B		70,00	70,00	-	70,00	-	-
9	5404	2007	sunflower di mendola salvatore	Altro	Edicole	VIA S. PIETRO	2		64,00	54,00	-	54,00	-	10,00
10	6079	2013	roncato gerardo	Altro	Edicole	VIALE SICILIA	25		22,00	22,00	-	22,00	-	-
11	6081	2012	colombo srl	Altro	panetteria	CORSO SEMPIONE	166		147,00	97,00	97,00	-	-	50,00
12	5822	2010	veneziani gianluca	Altro	panetteria	LARGO GIARDINO	7		50,00	30,00	30,00	-	-	20,00
13	6126	2013	panificio naccari di naccari mauro luca	Altro	panetteria	PIAZZA MANZONI	12		58,00	40,00	40,00	-	-	18,00
14	5246	2006	pane,pizza e....sas di gastaldi roberto	Altro	panetteria	PIAZZA SOLARO	6		190,00	160,00	160,00	-	-	30,00
15	3973	1996	panificio nadia snc di tunesi matteo e paolo	Altro	panetteria	VIA BERGAMO	3		25,00	25,00	25,00	-	-	-
16	5175	2005	l'infinita dolcezza srl di baviello davide	Altro	panetteria	VIA COMERIO	4		130,00	65,00	65,00	-	-	65,00
17	5644	2009	panificio oltrepas sas di cassara melissa e c.	Altro	panetteria	VIA CREMONA	1		102,00	60,00	60,00	-	-	42,00
18	5804	2010	santarsiero rosaria	Altro	panetteria	VIA DANTE	14		77,00	42,00	42,00	-	-	35,00
19	5120	2005	lipari simone	Altro	panetteria	VIA MAGENTA	32		129,00	48,00	48,00	-	-	81,00
20	5284	2006	la casa del pane di papasergio f. & c. sas	Altro	panetteria	VIA MARLIANI	2		190,00	25,00	25,00	-	-	165,00
21	5839	2011	frigoli romina	Altro	panetteria	VIA MAZZINI	36		8,00	8,00	8,00	-	-	-
22	5621	2009	voglia di pane sas di de stefano desirè & c.	Altro	panetteria	VIA MEDA	31		72,00	40,00	40,00	-	-	32,00
23	5857	2011	il forno delle meraviglie2	Altro	panetteria	VIA MONTELLO	4		31,00	19,00	19,00	-	-	12,00
24	5990	2012	Panificio Dormello snc di Cazzamalli Enrico & C.	Altro	panetteria	VIA PIEMONTE	2	ANG. GAETA	65,00	53,00	53,00	-	-	12,00
25	4986	2004	colombo mocchetti luigi	Altro	panetteria	VIA ROSSINI	34		167,00	52,00	52,00	-	-	115,00
26	5582	2009	soc. coop. sociale il girotondo	Altro	panetteria	VIA S. PELLICO	12		60,00	60,00	60,00	-	-	-
27	5356	2007	colombo srl	Altro	panetteria	VIALE RIMEMBRANZE	50		75,00	75,00	75,00	-	-	-
28	5638	2009	baroffio enzo	Altro	Pasticceria	PIAZZA MANZONI	13		90,00	4,30	4,30	-	-	85,70
29	1317	1973	maino cornelia	Altro	Pasticceria	PIAZZA S. MARIA	1		358,00	38,00	38,00	-	-	320,00
30	6031	2012	barmo matia	Altro	Pasticceria	VIA CASTELLANZA	20		84,00	19,00	19,00	-	-	65,00
31	5222	2006	favaro marco	Altro	Pasticceria	VIA GENOVA	1		32,00	16,00	16,00	-	-	16,00
32	5967	2012	cmr holding	Altro	Pasticceria	VIA GOZZANO	3		210,00	24,00	24,00	-	-	186,00
33	5244	2006	m.c.m.di grimi massimo & c. sas	Altro	Pasticceria	VIA MAGENTA	120		170,00	140,00	140,00	-	-	30,00
34			Pineta	Altro	Albergo	VIA SEMPIONE	150							
35			Hotel Hortensia	Altro	Albergo	VIA ADUA	15							
36			Albergo Ristorante Mazzini	Altro	Albergo	PIAZZA MANZONI								
37			Espana Hotel Ristorante Bandera Gian Pietro	Altro	Albergo	VIALE BOCCACCIO								
38			Il Fiordaliso Affittacamere di Bertolini Graziella	Altro	Albergo	VIA FIORDALISO								
39			Bed & Brekfast GIET	Altro	Albergo	VIA TAORMINA	26							
40			Bed & Brekfast Le Rose	Altro	Albergo	VIA FERRARA	12							
41			Manvilla	Altro	Albergo	VIA MILAZZO	5							
42			Amadeus B&B Milano Malpensa	Altro	Albergo	VIA TURBIGO	5							