

# CAPITOLO 8

# DA SINGOLI PUNTI VENDITA A CENTRI COMMERCIALI NATURALI

## 1. PREMESSA

Se si volesse parlare, in senso generale, di Monza e del suo sistema economico, si potrebbe sintetizzare il tutto in pochi dati riassuntivi: in città esistono **1.609 attività** che operano in **195.230 metri quadrati di vendita** mentre sono **365 i pubblici esercizi** la cui **superficie di somministrazione** misura **31.259 metri quadrati**.

Così facendo, però, non si renderebbero esplicite le valenze del sistema commerciale nei processi di costruzione e mutazione della città di Monza.

Infatti è necessario analizzare le articolazioni interne al sistema commerciale oltre che la relazione che intercorre tra le attività economiche e la loro localizzazione sul territorio monzese, in modo da promuovere le condizioni affinché i singoli punti vendita, che vivono in aggregazioni di via, costituiscano sistemi commerciali urbani.

## **2. IL PESO DELLE VIE**

Al fine di mettere a fuoco il ruolo del sistema urbano del commercio e dei pubblici esercizi è opportuno partire dalla considerazione che la **totalità delle attività commerciali**, che vede 1.598 presenze, **si concentra sul 38% delle vie cittadine** (279 su 727vie).

I 389 **pubblici esercizi** sono invece **distribuiti su** 165 vie che rappresentano il **23% delle vie** della città.

Valori, quelli restituiti, che documentano una discreta concentrazione delle attività rispetto al territorio se si pensa che, a titolo d'esempio, Milano, sul finire degli anni Novanta, vedeva la localizzazione dei punti vendita sul 55% delle vie cittadine.

Allo scopo di far emergere come l'assetto della rete distributiva influenza l'assetto urbano, la richiesta di mobilità, di accessibilità e di sosta, vengono disaggregate le attività in funzione del settore merceologico.

Inoltre, a titolo esemplificativo, sono stati stimati i valori di produttività commerciale delle attività in base alle indicazioni normative regionali.

**727** vie complessive della città

su **109** vie pari al **15%** delle vie dalla città  
si trovano **278** pdv **ALIMENTARI**  
per **39.583** mqv

su **260** vie pari al **36%** delle vie dalla città  
si trovano **1.320** pdv **NON ALIMENTARI**  
per **164.393** mqv

su **279** vie pari al **38%** delle vie dalla città  
si trovano complessivamente **1.598 ATTIVITÀ COMMERCIALI**  
per **203.976** mqv

su **165** vie pari al **23%** delle vie della città  
**389 PUBBLICI ESERCIZI**  
per **335.073** mqv

L'assetto della rete distributiva commerciale sulle singole vie si articola con peculiarità tipiche di ciascun settore, in particolare si evidenzia:

▪ **SETTORE ALIMENTARE**

La via Cavallotti e la via Rota, con rispettivamente n. 16 e n. 10 attività, si caratterizzano per il maggior numero di punti vendita alimentari, via della Guerrina e via Brembo si evidenziano per il maggior numero di superfici, mentre via Buonarroto emerge per il numero delle attività presenti (n. 12) e la buona dotazione di spazi adibiti alla vendita (4.164 mqv).

▪ **SETTORE NON ALIMENTARE**

Le vie che si caratterizzano per la maggior presenza di attività non alimentari sono via Italia, via Vittorio Emanuele II, via Cavallotti e via Carlo Alberto con rispettivamente, n. 75, n. 73, n. 59 e n. 57 punti vendita.

Analogamente le vie che evidenziano la maggior quantità di metri quadrati di vendita sono via Italia (14.799 mqv),, viale Lombardia (12.2861 mqv) e via Vittorio Emanuele II (7.212 mqv).

▪ **SETTORE ALIMENTARE E NON ALIMENTARE AGGREGATO**

L'aggregazione dei settori alimentari e non alimentari delinea uno scenario in cui la maggior concentrazione di punti vendita si localizza all'interno del centro storico della città.

Sono ben il 14% del totale le attività che si insediano lungo le vie Italia, Vittorio Emanuele II e Carlo Alberto (con n. 83, n. 80 e n. 59), cospicua risulta, inoltre, la presenza dei punti vendita lungo l'asse di penetrazione di via Cavallotti ad est del centro storico ( n. 75).

La maggiore dotazione di metri quadrati di vendita si evidenzia lungo le direttrici di viale Lombardia (12.301 mqv), via Borgazzi (9.646 mqv) e via Buonarroto (9.515 mqv) ubicate rispettivamente, ad Est, a Sud e a Sud-Ovest della città.

Interessante rilevare come via Italia, con n. 75 attività operanti in 14.799 mqv, risulti, in assoluto, la via con la maggiore dotazione di commercio dell'intero comune di Monza.

A fronte della distribuzione della popolazione sul reticolo viario il commercio tende a concentrarsi principalmente sulle singole vie e sull'immediato intorno.

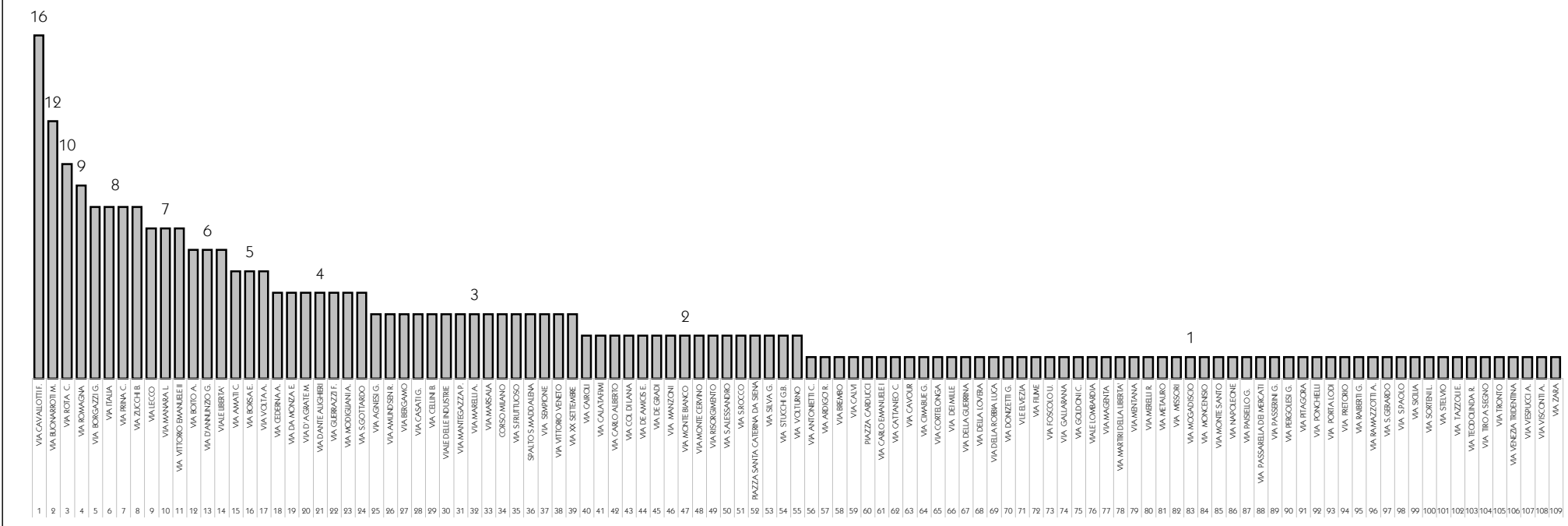
Via Italia e viale Lombardia ne costituiscono degli esempi emblematici, infatti entrambe evidenziano forti concentrazioni commerciali ma una bassa presenza di residenti.

▪ **PUBBLICI ESERCIZI**

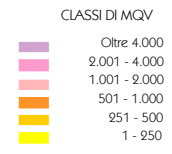
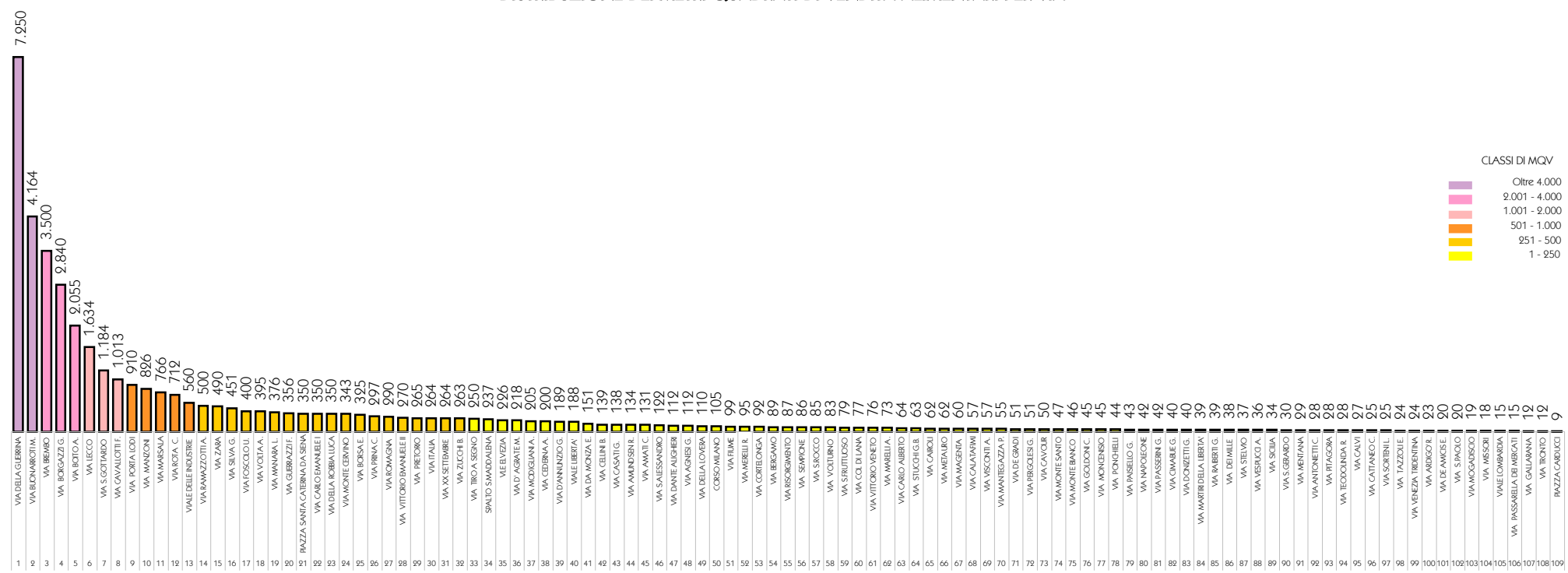
Le maggiori presenze di pubblici esercizi si registrano lungo gli assi viabilistici di via Borgazzi, via Cavallotti, viale Lombardia, corso Milano, viale Lecco e via Buonarroto che si caratterizzano, anche, per la rilevante quota di superfici di somministrazione.

Di seguito vengono riportati gli istogrammi che restituiscono le attività commerciali alimentari, non alimentari, alimentari e non alimentari aggregate, la popolazione residente e i pubblici esercizi presenti sulle singole vie del comune di Monza.

### DISTRIBUZIONE DEI PUNTI VENDITA ALIMENTARI PER VIA

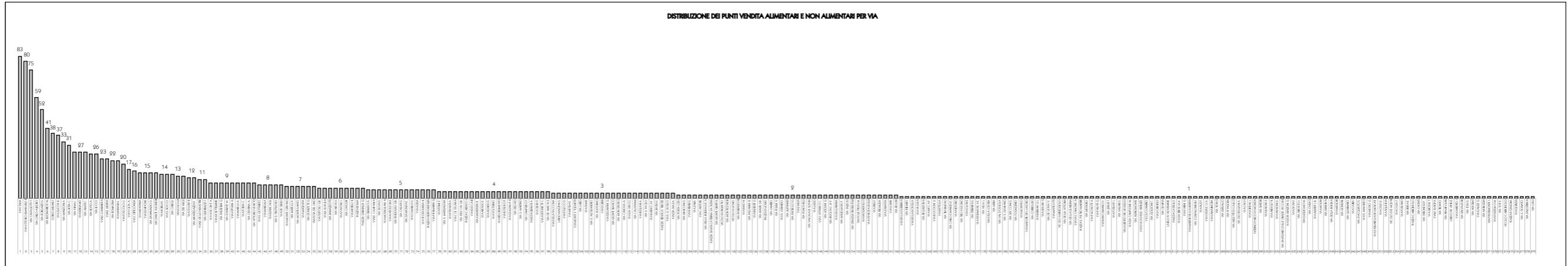


### DISTRIBUZIONE DEI METRI QUADRATI DI VENDITA ALIMENTARI PER VIA

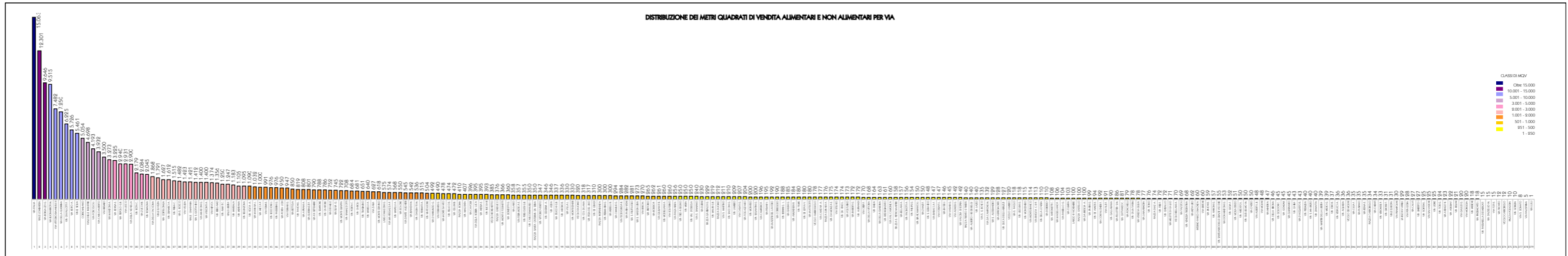




DISTRIBUZIONE DEI PUNTI VENDITA ALIMENTARI E NON ALIMENTARI PER VIA

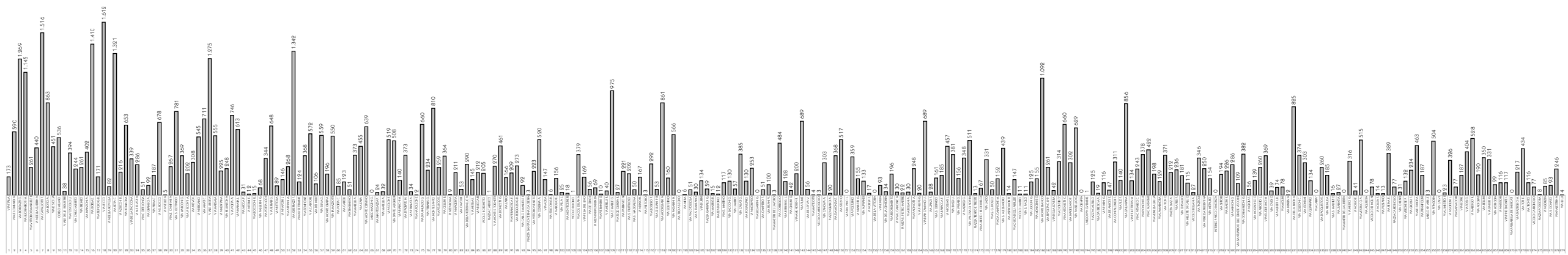


DISTRIBUZIONE DEI METRI QUADRATI DI VENDITA ALIMENTARI E NON ALIMENTARI PER VIA

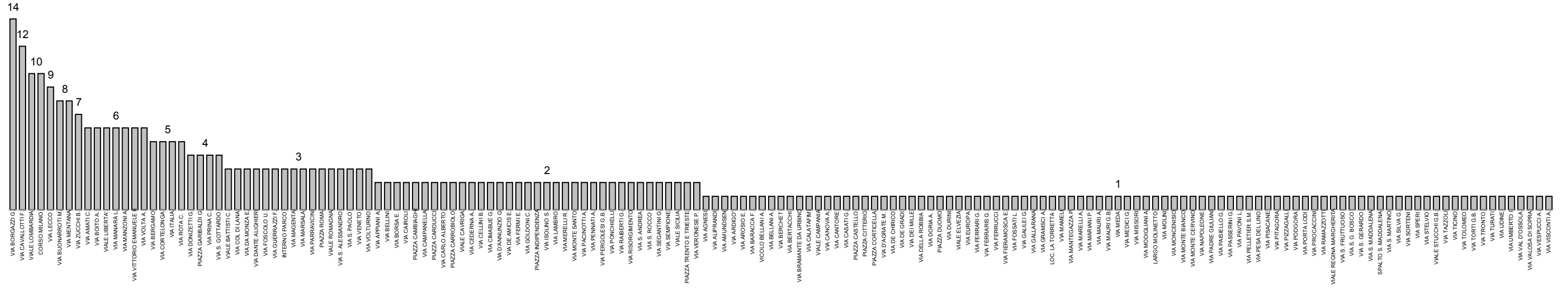




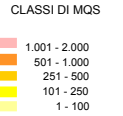
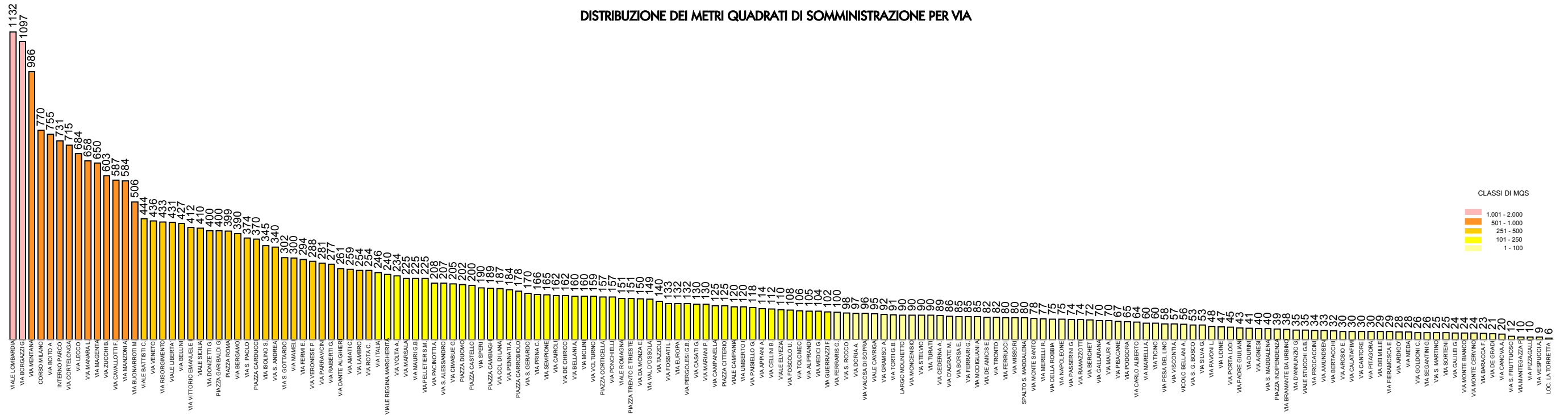
DISTRIBUZIONE DEGLI ABITANTI SULLE VIE CON PRESENZA COMMERCIALE ALIMENTARE E NON ALIMENTARE



### DISTRIBUZIONE DEI PUBBLICI ESERCIZI PER VIA



### DISTRIBUZIONE DEI METRI QUADRATI DI SOMMINISTRAZIONE PER VIA



***FOGLIO PARI (da non considerare)***

(da eliminare nel documento finale)

La misurazione del peso delle attività sulle vie di Monza è stato restituito graficamente per il settore alimentare (Tav. 1, parte C), per quello non alimentare (Tav. 2, parte C) per la totalità del commercio (Tav. 3, parte C), ed, infine, per i pubblici esercizi (Tav. 4, parte C).

Sono state identificate 9 soglie dimensionali che rappresentano i pesi, in termini di superficie di vendita, delle presenze commerciali per via ed in particolare:

- Superficie di vendita inferiore a 250 mq.
- Superficie di vendita da 251 a 500 mq.
- Superficie di vendita da 501 a 1.000 mq.
- Superficie di vendita da 1.001 a 2.000 mq.
- Superficie di vendita da 2.001 a 3.000 mq.
- Superficie di vendita da 3.001 a 5.000 mq.
- Superficie di vendita da 5.001 a 10.000 mq.
- Superficie di vendita da 10.001 a 15.000 mq.
- Superficie di vendita da superiore a 15.000mq.

La mappatura di tutte le attività commerciali e sinergiche, sovrapposta alle densità commerciali nella Tav. 5, parte C, restituisce dettagliatamente sia la capillarità della presenza delle attività sia i luoghi e le parti di città in cui si concentrano maggiormente il commercio e i servizi.

Il peso della popolazione residente misurata per ogni via della città fa emergere come lo stretto legame, di natura anche fisica, tra cittadini e commercio si differenzia in ciascuna parte di città per definire differenti forme di reciprocità. (Tav. 6, parte C).

La rappresentazione grafica si articola in 6 soglie:

- Vie con popolazione inferiore a 50 abitanti
- Vie con popolazione compresa tra 51 e 100 abitanti
- Vie con popolazione compresa tra 101 e 500 abitanti
- Vie con popolazione compresa tra 501 e 1.000 abitanti
- Vie con popolazione compresa tra 1.001 e 1.500 abitanti
- Vie con popolazione superiore a 1.500 abitanti.

### **3. IL PESO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI E DEI PUBBLICI ESERCIZI SUL SISTEMA VIABILISTICO MONZESE**

Il tema della mobilità urbana e dei trasporti, oltre a quello della qualità urbana, non può prescindere dal confrontarsi con le problematiche che il mondo economico, ed in particolare il commercio, i servizi e il turismo, sviluppano nell'esercitare le rispettive attività. Affermazione che trova conforto negli obiettivi contenuti nelle "Direttive Ministeriali per la redazione dei Piani Urbani del Traffico" laddove nel capitolo 2 viene detto che *"il rispetto dei valori ambientali consiste nel preservare e al tempo stesso migliorare – per quanto possibile – la fruizione dell'ambiente urbano nel suo complesso e delle peculiarità delle singole parti che lo caratterizzano quali i centri storici, le aree protette - archeologiche, monumentali e naturali – e gli spazi collettivi destinati al transito ed alla sosta pedonali, alle attività commerciali, culturali e ricreative ed al verde pubblico e privato"*.

Analogamente, il mantenimento dei livelli di efficienza del sistema terziario non può prescindere dai livelli di efficienza del sistema territoriale, dalla qualità urbana, dall'uso di città.

Il sistema viabilistico di Monza e quindi gli strumenti di Piano (P.U.T.) che ne determinano le regole e le caratteristiche devono considerare che il commercio vive in relazione allo spazio pubblico (la strada e la piazza) ed alle possibilità di mobilità che vengono garantite al singolo cittadino, così come i servizi abbisognano prioritariamente di accessibilità e mobilità.

Uno scenario di necessità a cui non possono essere fatte mancare predisposizioni e infrastrutture atte a dare risposte ad un corretto e razionale funzionamento della distribuzione delle merci in città.

La sola riorganizzazione dei flussi non garantirebbe infatti buoni risultati se non fosse parallelamente garantito un adeguato sistema di infrastrutture per la viabilità e la sosta.

Sulla scorta di tali considerazioni si è ritenuto opportuno operare una lettura della distribuzione delle attività economiche sulla rete viabilistica monzese che si articola in base alla seguente gerarchia viaria:

- Autostrade e svincoli
- Strade con caratteristiche autostradali
- Viabilità primaria territoriale
- Viabilità primaria di distribuzione urbana
- Viabilità secondaria urbana

Tale assetto viabilistico è rappresentato nella Tav. 7, parte C facendo emergere come il commercio e i pubblici esercizi si distribuiscono lungo gli assi, e come sono ripartite le relative superfici di vendita e somministrazione.

Sull'insieme delle vie considerate si concentrano

**147** pdv **ALIMENTARI**

per **20.825** mqv

che rappresentano il 50% dei pdv. e il 59% dei mqv presenti in città

**594** pdv **NON ALIMENTARI**

per **88.581** mqv

che rappresentano il 45% dei pdv. e il 55% dei mqv presenti in città

**741** pdv **COMPLESSIVI**

per **109.406** mqv

che rappresentano il 46% dei pdv. e il 56% dei mqv presenti in città

**170** **PUBBLICI ESERCIZI**

per **13.499** mq di somministrazione

che rappresentano il 47% dei pdv. e il 43% dei mq di somm. presenti in città

Le attività economiche che gravitano sul sistema viabilistico principale rappresentano il 46% del totale dei punti di vendita complessivi della città mentre, per quanto riguarda le superfici, il commercio rappresenta il 56% e i pubblici esercizi il 43% del totale.

**In sintesi, circa la metà del commercio e dei pubblici esercizi di Monza si attesta sugli assi viabilistici primari e secondari.**

Le tabelle di seguito riportate mostrano, in dettaglio, i valori fin qui sintetizzati e fanno emergere il peso e il rapporto del commercio e dei pubblici esercizi, per le categorie della gerarchia viaria, sia dal punto di vista dei punti vendita presenti sia da quello dei metri quadrati di vendita e somministrazione.

	ATTIVITA' COMMERCIALI						PUBBLICI ESERCIZI	
	ALIMENTARI		NON ALIMENTARI		TOTALE			
	N°	MQV	N°	MQV	N°	MQV	N°	MQS
AUTOSTRAD E SVINCOLI	0	0	0	0	0	0	0	0
STRADE CON CARATTERISTICHE AUTOSTRADALI	0	0	0	0	0	0	0	0
VIABILITA' PRIMARIA TERRITORIALE	21	5.310	105	31.003	126	35.313	40	3.755
VIABILITA' PRIMARIA DI DISTRIBUZIONE URBANA	85	10.884	370	47.287	455	58.171	92	7.473
VIABILITA' SECONDARIA URBANA	41	4.631	119	10.291	160	14.922	38	2.271
<b>TOTALI</b>	<b>147</b>	<b>20.825</b>	<b>593</b>	<b>88.581</b>	<b>741</b>	<b>109.406</b>	<b>170</b>	<b>13.499</b>
<b>MONZA CITTA' - totale attività</b>	<b>292</b>	<b>35.472</b>	<b>1.317</b>	<b>159.758</b>	<b>1.609</b>	<b>195.230</b>	<b>365</b>	<b>31.259</b>

	ATTIVITA' COMMERCIALI						PUBBLICI ESERCIZI	
	ALIMENTARI		NON ALIMENTARI		TOTALE			
	N°	MQV	N°	MQV	N°	MQV	N°	MQS
AUTOSTRAD E SVINCOLI	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
STRADE CON CARATTERISTICHE AUTOSTRADALI	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
VIABILITA' PRIMARIA TERRITORIALE	14%	26%	18%	35%	17%	32%	24%	28%
VIABILITA' PRIMARIA DI DISTRIBUZIONE URBANA	58%	52%	62%	53%	61%	54%	54%	55%
VIABILITA' SECONDARIA URBANA	28%	22%	20%	12%	22%	14%	22%	17%
<b>TOTALI</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Incidenza delle attività presenti sulla rete viabilistica principale sulla totalità di MONZA</b>	<b>50%</b>	<b>59%</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>	<b>46%</b>	<b>56%</b>	<b>47%</b>	<b>43%</b>

Più della metà dei punti di vendita (61%) si concentra lungo gli assi primari di distribuzione urbana e la restante parte si distribuisce tra gli assi primari territoriali e quelli secondari urbani sia per quanto riguarda il numero dei punti vendita che per le superfici.

Questa tendenza è dovuta al fatto che il commercio è stato da sempre governato da principi diametralmente opposti a quelli che governano il traffico. Mentre il traffico prospera sulla rimozione degli ostacoli, i commerci prosperano proprio sull'esistenza degli ostacoli stessi. Perché la funzione della città è di servire come punto di arrivo e non come punto di transito.

Per questa ragione troviamo che all'interno della città le ubicazioni degli immobili commerciali più quotati non sono nei punti in cui il traffico scorre più agevolmente, bensì dove c'è la possibilità che questo si intasi più facilmente.

Pertanto se si desidera migliorare le condizioni di vita del commercio e della città nella sua intierezza bisogna dedicare minore attenzione alla progettazione di nuove arterie di traffico per concentrarsi sul commercio e sulla pianificazione della città.

Risulta importante a questo proposito incrociare l'individuazione delle attività commerciali con le proposte progettuali del redigendo P.U.T. (Tav. 8, parte C).

I dati, calati sul reticolo viario urbano compreso all'interno della gerarchia della rete viabilistica monzese, permettono l'individuazione delle caratteristiche delle singole vie, in merito alla dotazione di punti vendita e di superfici di attività commerciali e di pubblici esercizi, allo scopo di attuare una più incisiva pianificazione urbanistica.



### 3.1 Viabilità primaria territoriale

Le vie della viabilità primaria territoriale (circonvallazione e relativi accessi) sono n. **20**, di queste, n. 8 sono interessate dal commercio alimentare (21 pdv in 5.310 mqv) e n. 16 sono interessate dal commercio non alimentare (105 pdv in 31.003 mqv), per un totale complessivo di **126 attività commerciali** alimentari e non alimentari operanti in **36.313 mqv**.

Sono n. **12** le vie a viabilità primaria territoriale interessate dalla presenza di **attività di pubblico esercizio**, sulle quali si localizzano n. 40 attività operanti in **3.755 metri quadrati di somministrazione**.

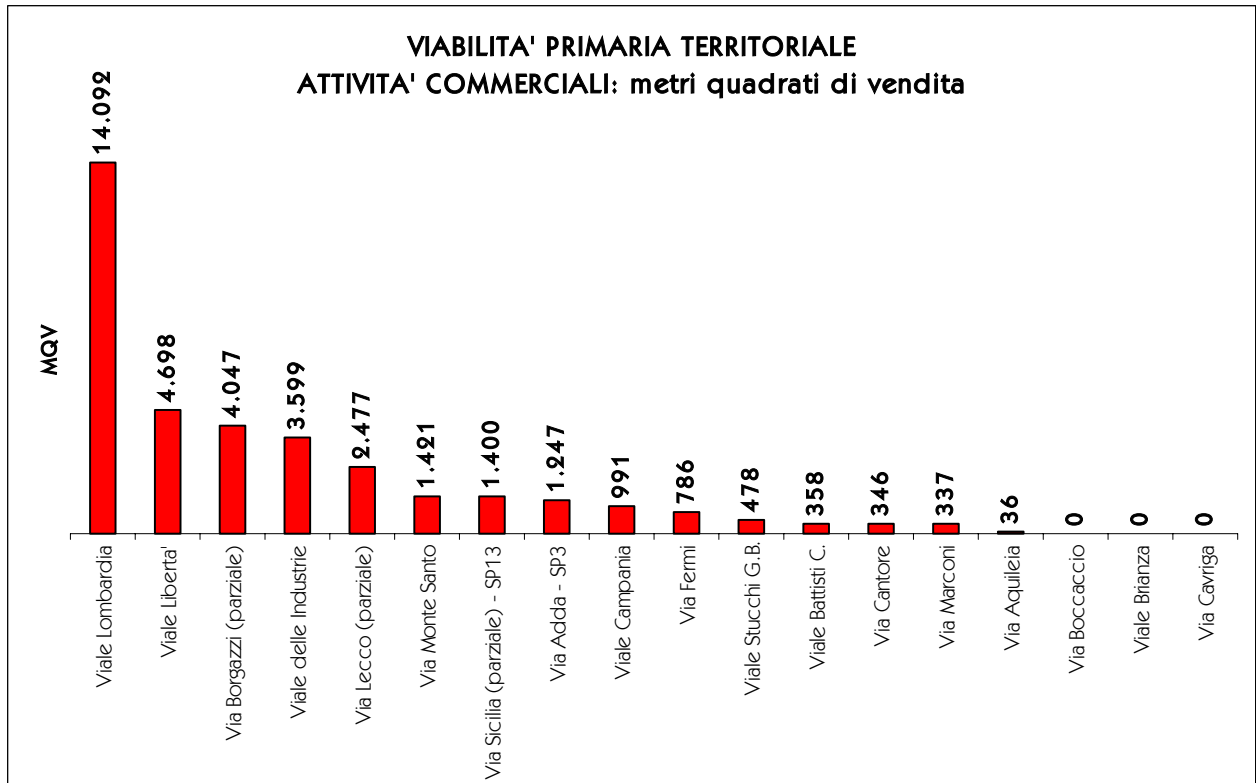
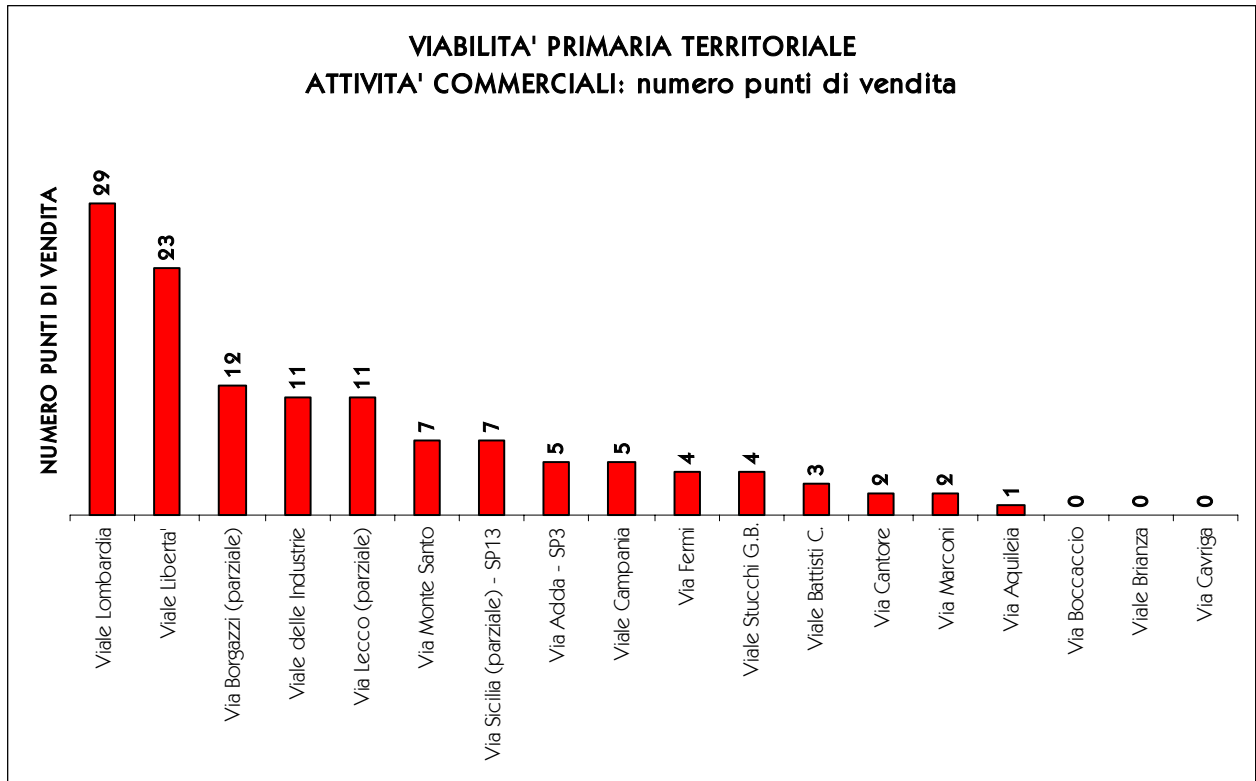
Pare interessante osservare come viale Lombardia risulta essere l'asse maggiormente dotato sia di attività commerciali (29 pdv in 14.092 mqv) che di pubblici esercizi (11 pdv in 1.242 mq di somministrazione).

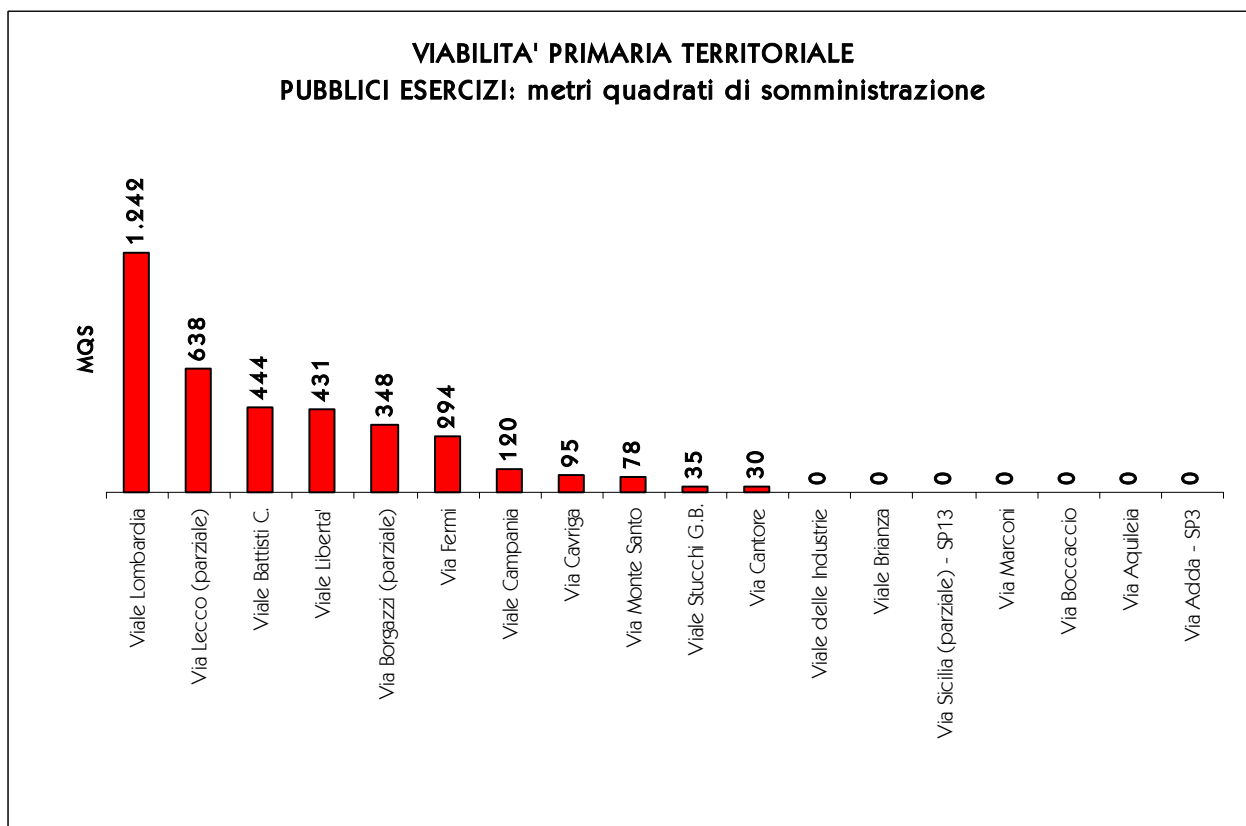
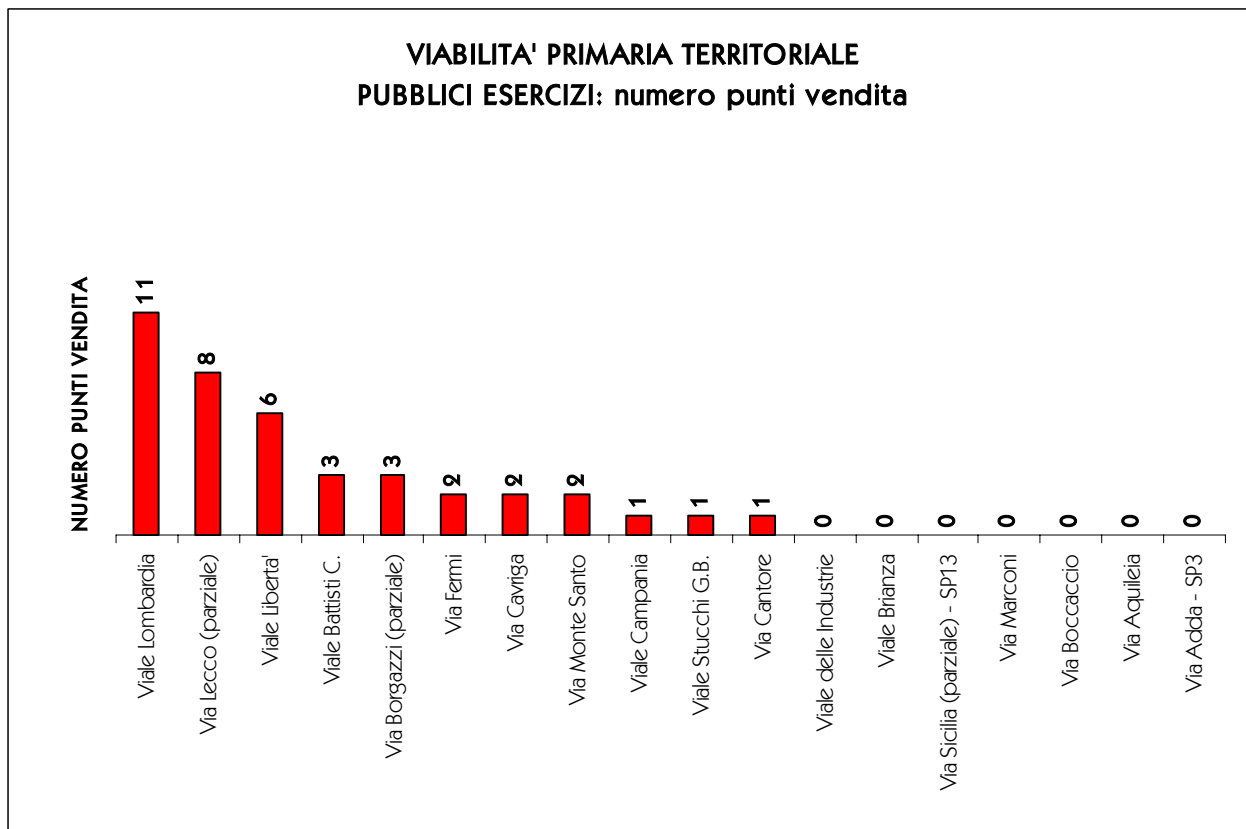
Per quanto riguarda il numero degli esercizi commerciali si segnala viale Libertà, sul quale si attestano complessivamente n. 23 punti vendita, analogamente, viale Libertà (4.698 mqv), via Borgazzi (4.047 mqv) e viale delle Industrie (3.599 mqv) si evidenziano per la cospicua dotazione di spazi adibiti alla vendita.

I pubblici esercizi mostrano assetti distributivi tendenzialmente analoghi sia nel numero delle attività sia nelle superfici e si concentrano prevalentemente in viale Lombardia, in via Lecco e in viale Libertà.

Nonostante il limitato numero di punti di somministrazione (n. 3 pdv) via Battisti, con 444 metri quadrati di somministrazione, presenta interessanti valori dimensionali dei locali.

Via Boccaccio e viale Brianza si contraddistinguono per l'assenza di attività commerciali e di pubblici esercizi; via Cavriga emerge per l'assenza di attività commerciali mentre le vie Adda, Aquileia, Marconi, Sicilia e viale delle Industrie si caratterizzano per la totale assenza di attività di pubblico esercizio.





### 3.2 Viabilità Primaria di Distribuzione Urbana

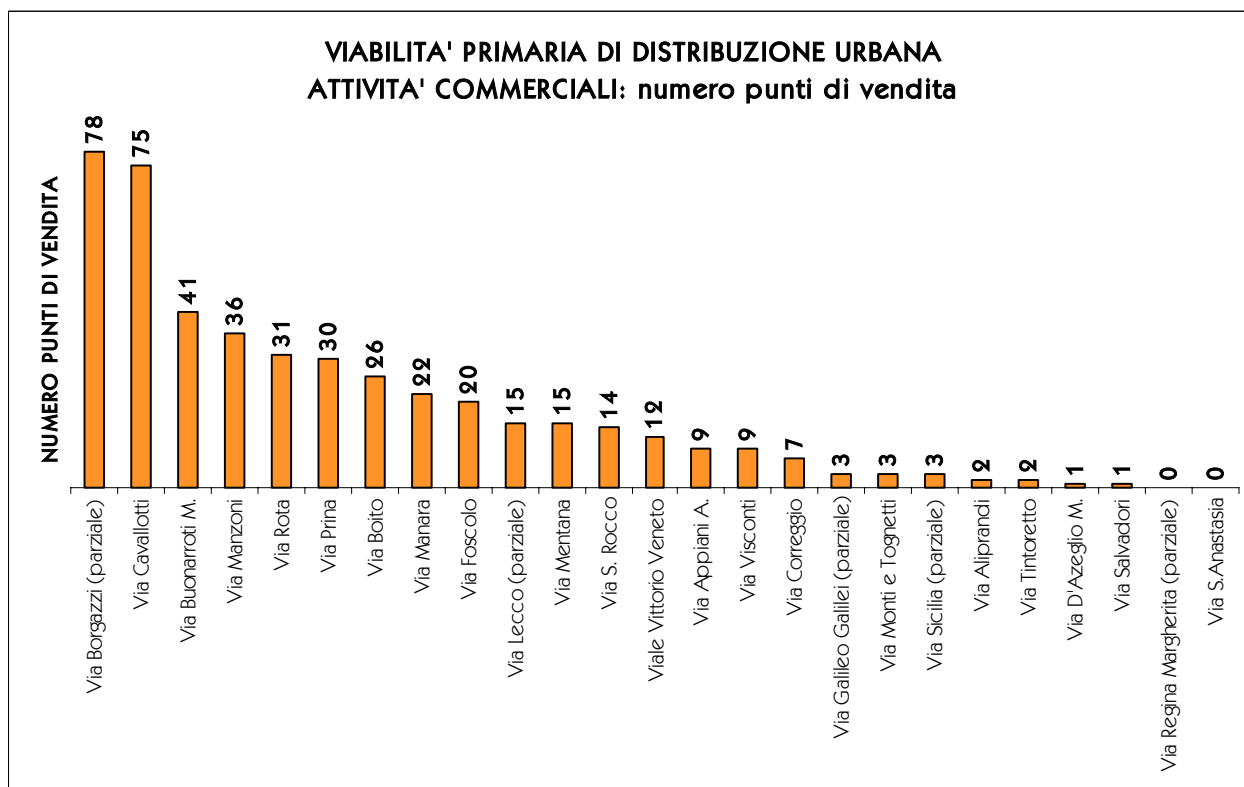
Le vie classificate come assi di Viabilità Primaria di Distribuzione Urbana, che a differenza della viabilità primaria, servono e collegano le diverse zone della città, sono complessivamente n. **40**, n. 19 di queste sono interessate da commercio alimentare (85 pdv in 10.884 mqv) e n. 27 da commercio extra alimentare (370 pdv in 47.287 mqv).

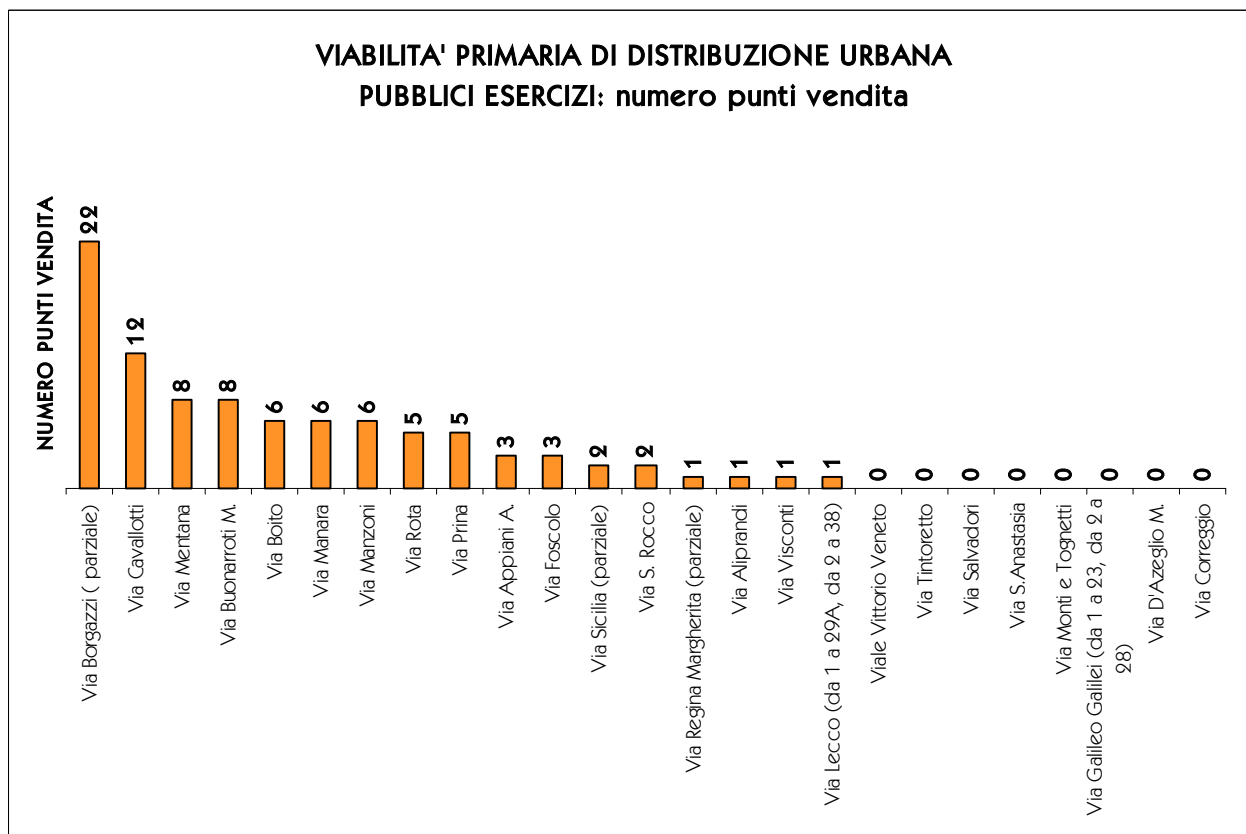
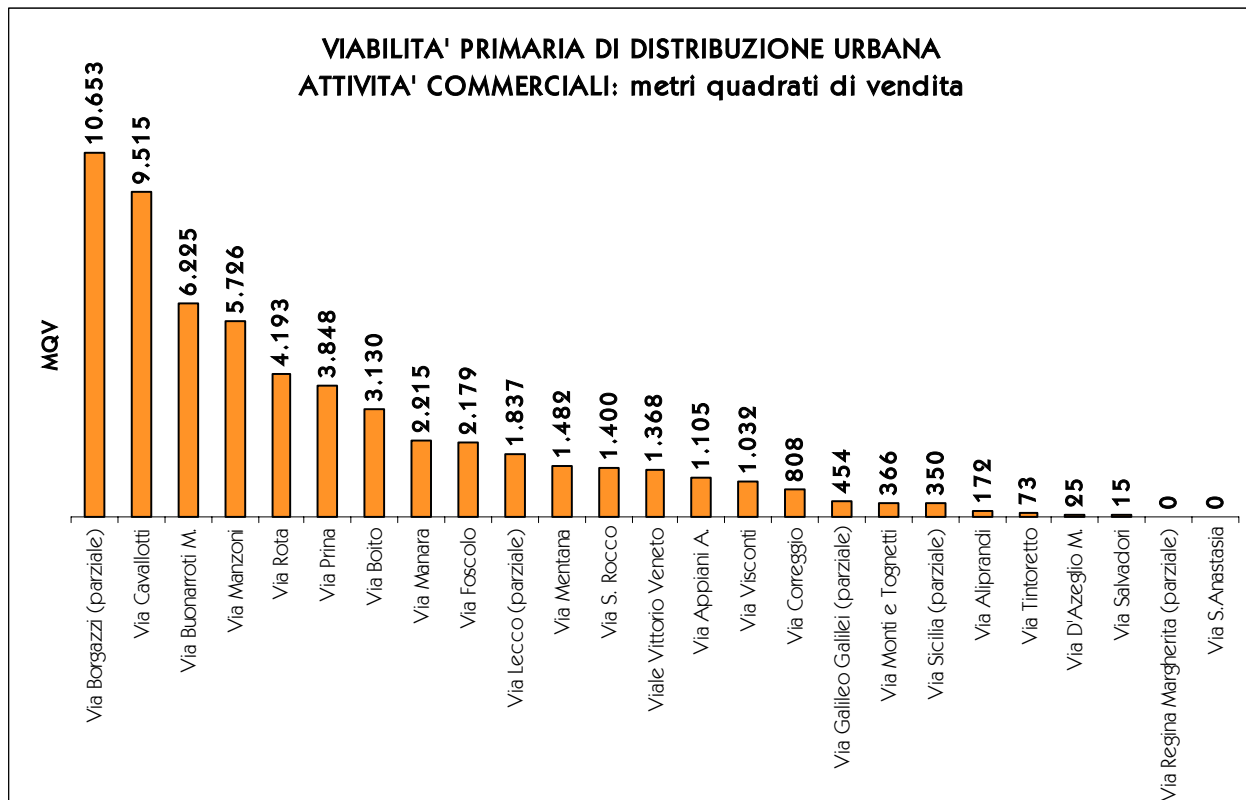
Sono ben n. **455** le **attività commerciali** e n. **92** i **pubblici esercizi** presenti operanti, rispettivamente, in **58.171 mqv** e **7.473 mq di somministrazione**.

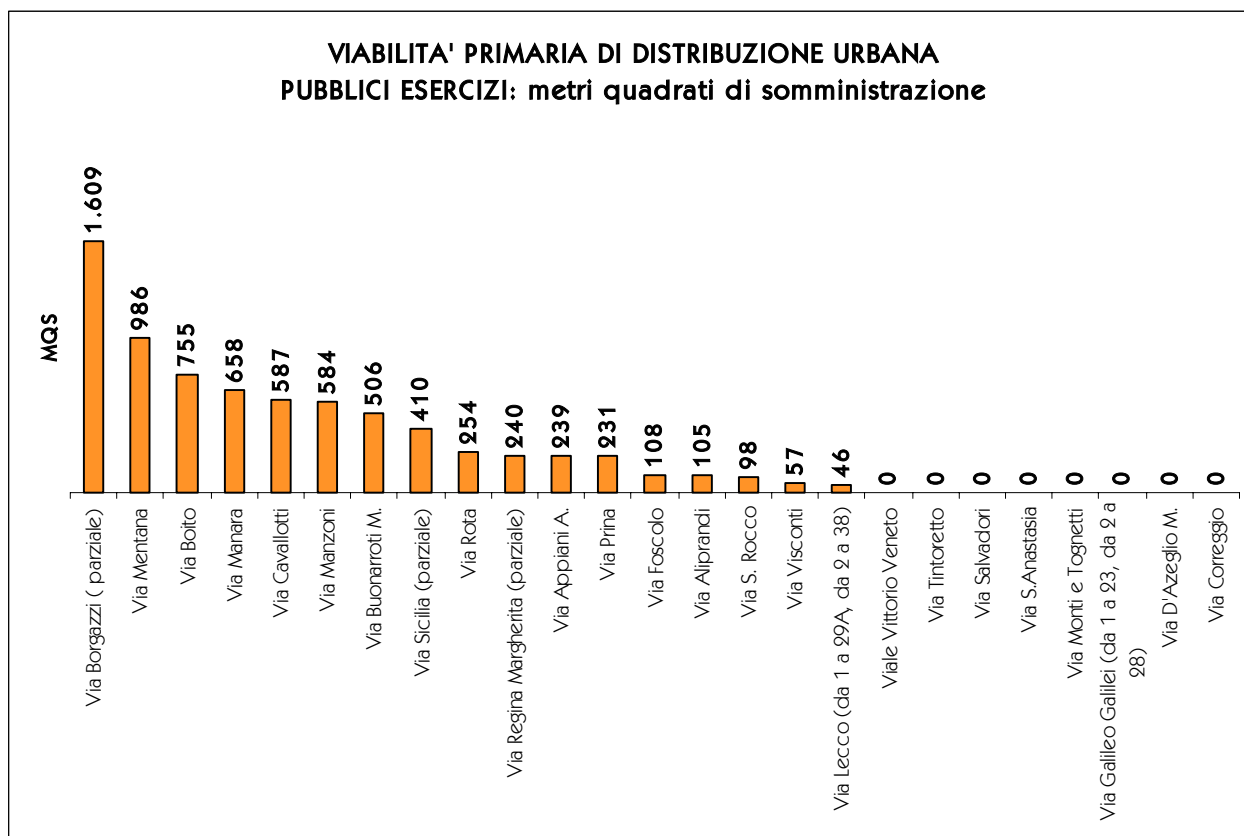
Significativo rilevare che più del **50%** delle attività che si attestano sui principali assi di distribuzione, si concentra lungo la viabilità primaria di distribuzione urbana.

I dati evidenziano come le vie Borgazzi, Cavallotti e via Buonarroti, principali assi di penetrazione alla città, con complessive n. 194 attività commerciali (26.393 mqv) e n. 42 attività di pubblico esercizio (3.350 mqs), rappresentano rispettivamente il **43%** e il **46%** delle attività presenti sull'intero reticolo della viabilità primaria di distribuzione urbana.

Le vie D'Azeglio, Monti Tognetti, Salvadori, Tintoretto e Vittorio Veneto si caratterizzano per l'assenza di pubblici esercizi; via Regina Margherita evidenzia l'assenza di attività commerciali mentre via S. Anastasia presenta la totale assenza di attività.







### 3.3 Viabilità Secondaria Urbana

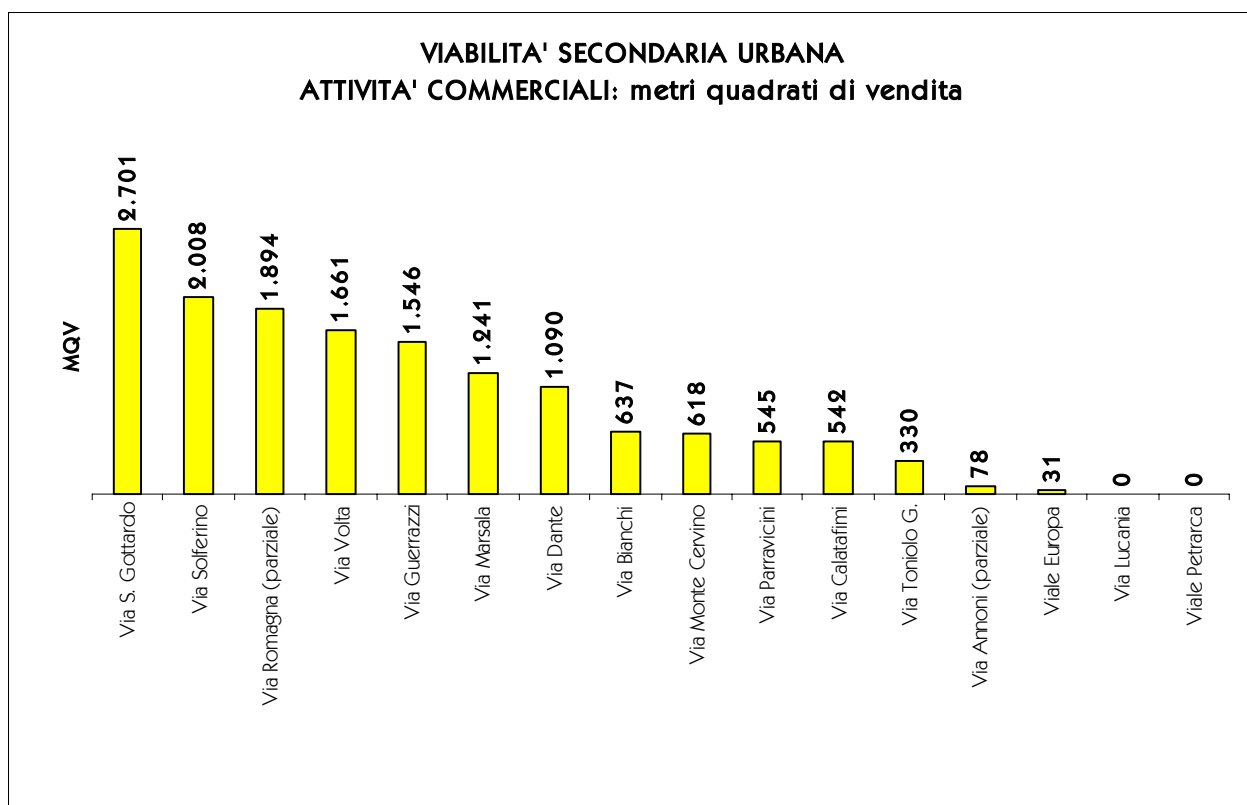
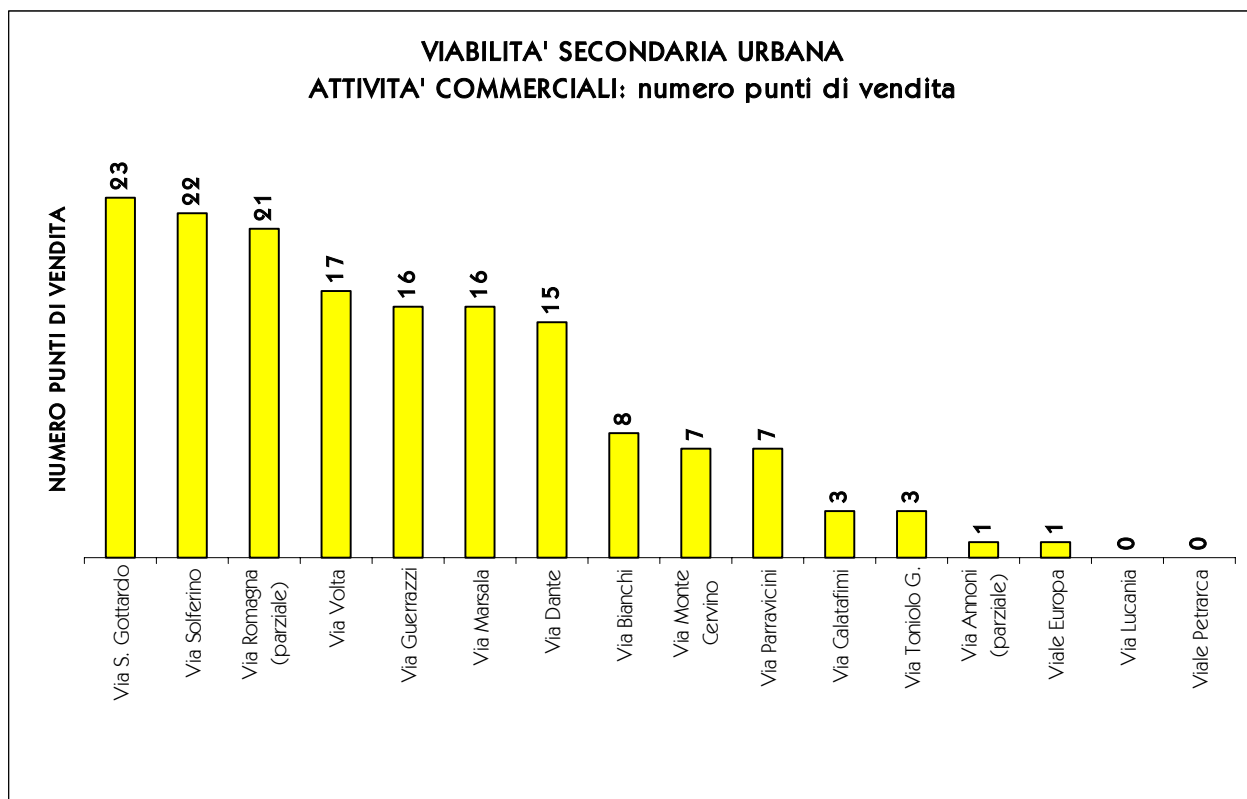
Le vie appartenenti alla classe della viabilità secondaria urbana (connettivo di distribuzione capillare dei flussi di traffico), sulle quali si localizzano le attività commerciali, sono complessivamente n. **34**.

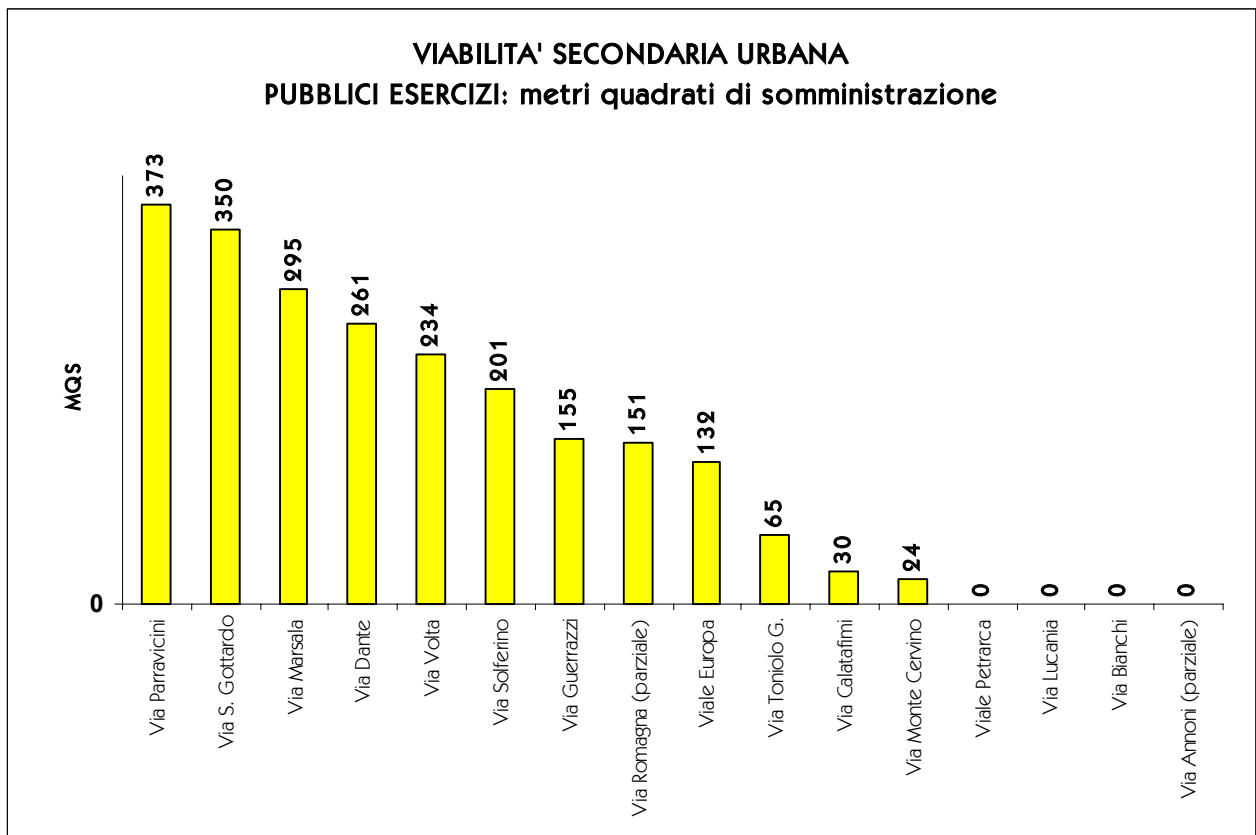
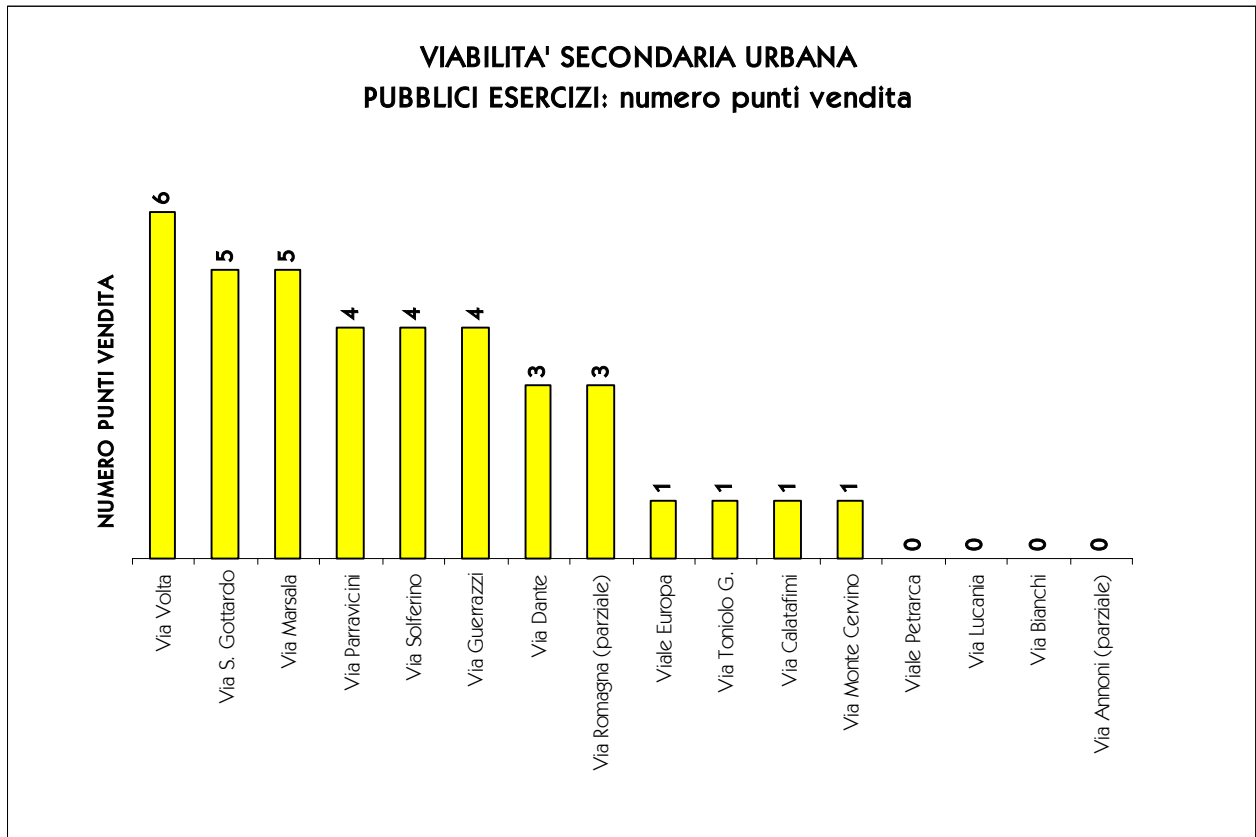
Delle 34 vie ben n. 13 sono interessate da commercio con merceologia alimentare (41 pdv in 4.631 mqv), n. 24 da commercio non alimentare (119 pdv in 10.291 mqv) per un totale complessivo di **160 attività commerciali** operanti in **14.922 mqv**.

Le **attività di pubblico esercizio** sono caratterizzate da 38 punti vendita per 2.271 mq di somministrazione e si distribuiscono su n. **18** vie.

Le vie S. Gottardo, Solferino e Romagna dal punto di vista delle presenze commerciali e delle relative superfici di vendita evidenziano le migliori dotazioni, al contrario le vie Volta, S. Gottardo e Marsala si connotano per la maggior presenza di pubblici esercizi.

Via Lucania e viale Petrarca emergono per la totale assenza di attività commerciali e di pubblici esercizi, mentre via Bianchi e via Annoni per la sola presenza di attività commerciali.







## 4. I SISTEMI COMMERCIALI URBANI

La restituzione quantitativa delle attività e delle superfici commerciali su tutte le vie della città fin qui illustrata, rappresenta un primo livello di inquadramento e valutazione dell'assetto e della diffusione della rete distributiva in città.

Risulta evidente che a percorrere le vie della città, anche quelle commerciali, ben diversa percezione si ha del sistema distributivo: osservare e vivere gli spazi, farli propri, usarli, genera percezione di valori e significati che la semplice somma algebrica delle cose non permette di cogliere.

La conoscenza oggettiva della realtà, acquisita tramite le analisi precedentemente condotte, unita a rilievi di campo permette di selezionare parti del reticolo complessivo delle vie.

Tali porzioni si caratterizzano per l'effettiva localizzazione delle attività commerciali, artigianali e di servizio che contribuiscono all'offerta di servizi legati al terziario di mercato (insieme di attività tra loro *sinergiche* e operanti sulla strada: commercio, artigianato, pubblici esercizi, ma anche uffici e agenzie di servizio, ecc.).

Un sistema di attività terziarie che determina e costruisce complementarietà essenziali per la vita delle singole attività e per la vitalità della strada.

Tutte le attività commerciali, dai mercati ambulanti al commercio di vicinato, si svolgono essenzialmente sulla strada. Le forme, le offerte commerciali e i luoghi possono variare ma è sempre la strada il luogo di passaggio e di collegamento tra spazio pubblico e privato, tra esterno e punto vendita.

La strada si caratterizza come luogo dove il mercato ha trovato il suo primario e spontaneo insediamento e come luogo di aggregazione e di concentrazione non solo delle attività di scambio commerciale ma anche di quelle sociali.

Le riflessioni legate alle attività commerciali sono così strettamente legate a quelle legate al sistema viario, perché l'aspetto commerciale è strettamente collegato a quello urbano.

Nel tessuto urbano sono stati individuati i luoghi a valenza commerciale unitamente alla localizzazione dei fronti commerciali (Tav. 9, parte C) in modo da poter sviluppare anche ragionamenti in merito alla consistenza e alla densità dei vari sistemi individuati.

In alcune parti di città la presenza delle attività commerciali è costante e continua al piede degli edifici; in altre parti la presenza di funzioni urbane, come il verde o i servizi pubblici, garantisce valenza commerciale nonostante la discontinuità delle attività; in altre ancora la mancanza di continuità dei fronti commerciali unita alla carenza di altre funzioni determina un'offerta commerciale frammentata e puntuale.

Le attività commerciali e terziarie presenti su uno o tutti e due i fronti di una via o di reticoli viari urbani determinano i **"sistemi commerciali urbani"**, luoghi commerciali con diversa genesi, conformazione e sviluppo che, ricondotti a unitarietà in relazione alla specifica identificazione e valenza collettiva, possono essere classificati in 6 tipologie a seconda dell'assetto morfologico dell'area, della sua destinazione d'uso prevalente e dell'offerta commerciale.

Gli elementi utili alla classificazione delle tipologie sono essenzialmente le caratteristiche commerciali delle attività presenti e le caratteristiche del contesto urbano.

### **Caratteri funzionali**

I sistemi commerciali individuati sul territorio del comune di Monza sono complessivamente n. 31 e le tipologie individuate (Tav. 10, parte C) sono:

- ◆ SISTEMI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO, assi commerciali localizzati nel centro storico, capaci di polarizzare una clientela proveniente non soltanto dalla città stessa ma da un ampio intorno sovracomunale.
- ◆ SISTEMI COMMERCIALI A VALENZA URBANA, assi commerciali capaci di polarizzare una clientela proveniente dall'intera città grazie alla stretta integrazione con le funzioni ed i servizi di scala urbana.
- ◆ SISTEMI COMMERCIALI A VALENZA ZONALE, assi commerciali di vicinato, con attrattività circoscritta al loro intorno spaziale più prossimo legati ad un'utenza prevalentemente locale, circoscritta nel quartiere.
- ◆ SISTEMI COMMERCIALI DELLE FRAZIONI, strade a vocazione commerciale localizzate in porzioni di città fisicamente distinte o separate dal tessuto urbano più denso.
- ◆ SISTEMI COMMERCIALI MINIMI, luoghi di ridotta concentrazione delle attività commerciali.
- ◆ SISTEMI COMMERCIALI EXTRA – URBANI, assi la cui accessibilità veicolare e la posizione esterna al tessuto urbano determinano l'offerta commerciale e i format presenti.

La natura dei sistemi e le loro caratteristiche identificate dalle tipologie sono radicate negli usi e nelle dinamiche urbane, identità legate alla realtà specifica della città di Monza.

Il riconoscimento dei sistemi come luoghi unitari possibili, permette inoltre di operare scelte, di definire strategie, linee di intervento e di programma più efficaci e consone alle singole realtà.

### Caratteri quantitativi

Il valore economico dei “**sistemi commerciali urbani**” in rapporto all’offerta complessiva della città è pari al

**75% dei punti vendita** (1.200 pdv.) e  
**66% delle superfici di vendita** (134.619 mqv).

Considerevole è anche la presenza delle attività di ristorazione e somministrazione sui sistemi, pari al:

**63% delle attività** (230 unità) e  
**56% delle superfici** (17.485 mq di somministrazione).

La presenza di attività secondo le sei tipologie di sistemi commerciali individuati:

**I SISTEMI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO,**  
pari a **45.000 mqv** complessivi e **4.800 mq** di somministrazione,  
raccolgono il **27%** delle attività commerciali e il **16%** dei pubblici esercizi.

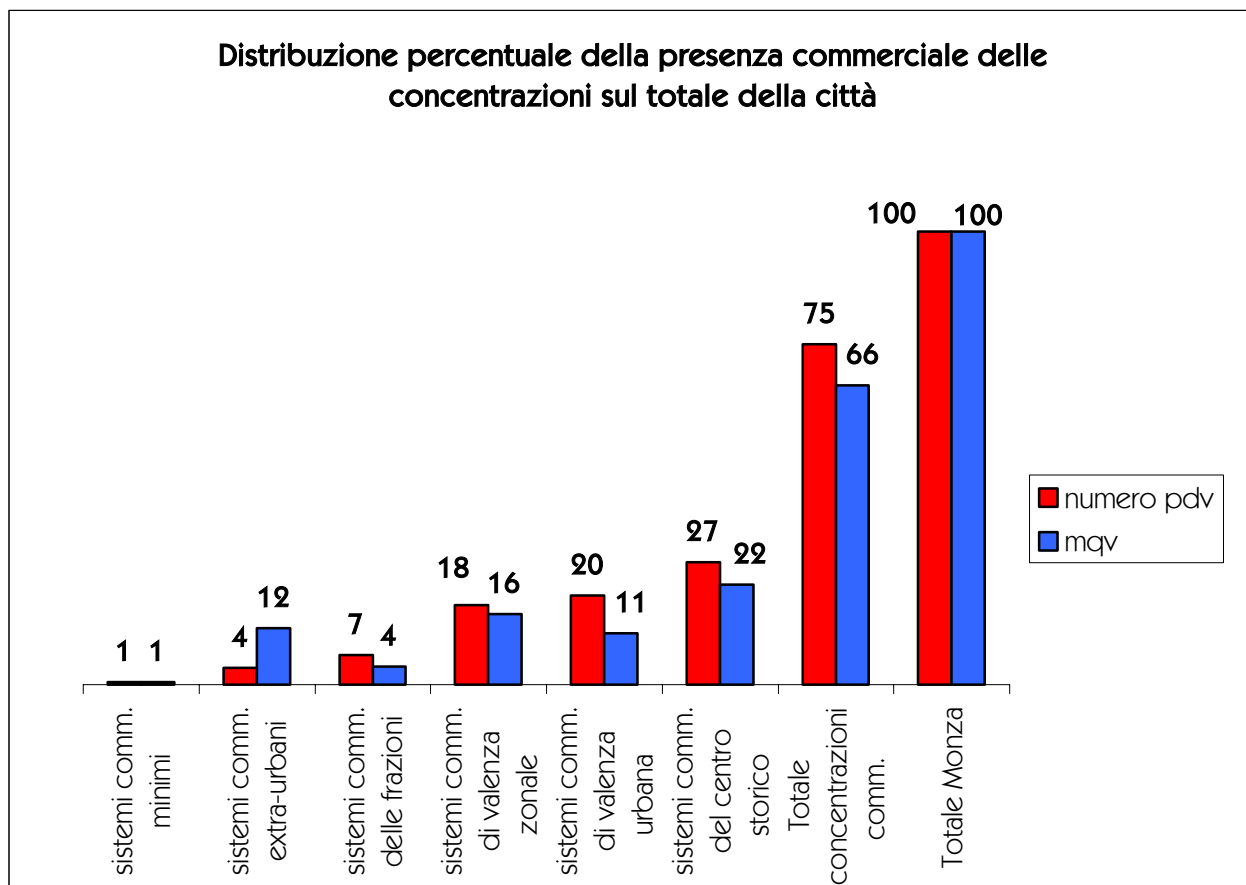
**I SISTEMI COMMERCIALI A VALENZA URBANA,**  
pari a **23.000 mqv** complessivi e **3.600 mq** di somministrazione,  
raccolgono il **20%** delle attività commerciali e il **16%** dei pubblici esercizi.

**SISTEMI COMMERCIALI A VALENZA ZONALE,**  
pari a **32.000 mqv** complessivi e **5.400 mq** di somministrazione,  
raccolgono il **18%** delle attività commerciali e il **19%** dei pubblici esercizi.

**SISTEMI COMMERCIALI DELLE FRAZIONI,**  
pari a **8.200 mqv** complessivi e **1.600 mq** di somministrazione,  
raccolgono il **7%** delle attività commerciali e il **6%** dei pubblici esercizi.

**SISTEMI COMMERCIALI MINIMI,**  
pari a **1.100 mqv** complessivi e **200 mq** di somministrazione,  
raccolgono il **1%** delle attività commerciali e il **1%** dei pubblici esercizi.

**SISTEMI COMMERCIALI EXTRA – URBANI,**  
pari a **25.500 mqv** complessivi e **2.000 mq** di somministrazione,  
raccolgono il **4%** delle attività commerciali e il **4%** dei pubblici esercizi.



Il 65% delle attività si distribuisce tra il sistema del centro storico e i sistemi a valenza urbana e a valenza zonale. Escludendo il centro storico, i sistemi a valenza urbana e a valenza zonale sono i più consistenti e costituiscono il 38% delle attività commerciali della città e il 27% delle superfici.

Il numero dei punti vendita, attestato sulle vie di ciascuna tipologia, segue un andamento decrescente con il diminuire del ruolo urbano rispetto al tessuto. La stessa considerazione non è valida per quanto riguarda l'andamento delle superfici, infatti in questo caso il valore dei sistemi a valenza zonale risulta più alto di quello dei sistemi a valenza urbana.

Alcuni sistemi classificati a valenza zonale potrebbero in realtà appartenere alla categoria superiore (sistemi a valenza urbana) potenziando e migliorando la componente che di volta in volta è carente, sia essa una più consistente e adeguata offerta commerciale, come nelle vie Lecco e Bergamo, a ridosso del centro storico, sia essa un migliore assetto urbano nella via Buonarroti dove la presenza commerciale è rilevante per la forte concentrazione di medie strutture.

I sistemi commerciali extraurbani a fronte di un numero di punti vendita minore rispetto agli altri sistemi, eccezion fatta per i sistemi commerciali minimi, sono caratterizzati da una maggiore dotazione di superfici di vendita dovuta alla forte presenza di medie strutture non alimentari, prevalentemente del settore dell'auto.

La presenza di pubblici esercizi, in particolare di ristorazione, arricchisce l'offerta commerciale dei vari sistemi, e, anche in questo caso, sono valide le considerazioni fatte precedentemente, infatti i luoghi maggiormente dotati di attività di pubblici esercizi sono anche i luoghi in cui l'aspetto urbano risulta essere molto importante e caratterizzante.

**Tabella riepilogativa**

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
sistemi commerciali del centro storico	431	44.950	58	4.783	2.874
sistemi commerciali di valenza urbana	314	23.118	60	3.601	11.736
sistemi commerciali di valenza zonale	280	31.712	71	5.356	13.779*
sistemi commerciali delle frazioni	105	8.198	22	1.661	6.644*
sistemi commerciali minimi	11	1.168	4	218	1.568
sistemi commerciali extra-urbani	59	25.473	15	1.866	1.485
<b>Totale concentrazioni commerciali</b>	<b>1.200</b>	<b>134.619</b>	<b>230</b>	<b>17.485</b>	<b>38.086</b>
<b>Totale MONZA</b>	<b>1.598</b>	<b>203.976</b>	<b>365</b>	<b>31.259</b>	<b>121.220</b>

\* il valore è stato depurato dalla popolazione delle vie che si distribuiscono in più sistemi

**Tabella riepilogativa – valori percentuali**

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
sistemi commerciali del centro storico	27%	22%	16%	15%	2%
sistemi commerciali di valenza urbana	20%	11%	16%	12%	10%
sistemi commerciali di valenza zonale	18%	16%	19%	17%	11%
sistemi commerciali delle frazioni	7%	4%	6%	5%	5%
sistemi commerciali minimi	1%	1%	1%	1%	1%
sistemi commerciali extra-urbani	4%	12%	4%	6%	1%
<b>Totale concentrazioni commerciali</b>	<b>75%</b>	<b>66%</b>	<b>63%</b>	<b>56%</b>	<b>31%</b>
<b>Totale MONZA</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 5. I SISTEMI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO

Le caratteristiche morfologiche di Monza e l'uso attuale della città, porta a considerare l'offerta di beni e servizi del centro storico quale unico grande insieme suddiviso in tre porzioni distinte:

- il centro
- la circonvallazione Ovest
- la circonvallazione Est

Per quanto riguarda il centro sono ben delineati i due assi portanti Nord-Sud con le vie Italia e Carlo Alberto e Est-Ovest con via Zucchi e Via Vittorio Emanuele II dai quali si diparte un complesso e ricco reticolo. Numerose sono le piazze e le vie che completano il cardo e il decumano monzese ma emerge come le attività siano presenti essenzialmente sulle vie principali, con alcuni apprezzabili episodi di apertura nelle corti interne, senza tuttavia che l'offerta commerciale sia presente e integrata nel tessuto storico del centro.

Diverso valore è stato attribuito a via Crispi, via Mantegazza e piazza Carducci. In questo caso, pur essendo vie di sicuro impatto sul sistema centrale, si è preferito considerarle separatamente poiché la loro offerta è, nell'uso attuale della parte di città, complementare agli assi commerciali principali.

Non meno consistente appare il reticolo viario che si è definito Circonvallazione Ovest e che comprende, oltre che le vie di circonvallazione – via Appiani e via Manzoni – anche le radiali di connessione tra la circonvallazione e il sistema centrale: via dei Mille, via Pennati e via Cortelonga.

La Circonvallazione Est – Cambiaghi presenta minore consistenza rispetto ai due sistemi precedenti.

Via Visconti, in realtà, vede la concentrazione di attività solo nel breve tratto nord che si unisce al sistema con Via di Porta Lodi.

Nella tabella che segue si riporta, in sintesi, il profilo delle concentrazioni individuate ed in particolare si descrivono:

- le attività commerciali
- i pubblici esercizi
- i residenti lungo l'asse/le vie dei sistemi

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
Centro storico	314	33.214	34	2.557	1.229
Carducci-Mantegazza-Crispi	18	1.109	3	380	42
Circonvallazione Ovest	91	9.244	19	1.744	1.057
Circonvallazione Est - Cambiaghi	8	1.383	2	102	546
<b>TOTALI</b>	<b>431</b>	<b>44.950</b>	<b>58</b>	<b>4.783</b>	<b>2.874</b>

I dati restituiscono chiaramente il peso e il ruolo che il centro storico ha non solo come sistema letto nella sua interezza ma anche nei confronti dell'intera città.

Sono 431 i punti vendita per 44.950 mqv, valori che consentono, a tutti gli effetti, di considerarlo un vero e proprio grande centro commerciale naturale.

Come si è visto precedentemente, il centro storico raccoglie una parte consistente delle attività presenti sull'intero territorio urbano, il 27% delle attività commerciali operanti in Monza e il 22% della superficie di vendita. Notevole appare inoltre la dotazione di pubblici esercizi.

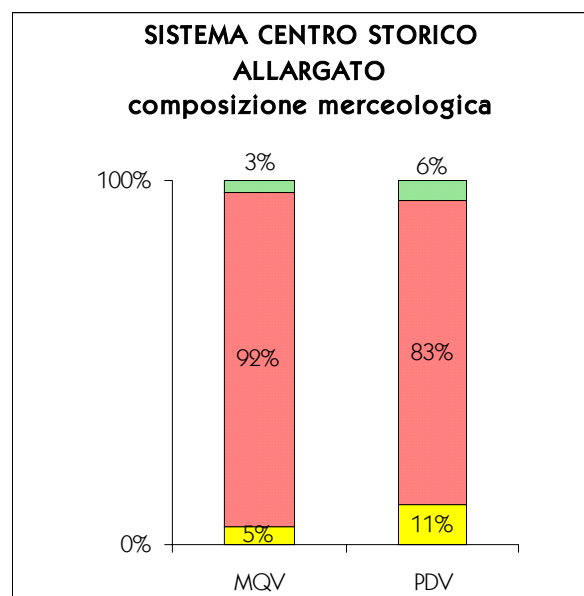
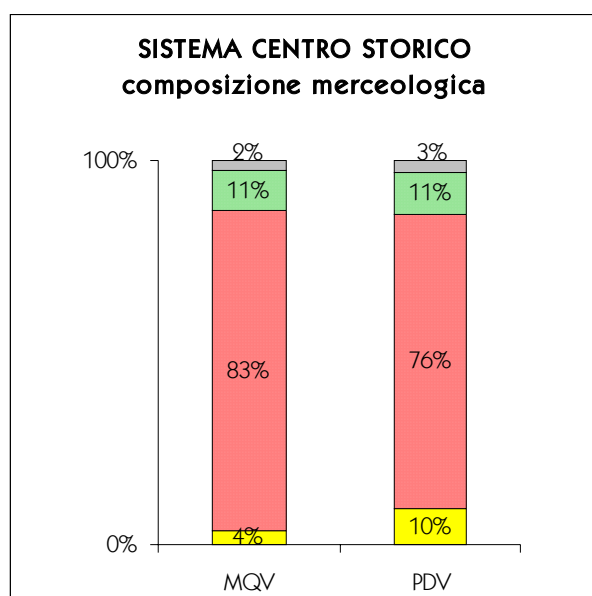
	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
Centro storico	27%	22%	16%	15%	2%
<b>MONZA</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La ridotta presenza di residenti sta a testimoniare la terziarizzazione del centro storico.

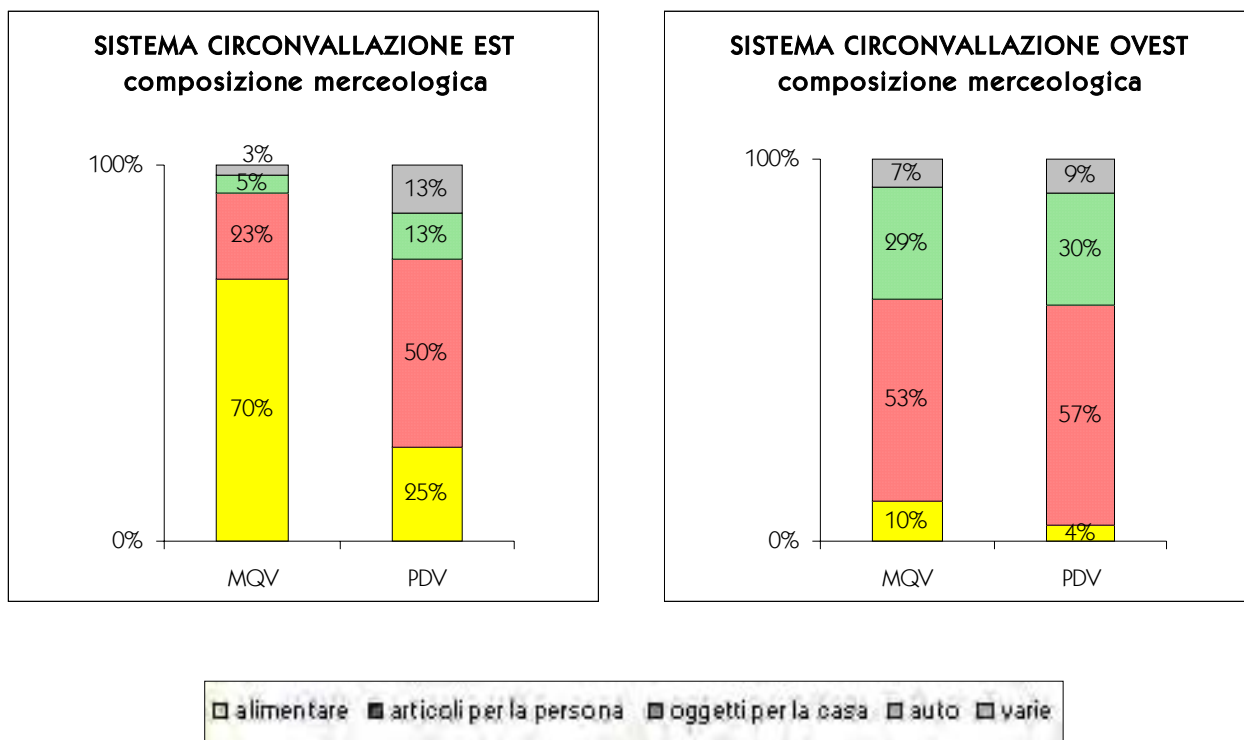
Per quanto riguarda la distribuzione merceologica, gli istogrammi che seguono mostrano, a conferma delle precedenti considerazioni, la netta prevalenza dell'offerta di generi per la persona che, nel sistema centro storico, raggiunge il 76% dell'offerta complessiva se ci si riferisce al numero di punti vendita mentre sale all' 83% per le superfici di vendita.

Gli articoli per la casa e il settore alimentare rappresentano un peso decisamente inferiore che registra un lieve incremento, a scapito dei beni per la persona, nelle zone perimetrali dello stesso centro storico ossia in prossimità della circonvallazione.

Il settore delle auto, caratterizzato da insediamenti di dimensione importante, non è presente, come è ovvio, in una zona di alto valore commerciale e di ridotta accessibilità veicolare come risulta essere il centro storico.



alimentare
  articoli per la persona
  oggetti per la casa
  auto
  varie



## 6. I SISTEMI COMMERCIALI A VALENZA URBANA

I sistemi a valenza urbana si collocano sugli assi di accesso al centro storico, “porte urbane” della città, la cui identità ha valore riconosciuto sia per le funzioni pubbliche presenti sia per le dinamiche di funzionamento e uso della città.

- **Via Cavallotti**
- **Corso Milano**
- **Via Amati – via Rota**
- **San Biagio**

La valenza urbana è determinata sia dalla rilevanza del contesto fisico, sia dalla solidità dell’offerta di commercio e servizi che ne fanno un riferimento per tutta la città.

L’insieme dei fattori origina reticoli di vie ed entità urbane che si configurano come veri e propri “sistemi commerciali urbani”, nei quali funzioni e tipologie commerciali e di servizio si sono sedimentate nel tempo originando ricchezza e molteplicità nell’offerta ai cittadini.



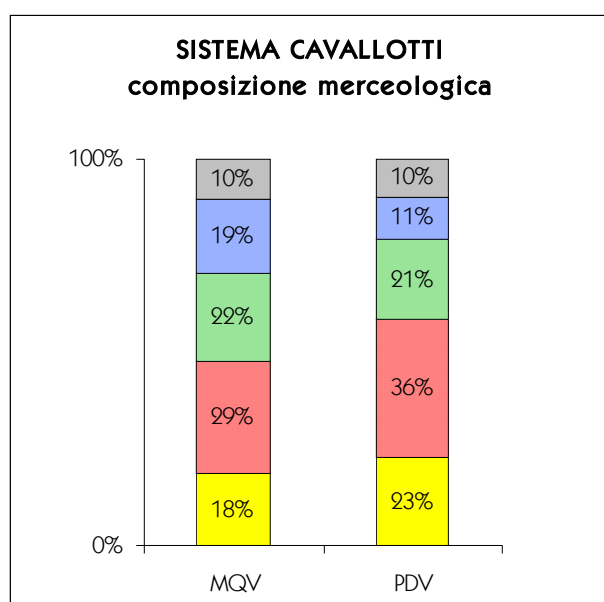
## Sistemi a valenza urbana

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
Cavallotti	101	8.233	20	1.230	3.664
Milano	71	5.626	12	857	1.117
Amati - Rota	75	5.359	14	683	5.269
S. Biagio	67	3.900	14	831	1.686
<b>TOTALI</b>	<b>314</b>	<b>23.118</b>	<b>60</b>	<b>3.601</b>	<b>11.736</b>

Numerose sono le attività presenti sui singoli sistemi (ogni sistema raccoglie infatti 70/100 unità).

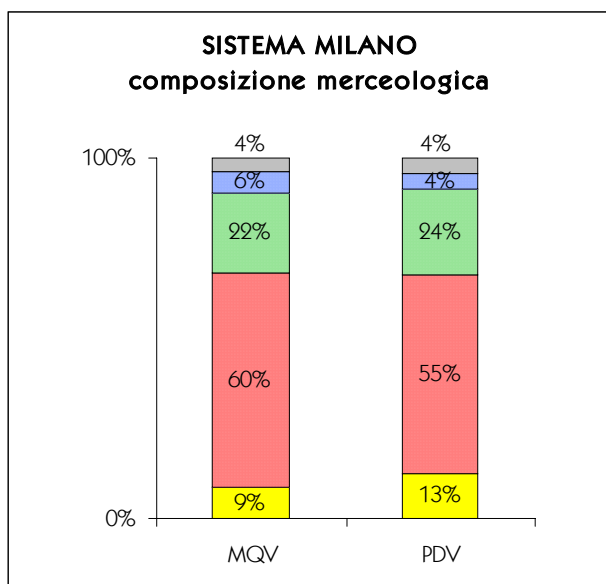
La loro dimensione è mediamente attestata tra i 70/80 mqv. ad eccezione del sistema S. Biagio che è inserito in un tessuto urbano storico e presenta un taglio medio molto più basso pari a 58 mqv.

La ricchezza del tessuto è dovuta anche dalla sensibile presenza di residenti rilevata (11.736 unità).

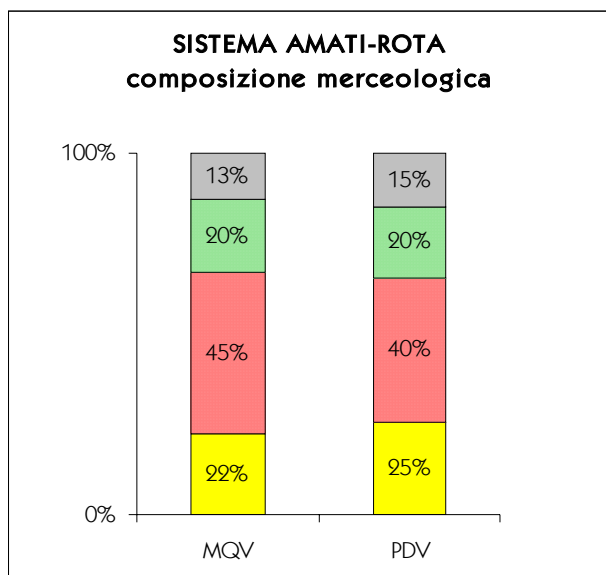


Il sistema Cavallotti è il più articolato tra i sistemi a valenza urbana, sono presenti, infatti, tutte le categorie merceologiche.

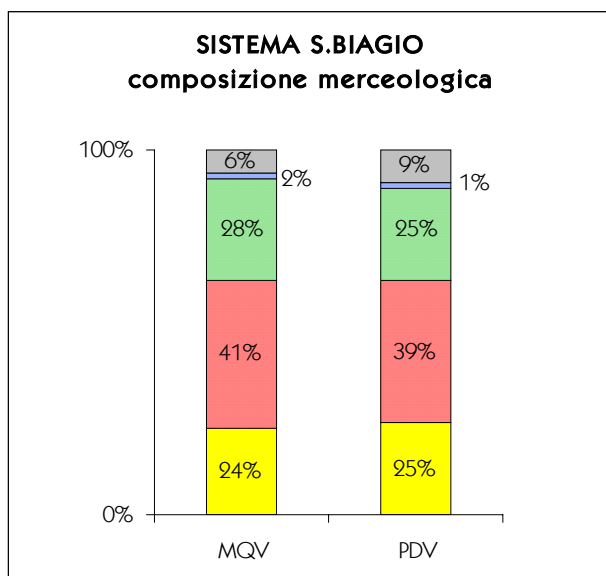
alimentare 
  articoli per la persona 
  oggetti per la casa 
  auto 
  varie



Il sistema Milano, pur mostrando una ricca articolazione dell'offerta commerciale, presenta una sensibile propensione verso i generi per la persona che rappresentano il 55% dei punti vendita e il 60% delle superfici dell'intera concentrazione commerciale.



L'istogramma del sistema Amati-Rota evidenzia la presenza di tutti i gruppi merceologici mostrando, come nei casi precedenti, un buon livello di servizio.



S. Biagio, così come il sistema Cavallotti, presenta un'offerta che contempla tutte le categorie merceologiche. Il sistema è inserito in un tessuto urbano storico.

■ alimentare ■ articoli per la persona ■ oggetti per la casa ■ auto ■ varie

## 7. I SISTEMI COMMERCIALI A VALENZA ZONALE

I “sistemi commerciali a valenza zonale” identificano gli assi sui quali si attestano concentrazioni commerciali e di servizio dei quartieri più recenti della città.

Tali sistemi commerciali si contraddistinguono per le caratteristiche di quartiere, per un bacino di utenza locale e per un ampio livello di accessibilità pedonale.

A differenza dei “sistemi a valenza urbana” che, pur attestandosi lungo alcuni assi principali di accesso al centro, si caratterizzano per la complessità del reticolo viario su cui insistono, i sistemi zonali organizzano l’offerta di beni e servizi lungo un unico asse talvolta completato dall’innesto delle vie trasversali e adiacenti.

La valenza zonale è da considerarsi anche per quelle parti di città che potrebbero assumere caratteristiche di valenza urbana se valorizzate e/o potenziate con progetti mirati di riqualificazione urbana o rivitalizzazione commerciale, tra queste si evidenziano le vie Buonarroti, Bergamo e Lecco.

Via Buonarroti e via Lecco, infatti, non si identificano come sistemi unitari a causa di interruzioni urbane (p.e. area dell’ex-macello) o per le particolari frammentazioni commerciali.

Il sistema di via Lecco presenta diverse caratteristiche tra la porzione Sud, adiacente al centro storico, con un’offerta prevalentemente commerciale, e il tratto Nord, che si sviluppa lungo il Parco di Monza e che si è specializzato, nel tempo, quale luogo destinato alle attività di ristorazione e somministrazione.

In tali ambiti gli interventi dovrebbero essere finalizzati alla “valorizzazione dell’aspetto urbano”, con l’integrazione di nuove attività e/o funzioni capaci di dare maggior identità ai sistemi.

### Sistemi commerciali di valenza zonale

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
V.le Libertà Est	19	975	6	319	2.846
V.le Libertà Ovest	15	863	4	147	1.440
V.le Romagna	27	1.198	2	116	1.525
Via Bergamo	37	1.903	7	489	848
Via Boito	31	6.081	8	887	1.136
Via Lecco Nord *	11	2.477	8	638	1.612
Via Lecco Sud	15	454	1	46	1.612
Via Buonarroti Sud	30	3.234	7	632	2.120
Via Buonarroti Nord	36	7.488	13	1.143	1.794
Via Borgazzi Nord	46	5.066	12	631	2.611
Via Borgazzi Sud	13	1.973	3	308	1.536
<b>TOTALI</b>	<b>280</b>	<b>31.712</b>	<b>71</b>	<b>5.356</b>	<b>13.779*</b>

\* il valore è stato depurato dalla popolazione delle Vie Libertà, Lecco, Buonarroti, Borgazzi che si distribuiscono in più sistemi (19.080 – 5.301 = 13.779)

Le **attività commerciali presenti sui sistemi a valenza zonale** sono n. **280**, il **18%** delle presenze dell'intera città, con una superficie totale di vendita di **31.712 mqv (16%)** mentre i **pubblici esercizi** sono n. **71** che operano in **5.356 mq di somministrazione**.

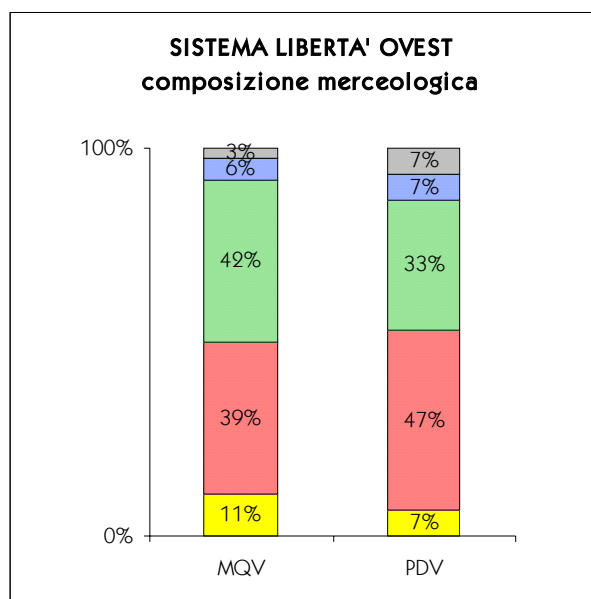
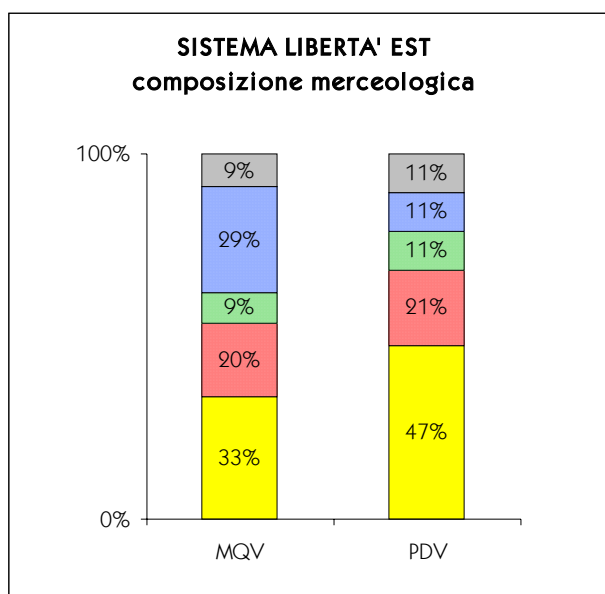
Particolarmente interessante appare la consistenza delle attività commerciali lungo la via Buonarroti e la via Borgazzi che, rispettivamente, nella loro interezza evidenziano n. 66 punti vendita (11.000 mqv) e n. 59 punti vendita ( 7.039 mqv).

Analogamente la via Bergamo con n. 37 pdv in 1.903 mqv e la via Boito con n. 31 pdv in 6.081 mqv si caratterizzano per la presenza di attività commerciali.

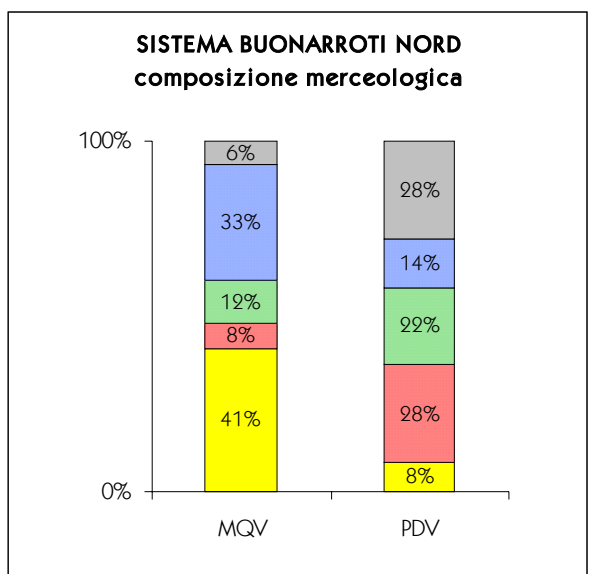
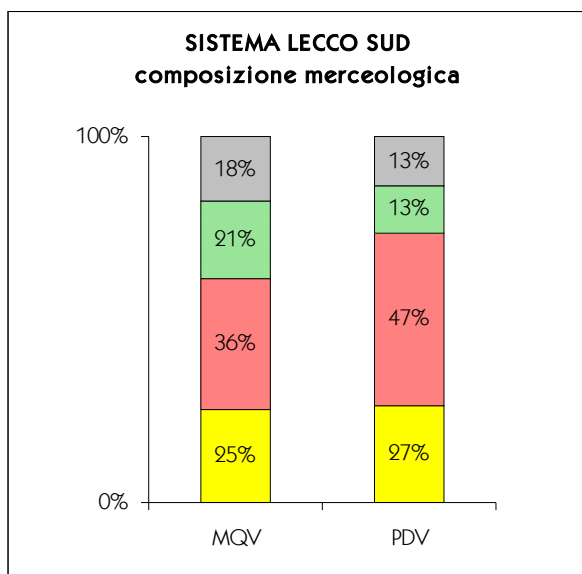
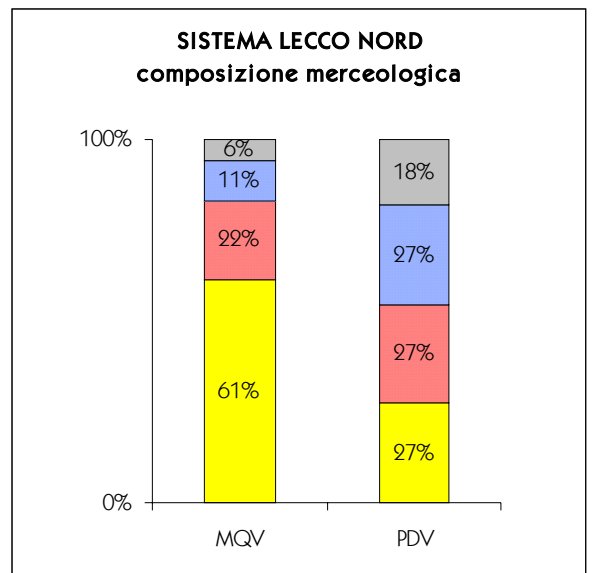
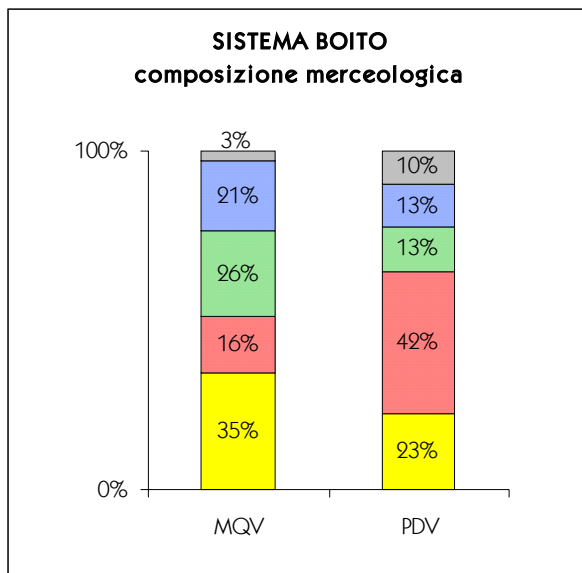
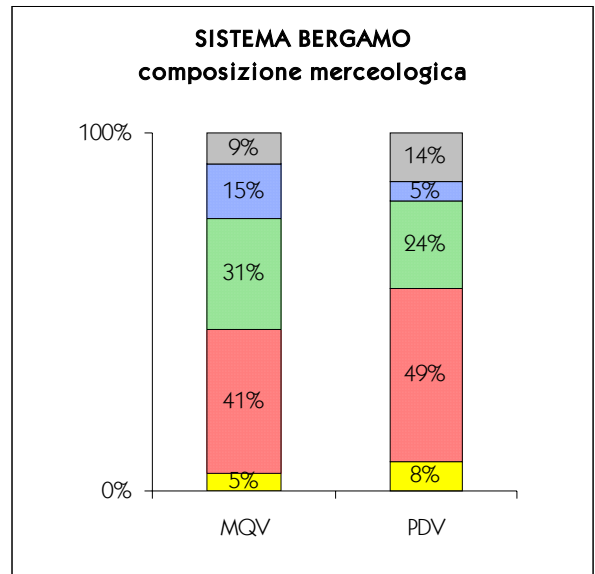
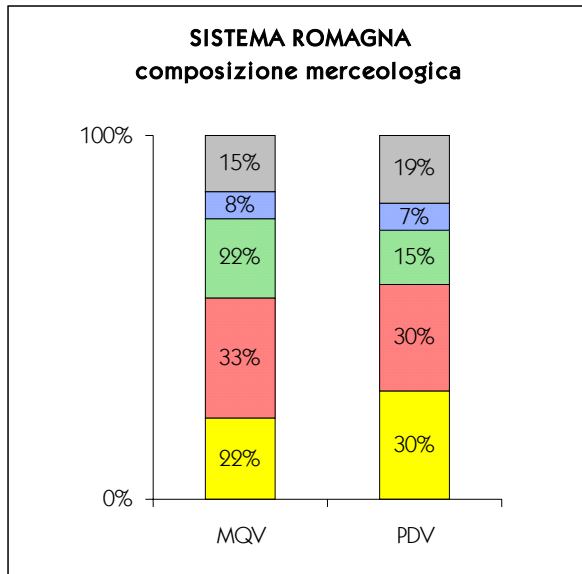
La gran parte dei sistemi presenta un'offerta varia che raccoglie tutte le categorie merceologiche. Solo i servizi all'auto non sono disponibili nel sistema Lecco Sud addossato al centro storico.

Nei sistemi che, seguendo le radiali in uscita dalla città sono collocati a diretto contatto con il centro, la presenza di attività commerciali con merceologia "generi per la persona" è più accentuata. (in particolare nei sistemi Bergamo, Lecco Sud e Libertà Ovest).

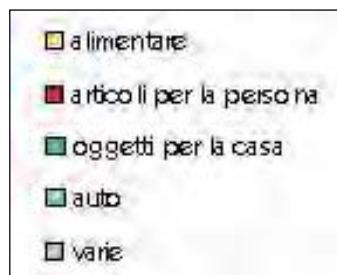
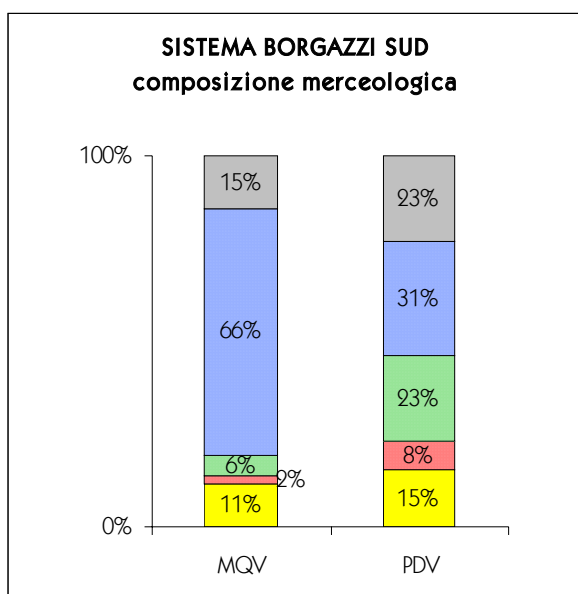
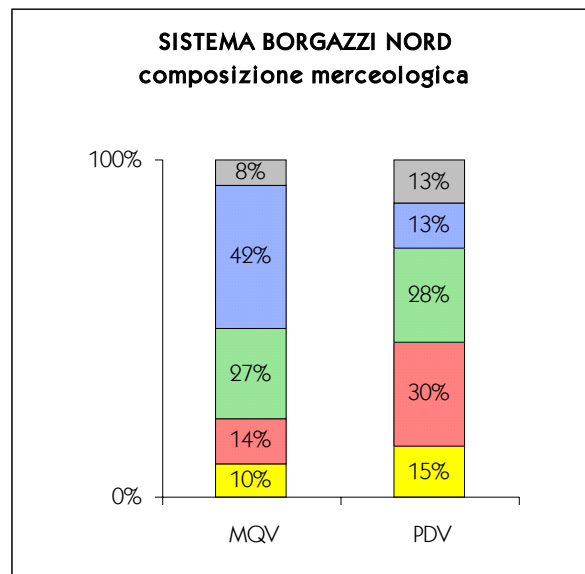
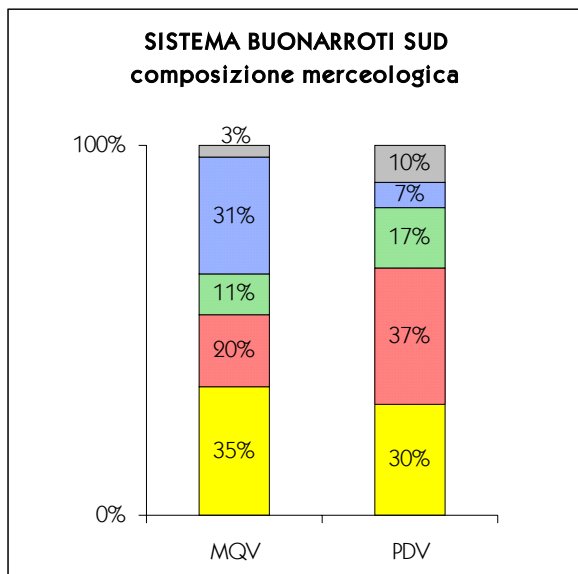
Il settore alimentare, sempre presente nei sistemi, evidenzia concentrazioni lungo il sistema Lecco Nord, per la presenza di una media superficie di rilevanti dimensioni, e in corrispondenza di Libertà Est dove sono localizzati n. 9 punti vendita.



alimentare  
  articoli per la persona  
  oggetti per la casa  
  auto  
  varie



alimentare
  articoli per la persona
  oggetti per la casa
  auto
  varie



## 8. I SISTEMI COMMERCIALI DELLE FRAZIONI

I “sistemi commerciali delle frazioni” sono ambiti dalle caratteristiche commerciali e urbane a servizio delle zone residenziali e dei quartieri, in cui l’offerta è costituita, prevalentemente, da negozi di generi di prima necessità spesso integrati da servizi e da artigianato di servizio.

La localizzazione rispetto al tessuto urbano complessivo permette di definire come “sistemi commerciali delle frazioni” gli ambiti di San Fruttuoso, San Rocco e Sant’Albino mentre le vie Sempione e Marsala sono riconosciute come tali per le caratteristiche di limitatezza e isolamento che le contraddistinguono.

## Sistemi commerciali delle frazioni

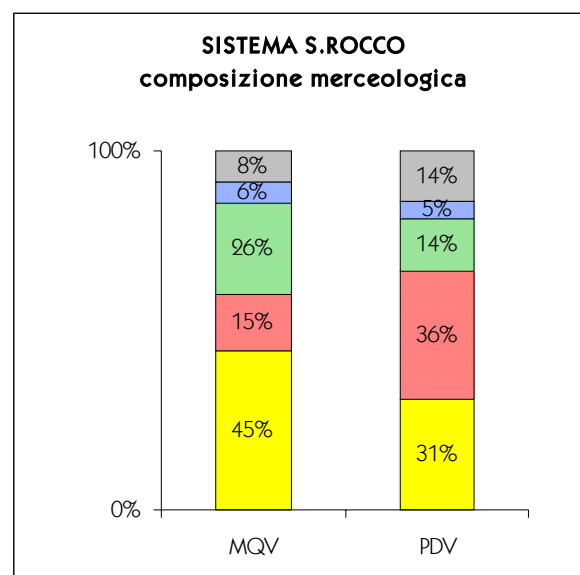
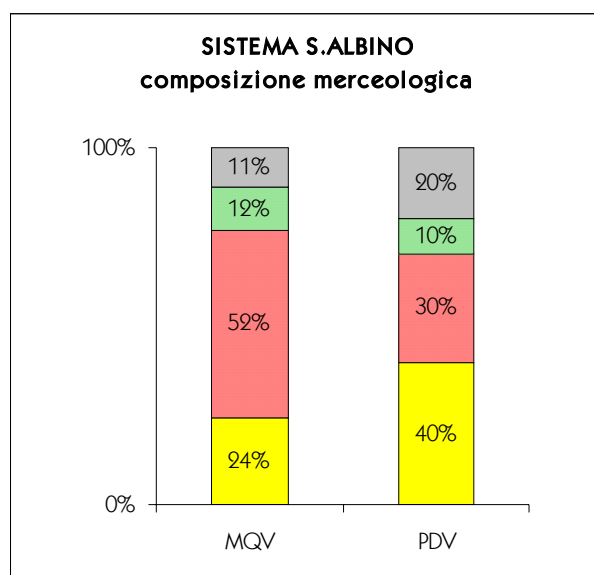
	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
S. Albino	10	893	2	115	582
S. Rocco	42	3.392	6	245	2.221
S. Fruttuoso	20	745	5	645	1.117
Via Sempione	22	1.141	5	441	1.821
Via Marsala	11	2.027	4	215	1.439
<b>TOTALI</b>	<b>105</b>	<b>8.198</b>	<b>22</b>	<b>1.661</b>	<b>6.644 *</b>

\*il valore è depurato dalla popolazione di Via Milano (sistema di Via Marsala) che compare in due concentrazioni commerciali: (7.180 – 536 = 6.644)

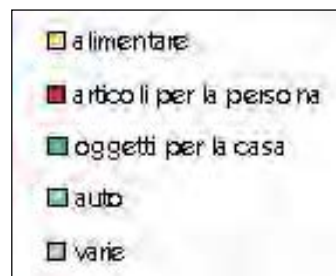
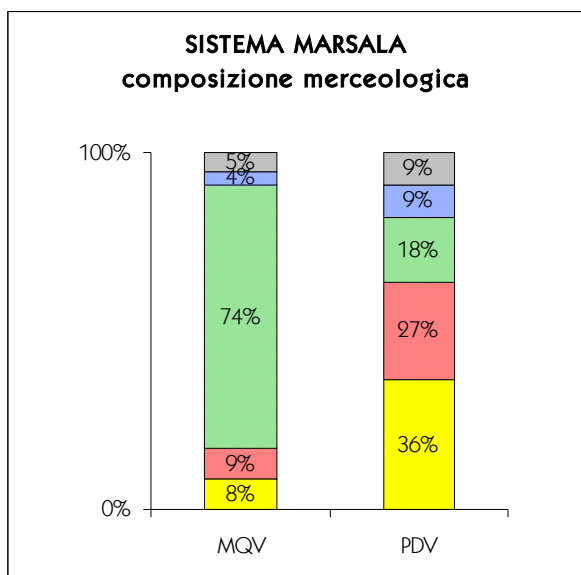
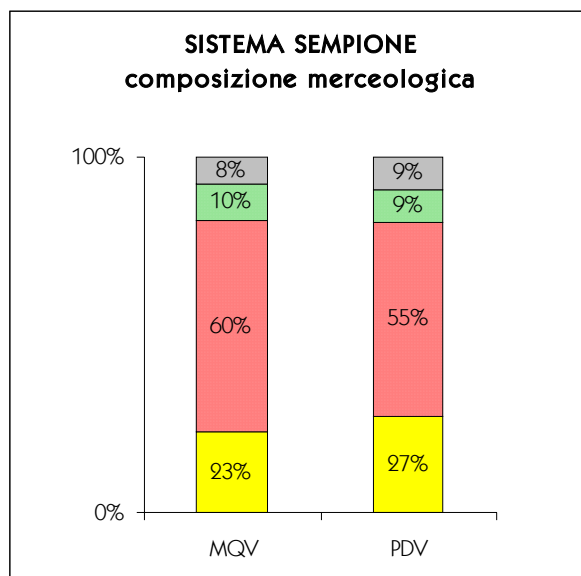
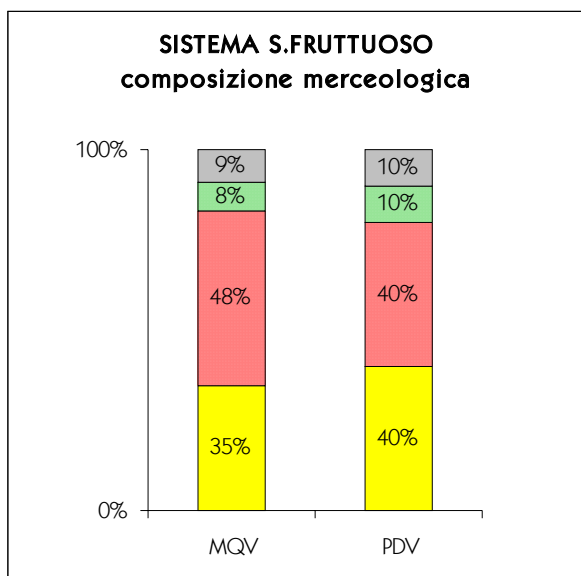
Il numero delle attività varia da un minimo di n. 10 punti vendita a un massimo di n. 22, ad eccezione del sistema di San Rocco, che si caratterizza, con n. 42 attività operanti in 3.392 mqv, come l'insieme di due sottosistemi legati dai servizi presenti in prossimità dell'incrocio con la via Monte Santo.

Dal punto di vista della composizione merceologica dell'offerta, i sistemi confermano il loro ruolo di servizio primario caratterizzato da attività di vendita alimentare e non alimentare (beni rivolti alla persona e alla casa).

Il settore dell'auto è presente unicamente nella zona di S. Rocco che risulta, peraltro, il più grande e articolato tra i sistemi delle frazioni.



■ alimentare ■ articoli per la persona ■ oggetti per la casa ■ auto ■ varie



## 9. I SISTEMI COMMERCIALI MINIMI

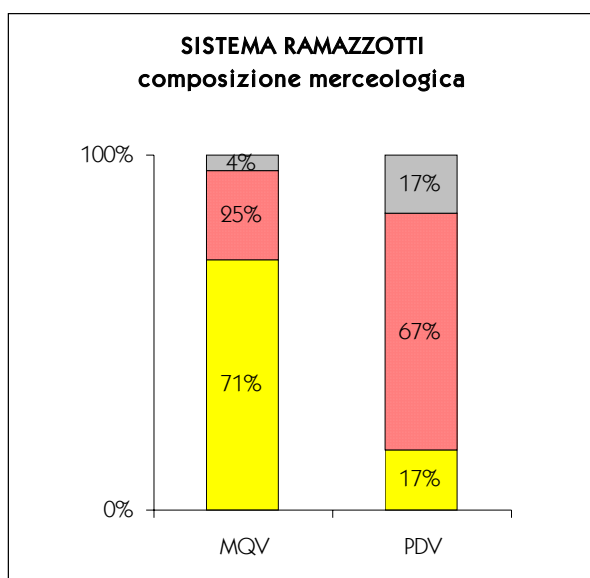
I “sistemi commerciali minimi” sono zone in cui le presenze commerciali sono molto ridotte, ma importanti, perché rappresentano l’unico riferimento per lo scambio di servizi e generi di prima necessità, e perché possono offrire opportunità per il quartiere attraverso interventi mirati.

I sistemi commerciali “minimi”, poiché rappresentano l’ultima soglia di aggregazione, prima dei singoli punti vendita.



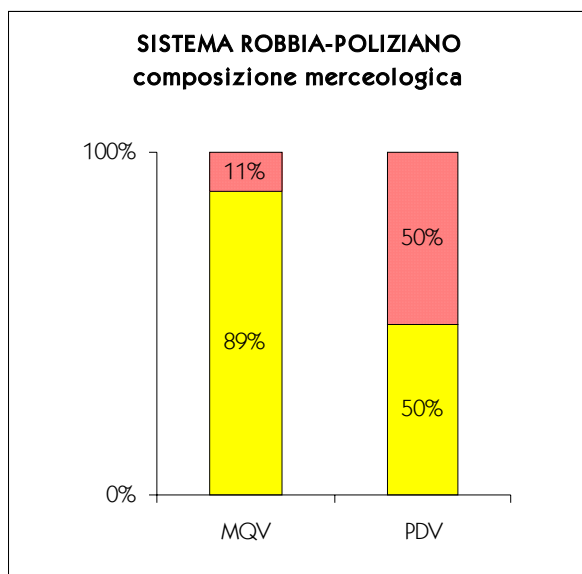
## I sistemi commerciali minimi

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
Ramazzotti	6	708	1	74	550
Robbia - Poliziano	2	395	1	75	290
Cazzaniga	3	65	2	69	728
<b>TOTALI</b>	<b>11</b>	<b>1.168</b>	<b>4</b>	<b>218</b>	<b>1.568</b>



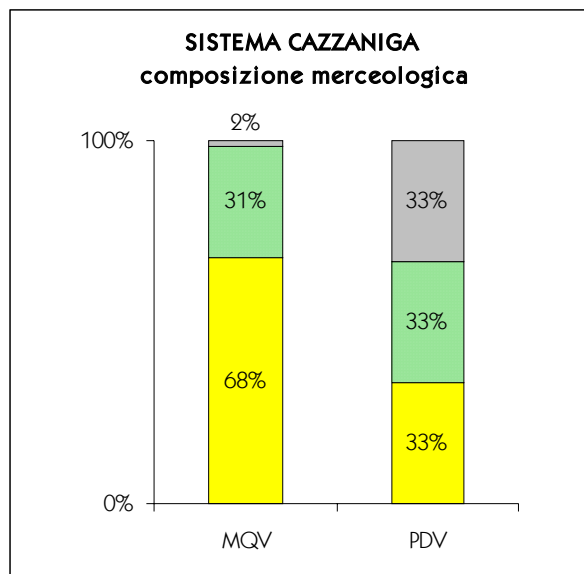
Il sistema raccoglie 6 punti vendita dei quali una media struttura con merceologia alimentare e quattro negozi di generi non alimentari per la persona.

E' evidente il ruolo di "servizio di prima necessità" che caratterizza il sistema stesso.

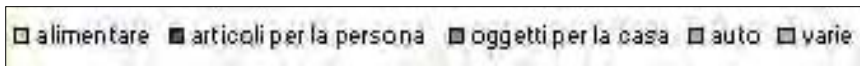


Analoga situazione è riscontrabile nel sistema Robbia-Poliziano che si evidenzia per presenza di una media struttura di vendita alimentare e di un solo punto vendita di generi non alimentari rivolti alla persona.

■ alimentare ■ articoli per la persona ■ oggetti per la casa ■ auto ■ varie



Il sistema Cazzaniga si caratterizza per la presenza di attività commerciali del settore alimentare e non alimentare. Consistente è la percentuale dei punti vendita con merceologia “oggetti per la casa” mentre assente risulta la categoria merceologica relativa ai “beni per la persona”.



## 10. I SISTEMI COMMERCIALI EXTRA-URBANI

I “ sistemi commerciali extra-urbani” definiscono le concentrazioni commerciali con bacino d’utenza di scala extra-urbana e accessibilità prevalente dagli assi di scorrimento urbani caratterizzati da un alto e pesante flusso viabilistico.

Le caratteristiche viabilistiche degli assi, unitamente alla ridotta presenza di residenza lungo gli stessi, determina una prevalenza di punti vendita non alimentari con offerta sovralocale, soprattutto medie strutture di vendita non alimentari con forte specializzazione per il settore legato all’automobile (oltre il 60% delle presenze totali).

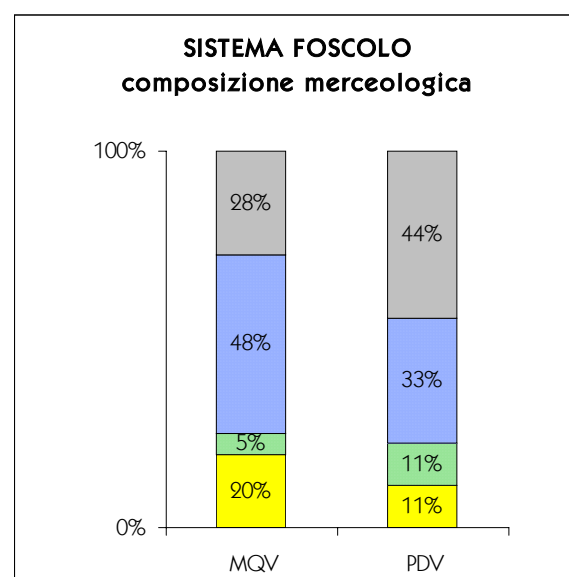
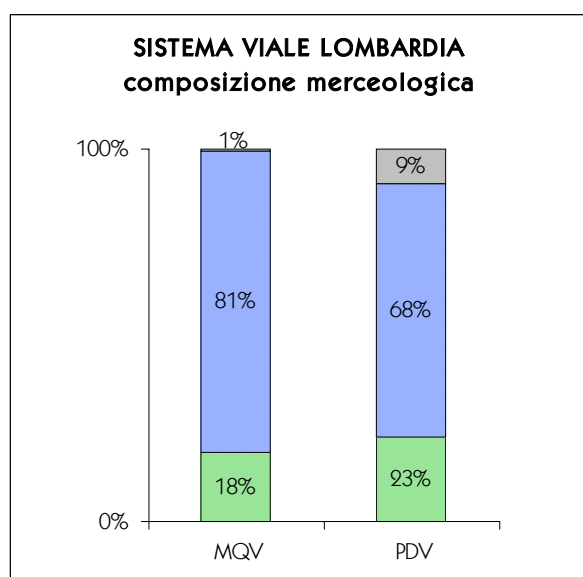
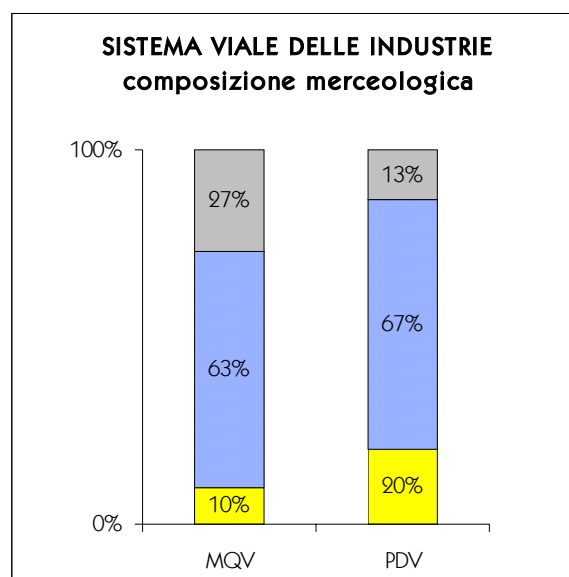
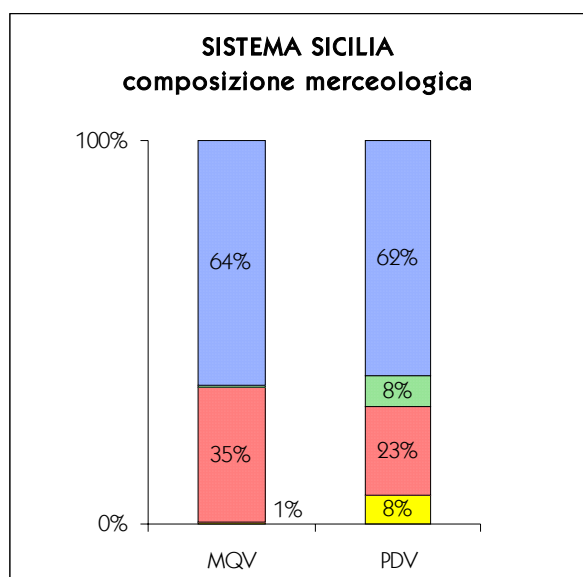
Viale Sicilia, viale delle Industrie, viale Lombardia e via Foscolo rappresentano i sistemi commerciali extra-urbani, tuttavia, via Foscolo rispetto agli altri presenta caratteristiche urbanistiche diverse dovute alla sua localizzazione nel tessuto urbano, un tessuto essenzialmente produttivo, carente di strutture residenziali e caratterizzato dalla presenza del cimitero.

I sistemi sono costituiti da n. **59** punti vendita che operano in complessivi 25.473 mqv e una superficie media di vendita di oltre **400** mqv.

Si rileva che ad eccezione del “sistema Sicilia”, gli altri sistemi non offrono opportunità d’acquisto per beni non alimentari per la persona.

### I sistemi commerciali extra-urbani

	COMMERCIO		PUBBLICI ESERCIZI		POPOLAZIONE
	N°	MQV	N°	MQS	ABITANTI
Viale Sicilia	13	5.461	2	410	451
Viale delle Industrie	15	5.689	2	294	50
Viale Lombardia	22	12.286	10	1.132	590
Via Foscolo	9	2.037	1	30	394
<b>TOTALI</b>	<b>59</b>	<b>25.473</b>	<b>15</b>	<b>1.866</b>	<b>1.485</b>



alimentare
  articoli per la persona
  oggetti per la casa
  auto
  varie

## 11. ASSETTO E LOCALIZZAZIONE DELLE MEDIE STRUTTURE SUI SISTEMI

L'assetto attuale delle medie strutture di vendita deve essere visto in prospettiva temporale, in modo da evidenziare le possibilità di un primo ampliamento delle superfici di vendita in funzione della disponibilità di spazi all'interno del punto vendita.

Per ciascun punto di media dimensione alimentare e non alimentare sono stati individuati i possibili e più probabili ampliamenti e nelle matrici seguenti ne viene indicata la localizzazione, la classe dimensionale e il rapporto reciproco tra superfici di vendita e superfici accessorie.

Viene inoltre indicata schematicamente la relazione dimensionale tra la superficie di vendita della struttura e la classe dimensionale in cui è inserita. In questo modo è possibile dare una prima valutazione delle opportunità fisiche di crescita del singolo punto vendita: sia in relazione al suo assetto interno che in relazione alla classe dimensionale in cui è inserita.

Per facilitare la lettura della suddivisione della classe distributiva si evidenziano le soglie intermedie con cui sono state identificate le otto parti.

	Soglie dimensionali	Dimensione della struttura rispetto alla classe dimensionale							
		270	285	305	325	345	360	380	400
<b>1° LIVELLO</b>	<b>I MS</b> (251-400)	270	285	305	325	345	360	380	400
<b>2° LIVELLO</b>	<b>II MS</b> (401-800)	450	500	550	600	650	700	750	800
<b>3° LIVELLO</b>	<b>III MS</b> (801-1.500)	890	975	1.060	1.150	1.240	1.325	1.410	1.500
<b>4° LIVELLO</b>	<b>IV MS</b> (1.501-2.500)	1.625	1.750	1.875	2.000	2.125	2.250	2.375	2.500

Laddove la fisicità degli spazi fa presumere la difficoltà di ampliamento immediato degli spazi adibiti alla vendita, si è ritenuto di indicare il punto vendita come "saturato" identificandolo graficamente con una campitura grigia.

### Medie strutture alimentari esistenti

Sistemi commerciali	Localizzazione	Circ.	Strutture esistenti (classi dimensionali)	MQ di vendita	MQ accessori	Dimensione della struttura rispetto alla classe dimensionale							
del centro storico	centro storico	1	1° livello	45%	55%	1°						2°	
		1	2° livello	saturato		2°							3°
		1	3° livello	80%	20%	3°							4°
a valenza urbana	via Amati	2	1° livello	70%	30%	1°							2°
	via Cavallotti	4	1° livello	saturato		1°							2°
		4	1° livello	60%	40%	1°							2°
		4	2° livello	60%	40%	2°							3°
	corso Milano	4	no										
	San Biagio	5	1° livello	saturato		1°							2°

Sistemi commerciali	Localizzazione	Circ.	Strutture esistenti (classi dimensionali)	MQ di vendita	MQ accessori	Dimensione della struttura rispetto alla classe dimensionale													
<b>a valenza zonale</b>	via Libertà est	1	no																
	via Libertà ovest	1	no*																
	via Lecco nord	1	3° livello	60%	40%	3°												4°	
	via Lecco sud	1	no																
	via Bergamo	1	no																
	via Buonarroti nord	2	4° livello	20%	80%	4°													GS
			2° livello	45%	55%	2°													3°
	via Buonarroti sud	2	2° livello	75%	25%	2°													3°
	via Borgazzi nord	3	no																
	via Borgazzi sud	3	4° livello	saturo		4°													GS
	viale Romagna	4	2° livello	20%	80%	2°													3°
	via Boito	5	4° livello	60%	40%	4°													GS
<b>delle frazioni</b>	Sant'Albino	2	no																
	San Rocco	3	3° livello	70%	30%	3°												4°	
		3	2° livello	40%	60%	2°												3°	
	San Fruttuoso	4	no*																
	via Marsala	4	no																
	via Sempione	5	no																
<b>minimi</b>	Robbia/Poliziano	2	1° livello	45%	55%	1°												2°	
	Ramazzotti	5	2° livello	60%	40%	2°												3°	
	Cazzaniga	5	no																
<b>extra urbani</b>	Foscolo	2	1° livello	80%	20%	1°												2°	
	Industrie	2	no																
	Sicilia	2	no																
	Lombardia	4	no																
<b>fuori sistema</b>	piazza Santa Caterina da Siena, 3	2	1° livello	saturo		1°												2°	
	via della Guerrina, 98	2	grande struttura																
	via Brembo angolo viale Campagna	4	grande struttura																
	Via Silva, 22	4	1° livello	65%	35%	1°												2°	

Nota: no\* indica l'assenza di una media struttura di vendita nei pressi del sistema commerciale ma è comunque da rilevare la vicinanza di una grande struttura alimentare.



Sistemi commerciali	Localizzazione	Circ.	Strutture esistenti	MQ di vendita	MQ accessori	merceologia	Dimensione della struttura rispetto alla classe dimensionale														
<b>a valenza zonale</b>	via Libertà est	1	no																		
	via Libertà ovest	1	no																		
	via Lecco sud	1	no																		
	via Lecco nord	1	no																		
	via Bergamo	1	no																		
	via Boito	5	3° livello	saturato		arredo	3°														4°
		5	3° livello	85%	15%	concessionario	3°														4°
	viale Romagna	4	no																		
	via Borgazzi nord	4	3° livello	60%	40%	largo e generale consumo	3°														4°
		4	1° livello	saturato		largo e generale consumo	1°														2°
		4	2° livello	25%	75%	concessionario	2°														3°
	via Borgazzi sud	4	3° livello	50%	50%	concessionario	3°														4°
		3	1° livello	35%	65%	concessionario	1°														2°
		3	2° livello	saturato		concessionario	2°														3°
		3	1° livello	5%	95%	concessionario	1°														2°
	via Buonarroti nord	2	3° livello	25%	75%	concessionario	3°														4°
		2	3° livello	25%	75%	concessionario	3°														4°
	via Buonarroti sud	2	3° livello	saturato		largo e generale consumo	3°														4°
		2	2° livello	70%	30%	largo e generale consumo	2°														3°
		2	3° livello	25%	75%	concessionario	3°														4°
<b>delle frazioni</b>	Sant'Albino	2	3° livello	saturato		concessionario	3°														4°
		2	1° livello	saturato		largo e generale consumo	1°														2°
	San Rocco	3	2° livello	saturato		concessionario	2°														3°
		3	2° livello	80%	20%	materiali edili	2°														3°
		3	2° livello	55%	45%	arredo	2°														3°
	3	2° livello	65%	35%	arredo	2°															3°
	San Fruttuoso	4	1° livello	85%	15%	largo e generale consumo	1°														2°
	Sempione	5	no																		
via Marsala	4	1° livello	85%	15%	arredo	1°														2°	
<b>minimi</b>	Ramazotti	5	no																		
	Cazzaniga	5	no																		
	Robbia/Poliziano	2	no																		

Sistemi commerciali	Localizzazione	Circ.	Strutture esistenti	MQ di vendita	MQ accessori	merceologia	Dimensione della struttura rispetto alla classe dimensionale							
extra urbani	Foscolo	2	2° livello	25%	75%	concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		2	1° livello	15%	85%	materiali edili	1°	■	■	■	■	■	■	2°
	Industrie	2	3° livello	saturo		autodemolizioni	3°	■	■	■	■	■	■	4°
		2	3° livello	40%	60%	concessionario	3°	■	■	■	■	■	■	4°
		2	2° livello	saturo		concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		2	3° livello	25%	75%	concessionario	3°	■	■	■	■	■	■	4°
		2	3° livello	40%	60%	concessionario	3°	■	■	■	■	■	■	4°
		2	1° livello	30%	70%	concessionario	1°	■	■	■	■	■	■	2°
		2	2° livello	saturo		concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		Lombardia	4	4° livello	95%	5%	concessionario	1°	■	■	■	■	■	■
	4		3° livello	saturo		concessionario	3°	■	■	■	■	■	■	4°
	4		2° livello	45%	55%	concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
	4		2° livello	saturo		concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
	5		3° livello	25%	75%	concessionario	3°	■	■	■	■	■	■	4°
	4		2° livello	20%	80%	concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
	5		2° livello	saturo		concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
	4		2° livello	saturo		giardinaggio	2°	■	■	■	■	■	■	3°
	4		3° livello	25%	75%	largo e generale consumo	3°	■	■	■	■	■	■	4°
	4		3° livello	saturo		largo e generale consumo	3°	■	■	■	■	■	■	4°
	4		1° livello	65%	35%	arredo	1°	■	■	■	■	■	■	2°
	Sicilia		2	3° livello	50%	50%	concessionario	3°	■	■	■	■	■	■
		2	2° livello	20%	80%	concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		2	3° livello	saturo		concessionario	3°	■	■	■	■	■	■	4°
		2	2° livello	45%	55%	concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		2	2° livello	85%	15%	concessionario	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		2	1° livello	30%	70%	concessionario	1°	■	■	■	■	■	■	2°
		2	2° livello	45%	55%	largo e generale consumo	2°	■	■	■	■	■	■	3°
		2	4° livello	90%	10%	largo e generale consumo	3°	■	■	■	■	■	■	4°
	2	3° livello	35%	65%	arredo	3°	■	■	■	■	■	■	4°	



## **12. IL QUADRO DELLE AZIONI DI RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E DI RIQUALIFICAZIONE URBANA**

Il processo di rivitalizzazione commerciale passa attraverso la riqualificazione urbana ma anche attraverso la realizzazione di iniziative di marketing (urbano e commerciale), di fidelizzazione del cliente, di riqualificazione dei negozi, di miglioramento delle dotazioni tecnologiche a disposizione delle attività e anche di formazione professionale aiutando la piccola e la media imprenditoria commerciale a stabilire migliori posizionamenti sul mercato locale, senza perdere di vista le dinamiche economiche più generali che caratterizzano il settore distributivo.

Si rende necessario, pertanto, definire un quadro di azioni che permettano:

- la concentrazione delle risorse finanziarie comunali, regionali, statali e comunitarie volta a volta disponibili, in programmi, progetti e iniziative di rilancio e rafforzamento dei sistemi commerciali urbani;
- la valorizzazione della progettualità pubblica e privata;
- l'agevolazione delle forme associative delle imprese;
- il mantenimento e l'incremento dell'occupazione nel settore commerciale.

Il Piano Urbano del Commercio delinea, **Azioni di intervento** attraverso le quali potranno essere sviluppate politiche e progetti specifici per ciascuna realtà.

Sulla base delle **tipologie dei sistemi commerciali** individuate, si identificano specifiche potenzialità e opportunità di intervento per ciascuna parte di città, allo scopo di rendere possibili (Tav. 11, parte C):

- **Azioni di valorizzazione del sistema commerciale e del contesto storico** per i “sistemi commerciali del centro storico”.
- **Azioni di rivitalizzazione e riqualificazione urbana** articolate, differenziate e declinate per ciascun contesto e sistema commerciale.
- **Azioni di razionalizzazione della viabilità, degli accessi e della segnaletica** sui “sistemi commerciali a valenza extra urbana”, dove la presenza delle strutture commerciali caratterizza il paesaggio urbano, nonché le dinamiche di funzionamento della viabilità.

Emerge, infine, un tema di intervento legato ad **azioni di adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana** per le aree mercatali, siano esse destinate ai mercati settimanali o alle piccole aggregazioni di banchi, i Punti di vendita monzesi.

L'attivazione di processi di valorizzazione e di consolidamento dei sistemi commerciali esistenti si realizza anche attraverso **il coinvolgimento delle attività isolate rispetto ai sistemi commerciali**; la puntuale conoscenza degli assetti commerciali, incrociata con la domanda, può dare corpo a **piani di articolazione del mix merceologico** finalizzati a delineare gli spazi dell'opportunità, del potenziamento e del miglioramento dell'offerta commerciale.

I sistemi commerciali urbani necessitano, inoltre, di politiche che permettano di abbandonare logiche operative settoriali per attuare **interventi integrati orientati a dare risposte al tema dell'accessibilità e della sosta** (vitali per il miglior funzionamento dei sistemi commerciali), ma anche al tema della qualità urbana e ambientale. Al tema, se si preferisce, del decoro urbano. Politiche che permettano di convogliare e attrarre le risorse disponibili per la realizzazione di

opere di razionalizzazione, potenziamento e integrazione delle dotazioni infrastrutturali, di servizio, di arredo e sosta dei sistemi commerciali e delle attività economiche.

Il PUC promuove le condizioni affinché i sistemi commerciali urbani si configurino come veri e propri **CENTRI COMMERCIALI NATURALI**, soggetti unitari capaci di formulare strategie unitarie di:

- articolazione del **mix merceologico**
- **promozione** unitaria
- **animazione** socio-culturale dei luoghi a valenza commerciale
- attività di **fidelizzazione**
- trasporto e **distribuzione delle merci** in ambito urbano
- miglioramento e organizzazione della **sosta**
- **riqualificazione urbana** della via commerciale o di aree più estese
- **nursery** comuni
- **assistenza e orientamento** del cittadino
- piani di **miglioramento** di vetrine, insegne, illuminazione esterna dei punti vendita.

Il Piano Urbano del Commercio definisce criteri e principi normativi con l'”**Allegato Normativo al PRG relativo alle attività di vendita al dettaglio in sede fissa**” e promuove **Azioni di Intervento**.

Le Azioni di Piano, delineano scenari di intervento sui quali potranno essere sviluppati Programmi Locali di Intervento, ai sensi della normativa vigente. Tali Programmi (P.L.I.) rientrano a pieno titolo tra gli **“strumenti attuativi”** del PUC e sono finalizzati all'insediamento, alla rivitalizzazione ed alla riqualificazione della rete dei servizi commerciali sia in zone caratterizzate dalla presenza di attività commerciali sia in zone dove la presenza di esercizi non è sufficiente a garantire un adeguato servizio al cittadino.

Allo scopo di mantenere alta l'efficacia operativa e il radicamento nella realtà commerciale e urbana della città di Monza, il Piano Urbano del Commercio richiede l'aggiornamento triennale sia per quanto attiene gli indirizzi di piano sia per quanto attiene il corpo normativo.

Il **quadro delle azioni e delle previsioni urbanistiche commerciali** per le cinque circoscrizioni, promuove il potenziamento dei sistemi commerciali esistenti, allo scopo di **dotare la città di centralità diffuse, capaci di diventare luoghi di scambio non solo di merci, ma anche di socialità e di cultura**.

**Varietà di funzioni e con adeguato assetto del mix merceologico** e soluzioni progettuali calate nello specifico contesto urbano.

È essenziale concepire e realizzare **in modo unitario** sia gli elementi commerciali e funzionali che lo spazio e l'arredo.

La valorizzazione della dimensione pedonale lungo le strade di valenza commerciale e maggiore “praticabilità delle vetrine”, favorisce il passeggio e l'accessibilità pubblica, nonché la sosta dei mezzi privati.

Il tema dell'accessibilità deve essere risolto in armonia con l'intero assetto delle priorità urbane e commerciali, favorendo l'accessibilità pubblica e incentivando la percorrenza pedonale delle distanze, attraverso la razionalizzazione dell'uso e delle infrastrutture di parcheggio esistenti, con incentivi all'uso dei garage e il reperimento di nuove aree.

Sarà necessario regolare e introdurre nella gestione operativa dei sistemi commerciali il tema del carico e scarico delle merci affinché siano riforniti efficacemente i negozi e le attività che operano sulla strada.

Le azioni e i progetti dovranno essere definiti per ciascun contesto mediante percorsi di **progettazione partecipata**, assunti come metodo mirato al coinvolgimento diretto dei cittadini e degli operatori economici.

Non si tratta di prefigurare “modelli” da inserire nelle diverse situazioni, ma di studiare “metodi”, che abbiano duttilità nell’adattarsi.

La partecipazione, un metodo per:

- garantire il coinvolgimento, la collaborazione, l’informazione tra le varie componenti sociali
- rafforzare le identità interne ai quartieri
- non perdere la densità semantica del progetto e delle strategie di sviluppo commerciale, assicurando la corrispondenza tra i bisogni espressi e le risposte fornite.

Dal modello al metodo, dunque, per puntare alla diversificazione delle soluzioni e per dare spazio all’interpretazione che ciascuno ha del luogo. E’ lì che si annida la matrice di tutto.

Il territorio come generatore di ogni cosa.

Nelle pagine seguenti è riportato il **quadro delle azioni e delle previsioni urbanistiche commerciali** per le cinque circoscrizioni e i sistemi commerciali urbani individuati.

## Circoscrizione 1

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
centro storico	<b>CENTRO STORICO</b>	VALORIZZAZIONE DEL SISTEMA COMMERCIALE E DEL CONTESTO STORICO	Migliorare ed esaltare immagine e promozione del punto vendita Valutazione di assetto del mix merceologico	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto	AREA CAMBIAGHI Completamento infrastrutturale TRENTO E TRIESTE Ampliamento parcheggi e Ridefinizione della piazza	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 3° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>	
a valenza zonale	<b>VIA BERGAMO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Connessione al centro storico Potenziamento del mix merceologico	<b>AMMESSI</b>			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA LECCO SUD</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Connessione al centro storico	<b>AMMESSI</b>			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA LECCO NORD</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Azioni di coordinamento e integrazione tra sistemi commerciali	<b>AMMESSI</b>			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 3° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA LIBERTA' OVEST</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA		<b>AMMESSI</b>			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA LIBERTA' EST</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Consolidamento fronti commerciali Potenziamento offerta commerciale	<b>AMMESSI</b>	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale esistente		NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 4° LIVELLO</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 3° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
fuori sistema				<b>AMMESSI</b>			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>

## Circoscrizione 2

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
a valenza urbana	<b>AMATI ROTA</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Carattere di vicinato da valorizzare e difendere Espansione progressiva di "effetto città"	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA BUONARROTI NORD</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Riqualificazione dell'area del macello Azioni di coordinamento e integrazione tra sistemi commerciali	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale esistente		AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA BUONARROTI SUD</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA		<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
delle frazioni	<b>SANT'ALBINO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Potenziamento del servizio commerciale di prossimità Recupero dell'identità dei luoghi	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto		NUOVO PDV di n. 5 banchi	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
minini	<b>ROBBIA /POLIZIANO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Creazione della centralità di quartiere	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale esistente		AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
extraurbani	<b>FOSCOLO</b>	RAZIONALIZZAZIONE DELLA VIABILITA', DEGLI ACCESSI E DELLA SEGNALETICA		<b>AMMESSI</b>			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
extraurbani	<b>VIALE DELLE INDUSTRIE</b>	RAZIONALIZZAZIONE DELLA VIABILITA', DEGLI ACCESSI E DELLA SEGNALETICA		<b>AMMESSI</b>			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 4° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>

## Segue - Circoscrizione 2

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
extraurbani	<b>VIALE SICILIA</b>	RAZIONALIZZAZIONE DELLA VIABILITA', DEGLI ACCESSI E DELLA SEGNALETICA		<b>AMMESSI</b>			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 4° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>
Fuori sistema				<b>AMMESSI</b>			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>

## Circoscrizione 3

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
delle frazioni	<b>SAN ROCCO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Potenziamento del mix commerciale	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale esistente	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>	
a valenza zonale	<b>VIA BORGAZZI SUD</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA		<b>AMMESSI</b>		AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 3° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>	
Fuori sistema				<b>AMMESSI</b>		AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 1° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>	

\* Nella circoscrizione 3 è consentito esclusivamente l'insediamento di una (1) media struttura alimentare di 1° livello.



## Circoscrizione 4

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
a valenza urbana	<b>CORSO MILANO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Valorizzazione offerta commerciale Integrazione con il centro storico	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 1° LIVELLO</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza urbana	<b>VIA CAVALLOTTI</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Potenziamento del mix merceologico Connessione al centro storico	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 2° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA BORGAZZI NORD</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Azioni di coordinamento e integrazione tra sistemi commerciali	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale esistente		NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 2° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
delle frazioni	<b>MARSALA</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Potenziamento del mix commerciale	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto				NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 2° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 1° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili
a valenza zonale	<b>ROMAGNA</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Connessione a San Fruttuoso	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 1° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
delle frazioni	<b>SAN FRUTTUOSO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Potenziamento identità urbana Potenziamento del mix commerciale Connessione a via Romagna	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale esistente		NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 2° LIVELLO</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
extraurbani	<b>VIALE LOMBARDIA</b>	RAZIONALIZZAZIONE DELLA VIABILITA', DEGLI ACCESSI E DELLA SEGNALETICA	Ricucitura del tessuto urbano Connessione con San Fruttuoso e via Romagna	<b>AMMESSI</b>			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 3° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>

## Segue - Circoscrizione 4

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
Fuori sistema			Integrazione delle medie strutture esistenti con i sistemi commerciali	<b>AMMESSI</b>	Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 2° LIVELLO</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>	

\* Oppure una (1) media struttura alimentare di 3° livello.

## Circoscrizione 5

TIPOLOGIA SISTEMA	SISTEMA COMMERCIALE	AZIONI	PRIORITA' DELLE AZIONI	VICINATO	COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE		MEDIA ALIMENTARE		MEDIA NON ALIMENTARE		GRANDE
				Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Esistente	Nuovi insediamenti	Nuovi insediamenti
a valenza urbana	<b>SAN BIAGIO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Carattere di vicinato da valorizzare e difendere Risoluzione problemi sosta e traffico Connessione al centro storico	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
a valenza zonale	<b>VIA BOITO</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Consolidamento fronti commerciali Potenziamento del mix commerciale	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto		NUOVO PDV di n. 5 banchi	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 3° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
delle frazioni	<b>SEMPIONE</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Carattere di vicinato da valorizzare e difendere	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 1° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
minimi	<b>CAZZANIGA</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Carattere di vicinato da valorizzare e difendere Connessione con area mercatale	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>1 MS 1° LIVELLO*</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	<b>NON AMMESSI</b>
minimi	<b>RAMAZZOTTI</b>	RIVITALIZZAZIONE COMMERCIALE E RIQUALIFICAZIONE URBANA	Potenziamento offerta commerciale Connessione con area mercatale	<b>Non sono ammessi</b> esercizi di vicinato con superficie di vendita derivante dall'applicazione dell'art. 6 per il settore delle auto			AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO fino al massimo della classe	<b>NON AMMESSI</b>	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>AMMESSI fino al 2° livello</b> ad esclusione del settore delle auto e dei materiali edili	<b>NON AMMESSI</b>
fuori sistema			Area mercatale come centralità di quartiere	<b>AMMESSI</b>		Adeguamento tecnologico e riqualificazione urbana Integrazione con sistema commerciale	NON ESISTONO MEDIE STRUTTURE	<b>NON AMMESSI</b>	AMPLIAMENTO DELL'ESISTENTE CONSENTITO	<b>AMMESSI fino al 1° livello</b>	<b>NON AMMESSI</b>

\* Nella circoscrizione 5 è consentito esclusivamente l'insediamento di una (1) media struttura alimentare di 1° livello.