



**GESTIONE DEL TERRITORIO, INFRASTRUTTURE  
ED AMBIENTE DEL COMUNE DI PORDENONE**

*General Planning Srl - Udine*

# **STUDIO DI SETTORE PROPEDEUTICO ALLA REDAZIONE DEL PIANO DI SETTORE DEL COMMERCIO (GRANDE DISTRIBUZIONE)**

- Con aggiornamento della situazione in essere della rete commerciale di grande dettaglio alla data del 31.03.2018

## **REPORT 1**

## INDICE

1.	PREMESSA .....	1
2.	LA RETE COMMERCIALE-ANALISI E PROPOSTE .....	3
<u>2.1.</u>	L'ASSETTO COMPLESSIVO ATTUALE.....	3
<u>2.2.</u>	LA SUA EVOLUZIONE NEL CORSO DEGLI ANNI .....	7
<u>2.3.</u>	LA RETE DEL GRANDE DETTAGLIO.....	17
<u>2.4.</u>	CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE SULLA RETE DI G.D. ....	23
<u>2.5.</u>	VERIFICA DELLO STATO DI ATTUAZIONE DELLE PREVISIONI DI SVILUPPO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE CONTENUTE SIA NEL VIGENTE PIANO DI SETTORE CHE NEL PIANO REGOLATORE GENERALE .....	25
<u>2.6.</u>	SCENARI DI PROGRAMMAZIONE PER LA RETE DEGLI ESERCIZI DI GRANDE DISTRIBUZIONE .....	28



## 1. PREMESSA

L'incarico affidato ha lo scopo analizzare e definire le condizioni attuali della rete distributiva comunale (sia commerciale che dei pubblici esercizi) onde poi verificarne le opzioni di sviluppo da poter attuare nei prossimi anni, soprattutto alla luce della riduzione dei vincoli normativi, introdotta dalla direttiva comunitaria "Bolkesten" (2006/123/CE) [1].

Tali opzioni di sviluppo dovranno avvenire, oltre che all'interno degli obblighi di legge, anche di precise linee guida di sviluppo strategico, specificatamente stabilite dalla Giunta Comunale, che, in sintesi, si possono così riassumere:

- ⇒ per il settore del commercio (di grande distribuzione e media distribuzione) [2]:
- a) recuperare a Pordenone il ruolo di leader nel terziario emporiale (ruolo eroso negli ultimi anni dalla crescita di reti alternative sorte in alcuni Comuni limitrofi), soprattutto per il suo Centro storico urbano (area interna al cosiddetto "ring" o "*Ipercentro*"), anche mediante la possibilità di innalzamento dell'offerta (nuove superfici) a tutto vantaggio sia del servizio svolto a favore del consumatore residente sia dello sviluppo dell'attrattività nei confronti dell'utenza extra-comunale;
  - b) attuare previsioni che permettano una migliore vivibilità del territorio comunale attraverso una valorizzazione del centro commerciale naturale esistente nell'*Ipercentro* e riduzione, per quanto possibile, delle previsioni di sviluppo della grande e media distribuzione esterne a tale area;
  - c) allineare il piano di settore del commercio e i criteri della media distribuzione alle previsioni del Piano Regolatore Generale Comunale;

[1] Attuata in Regione Friuli Venezia Giulia mediante le modifiche alla L.R. 5 dicembre 2005, n.29 (Legge quadro del settore commerciale) apportate dalle Leggi Regionali: n.15, del 9 agosto 2012 e n.19 del 9 dicembre 2016.

[2] Ai sensi del coordinato disposto dei commi i) e j) della citata L.R. 5 dicembre 2005, n.29 (d'ora in avanti "Legge" o "L.R.29") per "grande distribuzione o G.D." si intendono tutti quegli esercizi di vendita al dettaglio (singoli o associati a centro/complesso commerciale) con superficie di vendita superiore a 1.500 m<sup>2</sup>, mentre per "media distribuzione" si intendono gli esercizi compresi tra i 250 e i 1.500 m<sup>2</sup>.



d) allineare le previsioni della grande e media distribuzione commerciale con le soluzioni delineate nel Piano di Dettaglio del PUMS, in fase di redazione, prevedendo adeguate garanzie di maggior fluidificazione del traffico interessante il Comune, soprattutto con particolare riferimento a quello gravitante sulla Strada Statale 13 “Pontebbana”;

⇒ per il settore dei pubblici esercizi (attività di somministrazione di alimenti e bevande):

- a) regolamentare i nuovi pubblici esercizi al fine di aumentare la competitività e l'attrattività;
- b) gestire/valutare l'impatto “sociale” che le eventuali nuove aperture di attività di somministrazione di alimenti e bevande potranno avere nelle varie zone della città, in primis nel centro storico;
- c) indicare, in maniera precisa, le zone (con individuazione a livello di via) della città che consentano ancora la possibilità di “libera” introduzione di nuovi pubblici esercizi, inibendola invece nelle altre;
- d) allineare il piano dei pubblici esercizio alle recenti disposizioni del Consiglio Comunale in materia di videogiochi.

Nel presente Report 1 si dà conto innanzitutto di quanto offra attualmente la rete distributiva comunale ai consumatori pordenonesi e non, quantificandone la consistenza in termini numerici, di classe dimensione e di tipologia di offerta, nonché di congruità urbanistica delle attuali attività, proponendo infine delle “prime” ipotesi di sviluppo sostenibile.



## **2. LA RETE COMMERCIALE-ANALISI E PROPOSTE**

L'analisi compiuta sulla rete distributiva comunale si è articolata mediante la rilevazione, presso l'Ufficio comunale per le attività economiche, di tutte le autorizzazioni (o SCIA/DIA) rilasciate (e attive), dalle quali sono state desunte:

- la titolarità dell'azienda;
- l'ubicazione dell'esercizio;
- la superficie totale di vendita;
- il settore merceologico.

Tutti i dati sono stati poi elaborati mettendo in evidenza la tipologia prevalente dell'esercizio secondo i settori merceologici previsti dalla L.R. 29: il settore alimentare e settore non alimentare [3].

### **2.1. L'ASSETTO COMPLESSIVO ATTUALE**

Dall'analisi dei dati raccolti risulta che nel Comune di Pordenone sono state autorizzate 961 aziende commerciali al dettaglio con una superficie totale impegnata per il pubblico pari a 155.728 m<sup>2</sup>. Di queste però alcune svolgono una attività emporiale in forma subordinata rispetto ad altra ritenuta principale (vedi: farmacie, tabacchini, ingrossi, distribuzione di carburanti, o att.artigianali e/o industriali), definite "attività annesse" senza superficie merceologica di settore e, perciò, non calcolate ai fini della statistica di piano: sono 60 autorizzazioni con 1.692 m<sup>2</sup>.

---

[3] Si deve ricordare anche la presenza del settore non alimentare a basso impatto (art.2, 1° comma, lett.e della citata L.R.29), la cui introduzione nell'ordinamento regionale è stata fatta solo a fini urbanistici per la valutazione degli standard di parcheggio. I generi ricompresi in questo settore sono: *"i materiali per l'edilizia, ivi compresi quelli elettrici, della agricoltura e della zootecnia, la ferramenta, i legnami, i mobili e gli articoli di arredamento, gli elettrodomestici, i veicoli, incluse le imbarcazioni."*



La superficie statistica di calcolo fa sì che dunque il commercio pordenonese sia organizzato su 901 negozi di cui 140 per il solo settore alimentare, 100 per il settore misto (alimentare e non alimentare) e ben 661 per il settore non alimentare, con una superficie di vendita complessiva pari ad oltre 154 mila m<sup>2</sup> (Cfr. Tabella 1 più sotto).

Settore	N.ro Esercizi [ <sup>4</sup> ]	Sup.vend.totale (S.V.T.)	Sup.vend.comparto (S.V.C.)	
			ALIM.	NON ALIM.
ALIMENTARE	140	5.501	5.501	==
MISTO	100	40.509	21.604	18.905
NON ALIMENTARE	661	108.026	==	108.026
<b>TOTALE</b>	<b>901</b>	<b>154.036</b>	<b>27.105</b>	<b>126.931</b>

Tabella 1- Consistenza della rete distributiva

Particolare attenzione deve essere posta al settore misto che rappresenta l'offerta commerciale di tipo "grocery", nel quale convivono i beni alimentari e quelli extralimentari di uso più comune per le famiglie (si parla di "*generi di largo e generale consumo*").

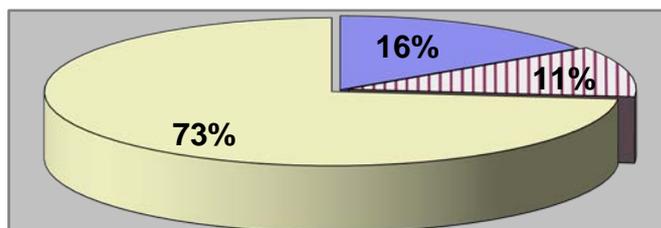
Rientrano in questo settore "misto" tutti gli ipermercati, supermercati e superette e attività commerciali di vicinato alimentare [<sup>5</sup>] presenti in Comune (infatti verificando sempre la Tabella 1 più sopra, si nota come la prevalenza della superficie di settore sia rivolta proprio a quello alimentare-Cfr. anche Grafico 1 e Grafico 2 a pagina 5), i quali rappresentano la principale fonte di approvvigionamento di beni quali alimentari in genere, frutta e verdura, carne/pesce, articoli per la pulizia della persona e della casa, e di prodotti di consumo non durevoli da parte del consumatore finale.-

[<sup>4</sup>] Nel numero complessivo degli esercizi sono compresi anche le attività "moderne" a Centro/Complesso commerciale dove, all'interno di uno stesso immobile o di immobili contigui, sono inserite più aziende di vendita. Da un punto di vista "formale/amministrativo" si parla di un'unica autorizzazione "madre" per Centro/Complesso, mentre in tabella viene riportato invece il numero (e le superfici di vendita) di tutte le autorizzazioni "figlie", corrispondenti alle singole aziende.

[<sup>5</sup>] Secondo la suddivisione del Ministero per lo Sviluppo Economico: per ipermercati si intendono tutti quegli esercizi commerciali a prevalente destinazione alimentare con superficie di vendita superiore a 3.500 mq., per supermercati quelli con superficie compresa tra 401 e 3.500 mq. e per superette quelli con superficie compresa tra 200 e 400 mq.-



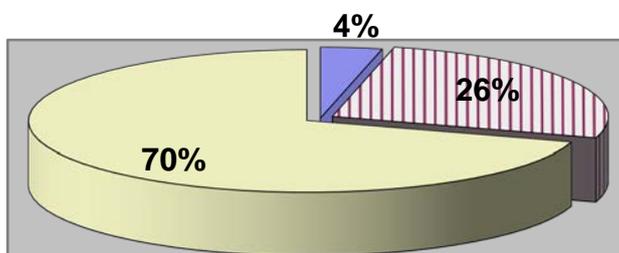
## NUMERO ESERCIZI COMMERCIALI



■ ALIMENTARI ■ MISTI ■ NON ALIMENTARI

Grafico 1 - Numero esercizi commerciali (valori percentuali)

## SUPERFICI DI VENDITA



■ ALIMENTARI ■ MISTI ■ NON ALIMENTARI

Grafico 2 - Superfici di vendita esercizi commerciali (valori percentuali)

Volendo ora raggruppare l'intero comparto commerciale di due soli settori (così come previsto dall'art.2, 1° comma, lett.c. e d., della Legge Regionale e nel relativo Regolamento di esecuzione [6]):

1. quello con prevalenza di superficie nel settore alimentare;
2. quello a prevalenza nel settore non alimentare;

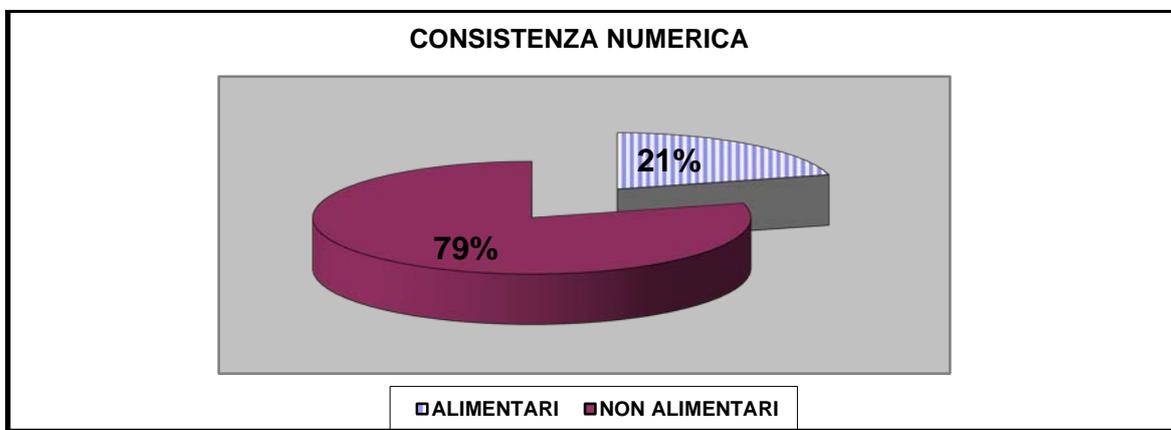
[6] Cfr. D.P.R. 23.03.2007, n.069/Pres.-



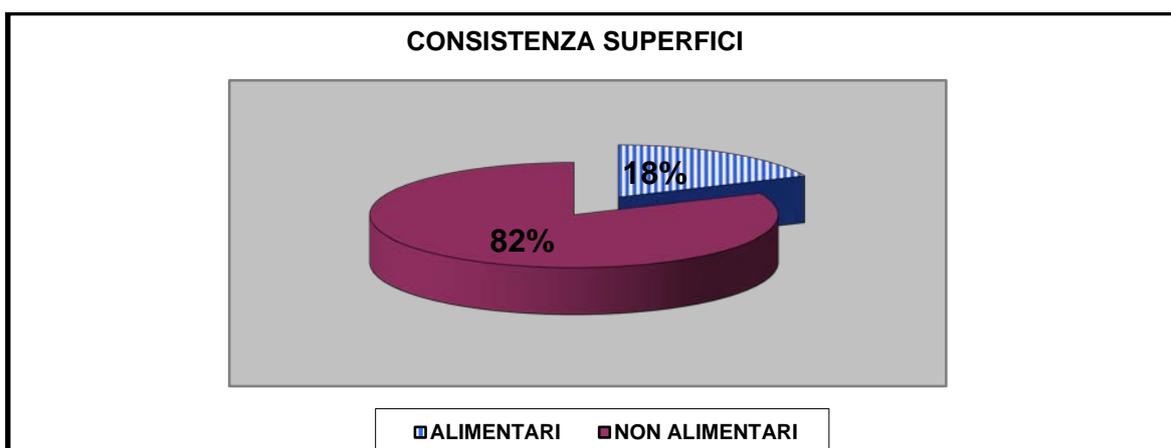
si otterrà la seguente suddivisione dei dati prima evidenziati [7] (Cfr. anche Tabella 2, Grafico 3 e Grafico 4 più sotto):

Settore prevalente	N.ro Esercizi	Sup.vend.totale
ALIMENTARE	188	28.175
NON ALIMENTARE	713	125.861
<b>TOTALE</b>	<b>901</b>	<b>154.036</b>

**Tabella 2 - Suddivisione esercizi per macrosettore**



**Grafico 3 - Numero esercizi commerciali per macrosettore (valori %)**



**Grafico 4 - Superfici commerciali per macrosettore (valori %)**

[7] Nel prosieguo dello studio si farà sempre riferimento alla suddivisione delle superfici tra il settore alimentare e non alimentare secondo il criterio delle prevalenze, come indicato in tabella.



## **2.2. LA SUA EVOLUZIONE NEL CORSO DEGLI ANNI**

Tali valori prima riscontrati per i due macrosettori merceologici risultano poi utili qualora si voglia esaminare l'evoluzione del comparto commerciale del Comune nel corso degli ultimi quarant'anni, dalla redazione cioè del primo Piano commerciale di settore (1977).

La prima considerazione di rilievo sta nell'evoluzione complessiva del settore: in quarant'anni infatti, se il numero degli esercizi commerciali è cresciuto "solo" del +18,8%, le superfici di vendita invece si sono quasi raddoppiate (+83,7%), soprattutto nel settore alimentare (+152,0% - Cfr. Tabella 3 e Grafico 5 a pagina 9). Nello stesso periodo, invece, gli abitanti a Pordenone sono diminuiti di -2,2% (erano 52.410 nel 1977, oggi sono 51.261), ma sono notevolmente aumentati quelli del resto della provincia (+ 23.0%), passando da 212.487 a 261.533 unità.

Se vogliamo, in queste cifre si sintetizza tutta la dinamica del settore che ha cercato di rispondere alle mutate esigenze di una domanda che pur preferendo abitare in "periferia", grazie alla mobilità veicolare ha comunque mantenuto un interesse forte nei confronti del centro emporiale "storico" della città di Pordenone. Da un lato, quindi, si è cercato di "periferizzare" la residenza, dall'altro di "concentrare/razionalizzare" le zone di acquisto.

E' anche interessante notare come il trend di crescita del settore commerciale si sia mantenuto fino ad oltre la metà degli anni 2000 (toccando quasi 1.100 unità di vendita e 155 mila m<sup>2</sup> di vendita, rispettivamente pari a +43,1% e +84,7% rispetto al 1977), mentre nell'ultimo decennio, complice la crisi generale che ha colpito l'Italia e il Friuli Venezia Giulia, si è manifestato un suo brusco stop che ha visto la rete contrarsi di ben 184 unità e 864 m<sup>2</sup> di superficie di vendita (pari rispettivamente a -16,9% nel numero di negozi e solo -0,56% nelle superfici tra il 2008 ed oggi). Tale disparità di risultato è dovuta da un lato alla progressiva uscita dal mercato delle attività di più piccola dimensione (191 attività sotto i 400 m<sup>2</sup> di vendita hanno chiuso, mentre "solo" 7 sopra i 400 m<sup>2</sup> hanno aperto negli ultimi 10 anni), dall'altro del massiccio sviluppo nelle superfici del settore della grande distribuzione (passata da 65.706 m<sup>2</sup> del 2008 a 86.970 m<sup>2</sup> del 2017, pari ad un +32,4%) che ha progressivamente eroso la quota di mercato per le aziende tradizionali.



Ulteriormente, andando più nel dettaglio tra i due settori merceologici in cui la Legge suddivide l'attività emporiale [8], sia nel lungo che nel breve periodo è il settore alimentare quello che vede ridursi maggiormente la propria consistenza (passando dai 224 esercizi del 1977 o dai 244 nel 2008 agli attuali 188 negozi, segno che la "crisi" ha colpito soprattutto le piccole aziende, più marginali, che non hanno saputo, o potuto, offrire al consumatore risposte "adeguate" alle richieste del consumatore moderno) [9], mentre quello extra-alimentare invece ha potuto contare, almeno nel lungo periodo su di un continuo sviluppo delle sue attività, passate dalle 534 unità del 1977 alle 841 del 2008, oggi però contratte a "sole" 713 unità.

Come già riferito a livello generale nel lungo periodo (1977-2017), l'evoluzione delle superfici di vendita manifesta invece una inversione di tendenza, con il settore alimentare che percentualmente rivela uno sviluppo ben superiore a quello extra-alimentare (+152,0% contro il 73,2%) (Cfr. Tabella 4 e Grafico 6 a pagina 10); fenomeno questo dovuto alle numerose aperture di nuove strutture a supermercato e ipermercato che hanno portato ad un innalzamento generalizzato delle superfici medie degli esercizi (Cfr. Tabella 5 e Grafico 7 a pagina 11); mentre il settore extra-alimentare, che già possedeva una buona dotazione media per esercizio, si è evoluto con una "velocità" più moderata (pur crescendo, in termini assoluti, di oltre 53 mila m<sup>2</sup> di superficie di vendita dal 1977).

Il risultato è che nel 1977 c'erano a disposizione 1,6 mq. di superficie commerciale per residente (0,2 mq. alimentari e 1,4 mq. extralimentari) e oggi ce ne sono ben 3,0 mq. (0,5 mq. alimentari e 2,5 mq. extralimentari): maggior numero di negozi ma anche spazi commerciali più ampi e funzionali per tutti.

Nel breve periodo (2008-2017) però, come già prima rilevato, complice la crisi economica che, se pur in maniera più limitata rispetto ad altri comuni dell'hinterland, ha colpito anche l'apparato distributivo di Pordenone, si è avuto un marcato rallentamento dello sviluppo delle superfici di vendita del settore merceologico alimentare (con un -8,2%), mentre quello extra-alimentare, ben più ampio in termini di

---

[8] Vedi precedente nota 5.

[9] Una situazione profondamente diversa da quella del 1977 quando la rete distributiva alimentare rappresentava ancora il 30% della complessiva armatura commerciale, mentre oggi tale quota si è ridotta a poco più del 20%



merceologie e che meglio si presta alla specializzazione di gamma, ha continuato a tenere ed a svilupparsi (+1,3%).

Tale fenomeno, comune a tutti i capoluoghi di Provincia della Regione, vede crescere in maniera molto limitata il settore alimentare, mentre quello extra-alimentare, ben più ampio in termini di merceologie e che meglio si presta alla specializzazione di gamma, rivela una vera e propria “esplosione” di nuove attività.

Settori merceologici	N.ro esercizi 1977	N.ro esercizi 1985	N.ro esercizi 1995	N.ro esercizi 2008	N.ro esercizi 2017	Differenze '77-'17
A-Alimentari	224	248	234	244	188	- 36
B-Non alimentari	534	759	843	841	713	+ 179
<b>Totale (A+B)</b>	<b>758</b>	<b>1.007</b>	<b>1.077</b>	<b>1.085</b>	<b>901</b>	<b>+ 143</b>

Tabella 3 - Evoluzione nel numero degli esercizi commerciali

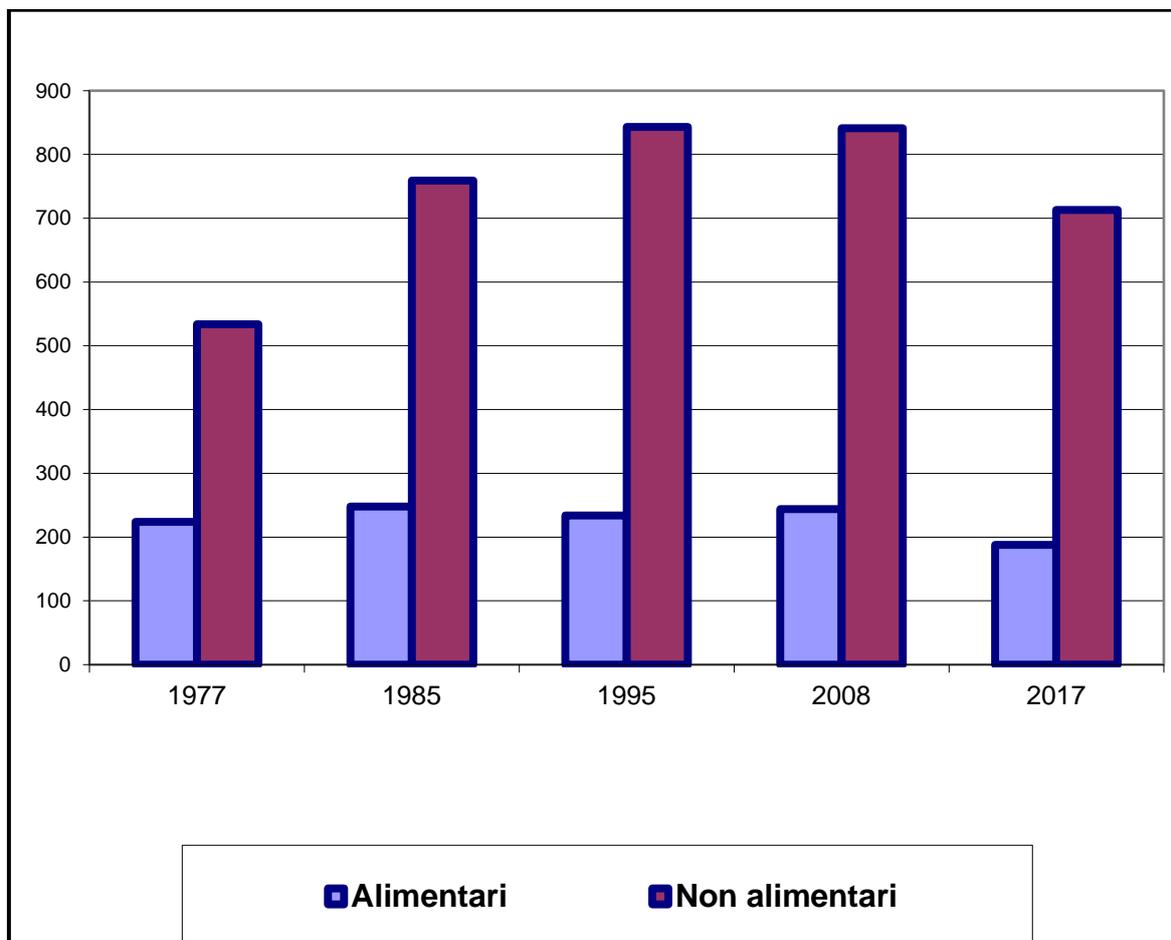
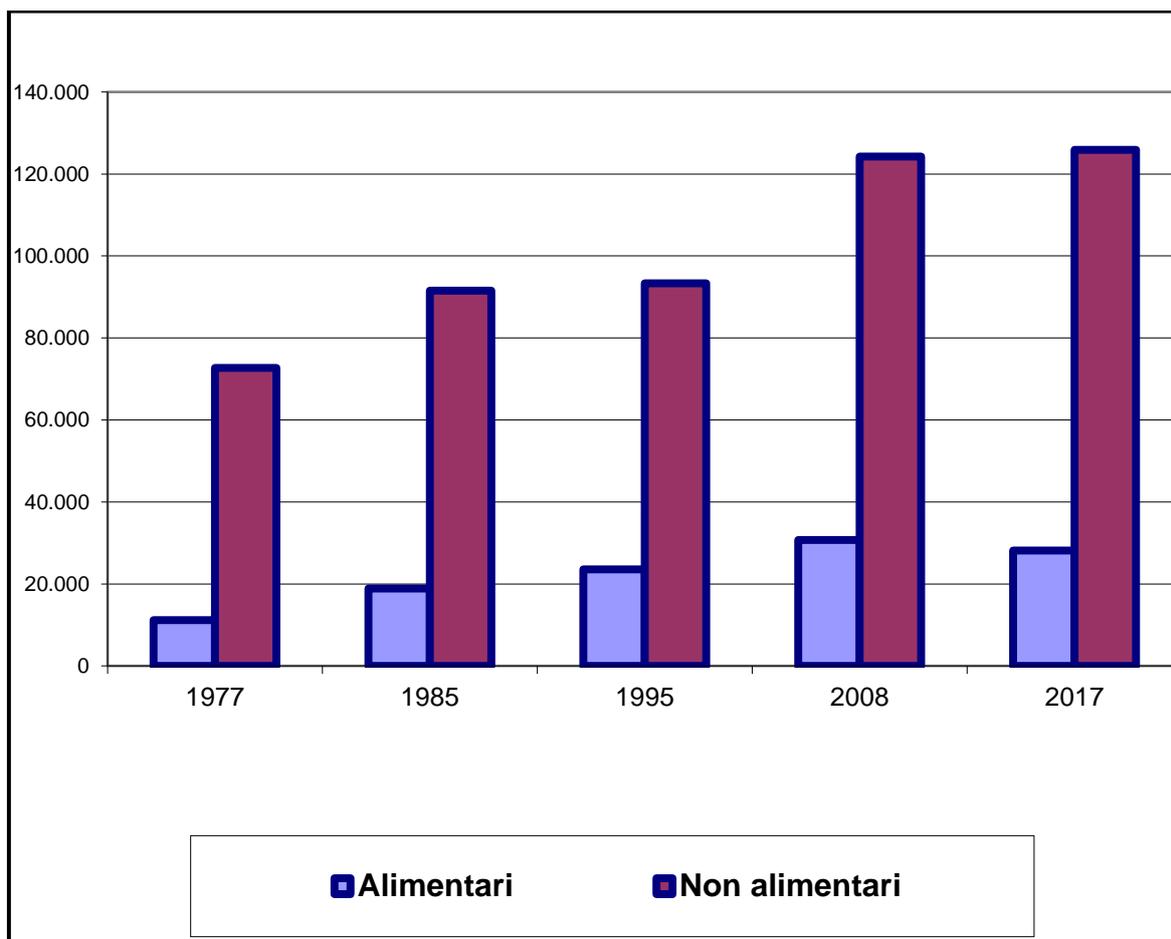


Grafico 5 - Evoluzione nel numero delle attività commerciali



Settori merceologici	Superfici 1977	Superfici 1985	Superfici 1995	Superfici 2008	Superfici 2017	Differenze '77-'17
A-Alimentari	11.179	18.877	23.517	30.689	28.715	<b>+ 16.996</b>
B-Non alimentari	72.657	91.505	93.355	124.211	125.861	<b>+ 53.204</b>
<b>Totale (A+B)</b>	<b>83.836</b>	<b>110.382</b>	<b>116.872</b>	<b>154.900</b>	<b>154.036</b>	<b>+ 70.200</b>

**Tabella 4 - Evoluzione delle superfici commerciali**



**Grafico 6 - Evoluzione delle aree di vendita (in mq)**



Settori merceologici	Mq. x Es. 1977	Mq. x Es. 1985	Mq. x Es. 1995	Mq. x Es. 2007	Mq. x Es. 2017	Differenze '77-'17
A-Alimentari	49,9	76,1	100,5	125,8	150,0	<b>+ 100,1</b>
B-Non alimentari	136,1	120,6	110,7	147,7	176,5	<b>+ 40,4</b>
<b>Totale (A+B)</b>	<b>110,6</b>	<b>109,6</b>	<b>108,5</b>	<b>142,8</b>	<b>170,9</b>	<b>+ 60,3</b>

Tabella 5 - Evoluzione delle superfici medie degli esercizi

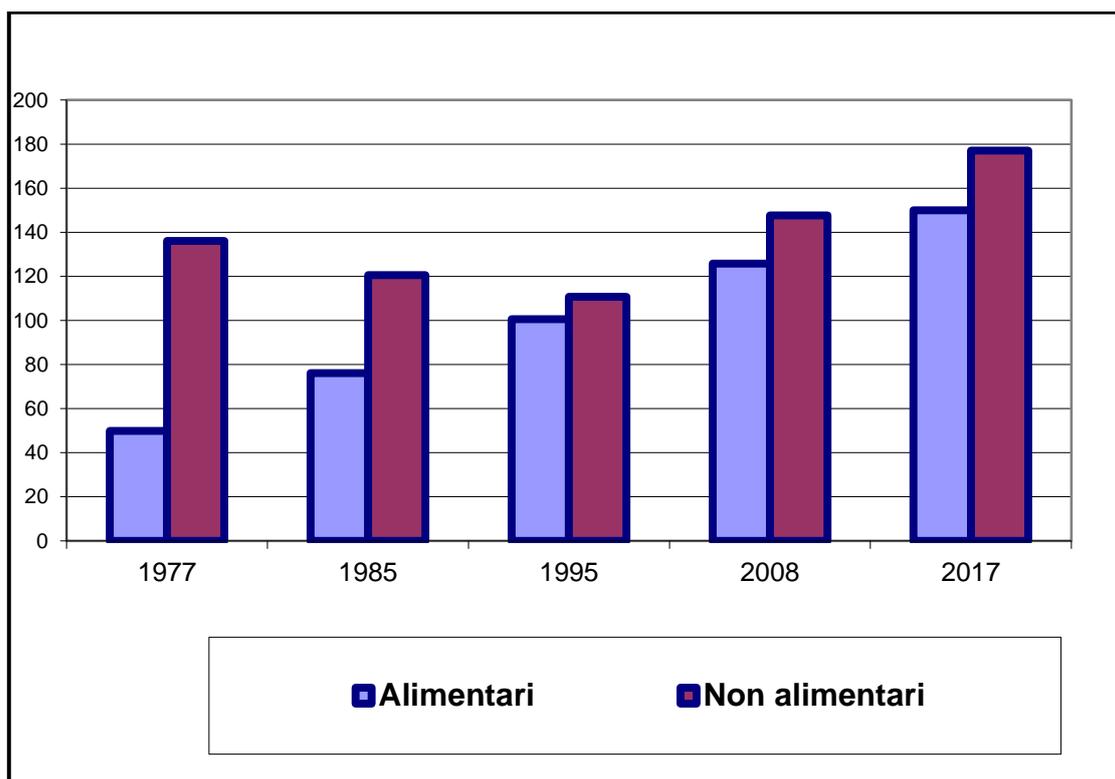


Grafico 7 – Evoluzione delle superfici medie degli esercizi di vendita

Per quanto attiene infine l'evoluzione della rete distributiva per classe dimensionale degli esercizi di vendita giova mettere in evidenza come il comparto degli



esercizi di dimensioni medio-grandi, superiori cioè a 400 mq. <sup>[10]</sup>, abbia avuto un notevole incremento (più nelle superfici di vendita che nel numero di attività) nell'ultimo ventennio, dopo l'entrata in vigore delle ll.rr. n.8/1999 e n.29/2005, che hanno dato risposte adeguate alle pressioni evolutive del settore manifestatesi con forza sin dai primi anni '90.

A livello di singolo settore macro-merceologico è interessante notare come (Cfr. anche Tabella 6 a pagina 14 e Grafico 8 a pagina 16):

- negli esercizi sotto i 400 mq.: il numero degli alimentari, dal 1977 ad oggi, dopo una forte crescita a cavallo degli anni '70 e '80, si è andato progressivamente a contrarre fino ad arrivare al dato odierno di "soli" 171 esercizi (-19,2% rispetto al 1977 e -29,6% rispetto al 1995, punto massimo di sviluppo nel numero di questa tipologia di esercizi); stesso andamento/evoluzione si può evidenziare anche nelle superfici di vendita degli esercizi alimentari, con un forte boom fino agli anni '80 (+7.515 m<sup>2</sup>), sostanziale tenuta fino al 2008 e forte caduta oggi delle aree nei piccoli negozi (-4.529 m<sup>2</sup> tra 2008 e 2017). Il settore di tutti gli altri generi invece nel lungo periodo ('77-'17), comunque, è riuscito a mantenere un segno positivo nell'incremento delle sue aziende (+35,7%, passando da 501 negozi a 680), pur dovendo anch'esso evidenziare una consistente caduta tra la situazione odierna e il punto massimo di suo sviluppo (nel 1995 erano 818 punti vendita, con una riduzione rispetto ad oggi del -16,9%); stesso andamento hanno avuto anche le superfici di vendita oggi comunque di molto superiori alla rete del 1977 (+18.822 m<sup>2</sup>), ma inferiori al massimo sviluppo targato 2008 (-17.599 m<sup>2</sup>, pari ad un valore percentuale del -23,2%).

Complessivamente quindi, al pari di quanto accaduto in quasi tutta la realtà commerciale italiana nell'ultimo decennio, la rete degli esercizi di piccole e medio-piccole dimensioni ha dovuto subire i maggiori

---

[<sup>10</sup>] Si ricorda che fino al 1999 le attività commerciali erano suddivise in tre classi dimensionali: il piccolo dettaglio (fino a 200 mq. di superficie di vendita) e il medio dettaglio (tra 201 e 400 mq.), di competenza comunale, e il grande dettaglio (superiore a 400 mq.), di gestione regionale (tramite il rilascio di appositi nulla-osta regionali, salvo i supermercati "di quartiere", fino ad 800 mq., che per Pordenone erano lasciati anch'essi alla gestione del Comune).



contraccolpi negativi della crisi generalizzata dei consumi (derivata dalla più generale crisi economica globale che ha investito l'economia mondiale), soprattutto nel settore alimentare dove la concorrenza della grande distribuzione non è stata adeguatamente controbilanciata dal crescere, per trasformazione delle attività tradizionali, di nuove attività di tipo specializzato (cosa che invece ha contribuito ad attutire la crisi nel settore non alimentare).

- negli esercizi sopra i 400 mq.: si riscontra invece un fenomeno inverso per il settore alimentare del grande dettaglio che, nel lungo periodo, registra un +240% per quanto riguarda la presenza di super/ipermercati in Comune, con un +403% delle superfici, e con un trend in crescita continua tra i vari censimenti, sia per quanto riguarda i numero dei negozi che le superfici di vendita, segno questo che, nonostante la crisi, la grande distribuzione ha saputo occupare tutti gli spazi lasciati dalla contrazione nel settore del piccolo-medio, non facendo così mancare l'offerta al consumatore pordenonese e non (e il Centro Commerciale "Meduna" ne è stato l'esempio più eclatante). Il settore non alimentare invece evidenzia una parità di offerta tra oggi e il 1977 (sono/erano 33 esercizi superiori a 400 m<sup>2</sup>), mentre le superfici si sono più che raddoppiate (+103,6%). Lo "sblocco" di numerose aree lungo le principali direttrici di traffico del Comune (V.le Aquileia e V.le Venezia, soprattutto) hanno permesso l'apertura di grandi esercizi di tipo land-extensive (vedi autoconcessionarie, vendite mobili/arredamenti o materiali edilizia o carburanti), con ampie superfici espositive messe a disposizione dell'utenza. Questo fatto, unito alla introduzione di negozi di tipo specializzato su grandi dimensioni ha permesso alla rete extra-alimentare di poter controbattere alle minacce portate dallo sviluppo di altre reti distributive in Comuni limitrofi (Fiume Veneto in primis).



**Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi**

Sett.Merceologico	1977		1985		1995		2008		2017	
	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.
Alimentari inferiori 400 mq. (A)	219	7.963	243	15.478	222	11.631	229	13.301	171	8.772
Non Alimentari inferiori 400 mq. (B)	501	39.472	730	58.530	818	69.296	813	75.893	680	58.294
<b>Tot. Esercizi sotto 400 mq.</b>	<b>720</b>	<b>47.435</b>	<b>973</b>	<b>74.008</b>	<b>1.040</b>	<b>80.927</b>	<b>1.042</b>	<b>89.194</b>	<b>851</b>	<b>67.066</b>
Alimentari superiori 400 mq. (C)	5	3.216	5	3.399	12	11.886	15	17.388	17	19.403
Non Alimentari superiori 400 mq. (D)	33	33.185	29	32.975	25	24.059	28	48.318	33	67.567
<b>Tot. Esercizi sopra 400 mq.</b>	<b>38</b>	<b>36.401</b>	<b>34</b>	<b>36.374</b>	<b>37</b>	<b>35.945</b>	<b>43</b>	<b>65.706</b>	<b>50</b>	<b>86.970</b>
<b>Totale Alimentari (E=A+C)</b>	<b>224</b>	<b>11.179</b>	<b>248</b>	<b>18.877</b>	<b>234</b>	<b>23.517</b>	<b>244</b>	<b>30.689</b>	<b>188</b>	<b>28.175</b>
<b>Totale Non Alimentari (F=B+D)</b>	<b>534</b>	<b>72.657</b>	<b>759</b>	<b>91.505</b>	<b>843</b>	<b>93.355</b>	<b>841</b>	<b>124.211</b>	<b>713</b>	<b>125.861</b>
<b>Totale Comune (E+F)</b>	<b>758</b>	<b>83.836</b>	<b>1.007</b>	<b>110.382</b>	<b>1.077</b>	<b>116.872</b>	<b>1.085</b>	<b>154.900</b>	<b>901</b>	<b>154.036</b>

Tabella 6 – Evoluzione rete per classe dimensionale degli esercizi-Dati per singolo censimento



**Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi**

Sett. Merceologico	Differenze 2008-2017		Differenze 1995-2017		Differenze 1985-2017		Differenze 1977-2017	
	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.	N.ro	Mq.
Alimentari inferiori 400 mq. (A)	-58	-4.529	-51	-2.859	-72	-6.706	-48	+809
Non Alimentari inferiori 400 mq. (B)	-133	-17.599	-138	-11.002	-50	-236	+179	+18.822
<b>Tot. Esercizi sotto 400 mq.</b>	<b>-191</b>	<b>-22.128</b>	<b>-189</b>	<b>-13.861</b>	<b>-122</b>	<b>-6.942</b>	<b>+131</b>	<b>+19.631</b>
Alimentari superiori 400 mq. (C)	+2	+2.015	5	+7.517	+12	+16.004	+12	+16.187
Non Alimentari superiori 400 mq. (D)	+5	+19.249	8	+43.508	+4	+34.592	==	+34.382
<b>Tot. Esercizi sopra 400 mq.</b>	<b>+7</b>	<b>+21.264</b>	<b>13</b>	<b>+51.025</b>	<b>+16</b>	<b>+50.596</b>	<b>+12</b>	<b>+50.569</b>
<b>Totale Alimentari (E=A+C)</b>	<b>-56</b>	<b>-2.514</b>	<b>-46</b>	<b>+4.658</b>	<b>-60</b>	<b>+9.298</b>	<b>-36</b>	<b>+16.996</b>
<b>Totale Non Alimentari (F=B+D)</b>	<b>-128</b>	<b>+1.650</b>	<b>-130</b>	<b>+32.506</b>	<b>-46</b>	<b>+34.356</b>	<b>+179</b>	<b>+53.204</b>
<b>Totale Comune (E+F)</b>	<b>-184</b>	<b>- 864</b>	<b>-176</b>	<b>+37.164</b>	<b>-106</b>	<b>+43.654</b>	<b>+143</b>	<b>+70.200</b>

**Tabella 7 - Evoluzione rete per classe dimensionale degli esercizi-Differenze tra la situazione attuale ed i vari censimenti precedenti.**



## EVOLUZIONE NUMERO

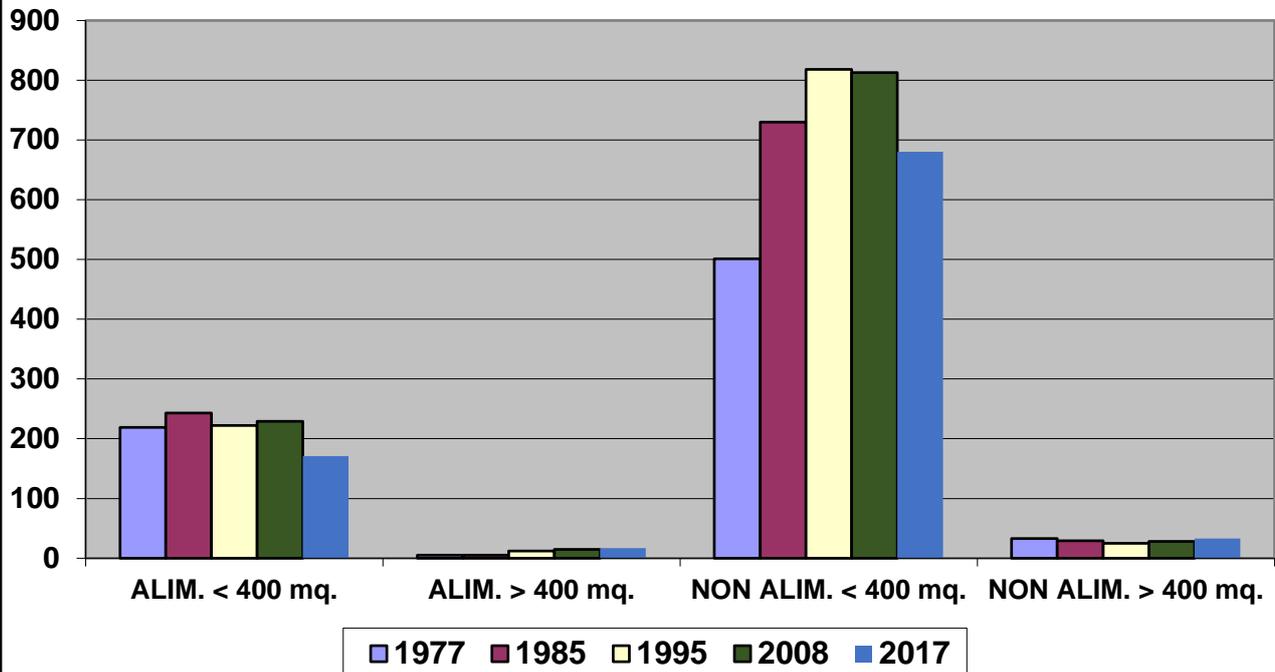
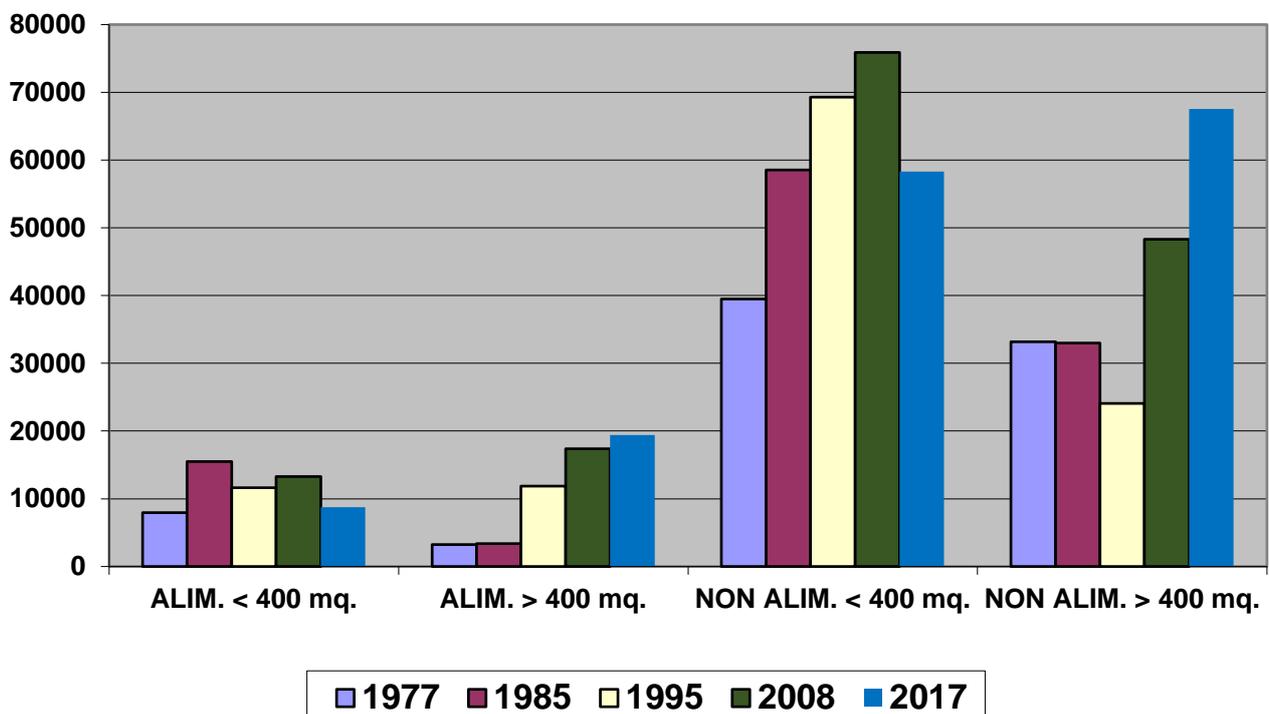


Grafico 8 – Evoluzione della rete per classe dimensionale (numero e superfici)

## EVOLUZIONE SUPERFICI





### 2.3. LA RETE DEL GRANDE DETTAGLIO

**NOTA → Il presente capitolo 2.3, inerente la rete distributiva di Grande Dettaglio del Comune di Pordenone, viene ad essere completamente modificato/riscritto, rispetto a quanto precedentemente consegnato (settembre 2017), sulla base dell'aggiornamento al 31.03.2018 dei dati di consistenza dei negozi (la precedente stesura era infatti riferita alla rete autorizzata al 30.06.2017).**

Ai fini della presente relazione riveste particolare importanza evidenziare l'attuale struttura degli esercizi di grande dettaglio, strutturati in azienda singola/isolata oppure in forma aggregata (a Centro o Complesso Commerciale). Dall'esame dei dati raccolti presso gli Uffici comunali risultano essere oggi autorizzati dal Comune di Pordenone le seguenti attività commerciali "singole" con superficie di vendita superiore a 1.500 m<sup>2</sup>..:

Azienda	Indirizzo	Superfici vendita		TOTALE
		Alimentari	Non Alim.	
<b>SMART SPA</b>	Viale Venezia, 79	<b>0</b>	<b>3.893</b>	<b>3.893</b>
<b>SMK VISOTTO</b>	Via Dogana, 71	<b>1.000</b>	<b>2.000</b>	<b>3.000</b>
<b>SPORTLER SPA</b>	Viale Aquileia, 7	<b>10</b>	<b>3.190</b>	<b>3.200</b>
<b>SMK CADORO</b>	Viale d'Aviano, 6	<b>1.350</b>	<b>1.148</b>	<b>2.498</b>
<b>SMK EUROSPAR</b>	Via B.Marcello, 7	<b>1.800</b>	<b>700</b>	<b>2.500</b>
<b>PAM PANORAMA S.P.A.</b>	Viale M. Grigoletti, 72 F	<b>1.652</b>	<b>530</b>	<b>2.182</b>
<b>CENTERCASA S.P.A.</b>	Via Stringher, 8	<b>0</b>	<b>1.825</b>	<b>1.825</b>
<b>OVS SPA</b>	Cso Vit.Emanuele II, 19	<b>0</b>	<b>1.621</b>	<b>1.621</b>
<b>SME SPA</b>	Via Musile 20	<b>0</b>	<b>14.750</b>	<b>14.750</b>
<b>Superfici complessive</b>		<b>5.812</b>	<b>29.657</b>	<b>35.469</b>

A queste strutture singole si debbono poi aggiungere le strutture organizzate in forma aggregata che, per la normativa vigente, indipendentemente dalle tipologie dei singoli esercizi le compongono, costituiscono un insieme commerciale unitario. Più specificatamente si sta facendo riferimento al Centro Commerciale "Meduna" (di Via



**Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi**

Musile) e a quattro Complessi Commerciali: "Pittarello" (in Via Prà), "Saled" (in Viale Venezia), "Volt dei Querini" (in Via Volt dei Querini) e "Sintesi" (in Via Prasecco), la cui scheda sintetica così può venir riassunta:

DENOMINAZIONE	Classe dimensionale esercizi	Superfici vendita		TOTALE
		Alimentari	Non Alimentari	
<b>COMPLESSO COMMERCIALE PITTARELLO</b> Via Prà 19	Grande Dettaglio	0	2.936	2.936
	Medio Dettaglio	0	0	0
	Vicinato	0	0	0
<b>Superfici complessive per settore</b>		<b>0</b>	<b>2.936</b>	<b>2.936</b>
<b>N.ro Negozi per attività prevalente</b>		<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

DENOMINAZIONE	Classe dimensionale esercizi	Superfici vendita		TOTALE
		Alimentari	Non Alimentari	
<b>CENTRO COMMERCIALE MEDUNA</b> Via Musile 9	Grande Dettaglio	2.869	3.131	6.000
	Medio Dettaglio	0	286	286
	Vicinato	127	1.529	1.656
<b>Superfici complessive per settore</b>		<b>2.996</b>	<b>4.946</b>	<b>7.942</b>
<b>N.ro Negozi per attività prevalente</b>		<b>2</b>	<b>20</b>	<b>22</b>

DENOMINAZIONE	Classe dimensionale esercizi	Superfici vendita		TOTALE
		Alimentari	Non Alimentari	
<b>COMPLESSO COMMERCIALE SALED</b> Viale Venezia 83	Grande Dettaglio	0	4.180	4.180
	Medio Dettaglio	0	0	0
	Vicinato	0	0	0
<b>Superfici complessive</b>		<b>0</b>	<b>4.180</b>	<b>4.180</b>
<b>N.ro Negozi per attività prevalente</b>		<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>



*Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi*

DENOMINAZIONE	Classe dimensionale esercizi	Superfici vendita		TOTALE
		Alimentari	Non Alimentari	
<b>COMPLESSO COMMERCIALE VOLT d.QUERINI</b> Via Volt dei Querini	Grande Dettaglio	1.280	720	2.000
	Medio Dettaglio	0	1.285	1.285
	Vicinato	0	0	0
<b>Superfici complessive</b>		<b>1.280</b>	<b>2.005</b>	<b>3.285</b>
<b>N.ro Negozi per attività prevalente</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

DENOMINAZIONE	Classe dimensionale esercizi	Superfici vendita		TOTALE
		Alimentari	Non Alimentari	
<b>COMPLESSO COMMERCIALE SINTESI</b> Via Prasecco 56	Grande Dettaglio	0	1.535	1.535
	Medio Dettaglio	0	0	0
	Vicinato	0	0	0
<b>Superfici complessive</b>		<b>0</b>	<b>1.535</b>	<b>1.535</b>
<b>N.ro Negozi per attività prevalente</b>		<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Volendo ora riassumere la consistenza complessiva delle superfici di vendita della rete di grande distribuzione presente nel Comune, questa così può venir sintetizzata:

Tipologia esercizio	Settore Merceologico Prevalente Neg.	M <sup>2</sup> per sett.merceologico		Totale
		Alimentare	Non Alimen.	
<b>In attività singole</b>	Alimentare	4.802	2.378	7.180
	Non Alimentare	1.010	27.229	28.289
	<b>Totale Gen.</b>	<b>5.812</b>	<b>29.657</b>	<b>35.469</b>



Tipologia esercizio	Settore Merceologico prevalente	M <sup>2</sup> per sett.merceologico		Totale
		Alimentare	Non Alimentare	
In Centri e Complessi Commerciali	Alimentare	4.149	3.851	8.000
	Non Alimentare	127	11.751	11.878
	<b>Totale Gen.</b>	<b>4.276</b>	<b>15.602</b>	<b>19.878</b>
<b>TOTALE GENERALE G.D.</b>		<b>10.088</b>	<b>45.259</b>	<b>55.347</b>
<b>Peso percentuale della G.D. sul totale del commercio pordenonese</b>		<b>37,2%</b>	<b>35,6%</b>	<b>35,9%</b>

Per quanto attiene poi la distribuzione spaziale della rete di G.D. all'interno del territorio comunale (Cfr. anche in allegato "Cartina A") si può facilmente notare come, in aderenza a quelle che sono state le scelte urbanistiche attuate nel corso degli ultimi 20 anni, la maggior parte di essa si sia andata a collocare lungo i principali assi di traffico esterni al centro della città (con V.le Aquileia-Viale Venezia a farla da padrone), dove più semplice e meno "costoso" era ritrovare aree ed immobili adatti alla loro collocazione, penalizzando in ciò le aree più centrali del comune. Infatti se andiamo a suddividere il territorio in due macro-zone commerciali <sup>[11]</sup> (Cfr. sempre "Cartina A"):

- una centrale o "lpercentro" (corrispondente all'area interna al "Ring"), il cuore del commercio pordenonese dove, fino a bel oltre la metà degli '80, storicamente erano collocate quasi tutte le aziende emporiali con le maggiori superfici di vendita del Comune;

[11] Si è così voluta superare la precedente suddivisione del Comune in sei zone commerciali (Rorai-Cappuccini, Nord, Centro Storico, Torre, Borgomeduna e Sud) in quanto oggi, con la sostanziale caduta dei "contingenti" di piano per gli esercizi fino a 1.500 m<sup>2</sup> di superficie di vendita (con loro "liberalizzazione") e l'impossibilità (se non per motivi urbanistici) di limitare gli spostamenti delle aziende superiori a 1.500 m<sup>2</sup>, cade l'esigenza di pensare allo sviluppo per singole "limitate" zone di territorio dove garantire/assicurare la presenza, soprattutto per il settore alimentare, di un minimo di servizio "di base".



**Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi**

- una periferica, rappresentata da tutto il resto del territorio, per lo più residenziale e/o industriale/agricola, al cui interno sono collocate le più importanti arterie di traffico attraversanti il territorio Comunale, la funzione commerciale delle quali si è andata via via, nel corso degli ultimi anni, sviluppando, tanto che oggi solo una attività di G.D. non è ubicata al suo interno [12];

si ottengono i seguenti valori di presenza [13] (Cfr. Tabella 8 e Tabella 9 più sotto, nonché Grafico 9 e Grafico 10 a pagina 22):

Macro zone commerciali	Prevalenza settore Alimentare		Prevalenza settore Non Alimentare		Popolaz. Residente
	N.ro	M <sup>2</sup>	N.ro	M <sup>2</sup>	
1- Ipercentro	0	0	1	1.621	<b>4.807</b>
2 – Resto Territ.	6	21.407	7	32.319	<b>46.454</b>
<b>Totale</b>	<b>6</b>	<b>21.407</b>	<b>8</b>	<b>33.940</b>	<b>51.261</b>

**Tabella 8 - Suddivisione G.D. per macro-zona commerciale**

Macro zone commerciali	Prevalenza settore Alimentare		Prevalenza settore Non Alimentare		Popolaz. Residente
	N.ro	M <sup>2</sup>	N.ro	M <sup>2</sup>	
1- Ipercentro	==	==	12,5%	4,8%	9,4%
<b>2 – Resto Territ.</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>87,5%</b>	<b>95,2%</b>	<b>90,6%</b>
<i>Totale</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>

**Tabella 9 - Suddivisione G.D. - Rapporti percentuali**

[12] I principali assi stradali/commerciali (inseriti in zona 2) sono:

- l'asse della Pontebbana SS-13 (Viale Venezia-Viale Aquileia)
- l'asse della ex-Pontebbana (Via Udine - Viale Martelli - Viale Dante - Viale Grigoletti)
- l'asse Nord sulla SR-251/S.P.7 (Via Montereale – Via Roveredo)
- l'asse Sud-Est sulla S.R.251 (Via Nuova di Corva)
- l'asse Sud-Ovest sulla S.P.35 (Viale Treviso)

[13] Nel caso dei Centri/Complessi commerciali la prevalenza delle superfici è stata attribuita sulla base delle superfici attribuite all'esercizio di più grandi dimensioni.

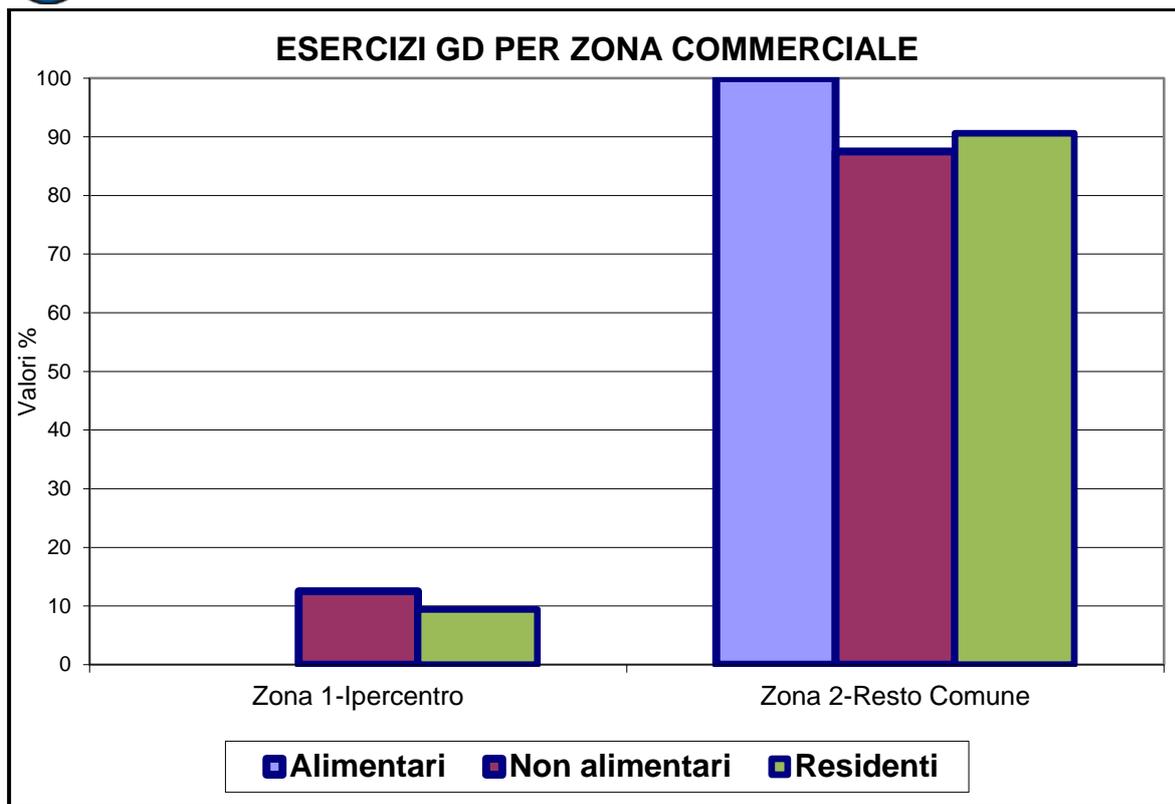


Grafico 9 - Rapporti tra numero esercizi GD e macro-zone commerciali

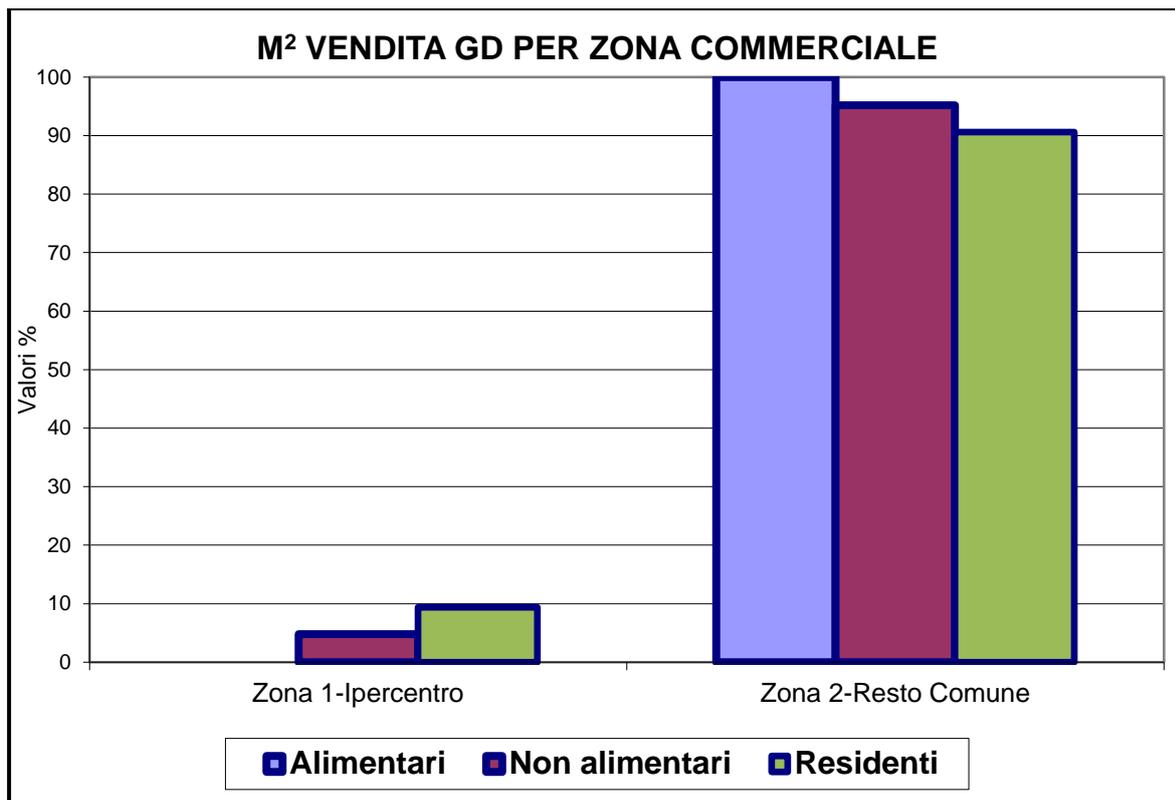


Grafico 10 - Rapporti tra superfici vendita (m<sup>2</sup>) e macro-zone commerciali



Dai numeri e dai grafici riportati appare abbastanza chiaro come l'area più centrale/storica non abbia saputo (o potuto) in questi anni svilupparsi alla stessa velocità di quanto avvenuto nelle zone più esterne (anzi, da questo punto, rispetto ai precedenti dati di Piano del 2009, con la chiusura dell'attività di G.D. della ditta Boranga la sua presenza, come già ricordato, si "ridotta" ad una sola attività, per giunta di poco più di 1.600 m<sup>2</sup>), con progressiva perdita di "appeal" nei confronti del consumatore locale, il quale però (sia per il suo alto gradi di "motorizzazione" sia per la presenza di un capillare servizio di trasporti urbani) non ha avuto grosse difficoltà a ritrovare nelle più strette vicinanze alla sua residenza adeguate coperture al servizio, soprattutto per quello di prima necessità (vedi in allegato "Cartina B", con raggi di copertura del servizio delle varie attività di G.D. che pongono in vendita prodotti alimentari e di prima necessità, raggio che varia in dipendenza della "grandezza" dimensionale dell'attività di vendita) [14].

Solo le porzioni più estreme del territorio comunale a nord (nell'area della Comina, verso Roveredo in Piano) e a sud (nell'area di Vallenoncello) non vengono coperte da un adeguato servizio di prossimità (di G.D.), ma si tratta di un problema non particolarmente sentito visto che trattasi prevalentemente di zone agricole, industriali o residuali, comunque situate a ridosso delle grandi concentrazioni commerciali che, entro 5' auto, garantiscono il ritrovamento di tutta la gamma del servizio.

## **2.4. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE SULLA RETE DI G.D.**

Complessivamente e sinteticamente possiamo affermare che, nonostante la crisi, di cui solo ora se ne intravede l'uscita, e la minaccia portata dall'offerta concorrenziale sorta nel limitrofo comune di Fiume Veneto [15], la rete commerciale di

---

[14] Per esercizi con superficie di vendita fino a 2.000 m<sup>2</sup> il raggio di copertura viene calcolato in 1 km., per quelli fino a 3.000 m<sup>2</sup> in 1,5 km, per quelli superiori a 3.000 m<sup>2</sup> in 2 km.

[15] Con il consolidamento del polo commerciale di "Pian di Pan" (sino ad oltre 40 mila m<sup>2</sup> di vendita concentrati in nemmeno un km sulla SS13, a poca distanza dal Centro Commerciale "Meduna" e dal Complesso "SME-Pittarello") il Comune di Fiume Veneto rappresenta, di fatto, l'unico vero



*Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi*

Pordenone nella sua globalità ha saputo reagire a tale situazione “congiunturale” e, seppur con una riduzione nel numero assoluto degli esercizi, ha sostanzialmente confermato la propria consistenza in termini di superfici messe a disposizione della clientela.

Tale risultato “di tenuta”, come già riportato, è da ascrivere tutto alla rete dei negozi di medio/grande dettaglio che, in coerenza con le previsioni di sviluppo a suo tempo introdotte sia dal Piano di Settore (commerciale) che dal Piano Regolatore (urbanistico), ha saputo coprire le perdite evidenziate nel comparto del piccolo dettaglio [16] il quale, sia in periferia che nelle zone più centrali/storiche, ha visto ridurre, soprattutto nel numero, la sua presenza, con danno chiaramente superiore per le aree più centrali che da sempre avevano caratterizzato l’offerta emporiale di Pordenone (in primis le zone dei due corsi: Vittorio Emanuele ed Garibaldi). Verso il recupero a funzioni terziarie commerciali di quest’area (l’Ipercentro) si dovrà quindi concentrare l’attenzione del programmatore, ben sapendo però che la sua strutturazione edilizia e la classificazione urbanistica del suo territorio, non contribuiscono a favorire l’insediamento di grandissime strutture di vendita (es. superiori a 5.000 m<sup>2</sup>) ad alta capacità attrattiva.

---

“contender” di rilievo nella Provincia alla leadership commerciale di Pordenone. Rispetto alla precedente analisi di Piano (del 2009) sono completamente usciti di scena, o fortemente ridotti nel loro ruolo “attrattivo”, i poli di Fontanafredda (mai attivato secondo le previsioni del Piano Regionale della grande distribuzione) e Roveredo in Piano (fortemente depotenziato dopo la chiusura dell’area Semeraro), mentre Sacile, Maniago, Spilimbergo e San Vito al Tagliamento si limitano a difendere una posizione emporiale limitata al servizio dei soli comuni limitrofi.

[16] Inteso come esercizi commerciali con superficie di vendita anche fino a 400 m<sup>2</sup>, limite dimensionale che fino al 1999 rappresentava il confine delle competenze del comune (oltre infatti bisognava richiedere apposito nulla-osta regionale).



## 2.5. VERIFICA DELLO STATO DI ATTUAZIONE DELLE PREVISIONI DI SVILUPPO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE CONTENUTE SIA NEL VIGENTE PIANO DI SETTORE CHE NEL PIANO REGOLATORE GENERALE

Il Comune di Pordenone, attraverso il proprio Piano di Settore della Grande Distribuzione, ha da tempo regolamentato la apertura e il posizionamento delle attività commerciali di G.D. [17] e i dati esplicitati nei paragrafi precedenti ne sono il risultato.

Ad oggi risultano però ancora “inattuate” (o “solo parzialmente attuate” come nel caso dell’area del “Centro Commerciale Meduna”) o “da poco revocate” (come l’area dell’ex Mercatone Uno) le seguenti previsioni di Piano (Cfr. allegato “Cartina C”):

Ubicaz.	Denominazione	Superfici vendita GD ancora concedibili per settore		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
A	Via Nuova di Corva, lungo la SS-251	==	3.000	3.000
B	Area PRPC Vuga (PAC 34-71), lungo la SS13	==	1.501	1.501
C	Parco Commerciale Meduna [18]	0	16.174	16.174
D	Zona Autoconcessionarie	==	5.000	5.000
E	Area Paradiso angolo Via Montereale – Via Roveredo	2.288	7.060	9.348
F	Centro Commerciale Amman	2.000	6.000	8.000
G	Olinda Center (ex Mercatone Uno) – Via Segaluzza	0	6.500	6.500
<b>TOTALE</b>		<b>4.288</b>	<b>45.235</b>	<b>49.523</b>

**Tabella 10 - Disponibilità massima superfici vendita della GD ancora concedibili previste sulla base del vigente Piano di Settore**

[17] Si ricorda che il vigente Piano di Settore della Grande Distribuzione (di cui alla L.R.29/2005 e del Suo Regolamento di esecuzione - D.P.Reg. 23.03.2007, n.069/Pres.) è stato approvato dal Comune nel 2008 e successivamente integrato con varianti “ad hoc” nel 2010 e 2011 e che, in Regione Friuli Venezia Giulia, abbisogni di specifica autorizzazione solo l’apertura di attività con superficie di vendita superiore a 400 m<sup>2</sup>, sotto tale soglia vige la completa liberalizzazione attuata mediante la presentazione di apposite S.C.I.A. emporiali (per apertura, ampliamento delle superfici di vendita, ecc.). Le autorizzazioni poi per esercizi con superficie di vendita compresa tra 400 m<sup>2</sup> e 1.500 m<sup>2</sup> sono sempre rilasciate previa semplice verifica di congruità urbanistica, mentre “solo” per quelle superiori a 1.500 m<sup>2</sup> serve anche l’accertamento della presenza di una compatibilità commerciale, verificata attraverso la conformità delle aperture richieste alle previsioni del citato Piano di Settore della Grande Distribuzione.

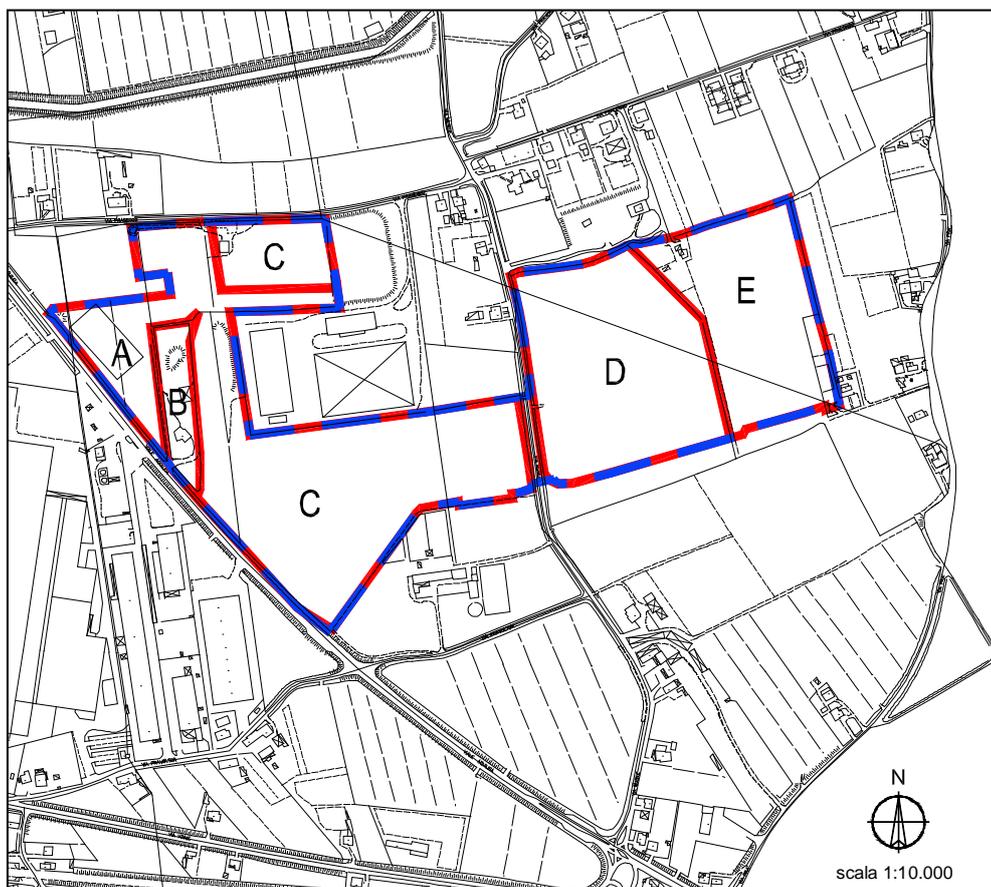
[18] Poiché trattasi di un unico Piano Particolareggiato, per giunta in parte attuato, le superfici di vendita previste (Cfr. successiva Tabella 11 e Cartina 1 a pagina 26) sono state suddivise a livello di singoli comparti.



Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi

Comparto	Superfici vendita già concesse			<b>Superfici vendita ancora concedibili</b>		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari	Non Alimentari	Totale
A-Sintesi	==	3.305	3.305	==	<b>3.895</b>	<b>3.895</b>
B	==	==	==	==	<b>1.479</b>	<b>1.479</b>
C-Coop	3.000	5.200	8.200	==	<b>10.800</b>	<b>10.800</b>
D-SME	==	14.750	14.750	==	==	==
E-Pittarello	==	6.000	6.000	==	==	==
	<b>3.000</b>	<b>29.255</b>	<b>32.255</b>	<b>==</b>	<b>16.174</b>	<b>16.174</b>

Tabella 11 - Superfici GD concesse e ancora rilasciabili per il Parco Commerciale "Meduna"



Cartina 1 – Comparti presenti all'interno del Parco Commerciale Meduna



A queste previsioni “puntuali” poi se ne deve aggiungere anche un'altra, anche questa inattuata, che dà la possibilità, all'interno dell'area del Centro Storico (o Ipercentro – Cfr. sempre in allegato “Cartina C”) di poter collocare ben 6.000 m<sup>2</sup> di superficie di vendita destinati al Grande Dettaglio (di cui 1.000 m<sup>2</sup> per il settore alimentare).

Da tutti i dati sopraesposti si evince come, nelle sole aree extra-centro storico del Comune, risultino ancor oggi quindi disponibili, per aperture di esercizi di G.D., quasi 50 mila m<sup>2</sup> di superficie di vendita.

Tale previsione complessiva circa lo sviluppo del settore commerciale di G.D., contenuta nello specifico Piano di Settore, deve venir però anche calibrata sulla base delle scelte/modifiche operate con l'approvazione del “nuovo” Piano Regolatore Generale (urbanistico) [19].

Si ha infatti che ben due delle aree indicate nella precedente Tabella 10 (mediante la definizione di appositi Piani Attuativi Comunali o PAC, nei quali non è più prevista la possibilità di insediamento di attività con superficie di vendita superiore a 1.500 m<sup>2</sup>) sono state o cancellate o fortemente depotenziate da un punto di vista di sviluppo emporiale di esercizi della G.D.-

- totale cancellazione dell'apertura del Centro Commerciale Amman (PAC-15), con nuova destinazione d'uso dell'area per “Attività per lo sport e il tempo libero”;
- riduzione della superficie di vendita massima ammissibile a 1.500 m<sup>2</sup> (quindi per il solo medio dettaglio) per l'area Paradiso di Via Montereale/Via Roveredo (PAC-81), con possibilità di eventuale recupero/riallocazione parziale di 3.000 m<sup>2</sup> di vendita in un'altra area (ex industriale) del Comune: l'area dell'ex Cotonificio di Torre (PAC-37) (Cfr sempre in allegato “Cartina C” localizzazione G). [20]

---

[19] Approvato recentemente con D.C.C. n. 15 del 22.3.2016 e, con la pubblicazione della stessa sul BUR n. 30 del 27 luglio 2016 è stato dato l'avviso che, con il decreto del Presidente della Regione, n. 0143/Pres. del 12 luglio 2016, è stata confermata l'esecutività della deliberazione consiliare n. 15 del 22 marzo 2016 disponendo l'introduzione, nel piano stesso, delle modifiche indispensabili al pieno e corretto superamento delle riserve.

[20] Previsione commerciale chiaramente non presente nel vigente Piano di Settore della G.D. ma in linea con le indicazioni proposte dalla L.R. 21/2015 (“Disposizioni in materia di varianti urbanistiche di livello comunale e contenimento del consumo di suolo”), circa l'obbligo del contenimento nell'uso



Con la perdita di queste due aree le previsioni testé esposte vengono ad essere decurtate di oltre 17 mila m<sup>2</sup> di superficie di vendita (solo in piccola parte recuperabili, se si dà corso alla citata previsione urbanistica di 3.000 m<sup>2</sup>), portando quindi la disponibilità residuale per superfici di vendita di GD nel Comune di Pordenone a poco più di nuovi 35 mila m<sup>2</sup>.

## **2.6. SCENARI DI PROGRAMMAZIONE PER LA RETE DEGLI ESERCIZI DI GRANDE DISTRIBUZIONE**

Come già ricordato in premessa, dove si sono richiamate le linee guida indicate dalla Amministrazione Comunale, la nuova programmazione di settore dovrà da un lato cercare di mantenere la leadership del commercio pordenonese a livello provinciale (con incremento quindi delle attività e delle relative superfici di vendita messe a disposizione della clientela), contemperando però tutto questo sviluppo con un recupero “funzionale al commercio” nelle aree più centrali del suo territorio (che storicamente sono sempre state avocate ad una funzione terziaria emporiale).

Dalla lettura della “cartina D” (in allegato) appare abbastanza evidente come i negozi con superficie di vendita superiore a 400 m<sup>2</sup> trovino oggi “naturale” andarsi a posizionare lungo i principali assi di traffico [21], al contrario di quanto accadeva fino a 20 anni fa quando erano più ambite (e remunerative per le aziende) le collocazioni all’interno dell’area del Centro Storico (o a stretto ridosso di esso).

In quest’ottica di reintroduzione del commercio (di media/grande distribuzione) nelle aree più storiche del Comune si era mosso anche l’ultimo Piano commerciale del Comune (nel 2008) con la già citata disponibilità di ben 6.000 m<sup>2</sup> per nuovi esercizi di G.D.- Se tale disponibilità non è stata ancor oggi sfruttata ciò è dovuto, oltre che agli indubbiamente mutati scenari di mercato (con una crisi devastante che ha ridotto in maniera drastica la gran parte degli investimenti di settore), al fatto che è economicamente molto più vantaggioso sviluppare il commercio “ex novo” in aree esterne (dove la sempre più crescente mobilità/motorizzazione del

---

di nuovo suolo da edificare e la priorità da dare al riutilizzo di immobili già realizzati per la collocazione di strutture commerciali di G.D.-  
[21] Cfr. anche precedente nota 12.



consumatore chiede facilità di accesso alle strutture e dotazione di adeguati spazi di parcheggio) piuttosto che recuperare immobili in centri storici per un loro uso commerciale moderno (la posizione centrale, in parole povere, oggi sembra non pagare più) [22]. Le scelte normative però, se non altro per le attività di grande dettaglio, possono però contribuire ad invertire tale tendenza: infatti se le previsioni del Piano di settore commerciale non prevedono più spazi “esterni” per lo sviluppo della G.D. e le scelte urbanistiche fatte riducono le aree dove tali attività possono insediarsi, è chiaro che anche le aziende del settore dovranno tenerne conto, puntando verso quelle parti del territorio comunale dove ciò sia consentito (ad esempio le aree più centrali/storiche), anche se comporta dei costi di impianto sicuramente più alti.

Da un punto di vista operativo si può ipotizzare che, sulla base di quanto esposto nei precedenti capitoli, la programmazione del settore del G.D. possa portare alle seguenti opzioni:

- A. una semplice conferma di tutte previsioni commerciali a suo tempo approvate e non ancora attuate, con solo adeguamento alle nuove scelte urbanistiche introdotte dal nuovo Piano Regolatore Generale Comunale (vedi cancellazione della zona Paradiso e dell’area ex-Cotonificio Amman e aggiunta dell’area dell’ex-Cotonificio di Torre);
- B. una conferma delle previsioni esistenti (come al precedente punto), ma con cancellazione delle previsioni di sviluppo delle aree più esterne del territorio comunale che fino ad oggi non sono mai state oggetto di richieste per autorizzazioni amministrative commerciali (e sono già passati quasi dieci anni dalla approvazione del Piano di settore) e ciò anche in un’ottica di recepimento di quanto indicato nelle nuove linee guida urbanistiche,

---

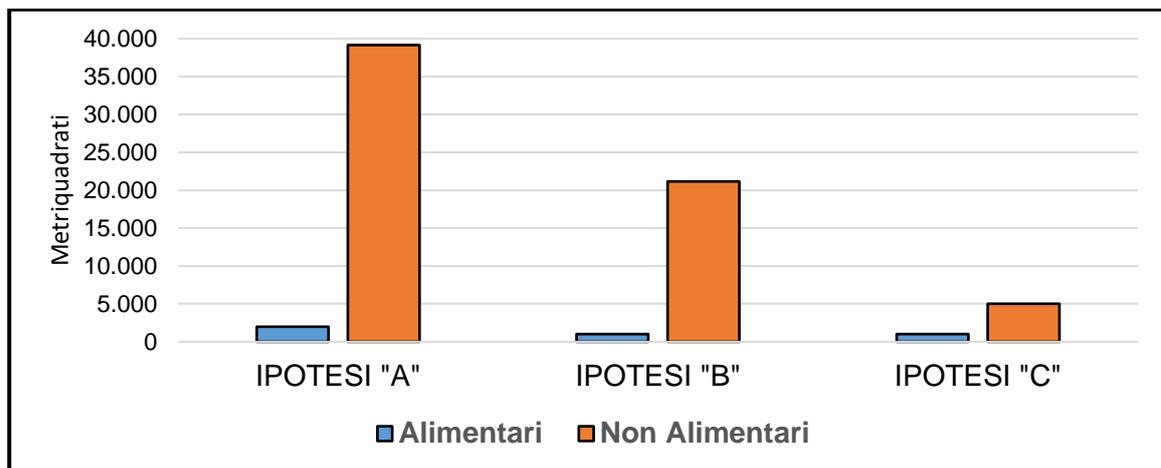
[22] Per calibrare in maniera più precisa l’eventuale disponibilità di superficie (vedi se confermare i 6.000 m<sup>2</sup> a suo tempo previsti, ampliarli o ridurli) da poter calare all’interno dell’area dell’IPERCENTRO, appurato che oggi, urbanisticamente, al suo interno vi possono essere più aree potenzialmente “compatibili” (quali zone: AP, AS o B – ai sensi di quanto previsto dall’art.124 del P.R.G.C.), sarebbe opportuno per la A.C. conoscere le “eventuali” spinte/ricieste del territorio, mediante la formale esplicitazione, da parte di eventuali soggetti interessati, di pubbliche “manifestazioni di interessi”. Con tale formula “conoscitiva” si potrà mettere in luce il grado di interesse della città verso lo sviluppo della G.D. in area centrale, con una esatta e puntuale ubicazione delle iniziative (potendone così valutare anche le eventuali criticità nei confronti della mobilità locale e le eventuali opere stradali da proporre per una mitigazione dei possibili effetti negativi sul traffico) e il loro fabbisogno di superficie di vendita (suddivisa anche per settori merceologici).



contenute nella citata L.R.21/2015 [23], circa il contenimento dell'uso del suolo;

- C. cancellazione di tutte le aperture di esercizi di GD previste, con la sola esclusione delle previsioni per nuove aperture all'interno dell'area dell'Ipercentro (zona 1) [24].

Le tre ipotesi offrono chiaramente offrono dei pro e dei contro: mentre l'ipotesi A, pur non andando appieno incontro alle indicazioni della Amministrazione, garantisce alla rete del GD un ampio margine di sviluppo (oltre 41 mila m<sup>2</sup>- Cfr. anche Grafico 11 più sotto) e non dovrebbe trovare ostacoli (sottoforma di eventuali ricorsi dal TAR) da parte di cittadini ed aziende (visto che recupera semplicemente quanto già c'è), le ipotesi B e C invece, pur trovano il pieno appoggio della Amministrazione (visto che portano ad una sottrazione di superfici disponibili nelle zone periferiche, mantenendo invece quelle nell'area centrale), potranno portare all'insorgenza di contenziosi con coloro che riterranno lesi i loro diritti esistenti.



**Grafico 11 - Superfici G.D. per le tre ipotesi di sviluppo**

Nelle tre tabelle riportate a pagina successiva si dà conto, sinteticamente, di quanto sopra enunciato, ben sapendo che, trattandosi di ipotesi teoriche "della

[23] Cfr. commi 5 e 7 del nuovo art.63 quinquies della L.R. 5/2007 (Riforma dell'urbanistica e disciplina delle attività edilizia e del paesaggio) così come introdotto dall'art.10 della L.R.21/2015.-

[24] La "pesantezza" di quest'ultima opzione potrebbe venir mitigata qualora dalla previsione di "cancellazione" si dovesse passare a quella di una "moratoria alle nuove aperture per un periodo di 12/24 mesi", in attesa di valutare l'evoluzione generale del mercato e dal superamento o meno del periodo di attuale crisi.



**Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi**

scrivente”, queste potranno essere modificate, cassate, ridotte o anche “mixate” tra loro per rispondere ai desiderata della Amministrazione.

Loc.	Denominazione	Superfici massime ancora concedibili per settore		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
A	Via Nuova di Corva, su SS-251	==	3.000	3.000
B	Area PRPC Vuga (PAC 34-71), su SS13	==	1.501	1.501
C	Parco Commerciale Meduna	==	16.174	16.174
D	Zona Autoconcessionarie	==	5.000	5.000
G	PAC 37 – Cotonificio Torre	1.000	2.000	3.000
G	Olinda Center (ex Mercatone Uno) – Via Segaluzza	0	6.500	6.500
ZONA “IPERCENTRO”		1.000	5.000	6.000
<b>TOTALE</b>		<b>2.000</b>	<b>39.175</b>	<b>41.175</b>

**Tabella 12 - Ipotesi A (Recupero integrare previsioni)**

Ubicaz.	Denominazione	Superfici massime ancora concedibili per settore		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
C	Parco Commerciale Meduna	==	16.174	16.174
ZONA “IPERCENTRO”		1.000	5.000	6.000
<b>TOTALE</b>		<b>1.000</b>	<b>21.174</b>	<b>22.174</b>

**Tabella 13 - Ipotesi B (Recupero parziale previsioni)**

Ubicaz.	Denominazione	Superfici massime ancora concedibili per settore		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
ZONA “IPERCENTRO”		1.000	5.000	6.000
<b>TOTALE</b>		<b>1.000</b>	<b>5.000</b>	<b>6.000</b>

**Tabella 14 - Ipotesi C (Sviluppo GD solo nella zona "Ipercentro")**

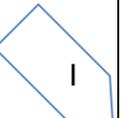
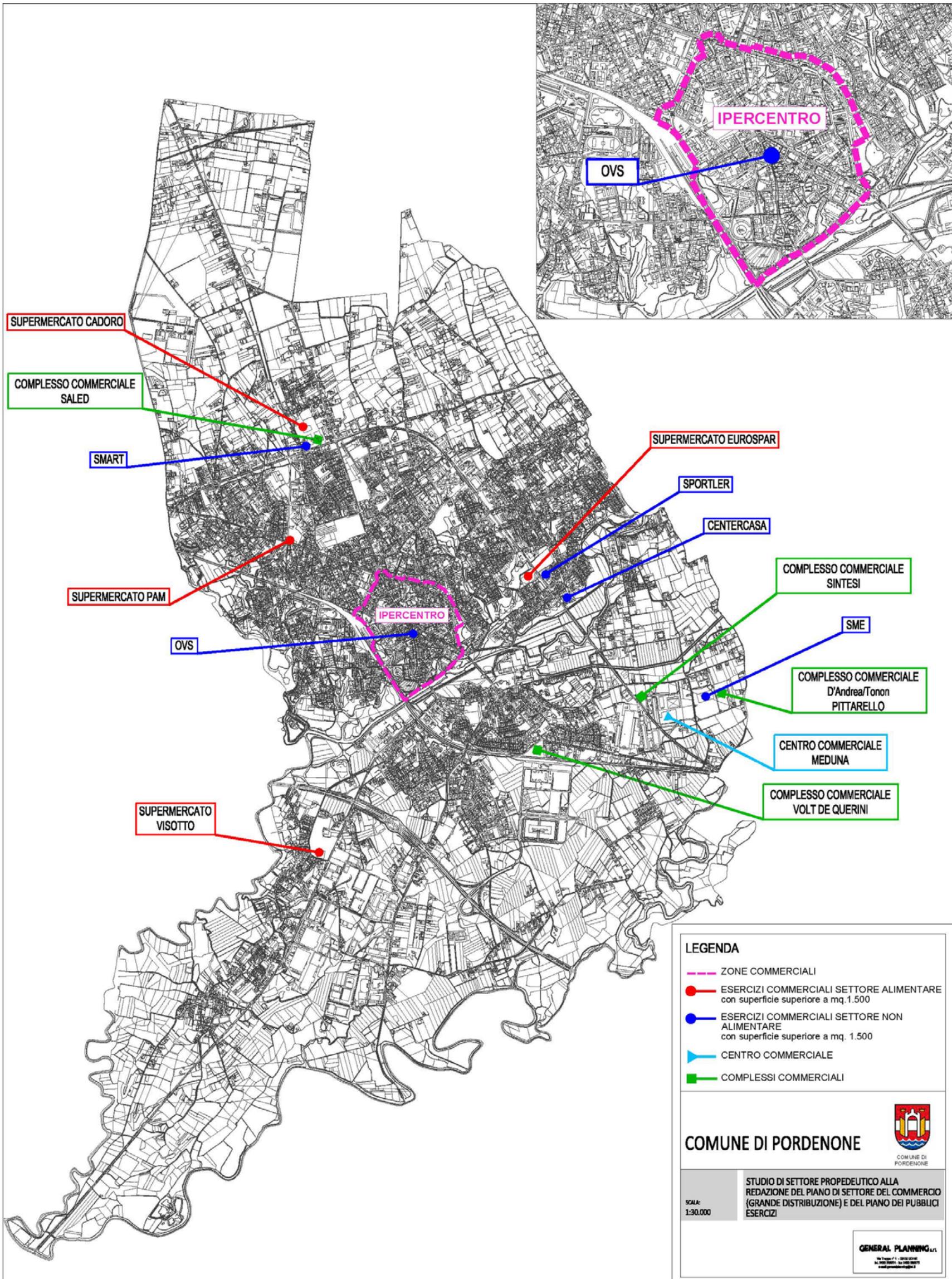


*Studio sui rapporti intercorrenti tra vigente normativa commerciale e  
nuovo Piano Regolatore Generale Comunale (P.R.G.C.),  
Piano della Mobilità e Piano di Zonizzazione Acustica*

## **ALLEGATI**

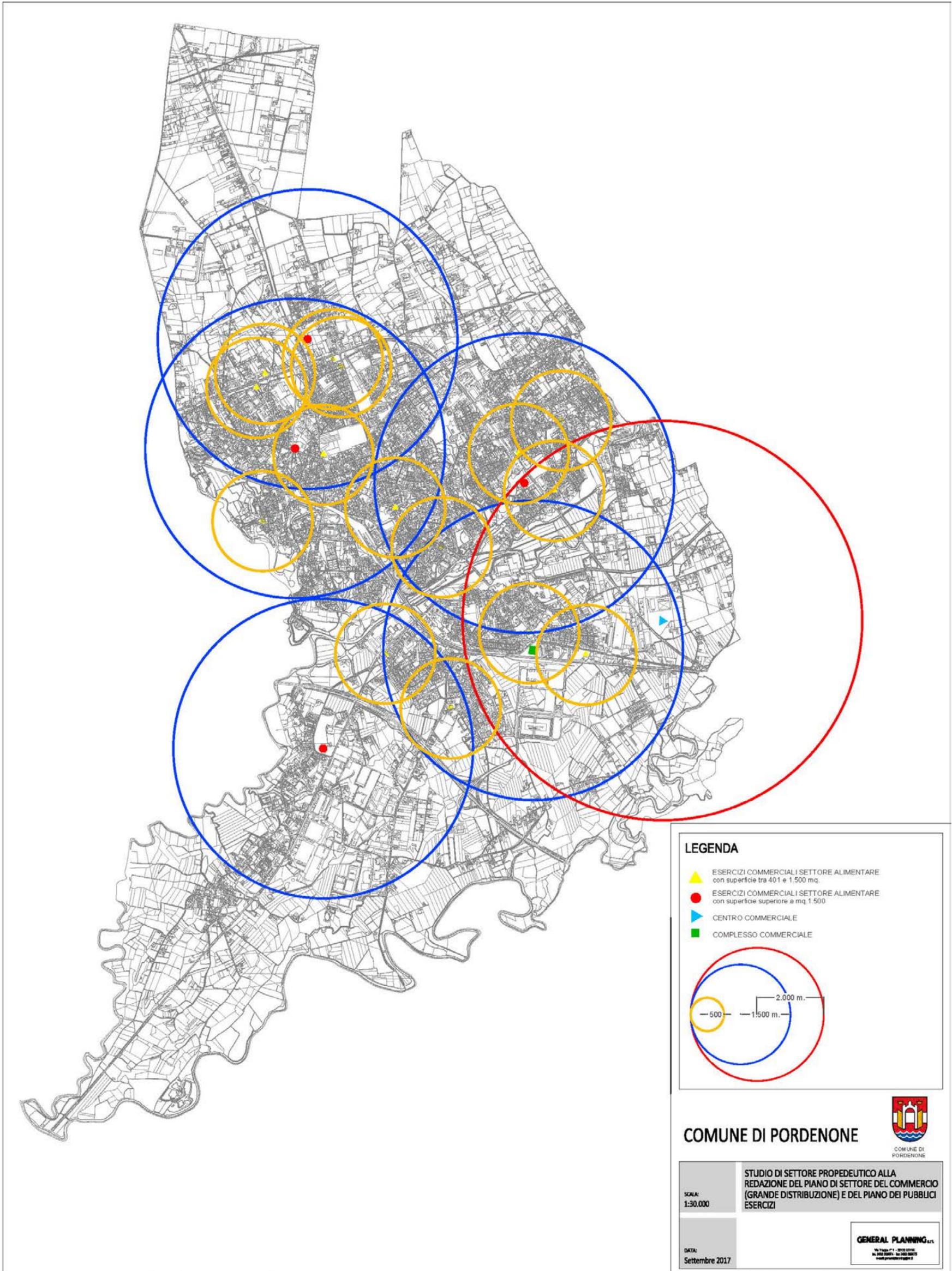


CARTINA A



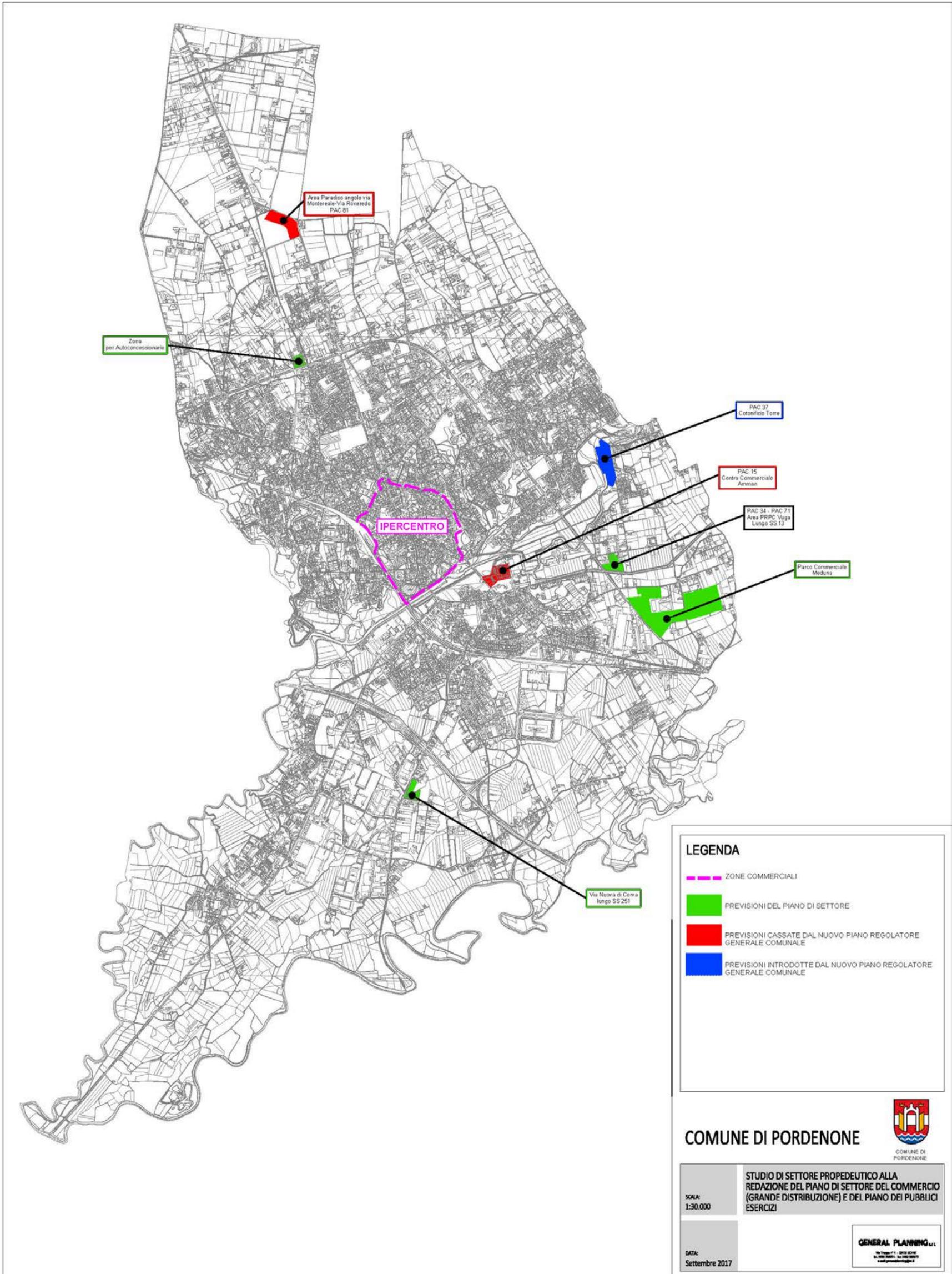


CARTINA B



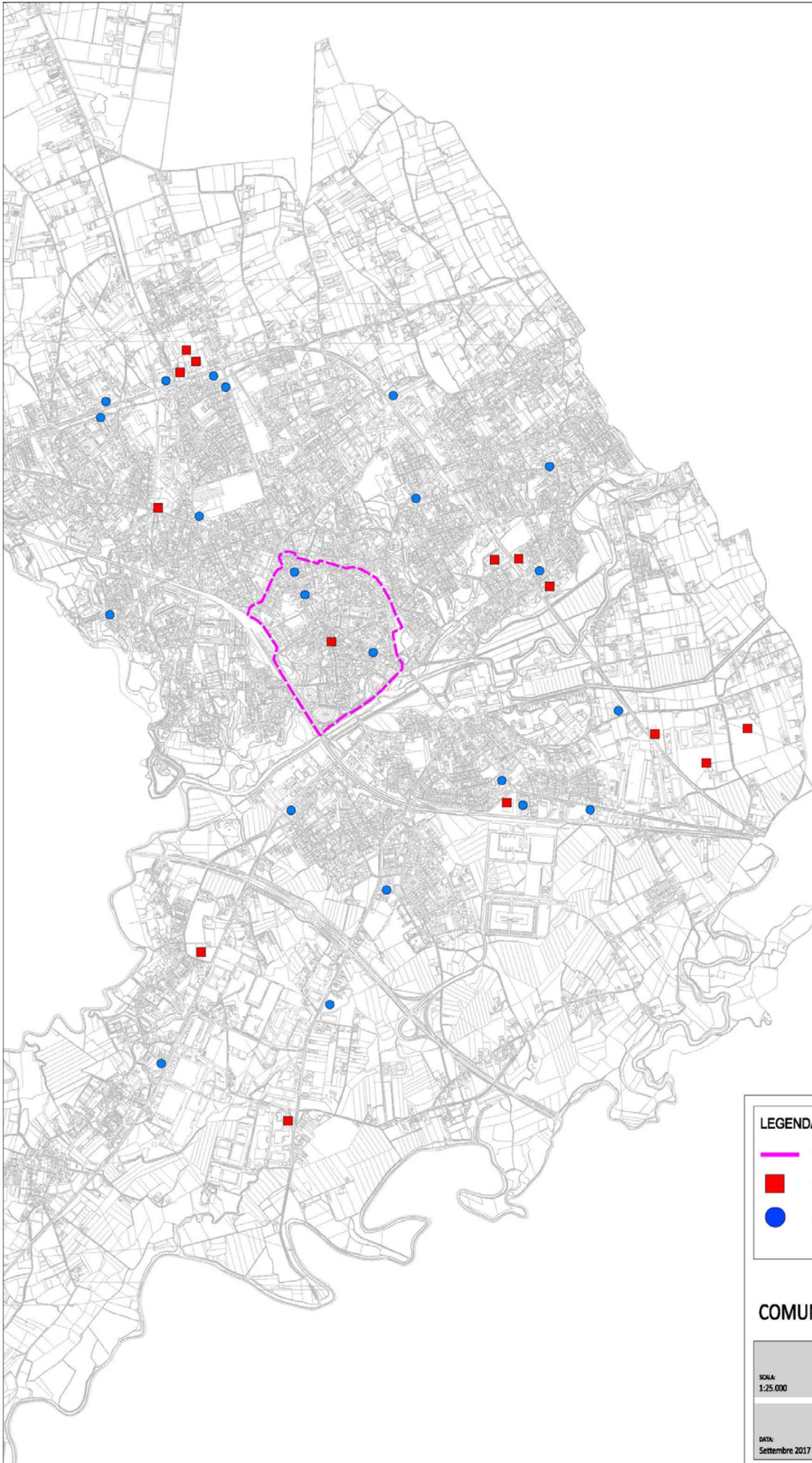


CARTINA C





CARTINA D



**LEGENDA**

-  ZONE COMMERCIALI
-  ESERCIZI COMMERCIALI con superficie superiore a mq. 1.500
-  ESERCIZI COMMERCIALI con superficie tra 401 e 1.500 mq.

**COMUNE DI PORDENONE**



STUDIO DI SETTORE PROPEDEUTICO ALLA  
REDAZIONE DEL PIANO DI SETTORE DEL COMMERCIO  
(GRANDE DISTRIBUZIONE) E DEL PIANO DEI PUBBLICI  
ESERCIZI

SCALA:  
1:25.000

DATA:  
Settembre 2017

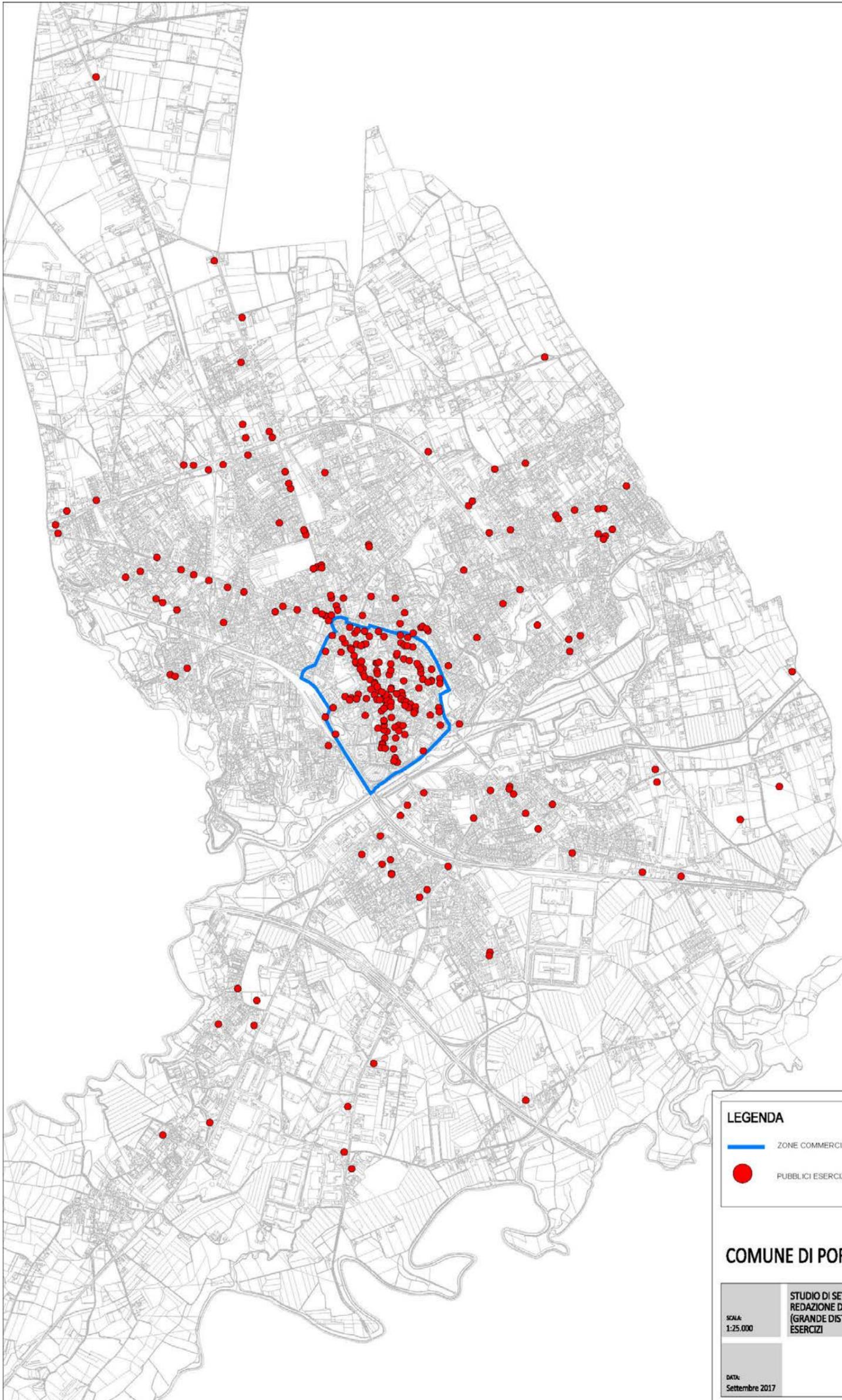
**GENERAL PLANNING**  
Via S. Maria 11 - 31043 CORDON  
Tel. 0432/920000 - Fax 0432/920000  
www.generalplanning.it

ALLEGATI



CARTINA E

Studio propedeutico alla redazione del  
Piano di settore del Commercio (Grande Distribuzione)  
ed al Piano dei pubblici esercizi



**LEGENDA**

-  ZONE COMMERCIALI
-  PUBBLICI ESERCIZI

**COMUNE DI PORDENONE**



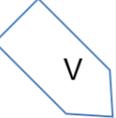
STUDIO DI SETTORE PROPEDEUTICO ALLA  
REDAZIONE DEL PIANO DI SETTORE DEL COMMERCIO  
(GRANDE DISTRIBUZIONE) E DEL PIANO DEI PUBBLICI  
ESERCIZI

SCALA:  
1:25.000

DATA:  
Settembre 2017

**GENERAL PLANNING**  
Via Roma n.11 - 33100 UDINE  
Tel. 0432/308000 - Fax 0432/308001  
www.generalplanning.it

ALLEGATI



© Copyright **Settembre 2017** by **GENERAL PLANNING Srl**  
(con aggiornamento a Marzo 2018 circa la consistenza della rete di GD)

33100 Udine (UD) – Via Treppo 1  
Tel. 0432/509974 – Fax 0432/509975  
e-mail: [generalplanning@iol.it](mailto:generalplanning@iol.it)

**GENERAL PLANNING s.r.l.**  
STUDIO DI INGEGNERIA E ARCHITETTURA  
PER LO SVILUPPO SOCIO-ECONOMICO E LA TUTELA DELL'AMBIENTE  
Via Scrosoppi, 1 - 33100 UDINE  
C.E. e Part. IVA: 01363660308

# Elenco firmatari

ATTO SOTTOSCRITTO DIGITALMENTE AI SENSI DEL D.P.R. 445/2000 E DEL D.LGS. 82/2005 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Questo documento è stato firmato da:

NOME: CIGANA SILVIA

CODICE FISCALE:

DATA FIRMA: 09/11/2018 15:06:56

IMPRONTA: 017CE1A57CDA50298F1412C100E44E91BD5175D87C1ECDB5EAC9CB4EAB3C7060  
BD5175D87C1ECDB5EAC9CB4EAB3C70603ABE3571A7917CC70D5433FBC4348E4C  
3ABE3571A7917CC70D5433FBC4348E4CAE5FE23125B203143E7C8120816DBCCA  
AE5FE23125B203143E7C8120816DBCCAA40C2781F14F1B88BFD1A0D3EF8EDFCB