



COMUNE DI MODENA (MO)

**AII. 4**  
**P.V.C. – PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE**

**Ai sensi dell' art. 8 della L.R. 14/99**  
**Realizzazione di una Media Struttura di Vendita**  
**nell'area EX ARBE**



Dicembre 2015

Consulenza tecnica  
Ermes Consulting S.r.l. - Fiorenzuola d'Arda (PC)  
Arch. Ivano Romanini

Committenti  
ABINVEST SpA

## **Sommario**


|   |    |
|---|----|
| Premessa.....   | 3  |
| La Struttura di Vendita.....  | 5  |
| Elementi di conoscenza sul commercio di Modena .....                      | 10 |
| La rete distributiva esistente nel Comune di Modena .....                 | 10 |
| La Via Emilia Ovest e l’Azienda BRICOMAN .....                            | 15 |
| Il Villaggio Artigiano.....   | 17 |
| Il Progetto di Valorizzazione Commerciale.....                            | 31 |
| Risorse disponibili e modalità di utilizzo – il Villaggio Artigiano ..... | 31 |

## Premessa

Il presente progetto di valorizzazione è elaborato in conformità all'art. 8 L.R. 14/99.

### Art. 8

#### *Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane*

- 1. I Comuni approvano progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane al fine di promuovere il rilancio e la qualificazione dell'assetto commerciale dei centri storici e delle aree di servizio consolidate.*
- 2. Ai fini dell'elaborazione dei progetti, i Comuni individuano le aree urbane nelle quali sussistono problemi di tenuta della rete commerciale tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale e urbana. Dette aree possono essere identificate anche con riferimento ai comparti commerciali omogenei di cui alla L. R. 24 maggio 1989, n. 17.*
- 3. Il progetto di valorizzazione commerciale è elaborato d'iniziativa del Comune mediante la concertazione con i soggetti pubblici, i privati interessati, le associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali. Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande di cui alla L. 25 agosto 1991, n. 287 , gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale, operanti all'interno dell'area individuata dal Comune. Nell'elaborazione del progetto il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.*
- 4. Il progetto di valorizzazione commerciale prevede la realizzazione di opere infrastrutturali e di arredo urbano o di rilevante riorganizzazione della logistica e può inoltre prevedere:*
  - a) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;*
  - b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività, o il potenziamento di quelle esistenti;*
  - c) la formazione di nuovi complessi commerciali di vicinato come definiti nelle specificazioni di tipologia di cui alla lettera a) del comma 1 dell'art. 4;*
  - d) l'attuazione di azioni di promozione;*
  - e) l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.*
- 5. Qualora il progetto di valorizzazione sia contenuto all'interno di un progetto di riqualificazione urbana si applicano le disposizioni in materia di procedimento previste dalla L.R. 3 luglio 1998, n. 19.*
- 6. Ai fini della realizzazione del progetto, il Comune stipula una convenzione che fissa i reciproci impegni delle parti.*
- 7. Il Comune, sulla base del progetto, può:*
  - a) incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento;*
  - b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.*
- 8. Ai fini dell'attuazione della lettera a) del comma 7 il Comune può:*
  - a) utilizzare la fiscalità locale;*
  - b) utilizzare la monetizzazione o ridefinizione dei requisiti urbanistici nei limiti indicati nei criteri regionali di cui all'art. 4;*

*c) facilitare, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi.*

*9. Nell'ambito delle aree di cui alle lettere a), b) e c) del comma 3 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998, l'individuazione, con atto del Consiglio comunale, delle aree urbane di cui al comma 2, costituisce la condizione sulla base della quale il Comune, nella fase di prima applicazione di detto decreto, può sospendere o inibire gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto dei nuovi esercizi sull'apparato distributivo e sul tessuto urbano in relazione agli obiettivi del progetto. Detta sospensione o inibizione può essere stabilita fino all'attuazione del progetto e comunque per una durata massima di due anni.*

*10. In mancanza di diversa disposizione statale, per fase di prima applicazione del D. Lgs. n. 114 del 1998, si intendono quattro anni dalla sua pubblicazione.*

*11. La Regione attribuisce titolo di priorità agli interventi compresi nei progetti di valorizzazione di cui al presente articolo ai fini della concessione di contributi di cui alla L.R. n. 41 del 1997. La Regione coordina gli interventi di cui al presente articolo con quelli previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti ai fini di assicurare le sinergie fra i diversi canali di finanziamento.*

Oggetto del presente Progetto di Valorizzazione (di seguito nominato PVC), è la realizzazione di una Media Struttura di Vendita non alimentare in comune di MODENA.

Il Comune di Modena con DCC n. 93 n. 93 del 22/12/2003 ha approvato l'adeguamento del Piano Regolatore Generale (PRG) alla LR 20/2000, stabilendo quali previsioni del piano vigente costituiscono il Piano Strutturale Comunale (PSC), il Piano Operativo Comunale (POC) ed il Regolamento Urbanistico Edilizio (RUE), ai sensi di quanto stabilito dagli articoli 28, 29, 30 e 43, comma 5, della legge regionale richiamata. Inoltre con DGC n. 599 del 02.12.2013, lo stesso ha pubblicato un Avviso Pubblico per l'acquisizione di richieste di variante urbanistica finalizzate a nuovo insediamento o trasferimento o ampliamento di medie strutture commerciali. Infine, è importante sottolineare ai fini dell'intervento oggetto del presente PVC che, con DCC n. 93 del 18/12/2014, è stata approvato il documento di indirizzo denominato "Sblocca Modena – riqualificazione e riuso per l'occupazione" e la modifica del Regolamento contenenti criteri e modalità di applicazione dell'art. 14.1 del RUE. Tale documento ha introdotto significativi elementi di flessibilità e semplificazione ed indicato i criteri ed i limiti dell'utilizzo del principio di deroga nel permesso di costruire. L'obiettivo del suddetto documento è stato quello di indicare un inquadramento generale per l'ammissibilità di proposte di trasformazione.

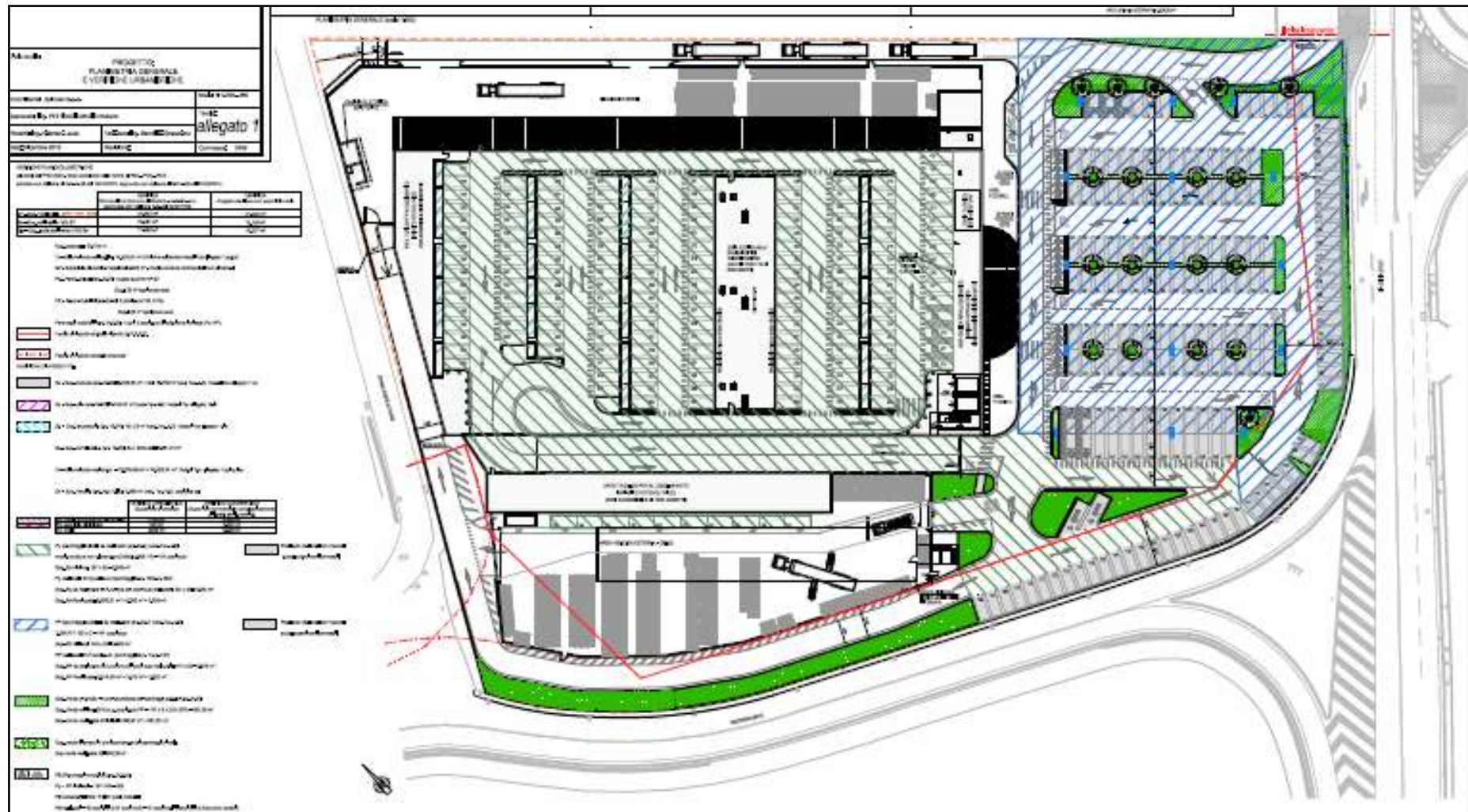


## **La Struttura di Vendita**

Il PdC prevede la realizzazione di una Media struttura di vendita non alimentare, articolata al suo interno come Centro commerciale, insegna Bricoman, in un'area localizzata a ovest del centro cittadino di Modena, lungo la Via Emilia Ovest, al n. 1014, attualmente destinato ad uso artigianale ed occupato da capannoni dismessi. La superficie è pari a 21.004 mq.

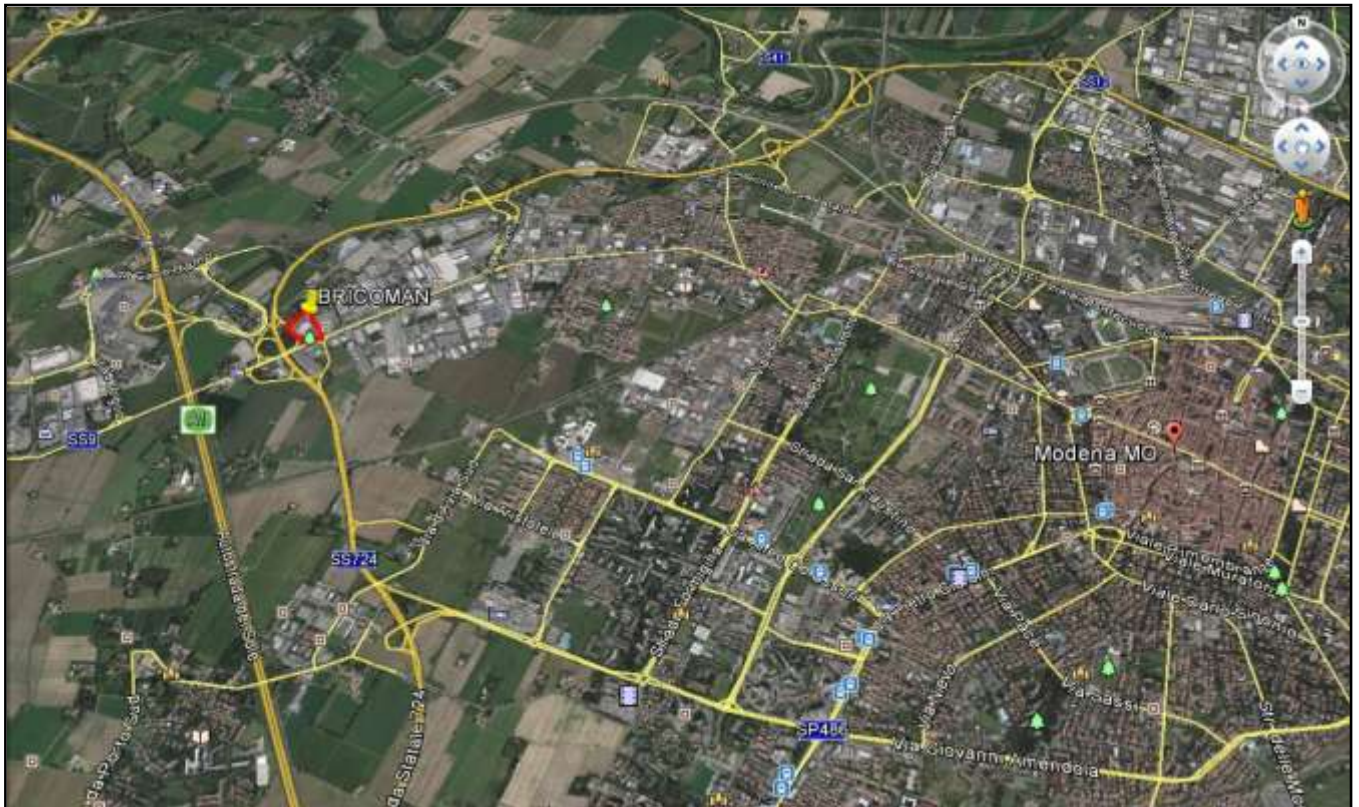
La superficie di vendita prevista dall'intervento è pari a 2.499 mq così articolata:

- Una media struttura di vendita non alimentare di mq. 2.249 di superficie di vendita (a cui corrisponde una superficie commerciale complessivamente utilizzata per la vendita di mq. 4.498), destinata all'esercizio di vendita congiunta ingrosso-dettaglio ai sensi della DCR n. 1253/99 così come modificata dalla DCR n. 155/2008; tale esercizio si collocherà all'interno del fabbricato commerciale previsto.
- Un esercizio di vicinato non alimentare caratterizzato da una superficie di vendita di mq. 250 (a cui corrisponde una superficie commerciale complessivamente utilizzata per la vendita di mq. 2500), destinato alla vendita delle cosiddette "merci ingombranti" di cui alla DCR n. 1253/99 così come modificata dalla DCR n. 344/2001; tale esercizio si collocherà in corrispondenza dell'area esterna adiacente al fabbricato commerciale sopra citato.



## Aspetti territoriali e viabilistici

L'area oggetto di intervento è collocata lungo la via Emilia Ovest, a ovest del centro cittadino; si tratta di una zona di frangia urbana caratterizzata da insediamenti di tipo artigianale, lambita da importanti arterie viarie come la sopracitata Via Emilia Ovest, la tangenziale Nord e, poco distante, l'autostrada A1.



Localizzazione dell'area di intervento BRICOMAN (poligono rosso)





Area Bricoman

L'area è attualmente occupata da un capannone e alcuni fabbricati accessori, dismessi ed in stato di abbandono. Il progetto, che prevede la realizzazione della media struttura di vendita Bricoman, si configura pertanto come un intervento di riutilizzo di un'area già edificata ed urbanizzata, recuperando di fatto suolo utile e riducendo il consumo dello stesso.

Sotto il profilo ambientale quindi sono tre gli aspetti positivi dell'intervento:

1. La localizzazione, in un'area di frangia urbana destinata ad attività artigianali e terziarie;
2. La localizzazione a ridosso di importanti vie di comunicazione come la Via Emilia Ovest e la Tangenziale Nord, lontano dal centro cittadino;
3. Il recupero e la rifunzionalizzazione di un'area già urbanizzata, coerente con l'obiettivo di riqualificare la città esistente ed evitare di consumare ulteriore suolo agricolo.

Sotto il profilo viabilistico sono previsti i seguenti interventi:

- la realizzazione di una nuova rotatoria (avente diametro esterno di 42 metri) a quattro rami tra le Vie Emilia Ovest e Rosmini completa della realizzazione dei raccordi tra la viabilità esistente e quella di progetto oltre alla sistemazione a verde delle aree di completamento.

- La realizzazione della suddetta rotatoria (che determinerà migliori condizioni di accesso anche all'area del PIP) comporterà la chiusura della controstrada posta a Nord della Via Emilia lato Ovest e la riorganizzazione dei parcheggi pubblici esistenti situati ai lati della Via Rosmini; la fermata della linea Bus con percorrenza centro → periferia, oggi prevista in corsia, verrà spostata ad est della rotatoria per consentire l'inserimento di un idoneo golfo di fermata e zona attesa con pensilina.
- Il progetto prevede inoltre la modifica all'innesto della rampa di uscita dalla tangenziale sud (uscita 16 bis Modena Ovest) migliorando l'angolo di inserimento ed introducendo una corsia di accelerazione/immissione con l'intento di agevolare la confluenza del traffico nella corrente veicolare in direzione est; questa soluzione progettuale ha il doppio obiettivo di consentire un'immissione più agevole sull'asse della Via Emilia, nonché di creare una corsia di potenziale accumulo in caso di congestione per ridurre la lunghezza della possibile coda. Dato l'impianto attuale che prevede la competenza ANAS sulle rampe della Tangenziale, il suddetto adeguamento potrà essere attuato solamente in seguito a parere positivo dell'ente proprietario/gestore. E' previsto anche l'adeguamento del lato nord della Via Emilia per consentire l'inserimento dell'accesso al nuovo comparto in oggetto, con conseguente adeguamento della sezione stradale. La corsia di ingresso al nuovo comparto consentirà un lungo accodamento interno utile ad evitare risalite di coda verso la viabilità principale.
- Il progetto prevede inoltre l'adeguamento ed il completamento dei percorsi pedonali esistenti.
- Di fondamentale importanza anche la riorganizzazione degli accessi alle attività produttive/artigianali esistenti lungo la Via Emilia sul lato sud che confluiranno nel quarto ramo della rotatoria, eliminando di fatto i punti critici esistenti.



## **Elementi di conoscenza sul commercio di Modena**

Ai fini della pianificazione degli insediamenti commerciali (ai sensi degli articoli 6 e 9 della Legge n. 114/98), il Comune di Modena corrisponde all'Ambito di Modena. Come riportato nella Relazione del POIC (Allegato 2), la ridefinizione degli ambiti territoriali ha portato a far coincidere l'ambito zonale di Modena con il territorio del Comune capoluogo, data la polarità socio-economica e la caratterizzazione di nucleo territoriale attrattore delle funzioni di servizio, che riveste il comune. L'ambito infatti comprende i poli funzionali a prevalente caratterizzazione commerciale e di servizio più rilevanti e di forte attrattività della provincia, essendo un'area centrale rispetto al reticolo infrastrutturale provinciale e in grado di ospitare parte rilevante della popolazione (185.148 abitanti all'1.1.2015, pari al 26,3% della popolazione provinciale) e delle attività economiche del territorio.

Il POIC individua la necessità di integrare l'offerta commerciale presente nell'area urbana e, per le strutture che per bacino di utenza ed impatto sul territorio hanno una rilevanza comunale, auspica la previsione di interventi di adeguamento delle strutture dal punto di vista funzionale, dell'accessibilità, dell'impatto ambientale, del risparmio idrico ed energetico, anche favorendo ampliamenti e trasferimenti che consentano di consolidare l'importante quota del commercio di prossimità.

In generale, come recita l'articolo 2 delle Norme di Attuazione (Allegato 3.1), il POIC promuove la tutela del consumatore, l'efficienza e la capacità competitiva della rete di vendita in favore dei consumatori, della concorrenza e della qualità del servizio nelle diverse parti del territorio provinciale. Nello specifico, perseguendo l'obiettivo di favorire interventi mirati a rafforzare le vocazioni zonali in termini di qualificazione e specializzazione del servizio, a Medie strutture di vendita e a format innovativi di medie dimensioni si assegna un ruolo importante in relazione alla capacità di rispondere ai fabbisogni effettivi. Strutture di media dimensione che in alcuni contesti possono rappresentare un vantaggio per la rete di vicinato in termini di attrattività.

### **La rete distributiva esistente nel Comune di Modena**

I punti vendita al dettaglio in sede fissa rilevati nel Comune di Modena all'1.1.2014 sono complessivamente pari a 3.251 unità ed occupano 310.115 mq. di superficie di vendita.

Gli esercizi commerciali esistenti nel Comune di Modena al 1.1.2014 1

| SETTORE                                 | Numero esercizi | Superficie di vendita (mq.) | Superficie media (mq.) Comune di Modena | Superficie media (mq.) Esercizi commerciali esistenti in Emilia Romagna al 1.1.2014 |
|---|-----------------|-----------------------------|---|---|
| Alimentari                              | 743             | 51860                       | 69,8                                    | 96,2  |
| Esercizi di vicinato                    | 706             | 4.931                       | 7,0                                     | 38,2  |
| Medio piccole strutture                 | 34              | 22.164                      | 651,9                                   | 627,5   |
| Medio grandi strutture                  |                 |                             |   | 1.685,5   |
| Grandi strutture inferiori              |                 |                             |   | 3.383,1   |
| Grandi strutture superiori              | 3               | 24.765                      | 8.255,0                                 | 6.909,4   |
| Non alimentari                          | 2.508           | 258.255                     | 103,0                                   | 84,4  |
| Esercizi di vicinato                    | 2.364           | 149.250                     | 63,1                                    | 48,0  |
| Medio piccole strutture                 | 134             | 81.130                      | 605,4                                   | 531,8   |
| Medio grandi strutture                  | 8               | 17.950                      | 2.243,8                                 | 1.782,9   |
| Grandi strutture inferiori              | 2               | 9.925                       | 4.962,5                                 | 3.984,1   |
| Grandi strutture superiori              |                 |                             |   | 14.466,0  |
| TOTALE                                  | 3.251           | 310.115                     | 95,4                                    | 87,6  |
| Esercizi di vicinato <sup>2</sup>       | 3.070           | 154.181                     | 50,2                                    | 45,4  |
| Medio piccole strutture <sup>3</sup>    | 168             | 103.294                     | 614,8                                   | 560,9   |
| Medio grandi strutture <sup>4</sup>     | 8               | 17.950                      | 2.243,8                                 | 1.744,8   |
| Grandi strutture inferiori <sup>5</sup> | 2               | 9.925                       | 4.962,5                                 | 3.866,1   |
| Grandi strutture superiori <sup>6</sup> | 3               | 24.765                      | 8.255,0                                 | 7.958,9   |

<sup>1</sup> Fonte: Regione Emilia Romagna – Dati all'1.1.2014

<sup>2</sup> Esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei Comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti, e a 250 mq. nei Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti.

<sup>3</sup> Strutture aventi sup. di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 800 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore o pari a 10.000 abitanti e fino a 1.500 mq. nei Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti.

<sup>4</sup> Strutture aventi sup. di vendita superiore a 800 mq. e fino a 1.500 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore o pari a 10.000 abitanti e superiore a 1.500 mq. e fino a 2.500 mq. nei Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti.

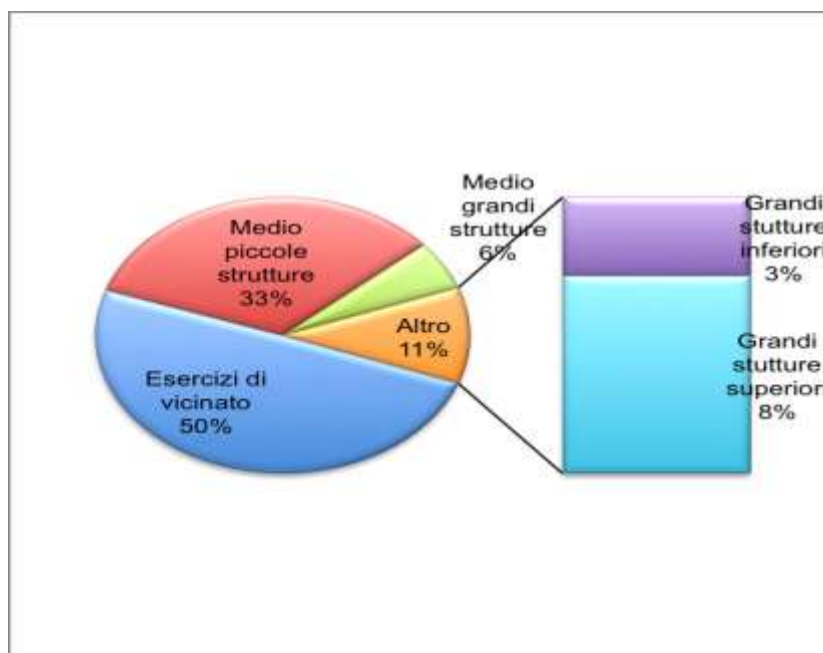
<sup>5</sup> Esercizi aventi sup. di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita, ma non superiore a 4.500 mq. per le strutture alimentari e a 10.000 mq. per le strutture non alimentari.

<sup>6</sup> Grandi strutture alimentari con superficie di vendita superiore a 4.500 mq. e Grandi strutture non alimentari con superficie di vendita superiore a 10.000 mq..



Con riferimento alla tipologia dimensionale, l'elemento strutturale che caratterizza la rete distributiva comunale è costituito dalla grande prevalenza di Esercizi di Vicinato: il 94,4% degli esercizi al dettaglio rientra in tale classe dimensionale (esattamente come accade in E.R., dove mediamente si rileva la medesima quota), ma occupa solo il 49,7% della superficie di vendita complessiva (il 49% in E.R.), ha una superficie media di circa 50,2 mq. (45,4 mq. in E.R.) ed appartiene al settore Non alimentare nel 77% dei casi (nel 73,8% dei casi in E.R.).

Ripartizione della superficie di vendita totale per tipologia (1.1.2014)



Proseguendo nell'analisi dell'articolazione della rete distributiva per classe di superficie, si evidenzia come sul territorio comunale esistano 176 Medie strutture di vendita (34 appartenenti al settore alimentare e 142 a quello non alimentare), con superficie di vendita complessiva pari a 121.244 mq.; il 18,3% circa di tale superficie (22.164 mq.) è destinato alla vendita di generi alimentari e l'81,7% (99.080 mq.) è riservato ai beni non alimentari. Si osserva peraltro come siano assenti le Medio-grandi strutture alimentari (con superficie di vendita superiore a 1.500 mq. fino a 2.500 mq.) e le Grandi strutture alimentari di livello inferiore (con superficie di vendita non superiore a 4.500 mq.).

Si rileva inoltre la presenza di 5 "Grandi strutture" di cui all'art. 9 del D. Lgs. Nr. 114/98 (superficie di vendita superiore a 2.500 mq. nei Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti), di cui 3, tutte di livello superiore e con superficie media pari a 8.255 mq., appartenenti al settore Alimentare e 2, di livello inferiore e con superficie media di 4.962,5 mq., appartenenti al settore Non alimentare.

Nel Comune di Modena esiste (all'1.1.2014) un punto vendita ogni 57 residenti; a questa densità di esercizi corrisponde una dotazione complessiva di 1.667 mq. circa di superficie di vendita ogni 1000 residenti: 278,7 mq. nel settore alimentare, 1.388,1 mq. in quello non alimentare. A titolo di confronto, nell'ambito della

Regione Emilia Romagna all'1.1.2014 si rilevano un esercizio commerciale ogni 62,1 residenti<sup>7</sup> e una dotazione di 430,2 mq. nel settore alimentare e di 1.135,3 mq. in quello non alimentare. Emerge così come la dotazione espressa in mq. di superficie di vendita ogni 1000 residenti, superiore al dato medio regionale nel settore non alimentare, evidenzia un sottodimensionamento nel settore alimentare (-35,2% rispetto al corrispondente valore medio regionale).

La dotazione di esercizi in sede fissa  
per settore merceologico e tipologia nel Comune di Modena al 1.1.2014

| SETTORE                          | Mq. x 1.000<br>residenti | Residenti x<br>esercizio<br>Comune di<br>Modena | Residenti x<br>esercizio<br>Emilia<br>Romagna |
|----------------------------------|--------------------------|---|---|
| Alimentari                       | 278,7                    | 250   | 234,4   |
| Di cui                           |                          |   |   |
| Esercizi di<br>vicinato          | 26,5                     | 264   | 250,8   |
| Medio piccole<br>strutture       | 119,1                    | 5.472   | 4.088,9                                       |
| Medio grandi<br>strutture        |                          |   | 42.007,4                                      |
| Grandi<br>strutture<br>inferiori |                          |   | 202.399,2                                     |
| Grandi<br>strutture<br>superiori | 133,1                    | 62.013  | 143.638,1                                     |
| Non alimentari                   | 1.388,2                  | 74  | 84,5  |
| Di cui                           |                          |   |   |
| Esercizi di<br>vicinato          | 802,2                    | 79  | 89,2  |
| Medio piccole<br>strutture       | 436,1                    | 1.388   | 1.781,8                                       |
| Medio grandi<br>strutture        | 96,5                     | 23.255  | 26.986,6                                      |
| Grandi<br>strutture<br>inferiori | 53,3                     | 93.020  | 49.475,4                                      |
| Grandi<br>strutture<br>superiori |                          |   | 890.556,4                                     |
| TOTALE                           | 1666,8                   | 57  | 62,1  |
| Di cui                           |                          |   |   |
| Esercizi di<br>vicinato          | 828,8                    | 61  | 65,8  |
| Medio piccole<br>strutture       | 555,2                    | 1.107   | 1.241,0                                       |
| Medio grandi<br>strutture        | 96,5                     | 23.255  | 16.430,9                                      |
| Grandi<br>strutture<br>inferiori | 53,3                     | 93.020  | 39.757,0                                      |
| Grandi<br>strutture<br>superiori | 133,1                    | 62.013  | 123.688,4                                     |

<sup>7</sup> Popolazione Regionale al 1.1.2014 → 4.452.782 abitanti - Fonte: Statistiche Regione Emilia Romagna

Superficie di vendita ogni 1000 residenti  
per tipologia: un confronto

|                            | Comune di<br>Modena |                   | Provincia di Modena |                   | Regione<br>Emilia Romagna |                   |
|----------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|
|                            | Alimentari          | Non<br>alimentari | Alimentari          | Non<br>alimentari | Alimentari                | Non<br>alimentari |
| Esercizi di<br>vicinato    | 26,5                | 802,2             | 148                 | 698,7             | 171,8                     | 673,9             |
| Medio piccole<br>strutture | 119,1               | 436,1             | 143,1               | 314,6             | 153,5                     | 298,5             |
| Medio grandi<br>strutture  | 0,0                 | 96,5              | 16,4                | 56,2              | 40,1                      | 66,1              |
| Grandi<br>strutture        | 133,1               | 53,3              | 81,2                | 58,1              | 64,8                      | 96,8              |
| TOTALE RETE<br>COMMERCIALE | 278,7               | 1.388,1           | 388,7               | 1127,6            | 430,2                     | 1135,3            |

Fonte: Osservatorio Regionale del Commercio 1.1.2014

Il confronto della dotazione comunale di superficie di vendita per mille residenti relativa ad ogni tipologia dimensionale con i corrispondenti valori medi rilevati in Emilia Romagna all'1.1.2014, mette in luce:

- l'esistenza (nel Comune di Modena) di livelli di servizio significativamente inferiori a quelli medi regionali in relazione agli Esercizi di Vicinato Alimentari;
- la minore dotazione di superficie di vendita occupata da Medio-piccole strutture alimentari;
- l'assenza di Medio-grandi strutture alimentari;
- la significativa maggior dotazione di superficie di vendita destinata a Grandi strutture alimentari di livello superiore (le grandi strutture alimentari di livello inferiore sono assenti);
- la maggiore dotazione di superficie non alimentare con riferimento alle tipologie di vendita Esercizi di Vicinato, Medio-piccole e Medio-grandi strutture;
- la minore dotazione di superficie di vendita occupata da Grandi strutture non alimentari (-44,9% rispetto al corrispondente parametro medio regionale).

## **La Via Emilia Ovest e l'Azienda BRICOMAN**

Un'analisi fondata sui dati dell'Osservatorio Regionale del Commercio sul Comune di Modena ha permesso di evidenziare la situazione delle medie strutture di vendita lungo la Via Emilia Ovest, sede dell'intervento oggetto di studio. Emerge infatti lungo tale asse viario una considerevole concentrazione di strutture di vendita non alimentari sul totale di quelle presenti sul territorio comunale. In particolari si concentrano in tale zona le uniche due grandi strutture di vendita non alimentari del Comune di Modena: trattasi di Decathlon (4.500 mq. di SV) e OBI (5.485 mq. di SV). Inoltre sempre nell'area di interesse è localizzata anche una delle tre grandi strutture di vendita alimentari del Comune, ossia la COOP Estense (9.750 mq di SV). Analizzando nello specifico la presenza di medie strutture di vendita, come quella prevista nell'area EX ARBE, la Via Emilia Ovest presenta lungo il suo asse viario e nelle zone limitrofe 25 unità, per un totale di 24.272 mq di SV. Rispetto al totale delle medie strutture di vendita presenti nel territorio comunale (142) e alla superficie (98.720 mq), l'asse della Via Emilia Ovest conta il 18% delle medie strutture di vendita e il 25% della Superficie di Vendita comunale. Pertanto questo importante asse viario e i suoi dintorni si caratterizza per la forte concentrazione di esercizi specializzati nel non alimentare. È così ragionevole supporre che la scelta di localizzare nell'area EX ARBE un punto vendita Bricoman abbia rappresentato la scelta corretta.

Nelle tavole allegate in appendice è possibile individuare l'area di studio e in particolare la distribuzione lungo la Via Emilia Ovest della medie strutture di vendita.

La presenza di altre strutture di vendita votate al bricolage come OBI, o la presenza di altri esercizi tradizionali (es. ferramenta) tuttavia non deve far supporre una concorrenza con Bricoman, in quanto l'offerta risulta diversificata. Il brico tradizionale ha come punto di forza l'arredo casa e il giardinaggio, prodotti che Bricoman non tratta.

La formula del negozio Bricoman è strutturata per offrire principalmente, ai grandi bricoleur, alle piccole e medie imprese, agli artigiani, un'ampia offerta di prodotti di marca a prezzi all'ingrosso per la costruzione, la ristrutturazione e la manutenzione dei fabbricati e della casa.

La formula si pone nel mercato europeo come risposta ai bisogni di prodotti tecnici, tanto che Bricoman si caratterizza come il più grande specialista di prodotti tecnici per la casa e la collettività con vendita all'ingrosso.

La caratteristica del negozio Bricoman è l'offerta del prodotto professionale a prezzi competitivi, nonché grandi quantità immediatamente disponibili.

Pur avendo tra i suoi clienti anche il privato e pur vendendo anche al dettaglio, la caratteristica principale di Bricoman è quella di servire principalmente gli artigiani. Di fatto la modalità di presentazione del prodotto è essenziale ed è finalizzata ad un acquisto rapido e certo, senza la presenza di merceologie di "impulso" o "civetta" con una immediata percezione dell'ampiezza dell'assortimento e della chiarezza dei prezzi.

Di conseguenza la clientela di riferimento è data dalla comunità tecnica intesa come piccole e medie imprese di ristrutturazione e costruzione, artigiani, grandi bricoleur, alla ricerca di un prodotto professionale con una attenzione al prezzo. Il servizio reso alla clientela è di grande competenza e professionalità.

In sintesi la formula risulta così articolata:

- 18.000 prodotti specialistici e professionali tutti sotto lo stesso tetto;

- **Grandi quantità e volumi immediatamente disponibili;**
- Prezzi all'ingrosso, pensati per grandi utilizzatori, ma rivolti a tutti;
- Ottima qualità a prezzi bassi e non prezzi bassi e bassa qualità;
- Velocità di acquisto che consente risparmio di tempo per gli operatori professionali;
- **Orari di apertura al pubblico pensati per soddisfare gli specialisti del settore** (apertura h 7:00 del mattino);
- Professionalità e competenza degli addetti vendite.

La struttura di Bricoman è tale da non costituire pertanto concorrenza con gli altri punti vendita che offrono prodotti per il bricolage tradizionali e all'hobbistica e mirati essenzialmente al privato e alla vendita al dettaglio.

Il formato dei punti vendita Bricoman é come di seguito caratterizzato:

1. un esercizio commerciale in area coperta (negozio) nel quale sono posti in vendita i seguenti prodotti:
  - Utensileria: ad es elettroutensili (avvitatori, trapani, seghetti alternativi ecc.) accessori elettroutensili (punte trapano, frese ecc.) utensileria manuale (chiavi, cacciaviti, pinze ecc.) grandi macchine (compressori, idropulitrici ecc.);
  - Elettricità: ad es cavi elettrici, serie ad incasso, canaline da esterno, tubi corrugati, spine e prese;
  - Illuminazione basica e complementare: ad es plafoniere, appliques, lampade da esterno, illuminazione per uffici o collettività (mense, scuole ecc.);
  - Ferramenta: ad es viti, chiodi e bulloni, contenitori porta minuteria, lastrine e squadrette, rotelle e gambe tavolo;
  - Legno: ad es listelli, parquet, battiscopa, perline, pannelli da taglio;
  - Porte e Finestre anche su misura;
  - Pitture: ad es idropitture, tempera, smalti, stucchi, impregnanti legno;
  - Idraulica: ad es tubi e raccordi, scaldabagni, stufe, guarnizioni, depuratori acqua;
  - Sanitari: ad es mobili bagno e accessori, rubinetti e rubinetteria, box doccia, sanitari;
  - Piastrelle: ad es pavimenti e rivestimenti per interno ed esterno, colle per piastrelle, placchette di rivestimento, accessori per posa;
2. un esercizio commerciale in area scoperta con formula "drive in" organizzato secondo la formula di vendita per cui i clienti con i loro veicoli (automobili, autocarri, camioncini, ecc.) accedono all'interno di tale area, seguono un percorso obbligato, sostano in appositi spazi per il carico delle merci esposte e confezionate in pallet, per poi recarsi verso l'uscita ove è previsto il pagamento con cassa dedicata. Questa formula innovativa e tipica solo di Bricoman è volta proprio ad agevolare gli artigiani e le piccole e medie imprese nel carico merci.

In tale esercizio sono posti in vendita, in particolare, i prodotti dell'edilizia tipo: mattoni, cemento, intonachi, cartongesso, ferro, pluviali, tombini, piastrelle da esterno, legno da esterno, betoniere, carriole, recinzioni.

## **Il Villaggio Artigiano**

Il Villaggio Artigiano si colloca nel settore ovest della città, in una zona che fino a poco tempo fa si poteva considerare "prima periferia", ma che oggi risulta centrale rispetto alla struttura e alla vita della città.

Il Villaggio si configura quindi come una sorta di "isola della produzione artigianale", circondata principalmente da quartieri residenziali e tangenzialmente toccata da un'importante asta a servizi.

Il Villaggio nacque in seguito alla crisi economica post-bellica e ai massicci licenziamenti che ne derivarono: l'allora sindaco Corassori e la sua giunta, decisi a puntare per il rilancio economico di Modena non sulla grande impresa ma sulla dimensione del piccolo imprenditore artigiano, optarono per la realizzazione di un "quartiere artigianale attrezzato".

Nel '53 il Comune trovò, all'estrema periferia ovest della città, nel quartiere Madonnina, 15 ettari da destinare a "villaggio artigiano".

Nel volgere di sei anni in quel terreno incolto tra la ferrovia e la via Emilia trovarono posto e cominciarono a produrre 74 nuove aziende.

L'adesione al progetto, comunque, superò di molto le iniziali aspettative dell'Amministrazione: le due aree triangolari suddivise in 60 lotti inizialmente previste vennero immediatamente assegnate, il Villaggio venne dunque esteso fino ad una superficie di 800.000 mq, per poi raggiungere l'attuale dimensione, con circa 200 attività insediate.

Gli elementi che rendono oggi il Villaggio Artigiano un'area privilegiata di progetto discendono da aspetti di tipo urbanistico, economici e sociali da un lato e di tipo imprenditoriale.

### *Punti di forza del Villaggio Artigiano*

1. la sua localizzazione: prossimo al centro storico e allo stesso tempo collegato alle principali infrastrutture viarie.
2. Il valore identitario: il Villaggio Artigiano è considerato un pezzo di storia della città, simbolo della rinascita economica e sociale.
3. La capacità adattativa: se da un lato il progetto prevede il rinnovamento dell'area senza smentirne la natura storicamente vocata alla produzione, dall'altro emerge la necessità di affiancare all'utilizzo produttivo anche commercio, uffici, attività di ristorazione, residenza e servizi. La residenza, che già storicamente occupava il Villaggio Artigiano, verrà arricchita dalla presenza di spazi collettivi di incontro e socializzazione attraverso un progetto di riqualificazione di aree verdi, strade e mobilità.
4. Il riutilizzo del suolo e il recupero del tessuto esistente.
5. Il rilancio della "creatività" e la valorizzazione delle eccellenze presenti, seguendo il naturale trend nell'area di sostituzione di forme tradizionali di artigianato con altre tecnologicamente specializzate e/o connesse alla creatività (moda, musica, editoria, grafica) configurando l'area del Villaggio Artigiano come il distretto della "creatività modenese".







### *Cosa prevede il progetto*

1. la rigenerazione dell'area è fondata sul mantenimento del carattere artigianale, carattere che si è evoluto anche verso forme diverse da quelle di un tempo, ma che ha mantenuto ed è connotato da una grande capacità di "saper fare". La sua evoluzione è in relazione all'insediamento quelle attività classificabili come imprese creative: insediamento in parte spontaneo ed in parte da assecondare e favorire, quale elemento trainante la riqualificazione; a ciò si associa la possibilità di inserire anche funzioni oggi non previste: come la residenza, gli uffici, anche negozi ed attività commerciali di vicinato. Il tutto, nell'idea che il Villaggio non sia più solo una "zona industriale", ma un pezzo di città certo molto votato al "lavoro", ma dove si può anche abitare, fare spesa, uscire, vivere. Senza forme di conflitto tra il "nuovo" e il "vecchio" (a parte alcune e limitate presenze particolarmente impattanti sotto il profilo ambientale): il processo di trasformazione si basa infatti sui principi di continuità e rinnovamento.
2. Progetto coordinato dello spazio pubblico: Il villaggio ha come unici spazi pubblici le strade, che presentano una sezione assai ridotta, sono anonime e non adatte ad una mobilità non automobilistica. Attraverso simulazioni e studi intersettoriali (Trasformazione Urbana, Pianificazione territoriale e Lavori Pubblici), sono state vagliate diverse ipotesi per la trasformazione della maglia stradale in un tessuto di interconnessione pedonale, ciclabile e automobilistica interno al villaggio, che ne faciliti la frequentazione e l'insediamento di attività commerciali e di servizio e che gli consenta di dotarsi di infrastrutture ad alta "urbanità".
3. Nuovo quadro infrastrutturale: l'amministrazione ha optato anche per lo sviluppo di un piano complessivo di riqualificazione delle infrastrutture del villaggio artigiano in particolare e del quadrante ovest di città in cui esso si colloca in generale, concentrandosi con particolare attenzione sul tema della mobilità (è stato sviluppato un piano ad hoc con scenari attuativi di medio e lungo termine) e della rete fognaria e di gestione delle acque reflue (in collaborazione con HERA Modena), mentre è in progetto di sviluppare anche la tematica legata alle infrastrutture immateriali, come la banda larga, e all'arredo urbano, in un'ottica di sostenibilità ambientale e progettazione creativa.

### *Il progetto dello spazio pubblico*

Grande rilevanza verrà attribuita al sistema dello spazio pubblico, che innerverà l'intera trasformazione, incrementando il carattere urbano, e quindi la vivibilità, dell'area ovest. Un nuovo accesso al cimitero di Cesare Costa, la riqualificazione dell'area del cavalcavia Madonnina, il riuso del sedime ferroviario costituiranno un unico, grande sistema di spazio pubblico, dedicato al loisir e alla socialità. E' infatti prevista la realizzazione di un viale di accesso al cimitero dal suo ingresso monumentale, quello verso sud e verso la via Emilia, fino ad ora mai utilizzato per la presenza della linea ferroviaria che funge da cesoia. Il cavalcavia Madonnina, prossimo a perdere la sua funzione primaria, conoscerà nuovi usi più urbani, grazie anche allo snellimento del traffico derivante dal quadro infrastrutturale complessivo. Le aree ai suoi piedi andranno incontro a un rinnovamento sostanziale, collocandosi in una posizione strategica per segnare, percettivamente e funzionalmente, l'ingresso alla parte storica della città. Il sedime ferroviario accoglierà una

pista ciclabile e il percorso di un mezzo pubblico in sede propria, che renderanno veloce e pratico il collegamento tra la stazione dei treni e la zona Fiera-Cittanova2000. Nel suo tratto più prossimo al centro esso potrà poi trasformarsi, sul modello di svariate esperienze internazionali, in una vera e propria "passeggiata" urbana, uno spazio attrezzato di relazione, che potrà fungere anche da "vetrina" per le imprese insediate all'interno del villaggio artigiano. Il disegno dell'intero sistema dello spazio pubblico, delineato in questo suo nuovo assetto e ruolo dal piano dell'amministrazione, sarà poi affidato agli esiti di un concorso di progettazione, per il quale il Comune sta cercando di ottenere finanziamenti tramite i bandi per la riqualificazione urbana della Regione Emilia-Romagna.



## **Il Progetto di Valorizzazione Commerciale**

La proposta di insediamento Bricoman nell'area Ex Arbe, in virtù delle considerazioni riportate nei capitoli precedenti appare compatibile:

- sotto il profilo ambientale in quanto riduce il consumo di suolo andando di fatto a riutilizzare un'area oggi dismessa, con conseguenti effetti di riqualificazione funzionale del contesto.
- Sotto il profilo viabilistico, in quanto le opere accessorie previste hanno benefici consistenti in termini di ottimizzazione della attuale viabilità sulla Via Emilia, in particolare con riferimento al sistema degli accessi alle/dalle complanari
- Sotto il profilo commerciale, sia perchè la Via Emilia Ovest dalle analisi effettuate risulta vocata all'insediamento di esercizi commerciali non alimentari, sia perchè la tipologia di vendita di Bricoman è tale a non entrare in concorrenza con i brico tradizionali.
- Per la presenza del Villaggio Artigiano: l'apertura di un punto vendita Bricoman può infatti costituire uno stimolo per le attività svolte nel Villaggio Artigiano.
  - 1) Come già detto infatti Bricoman si rivolge soprattutto agli artigiani e alle piccole e medie imprese, pertanto clienti Bricoman possono essere le imprese stesse insediate nel Villaggio Artigiano.
  - 2) Il punto vendita Bricoman inoltre può costituire una vetrina per le aziende e i loro servizi nei confronti del privato che si reca da Bricoman per l'acquisto al dettaglio.
  - 3) Un altro punto di forza che lega l'azienda Bricoman all'artigiano e alle piccole e medie imprese di settore è la possibilità per il privato di recarsi insieme al proprio artigiano di fiducia nel punto vendita Bricoman e acquistare il prodotto pagandolo direttamente; in questo modo vengono abbattuti i costi di acquisto del materiale da parte dell'artigiano e il cliente trova trasparenza nei costi.
- Infine la presenza di un punto vendita Bricoman potrebbe rendere appetibile per le imprese di settore insediarsi nel Villaggio Artigiano

### **Risorse disponibili e modalità di utilizzo – il Villaggio Artigiano**

Le considerazioni di cui sopra sono state lo spunto per destinare le risorse del PVC alla riqualificazione del Villaggio Artigiano. Le risorse disponibili ammontano a € 100.000 come "contributo per la valorizzazione commerciale" e € 50.000 quale eventuale quota parte degli oneri perequativi (art. 14.1 del POC).

L'utilizzo delle risorse sopra individuate, non è volutamente individuato con precisione dal presente elaborato che si limita pertanto ad una generica descrizione dei possibili interventi che beneficeranno di tali risorse nell'ambito del progetto di riqualificazione del Villaggio Artigiano.

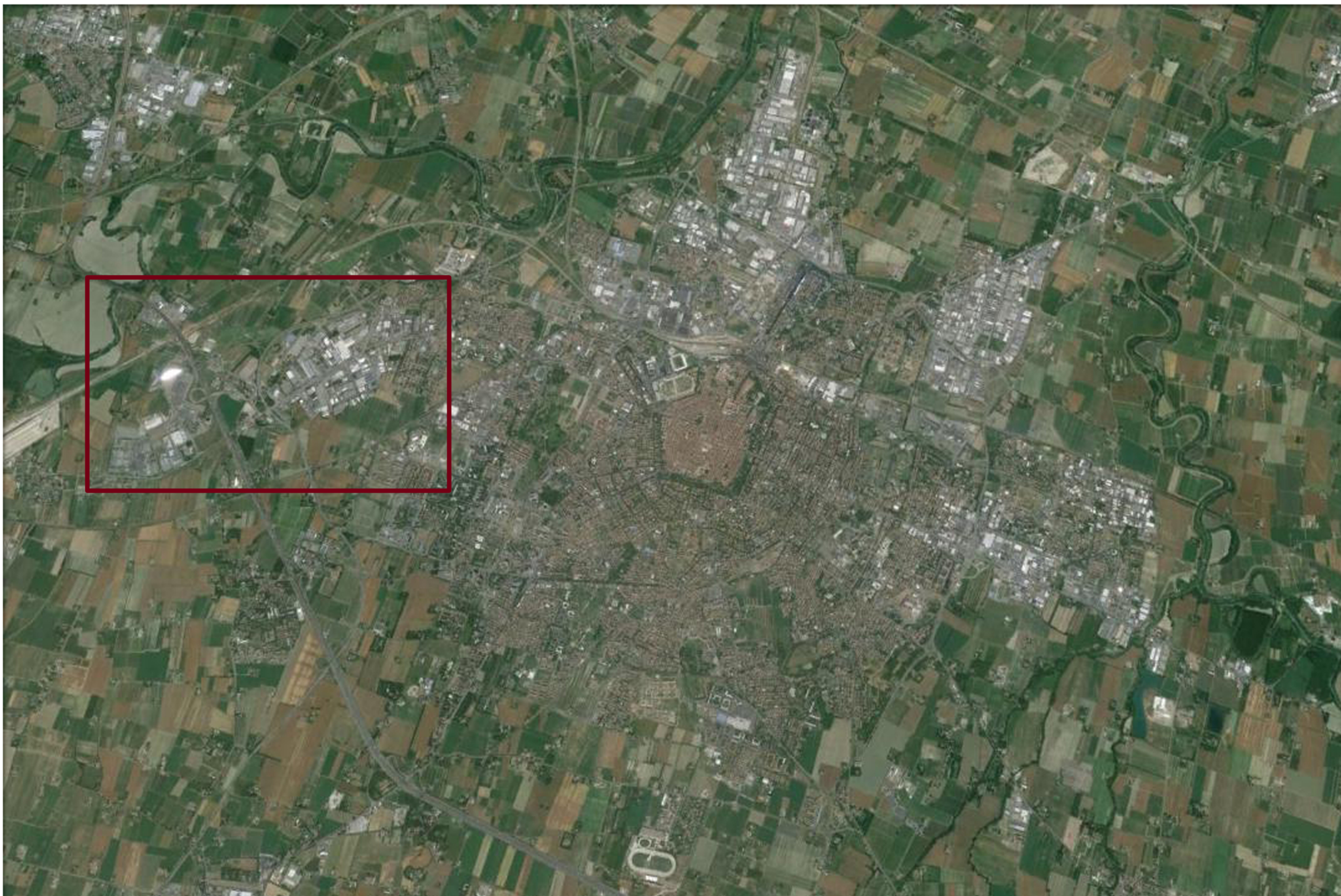
1. Progetti per la realizzazione di HUB all'interno del Villaggio Artigiano, attraverso contributi per gli affitti di locali per l'insediamento di nuove attività artigiane a prezzi agevolati, accordi agevolati con

gi Istituti di Credito, erogazione di contributi per l'abbattimento degli oneri finanziari per le imprese di nuovo insediamento per l'acquisto di attrezzature, etc..

2. Promozione di corsi startup per l'avvio di impresa; corsi di formazione, di specializzazione e di aggiornamento, anche in collaborazione con realtà ed esperienze locali già attive sul territorio.
3. Realizzazione e rilancio di piattaforme web (sito: [www.villaggioartigianomodena.it](http://www.villaggioartigianomodena.it)) e social dedicate alla creatività, all'artigianato e ai prodotti del Villaggio Artigiano, riprendendo e rilanciando le esperienze fatte negli anni passati dall'Amministrazione, in particolare le iniziative legate al progetto europeo CITIES. Sulla base di esperienze realizzate a Roma nel settore dell'arte, la realizzazione di piattaforme sociali nelle quali gli artigiani possono iscriversi e pubblicare i propri prodotti, comunicando novità, promozioni, etc.. I clienti attraverso la stessa piattaforma possono conoscere i prodotti e acquistarli. (es. UbqART a Roma).

Tutte le attività verranno gestite tramite bandi pubblici.





PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE  
AREA EX- ARBE - MODENA  
VIA EMILIA OVEST - AREA DI ANALISI





MODENA - LOCALIZZAZIONE AREA EX-ARBE

| ID | Denominazione                 | MQ    | Settore | Tipologia |
|----|-------------------------------|-------|---------|-----------|
| 1  | TRIASSI PIETRO                | 261   | NA      | MP        |
| 2  | BOMERO SRL                    | 294   | NA      | MP        |
| 3  | MEDICI E REGGIANI SRL         | 30    | NA      | MP        |
| 4  | NUOVA REGGIANI AUTO SRL       | 330   | NA      | MP        |
| 5  | GE.CO SERVICE SRL             | 345   | NA      | MP        |
| 6  | COMBIPEL SPA                  | 350   | NA      | MP        |
| 7  | COMPAR SPA                    | 353   | NA      | MP        |
| 8  | FINLIBRI SRL                  | 570   | NA      | MP        |
| 9  | BELLENTANI AUTOVEICOLI SPA    | 1.200 | NA      | MP        |
| 10 | OVEST CARAVAN SNC             | 1.443 | NA      | MP        |
| 11 | EURASIA SRL                   | 1.465 | NA      | MP        |
| 12 | GRUPPO COIN SPA               | 1.500 | NA      | MP        |
| 13 | OTTANTA SPA                   | 2.043 | NA      | MG        |
| 14 | COOP ESTENSE                  | 2.300 | NA      | MG        |
| 15 | NUOVA MEDIA MARKET SPA        | 2.500 | NA      | MG        |
| 16 | AUTOLUCE SRL                  | 650   | NA      | MP        |
| 17 | FUTURO SRL                    | 871   | NA      | MP        |
| 18 | BENEDIS SRL                   | 732   | NA      | MP        |
| 19 | RICCI CASA SPA                | 2.497 | NA      | MG        |
| 20 | GIOCA STORES SRL              | 1.165 | NA      | MP        |
| 21 | TERMOSANITARIA AMISTA G. SRL  | 870   | NA      | MP        |
| 22 | PIVETTI GOMME SRL             | 300   | NA      | MP        |
| 23 | AUTOCARROZZARIA NEO PAINT SRL | 400   | NA      | MP        |
| 24 | ENERGY SNC                    | 450   | NA      | MP        |
| 25 | COMET SPA                     | 1.053 | NA      | MP        |
| 26 | EMILIANA DISCOUNT SRL         | 600   | A       | MP        |
| 27 | LINK UP SRL                   | 1.250 | A       | MP        |
| 28 | DECATHLON ITALIA SRL          | 4.500 | NA      | G         |
| 29 | B.B.C. SRL (OBI)              | 5.845 | NA      | G         |
| 30 | COOP ESTENSE                  | 9.750 | A       | G         |

- MEDIE STRUTTURE DI VENDITA NON ALIMENTARI
- MEDIE STRUTTURE DI VENDITA ALIMENTARI
- GRANDI STRUTTURE DI VENDITA NON ALIMENTARI
- GRANDI STRUTTURE DI VENDITA ALIMENTARI
- GRANDE STRUTTURA DI VENDITA OBI
- MP MEDIO PICCOLA STRUTTURA DI VENDITA
- MG MEDIO GRANDE STRUTTURA DI VENDITA
- G GRANDE STRUTTURA DI VENDITA
- NA NON ALIMENTARE
- A ALIMENTARE

|                           | NUMERO | MQ     | % MSV NA Via Emilia O rispetto ai mq di SV a Modena | % MSV NA Via Emilia O rispetto al numero totale |
|---------------------------|--------|--------|---|---|
| MEDIE NA VIA EMILIA OVEST | 25     | 24.272 | 25  | 18  |
| MEDIE NA COMUNE DI MODENA | 142    | 98.720 |   |   |



PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE  
AREA EX- ARBE - MODENA

INDIVIDUAZIONE DELLE STRUTTURE DI VENDITA IN PROSSIMITA' DELLA VIA EMILIA OVEST