

COMUNE DI TREVIOLO
Provincia di Bergamo

PIANO DI GOVERNO DEL TERRITORIO

- *adottato dal Consiglio Comunale
con delibera n° del*
 - *conforme al P.T.C.P.
con delibera n° del*
 - *approvato dal Consiglio Comunale
con delibera n° del*
-

DOCUMENTO DI PIANO STUDIO INTEGRATIVO PER IL SETTORE DEL COMMERCIO

RELAZIONE

A cura di:

UFFICIO TECNICO DEL COMUNE DI TREVIOLO
Geom. Di Leo
Marino Mastrototaro
Collaboratore
Rag. Walter Colombini

Progettista:

Dott. Arch. Margherita Fiorina
24129 Bergamo
via Salvecchio, 13 tel. fax 035/248470

Collaboratori

Dott. Arch. Marzia Lomboni, Dott. Alice Bosio

Premessa

Il trascorso periodo di pianificazione commerciale si è concluso col raggiungimento solo parziale degli obiettivi auspicati dalla legge 426/71. La necessità di un nuovo strumento di pianificazione è sicuramente cogente rispetto ad una forma di sviluppo commerciale che non tenga conto della evoluzione urbanistica del territorio.

Tale situazione ha spinto questa Amministrazione Comunale a procedere alla formulazione di una pianificazione urbanistica-commerciale che prenda in considerazione le indicazioni contenute nella legge di riforma del settore commerciale nonché dei criteri ed indirizzi in tal senso promanati dalla Regione Lombardia.

La flessione economica produttiva generale costringe l'Amministrazione Comunale a ricercare un sistema elastico nel governo del territorio puntando con coraggio alla riqualificazione del tessuto urbanizzato con uno strumento di programmazione che consenta integrazioni e negoziazioni nei vari piani attuativi d'intervento previsti dal vigente ed elaborando nuovo strumento urbanistico. Poichè, tra il terziario, il commercio svolge l'importante ruolo di cinghia di trasmissione tra la produzione ed il consumo, pensiamo che ricercare un razionale ed equilibrato assetto del sistema distributivo significhi attivare una serie di meccanismi di integrazione misurata e competitiva tra formule distributive diverse (commercio di vicinato, media struttura e grande struttura di vendita, ambulante); scelte diverse rischierebbero di fare ben poca strada.

Lo strumento che viene introdotto dalla legge di riforma del settore è legato a precise scelte di carattere urbanistico che possono anche modificare in modo concreto lo strumento urbanistico vigente. La nostra volontà, invece, è di ribadire che i vigenti ambiti di zonizzazione urbanistica del territorio sono corrispondenti alle necessità di pianificazione commerciale che si intendono attuare e pertanto le scelte che si fanno sono di tipo normativo mirate unicamente a disciplinare l'insediamento commerciale nei vari contesti urbanistici del territorio.

I criteri di programmazione commerciale seguiti sono prioritariamente intesi:

1. a rispondere in modo compatibile con gli atti di pianificazione territoriale sovracomunale;
2. a tutelare la compatibilità oggetto di valutazione di impatto ambientale nei casi prescritti;
3. a qualificare l'ammissibilità urbanistica degli insediamenti commerciali.

Fatto salvo il prioritario rispetto di tali compatibilità le aspettative che si intendono conseguire sono intese a promuovere la libertà di iniziativa economica nei limiti di una evoluzione equilibrata dell'apparato distributivo ed a fornire un quadro di orientamenti ai soggetti interessati. A tale proposito, con questa programmazione commerciale, si favorisce:

- a. una integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;
- b. un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;
- c. una integrazione delle attività commerciali con le altre attività lavorative al fine di garantire la presenza continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste con funzioni produttive, funzioni di servizio, funzioni commerciali, funzioni direzionali, funzioni ricettive e di spettacolo, utilizzando le eventuali aree industriali dismesse;
- d. un equilibrato rapporto tra la rete viaria e gli insediamenti commerciali in modo da evitare fenomeni negativi sulla rete viaria esistente;
- e. la possibilità di creare un centro aggregativo nel centro storico mediante una riqualificazione dell'attuale rete distributiva di vicinato anche con la possibile realizzazione di una struttura che accorpi più negozi di vicinato già presenti nel centro storico.

In sostanza lo strumento di programmazione che si pone in approvazione non modifica alcun ambito urbanistico previsto dal vigente strumento, ma si limita a meglio specificare:

1. la definizione generica di insediamento commerciale indicata dallo strumento urbanistico, il tipo di insediamento commerciale realizzabile nei singoli ambiti urbanistici tra le nuove tipologie come definite dalla legge di riforma;
2. le prescrizioni a cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dell'arredo urbano nel centro storico;
3. le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;
4. le prescrizioni inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita.

Il commercio: possibile volano di riqualificazione

Il commercio svolge un ruolo fondamentale nella nostra vita quotidiana: la condiziona e condiziona le stesse funzioni delle città, i comportamenti singoli e collettivi e riveste un'indubbia forza equilibratrice di tutta la vita sociale delle città e dei centri minori.

La viabilità, i trasporti, le relazioni sociali, gli orari e i servizi sono tutti condizionati ed interdipendenti dalle realtà commerciali locali.

Il commercio crea interesse, vivacità, favorisce l'aggregazione, qualifica i contesti urbani, è volano e moltiplicatore per l'incontro e lo svago pur rispondendo ad una precisa esigenza primaria.

Negli ultimi anni la rete distributiva si è modificata sia sotto il profilo quantitativo che qualitativo.

Le diverse abitudini di acquisto indotte dal mutare delle abitudini di vita, hanno influito sulle caratteristiche strutturali della rete e sulle tecniche di vendita, determinando esigenze di riorganizzazione dell'impresa commerciale per l'esercizio dell'attività con prodotti diversi, su spazi più ampi, in sedi diverse con orari di vendita più consoni ai tempi di acquisto dei consumatori.

Vi è stato un progressivo ed inarrestabile spostamento dell'asse commerciale sia dal punto di vista geografico, dal centro alla periferia, che tipologico, dalla piccola alla grande superficie di vendita.

Le nostre città, si stanno man mano trasformando e la crisi dei centri storici e del piccolo dettaglio si è fatta sempre più consistente, quasi irreversibile e così rischia di spezzarsi lo stretto e storicamente consolidato legame fra commercio e struttura urbana.

Il decreto Bersani, di fronte all'inadeguatezza dei piani commerciali previsti dalla normativa precedente, ha ritenuto che la programmazione della funzione distributiva dovesse avvenire attraverso una considerazione più attenta dello sviluppo urbanistico dei comuni e delle destinazioni d'uso previste dagli strumenti urbanistici.

Da quanto detto è evidente, pertanto, il compito di programmazione del Comune che si concretizza nella necessità di adottare, o perlomeno di adeguare, i propri strumenti urbanistici.

Questa nuova evoluzione urbanistica deve, tuttavia, conservare inalterati i Centri storici ove le tradizioni e la storia hanno creato un'immagine riconoscibile ed universalmente apprezzata; l'espansione degli abitati e le proposte di nuove aggregazioni commerciali possono anche creare una divaricazione nell'assetto produttivo: comunque deve essere garantito un equilibrio per gli interessi, le domande e le attività che gravano sui nuclei storici limitati spazialmente, ma ad alto contenuto simbolico.

La vera svolta determinata dal decreto Bersani risiede in una precisa scelta di politica urbanistica: la pianificazione commerciale deve essere assunta quale parte integrante della strumentazione urbanistica.

La stretta connessione tra qualità del commercio e qualità urbana, emergente dalle nuove disposizioni, evidenzia come la funzione commerciale, integrata alle altre funzioni terziarie, assuma un ruolo sempre più importante per la definizione degli *standard* urbanistici e, più in generale, nell'ambito della pianificazione urbanistica.

La necessità di un'analisi particolareggiata del commercio presente nelle aree esterne al centro storico, deriva dall'esigenza di conoscere i punti eccellenti nei quali indirizzare ed organizzare il sistema distributivo periferico.

Le aree periferiche risentono, in effetti, in misura considerevole delle modificazioni che il modello di sviluppo territoriale sta provocando nel commercio delle città.

La polifunzionalità è alla base del nuovo assetto del territorio ed il nuovo modello emergente, denominato "policentrico", comporta l'articolazione delle funzioni urbane secondo una rete composta da diversi punti di forza.

Se il protagonista principale del processo di riqualificazione di un centro cittadino è il Comune, il secondo gruppo di attori è ravvisabile proprio negli operatori o, ancor meglio, nelle associazioni e nei consorzi costituiti dagli imprenditori operanti nelle aree di progetto.

Diamo per acquisita che la vera centralità di ogni nucleo abitato sono i suoi cittadini.

Procedura

La procedura seguita nell'elaborazione del piano è quella dettata dai criteri regionali, opportunamente ridimensionata alla realtà locale, ed articolata come di seguito indicato:

1. indagine sulla popolazione e sulle abitudini d'acquisto;
2. analisi dell'offerta globale riferita a tutte le realtà distributive insediate sul territorio;
3. indagine sulle tendenze evolutive nella localizzazione degli esercizi e conseguenti ricadute sull'offerta commerciale con riferimento ai vari ambiti del territorio;
4. indagine conoscitiva estesa a livello sovracomunale sulle reti distributive dei comuni limitrofi e grandi strutture di vendita;
5. indagine sulla rete viaria di attraversamento del contesto urbano;
6. valutazione dell'accessibilità del servizio pubblico di trasporto nel territorio.
7. determinazione delle procedure per l'apertura di esercizi di vendita al dettaglio;
8. criteri urbanistici.

Indagine sulla popolazione e abitudini d'acquisto

Per sviluppare detto convincimento si è fatta la scelta di cogliere innanzitutto il parere del consumatore al quale deve essere posta la nostra attenzione principale cercando di dargli il migliore servizio distributivo che corrisponda il più possibile alle sue esigenze in termini di qualità.

La valutazione derivata è di comprendere quanta evasione attualmente in atto si riesce a fermare mediante un ammodernamento della rete distributiva cittadina.

La risposta non può essere ricercata che nelle abitudini di acquisto dei cittadini e nella loro propensione a preferire certe strutture distributive anziché altre. In altri termini coloro che attualmente utilizzano i negozi di vicinato di Treviolo continueranno ad utilizzarli, mentre ciò che a noi interessa è dimensionare ed analizzare il fenomeno dell'attrazione esercitata dalla rete distributiva esterna al nostro sistema distributivo.

Le abitudini d'acquisto degli abitanti di Treviolo

Poiché non esiste e non si è mai attuata una politica di misurazione della propensione agli acquisti dei cittadini residenti ne si è mai valutata l'efficienza ed il gradimento della qualità dei servizi forniti dalla rete distributiva di Treviolo, occorre rivolgersi direttamente ai cittadini per capire che cosa pensano dell'attuale sistema distributivo e se risponde pienamente alle loro esigenze.

Utilizzando un metodo già sperimentato in altre realtà comunali, per scopi diversi, si è utilizzato un questionario, sulle cui risposte ci si interroga per capire se il servizio erogato sia *"il migliore servizio reso al consumatore"* o se occorre porre dei correttivi al sistema distributivo e di che tipo.

Scopi e metodologia della rilevazione

Senza dubbio la rilevazione della qualità del servizio atteso da parte del cittadino non può prescindere dalla valutazione generale riguardante la posizione sociale, culturale e professionale dello stesso.

Ne consegue la nascita di una situazione critica in quanto se da un lato si registrano alcune aspettative diverse da parte del consumatore, dall'altro vi è la notevole e reale difficoltà di individuare ed armonizzare i vari interventi da porre a fronte delle molteplici richieste di cambiamento.

La scelta del questionario, quale strumento di rilevazione, è finalizzata a conoscere come viene percepito il servizio offerto dall'attuale sistema distributivo di Treviolo e nel contempo vuole misurare il fenomeno dell'evasione al consumo verso le altre realtà distributive poste in un raggio di distanza contenuto in 30 chilometri dal territorio in esame. Contestualmente si vuole cogliere quali sono i motivi che spingono il consumatore a preferire alcuni sistemi distributivi ad altri in una scala di ragioni che collegano il momento degli acquisti con altri motivi.

Il campione

Si è ritenuto opportuno rivolgere il questionario alla famiglia e considerato il rapporto tra gli abitanti residenti al momento della rilevazione (10.206) ed il numero dei nuclei familiari (4.113 pari a 2,4 componenti per nucleo familiare), si è ritenuto che tale numero non fosse particolarmente elevato per non poterli contattare tutti quanti. Così è stato fatto; si è distribuito a tutte le famiglie il questionario accompagnato da una lettera a firma del Sindaco nella quale erano esposte le finalità e gli scopi dell'indagine, ribadendo l'assoluto anonimato del compilatore, affinché lo stesso potesse recepire la necessità di assoluta sincerità e obiettività nelle risposte, senza possibili condizionamenti, inoltre era chiesto che il questionario venisse compilato dal componente del nucleo familiare che abitualmente effettua la spesa.

Il riscontro dei questionari

Dei questionari distribuiti ne sono stati restituiti 312 (la modalità di consegna è avvenuta tramite raccoglitori segnalati posti presso la casa comunale).

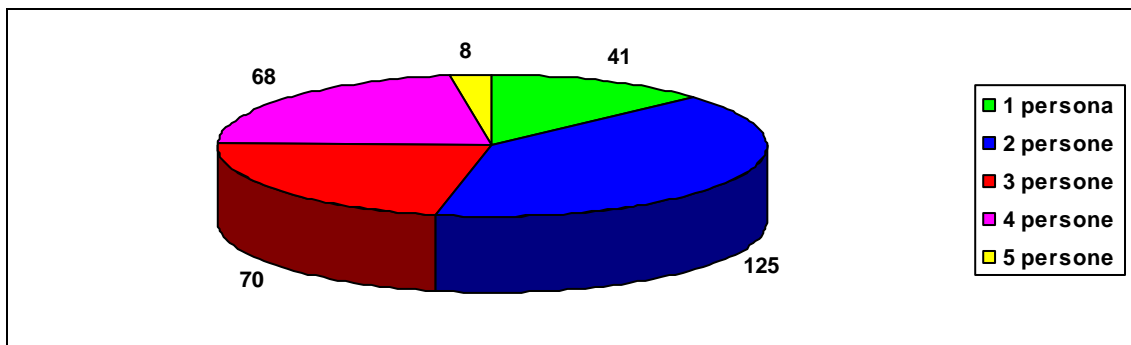
Il campione ritenuto soddisfacente ed utilizzabile risulta composto da 312 questionari compilati da nuclei familiari che sommano 813 abitanti.

Il risultato si colloca attorno all'8% della popolazione ed al 7,5% dei nuclei familiari. Come dato è certamente inferiore all'aspettativa, ma occorre fare presente che anche in analoghe esperienze fatte in altre realtà comunali il risultato non ha mai superato il 10%.

Aspetti sociali evidenziati dal campione

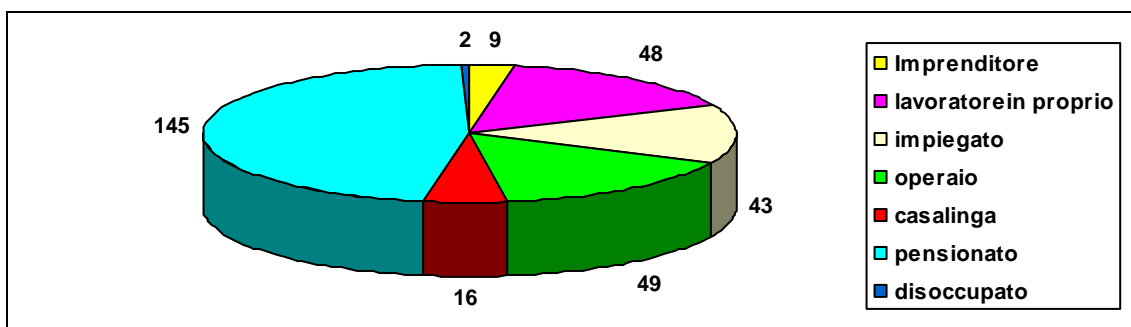
L'appartenenza ad una estrazione culturale, economica e il numero dei componenti il nucleo familiare, influiscono molto sulle abitudini, pertanto è importante conoscere se l'obiettivo di calibrare l'indagine allo scopo prefissato è stato raggiunto o meno.

1 - In relazione al numero dei componenti i nuclei familiari



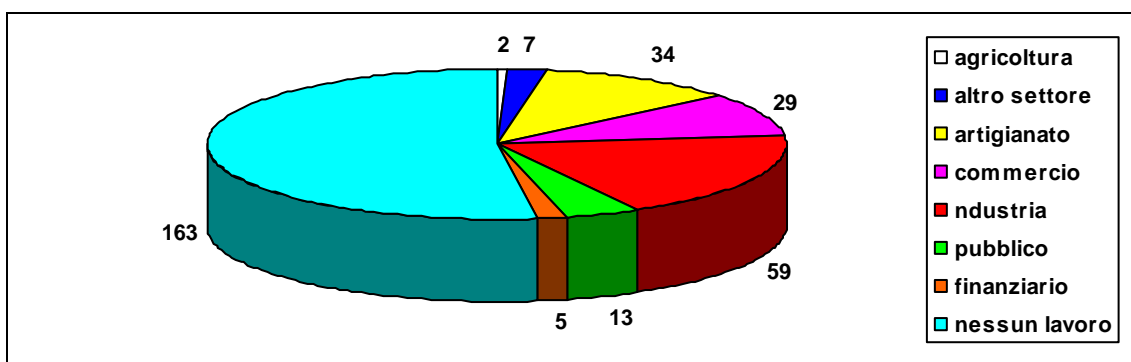
Sicuramente il valore acquisito corrisponde alla prospettiva di avere un consistente numero di nuclei familiari mediamente numerosi in quanto più portati al consumo e quindi più credibili al fine dell'indagine.

2 - In relazione alla professione del capofamiglia



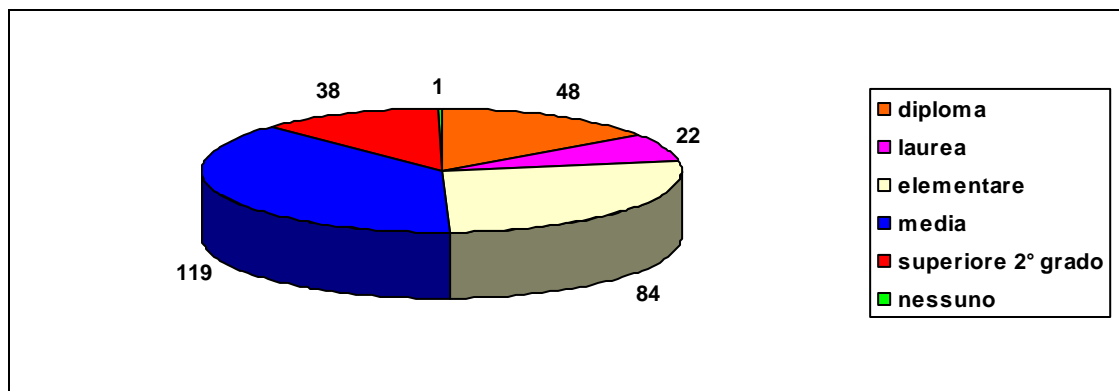
Il valore evidenzia una forte presenza di capofamiglia di nuclei intervistati in posizione di quiescenza quindi con una media disponibilità economica, elemento essenziale per disporre una politica familiare d'acquisto.

3 - In relazione al settore di attività economica di impiego del capofamiglia



Questo valore evidenzia una risposta collegata alla posizione lavorativa in godimento, dai capofamiglia intervistati, prima del pensionamento confermando la media disponibilità economica dei nuclei intervistati. Ai dati esposti si aggiungono 145 capofamiglia ritirati dal lavoro, 16 casalinghe e 2 disoccupati.

4 - In relazione al titolo di studio del capofamiglia



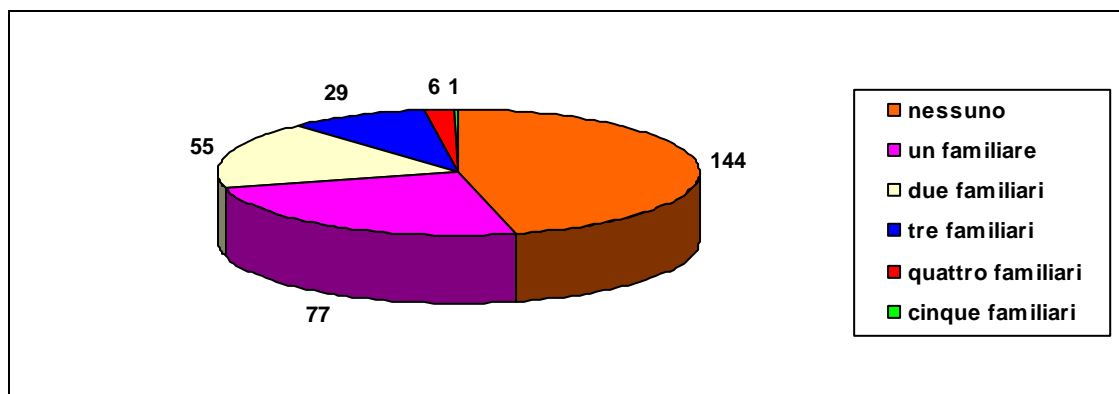
Per quanto concerne il grado culturale si è preso in considerazione quello del capofamiglia individuando nel medesimo il responsabile ad emanare direttive familiari che influiscono sicuramente sui comportamenti ed abitudini degli altri componenti il nucleo familiare.

Posizione dei componenti la famiglia in relazione al luogo di lavoro

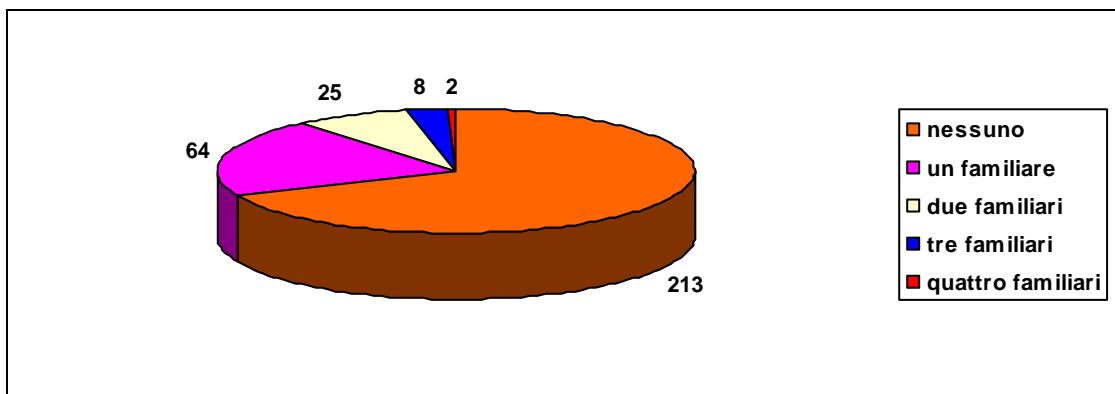
Oltre alla conoscenza della condizione sociale del nucleo familiare intervistato, si è voluto cogliere quanti componenti della famiglia prestassero la loro attività lavorativa in Treviolo e quanti di loro, invece, si recano fuori comune.

Nella loro semplicità, le due questioni mirano a conoscere quanti soggetti del campione hanno l'opportunità giornaliera di rivolgersi a strutture commerciali esterne a Treviolo per il solo fatto di trovarsi a lavorare fuori, ovvero si rivolgono alla struttura commerciale indipendentemente dal fatto di essere a lavorare nel comune di Treviolo o fuori di esso. Il risultato emergente ci aiuta a comprendere quale incidenza ha il posto di lavoro nel calcolo dell'evasione di consumo dalla rete commerciale comunale.

5 - Quanti componenti il nucleo familiare lavorano in Treviolo?



6 - Quanti componenti il nucleo familiare lavorano fuori Treviolo?

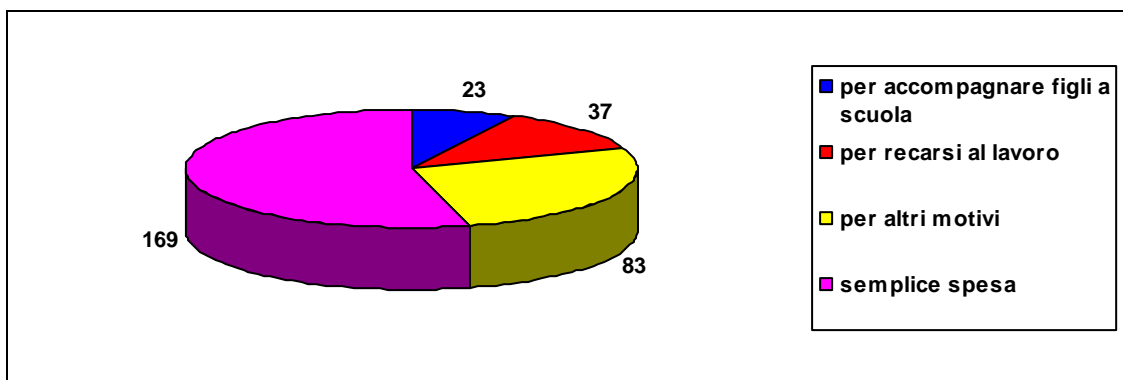


Per quanto concerne il luogo di lavoro si sono presi in considerazione tutti i componenti i nuclei familiari poichè la vicinanza del luogo di lavoro con strutture di vendita organizzate incide sicuramente sulle abitudini d'acquisto.

Indagine sulle abitudini d'acquisto

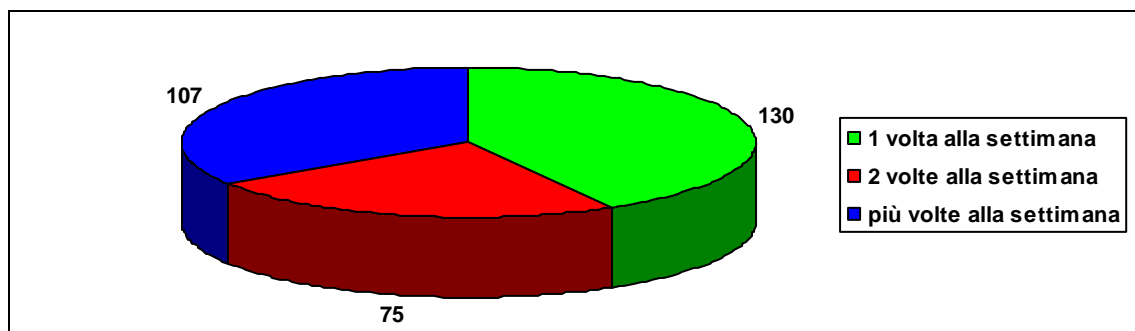
L'indagine prosegue nel conoscere le abitudini d'acquisto dell'intervistato quando si accinge a fare spesa, ovvero si cerca di cogliere l'uscita di casa per la spesa con quale altro motivo è spesso abbinata, quante volte esce a fare spesa di alimentari e non alimentari, a quale tipo di strutture si rivolge e per quali generi in ordine di importanza. La risposta ci aiuta a comprendere il perché di certe scelte di negozi anziché altre e la sua propensione a percorrere distanze rilevanti pur di fare acquisti. I risultati vengono riportati in ordine alla domanda posta nel questionario.

7 - Quando Lei esce per fare la spesa giornaliera si sposta contemporaneamente per quale motivo?



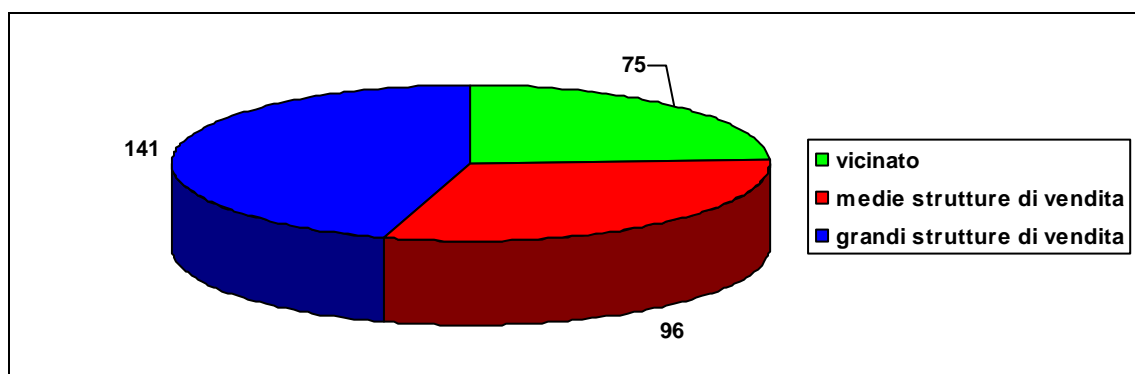
E' importante rilevare come la maggior parte degli intervistati ritengano il momento degli acquisti un momento a se da non dedicare anche ad altri motivi.

8 - Quante volte alla settimana effettua la **spesa di generi alimentari**?



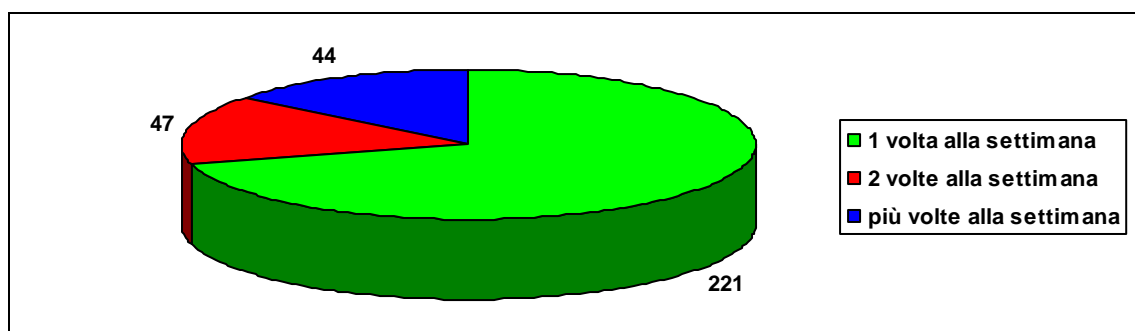
Seppure la tecnologia ha messo a disposizione del consumatore moderni apparecchi refrigeranti utili alla conservazione dei prodotti alimentari per lunghi periodi, occorre rilevare come sia elevato il numero degli intervistati che effettua gli acquisti di prodotti alimentari con una ripetitività di due o più volte alla settimana.

9 - Quali sono i luoghi preferiti per la **spesa di generi alimentari**?



Si rileva che solo il 24% degli intervistati si rivolge ai negozi di vicinato, il 31% si rivolge ai negozi di media struttura di vendita, mentre il restante 45% si rivolge alla grande distribuzione.

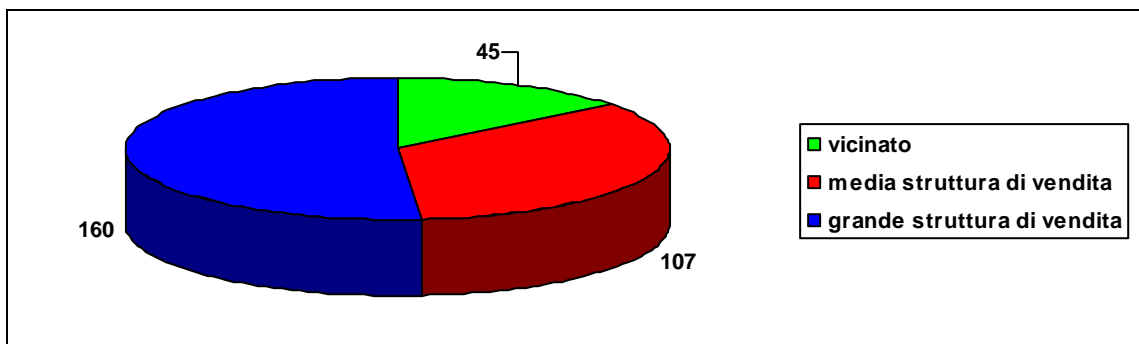
10 - Quante volte alla settimana effettua la spesa di **generi non alimentari**?



L'alto numero di gente che compie acquisti di generi vari una volta alla settimana corrisponde pienamente con il dato successivo dove il momento dell'acquisto del bene, anche voluttuario, è vissuto come momento di

socializzazione dopo una settimana di poca unità familiare e quindi ci si dispone a frequentare luoghi d'acquisto che offrono l'opportunità di incontrare gente e magari anche qualche struttura di svago o di servizio ristorativo a prezzo contenuto.

11 - Quali sono i luoghi preferiti per gli acquisti di **generi non alimentari**?



Si rileva che solo il 15% degli intervistati si rivolge ai negozi di vicinato, il 34% si rivolge ai negozi di media struttura di vendita, mentre il restante 51% si rivolge alla grande distribuzione.

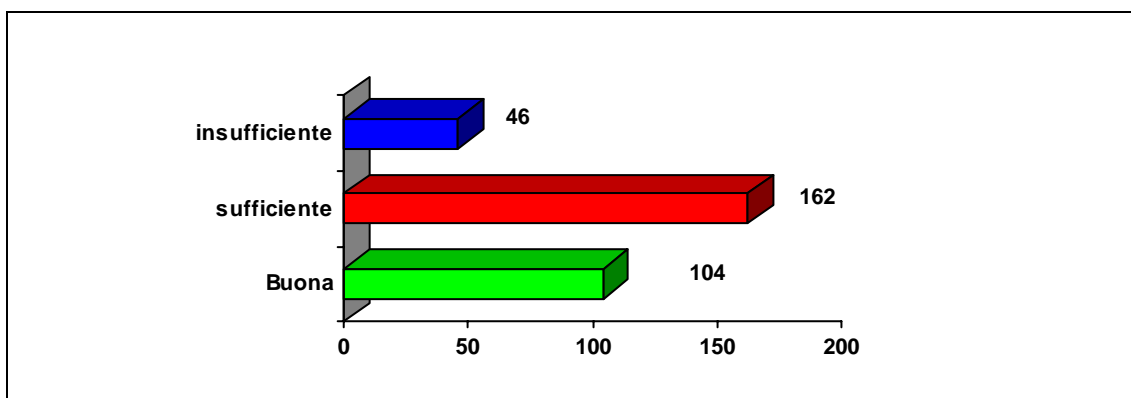
12 - Beni diversi acquistati in ordine di importanza:

1. Prodotti per l'igiene della persona e della casa	76,60%
2. Abbigliamento	49,03%
3. Casalinghi	30,77%
4. Foto, informatica, libri	11,53%
5. Arredo Casa	6,41%
6. Auto, moto, cicli	1,28%
7. Elettrodomestici	1,28%
8. TV, hi-fi	0,64%

La graduatoria è espressa in termine di percentuale sull'intero campione in ragione della loro scelta nel classificare i singoli prodotti.

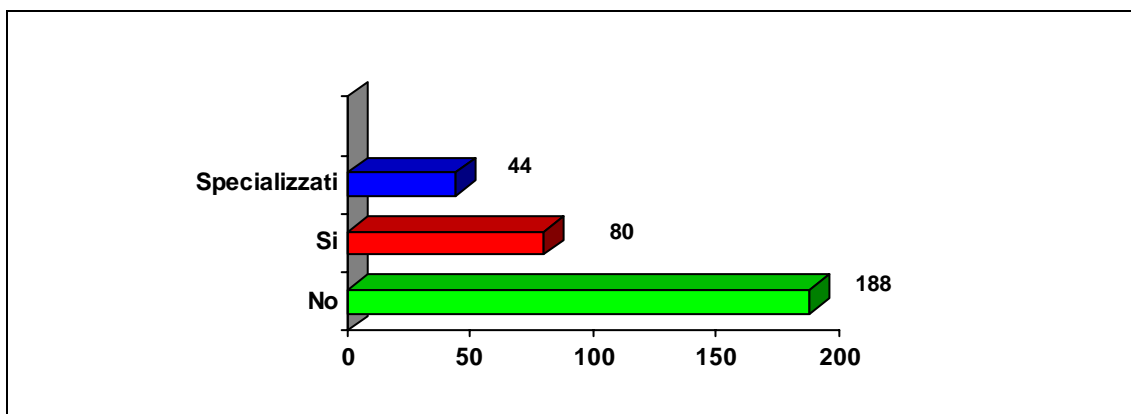
Valutazione del sistema distributivo utilizzato dagli utenti intervistati

13 – In termini di qualità, come corrisponde alle sue esigenze d'acquisto l'attuale rete commerciale di Treviolo?



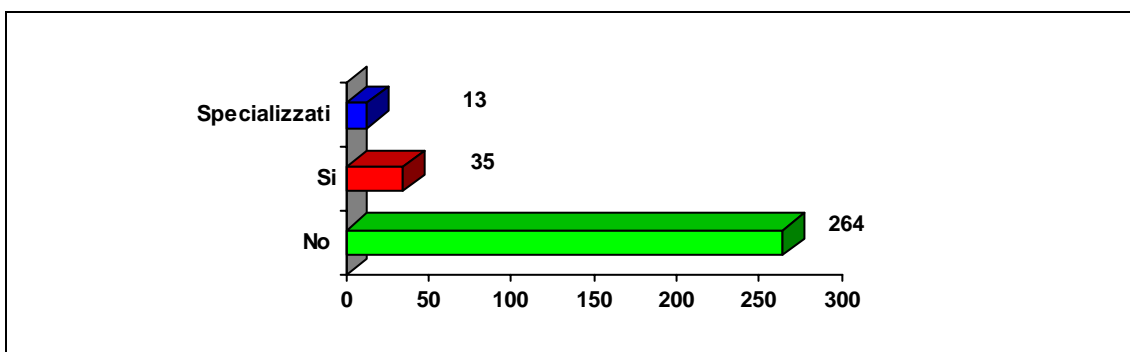
Dal grafico si evidenzia che solo il 33,33% degli intervistati ritiene la rete distributiva di Treviolo in grado di soddisfare le loro esigenze, la restante parte nel ritenerla sufficiente o scarsa sostanzialmente richiede qualche cambiamento che la possa migliorare presentando una maggiore diversificazione distributiva che non costringa l'utenza a ricercare i prodotti in ambiti distributivi allocati in altri comuni

14 – Ritiene necessaria l'apertura di nuovi esercizi di media distribuzione in Treviolo?



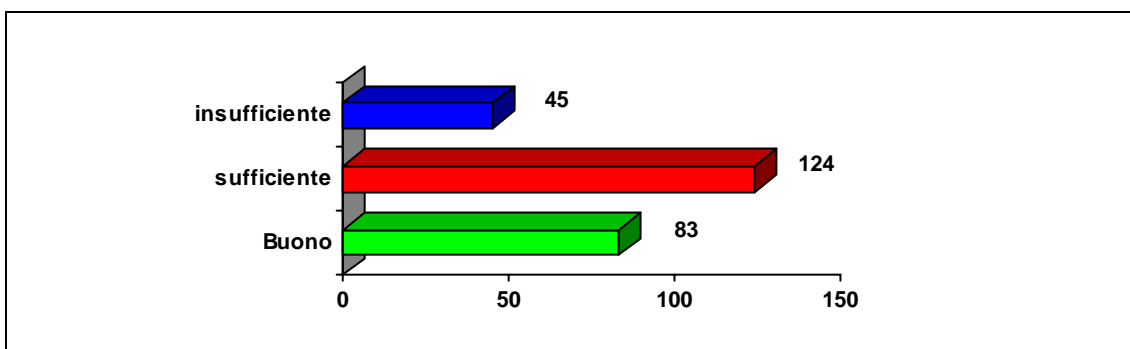
Quanto emerso nell'analisi del punto precedente, viene ribadito anche nella presente valutazione qualitativa del sistema distributivo presente sul territorio. Se da un lato la maggioranza dice no nuove medie strutture è perchè è soddisfatta del servizio della grande distribuzione dei comuni vicini alla quale si rivolge sistematicamente per i propri acquisti, pertanto la valutazione deve essere utilizzata per la parte che chiede il miglioramento della qualità della media struttura cercando di specializzare il settore.

15 – Ritiene necessaria l'apertura di nuovi esercizi di grande distribuzione in Treviolo?



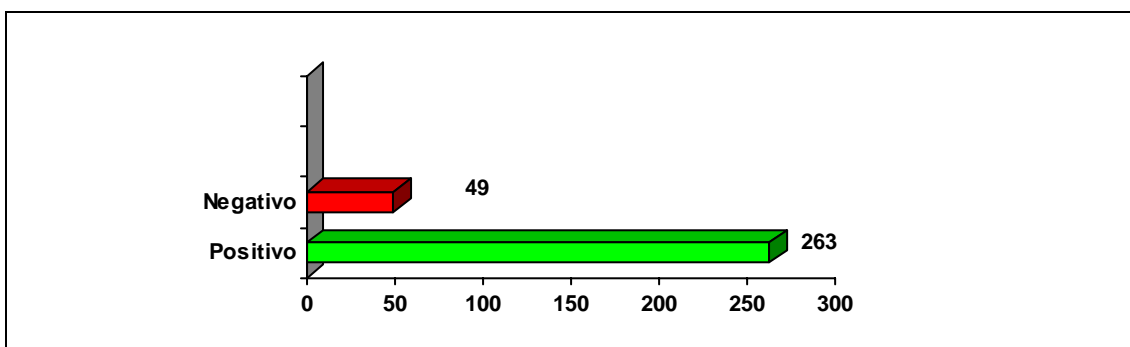
La valutazione induce a fare attenzione all'insediamento della grandedistribuzione rilevando che la rete distributiva esistente nei comuni contermini è sufficiente al fabbisogno. Eventuali aperture dovrebbero riguardare settori specialistici.

16 – Come giudica il servizio reso dal mercato cittadino?



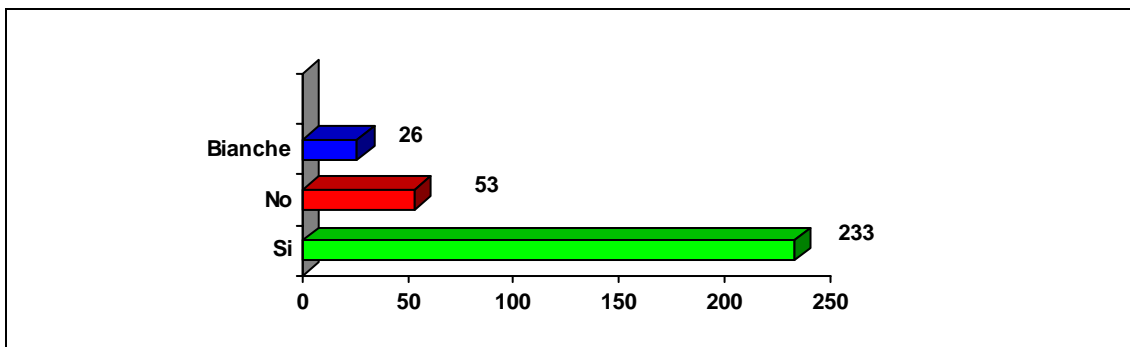
La valutazione sul servizio reso dal mercato cittadino evidenzia l'utilizzo da parte di tutti gli intervistati con una marcata necessità di migliorare la qualità del servizio reso mediante una revisione del sistema distributivo privo di ogni qualsivoglia pianificazione merceologica che permette il formarsi di eccessi d'offerta in alcuni ambiti a discapito della carenza (mancanza) d'offerta di altri prodotti.

17 – Come considera il potenziamento del mercato cittadino?

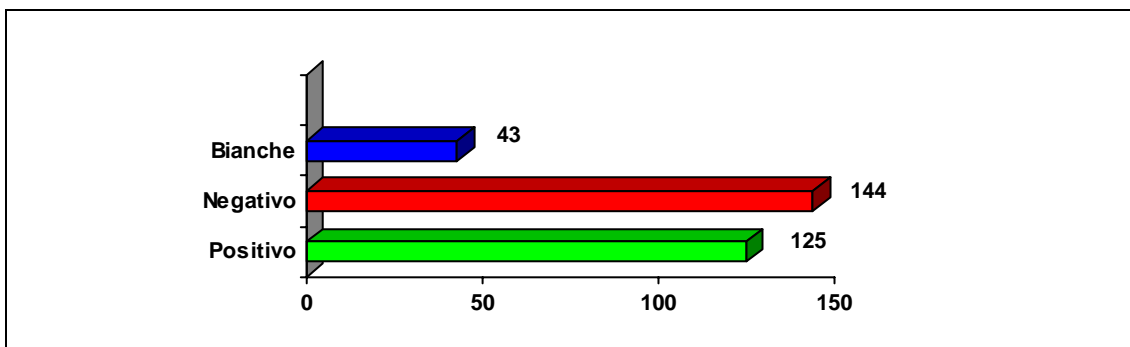


Come commentato al punto precedente, la riqualificazione del mercato è sostenuta dalla quasi totalità degli intervistati, quasi ad indicare che ciò sarebbe sufficiente per equilibrare le carenze del sistema distributivo di Treviolo.

18 – La localizzazione del mercato soddisfa le sue esigenze?

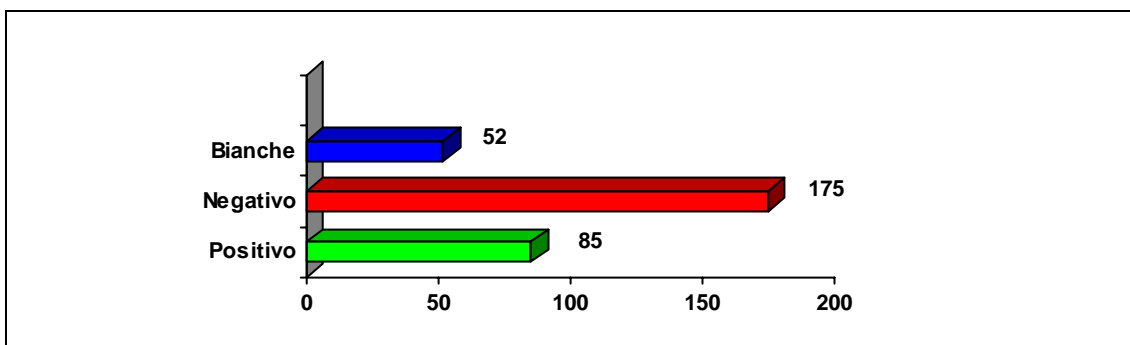


19 – Come considera lo spostamento del mercato?



Le risposte date ai precedenti due quesiti sembrerebbero essere discordanti, nella realtà vanno lette separatamente rilevando che la posizione attuale del mercato è accettata, ma che questa non deve essere vista come una situazione imm modificabile ben rilevando che una buona parte degli intervistati non sarebbe poi contraria ad un eventuale spostamento, magari in un'area meglio attrezzata.

20 - Come considera il cambio del giorno di mercato?



La risposta conferma che l'attuale giorno di mercato è confacente alle esigenze della maggioranza degli intervistati. Tra quelli che hanno risposto positivamente al cambio del giorno di svolgimento del mercato, la risposta è stata così articolata:

- Lunedì	-	7
- Martedì	-	2
- Mercoledì	-	8
- Giovedì	-	6
- Venerdì	-	3
- Sabato	-	19 pomeriggio
- Bianche	-	40

Analisi finale della domanda

Come è possibile rilevare l'utilizzo della rete distributiva di vicinato di Pedrengo è maggiormente utilizzata per più acquisti settimanali di prodotti alimentari da parte di chi lavora sul territorio e comunque da quei nuclei familiari di più componenti nei quali l'addetto agli acquisti è in posizione di quiescenza o di casalinga.

Certamente la rete è interessata altresì dagli acquisti immediati o specializzati e di qualità mentre il grosso della spesa trova risposta nell'utilizzo dei supermercati che si trovano sia in Pedrengo che nei comuni limitrofi.

E' altresì interessante come l'utenza rivolta alla grande distribuzione, che è presente solo fuori comune, sia composta nella maggioranza da pensionati che trovano risposta alla loro necessità di una sempre maggiore economia domestica.

Si può quindi affermare che il consumatore predilige l'uso della grande distribuzione, mentre la media distribuzione è scarsamente utilizzata poiché carente in termini qualitativi. Diversamente si riscontra come l'uso del negozio di vicinato è rilevante solo nell'acquisto plurisettimanale di generi alimentari.

Poiché la relazione è finalizzata a valutare quali possono essere le ricadute sul sistema distributivo locale derivate dalla modernizzazione dell'attuale rete distributiva mediante la creazione di eventuali poli commerciali costituiti dal centro storico e da poli distributivi esterni caratterizzati da insediamenti di media e grande superfici di vendita, per quanto attiene l'aspetto del miglior servizio da rendere al consumatore, dalle risultanze emerge un quadro non certamente rassicurante per la realtà distributiva di Pedrengo; infatti il consumatore, oltre a non riconoscere la validità della rete distributiva attuale di piccolo dettaglio, predilige in termini massimali l'uso di supermercati dimostrando che la carenza di questi lo spinge, in misura del 76% a rivolgersi in altri ambiti di grande distribuzione dove trova la risposta al suo nuovo concetto di vivere il momento degli acquisti.

Analisi dell'offerta

Per quanto attiene l'aspetto imprenditoriale l'analisi è un po' più complessa in quanto su di essa agiscono fattori esterni all'economia commerciale che, se non considerati, portano a valutazioni falsate.

L'analisi della rete distributiva al dettaglio fisso compiuta ai fini del presente piano, pone in evidenza i due momenti più direttamente coinvolti dal piano stesso:

1. i caratteri strutturali ed organizzativi della rete stessa, vista quindi essenzialmente sotto un profilo economico aziendale;
2. i caratteri territoriali della rete, vista nel rapporto con la distribuzione della popolazione residente o con i caratteri urbanistici delle aree di studio in cui si è diviso il territorio comunale e le strutture commerciali.

Si tratta, come evidente, di aspetti tra loro strettamente legati, che possono essere separati solo per comodità d'analisi.

Consistenza e dinamica della rete distributiva

Occorre premettere che Treviolo, alla data del 30 agosto 2008, aveva una densità residenziale di 10.206 persone di cui 5.058 maschi e 5.148 femmine costituenti 4.113 nuclei familiari.

In ragione della predetta densità abitativa la valutazione degli esercizi commerciali, in osservanza all'articolo 4 del DLgs 114/98, viene fatta sulla base del seguente rapporto di superficie di vendita:

- Vicinato da 1 fino a 250 mq.
- Media struttura da 251 fino a 2.500 mq.
- Grande struttura oltre 2.500

La rete distributiva al dettaglio di Treviolo attualmente è composta da **84** punti di vendita con dimensioni di esercizio di vicinato, **8** medie strutture, **8** tabelle speciali.

Gli addetti occupati nel sistema distributivo sono **278** nella distribuzione di vicinato, **33** nella media struttura di vendita, **16** nelle tabelle speciali, per complessivi **327** posti compresi i titolari delle aziende.

Per quanto attiene la rete distributiva di Treviolo, in quest'ultimo quadriennio, ha presentato una flessione al numero di esercizi ed addetti al commercio al dettaglio.

Per altro, nei comuni simili della Provincia, la densità commerciale risulta in diminuzione a causa di una dinamica della popolazione superiore a quella degli addetti al commercio al dettaglio. Ha indubbiamente contribuito a tenere bassa quest'ultima dinamica lo sviluppo della media e grande distribuzione.

L'assenza di esercizi della grande distribuzione non ha provocato alcuna dinamica nel settore del commercio tradizionale senza per altro causare nessun aumento del fatturato per addetto.

Gli effetti diretti ed indiretti della grande distribuzione sorta nei comuni vicini impone precise conseguenze dinamiche sulla struttura della rete distributiva di Treviolo nonostante sia caratterizzata con l'apertura di alcune nuove medie strutture di vendita, ma che non risultano aver ancora inciso sull'interesse dei consumatori

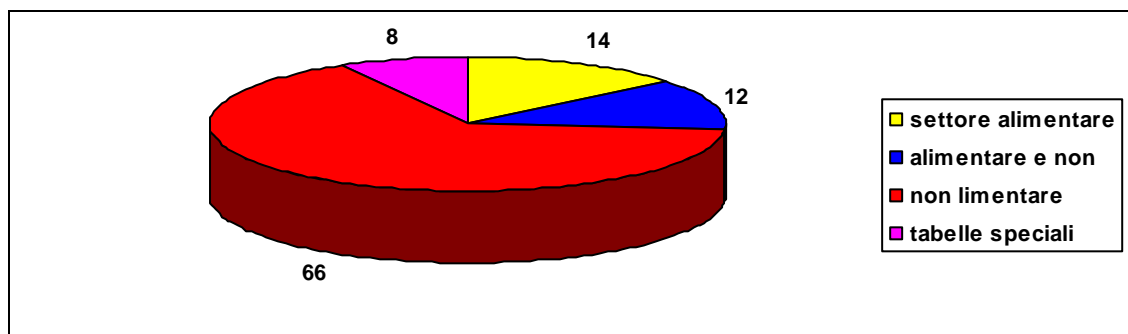
I settori merceologici

Per comodità d'indagine e per rilevare con maggiore accuratezza alcuni caratteri fondamentali della rete distributiva, si è proceduto alla suddivisione dei punti di vendita di Treviolo in due settori: alimentari e non alimentari; si sono altresì individuati gli ambiti delle cosiddette tabelle speciali.

L'analisi della presenza dei settori considerati nella rete distributiva di Treviolo permette di individuare nel settore non alimentare la componente più rilevante.

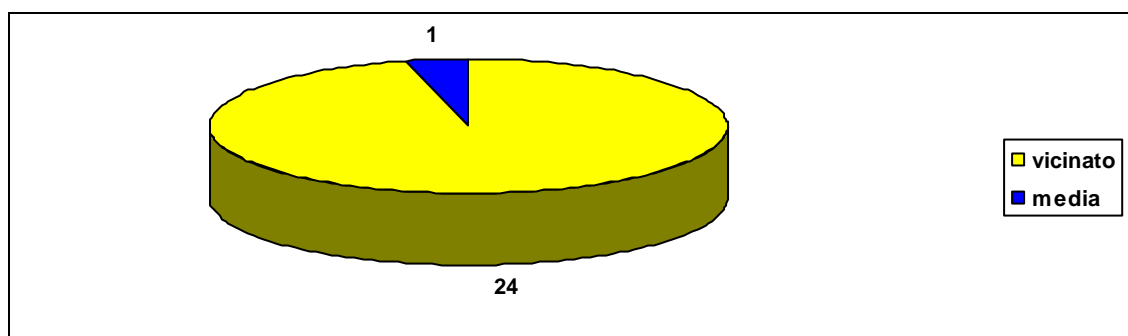
I 100 esercizi risultano così ripartiti:

Per settore merceologico

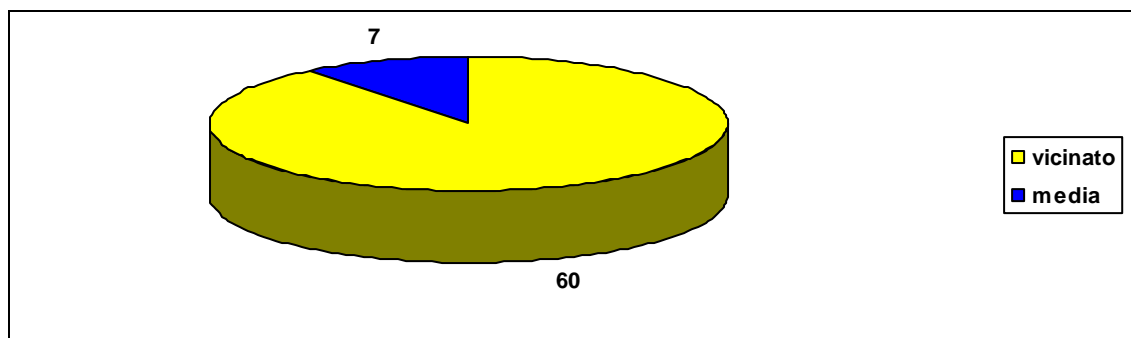


Confermando una caratteristica presente in tutte le altre realtà comunali, la rete distributiva presenta la maggioranza degli esercizi di vendita abilitati al settore non alimentare.

Per tipo di esercizio nel settore alimentare

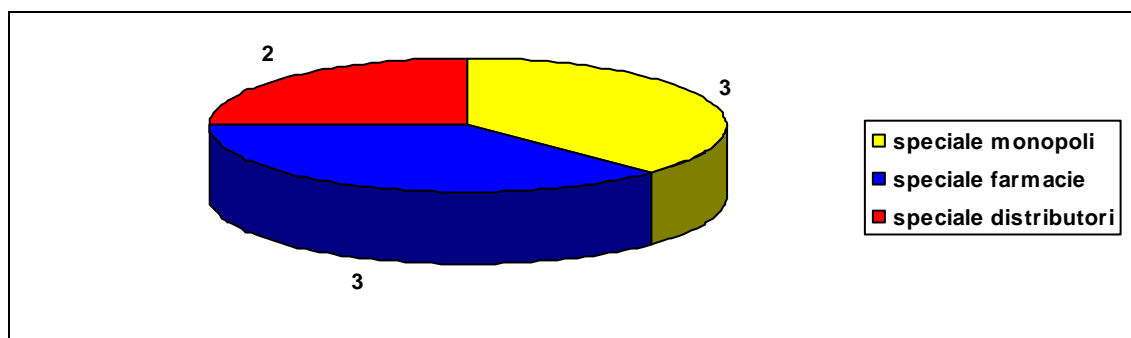


Per tipo di esercizio nel settore non alimentare



Come può rilevarsi dalle precedenti due esposizioni grafiche, i 14 esercizi rilevati a tipologia merceologica alimentare e non alimentare, di fatto solo 1 è impegnato esclusivamente solo per il settore non alimentare.

Per tipologia delle tabelle speciali e forme speciali di vendita



La rilevazione ha evidenziato una realtà che andrebbe adeguatamente armonizzata con le nuove disposizioni in materia in particolare riguardo alle attività connesse ai distributori di carburante.

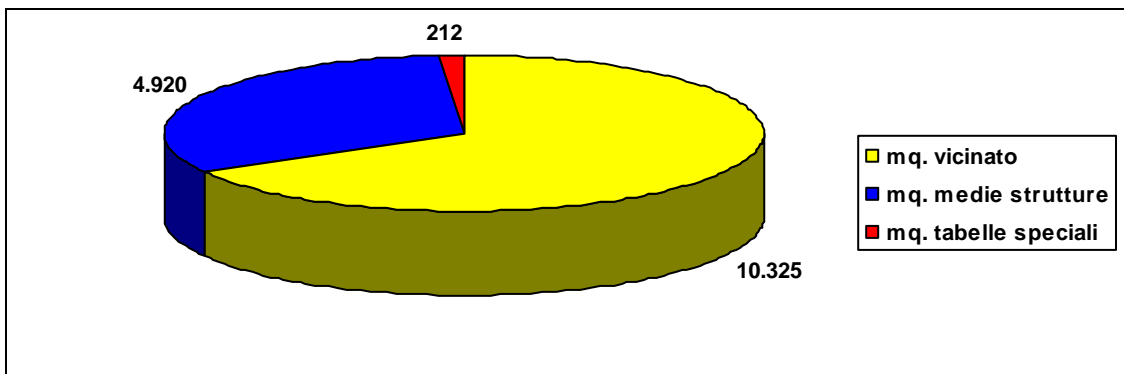
La grande distribuzione

Il settore della grande distribuzione in Treviolo è inesistente. Ciò conferma le valutazioni emerse dall'esame della domanda che presenta una elevata evasione verso le strutture della grande distribuzione presenti nei comuni limitrofi e confinanti.

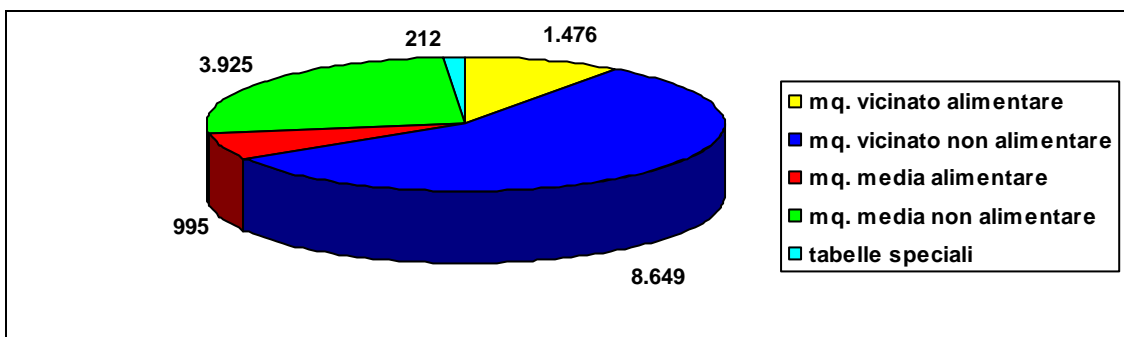
Le superfici di vendita

La superficie totale di vendita di mq. **15.457** ripartita in: mq. **10.325** esercizi di vicinato; mq. **4.920** medie strutture di vendita; mq. **212** esercizi con tabelle speciali.

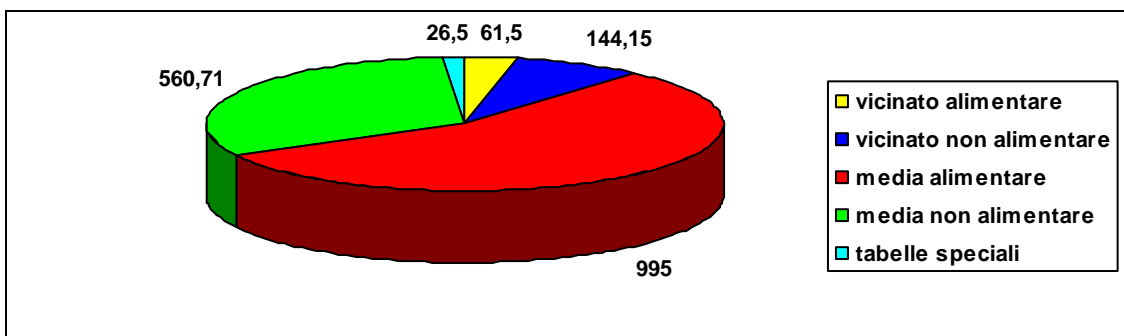
Se rapportata al numero degli addetti è pari a mq. **47,26** per addetto, mentre rispetto al numero degli abitanti si rileva un valore di mq. **1,51** ogni residente.



Il dato ribadisce che la maggior parte della superficie di vendita rilevata è utilizzata dai negozi di vicinato ed all'interno dei singoli settori la superficie di vendita risulta essere così ripartita:



Il valore medio delle superfici nei negozi risulta essere il seguente:

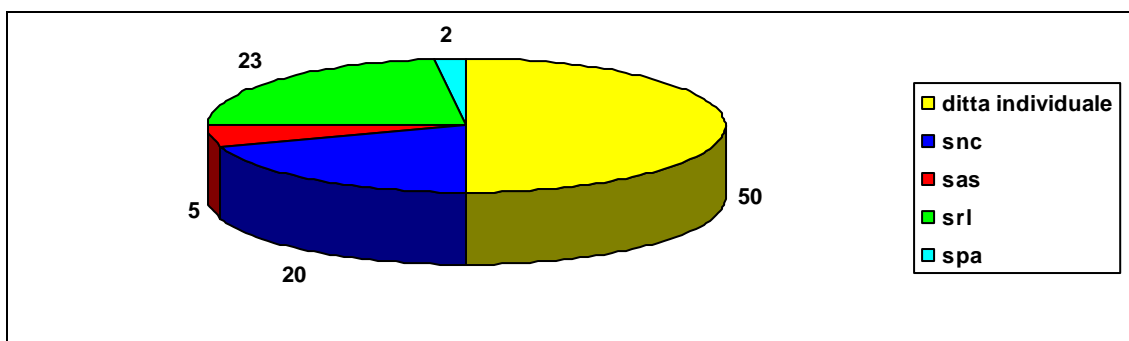


Risulta evidente che il settore non alimentare dispone di esercizi con una superficie di vendita accettabile poiché il tipo di prodotto venduto richiede superfici piuttosto ampie, mentre il valore del settore alimentare presenta solo una media struttura di vendita.

La forma giuridica

La rete al dettaglio appare costituita da 50 imprese individuali che si configurano come un insieme di aziende di medio-piccole dimensioni, mentre

la restante parte è costituita da società delle quali 25 figurano di capitali e 25 quali società di persone.



Le tecniche di vendita

L'analisi delle tecniche di vendita considera gli elementi organizzativi che, grazie al progresso avvenuto negli ultimi anni nel campo delle forme distributive e delle nuove tecnologie di conservazione e confezionamento dei prodotti, consentono di porre il compratore in diretto contatto con i prodotti che servono, oltre che a stimolare l'acquisto con la suggestione visiva ed a permettere economie sui costi di gestione. A Treviolo la maggioranza dei punti di vendita distribuiscono i prodotti adottando le tecniche più tradizionali a dimostrazione di quanto siano poco affermate le tecniche moderne nell'attuale sistema distributivo cittadino.

Le attrezzature d'esercizio

Con attrezzature d'esercizio si intendono tutti i mezzi tecnici che contribuiscono ad una più efficiente organizzazione ed a una più valida razionalizzazione del servizio di vendita.

Rientrano in questo quadro tutti gli apparecchi e gli impianti che servono alla organizzazione amministrativa, alla conservazione ed alla distribuzione dei prodotti ed ai collegamenti dell'azienda con i fornitori ed i clienti.

Tuttavia, per alcune attrezzature, come i telefoni ed i computer, risulta difficile stabilire il limite d'uso fra l'esigenza familiare e quella strettamente legata alla vita dell'azienda.

Per quanto riguarda i registratori di cassa tutti gli esercizi risultano dotati di tale attrezzatura; le attrezzature frigorifere che si compongono di armadi, celle e banchi frigoriferi, sono presenti, ovviamente, solo nel settore alimentare.

I banchi frigoriferi rappresentano l'attrezzatura più evoluta; essi permettono una maggiore utilizzazione dello spazio nell'ambito del negozio, offrono la possibilità di esporre i prodotti ed il loro incremento è dovuto in gran parte allo sviluppo della tecnica di conservazione dei prodotti anche surgelati.

Analisi finale dell'offerta

Escludendo alcuni esercizi di recente formazione o di particolare merceologia, si può affermare che l'attuale sistema distributivo di Treviolo non risponde appieno alle esigenze ed abitudini di consumo della domanda. Esso soffre di una mancata trasformazione e di una sedimentazione reddituale dei negozi tradizionali del centro, mentre in alcune zone esterne al centro si è dato vita ad aggregazioni commerciali di discreto risultato distributivo caratterizzato anche dalla presenza di medie strutture di vendita, il contesto dei diversi nuclei storici non ha saputo cogliere l'impellente necessità di trasformarsi in un autentici centri aggreganti e di shopping subendo passivamente l'elevata attrattività dei Comuni limitrofi, elemento quest'ultimo offerto dalla media e grande distribuzione.

Indagine evolutiva della rete commerciale

In ordine alle finalità dell'analisi sugli aspetti territoriali della rete commerciale è apparso metodologicamente necessario guardare il territorio comunale con riferimento agli ambiti storici residenziali di Curnasco, Treviolo, Albegno e Roncola al fine di verificare il modificarsi del livello di accessibilità ai servizi commerciali. In particolare si tende a mettere a fuoco l'aspetto più propriamente urbanistico di tale rapporto occupandosi dell'esame di tutta una serie di indici sotto un profilo prevalentemente "spaziale": dal punto di vista cioè della loro "variabilità" nelle diverse parti del territorio.

L'indagine ha evidenziato che la maggior parte dei negozi di vicinato di contenute dimensioni è allocata nei contesti urbanistici storici e residenziali, mentre il vicinato di maggiori dimensioni e le medie strutture di vendita di collocano principalmente lungo gli assi stradali di:

- Viale Europa
- Via Boffalora
- Via Giovanni XXIII
- Via Dalla Chiesa
- Via Dalmine – D'Almè

L'analisi dei caratteri di predetti ambiti urbanistici ci aiutano a rilevare l'esistenza reale o potenziale di squilibri dinamici tra la domanda e l'offerta di servizi, in modo da rendere possibile l'individuazione di eventuali linee di intervento correttive delle tendenze riscontrate.

L'indagine rileva una staticità del sistema distributivo che aveva di fatto creato un'unica area commerciale primaria che presentava una concentrazione di punti di vendita di beni di largo e generale consumo in misura superiore a quella richiesta da una loro corretta ripartizione gerarchica nel territorio. Ne è conseguito un sovraccarico delle aree centrali degli ambiti storici residenziali, che presentavano anche un impianto infrastrutturale d'accesso decisamente debole, con una dilatazione artificiosa del mercato dei beni di largo e generale consumo.

Con l'evento della media e grande distribuzione ci si è trovati con un'accessibilità verso tali esercizi inferiore a quella che potrebbe verificarsi in un assetto territoriale equilibrato, definito sulla base del mercato proprio dei beni che agiscono in misura analoga in una estensione dell'area di gravitazione e per frequenza di spostamenti dei consumatori. Di conseguenza il recente aspetto distributivo si è collocato lungo la viabilità principale di perimetro dell'abitato che è stata, anche recentemente, interessata da nuovi insediamenti di rilevanza commerciale.

Contesto sovracomunale

E' fuori di dubbio che quanto emerso dall'indagine deve necessariamente essere calata nel contesto geografico che vede il comune di Treviolo posto confine del contesto urbanizzato di Bergamo.

E' rilevante tenere in considerazione l'assetto viabilistico dell'intera area, ora caratterizzato dalla circonvallazione di Bergamo con funzione trasversale da Ovest a Est di tutto il territorio posto a Sud del capoluogo. Ma è altrettanto interessante tenere in considerazione il nuovo assetto stradale della SP 153 Dalmine – D'Almè.

E' evidente che questa nuova situazione viabilistica di maggiore fluidità d'entrata ed uscita da Bergamo e dalla Valle Brembana, faciliterà la comunicazione della popolazione di detti ambiti territoriali con le aree maggiormente servite dai grossi centri commerciali come quella di Curno, di Orio al Serio e di Seriate, aumentando di conseguenza l'evasione agli acquisti.

La proposta di prevedere uno sviluppo di medie e grandi superfici di vendita in ambiti urbanistici strategici, posti nelle vicinanze del predetto assetto viabilistico sovracomunale, se da un lato può generare comprensibili, ma non motivate, paure da parte dei piccoli negozianti, porterebbe di fatto un triplice beneficio:

1. quello più evidente, di rispondere alle richieste del consumatore dando un servizio distributivo in termini di vicinanza a beneficio di tutto il territorio;
2. quello di giustificare l'eventuale potenziamento del trasporto pubblico in entrata e uscita da Bergamo in modo da ridurre la movimentazione di veicoli, contribuendo al risparmio energetico e al mantenimento del tasso d'inquinamento;
3. quello di permettere alla rete distributiva di Treviolo di beneficiare della grande evasione di ricchezza del capoluogo e della Valle Brembana crescere in termini concorrenziali mediante lo sviluppo di una rete distributiva centrale di qualità.

Ciò ci porta a considerare che la pianificazione urbanistica commerciale è l'occasione per attuare questo quadro progettuale di sviluppo dell'attrattività poiché, diversamente, si lascerebbe la disponibilità insediativa ad altre realtà territoriali limitrofe.

Reti distributive dei comuni presenti in un raggio di 30 km.**Consistenze secondo la classe di superficie e Comune al 30.06.2008**

	fino 250	fino 2500	fino 5000	oltre 5000	TOTALE
BG003 - ALBANO SANT'ALESSANDRO	62	9	.	.	71
BG005 - ALME'	108	9	.	.	117
BG006 - ALMENNO SAN BARTOLOMEO	67	5	.	.	72
BG007 - ALMENNO SAN SALVATORE	43	4	.	.	47
BG008 - ALZANO LOMBARDO	148	4	.	.	152
BG016 - AZZANO SAN PAOLO	65	6	.	.	71
BG018 - BAGNATICA	31	3	.	.	34
BG024 - BERGAMO	2.347	56	4	1	2.408
BG029 - BOLTIERE	34	1	.	.	35
BG030 - BONATE SOPRA	39	2	.	.	41
BG031 - BONATE SOTTO	64	5	.	.	69
BG034 - BOTTANUCO	28	2	.	.	30
BG037 - BREMBATE	62	5	.	.	67
BG038 - BREMBATE DI SOPRA	62	5	.	.	67
BG039 - BREMBILLA	39	1	.	.	40
BG042 - BRUSAPORTO	32	2	.	.	34
BG046 - CALUSCO D'ADDA	96	17	.	.	113
BG051 - CAPRIATE SAN GERVASIO	56	3	.	.	59
BG052 - CAPRINO BERGAMASCO	21	-	.	.	21
BG057 - CARVICO	57	3	.	.	60
BG068 - CENATE SOPRA	13	1	.	.	14
BG069 - CENATE SOTTO	20	3	.	.	23
BG072 - CHIGNOLO D'ISOLA	19	-	.	.	19
BG074 - CISANO BERGAMASCO	65	3	.	.	68
BG075 - CISERANO	66	5	.	.	71
BG081 - COMUN NUOVO	28	2	.	.	30
BG082 - CORNA IMAGNA	8	-	.	.	8
BG084 - COSTA DI MEZZATE	23	-	.	.	23
BG085 - COSTA VALLE IMAGNA	8	-	.	.	8
BG089 - CURNO	157	41	3	2	203
BG091 - DALMINE	170	9	.	.	179
BG097 - FARA OLIVANA CON SOLA	12	-	.	.	12
BG106 - FUIPIANO VALLE IMAGNA	5	-	.	.	5
BG115 - GORLE	73	3	1	1	78
BG117 - GRASSOBBIO	66	1	.	.	67
BG123 - LALLIO	44	3	.	.	47
BG131 - MADONE	27	1	.	.	28
BG132 - MAPELLO	40	1	.	.	41
BG143 - MOZZO	72	3	.	.	75
BG144 - NEMBRO	147	7	.	.	154
BG145 - OLMO AL BREMBO	13	-	.	.	13
BG150 - ORIO AL SERIO	168	28	1	1	198
BG152 - OSIO SOPRA	34	6	.	.	40
BG153 - OSIO SOTTO	132	7	.	1	140
BG160 - PEDRENGO	65	3	.	.	68
BG169 - PONTERANICA	58	2	.	.	60
BG170 - PONTE SAN PIETRO	168	7	.	.	175
BG171 - PONTIDA	35	2	.	.	37
BG176 - PRESEZZO	43	-	.	.	43
BG178 - RANICA	64	3	.	.	67

BG185 - RONCOLA	11	-	.	.	11
BG186 - ROTA D'IMAGNA	12	-	.	.	12
BG189 - SAN PAOLO D'ARGON	59	7	.	.	66
BG190 - SAN PELLEGRINO TERME	81	3	.	.	84
BG194 - SCANZOROSCIATE	72	3	.	.	75
BG198 - SERIATE	258	8	.	2	268
BG203 - SOTTO IL MONTE GIOVANNI XXIII	32	-	.	.	32
BG207 - STEZZANO	85	11	.	1	97
BG209 - SUISIO	27	1	.	.	28
BG213 - TERNO D'ISOLA	53	-	.	.	53
BG214 - TORRE BOLDONE	60	4	.	.	64
BG224 - VALBREMBO	32	1	.	.	33
BG238 - VILLA D'ADDA	19	1	.	.	20
BG239 - VILLA D'ALME'	67	3	.	.	70
BG240 - VILLA DI SERIO	40	3	.	.	43
BG245 - ZANICA	65	3	.	.	68
BG246 - ZOGNO	136	3	.	.	139
TOTALE	6.413	334	9	9	6.765

Fonte: Elaborazioni Camera di Commercio I.A.A. di Bergamo su dati Infocamere

Valori di riferimento

	GRANDE DISTRIBUZIONE	italia	lombardia	fonte
5	grande magazzino despecializzato	68	14	ministero
6	supermercato despecializzato	248	38	ministero
7	ipermercato despecializzato	209	71	ministero
8	superfici specializzate	680	178	ministero
9	Centro commerciale	473	108	ministero
10	Ipermercati	251	61	ministero
11	Grandi magazzini	971	160	ministero
12	Supermercati	5.892	1.056	ministero

	NEGOZI	italia	lombardia	fonte
13	Alimentari	336.604	38.214	istat
14	Abbigliamento	187.980	25.647	istat
15	Articoli per la casa	119.814	16.535	istat
16	Prodotti vari	368.309	53.304	istat
17	Ambulante alimentare	78.631	8.281	istat
18	Ambulante non alimentare	118.388	13.165	istat
19	Ristoranti	94.427	14.091	istat
20	Bar	142.081	23.511	istat

Aspetto viabilistico

Un altro degli adempimenti previsti dalla legge regionale sul commercio, per predisporre una pianificazione urbanistica è l'aspetto viabilistico. Infatti la domanda per il rilascio dell'autorizzazione deve essere corredata da uno studio che verifichi l'impatto territoriale ed ambientale delle grandi strutture commerciali, fatto comunque salvo quanto previsto dalla vigente legislazione in materia di valutazione di impatto ambientale.

L'analisi si concretizza nella valutazione del grado di accessibilità del territorio con previsione dei regimi veicolari indotti e stimati in base a quanto verificato in analoghe situazioni commerciali, nella valutazione delle ricadute potenziali sulla circolazione stradale, anche alla luce degli interventi infrastrutturali effettuati sulla viabilità di livello sovracomunale. I dati richiamati sono assunti dallo studio del piano urbano del traffico di Bergamo e da una rilevazione della polizia locale.

Analisi dello stato di fatto

La strutturazione viaria del territorio è definita dal sistema della viabilità provinciale SP 153 Dalmine – Villa D'Almè in fase di adeguamento e prossima apertura che è attualmente l'elemento centrale della mobilità di attraversamento del territorio di Treviolo. Con tutti i problemi ad essa connessi, sia per l'elevata dimensione del traffico veicolare, di cui quota rilevante è costituita da mezzi pesanti, ma anche per la propensione di scarico della tangenziale sud di Bergamo in direzione Dalmine, che evita l'attraversamento di Treviolo lungo Corso Europa-Via Boffalora-Via Giovanni XXIII.

La posizione del comune, rispetto al capoluogo provinciale, presenta una discreta rete viaria principale di collegamento che, alle rotatorie snodo con la tangenziale sud presenta volumi di traffico stimati in circa 814 veicoli/ora nel periodo di morbida che arrivano ad una soglia massima di 1.420 veicoli/ora nelle ore di punta e soprattutto nelle ore serali di giovedì, venerdì e di sabato, in virtù della presenza delle località commerciali di Curno.

In contrapposizione presenta un buon servizio pubblico di linea extraurbana di collegamento con il capoluogo che potrà essere decisamente migliorato in relazione del nuovo sviluppo commerciale del territorio.

Accessibilità di livello sovracomunale ed urbana

Rispetto alla situazione viabilistica attuale, il territorio, nel tempo, beneficerà sicuramente dell'apertura del già realizzato nuovo tratto stradale di livello extraurbano che consente un collegamento diretto Dalmine – D'Almè e, quindi, per tutti coloro che provengono dall'Autostrada A4, l'apertura di questa nuova viabilità fornisce una valida agevolazione agli utenti diretti verso le Valli Imagna e Brembana, e viceversa.

Diventa pertanto possibile ipotizzare che lungo la nuova struttura viabilistica

sorgerà una forte richiesta commerciale di medie e grandi dimensioni che garantisca adeguata attrazione con livelli di accessibilità e sfogo appoggiandosi sull'attuale sistema viabilistico extraurbano: infatti la nuova viabilità esterna consente di garantire anche al traffico urbano valide alternative di tracciato.

Stima del traffico indotto dall'intervento di pianificazione

Sulla base della conoscenza dei livelli di utenza in analoghe reti commerciali ed in funzione di parametri empirici di previsione dell'indotto legati alle scelte di insediamento commerciale ipotizzato, si può stimare il traffico potenzialmente indotto dalla realizzazione del piano.

Il periodo che si pensa possa essere il più affollato è quello compreso tra le 16.00 e le 20.00 del sabato, con un'utenza oraria stimata in circa 1100 veicoli ora.

Circa agli stessi risultati si perviene utilizzando la consueta parametrizzazione dei generatori di mobilità, per la stima del traffico indotto, che ipotizza:

- che tutti gli spostamenti origine/destinazione per il punto commerciale avvengano con l'auto privata;
- che gli addetti raggiungono con auto propria il posto di lavoro, mentre la clientela utilizza due auto ogni tre utenti (coefficiente medio di occupazione pari a 1,5);
- che nell'ora di punta 13.00 – 15.00 esista un traffico dovuto al cambio turno, pari al 20% degli addetti, e un flusso all'uscita dalla rete commerciale di una parte dell'utenza delle fasce orarie precedenti, pari convenzionalmente al 20% della clientela della fascia più carica.

In sintesi si ottiene che, nel periodo di massima affluenza risulta essere il sabato sera, tra le 16.00 e le 20.00, il traffico veicolare potenzialmente indotto dalla rete commerciale cittadina è pari a 1100 veicoli ora (attratti) e in uscita (generati), per una mobilità complessiva indotta di 1.300 veicoli ora (potenziali).

Valutazione dell'impatto da traffico indotto

L'intervento di sviluppo commerciale che si propone, presenta delle ricadute sul traffico e sulla circolazione esistente partendo dalla considerazione che gli impatti e i fenomeni di crisi sulla viabilità possono verificarsi in linea teorica per il raggiungimento e il superamento, da parte dei volumi di traffico aggiuntivi, della capacità delle strade e delle intersezioni, o per l'introduzione di elementi puntuali di conflitto sulla circolazione ovvero preesistenti ma acuitizzati dall'aumento del regime circolatorio (semaforizzazione, attraversamenti pedonali, accessi non adeguatamente svincolati, interferenza della viabilità locale e di attraversamento, inadeguatezza della rete viaria, indisciplina al codice della strada da parte degli automobilisti, sosta irregolare in doppia fila ecc.).

Dato fondamentale è allora la ricostruzione del carico massimo potenziale, ottenuto dalla somma del traffico esistente e dei contributi derivanti dal traffico indotto.

Come illustrato al paragrafo precedente, operazione preliminare è stata proprio quella di calcolare il traffico indotto stimato attorno ai 300 veicoli ora in aggiunta alla situazione rilevata nell'indagine del traffico.

Ipotizzando una distribuzione verosimile dei flussi aggiuntivi, in ingresso e in uscita dalla struttura commerciale comunale e considerando l'apporto che il nuovo assetto viabilistico extracomunale potrà fornire, è possibile formulare la seguente proposta:

- da nord, cioè dal capoluogo provinciale e dai comuni dell'area urbana di Curno, si origina circa il 40% del traffico di cui:
 - il 30% continuerà ad utilizzare l'attuale tracciato di attraversamento di Treviolo lungo il Viale Europa-Boffalora-Giovanni XXIII;
 - il restante 70% utilizzerà la circonvallazione per immettersi nella nuova viabilità D'Almè-Dalmine;
- sempre da nord, cioè dalle valli Imagna e Brembana, si origina circa il 30% del traffico che continuerà ad utilizzare il tracciato D'Almè-Dalmine;
- da sud, cioè dall'autostrada A4, Dalmine, si origina circa il restante 30% del traffico che interamente continuerà ad utilizzare l'attuale tracciato delle SP 153.

Come si può notare, le stime effettuate sono assolutamente prudenziali, in quanto riteniamo che la nuova viabilità extraurbana ridurrà in modo più consistente il traffico in attraversamento da Bergamo a Dalmine.

Si può affermare allora che i contributi aggiuntivi appaiono sicuramente sopportabili anche in situazioni di traffico intenso, come quelle che generalmente si verificavano recentemente sulla SP 153 e da Bergamo in attraversamento del territorio comunale.