

## **ACCORDO TERRITORIALE PER IL POLO FUNZIONALE “ZONA B”**

*fra la Provincia di Bologna, i Comuni di Casalecchio di Reno e Zola Predosa, e  
l'Unione dei Comuni Valle del Samoggia  
ai sensi degli artt. 9.4 e 9.5 del PTCP e dell'art. 15 della L.R. 20/2000 così come  
modificata ed integrata dalla L.R. 06/2009*

### **ALLEGATO 10**

## **REPORT**

**LA PROPOSTA DI RIQUALIFICAZIONE DELLA ZONA B  
E LE POSSIBILI INTERAZIONI CON I SISTEMI COMMERCIALI TRADIZIONALI**





## **INDICE DEGLI ARGOMENTI**

<b>1.</b>	<b>LA RETE COMMERCIALE DELL'AMBITO BAZZANESE-VALLE DEL SAMOGGIA ED I POSSIBILI IMPATTI .....</b>	<b>7</b>
1.1	LO STATO DELLA RETE COMMERCIALE DELL'AMBITO BAZZANESE-SAMOGGIA .....	7
1.2	LA NUOVA PROPOSTA COMMERCIALE .....	10
1.3	POSSIBILI IMPATTI .....	13
<b>2.</b>	<b>LA RETE COMMERCIALE DELLA FRAZIONE DI RIALE-CERETOLO E I POSSIBILI IMPATTI .....</b>	<b>15</b>
2.1	IL COMMERCIO AL DETTAGLIO NEI COMUNI DI ZOLA PREDOSA E CASALECCHIO DI RENO .....	15
2.2	LO STATO DELLA RETE COMMERCIALE NELLA FRAZIONE DI RIALE -CERETOLO ..	16
2.3	POSSIBILI IMPATTI .....	23
<b>3.</b>	<b>CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI .....</b>	<b>24</b>
	<b>FONTI .....</b>	<b>25</b>



## INTRODUZIONE

Nell'ambito dei lavori del "Tavolo tecnico per l'elaborazione dell'Accordo territoriale del Polo Funzionale "Zona B" di Casalecchio di Reno e Zola Predosa", il gruppo di lavoro intersettoriale composto dai tecnici della Provincia di Bologna ha elaborato il presente report al fine di delineare le azioni da intraprendere per garantire uno sviluppo equilibrato della rete commerciale, di grande e piccola dimensione, nel territorio dell'Ambito Bazzanese-Valle del Samoggia.

A fronte della richiesta da parte del Comune di Zola Predosa di approfondire le tematiche legate al rapporto tra Grande Distribuzione Organizzata e rete esistente, ed in particolare le ricadute che l'attuazione di nuove superfici commerciali avranno sulla rete commerciale di Riale, contermine alla "Zona B", il "Tavolo Tecnico" ha condiviso di approfondire il tema e di svincolare l'analisi sullo stato della rete dai confini amministrativi, considerando sia gli esercizi ricadenti nel comune di Zola Predosa - frazione di Riale, che quelli ricadenti nel Comune di Casalecchio - Quartiere Ceretolo. Il Tavolo ha condiviso inoltre di estendere le valutazioni all'intero Ambito territoriale sovracomunale della Bazzanese-Valle del Samoggia, nel quale ricadono, oltre ai comuni di Zola Predosa e Casalecchio, anche i Comuni di Bazzano, Crespellano, Monte San Pietro, Monteveglio, Savigno e Castello di Serravalle, facenti parte dell'Unione dei Comuni Valle del Samoggia.

Nella prima parte del report viene approfondito quindi il tema dei possibili impatti ad una scala territoriale più ampia, con riferimento anche alla rete della piccola distribuzione ed alla tenuta dei centri commerciali naturali dell'Unione dei Comuni Valle del Samoggia, localizzati entro le isocrone dei bacini di utenza del nuovo intervento commerciale. Nella seconda parte è contenuto invece l'approfondimento specifico relativo al sistema commerciale frazionale di Riale-Ceretolo.

Nella parte conclusiva si richiamano le azioni da mettere in campo per garantire la tenuta della rete commerciale di vicinato e la vivibilità dei centri commerciali naturali dell'Ambito Bazzanese-Samoggia, attraverso un piano di sviluppo turistico-commerciale concertato con i territori, in cui siano chiamate a cooperare attivamente le diverse componenti istituzionali, sociali ed economiche che possono contribuire a promuovere il ruolo attivo del commercio nella riscoperta delle identità locali e a perseguire uno sviluppo sinergico dei diversi sistemi commerciali del territorio.



## 1. LA RETE COMMERCIALE DELL'AMBITO BAZZANESE-VALLE DEL SAMOGGIA ED I POSSIBILI IMPATTI

### 1.1 Lo stato della rete commerciale dell'ambito Bazzanese-Samoggia

La **rete commerciale di vicinato** dell'Ambito Bazzanese-Samoggia nel periodo 1998-2007 ha perso 49 unità nel settore alimentare, parallelamente all'aumento di 135 punti vendita non alimentari, per un totale complessivo di 86 esercizi di vicinato attivati. Le nuove attività si sono più che altro localizzate nei comuni maggiori di Zola Predosa (16.617 abitanti) e Casalecchio (35.542 abitanti), mentre qualche nuova apertura nel settore non alimentare si è avuta anche nei comuni di Bazzano (6.436 abitanti), Savigno (2.729 abitanti) e Monte San Pietro (10.856 abitanti). Hanno invece perso attività commerciali i comuni di Crespellano (8.699 abitanti), Castello di Serravalle (4.447 abitanti) e Monteveglio (4.908 abitanti).

**Tabella 1.1- Numerosità degli esercizi commerciali di vicinato – variazioni in valore assoluto per Comune**

nome comune	N.ro es alimentari 1998	N.ro es alimentari 2007	Var N.ro es alimen 2007-98	N.ro es non alime 1998	N.ro es non alime 2007	Var N.ro es non alim 2007-98
<b>Bazzano</b>	26	24	- 2	86	93	+ 7
<b>Casalecchio di Reno<sup>1</sup></b>	114	79	- 35	238	322	+ 84
<b>Castello di Serravalle</b>	19	12	- 7	26	21	- 5
<b>Crespellano</b>	21	19	- 2	67	65	- 2
<b>Monte San Pietro</b>	23	17	- 6	49	61	+ 12
<b>Monteveglio</b>	10	9	- 1	24	21	- 5
<b>Savigno</b>	15	11	- 4	18	25	+ 7
<b>Zola Predosa</b>	31	39	+ 8	101	136	+ 35
<b>TOTALE AMBITO</b>	259	210	- 49	609	744	+ 135

Anche in termini di diminuzione della **capillarità del servizio** ed in relazione quindi all'andamento socio-demografico degli ultimi dieci anni (fonte Servizio Demoscopico metropolitano della Provincia di Bologna) - che continua a mostrare variazioni percentuali positive per tutto l'ambito - i comuni di Crespellano, Castello di Serravalle e Monteveglio mostrano nel medio-lungo periodo i trend più negativi, come mostra la Tabella 1.2 relativamente alla variazione percentuale della numerosità di esercizi ogni mille abitanti,

<sup>1</sup> I dati considerano solo gli esercizi localizzati al di fuori dei poli funzionali commerciali Zona B e Meridiana e sono pertanto da intendersi riferiti al sistema tradizionale di vicinato localizzato nei principali assi commerciali e di servizio che strutturano il tessuto insediativo (strada Porrettana, Bazzanese e sistema centrale Marconi-Garibaldi). Fonte: Ufficio Commercio Comune di Casalecchio

mentre si assiste ad un andamento positivo nei comuni di Casalecchio e Savigno e nel comune di Zola Predosa.

**Tabella 1.2 - Numerosità degli esercizi commerciali di vicinato ogni mille abitanti- variazioni percentuali per comune**

nome comune	N.ro tot. es. 1000ab 1998	N.ro tot. es. 1000ab 2007	Var % N.ro tot es 1000ab 2007-1998	Var % N.ro es. alim. 1000ab 2007-1998	Var % N.ro es. non alim. 1000ab 2007-1998
<b>Bazzano</b>	19,36	17,77	<b>-8</b>	-19	<b>-5</b>
<b>Casalecchio di Reno</b>	10,63	11,51	<b>8</b>	-34	<b>29</b>
<b>Castello di Serravalle</b>	11,91	7,11	<b>-40</b>	-49	<b>-34</b>
<b>Crespellano</b>	11,41	9,15	<b>-19</b>	-24	<b>-19</b>
<b>Monte San Pietro</b>	7,44	7,12	<b>-4</b>	-35	<b>10</b>
<b>Monteveglia</b>	7,90	5,79	<b>-26</b>	-25	<b>-27</b>
<b>Savigno</b>	12,84	12,88	<b>0,4</b>	-33	<b>28</b>
<b>Zola Predosa</b>	8,22	10,06	<b>22</b>	16	<b>24</b>

La Tabella 1.3 mostra invece il confronto tra le variazioni percentuali della numerosità di esercizi su base comunale, rispetto ai valori medi rilevati dall'Osservatorio Regionale per classe dimensionale dei comuni: anche in questo caso i comuni di Castello di Serravalle, Monteveglia e Crespellano risultano caratterizzati da un peggiore andamento, mentre è inferiore di qualche punto percentuale rispetto alla media regionale il dato relativo a Casalecchio ed sono in linea con i trend positivi rilevati a livello regionale il comune di Montespertuso. Mostrano situazioni nettamente positive i comuni di Savigno, Bazzano e Zola Predosa.

**Tabella 1.3 - Numerosità degli esercizi commerciali di vicinato : confronto con i trend rilevati su base regionale per classe dimensionale dei comuni**

nome comune	N.ro es vicinato 1998	N.ro es vicinato 2007	Var % n.ro es 2007-98	Valore medio regionale (in rapporto alla classe dimensionale del Comune)
<b>Bazzano</b>	112	117	<b>4,46</b>	1,44
<b>Casalecchio di Reno</b>	352	401	<b>13,92</b>	15,05
<b>Castello di Serravalle</b>	45	33	<b>-26,66</b>	- 12,02
<b>Crespellano</b>	88	84	<b>-4,54</b>	1,44
<b>Monte San Pietro</b>	72	78	<b>8,33</b>	6,62



**Capitolo 1**  
**La rete commerciale dell'Ambito Bazzanese-Valle del Samoggia ed i possibili impatti**

---

<b>Monteveglia</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>-11,76</b>	<b>- 12,02</b>
<b>Savigno</b>	33	36	<b>9,09</b>	- 12,02
<b>Zola Predosa</b>	132	175	<b>32,57</b>	6,62

E' inoltre nei comuni di Zola Predosa, Casalecchio e Savigno che in questi anni sono stati promossi dalle amministrazioni comunali specifiche azioni e interventi di valorizzazione commerciale, in parte finanziati con i contributi ex L.R 41/97 in gestione alla Provincia "Interventi nel settore del commercio per la valorizzazione e la qualificazione delle imprese minori della rete distributiva", mentre non si è riscontrata la stessa **progettualità** negli altri comuni dell'Unione. Il comune di Crespellano ha invece presentato domanda di finanziamento per un piano di valorizzazione commerciale del valore complessivo di 470.000 euro, nell'ambito del bando 2009 L.R. 41/97, ma il progetto non è stato finanziato.

## **1.2 La nuova proposta commerciale**

Nel **Polo Funzionale “Zona B”** allo stato attuale sono localizzate tre grandi polarità commerciali: il centro Commerciale “Shopville Gran Reno”, Ikea, Leroy Merlin. Ricade nella Zona B anche il Retail Park “Centro commerciale Villeneuve di Zola Predosa; le merceologie presenti nell'ambito e le caratteristiche principali delle attività sono le seguenti:

**Tabella 1.4- Caratteristiche delle strutture commerciali della “Zona B”**

<b>Centro Commerciale “Shopville Gran Reno”</b>	
<b>N. Unità Commerciali</b>	70
<b>Livelli</b>	2
<b>Superficie Complessiva</b>	37.000 mq
<b>Merceologie presenti Grandi e medie strutture</b>	Supermercato alimentare “Carrefour” (grande struttura)
	Elettrodomestici-Elettronica “Mediaword” (media struttura)
	Libreria “La Feltrinelli (media struttura)
	Articoli Sportivi “Cisalfa”(media struttura)
<b>Merceologie presenti Galleria commerciale</b>	Abbigliamento Uomo Donna Bambino (19 esercizi )
	Sport e Tempo Libero (3 esercizi )
	Articoli per la Casa (4 esercizi )
	Accessori Intimo Calzature Pelletteria (9 esercizi )
	Salute Bellezza Gioielleria Orologi (9 esercizi )
<b>Ristorazione</b>	9 esercizi
<b>Servizi</b>	17 esercizi

<b>Comparto Ikea-Leroy Merlin</b>	
<b>N. Unità Commerciali</b>	<b>2</b>
<b>Livelli</b>	<b>1-2</b>
<b>Superficie Complessiva</b>	<b>20.000 mq</b>
<b>Merceologie presenti Grandi e medie strutture</b>	<b>Arredamento - mobili</b>
	<b>Bricolage</b>

<b>Retail Park Zola Predosa</b>	
<b>N. Unità Commerciali</b>	<b>5</b>
<b>Livelli</b>	<b>1</b>
<b>Superficie Complessiva</b>	<b>5.900 mq</b>
<b>Merceologie presenti Grandi e medie strutture</b>	<b>Arredamento - mobili</b>
	<b>Elettrodomestici - Elettronica</b>
	<b>Abbigliamento – scarpe (2 esercizi)</b>

Dall'elenco delle merceologie presenti nel polo è possibile affermare che il comparto presenta già una caratterizzazione merceologica ben differenziata e strutturata tale da “coprire” una consistente e quasi totale offerta ai consumatori.

La proposta relativa alla riqualificazione del Polo tende a consolidare il ruolo che già oggi la "Zona B" ricopre sul territorio provinciale e regionale, rafforzando la rete distributiva secondo due possibili soluzioni alternative:

1. Retail Park
2. Estensione Centro commerciale "Shopville Gran Reno"

Entrambe le soluzioni, secondo le analisi preliminari proposte dal Soggetto Attuatore<sup>2</sup> partecipante al "Tavolo Tecnico per l'elaborazione dell'Accordo Territoriale relativo alla Zona B", tenderanno a garantire sinergia con l'offerta esistente, completando l'offerta con gli operatori disponibili sul mercato. La proposta presentata si concretizza attraverso la ricerca delle tipologie merceologiche maggiormente affini a quelle esistenti e dei rapporti tra le superfici commerciali in relazione alle due ipotesi avanzate:

**Tabella 1.5- ipotesi relative alla nuova proposta commerciale nella "Zona B"**

<b>Ipotesi 1- Retail Park</b>	
<b>obiettivo</b>	Intercettare gli ingenti flussi generati in particolare da Shopville Gran Reno e completare l'offerta con gli operatori disponibili sul mercato
<b>Merceologia ipotizzata</b>	abbigliamento
	calzature
	sport
	Arredamento e mobili
	giocattoli
	Elettronica (da valutare eventuali spostamenti di strutture esistenti)
	Food court "dedicata" e di qualità elevata /discount (prodotti tipici-format express)

<b>Ipotesi 2- Estensione Shopville Gran Reno</b>	
<b>obiettivo</b>	Integrazione funzionale del centro commerciale esistente con Futurshow station, rafforzare e completare l'offerta attuale.
<b>Merceologia ipotizzata</b>	abbigliamento
	calzature
	casa
	giocattoli
	Food court (spostamento ed integrazione dell'attuale offerta)

L'ipotesi di sviluppo **Retail Park** è stata schematizzata nella figura successiva nei suoi principali elementi "tipologici" e dimensionali ("area commerciale integrata" ex DCR 1253/99, art 9.5 del PTCP) e di integrazione fruitiva e funzionale con l'esistente. L'immagine mostra inoltre le caratteristiche principali che contraddistinguono in generale la formula "retail park" rispetto al format "centro commerciale". Si tratta infatti di aree per medie e grandi superfici, che, pur presentando caratteri di integrazione e unitarietà per l'utenza, risultano rispetto ai

---

<sup>2</sup> Bozza Analisi Commerciale Area Futurshow Station consegnata durante la seduta del Tavolo Tecnico del 7/10/2009, a cura di Jones Lang LaSalle (settembre 2009).

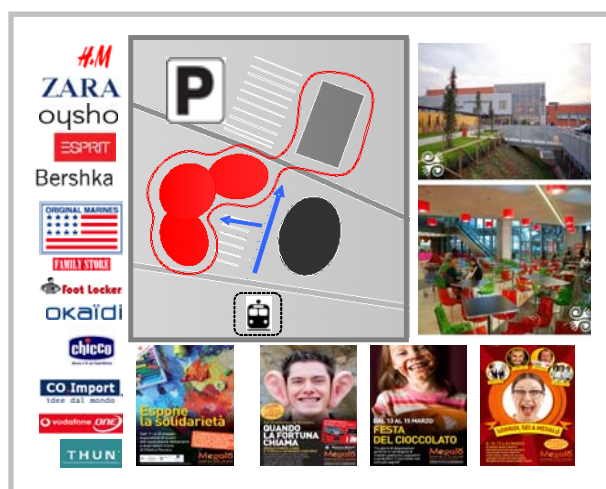
centri commerciali, meno attrattive in termini di *shopping experience* (esperienza fruitiva del "luogo"), per la minore qualità architettonica e formale degli spazi<sup>3</sup>.

**Figura 1.2 - ipotesi "retail park"**



L'ipotesi di sviluppo **ampliamento Shopville** viene invece schematizzata nella figura seguente nei suoi principali elementi tipologici ("centro commerciale" ex DCR 1253/99, art 9.5 del PTCP) e di integrazione fruitiva e funzionale. L'immagine mostra inoltre le caratteristiche principali che contraddistinguono il *format centro commerciale* rispetto a quello Retail Park, ovvero la migliore qualità architettonica degli spazi, una maggior presenza di medie e piccole superfici, oltre alla componente "eventi" che può, in sede gestionale, caratterizzarne fortemente il livello di attrattività<sup>4</sup> territoriale.

**Figura 1.3 - ipotesi ampliamento Shopville**



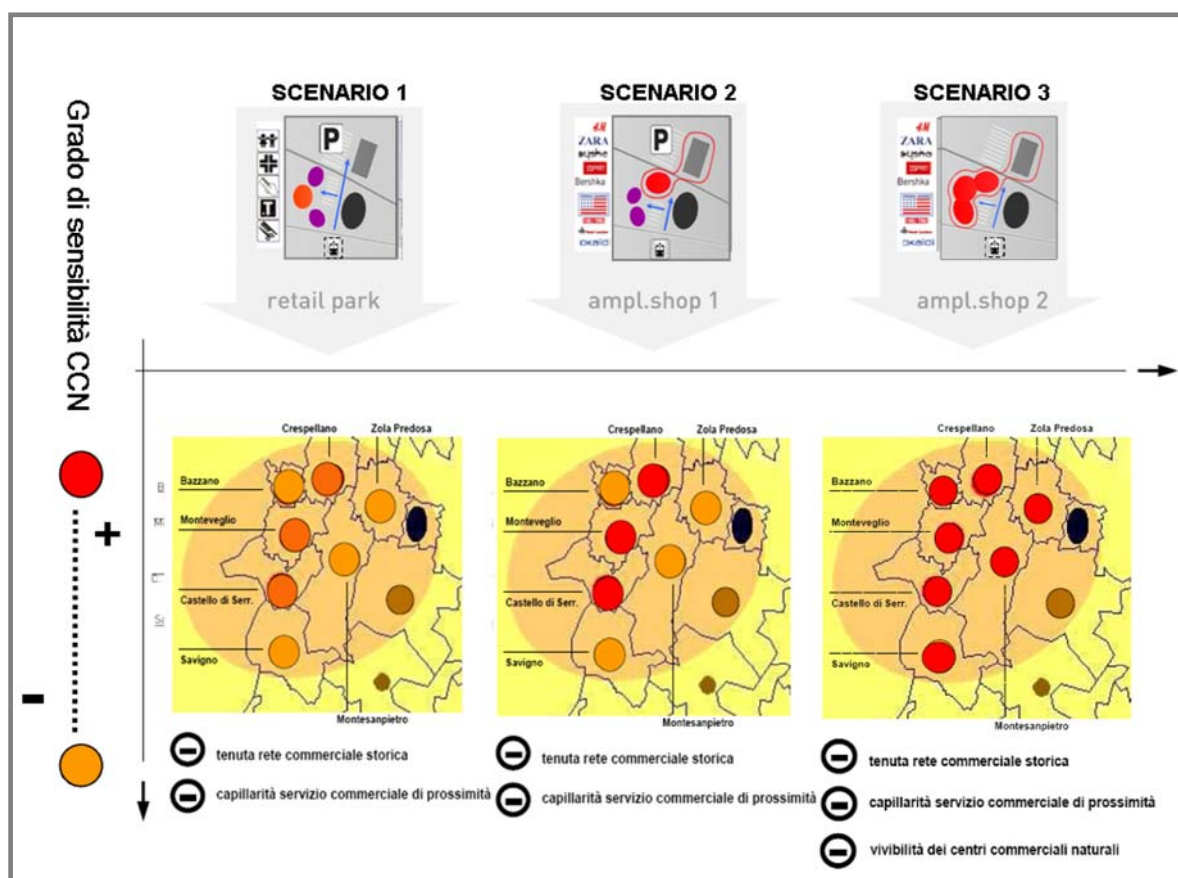
<sup>3</sup> Si vedano gli esempi riportati nell' "Analisi Commerciale Area Futurshow Station" consegnata durante la seduta del Tavolo Tecnico del 7/10/2009, a cura di Jones Lang LaSalle (settembre 2009)

<sup>4</sup> Si veda il capitolo "Megalò" del Documentario "Superluoghi Viaggio in Italia" prodotto dalla Provincia di Bologna, regia di Marco Santarelli

### 1.3 Possibili impatti

A partire dalle proposte di sviluppo discusse dal Tavolo Tecnico si sono ipotizzati alcuni “scenari” possibili, relativi all’insediamento di format caratterizzati da gradi diversi di attrattività. In funzione dei trend rilevati su base comunale relativamente al settore non alimentare, si è invece misurato il grado di sensibilità dei centri commerciali naturali del territorio rispetto alle ipotesi di sviluppo della Zona B.

**Figura 1.4- Ipotesi di sviluppo zona B – Grado di sensibilità dei centri commerciali naturali**



Per quanto attiene i primi due scenari (scenario1\_retail park, scenario 2\_ampliamento shopville 1), sono stati ritenuti meno rilevanti gli impatti sui centri commerciali naturali con maggiore rilevanza territoriale (Casalecchio e Zola Predosa), o che comunque hanno dimostrato capacità progettuale e di azione a sostegno della rete commerciale (Savigno), in quanto realtà in cui la rete del piccolo commercio ha trovato un proprio grado di specializzazione ed equilibrio rispetto alla grande distribuzione. Il terzo scenario (scenario 3\_ampliamento shopville 2) evidenzia invece il maggior grado di sensibilità potenziale del sistema dei centri commerciali naturali dell'ambito Bazzanese-Val Samoggia nel caso specifico in cui dovesse realizzarsi un forte livello di sinergia tra i nuovi “contenitori” commerciali e il centro commerciale SHOPVILLE, fino a considerare il tutto come un “*centro commerciale di seconda generazione*”, nel complesso caratterizzato da un'ampia e diversificata offerta di punti vendita in galleria, ristorazione, presenza di una efficace

componente “eventi” gratuiti nei fine settimana, alti standard di servizio per l’utenza (nursery-spazi gioco organizzati etc...) elevata qualità architettonica e degli arredi. Rispetto ai primi due scenari si è aggiunta quindi tra gli impatti negativi la componente specifica della “vivibilità” dei contesti insediativi storici, quale “conseguenza” della capacità attrattiva dei centri commerciali di maggior successo, non solo per la funzione propriamente commerciale, ma anche quali luoghi deputati alla socialità ed al tempo libero.

Pur essendo stati condivisi in sede tecnica gli obiettivi dell’integrazione fisico-funzionale e della sinergia tra i nuovi “contenitori” commerciali e la struttura esistente Shopville, oltretutto quello della qualificazione commerciale del Polo Funzionale Zona B di Casalecchio attraverso la realizzazione di format attrattivi in grado di rilanciarne il ruolo di polarità commerciale di livello regionale, mancano oggi alcuni elementi fondamentali per stabilire un livello certo di “attrattività” delle nuove strutture commerciali e conseguentemente degli impatti sul territorio, tra cui quello dell’effettivo grado di sinergia che si realizzerà tra le due iniziative commerciali.

Ciò che comunque appare evidente è una condizione di maggior vulnerabilità e sensibilità nella “competizione” tra sistemi commerciali tradizionali e nuovi luoghi del commercio nei **comuni minori** che non hanno in questi anni messo in campo azioni specifiche a sostegno della tenuta della rete, ed è pertanto a queste realtà che dovranno indirizzarsi prioritariamente azioni di valorizzazione e promozione della rete commerciale tradizionale, al fine di garantire uno sviluppo equilibrato dei diversi sistemi commerciali del territorio.

## 2. LA RETE COMMERCIALE DELLA FRAZIONE DI RIALE-CERETOLO E I POSSIBILI IMPATTI

### 2.1 Il commercio al dettaglio nei comuni di Zola Predosa e Casalecchio di Reno

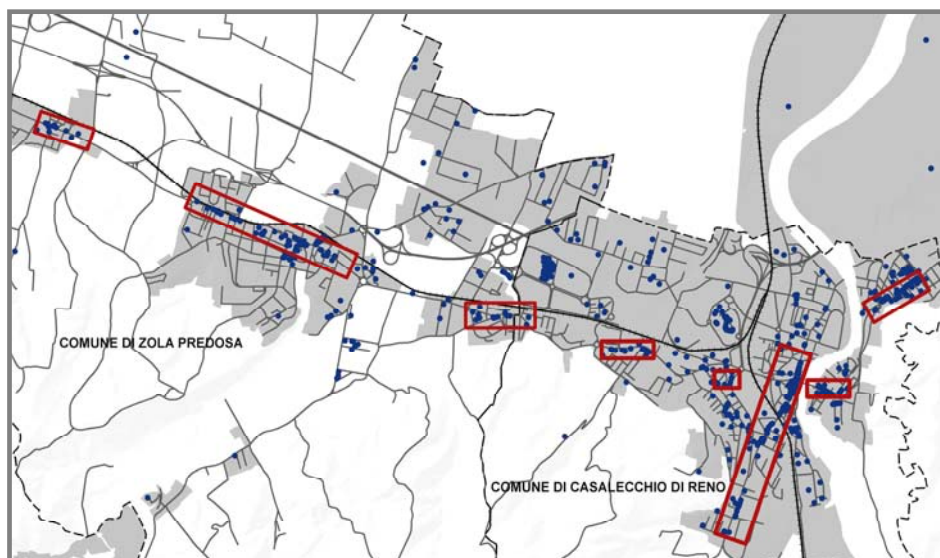
La dislocazione del **commercio al dettaglio** nel comune di **Zola Predosa** è caratterizzata da una presenza significativa di attività sull'asse commerciale principale, rappresentato da Via Risorgimento, che attraversa il centro urbano della città e collega le due frazioni Riale e Ponte Ronca. Le due Frazioni presentano all'incirca la stessa struttura del capoluogo: nessuno dei due centri ha una piazza o un luogo che possa essere identificato nell'immaginario collettivo come punto di incontro e area nella quale concentrare le attività di vendita. Per tale ragione, seguendo la tendenza del capoluogo, la rete commerciale si è sviluppata principalmente lungo la "Bazzanese".

La **frazione di Riale**, rappresenta pertanto una polarità commerciale che, assieme a Ponte Ronca, si configura come il "naturale completamento" di via Risorgimento; tuttavia anche in virtù dell'assenza di continuità del percorso pedonale che unisce i tre centri non è possibile considerarli unitamente ma piuttosto come centri completamente autonomi tra loro.

Per quanto attiene invece il comune di **Casalecchio di Reno** è possibile identificare in corrispondenza della strada "Porrettana" e della strada "Bazzanese" la presenza dei principali assi commerciali a servizio dei differenti settori urbani che compongono il tessuto insediativo. Nel nucleo storico il sistema commerciale è dislocato lungo l'asse Marconi-Garibaldi comprendendo al suo interno l'area pedonale caratterizzata dalla presenza di alcune centralità (Piazza Centrale, il teatro e lo storico albergo Pedretti).

All'interno dei confini comunali per il **quartiere Ceretolo** non è presente alcun asse o area commerciale che svolga un servizio di prossimità alla residenza che risulta quindi servita dal sistema commerciale frazionale di Riale lungo la Via Risorgimento.

**Figura 2.1 - schema degli assi commerciali di Zola Predosa e Casalecchio di Reno**



## **2.2 Lo stato della rete commerciale nella frazione di Riale -Ceretolo**

La **frazione di Riale** presenta una dotazione commerciale di esercizi di vicinato che conta complessivamente 5 unità per il settore alimentare e 13 per quello non alimentare. L'offerta commerciale alimentare vede inoltre la presenza di una media struttura di vendita di tipo discount, per un totale di 19 esercizi.

**Tabella 2.1 - Elenco esercizi commerciali alimentari**

<b>Merceologia</b>	<b>Localizzazione</b>	<b>Settore</b>	<b>Superficie (mq)</b>
Alimentari	Via Risorgimento, 1/E	A	-
Macelleria	Via Risorgimento, 21/D	A	-
Alimentari +-Tabaccheria	Via Risorgimento, 48/A	A	-
Prodotti gastronomici	Via Risorgimento 114	A	-
Panetteria-pasta fresca	Via Risorgimento 35	A	-
DISCOUNT	Via Risorgimento 86	A	-
<b>TOTALE ESERCIZI ALIMENTARI</b>	<b>6 ESERCIZI</b>		

**Tabella 2.2 - Elenco esercizi commerciali non alimentari**

<b>Merceologia</b>	<b>Localizzazione</b>	<b>Settore</b>	<b>Superficie (mq)</b>
Abbigliamento taglie forti	Via Risorgimento 33/C	NA	75
Piante e fiori	Via Gesso 1	NA	23
Biciclette e home fitness	Via Bencivenni 2	NA	250
Granaglie-articoli enologici-cartoleria	Via Risorgimento, 5/c	NA	20
Cartoleria-eliografia	Via Risorgimento 23/a	NA	60
Cosmetici e bigiotteria	Via Risorgimento 23/B	NA	27
Casalinghi-elettrodomestici	Via Risorgimento, 35	NA	37
Casalinghi-mesticheria-ferramenta	Via Risorgimento, 37	NA	90
Mobili	Via Machiavelli 1	NA	236
Gadget e materiale pubblicitario	Via Machiavelli 7/c	NA	10
Farmacia - art. complementari	Via Risorgimento, 41/a	NA	0
Salotti (Dondi)	Via Bencivenni 12	NA	38
Edicola	Via Risorgimento, 21	NA	8
<b>TOTALE ESERCIZI NON ALIMENTARI</b>	<b>13 ESERCIZI</b>		

Sulla base dei dati forniti dal comune di Zola Predosa relativamente all'apertura e cessazione delle attività, si riporta di seguito l'evoluzione storica della dotazione commerciale nella Frazione di Riale:



## Capitolo 2

### La rete commerciale della frazione di Riale-Ceretolo ed i possibili impatti

**Tabella 2.3 - Serie storica esercizi commerciali alimentari**

1994	1998	2004	2009
alimentari	alimentari	alimentari	alimentari
alimentari ortofrutta	alimentari ortofrutta	-	-
macelleria	macelleria	macelleria	macelleria
latteria	latteria	-	-
ortofrutta	ortofrutta	-	-
bazar + alimentari	-	-	-
	panetteria-pasta fresca	panetteria-pasta fresca	panetteria-pasta fresca
		discount	discount
		prodotti gastronomici	prodotti gastronomici
			alimentari
	<b>TOT. 6 ESERCIZI</b>	<b>TOT. 5 ESERCIZI</b>	<b>TOT. 6 ESERCIZI</b>

Per quanto attiene il settore alimentare nel 1998 la dotazione è costituita dalla rete commerciale “tradizionale” che si è sviluppata nel corso degli anni ‘80. In questi anni a fronte della chiusura di attività quali la latteria e l’ortofrutta o il “bazar” frazionale sono state aperte nuove attività commerciali legate alle moderne forme di distribuzione (discount) oltre ad attività per la vendita di prodotti gastronomici, pane e pasta fresca.

**Tabella 2.4 - Serie storica esercizi commerciali non alimentari**

1994	1998	2004	2009
edicola	edicola	edicola	edicola
eliografia-cartoleria	eliografia-cartoleria	eliografia-cartoleria	eliografia-cartoleria
casalinghi-mesticheria-ferramenta	casalinghi-mesticheria-ferramenta	casalinghi-mesticheria-ferramenta	casalinghi-mesticheria-ferramenta
tabaccheria	tabaccheria	tabaccheria	tabaccheria
oggettistica-arte	-	-	-
articoli sportivi	articoli sportivi	-	-
abbigliamento	abbigliamento	-	-
profumeria	profumeria	-	-
elettrodomestici-casalinghi	elettrodomestici-casalinghi	elettrodomestici-casalinghi	elettrodomestici-casalinghi
	porte-infissi	porte-infissi	-
	cine-foto	cine-foto	-
	mobili	mobili	mobili
	oggettistica	-	-
	ottico	-	-
		granaglie-art. enologici-cartoleria	granaglie-art. enologici-cartoleria
		gadget e materiale pubblicitario	gadget e materiale pubblicitario
		farmacia	farmacia
		piante e fiori	piante - fiori
		cicli e motocicli	-
		pietre naturali	-
			cosmetici -bigiotteria
			abbigliamento taglie forti

## Capitolo 2

### La rete commerciale della frazione di Riale-Ceretolo ed i possibili impatti

			biciclette e Home fitness
			Dondi Salotti
	<b>TOT. 13 ESERCIZI</b>	<b>TOT. 14 ESERCIZI</b>	<b>TOT. 14 ESERCIZI</b>

Anche per quanto attiene il settore non alimentare la rete commerciale di vicinato presente nel 1998 è per la maggior parte costituita dalla rete che si è andata consolidando nel corso degli anni '80 (eliografia-cartoleria, casalinghi, tabaccheria, mesticheria-ferramenta, oggettistica-arte, articoli sportivi, centro commerciale artigianale, abbigliamento, profumeria, elettrodomestici-casalinghi), mentre nel corso del decennio successivo si assiste ad un frequente ricambio di merceologie e ad una frequente apertura e cessazione di attività commerciali, fino all'assetto attuale.

Dai dati analizzati si può presumere che l'insediamento delle strutture commerciali nell'adiacente "Zona B" avvenuta tra il 1994 ed il 2002, potrebbe aver implicato una condizione di concorrenzialità sulla rete esistente per quanto riguarda le attività di vendita di articoli sportivi, abbigliamento e profumeria, cessate tra il 1998 ed il 2004, mentre sono ancora in attività esercizi quali ferramenta e casalinghi, merceologie pur presenti nell'ambito della "Zona B"<sup>5</sup>.

Nel complesso la rete non sembra aver subito perdite significative relativamente alla numerosità in valore assoluto di esercizi, pur mostrando **problemi di tenuta nel settore non alimentare**.

Per quanto attiene invece il **quartiere Ceretolo**, in territorio del comune di Casalecchio di Reno non risultano esercizi commerciali attivi. I locali ad uso commerciale localizzati lungo la via Bazzanese, sono infatti adibiti a showroom di un'attività di vendita di mobili; sulla base dei dati forniti dal comune di Casalecchio si sono succeduti, occupando ed accorpando in maniera diversa i locali, attività di commercio al dettaglio alimentare ed un pubblico esercizio.

**Tabella 2.5 - aperture e cessazioni degli esercizi commerciali a Ceretolo**

RAGSOC	DESCR	DbO_SFATTIVITAIDVIE	SUPCOMM
LOLLI SANDRO	Commercio al dettaglio non alimentare	VIA BAZZANESE, 131	115
ARREDAMENTO LOLLI SRL	Commercio al dettaglio non alimentare	VIA BAZZANESE, 131	115
OASI SNC DI GARULLI GIANFRANCO	Commercio al dettaglio alimentare	VIA BAZZANESE, 135	57
DEMALDE' IAMES	Pubblici esercizi	VIA BAZZANESE, 135	57
SHELL ITALIA SPA	Pubblici esercizi	VIA BAZZANESE, 135	57
SHELL ITALIA SPA	Pubblici esercizi	VIA BAZZANESE, 135	57
OASI SNC DI GARULLI GIANFRANCO	Commercio al dettaglio alimentare	VIA BAZZANESE, 135/2	24
OASI SNC DI GARULLI GIANFRANCO	Commercio al dettaglio alimentare	VIA BAZZANESE, 135/2	24
DEMALDE' IAMES	Produzione	VIA BAZZANESE, 135/2	-
DEMALDE' IAMES	Produzione	VIA BAZZANESE, 135/2	-

<sup>5</sup> Si veda il capitolo 1 per quanto riguarda le merceologie presenti nella "Zona B"

Gli schemi che seguono mostrano l'esatta localizzazione delle attività sul territorio di Riale-Ceretolo.

**Figura 2.1 - Schema localizzazione esercizi commerciali alimentari**



Le attività alimentari sono localizzate tutte lungo la Via Risorgimento, con una concentrazione maggiore verso il confine comunale (3 esercizi su 6) ed il Discount baricentrico rispetto alla via principale.

**Figura 2.2 - Schema localizzazione esercizi commerciali non alimentari**



Anche per quanto riguarda le attività non alimentari, gli esercizi sono distribuiti principalmente lungo la Via Risorgimento (9 esercizi su 13), le restanti attività sono localizzate a nord della Frazione in prossimità della viabilità che collega Riale al Polo Funzionale, ed a sud-ovest verso il centro di Zola Predosa lungo la Via Macchiavelli.

Relativamente alla **qualità urbanistica del contesto**, si riportano di seguito alcune immagini ritenute significative. In particolare si ritiene utile comprendere se i singoli esercizi commerciali siano complessivamente inseriti in una “rete” strutturata, o viceversa se il servizio offerto si presenta disomogeneo, di scarsa qualità formale e difficilmente accessibile, quindi scarsamente attrattivo per l’utenza.

**Immagine 2.1 - Discount Alimentare**



La media superficie alimentare presenta una scarsa **qualità degli spazi** che si presentano poco curati e male inseriti nel contesto urbano. Anche lo spazio collocato dall'altra parte della strada, contiguo al “Centro commerciale RIALE” presenta le medesime caratteristiche. I percorsi pedonali non sono differenziati dai posti auto nei materiali e lo spazio appare disordinato e poco invitante da un punto di vista della fruibilità pedonale, non presenta però caratteri di degrado funzionale.

**Immagine 2.2 – La rete di vicinato**



Alcuni esercizi hanno insegne e vetrine ben curate, altri invece denotano caratteri di obsolescenza, in particolare quelli collocati nel centro “centro commerciale Riale”.

**Immagine 2.3 – Spazi pubblici e Accessibilità**



L'arredo urbano della parte di via Risorgimento ricadente nel nucleo più antico, dove sono collocati anche il centro ricreativo per gli anziani, i servizi bancari, risulta qualitativamente gradevole e presenta spazi pedonali adeguati alla fruizione delle vetrine. La **pedonalità** non risente della contiguità con il flusso veicolare, essendo presenti rallentatori di traffico.

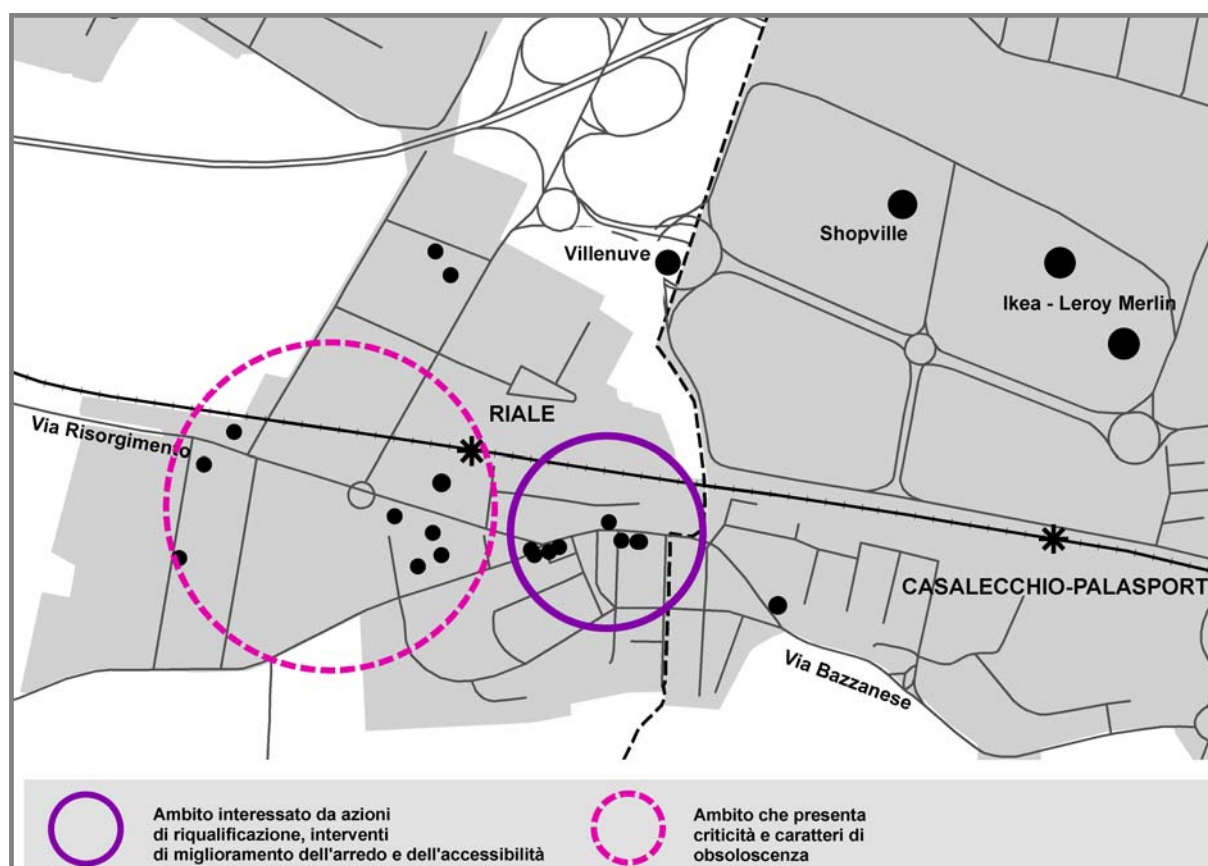
Per quanto attiene le **azioni a sostegno della rete commerciale** promosse dalle amministrazioni comunale, nel 2002 il comune di Zola Predosa, con l'Associazione degli operatori "Zola Insieme" e "Ponte-Riale" ha promosso un progetto di valorizzazione commerciale, in parte finanziato dai contributi previsti dalla Legge Regionale n. 41/1997 "Interventi nel settore del commercio per la valorizzazione e la qualificazione delle imprese minori della rete distributiva", che ha interessato il centro storico del Capoluogo e le due frazioni di Ponte Ronca e Riale.

Le azioni messe in campo dal Comune nel centro storico hanno riguardato opere di miglioramento dell'arredo urbano e di riqualificazione della Via Risorgimento, oltre alla redazione di un manuale di arredo urbano, mentre i comitati degli operatori hanno promosso, sia nel centro storico del capoluogo che nelle due frazioni, azioni di riqualificazione e ammodernamento dei punti vendita ed attività promozionali.

Complessivamente sono stati investiti dall'amministrazione comunale e dagli operatori privati circa 2.000.000 di euro nel centro storico del capoluogo, mentre l'investimento da parte degli operatori dell'Associazione "Ponte-Riale" per le due frazioni è stato di circa 270.000 euro, con un contributo regionale di 90.000 euro.

L'amministrazione comunale è inoltre intervenuta con azioni di qualificazione degli spazi pubblici in alcuni tratti della via Risorgimento su cui insistono oltre alle attività commerciali, strutture di servizio alla popolazione quali un centro per anziani, servizi bancari, pubblici esercizi, servizi paracommerciali.

Figura 2.3- Schema interventi di qualificazione e criticità





### 2.3 Possibili impatti

Sul tema dei possibili impatti derivanti dalla riqualificazione della “Zona B” sul sistema commerciale di Riale-Ceretolo, si ritiene che un approccio basato sulla “concorrenzialità” tra merceologie-operatori esistenti e nuove strutture di vendita, non colga la profonda diversità che contraddistingue i due sistemi commerciali presi a confronto.

Si ritiene viceversa che il tema della “concorrenza” debba essere ricondotto ad una più ampia problematica di “evasione per acquisti” che caratterizza nel complesso i sistemi commerciali “tradizionali” (centri storici, località minori, realtà commerciali frazionali), verso luoghi che l’utenza considera attrattivi non solo per la fruizione propriamente commerciale, ma anche in generale come luoghi del tempo libero.

Se nel caso dei centri storici iniziative di animazione, riqualificazione urbana, interventi per la mobilità sostenibile in favore della fruibilità commerciale delle aree storiche unitamente ad azioni di sostegno per la qualificazione-innovazione delle singole imprese possono contribuire a rilanciarne il ruolo commerciale, attraverso la creazione di “centri commerciali naturali” in grado di competere con i “nuovi luoghi” del commercio, nel caso delle realtà frazionali le azioni a sostegno della rete dovrebbero perseguire innanzitutto l’obiettivo di garantire un’adeguata **capillarità del servizio di prossimità**, in funzione sia delle esigenze di acquisto della popolazione residente che, più in generale, per garantire quella funzione di “presidio” e maggiore “**vivibilità**” che il commercio genera nelle realtà locali di piccola dimensione.

In tal senso si ritiene utile approfondire le specifiche problematiche di tenuta della rete commerciale di Riale attraverso un percorso di ascolto, come già proposto dal Comune di Zola Predosa, e opportuno individuare un percorso di valorizzazione commerciale, che dia continuità alle azioni di qualificazione intraprese dall’ amministrazione comunale, in quegli ambiti connotati da scarsa qualità degli spazi<sup>6</sup>, ma anche valuti l’opportunità di iniettare nuove iniziative commerciali con azioni specifiche di sostegno alla creazione di nuova impresa.

---

<sup>6</sup> Si veda a tal proposito la Figura 2.3 del precedente capitolo, relativa agli interventi di qualificazione e criticità ancora in essere nella Frazione.

### 3. Conclusioni e raccomandazioni

Al fine di perseguire uno sviluppo equilibrato del commercio nelle sue varie forme distributive, in armonia con il territorio ed i tessuti insediativi che lo compongono, e garantire **obiettivi di sviluppo socio-economico e territoriale sostenibile**, si ravvisa la necessità di elaborare ed attuare un piano pluriennale di valorizzazione commerciale concertato con i territori in cui siano chiamate a cooperare attivamente le diverse componenti istituzionali, sociali ed economiche che possono contribuire a promuovere il ruolo attivo del commercio nella riscoperta delle identità locali e lo sviluppo di forme di turismo evoluto (turismo culturale, enogastronomico, ciclo-turismo...), in linea con gli obiettivi del PTCP e del PVPT.

Il progetto dovrà puntare alla **valorizzazione della rete commerciale tradizionale**, prestando particolare attenzione al tema della tenuta della rete tradizionale nei comuni minori, che risultano caratterizzati da un maggior grado di “sensibilità” e “vulnerabilità” nella competizione con i nuovi luoghi del commercio. Dovrà inoltre tenere conto dell’opportunità che il progetto *Futurshow station* rappresenta per l’intero ambito, quale porta territoriale ad alto flusso di visitatori.

Si ritiene infine che la contiguità del sistema commerciale di Riale-Ceretolo alla Zona B debba essere vista come condizione favorevole e peculiare per la costruzione di possibili sinergie ed opportunità di sviluppo del sistema commerciale frazionale, attraverso la realizzazione di un **sistema integrato di luoghi del commercio**, sia sulla base di azioni di riqualificazione dello spazio pubblico e rafforzamento dei collegamenti ciclo-pedonale tra Riale-Ceretolo e l’ambito di intervento, che sulla base di azioni specifiche di sostegno alla creazione di nuova impresa.

Se per sviluppo intendiamo “aumento delle possibilità di fare per tutti gli individui di una società” (A.Sen)<sup>7</sup>, il progetto di riqualificazione di un polo funzionale di eccellenza territoriale ad alto flusso di visitatori - porta di accesso del territorio ad alta visibilità, quale la Zona B, necessita di uno sguardo attento e di una adeguata **progettualità pubblica e privata**, in quanto “superluogo”<sup>8</sup> della globalizzazione nel quale si rende necessario “ricomporre lo spazio dei flussi globali e lo spazio dei luoghi”, parafrasando il sociologo Manuel Castells<sup>9</sup>

Si rimanda ad uno specifico **tavolo di lavoro interistituzionale** per la definizione delle strategie e delle specifiche azioni di intervento.

---

<sup>7</sup> A. Sen: “Lo sviluppo è libertà. Perché non c’è crescita senza democrazia”, Mondadori, Milano, 2000

<sup>8</sup> Si veda l’indagine-documentario: “Superluoghi: viaggio in Italia”, prodotto dalla Provincia di Bologna, regia di Marco Santarelli

<sup>9</sup> M. Castells – J. Borja: “Le città globali. sviluppo e contraddizioni della metropoli nel terzo millennio”, de Agostini, Milano, 2002.



Figura 3.1- Progettare le sinergie



## FONTI

### Rete commerciale ambito Bazzanese-Valle del Samoggia

Osservatorio Regionale (2008); Servizio Demoscopico Metropolitano della Provincia di Bologna (2009), Banca dati ufficio commercio del Comune di Casalecchio

### Rete commerciale della frazione di Riale-Ceretolo

Dati forniti dal comune di Zola Predosa e Casalecchio di Reno;

### Proposta Futurshow Station

Bozza Analisi Commerciale Area Futurshow Station consegnata durante la seduta del Tavolo Tecnico del 7/10/2009, a cura di Jones Lang LaSalle (settembre 2009);

### Interventi di sostegno della rete commerciale

Dati Servizio Attività Produttive e Turismo della Provincia di Bologna.