



COMUNE DI CECINA
Provincia di Livorno

SETTORE SVILUPPO ECONOMICO

U.O. Attività commerciali e ricettive, igiene e sanità, sport

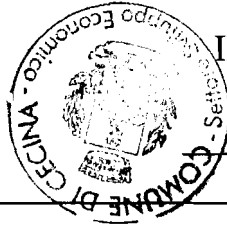
OGGETTO DEL PROVVEDIMENTO: Piano e regolamento comunale del commercio in sede fissa. Approvazione.

Sulla proposta di deliberazione in oggetto è espresso, ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. n° 267 del 18/08/2000 il seguente parere:

IN ORDINE ALLA REGOLARITA' TECNICA

- si esprime parere favorevole

li, 31.03.2009



IL DIRIGENTE DEL SETTORE
Dott. Stefano Bezzini

C.C. N° 12/09.04.2009

OGGETTO: Piano e regolamento comunale del commercio in sede fissa. Approvazione.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Udita la discussione relativa all'argomento in oggetto;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114 inerente "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997 n. 59";

Vista la legge regionale 17 maggio 1999 n. 28 inerente "Norme per la disciplina del commercio in sede fissa in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114";

Visto il regolamento regionale 16 marzo 2004 n. 17/R inerente "Regolamento di attuazione della legge regionale 17 maggio 1999 n. 28";

Visto il decreto-legge 4 luglio 2006 n. 223 inerente "Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi di entrate e di contrasto all'evasione fiscale";

Vista la legge 4 agosto 2006 n. 248 inerente "Conversione del decreto-legge 4 luglio 2006 n. 223";

Vista la propria precedente deliberazione n. 65 del 30 giugno 2000 inerente "Regolamento di adeguamento alle disposizioni di attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114. Determinazione di criteri e norme sul procedimento per il rilascio di autorizzazioni per medie strutture di vendita. Modifiche al regolamento di polizia urbana";

Ritenuto opportuno disporre un aggiornamento delle citate disposizioni comunali di attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114 ad oltre 8 anni dalla loro entrata in vigore;

Vista l'allegata proposta di piano e di regolamento comunale in materia di commercio in sede fissa predisposta dalla Simurg Ricerche di Livorno, società specializzata individuata a seguito di espletamento di procedimento a evidenza pubblica, con l'assistenza e la collaborazione del Settore Sviluppo Economico del Comune di Cecina;

Vista la relazione predisposta al riguardo dal dirigente del Settore Sviluppo Economico del Comune di Cecina nella quale si descrivono la procedura seguita per le consultazioni delle organizzazioni di categoria e sindacali interessate nonché il parziale recepimento delle osservazioni illustrate durante gli incontri effettuati dall'Assessorato competente;

Ritenuto di dover procedere all'approvazione della proposta in oggetto, i cui contenuti consentono di perseguire l'obiettivo prefissato, in sostituzione delle vigenti disposizioni comunali di attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114;

Visto il decreto legislativo 18 agosto 2000 n. 267;

Visto il parere favorevole di cui all'articolo 49 del decreto legislativo 18 agosto 2000 n. 267, inserito nel presente provvedimento;

Riscontrata la presenza in aula del consigliere Sig. Francesco Villani e l'assenza del Sig. Sindaco e del consigliere Sig.ra Dalida Cosimi;

Consiglieri presenti e votanti n°17;

Effettuata apposita votazione sull'argomento in oggetto che viene approvato con n° 10 voti favorevoli , n° 5 voti contrari (i consiglieri Sigg.ri. Luigi Botti, Franco Belcari, Francesco Villani, Laura Paradossi e Antonio Paltrinieri) e con n° 2 voti astenuti (i consiglieri Sigg. Pier Luigi Lorenzini e Vittorio Massei);

DELIBERA

1) Di approvare, per le motivazioni espresse in narrativa, l'allegato piano e regolamento comunale del commercio in sede fissa, estrinsecativo della nuova disciplina comunale del settore.

2) Di dare atto che il nuovo piano e il nuovo regolamento, nella riferibilità diretta al conseguimento dell'efficacia, determineranno la caducazione della vigente normativa.





COMUNE DI CECINA
Provincia di Livorno

SETTORE SVILUPPO ECONOMICO

**PIANO E REGOLAMENTO COMUNALE DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA.
RELAZIONE.**

La proposta di piano e di regolamento comunale del commercio in sede fissa è stata predisposta dalla Simurg Ricerche di Livorno, in qualità di aggiudicataria del relativo servizio, con l'assistenza e la collaborazione del Settore Sviluppo Economico del Comune di Cecina.

Il lavoro è composto da una relazione generale sul commercio, una analisi della rete locale e da un regolamento del commercio in sede fissa.

La proposta è stata discussa dalla commissione consiliare competente in una riunione della stessa che si è tenuta giovedì 16 ottobre 2008.

La proposta è stata trasmessa alle organizzazioni di categoria del commercio ed a tutti i soggetti interessati in data 21 novembre 2008 (tramite dischetto informatico) ed è stata illustrata agli stessi in occasione di un incontro che si è tenuto venerdì 5 dicembre 2008 nei locali della Biblioteca comunale di via Corsini.

Alla presentazione della proposta hanno partecipato l'Assessore al Commercio Antonio Giuseppe Costantino, lo scrivente in qualità di dirigente del Settore Sviluppo Economico del Comune, il dr. Giuseppe Mirani della Simurg Ricerche, il dr. Cesare Salvucci della Simurg Ricerche, il Sig. Attilio Camposano (presidente della Confcommercio locale), il Sig. Stefano Paperini (presidente della Confesercenti locale), il Sig. Gabriele Bilanceri (Confcommercio), il Sig. Francesco Conti (Confesercenti), il Sig. Bruno Squarcia (Confesercenti), il Sig. Daniele Cecconi (C.N.A.), il Sig. Claudio Giannellini (Confcommercio/F.I.V.A.), il Sig. Bruno Antonini (Confesercenti/A.N.V.A.), il Sig. Maurizio Biondo (Confesercenti), il Sig. Giancarlo Fabbri (A.D.O.C. e U.I.L.), il Sig. Accardi (Adiconsum) e la Sig.ra Katia Giannoni (Confcommercio).

Durante la riunione sono state illustrate molte osservazioni in ordine soprattutto all'indicazione da parte della società incaricata dall'Amministrazione comunale, contenuta nella proposta elaborata, di rafforzare la rete di vendita esistente aumentando la dotazione di grande distribuzione di tipo alimentare tramite la localizzazione a San Pietro in Palazzi di una grande struttura di vendita completata da due medie strutture di vendita.

Il verbale della riunione del 5 dicembre 2008 è depositato presso gli uffici del Settore Sviluppo Economico e chiunque può liberamente consultarlo.

Ulteriori osservazioni sulla proposta sono pervenute il 15 gennaio 2009 da parte dei capigruppo consiliari di Forza Italia - PdL ed Alleanza Nazionale.

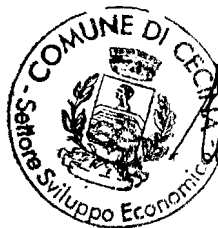
Un altro incontro sull'argomento e, specificatamente, su quanto sopra evidenziato si è svolto mercoledì 25 marzo 2009 (presenti l'Assessore Costantino, Confcommercio, Confesercenti e C.N.A.).

Le suddette osservazioni sono state oggetto di analisi e di approfondita ponderazione, con la collaborazione di Simurg Ricerche, e le risultanze hanno determinato una parziale modifica della proposta originaria. In parziale accoglimento di tali osservazioni, provenienti dalla Confcommercio, dalla Confesercenti e dalla C.N.A. cecinesi nonché dai capigruppo menzionati, la modifica ha riguardato la previsione che le due medie strutture citate non riguardino il commercio di abbigliamento e calzature e che sia sottoscritto uno specifico protocollo d'intesa volto a ridurre il rischio di eventuali disequilibri della rete di vendita ed a contenga iniziative e interventi per lo sviluppo dei centri commerciali naturali del territorio.

L'ultima versione della proposta è stata discussa dalla commissione consiliare competente in una riunione che si è tenuta giovedì 26 marzo 2009.

La versione aggiornata della proposta è stata nuovamente trasmessa per posta elettronica a tutte le organizzazioni interessate nei giorni 27 e 30 marzo 2009 ed è stata presentata dall'Amministrazione comunale agli operatori ed alle organizzazioni di categoria del commercio lunedì 30 marzo 2009 nei locali dell'Auditorium cittadino.

Cecina, 31 marzo 2009



IL DIRIGENTE
Dr. Stefano Bezzini

IL PRESIDENTE
Alessandra Meini

IL SEGRETARIO GENERALE
Salvatore Giangrande

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE
(Art. 124 D. Lgs. n. 267/18.08.2000)

SERVIZIO MESSI E ALBO PRETORIO: **21 APR. 2009**
La presente deliberazione e' stata pubblicata dal e vi resterà per 15 giorni consecutivi.

Cecina, li, **2.1. APR. 2009**



IL MESSO COMUNALE

Il sottoscritto Segretario Generale, giusta la relata del Messo Comunale, attesta che la suetesa deliberazione è stata affissa in copia all'Albo Pretorio del Comune dal e vi resterà per 15 giorni consecutivi.

21 APR. 2009

Cecina, li **2.1. APR. 2009**

IL SEGRETARIO GENERALE

La suetesa deliberazione è divenuta esecutiva:

- **1 MAG. 2009**
per decorrenza termini ai sensi dell'art. 134,
co. 3 del D. Lgs. 18.8.2000 n. 267 a seguito
di pubblicazione all'Albo Pretorio in data ...
...**2.1. APR. 2009**

Cecina, li**4. MAG. 2009**

IL SEGRETARIO GENERALE

COMUNE DI CECINA

Eseguita in data **04/05/2009**
albo Comunale in data **02/05/2009**

Cecina **25/05/2009**
IL MESSO COMUNALE

ALLEGATO Delib. C.C.

n. 42 del 09/04/2009



Comune di
Cecina

Piano del commercio in sede fissa

Analisi sul settore commerciale in sede fissa, criteri di urbanistica commerciale e regolamento di settore

COMUNE DI CECINA

Eseguitane la ripubblicazione al P. S.
bo Comunale dal di 07/05/2009
al 22/05/2009

Cecina 25/05/2009
IL MESSO COMUNALE

A cura di:



Sommario

PARTE PRIMA – RELAZIONE GENERALE SUL SETTORE COMMERCIO	3
1. PREMESSA	3
1.1. Commercio in sede fissa: confronto con il resto del territorio e evoluzione del settore 3	
1.1.1. <i>Esercizi di vicinato</i>	3
1.1.2. <i>Medie e grandi strutture di vendita</i>	9
2. LA RETE COMMERCIALE “LOCALE” E QUELLA DEL RESTO DEL TERRITORIO	14
2.1. Caratteristiche attuali.....	14
2.2. L’equilibrio tra le varie forme di commercio	15
2.3. La distribuzione territoriale	21
2.4. Le forme distributive.....	23
2.4.1. <i>Considerazioni generali</i>	23
2.4.2. <i>Il commercio di vicinato</i>	24
2.4.3. <i>Le medie e le grandi strutture di vendita</i>	26
2.5. Riflessioni conclusive.....	27
PARTE SECONDA – PIANIFICAZIONE DEL COMMERCIO E REGOLAMENTO DI SETTORE REGOLAMENTO DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA	29
REGOLAMENTO DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA.....	30
<i>Articolo 1- Norme applicabili</i>	30
<i>Articolo 2- Settori merceologici</i>	30
<i>Articolo 3- Tipologie commerciali</i>	30
<i>Articolo 4 – Superficie di vendita</i>	31
<i>Articolo 5 - Dotazione e la localizzazione di parcheggi</i>	31
<i>Articolo 6 – Esercizi di vicinato</i>	33
<i>Articolo 7- Medie strutture di vendita</i>	33
<i>Articolo 8- Le grandi strutture di vendita</i>	34
<i>Articolo 9 - Orari</i>	35
<i>Articolo 10 – Prezzi</i>	35
<i>Articolo 11 – Sanzioni</i>	35
<i>Articolo 12 – Responsabilità dei procedimenti</i>	35

Parte prima – Relazione generale sul settore commercio

1. PREMESSA

Questa relazione ha lo scopo di analizzare il commercio in sede fissa del comune di Cecina, in modo da fare emergere elementi utili alla predisposizione dei criteri di urbanistica commerciale.

Il lavoro è parte integrante del Piano del Commercio che si compone di altri due documenti che sono: "I criteri di urbanistica commerciale" e il Regolamento del Commercio".

La prima parte della relazione è dedicata allo studio delle dinamiche evolutive del settore, evidenziandone i principali punti di forza e punti di debolezza.

Nella seconda parte viene analizzata la struttura distributiva in relazione al territorio e alle varie tipologie commerciali.

Nella parte conclusiva sono sintetizzate le varie problematiche emerse nel corso dello studio in modo da ricavare elementi utili alla programmazione commerciale.

1.1. Commercio in sede fissa: confronto con il resto del territorio e evoluzione del settore

1.1.1. Esercizi di vicinato

Secondo i dati più recenti, gli esercizi di vicinato presenti nella nostra regione sono oltre 65.200 (17.200 con vendita di generi alimentari e 48.000 di generi non alimentari) per una superficie di vendita complessiva di 3,4 milioni di mq..

In questo contesto regionale la provincia di Livorno dà un buon contributo in termini di esercizi di vicinato con quasi 7.100 unità, pari a circa l'11% del totale regionale, collocandosi, in termini percentuali, dopo Firenze (23,5%) e alla pari di altre province (Arezzo, Lucca e Pisa).

Nel corso del periodo 2001-2005 il settore è cresciuto in Toscana di oltre il 7% grazie ad un incremento dei negozi di generi non alimentari di quasi il 10%, mentre i negozi di generi alimentari hanno avuto una crescita molto più contenuta (+1,4%).

Se prendiamo, però, in considerazione l'ultimo triennio dal 2003 al 2005 possiamo evidenziare che la Provincia di Livorno ha avuto un calo generale di negozi passando da 7.236 a 7.084; tale calo è stato più evidente nel settore alimentare (-4,4%) rispetto al settore non alimentare (-1%); l'unica provincia, dopo Livorno, a mostrare un calo di negozi è quella di Massa Carrara che, comunque, riesce a contenere le perdite del

settore al -1,4% complessivo grazie ad un incremento del settore non alimentare (+1,3%) che controbilancia in parte il netto calo dell'alimentare (-6,6%). Per tutte le altre province, se si esclude Arezzo e Pisa in forte crescita numerica, possiamo parlare di sostanziale tenuta degli esercizi di vicinato (Tabella 1).

Tabella 1: Distribuzione, per provincia, del numero degli esercizi di vicinato e della loro superficie di vendita (mq.).

Numero di esercizi	Alimentari			Non Alimentari			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Arezzo	1.241	1.368	1.720	3.735	4.491	4.854	4.976	5.859	6.574
Firenze	3.759	3.737	3.770	10.871	11.365	11.589	14.630	15.102	15.359
Grosseto	1.387	1.305	1.336	3.688	3.927	3.956	5.075	5.232	5.292
Livorno	2.293	2.413	2.307	4.729	4.823	4.777	7.022	7.236	7.084
Lucca	2.411	2.366	2.259	5.258	5.276	5.412	7.669	7.642	7.671
Massa-Carrara	1.372	1.373	1.283	2.660	2.678	2.712	4.032	4.051	3.995
Pisa	1.473	1.430	1.808	4.065	4.198	5.312	5.538	5.628	6.920
Pistoia	1.090	1.108	1.152	3.218	3.250	3.303	4.308	4.358	4.455
Prato	838	570	560	2.038	2.096	2.111	2.876	2.666	2.671
Siena	1.133	1.289	1.235	3.486	3.819	3.987	4.619	5.100	5.222
Totale Regione	16.997	16.969	17.230	43.748	45.923	48.013	60.745	62.882	65.243

Superficie di vendita	Alimentari			Non Alimentari			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Arezzo	54.179	55.818	55.710	268.454	284.580	298.489	320.633	340.398	354.199
Firenze	137.521	130.384	130.739	643.326	669.004	679.800	780.847	799.388	810.539
Grosseto	49.325	45.546	46.194	200.803	213.183	221.436	250.128	258.729	267.630
Livorno	74.338	81.007	73.611	259.511	274.049	269.630	333.849	355.056	343.241
Lucca	77.823	76.546	71.959	226.076	225.856	232.285	303.899	302.402	304.244
Massa-Carrara	67.687	76.872	77.018	154.592	166.415	165.355	222.279	243.287	242.373
Pisa	62.908	59.622	60.419	257.442	255.052	317.066	320.350	314.674	377.485
Pistoia	50.863	48.500	48.763	225.004	227.536	226.192	275.867	276.036	274.955
Prato	38.355	22.657	22.079	136.773	140.531	142.596	175.128	163.188	164.675
Siena	46.159	46.882	47.043	189.063	220.184	224.722	235.222	267.066	271.764
Totale Regione	659.158	643.834	633.635	2.559.044	2.676.390	2.777.571	3.218.202	3.320.224	3.411.105

Fonte: per il 2001 dati Regione Toscana per 2003 e 2005 dati Simurg

Il comune di Cecina è uno dei comuni più importanti della Provincia di Livorno, in quanto dispone di una rete commerciale costituita da 770 esercizi, in grandissima parte esercizi di vicinato (715) che corrispondono, lo ricordiamo, ad esercizi con superficie di vendita inferiore a 250 mq.

Tabella 2: Distribuzione, per comune della provincia di Livorno, del numero degli esercizi di vicinato e della loro superficie di vendita (mq.).

Numero di esercizi	Alimentari			Non Alimentari			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Bibbona	25	29	29	22	32	34	47	61	63
Campiglia Marittima	43	42	43	179	186	201	222	228	244
Campo nell'Elba	46	29	29	104	100	100	150	129	129
Capoliveri	51	55	57	90	101	106	141	156	163
Capraia Isola	4	5	3	7	7	9	11	12	12
Castagneto Carducci	71	67	67	133	133	136	204	200	203
Cecina	153	139	154	560	548	561	713	687	715
Collesalveti	55	60	57	131	126	122	186	186	179
Livorno	1.180	1.384	1.287	1.785	1.914	1.832	2.965	3.298	3.119
Marciana	24	24	27	34	34	34	58	58	61
Marciana Marina	29	29	29	79	79		108	108	108
Piombino	184	162	157	539	539	536	723	701	693
Porto Azzurro	33	34	35	113	114	114	146	148	149
Portoferraio	51	40	42	270	259	260	321	299	302
Rio Marina	56	33	31	40	33	27	96	66	58
Rio nell'Elba	9	9	9	10	7	7	19	16	16
Rosignano Marittimo	218	211	192	442	417	425	660	628	617
San Vincenzo	40	40	43	150	152	156	190	192	199
Sassetta	3	3	3	6	6	6	9	9	9
Suvereto	18	18	13	35	36	32	53	54	45
Totale Provincia	2.293	2.413	2.307	4.729	4.823	4.698	7.022	7.236	7.084

Superficie di vendita	Alimentari			Non Alimentari			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Bibbona	1.314	1.367	1.367	1.222	1.759	1.820	2.536	3.126	3.187
Campiglia Marittima	1.626	1.590	2.479	12.495	12.204	13.317	14.121	13.794	15.796
Campo nell'Elba	1.120	830	830	2.850	2.680	2680	3.970	3.510	3510
Capoliveri	3.860	3.985	4.030	4.500	4.855	4.977	8.360	8.840	9.007
Capraia Isola	262	277	180	188	188	271	450	465	451
Castagneto Carducci	2.264	2.277	2.150	5.945	6.070	6.179	8.209	8.347	8.329
Cecina	4.805	4.388	4.804	36.258	37.207	38.888	41.063	41.595	43.692
Collesalveti	2.727	2.846	2.593	8.171	7.128	6.754	10.898	9.974	9.347
Livorno	32.133	39.853	33.326	107.439	116.531	109.001	139.572	156.384	142.327
Marciana	720	720	946	713	713	1.233	1.433	1.433	2.179
Marciana Marina	1.092	1.092	1092	207	207	207	1.299	1.299	1299
Piombino	6.626	6.241	5.978	30.928	29.529	29.819	37.554	35.770	35.797
Porto Azzurro	768	908	948	3.678	3.714	3.714	4.446	4.622	4.662
Portoferraio	1.530	1.717	1.918	10.800	16.895	17.219	12.330	18.612	19.137
Rio Marina	1.669	895	794	1.258	1.057	992	2.927	1.952	1.786
Rio nell'Elba	473	473	473	194	194	194	667	667	667
Rosignano Marittimo	8.720	8.886	7.063	22.100	22.653	21.538	30.820	31.539	28.601
San Vincenzo	1.772	1.805	1.920	7.814	7.706	8.653	9.586	9.511	10.573
Sassetta	120	120	120	174	174	174	294	294	294
Suvereto	737	737	600	2.577	2.585	2.000	3.314	3.322	2.600
Totale Provincia	74.338	81.007	73.611	259.511	274.049	269.630	333.849	355.056	343.241

Fonte: per il 2001 dati Regione Toscana per 2003 e 2005 dati Simurg

Si tratta dunque di una struttura commerciale consistente che, a livello provinciale, costituisce circa il 10% dell'intero contingente numerico dei piccoli negozi (vedi Tabella 2).

Nel corso degli ultimi anni, nel territorio di Cecina, il numero degli esercizi di vicinato è rimasto praticamente invariato grazie ad un incremento notato nel periodo 2003-2005. Per quanto riguarda le superfici di vendita complessive notiamo una leggera crescita

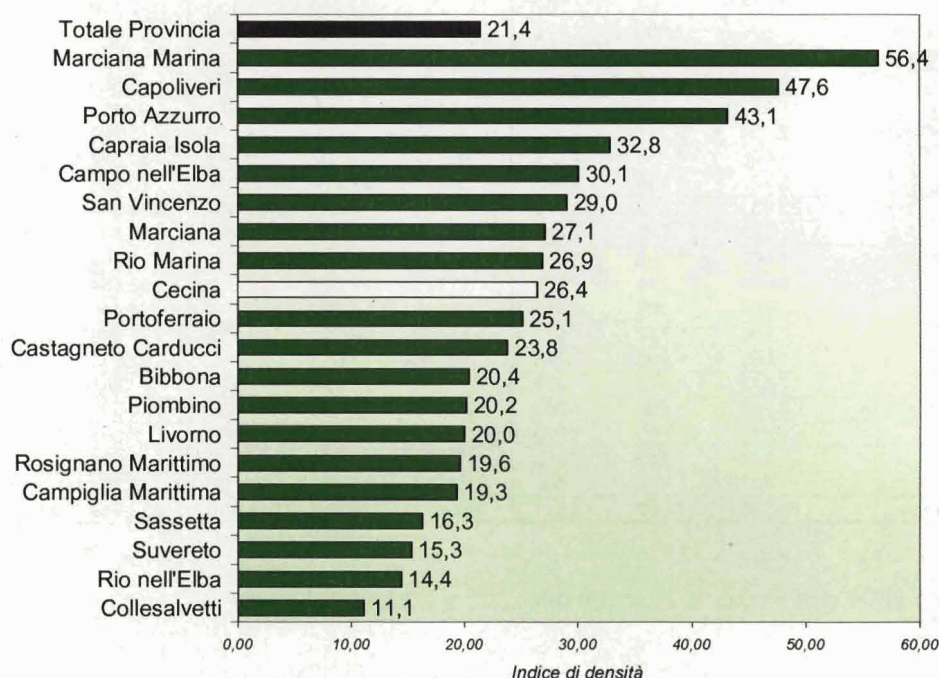
delle dimensioni medie che superano nel corso dell'ultima rilevazione i 60 mq. per esercizio.

Uno degli indici più comunemente utilizzato per valutare la dotazione di esercizi di vicinato all'interno di una unità territoriale definita è l'indice di densità calcolato dividendo il numero dei negozi per 1.000 abitanti.

Come rappresentato nel Grafico 1 con questo indicatore è possibile approfondire il semplice esame percentuale e relazionare il numero degli esercizi alla quantità di domanda effettivamente presente nel territorio; per fare un esempio, il comune di Livorno, pur avendo una dotazione numerica pari al 44% del totale provinciale e, quindi, risultando di gran lunga il comune più fornito di negozi, ha in realtà un indice di densità appena sotto la media provinciale.

Il comune di Cecina mostra complessivamente una buona dotazione (Grafico 1), di molto superiore alla media provinciale, ed è superato in questa classifica da molti comuni piccoli o medio piccoli che hanno, comunque, questo indicatore molto meno stabile (è evidente che in comuni con numero limitato di abitanti poche nuove aperture o chiusure possono determinare grosse differenze di indice).

Grafico 1: Distribuzione degli indici di densità (N. esercizi / 1.000 abit.) degli esercizi di vicinato per comune (Anno 2005).

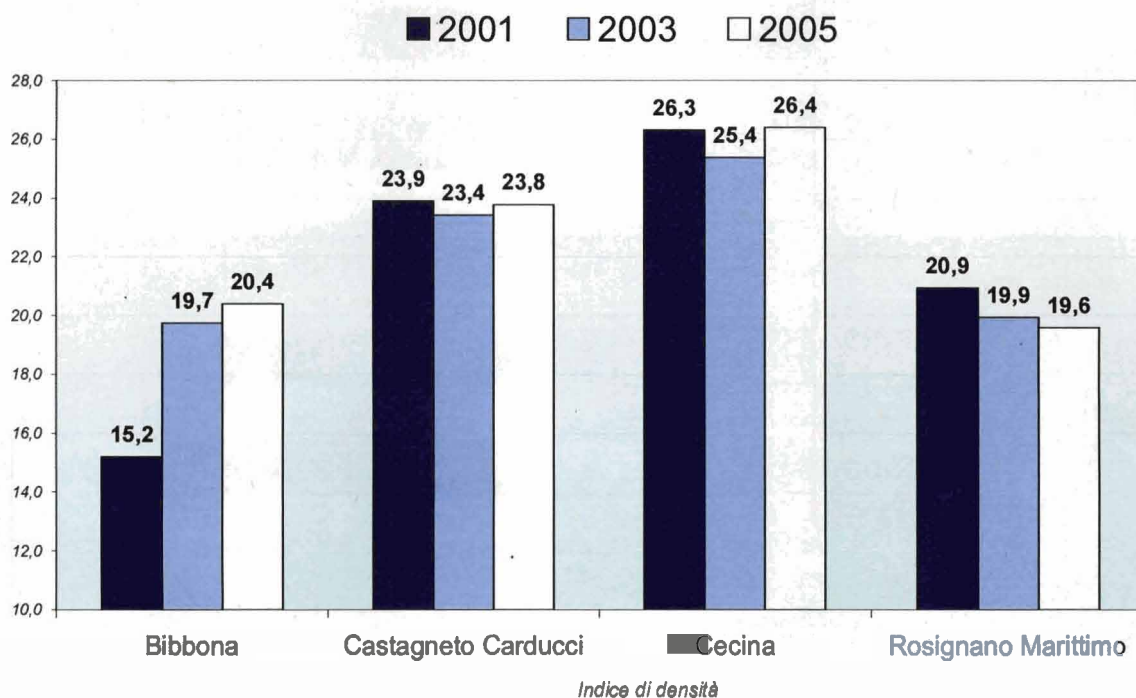


Fonte: nostre elaborazioni su dati Simurg

Se analizziamo i comuni appartenenti allo stesso Bacino Omogeneo di Utenza, comuni, quindi, con similitudini ambientali tra loro, vediamo che Cecina risulta essere il territorio più dotato di esercizi di vicinato rispetto ai comuni costieri e in seconda posizione – dopo Volterra – per quanto riguarda l'intera area della Val di Cecina in cui sono compresi anche i comuni interni.

Per quanto riguarda i quattro comuni costieri possiamo riassumere la dinamica del vicinato parlando di tenuta nel quinquennio per quanto riguarda Cecina e Castagneto Carducci; di una crescita del settore nel comune di Bibbona e di una crisi latente nel comune di Rosignano Marittimo (vedi Grafico 2).

Grafico 2: Confronto tra gli indici di densità (N. esercizi / 1.000 abit.) degli esercizi di vicinato tra i comuni costieri del BOU Val di Cecina (2001-2003).



Fonte: elaborazioni Simurg su dati per il 2001 dati Regione Toscana per 2003 e 2005 dati Simurg

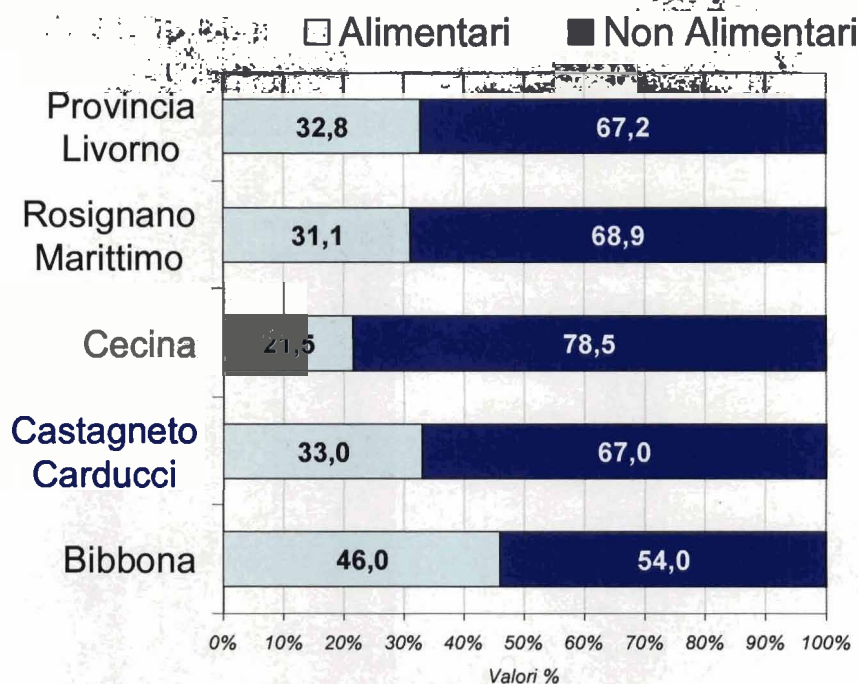
Uno dei punti deboli che sembra avere il piccolo commercio a Cecina è quello della carenza di negozi che vendono generi alimentari che, secondo le nostre elaborazioni, sono pari al 21,5% del totale. Questo sottodimensionamento è ancora più evidente se confrontato con gli altri comuni limitrofi e con la media provinciale che è del 32,8% (vedi Grafico 3).

Per comprendere meglio le ricadute reali di questa carenza possiamo far riferimento all'importante funzione di servizio che svolgono i piccoli negozi di alimentari per gli abitanti e, in particolare, per le persone più anziane.

D'altra parte è tipico in tutti i sistemi commerciali baricentrici che il settore extralimentare si sviluppi in maniera superiore proprio perché questo settore commerciale viene inserito in un volano che fa aumentare l'attrattività e allo stesso tempo genera opportunità di nuove aperture.

Semplificando possiamo dire che un sistema commerciale è tanto più attrattivo quanta più predominanza di extralimentare sia presente al suo interno. In questo senso non c'è dubbio che il sistema commerciale di Cecina estende la propria influenza attrattiva ben al di fuori del territorio comunale.

Grafico 3: Distribuzione degli esercizi di vicinato, per settore di vendita, tra i comuni costieri del BOU Val di Cecina.



Fonte: nostre elaborazioni su dati 2005 Simurg

Anche all'interno dei principali fronti commerciali comunali esiste una assoluta carenza di negozi di vicinato di tipo alimentare che non raggiungono il 10% del totale mentre assume particolare importanza il commercio di generi di abbigliamento e di calzature. Questo aspetto sta a significare che tali fronti hanno perso la funzionalità di servizio alla popolazione residente diventando fronti dotati di forte attrattività.

1.1.2. *Medie e grandi strutture di vendita*

La provincia di Livorno, nelle medie strutture di vendita, segue il trend rilevato a livello regionale che evidenzia nel corso degli ultimi tre anni una sensibile diminuzione numerica di questa tipologia di vendita – in Toscana siamo passati da 3.579 strutture nel 2003 a 2.941 nel 2005 - che, però, vede incrementare la superficie complessiva.

Si tratta di un fenomeno che possiamo definire di maturazione del settore della media distribuzione che si evidenzia in una maggiore strutturazione delle medie strutture di vendita che razionalizzano la quantità numerica dell'offerta incrementando, al contempo, le dimensioni medie e quindi la qualità del servizio.

Complessivamente in provincia di Livorno dal 2003 al 2005 si sono perse 47 medie strutture di vendita ma, considerando che l'indicatore più importante per la media e grande distribuzione non è il numero di unità locali ma la loro superficie, possiamo dire che in realtà il settore è cresciuto passando da 158 mila mq. nel 2001; a 170 mila nel 2003, per arrivare attualmente a circa 173 mila mq. (vedi Tabella 3).

Per la verità nel comune di Cecina, nel triennio 2003-2005, dal punto di vista numerico le strutture commerciali di medie dimensioni (da 250 mq. a 1.500 mq.) sono rimaste stabili mentre è interessante notare, nello stesso periodo di tempo, la diminuzione in termini di superficie delle medie strutture non alimentari largamente compensato dall'aumento delle superfici alimentari.

Possiamo a questo punto mettere sicuramente in relazione la carenza degli esercizi di vicinato alimentari (vedi Grafico 3) con questa crescita del settore alimentare nelle medie strutture. Due sono le ipotesi che si possono fare: la prima è che il sottodimensionamento del vicinato di tipo alimentare sia causato da un cambio delle abitudini di acquisto da parte dei residenti che preferiscono rivolgersi alle medie e grandi strutture; la seconda è che la carenza del vicinato alimentare sia dovuta all'eccessivo aumento delle medie strutture che vendono generi alimentari.

Tabella 3: Distribuzione, per comune della provincia di Livorno, del numero e della superficie (mq.) delle medie strutture di vendita.

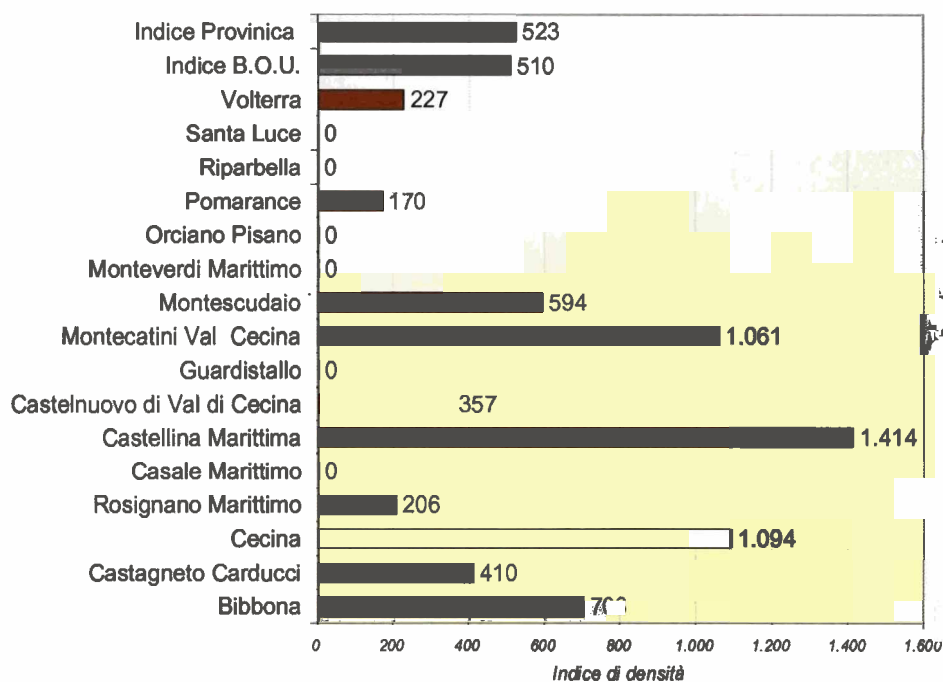
Numero di medie strutture di vendita Comuni	Alimentari			Non Alimentari			Miste			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Bibbona	1	1	1	9	8	7	1	-	-	11	9	8
Campiglia Marittima	3	3	4	9	9	9	-	-	-	12	12	13
Campo nell'Elba	2	4	-	1	-	-	-	-	-	3	4	-
Capoliveri	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
Capraia Isola	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Castagneto Carducci	-	-	-	7	6	5	3	3	3	10	9	8
Cecina	8	10	11	40	44	42	-	-	-	48	54	53
Collesalveti	3	3	4	18	20	19	-	-	-	21	23	23
Livorno	6	7	5	77	83	78	30	29	29	113	119	112
Marciana	1	1	-	1	1	-	1	1	1	3	3	1
Marciana Marina	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-
Piombino	4	2	2	2	23	24	-	4	4	24	29	3
Porto Azzurro	2	1	1	3	2	2	-	2	2	5	5	5
Portoferraio	4	4	5	12	1	11	-	-	-	16	14	16
Rio Marina	2	2	2	7	-	-	-	-	-	9	2	2
Rio nell'Elba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rosignano Marittimo	8	-	-	1	1	8	-	6	6	9	16	14
San Vincenzo	2	2	2	12	11	9	-	-	-	14	13	11
Sassetta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suvereto	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-
Totale Provincia	48	42	37	198	207	214	35	45	46	301	314	267

Superficie di medie strutture di vendita Comuni	Alimentari			Non Alimentari			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Bibbona	270	203	203	2.470	2.319	1.969	2.740	2.522	2.172
Campiglia Marittima	1.958	1.958	2.889	5.891	5.891	6.043	7.849	7.849	8.932
Campo nell'Elba	262	960	-	100	-	-	362	960	-
Capoliveri	320	320	350	-	-	50	320	320	400
Capraia Isola	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Castagneto Carducci	1.085	1.085	1.085	2.898	2.613	2.413	3.983	3.698	3.498
Cecina	4.397	5.284	6.100	19.438	23.935	23.523	23.835	29.219	29.623
Collesalveti	2.030	2.030	2.897	13.311	14.771	13.998	15.341	16.801	16.895
Livorno	13.559	14.161	17.951	49.248	54.321	55.669	62.807	68.482	73.620
Marciana	714	714	379	242	242	-	956	956	379
Marciana Marina	980	980	-	-	-	-	980	980	-
Piombino	3.106	3.760	3.760	11.001	11.742	12.417	14.107	15.502	16.177
Porto Azzurro	798	850	850	781	760	760	1.579	1.610	1.610
Portoferraio	3.066	3.626	3.985	4.264	3.994	4.371	7.330	7.620	8.356
Rio Marina	425	472	472	1.338	-	-	1.763	472	472
Rio nell'Elba	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rosignano Marittimo	4.769	1.401	1.400	370	5.147	5.086	5.139	6.548	6.486
San Vincenzo	1.406	1.406	1.406	6.504	5.844	3.104	7.910	7.250	4.510
Sassetta	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suvereto	-	-	-	1.050	-	-	1.050	-	-
Totale Provincia	39.145	39.210	43.727	118.906	131.579	129.403	158.051	170.789	173.130

Fonte: per il 2001 dati Regione Toscana per 2003 e 2005 dati Simurg

Dalle analisi precedenti emerge una notevole importanza della media distribuzione commerciale all'interno del comune di Cecina. Tale presupposto trova una verifica dallo studio degli indici di densità delle medie strutture commerciali, relativi alla popolazione residente; nel Grafico 4, infatti, abbiamo messo a confronto le varie densità (Superficie di vendita / 1.000 abitanti) su base di bacino omogeneo di utenza e vediamo che Cecina ha un indice praticamente doppio rispetto a quello del BOU della Val di Cecina e di quello provinciale, e si pone in seconda posizione dietro al comune di Castellina Marittima che, però, con i suoi 1.800 abitanti non rappresenta un valido termine di paragone.

Grafico 4: Distribuzione degli indici di densità (Superficie di vendita / 1.000 abit.) delle medie strutture di vendita per comune B.O.U. (Anno 2005).



Fonte: nostre elaborazioni su dati 2005 Simurg

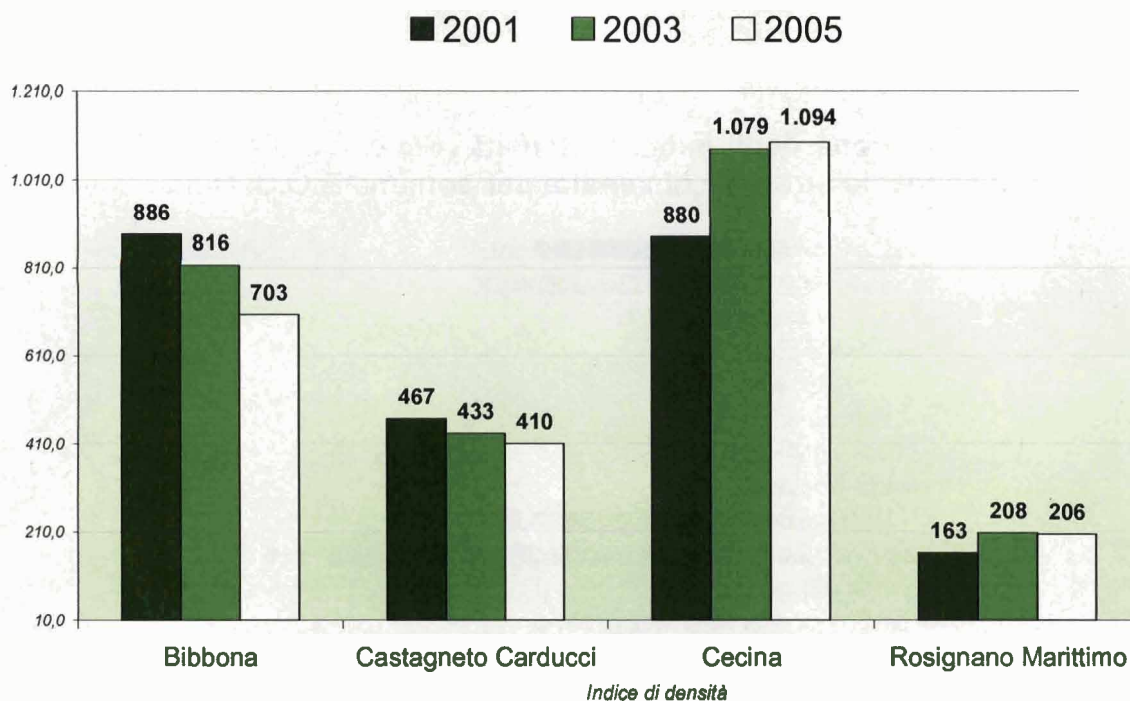
Sempre facendo riferimento all'indice di densità precedentemente utilizzato, possiamo studiare l'evoluzione del settore delle medie strutture di vendita che a Cecina, dal 2001 al 2005, ha un trend in crescita caratterizzato da un consolidamento nell'ultimo triennio.

Tale andamento è stato seguito anche dal comune di Rosignano Marittimo che però ha una densità molto minore – pari a circa un quinto di quella di Cecina – e dal 2003 al 2005 ha visto leggermente diminuire il suo indice.

Per quanto riguarda gli altri due comuni che compongono il quadrante costiero del sistema Val di Cecina e cioè Bibbona e Castagneto Carducci, il loro indice è in progressiva diminuzione segno che l'azione baricentrica di Cecina toglie quote di mercato a questi due comuni (vedi Grafico 5).

Possiamo, quindi, stimare che l'Area di attrazione primaria della struttura commerciale comunale si estende da nord a sud da Rosignano Marittimo a Castagneto Carducci e ad arriva ad est fino al comune di Volterra; intersecandosi, con le sue curve, con le zone di attrazione dei due grandi poli commerciali posti a nord: Livorno e Pisa.

Grafico 5: Confronto tra gli indici di densità (Superficie di vendita / 1.000 abit.) delle medie strutture di vendita tra i comuni costieri del BOU Val di Cecina (2001-2003).



Fonte: elaborazioni Simurg su dati per il 2001 dati Regione Toscana per 2003 e 2005 dati Simurg

In Toscana sono presenti attualmente 160 grandi strutture di vendita di cui 14 svolgono la loro attività in provincia di Livorno.

Nel comune di Cecina sono presenti 2 grandi strutture di vendita una con prevalenza di vendita di generi alimentari e una con vendita di generi non alimentari; la situazione di questo comparto non ha subito modifiche nel corso degli ultimi cinque anni.

Nella valutazioni relative alle grandi strutture commerciali, come del resto anche nelle analisi delle medie, è giusto, però, porre l'attenzione più che al numero delle unità locali alla loro superficie di vendita. Infatti, sono proprio le superfici di vendita che indicano lo sviluppo e l'incidenza sul territorio del settore e, del resto, sono proprio le superfici di vendita oggetto di programmazione regionale.

A questo proposito possiamo confermare, anche a livello di superficie di vendita della grande distribuzione, il dato costante per il comune di Cecina che negli ultimi anni si è assestato intorno ai 5.300 mq. mentre bisogna far riferimento all'aumento della superficie delle grandi strutture registrato a livello provinciale che è essenzialmente

dovuto all'apertura del grande centro commerciale "Le fonti del Corallo" di Livorno al cui interno è situata la struttura dell'Ipercoop.

Sottolineando l'impatto che tale struttura ha avuto e continua ad avere anche all'interno della struttura commerciale di Cecina possiamo, quindi, parlare di un comparto della grande distribuzione che, sebbene all'interno di un comprensorio più ampio, ha comunque aumentato l'offerta complessiva.

Tabella 4: Distribuzione, per comune della provincia di Livorno, del numero e della superficie (mq.) delle grandi strutture di vendita.

Numero di grandi strutture di vendita Comuni	Alimentari			Non Alimentari			Miste			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Bibbona	-	-	-	1	1	1	-	-	-	1	1	1
Campiglia Marittima	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Campo nell'Elba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capoliveri	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capraia Isola	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Castagneto Carducci	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cecina	1	1	1	1	1	1	-	-	-	2	2	2
Collesalveti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Livorno	3	-	-	2	1	1	3	4	5	8	5	6
Marciana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marciana Marina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Piombino	-	-	-	3	3	3	1	1	1	4	4	4
Porto Azzurro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Portoferraio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio Marina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio nell'Elba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rosignano Marittimo	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1
San Vincenzo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sassetta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suvereto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	5	1	1	7	6	6	4	6	7	16	13	14

Superficie di grandi strutture di vendita Comuni	Alimentari			Non Alimentari			Totale		
	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005
Bibbona	-	-	-	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Campiglia Marittima	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Campo nell'Elba	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capoliveri	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capraia Isola	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Castagneto Carducci	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cecina	3.155	3.155	3.155	2.134	2.134	2.134	5.289	5.289	5.289
Collesalveti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Livorno	4.390	9.390	11.340	5.590	21.156	21.697	9.980	30.546	33.037
Marciana	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marciana Marina	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Piombino	1.827	1.827	1.827	7.980	7.980	7.980	9.807	9.807	9.807
Porto Azzurro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Portoferraio	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio Marina	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio nell'Elba	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rosignano Marittimo	1.660	1.660	1.660	230	230	230	1.890	1.890	1.890
San Vincenzo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sassetta	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suvereto	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	11.032	16.032	17.982	17.934	33.500	34.041	28.966	49.532	52.023

Fonte: per il 2001 dati Regione Toscana per 2003 e 2005 dati Simurg

2. LA RETE COMMERCIALE “LOCALE” E QUELLA DEL RESTO DEL TERRITORIO

2.1. Caratteristiche attuali

Secondo i dati dell'Ufficio Commercio del Comune di Cecina (30/06/2007), gli esercizi commerciali attivi autorizzati alla vendita in sede fissa sono 714. Gli esercizi che vendono generi alimentari sono 113, 559 sono autorizzati alla vendita di generi non alimentari (vedi Tabella 5), i restanti 42 vendono entrambe le merceologie.

In riferimento alle tipologie di esercizio, dai dati vediamo che la rete di vendita è composta da 655 esercizi di vicinato che corrispondono a circa il 92% del totale degli esercizi. Tra gli esercizi di vicinato il 17% è composto da attività che vendono in prevalenza generi alimentari, mentre il 83% vendono generi non alimentari.

Tabella 5: Distribuzione degli esercizi commerciali di Cecina per tipologia e settore

Tipologia	Alimentare	Misto	Non Alimentare	Totale
Vicinato	113	27	515	655
Media		14	43	57
Grande		1	1	2
Totale	113	42	559	714

Tipologia	Alimentare	Misto	Non Alimentare	Totale
Vicinato	100,0	64,3	92,1	91,7
Media	0,0	33,3	7,7	8,0
Grande	0,0	2,4	0,2	0,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Tipologia	Alimentare	Misto	Non Alimentare	Totale
Vicinato	17,3	4,1	78,6	100,0
Media	0,0	24,6	75,4	100,0
Grande	0,0	50,0	50,0	100,0
Totale	15,8	5,9	78,3	100,0

Fonte: Dati Ufficio Commercio (2007)

Le medie strutture di vendita sono 57 e rappresentano il 8% dei punti vendita, 43 di queste fanno parte del settore non alimentare e 14 sono di tipo misto. Le grandi strutture sono 2, una di tipo non alimentare e una alimentare.

Tabella 6: Superficie totale degli esercizi commerciali di Cecina per tipologia e settore (valori in mq)

Tipologia	Non		Totale
	Alimentare	Alimentare	
Vicinato	5.116	35.728	40.844
Media	6.600	24.488	31.088
Grande	1.930	3.140	5.070
Totale	13.646	63.356	77.002

Tipologia	Non		Totale
	Alimentare	Alimentare	
Vicinato	37,5	56,4	53,0
Media	48,4	38,7	40,4
Grande	14,1	5,0	6,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Tipologia	Non		Totale
	Alimentare	Alimentare	
Vicinato	12,5	87,5	100,0
Media	21,2	78,8	100,0
Grande	38,1	61,9	100,0
Totale	17,7	82,3	100,0

Fonte: Dati Ufficio Commercio (2007)

La superficie complessiva di vendita è pari a 77.000 mq; di questi 13.600 fanno parte del settore alimentare e oltre 63.000 di quello non alimentare. La percentuale di superficie di vendita relativa agli esercizi di vicinato è pari al 53%, quella relativa alle medie strutture supera di poco il 40% mentre la grande struttura di vendita occupa il 6,6% dell'intera superficie.

2.2. L'equilibrio tra le varie forme di commercio

Per equilibrio commerciale si intende una equa distribuzione sul territorio delle attività commerciali esistenti, con particolare attenzione alle forme distributive più fragili che sono rappresentate dai negozi di vicinato, senza precludere la nascita di più moderne forme distributive (medie e grandi strutture).

Questo concetto è stato peraltro fondamento della normativa in tema di commercio. Basta pensare alla L. 426/71 nella quale è centrale il tema della equa distribuzione delle tipologie commerciali o al D.lgs. 114/98, dove all'art. 1 si indica esplicitamente tra le finalità della riforma commerciale "l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese". Anche la L. R. 28/05 (e successive modificazioni) recependo i principi di equilibrio della normativa nazionale, precisa l'esigenza di "garantire la migliore integrazione della rete distributiva rispetto al territorio e alla riqualificazione del tessuto urbano". Per finire, nel Regolamento Regionale si fa un esplicito riferimento all'obiettivo di "favorire una equilibrata evoluzione delle attività commerciali nelle aree metropolitane e nei bacini di utenza".

Premesso quanto sopra passiamo ad analizzare se e in che misura la struttura distributiva di Cecina è equilibrata. Prima di procedere in tal senso è opportuno puntualizzare che "l'equilibrio" può essere valutato in riferimento ad una molteplicità di aspetti caratteristici quali: la diversificazione tra tipologie di strutture commerciali cioè negozi di vicinato, medie e grandi strutture; la differenziazione merceologica tra attività alimentari e non alimentari; la distribuzione territoriale delle strutture commerciali – centro storico, aree periferiche, aree rurali.

In questa fase abbiamo ritenuto opportuno soffermarci sulla valutazione dell'equilibrio tra tipologie di strutture di vendita e settori merceologici. Allo scopo, attraverso la Tabella 7 che riporta il rapporto tra la superficie totale di vendita e la superficie di vendita del vicinato, delle medie e grandi strutture possiamo vedere il peso delle varie tipologie distributive sul totale della rete distributiva esistente, al fine di fare emergere le anomalie che possono segnalare situazioni di squilibrio.

Prima di focalizzare la nostra attenzione sul comune di Cecina, vediamo brevemente quale è la situazione commerciale a livello regionale e di bacino omogeneo di utenza.

Tabella 7: Superficie di vendita degli esercizi di vicinato, medie e grandi strutture per settore merceologico. Valori percentuali

Regione Toscana				
Tipologia	Vicinato	Media	Grande	Totale
Alimentare	53,4	30,7	15,9	100,0
Non Alimentare	57,8	32,7	9,5	100,0
Totale	56,9	32,3	10,8	100,0

BOU - Val di Cecina (Quadrante costiero)				
Tipologia	Vicinato	Media	Grande	Totale
Alimentare	53,1	30,3	16,6	100,0
Non Alimentare	64,7	31,2	4,1	100,0
Totale	62,2	31,0	6,8	100,0

Cecina				
Tipologia	Vicinato	Media	Grande	Totale
Alimentare	37,5	48,4	14,1	100,0
Non Alimentare	56,4	38,7	5,0	100,0
Totale	53,0	40,4	6,6	100,0

Dai dati emerge chiaramente come la rete distributiva *regionale* sia basata ancora in maniera rilevante sui negozi di piccole dimensioni. La superficie dei negozi di vicinato ammonta, infatti, a quasi il 57% della superficie totale. Sempre in riferimento alla superficie di vendita dei negozi di vicinato a livello regionale si rileva che gli alimentari rappresentano il 53,4% e quelli non alimentari al 57,8%. Passando alle medie strutture vediamo che esse incidono per il 32,3% (30,7 alimentari; 32,7 non alimentari), mentre le grandi strutture rappresentano il 10,8% della rete di vendita toscana.

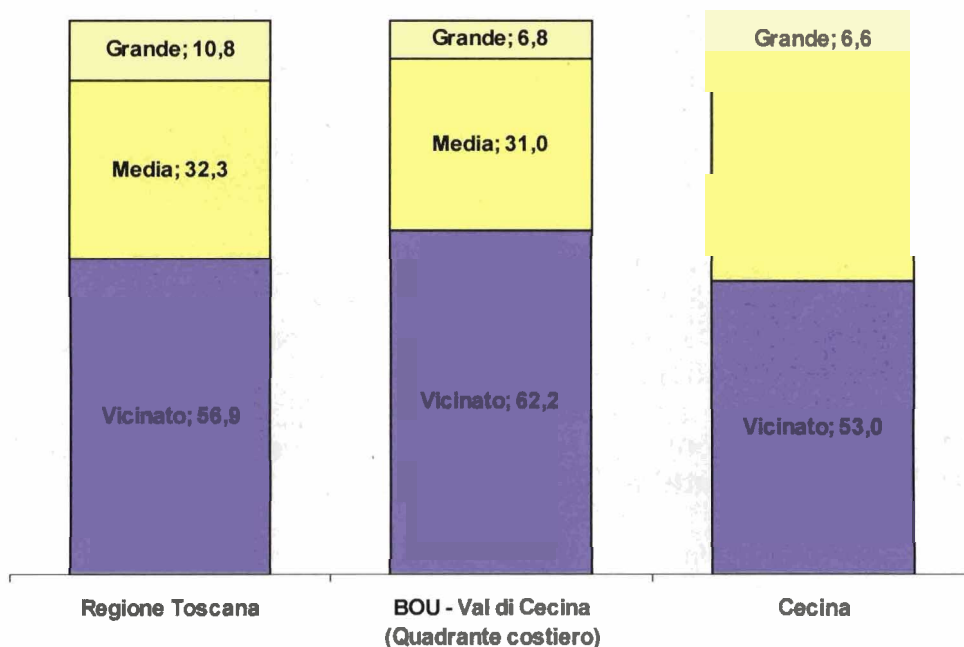
Il BOU *Val di Cecina* si distingue rispetto alla regione per l'alta incidenza dei negozi di vicinato che superano il 62% della superficie totale, incidenza che però si attenua in

riferimento alla superficie delle attività alimentari che presentano valori in linea alla media regionale (53%). In riferimento alla dotazione di grandi strutture è piuttosto evidente come a livello di bacino si possa parlare di carenza di questa tipologia di vendita che in media non riveste nemmeno il 7% dell'intera rete distributiva.

A livello comunale *Cecina* presenta in riferimento ai negozi di vicinato una dotazione di superficie *alimentare* pari al 37,5% che è molto inferiore alla media regionale (53,4%) e a quella del Bacino Inferiore (53,1%). Sempre in riferimento al settore alimentare la dotazione di superficie delle medie strutture è pari a 48,4%, valore superiore rispetto alla media regionale e a quella della Val di Cecina (30,3%) Passando all'analisi della superficie di vendita del settore *non alimentare* vediamo che: i negozi di vicinato (56,4%) sono lievemente sottodimensionati rispetto alla media regionale (57,8%) e alla media della Val di Cecina (64,7%); le medie strutture rappresentano il 38,7% della rete commerciale, valore più alto rispetto agli indici regionali e di bacino.

Le grandi strutture hanno una incidenza percentuale rispetto al resto della rete di vendita di circa il 6,6% che rappresenta un valore piuttosto basso rispetto al contesto di bacino e della regione.

Grafico 6: Superficie di vendita degli esercizi di vicinato, medie e grandi strutture per settore merceologico. Valori percentuali



Come si può vedere da questa breve rassegna di dati la rete di vendita di Cecina presenta alcune peculiarità che la differenziano rispetto al contesto regionale e della Val di Cecina. Si sono evidenziati, infatti, valori che a seconda dei casi divergono in senso positivo o negativo sia rispetto ai valori medi regionali, sia rispetto al bacino omogeneo di riferimento. Queste differenze potrebbero di per se essere indicative dello stato di equilibrio commerciale; abbiamo però ritenuto più corretto procedere attraverso una

griglia di valutazione dell'equilibrio commerciale che tiene conto di parametri strutturali più complessi ricavati da un recente studio sul commercio in Toscana. Lo studio in questione affronta proprio il problema dell'equilibrio tra tipologie diverse di strutture di vendita esistenti al fine di valutare la possibilità di crescita delle grandi strutture di vendita. Secondo questa ricerca, con riferimento ai comuni medi e medio-piccoli (tra i 3.000 e 50.000 abitanti) e i Bacini Omogenei di Utenza minori (<50.000 abitanti) la valutazione del livello di equilibrio si basa sull'incidenza delle tre diverse tipologie dimensionali con riferimento alla superficie globale di ogni tipologia.

Tabella 8: Quote percentuali per la valutazione del livello di equilibrio e percentuale della superficie di vendita dei negozi di vicinato e delle medie e grandi strutture

Parametri di equilibrio (valori %)				
Tipologia	Classi		Valori centrali	
	Alimentare	Non Alimentare	Alimentare	Non Alimentare
Vicinato	40 - 65	50 - 65	52,5	57,5
Media	25 - 35	30 - 35	30,0	32,5
Grande	10 - 25	5 - 15	17,5	10,0

Premesso quanto sopra, possiamo dire che nessuna tipologia dovrebbe superare o scendere sotto la quota indicata nella Tabella 8, che riassume le quote ottimali di commercio utili per la valutazione del livello di equilibrio commerciale nelle singole realtà locali.

Come si può vedere tali quote si attestano tra il 40% e il 65% in riferimento alla superficie dei negozi di vicinato alimentari e tra il 50% e l'65% per i negozi di vicinato non alimentari.

Per quanto riguarda le medie strutture le quote oscillano tra il 25% e il 35% per i generi alimentari e tra il 30% e il 35% per i non alimentari.

Le strutture di grandi dimensioni dovrebbero rappresentare il 10-15 % della rete di vendita alimentare e il 5-15% di quella non alimentare.

Tabella 9: Quote percentuali di commercio (sup. vendita) dei negozi di vicinato, delle medie e grandi strutture di Cecina (valori %)

Parametri di equilibrio commerciale del comune di Cecina		
Tipologia	Alimentare	Non Alimentare
Vicinato	37,5	56,4
Media	48,4	38,7
Grande	14,1	5,0

Dalla Tabella 9 possiamo vedere che la dotazione di negozi di vicinato di generi alimentari di Cecina risulta essere pari al 37,5% del totale della superficie di vendita; la percentuale di negozi non alimentari è pari al 56,4%.

La superficie di medie strutture alimentari si attesta intorno al 48% del totale, mentre la superficie non alimentare è circa il 39%.

Le grandi strutture hanno una rete di vendita alimentare che corrisponde al 14% per il settore alimentare e solamente il 5% per quello non alimentare.

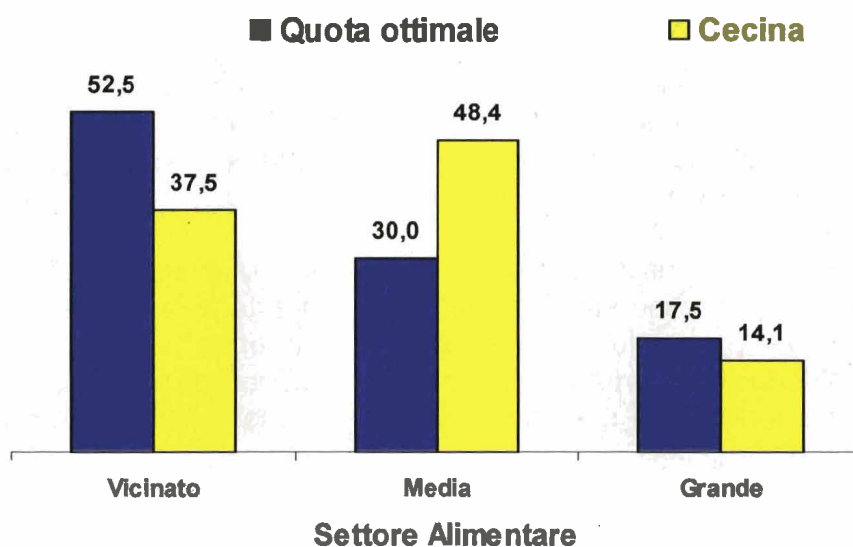
A questo punto risulta piuttosto agevole effettuare il confronto tra i valori ottimali e la situazione effettiva della struttura distributiva cecinese. Di seguito viene effettuato tale confronto e schematizzato con l'aiuto di due grafici.

In riferimento al *settore alimentare*, rispetto ai valori medi della banda di variazione indicata in precedenza, Cecina si caratterizza per avere una dotazione di negozi di vicinato nettamente sotto i valori di riferimento. Il Grafico 7 evidenzia, infatti, che la dotazione di piccolo commercio alimentare è pari al 37,5% del totale, valore di gran lunga inferiore alla dotazione ottimale (di equilibrio) che si attesta intorno al 52%.

Al contrario, la dotazione di medie strutture alimentari, pari al 48,4%, è al di sopra dei valori di equilibrio che dovrebbero attestarsi intorno al 30%.

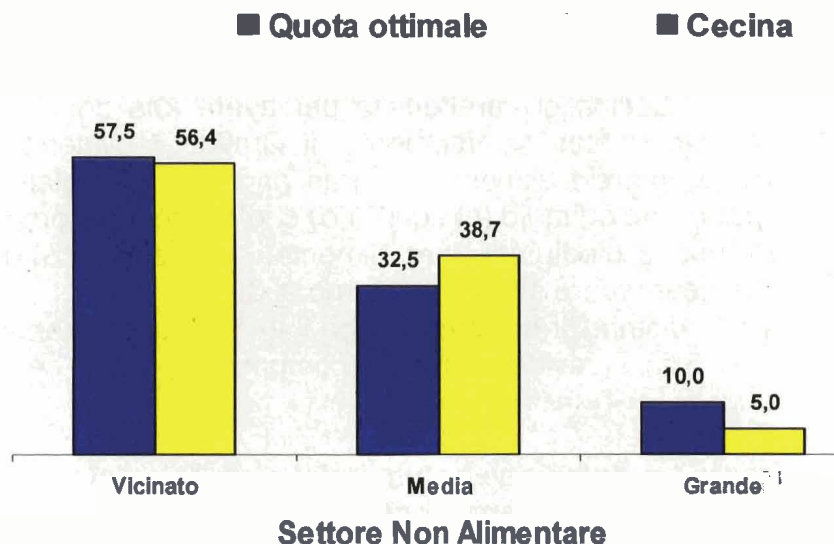
La dotazione di grande distribuzione, pari a circa il 14%, ha valori abbastanza vicini a quelli ottimali (17,5%), evidenziando comunque un certo grado di sottodimensionamento.

Grafico 7: Confronto tra dotazione commerciale ottimale del settore alimentare e rete distributiva di Cecina. Valori percentuali



Passiamo ora, con l'aiuto del Grafico 8, al confronto tra quota ottimale e dotazione comunale del settore *non alimentare*. La superficie dei piccoli negozi corrisponde a poco più del 56% del totale, tale valore molto vicino alla dotazione ottimale che in termini teorici dovrebbe essere di circa il 57%.

Grafico 8: Confronto tra dotazione commerciale standard del settore non alimentare e rete distributiva di Cecina. Valori percentuali



Sopra i valori di riferimento risulta invece la superficie delle medie strutture che è circa il 39% dell'intera rete di vendita, anziché il 32,5% che rappresenterebbe la dotazione di superficie ottimale affinché la rete distributiva sia in equilibrio.

Ancora diversa risulta la situazione riferita alle grandi strutture (5%) che risultano sottodimensionate rispetto ai valori di equilibrio (10%).

Per tirare le fila delle considerazioni svolte fino ad ora possiamo dire che la rete di vendita cecinese, pur essendo una delle più importanti e attrattive del bacino di riferimento, risulta in parte squilibrata e quindi disomogenea.

Tale considerazione vale in particolare per la dotazione di piccolo commercio di tipo alimentare che è fortemente sottodimensionato rispetto ai valori centrali della "nostra" griglia di riferimento.

Un certo sottodimensionamento si registra anche in seno alla rete di vendita di grandi dimensioni sia di tipo alimentare che non alimentare.

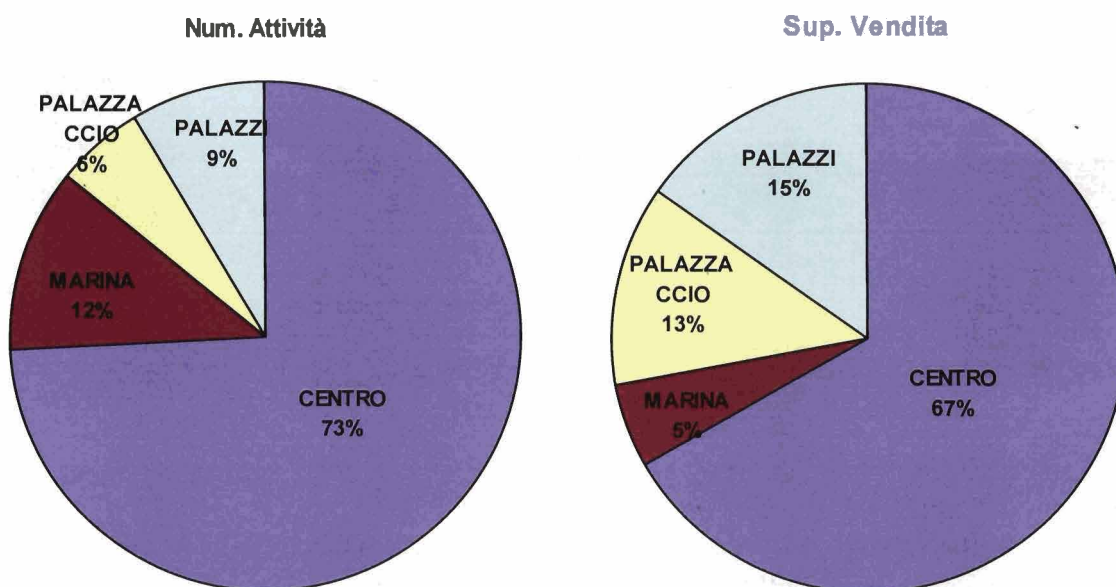
Le medie strutture sono, invece, sopra dimensionate rispetto ai valori di equilibrio presi in considerazione, in quanto entrambi i settori merceologici mostrano valori di molto superiori a quelli di equilibrio.

Con ogni provabilità la rete di vendita di medie dimensioni nel corso degli anni si è ampliata e consolidata sottraendo quote di mercato agli esercizi di prossimità, in particolare per quanto riguarda quelli che vendono generi alimentari. Questo processo ha, con ogni provabilità, contribuito anche a limitare l'espansione della grande distribuzione che se pur presente sul territorio non è ancora sufficientemente diffusa e quindi in grado contrapporsi alla rete di vendita di grandi dimensioni di alcuni comuni circostanti.

2.3. La distribuzione territoriale

La Grafico 9 ci mostra la distribuzione degli esercizi commerciali e delle relative superfici di vendita per zona del territorio di Cecina. Come si può notare, emerge con chiarezza l'esistenza, all'interno del territorio comunale, di una struttura distributiva articolata in quattro aree: la prima costituita dal capoluogo; la seconda costituita dalla zona di S. P. Palazzi, la terza costituita dagli insediamenti urbani del "Palazzaccio", la quarta composta dalla rete commerciali di Marina di Cecina.

Grafico 9: Distribuzione degli esercizi commerciali e delle relative superfici per zone del territorio di Cecina



Centro. L'area centrale del capoluogo ospita 432 attività commerciali, 98 di generi alimentari e 432 di generi non alimentari¹. Complessivamente rappresentano poco più del 73% degli esercizi dell'intero comune. La superficie di vendita complessiva è di 51.429 mq, che rappresenta il 67% della superficie complessiva.

S.P. Palazzi. Nella frazione di San Pietro in Palazzi sono localizzate 61 attività che corrispondono a più del 9% del totale e al 15% delle superfici complessive. Le attività prevalenti sono quelle di generi non alimentari.

Palazzaccio. Questa zona corrisponde all'abitato che si estende a sud del centro del capoluogo. Sono qui ubicati 40 esercizi commerciali (6%) in prevalenza non alimentari che corrispondono ad una superficie complessiva di più di 9.900 mq (13%).

¹ In questo numero sono comprese anche alcune attività artigianali che possiedono anche autorizzazioni per il commercio di prodotti vari. Le attività commerciali vere e proprie sono 41.

Marina di Cecina. La zona a mare presenta 83 esercizi, 58 di generi non alimentari e 25 alimentari. In termini percentuali sono ubicate nelle zone costiera il 12% delle attività del comune che corrispondono al 5% della superficie totale.

Tabella 10: Distribuzione degli esercizi commerciali e della superficie di vendita per settore e per zona commerciale. Anno 2007

v.a.

ZONA	Alimentare		Non Alimentare		Totale	
	Num. Esercizi	Sup. Vendita	Num. Esercizi	Sup. Vendita	Num. Esercizi	Sup. Vendita
CENTRO	98	8388	432	43041	530	51.429
MARINA	33	1568	50	2304	83	3.872
PALAZZACCIO	14	2684	26	7233	40	9.917
PALAZZI	10	1006	51	10778	61	11.784
Totale	155	13646	559	63356	714	77.002

%

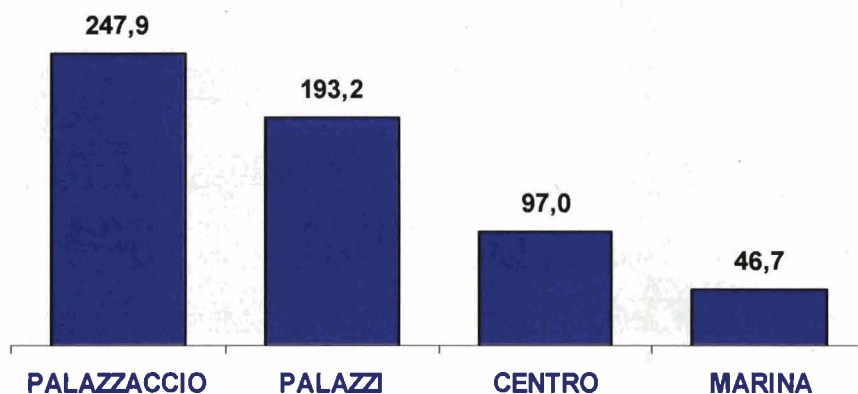
ZONA	Alimentare		Non Alimentare		Totale	
	Num. Esercizi	Sup. Vendita	Num. Esercizi	Sup. Vendita	Num. Esercizi	Sup. Vendita
CENTRO	63,2	61,5	77,3	67,9	74,2	66,8
MARINA	21,3	11,5	8,9	3,6	11,6	5,0
PALAZZACCIO	9,0	19,7	4,7	11,4	5,6	12,9
PALAZZI	6,5	7,4	9,1	17,0	8,5	15,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La Tabella 10 illustra la distribuzione degli esercizi e della superficie di vendita per settore merceologico all'interno delle quattro zone.

E' interessante notare come cambia la struttura degli esercizi commerciali nelle varie zone; infatti se confrontiamo la zona del centro del capoluogo e la zona del Palazzaccio, vediamo che nella zona del centro è presente il 74% del totale degli esercizi che occupano il 66% della superficie, mentre nella zona residenziale del Palazzaccio è ubicato appena 5,6 % degli esercizi che occupano il 13% della superficie totale. E' evidente, quindi, che nella zona del capoluogo prevalgono gli esercizi di vicinato (di medie grandi dimensioni), mentre nella contigua zona del Palazzaccio è presente una struttura distributiva più moderna, formata da esercizi con maggiori superfici di vendita. La differenza tra zone è ancora più evidente se confrontiamo i dati di S.P. in Palazzi, che si caratterizza per la collocazione di strutture di vendita piuttosto grandi, con quelli dell'area costiera dove sono collocate attività con dimensioni medie piuttosto piccole.

Al di là delle differenze che caratterizzano il territorio possiamo dire che la struttura della rete di vendita cecinese, sebbene sia in fase di trasformazione, appare orientata, in prevalenza, verso gli esercizi di medie dimensioni. La superficie media degli esercizi risulta, infatti, di circa 90 mq per il settore alimentare e 113 per quello non alimentare.

Grafico 10: Superficie media di vendita degli esercizi commerciali secondo le zone



2.4. Le forme distributive

2.4.1. Considerazioni generali

Come si può osservare dalle tabelle successive, il comune di Cecina è ancora caratterizzato dalla presenza delle strutture di vicinato, sia in termini di esercizi, sia in termini di superfici di vendita. Le medie strutture hanno tuttavia assunto nel corso del tempo una crescente importanza nella rete distributiva comunale, contribuendo alla diversificazione dell'offerta fino a diventare l'elemento che caratterizza la rete commerciale.

Ad una prima analisi, quindi, per un comune delle dimensioni di Cecina l'attuale distribuzione dei negozi di vicinato e delle medie e grandi strutture appare leggermente squilibrata a sfavore delle forme di vendita di piccole dimensioni, che pur essendo presenti in maniera importante sul territorio hanno nel corso del tempo "perso terreno" cedendo il passo ad attività di vendita più moderne, in particolare quelle di medie dimensioni.

Tabella 11: Consistenza della rete di vendita del comune di Cecina. Numero complessivo di attività commerciali e valori percentuali. Anno 2007

v.a.				
ZONA	Grande	Media	Vicinato	Totale
CENTRO	2	32	496	530
MARINA		1	82	83
PALAZZACCIO		9	31	40
PALAZZI		15	46	61
Totale	2	57	655	714

%				
ZONA	Grande	Media	Vicinato	Totale
CENTRO	100,0	56,1	75,7	74,2
MARINA	0,0	1,8	12,5	11,6
PALAZZACCIO	0,0	15,8	4,7	5,6
PALAZZI	0,0	26,3	7,0	8,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabella 12: Consistenza della rete di vendita del comune di Cecina. Superfici di vendita delle attività commerciali (valori assoluti e percentuali). Anno 2007

v.a				
ZONA	Grande	Media	Vicinato	Totale
CENTRO	5.070	15.014	31.345	51.429
MARINA		600	3.272	3.872
PALAZZACCIO		7.180	2.737	9.917
PALAZZI		8.294	3.490	11.784
Totale	5.070	31.088	40.844	77.002

%				
ZONA	Grande	Media	Vicinato	Totale
CENTRO	100,0	48,3	76,7	66,8
MARINA	-	1,9	8,0	5,0
PALAZZACCIO	-	23,1	6,7	12,9
PALAZZI	-	26,7	8,5	15,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Per avere un'idea più precisa della situazione attuale del settore commercio vediamo di seguito come si collocano sul territorio le varie strutture di vendita al fine di cogliere eventuali peculiarità e problematiche utili per il nostro lavoro.

2.4.2. Il commercio di vicinato

La rete distributiva di Cecina si basa, senza dubbio, sui "piccoli" negozi. Nel comune sono, infatti, attivi e operanti 655 negozi che corrispondono al 92% delle attività commerciali totali. In riferimento alla superficie di vendita l'insieme dei negozi di vicinato sviluppa una superficie di vendita di circa 41.000 mq, che corrisponde al 53% della superficie commerciale complessiva.

Le attività che vendono in prevalenza generi alimentari sono 140, quelle di generi non alimentari 515. I negozi si localizzano in particolare nel *capoluogo* che ne ospita 496 che corrispondono approssimativamente al 75% del totale delle attività in esercizio. Tra le *frazioni* quella con il maggior numero di negozi di vicinato è Marina che conta 82 esercizi, 32 alimentari e 50 non alimentari. Le altre due frazioni, S.P. in Palazzi (46) e Palazzaccio (31), possiedono una rete di piccoli negozi che rappresenta poco più del 10% del numero totale di negozi di prossimità.

Tabella 13: Distribuzione dei negozi di vicinato e delle relative superfici di vendita per zone. Valori assoluti e percentuali. Anno 2006

ZONA	Numero di esercizi (v.a.)			Numero di esercizi (%)		
	Alimentare	Non Alimentare	Totale	Alimentare	Non Alimentare	Totale
CENTRO	89	407	496	63,6	79,0	75,7
MARINA	32	50	82	22,9	9,7	12,5
PALAZZACCIO	11	20	31	7,9	3,9	4,7
PALAZZI	8	38	46	5,7	7,4	7,0
Totale	140	515	655	100,0	100,0	100,0

ZONA	Sup. di vendita (v.a.)			Sup. di vendita (%)		
	Alimentare	Non alimentare	Totale	Alimentare	Non alimentare	Totale
CENTRO	3309	28036	31345	64,7	78,5	76,7
MARINA	1018	2254	3272	19,9	6,3	8,0
PALAZZACCIO	491	2246	2737	9,6	6,3	6,7
PALAZZI	298	3192	3490	5,8	8,9	8,5
Totale	5116	35728	40844	100,0	100,0	100,0

Da questa breve analisi della localizzazione delle attività commerciali di vicinato emerge un quadro di insieme piuttosto rassicurante. Il commercio tradizionale è, infatti, fortemente radicato sul territorio e uniformemente distribuito. In altre parole non esistono zone del territorio - siano esse aree centrali o periferiche - dove non siano presenti i "piccoli" negozi. Permane tuttavia, come abbiamo già detto, un certo sottodimensionamento degli esercizi di tipo alimentare, che in particolare nelle frazioni potrebbero essere maggiormente presenti sul territorio.

Godere di una buona rete di commercio tradizionale è peraltro una condizione comune anche ad altre realtà territoriali della Toscana. A tal proposito è opportuno ricordare che malgrado l'avvento di forme distributive più moderne, il commercio di vicinato rappresenta tuttora la struttura portante del settore distributivo sia in Toscana sia nel resto delle regioni italiane. In tal senso si tenga conto che nella nostra regione il 95,5 % degli esercizi commerciali, che corrispondono al 56,5% della superficie di vendita, è rappresentato da negozi di vicinato. In Toscana, così come nel resto d'Italia, i motivi del forte radicamento territoriale del commercio tradizionale sono da ricercarsi sia nella

tradizione storica delle nostre città per le quali il commercio è sempre stato un punto fondamentale per l'economia locale.

A Cecina ulteriori elementi che hanno contribuito allo sviluppo del piccolo commercio sono rappresentati dalla forte incidenza del turismo che favorisce la diffusione e la sussistenza dei negozi di prossimità e, probabilmente, le politiche degli enti locali che hanno cercato di limitare la diffusione selvaggia della grande distribuzione.

2.4.3. Le medie e le grandi strutture di vendita

Le *medie strutture* di vendita sono 57, 14 alimentari e 43 non alimentari, per una superficie totale di circa 31.000 mq che corrisponde a poco più del 40% della superficie della struttura commerciale complessiva.

Tabella 14: Medie strutture di vendita e relative superfici presenti nel comune di Cecina

ZONA	Numero di esercizi (v.a.)			Numero di esercizi (%)		
	Alimentare	Non alimentare	Totale	Alimentare	Non alimentare	Totale
CENTRO	8	24	32	57,1	55,8	56,1
MARINA	1		1	7,1	0,0	1,8
PALAZZACCIO	3	6	9	21,4	14,0	15,8
PALAZZI	2	13	15	14,3	30,2	26,3
Totale	14	43	57	100,0	100,0	100,0

ZONA	Sup. di vendita (v.a.)			Sup. di vendita (%)		
	Alimentare	Non alimentare	Totale	Alimentare	Non alimentare	Totale
CENTRO	3.149	11.865	15.014	47,7	48,5	48,3
MARINA	550	50	600	8,3	0,2	1,9
PALAZZACCIO	2.193	4.987	7.180	33,2	20,4	23,1
PALAZZI	708	7.586	8.294	10,7	31,0	26,7
Totale	6.600	24.488	31.088	100,0	100,0	100,0

La maggior parte delle attività sono collocate nel centro (32) e nella frazione di S.P. Palazzi (15); la zona del Palazzaccio ne ospita 9 mentre solamente una media struttura è presente sul territorio della Marina.

Fattore sicuramente positivo è che in tutte le località del territorio è presente quantomeno una media struttura di tipo alimentare che, congiuntamente alla rete di negozi di vicinato, assicura alla popolazione residente una certa diversificazione dell'offerta di generi di largo consumo.

Le grandi strutture di vendita sono due, una di tipo alimentare con superficie di vendita di circa 1.900 mq; l'altra di circa 3.000 mq di tipo non alimentare. Entrambe le strutture sono collocate nell'area del Centro.

2.5. Riflessioni conclusive

Il commercio riveste sicuramente un ruolo importante all'interno dell'economia di Cecina. La rete distributiva si caratterizza in particolare per il settore extra alimentare che nel corso degli anni si è sviluppato e consolidato fino a diventare un punto di riferimento nelle abitudini di acquisto della popolazione residente e per quella dei comuni limitrofi.

In questo contesto i *negozi di vicinato* rappresentano senza dubbio lo scheletro della rete di vendita essendo presenti in maniera diffusa su tutto il territorio. La rete di prossimità non ha risentito delle flessioni che si sono registrate in molti comuni della toscana, ma, al contrario, è lievemente cresciuta. Va peraltro detto che si registra un lieve squilibrio della rete di vicinato in riferimento ai negozi di tipo alimentare. Questa situazione determina uno dei punti deboli che sembra avere il piccolo commercio in sede locale e quindi dovrà essere l'obiettivo di azioni mirate di rivitalizzazione e sviluppo. A questo proposito è stato recentemente avviato il lavoro per la predisposizione di due Centri Commerciali Naturali uno nella zona del centro e uno nella zona di Cecina Mare.

Le *medie strutture* sono presenti in maniera massiccia sul territorio e rappresentano il vero elemento distintivo della rete commerciale locale. Nel corso degli ultimi anni la rete di vendita di medie dimensioni è rimasta sostanzialmente stabile dimostrando una certa tenuta rispetto ad altre realtà toscane che hanno risentito in maniera evidente dell'espansione della grande distribuzione. All'interno di un quadro di insieme sostanzialmente stabile, abbiamo assistito alla diminuzione in termini di superficie delle medie strutture non alimentari largamente compensato dall'aumento delle superfici alimentari. Riteniamo che, probabilmente, tale andamento possa essere messo in relazione alla carenza degli esercizi di vicinato alimentari. A tal proposito si possono formulare due ipotesi: la prima è che il sottodimensionamento del vicinato di tipo alimentare sia causato da un cambio delle abitudini di acquisto da parte dei residenti che preferiscono rivolgersi alle medie e grandi strutture; la seconda è che la carenza del vicinato alimentare sia dovuta all'eccessivo aumento delle medie strutture che vendono generi alimentari.

In riferimento alla *grande distribuzione*, presente sul territorio con due punti vendita uno alimentare e l'altro non alimentare, dall'analisi dei dati è emerso che la consistenza della rete nel corso degli ultimi 5 anni si è sostanzialmente assestata intorno ai 5000 mq di superficie (1.900 alimentari; 3.100 non alimentari). Si tratta di una dotazione commerciale importante e in grado di offrire un sufficiente servizio (offerta) alla popolazione residente e gravitante. Va peraltro precisato che l'aumento della superficie

di vendita di grande distribuzione che negli ultimi anni ha interessato la provincia di Livorno, ha sicuramente contribuito a fare aumentare il fenomeno delle evasioni commerciali della popolazione di Cecina che, probabilmente, si sposta nei comuni vicini (in particolare Livorno) per effettuare acquisti.

Per ovviare alle problematiche sopra menzionate sarebbe opportuno rafforzare la rete di vendita esistente aumentando la dotazione di grande distribuzione di tipo alimentare. In tal senso dovrebbe essere prevista la localizzazione nella zona di San Pietro in Palazzi di una grande struttura di vendita di circa 3.500 metri quadrati che potrà essere affiancata anche da n. 2 (due) strutture di medie dimensioni di tipo non alimentare che complessivamente non dovrebbero superare i 2500-3000 metri quadrati di superficie di vendita e dovrebbero appartenere al settore non alimentare e riguardare il commercio di generi diversi dall'abbigliamento e dalle calzature.

Sarebbe altresì auspicabile che la struttura non assumesse le caratteristiche di un centro commerciale in modo da mitigare al massimo le dinamiche di concorrenza rispetto alla rete distributiva di piccole dimensioni presente sul territorio. In tal senso sarà opportuno prevedere (sentite al riguardo le organizzazioni di categoria degli operatori economici di settore) uno specifico protocollo di intesa tra il soggetto realizzatore e l'Amministrazione Comunale, volto a ridurre il rischio di eventuali disequilibri della rete di vendita e contenere iniziative e interventi per lo sviluppo dei centri commerciali naturali presenti sul territorio. In questo modo il nuovo insediamento potrà assumere la funzione di "locomotiva" per il commercio locale al fine di raggiungere due obiettivi: il primo sarà quello di espandere l'area di attrazione primaria della struttura commerciale di Cecina in modo da attirare verso il comune nuova clientela proveniente dal bacino territoriale nord - sud - est (Rosignano Marittimo, Volterra, Castagneto Carducci); il secondo sarà quello di arrestare il fenomeno delle evasioni commerciali verso i comuni vicini con evidenti vantaggi per l'economia locale.

Parte seconda – Pianificazione del commercio e regolamento di settore.

REGOLAMENTO DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA

Articolo 1- Norme applicabili

Il presente regolamento comunale per l'esercizio delle attività commerciali in sede fissa stabilisce le norme applicabili limitatamente alle fattispecie non disciplinate dalla vigente normativa nazionale e regionale in materia.

In particolare la vigente normativa nazionale e regionale sul commercio si applica, per tutto quanto non previsto dalle presenti norme, in tema di:

- requisiti generali e professionali per l'esercizio dell'attività commerciale;
- apertura, trasferimento di sede, ampliamento, riduzione della superficie di vendita o della superficie complessiva di un esercizio di vicinato, di una media struttura di vendita, di una grande struttura di vendita o di un centro commerciale;
- esercizio dell'attività di vendita in spacci interni, tramite apparecchi automatici, all'ingrosso;
- esercizio dell'attività di vendita per corrispondenza, tramite televisione o altri sistemi di comunicazione;
- esercizio dell'attività di vendita effettuata presso il domicilio dei consumatori;
- cessazione dell'attività;
- trasferimento della gestione o della proprietà di un esercizio di vendita;
- affidamento di reparto;
- vendite straordinarie;
- sanzioni amministrative.

Il presente regolamento sostituisce la disciplina di adeguamento alle disposizioni di attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114 approvata con deliberazione del Consiglio comunale n. 65 del 30 giugno 2000.

Articolo 2- Settori merceologici

L'attività commerciale può essere esercitata con riferimento ai seguenti settori merceologici:

- a) vendita di prodotti alimentari;
- b) vendita di prodotti non alimentari.

Articolo 3- Tipologie commerciali

Le tipologie commerciali in termini di classi dimensionali sono le seguenti:

- *esercizi di vicinato*: esercizi di piccola dimensione aventi una superficie di vendita non superiore a 250 metri quadrati;
- *medie strutture di vendita*: esercizi aventi una superficie di vendita superiore a 250 metri quadrati fino a 1.500 metri quadrati;

- *grandi strutture di vendita*: esercizi aventi una superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita. Le grandi strutture si ripartiscono come segue:
 - a. di tipologia "A", gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 10.000 metri quadrati;
 - b. di tipologia "B", gli esercizi commerciali con superficie di vendita compresa tra 5.000 e 10.000 metri quadrati;
 - c. di tipologia "C", gli esercizi commerciali con una superficie di vendita compresa tra 1.500 e 5.000 metri quadrati;
- *aree commerciali integrate*: aree per le quali lo strumento urbanistico comunale prevede espressamente la compatibilità per l'insediamento di grandi strutture di vendita e che possono comprendere la localizzazione di grandi e medie strutture di vendita integrate funzionalmente sulla base delle disposizioni di specifico strumento urbanistico attuativo; a tali aree, ai fini del presente regolamento, si applicano la classificazione e le disposizioni previste per le grandi strutture di vendita definite dal presente articolo in rapporto alla superficie di vendita complessiva delle grandi e medie strutture di vendita ivi localizzate;
- *centro commerciale*: una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica, usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente compresi uno o più spazi pedonali dai quali si accede, attraverso un unico ingresso, a tutte le attività; i centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi (di somministrazione, sale-giochi ecc.), attività artigianali e attività paracommerciali (quali servizi bancari, postali, agenzie, attività di baby-parking, servizi alle persone ecc.).

Articolo 4 – Superficie di vendita

Per superficie di vendita di un esercizio commerciale si intende la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita.

Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti.

Nelle medie e grandi strutture di vendita non costituisce superficie di vendita l'area compresa fra le casse e l'uscita dell'esercizio.

Articolo 5 - Dotazione e la localizzazione di parcheggi

Per tutte le attività commerciali la dotazione di parcheggi è individuata dall'articolo 12 del vigente regolamento urbanistico comunale.

Le medie strutture con superficie di vendita superiore a 500 metri quadrati devono realizzare il raccordo tra parcheggio e viabilità pubblica nel rispetto delle seguenti prescrizioni:

- il raccordo fra il parcheggio destinato alla clientela e la viabilità pubblica, o comunque di accesso, deve essere indipendente o separato da ogni altro accesso, in particolare da eventuali collegamenti fra viabilità pubblica, aree carico-scarico merci e accessi riservati ai pedoni;
- il percorso di accesso al parcheggio deve essere segnalato con chiarezza dalla viabilità principale. La segnaletica stradale e quella di orientamento devono integrarsi in modo da consentire l'immediata e univoca identificazione del percorso di accesso veicolare al parcheggio;
- il raccordo fra parcheggio e viabilità deve essere costituito da almeno due varchi a senso unico separati, opportunamente distanziati e indipendenti tra loro. L'entrata e l'uscita devono essere tra loro distanti, anche quando insistono sullo stesso tratto viario.

Le grandi strutture di vendita, comprese le aree commerciali integrate ed i centri commerciali, devono realizzare il raccordo tra parcheggio e viabilità pubblica nel rispetto delle seguenti prescrizioni:

- rispetto di tutte le condizioni previste al comma 1 per le medie strutture di vendita;
- determinazione del flusso veicolare di picco, il cui calcolo viene effettuato in relazione al numero massimo di presenze consentite dalle norme di sicurezza, ridotto delle quote di utenti prevedibili non motorizzati ed in considerazione del tempo medio di permanenza, valutato sulla base di dati recenti rilevati in analoghe strutture operanti;
- i collegamenti dei parcheggi con la viabilità pubblica devono essere previsti, per entrambi i sensi di marcia, almeno nella misura di uno ogni 10.000 mq di superficie di parcheggio;
- tra le corsie di accesso dalla viabilità pubblica ai parcheggi e le corsie di uscita non devono esservi interferenze che comportino l'attraversamento dei flussi di traffico.

Per la progettazione dei parcheggi per interventi che superano i 1.500 mq. di superficie di vendita si individuano i seguenti specifici requisiti:

a) organizzazione:

- differenziazione tra le varie aree di parcheggio (utenti, personale, servizio, carico e scarico merci);
- rispetto delle norme di sicurezza di cui al DM 1.2.1985 (autorimesse interrato);
- assenza di barriere architettoniche e posti riservati a portatori di handicap;
- spazi appositi per mezzi di servizio e/o soccorso;
- tecniche per la riduzione dell'inquinamento acustico ed atmosferico (barriere, segnalazione del posto libero più vicino, trattamento dell'ara in uscita da autorimesse chiuse, ecc.);
- delimitazione dei posti macchina con apposita segnalazione orizzontale;
- depositi carrelli localizzati tra i posti macchina rapidamente raggiungibili;
- transito di veicoli distante dall'edificio, e in particolare dall'accesso dell'edificio stesso;
- pavimentazione con materiali rispondenti a requisiti prefissati di resistenza e durata privilegiando soluzioni permeabili (DCR 230/94);
- pavimentazione con materiali antisdrucchiolevoli;
- sistemi di drenaggio rapido delle acque superficiali;

- illuminazione a spettro ampio;
- sistemi per la raccolta dei rifiuti;
- percorsi pedonali protetti;
- fermate protette per i mezzi pubblici;
- sistemazione ambientale delle aree verdi con specie locali, panchine e spazi per la sosta dei pedoni;
- attrezzature per l'informazione;
- attrezzature per il gioco dei bambini;
- attrezzature per le telecomunicazioni;
- posteggi per biciclette;
- servizi igienici;

b) gestione:

- obbligatorietà della manutenzione, pulizia, agibilità ed efficienza in tutte le condizioni meteorologiche;
- custodia anche parziale del parcheggio;
- personale addetto specificatamente a mansioni di controllo, direzione, ricezione o manutenzione dell'area.

Per interventi fino a 1.500 mq. si può derogare dai requisiti elencati nel comma 8, nel caso di interventi in tessuti urbani esistenti (nei centri storici, quando si tratti della costituzione di centri commerciali "naturali" o "di strada", e simili).

Le aree a parcheggio devono rispettare le norme di riduzione dell'impermeabilizzazione superficiale di cui alla normativa regionale vigente.

Articolo 6 – Esercizi di vicinato

Gli esercizi di vicinato possono essere avviati nelle zone destinate dal vigente piano regolatore generale del Comune a tale tipo di attività.

All'atto della presentazione della comunicazione di apertura o di ampliamento o di trasferimento di sede di un esercizio di vicinato deve essere allegata alla modulistica apposita una planimetria in scala dei locali di ubicazione dell'attività contenente l'indicazione della superficie di vendita, delle superfici destinate ad altri usi e della superficie complessiva dell'esercizio.

Il consumo immediato dei prodotti di gastronomia presso l'esercizio di vicinato può essere consentito esclusivamente all'interno dei locali di vendita o nelle pertinenze esterne purché private e facenti parte dell'esercizio, utilizzando gli arredi dell'azienda nonché stoviglie e posate monouso.

Articolo 7- Medie strutture di vendita

Le medie strutture di vendita possono essere avviate nelle zone destinate dal vigente piano regolatore generale del Comune a tale tipo di attività e nel rispetto delle prescrizioni sotto riportate.

Nell'Utoe n. 2 - Cantieristica sono esclusivamente insediabili medie strutture specializzate nella vendita di merceologie riferite alla nautica e alla cantieristica navale.

Regolamento urbanistico vigente			Medie Strutture
Utoe	2	Cantieristica	Non Alimentari
Utoe	3	Centro	Non Alimentari/Alimentari
Utoe	4	Vecchia Aurelia	Non Alimentari
Utoe	6	S.P.Palazzi	Non Alimentari/Alimentari
S.a. A1 Sch. C.24	-	S.P.Palazzi	Non Alimentari/Alimentari
S.a. A1 Sch. D.44		S.P.Palazzi	Non Alimentari
Utoe	7	Città d'Impianto	Non Alimentari/Alimentari (1)
Utoe	8	Ladronaia-Città Nuova	Non Alimentari/Alimentari (1)
Utoe	10	Marina	Non Alimentari/Alimentari (1)

(1) Nelle Utoe 7 – Città d'Impianto, 8 – Ladronaia – Città Nuova e 10 – Marina la superficie complessiva di vendita autorizzabile per le medie strutture del settore alimentare (da intendersi come somma delle superfici destinate sia al settore alimentare che al settore non alimentare) è stabilita in metri quadrati 500.

Articolo 8- Le grandi strutture di vendita

Le grandi strutture di vendita possono essere avviate nelle zone destinate dal vigente piano regolatore generale del Comune a tale tipo di attività e nel rispetto delle seguenti prescrizioni:

1. Nell'Utoe n. 2 - Cantieristica sono esclusivamente insediabili grandi strutture di vendita non alimentari specializzate nella vendita esclusiva di merci ingombranti ed a consegna differita inerenti merceologie riferite alla nautica e alla cantieristica navale.

Regolamento urbanistico vigente			Grandi Strutture
Utoe	2	Cantieristica	Non Alimentari
Utoe	6	S.P.Palazzi	Non Alimentari/Alimentari

Articolo 9 - Orari

1. Tutti gli esercizi di vendita possono restare aperti al pubblico in tutti i giorni della settimana dalle ore 7 alle ore 22. Dalla settimana precedente la Pasqua al 31 ottobre dello stesso anno l'apertura può essere protratta fino alle ore 24.
2. E' facoltativa la chiusura domenicale e festiva degli esercizi di vendita ad esclusione delle festività del 1° gennaio, Pasqua e 25 dicembre in occasione delle quali gli esercizi dovranno rimanere chiusi.

Articolo 10 – Prezzi

Ai fini della temporanea mancata apposizione dei cartellini dei prezzi l'allestimento delle vetrine di vendita deve essere effettuato senza interruzioni.

Articolo 11 – Sanzioni

Costituisce esercizio dell'attività senza titolo abilitativo e si applica la relativa sanzione amministrativa la presentazione di comunicazione per l'apertura, l'ampliamento, il trasferimento di sede di un esercizio in mancanza di tutta o di una parte della documentazione prescritta a tal riguardo.

Articolo 12 – Responsabilità dei procedimenti

La responsabilità dei procedimenti di cui alla materia disciplinata dal presente atto fa capo al dirigente del Settore Sviluppo Economico del Comune di Cecina.

Indice delle Tabelle

Tabella 1: Distribuzione, per provincia, del numero degli esercizi di vicinato e della loro superficie di vendita (mq.)	4
Tabella 2: Distribuzione, per comune della provincia di Livorno, del numero degli esercizi di vicinato e della loro superficie di vendita (mq.).....	5
Tabella 3: Distribuzione, per comune della provincia di Livorno, del numero e della superficie (mq.) delle medie strutture di vendita.....	10
Tabella 4: Distribuzione, per comune della provincia di Livorno, del numero e della superficie (mq.) delle grandi strutture di vendita.....	13
Tabella 5: Distribuzione degli esercizi commerciali di Cecina per tipologia e settore	14
Tabella 6: Superficie totale degli esercizi commerciali di Cecina per tipologia e settore (valori in mq).....	15
Tabella 7: Superficie di vendita degli esercizi di vicinato, medie e grandi strutture per settore merceologico. Valori percentuali.....	16
Tabella 8: Quote percentuali per la valutazione del livello di equilibrio e percentuale della superficie di vendita dei negozi di vicinato e delle medie e grandi strutture	18
Tabella 9: Quote percentuali di commercio (sup. vendita) dei negozi di vicinato, delle medie e grandi strutture di Cecina (valori %)	18
Tabella 10: Distribuzione degli esercizi commerciali e della superficie di vendita per settore e per zona commerciale. Anno 2007	22
Tabella 11: Consistenza della rete di vendita del comune di Cecina. Numero complessivo di attività commerciali e valori percentuali. Anno 2007.....	24
Tabella 12: Consistenza della rete di vendita del comune di Cecina. Superfici di vendita delle attività commerciali (valori assoluti e percentuali). Anno 2007.....	24
Tabella 13: Distribuzione dei negozi di vicinato e delle relative superfici di vendita per zone. Valori assoluti e percentuali. Anno 2006	25
Tabella 14: Medie strutture di vendita e relative superfici presenti nel comune di Cecina	26

Indice dei Grafici

Grafico 1: Distribuzione degli indici di densità (<i>N. esercizi / 1.000 abit.</i>) degli esercizi di vicinato per comune (Anno 2005).....	6
Grafico 2: Confronto tra gli indici di densità (<i>N. esercizi / 1.000 abit.</i>) degli esercizi di vicinato tra i comuni costieri del BOU Val di Cecina (2001-2003).....	7
Grafico 3: Distribuzione degli esercizi di vicinato, per settore di vendita, tra i comuni costieri del BOU Val di Cecina.	8
Grafico 4: Distribuzione degli indici di densità (<i>Superficie di vendita / 1.000 abit.</i>) delle medie strutture di vendita per comune B.O.U. (Anno 2005).....	11
Grafico 5: Confronto tra gli indici di densità (<i>Superficie di vendita / 1.000 abit.</i>) delle medie strutture di vendita tra i comuni costieri del BOU Val di Cecina (2001-2003).	12
Grafico 6: Superficie di vendita degli esercizi di vicinato, medie e grandi strutture per settore merceologico. Valori percentuali.....	17
Grafico 7: Confronto tra dotazione commerciale ottimale del settore alimentare e rete distributiva di Cecina. Valori percentuali.....	19
Grafico 8: Confronto tra dotazione commerciale standard del settore non alimentare e rete distributiva di Cecina. Valori percentuali	20
Grafico 9: Distribuzione degli esercizi commerciali e delle relative superfici per zone del territorio di Cecina	21
Grafico 10: Superficie media di vendita degli esercizi commerciali secondo le zone	23