

# ECONOMIA AI RAGGI X

di Maria Meini

## CIFRE & DATI

**CECINA.** Un comparto in crescita, il commercio cecinese. Giovane e vitale, anche se tradizionalista. Cecina è il secondo comune della provincia di Livorno per numero di esercizi al dettaglio: ben 715, di cui 561 non alimentari (e una superficie di vendita di oltre 43mila metri quadrati) con prevalenza dei settori abbigliamento, calzature e pelletteria. E la fotografia che emerge dallo studio **Simurg-Cat**. Un'oasi ma non un Eden; anzi, i problemi sottolintesi dai commercianti nelle risposte ai questionari sono tanti e precisi. Dalla cronica mancanza di parcheggi fino all'incuria dell'arredo urbano. Ma anche il costo eccessivo dei canoni d'affitto dei locali di vendita e la diminuzione del potere d'acquisto dei clienti.

Il sondaggio ci restituisce un'immagine articolata del segmento economico primario del comune.

**L'identikit.** Il 57,5% dei commercianti cecinesi è donna, contro il 40,5 degli uomini. L'età media è di 44 anni; un quarto degli intervistati è incluso nella fascia d'età tra i 41 e i 50 anni, solo il 30% ha più di 50 anni e gli Under 40 arrivano al 37,3%, con una percentuale del 16,6 che ha meno di trent'anni. Dunque una classe imprenditoriale giovane, anche se con una discreta esperienza maturata sul campo: 16 anni in media. Per contro il turn over nelle imprese è abbastanza veloce: infatti il 40% degli esercenti ha meno di 10 anni di esperienza, e un quarto degli intervistati meno di 5. Interessante anche la provenienza geografica, che conferma un forte radicamento sul territorio: il 70% dei commercianti cecinesi è locale (il 60% è nato in provincia di Livorno, il 38,3 a Cecina, un altro 6,7% in Val di Cecina). Per quanto riguarda il livello d'istruzione, il 60% dei commercianti ha il diploma di scuola media superiore, il 25% si è fermato alla terza media, il 6,2% è laureato. Pi del 67% dichiara di aver scelto questa professione «perché mi piace», il 19,7% ha seguito la tradizione familiare, il 7,7 perché non ha trovato di meglio. Nessuno ha barrato la risposta «per gli alti guadagni».

**Da soli è meglio.** Il commercio cecinese è ancora prevalentemente individuale. Il 56% delle imprese ha la forma giuridica della ditta singola, mentre il 10% è in franchising. Il 26,4% dei commercianti lavora da solo, il 40% si avvale di collaboratori familiari, il 31% di esterni. Un altro elemento interessante: l'81,2% degli intervistati non ha mai aderito a forme di collaborazione con altri commercianti per campagne di promozione o pubblicità. L'attività di vendita viene svolta prevalentemente (tre quarti dei fondi commer-

Il 75% dei commercianti cecinesi è in affitto Il 57,5% è donna, l'età media è di 44 anni Il 60% è diplomato e il 6,2% è laureato Il 67% degli intervistati ama il suo lavoro



OMNIA PHOTO

## LA RICERCA

### Distribuiti 213 questionari

Lo studio è stato commissionato dall'Amministrazione comunale di Cecina in vista della stesura del nuovo Piano del commercio. Il sondaggio è stato effettuato dalla Cat Confcommercio insieme alla Simurg ricerche di Livorno. Il rilevamento è cominciato nel febbraio scorso, attraverso la distribuzione ai singoli commercianti di 213 questionari (di cui solo 20 non sono stati compilati e restituiti). Lo studio rappresenta tutte le tipologie

del commercio al dettaglio (ad esclusione della macelleria) con una prevalenza numerica dei negozi d'abbigliamento, fotografando l'intero comparto: da segnalare però che è sottodimensionato il commercio stagionale (poiché molte attività erano chiuse nel periodo di rilevamento) e di conseguenza l'area territoriale di Marina di Cecina.

I risultati ottenuti sono stati presentati ieri sera nel corso di un convegno.

Ma il 75% degli esercenti (il 90% in corso Matteotti) è in affitto e dichiara che il costo della locazione è troppo alto

# Il commercio? È giovane e in crescita

Con 715 negozi al dettaglio, Cecina è al secondo posto in provincia



Il centro commerciale di corso Matteotti

**“Dito puntato sugli amministratori per l'incuria dell'arredo urbano e la mancanza di posti auto nel centro della città**

ciali) in affitto; non a caso, come emerge dai questionari, questa voce incide in modo determinante sulle spese. E se nelle aree meno centrali (Palazzaccio, Palazzi) gli immobili in affitto e di proprietà quasi si equivalgono, sul corso Matteotti, vero cuore commerciale su cui si affacciano ben 150 negozi di abbigliamento e simili, quasi il 90% dei fondi è in locazione.

**Il cliente tipo.** La seconda par-

**“Una ricetta anticrisi? Più qualità e prodotti di nicchia. Ma anche forme promozionali associate tra Comune e commercianti**

te del questionario cerca di capire come si svolge l'attività di vendita a Cecina: oltre la metà dei clienti proviene dal comune, di cui un terzo (33,9%) abita nelle immediate vicinanze del negozio: si sposta dunque, o potrebbe spostarsi, a piedi. Un buon 30% abita fuori Cecina (Rosignano, Livorno, Piombino, San Vincenzo, Volterra, Pisa...). I turisti occupano, nella percezione dei commercianti, il

## Problemi

Pochi parcheggi, centro storico sporco, scarsa collaborazione tra commercianti, troppi mercati straordinari, incuria a Cecina Mare, degrado in piazza Gramsci... sono solo alcuni dei problemi segnalati dai commercianti nel questionario, che nell'ultima sezione chiedeva appunto di esprimere problemi e suggerimenti a ruota libera.

Ecco dunque l'hit parade delle doglianze: c'è chi si lamenta della scarsa illuminazione, delle strade sporche e dei cassonetti; chi degli abusivi, chi non crede alla reale volontà del Comune di preoccuparsi dei problemi del commercio.

Alcuni sottolineano invece gli alti costi di gestione e l'enormità degli affitti. Altri chiedono ancora di ristrutturare le facciate degli immobili in cui si trovano i negozi, specialmente nel centro urbano. Qualcuno si lamenta delle tasse, altri dei vigili che non controllano mai se i padroni dei cani raccolgono le deiezioni.

## Suggerimenti

E cosa suggeriscono i commercianti per combattere la concorrenza (soprattutto dei supermercati) e incrementare le vendite? Tra le proposte quella che suggerisce all'amministrazione comunale di dare in gestione ai singoli esercenti lo spazio antistante al proprio negozio (per la potatura degli alberi, la pulizia dei marciapiedi...)

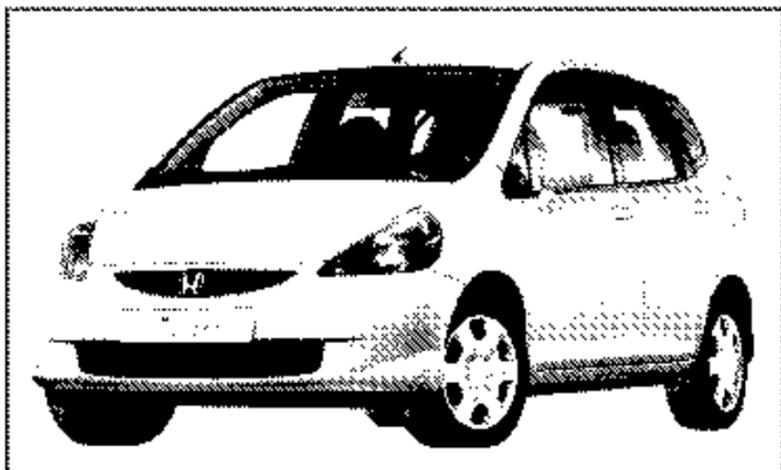
Si chiede inoltre di migliorare l'illuminazione, di sfruttare l'estate per organizzare concerti ed altri eventi serali, di abolire il giorno di chiusura, di aumentare i parcheggi. Poi c'è chi se la prende con la Vallescaja («la domenica vanno tutti là e in centro non viene più nessuno») e chi chiede accordi sui prezzi, per evitare «concorrenza sleale». La maggioranza degli intervistati ritiene che bisognerebbe migliorare l'arredo urbano, fare corsi di formazione per i commercianti e iniziative di pubblicità insieme ad altri negozi.

10,5% del totale (da ricordare però che Marina è scarsamente rappresentata nei questionari).

Dunque una clientela abitudinaria e fidelizzata. L'identikit si completa con sesso, età e professione: quasi il 70% dei clienti è di sesso femminile, con uno status socio-economico medio e una fascia d'età dai 35 ai 45 anni. Quasi l'80% dei clienti arriva in auto, seguito da un buon 64 a piedi e dal 26,4% in bicicletta. Gli acquisti vengono fatti prevalentemente il sabato e il venerdì, nel tardo pomeriggio o in tarda mattinata. Voto insufficiente per la pausa pranzo e il dopo cena. Tanto che la maggioranza (60%) degli intervistati sostiene che l'orario d'apertura va bene così. E gli affari? Il 25,4% dice che vanno bene, il 3,1% benissimo, il 48,2% dichiara di tirare avanti. 11,9% male, 4,7 a rischio chiusura.

**E il futuro?** Il 30% pensa positivo: prospettive buone per il 29% e ottime per l'1%. Sufficienti per il 45,6%. Negative per il 17%. Ma cosa sarebbero disposti a fare i commercianti cecinesi per aumentare le vendite e combattere la concorrenza? La risposta mette in primo piano, a livello individuale, l'aumento di qualità e prodotti di nicchia, seguiti dal miglioramento estetico del negozio; come categoria, su una scala da 0 a 40, il 37,3 si dice disposto a fare promozione in forma associata.

604SCR93.P65



## HONDA - JAZZ 2006

► **€ 11.700,00\***

- ✦ EURO 4
- ✦ 4 AIRBAG
- ✦ CLIMATIZZATORE
- ✦ ABS
- ✦ STEREO CD

CONSUMO MEDIO  
18 KM - litro

DI CUI 8000,00 €  
FINANZIABILI A TASSO 0  
IN 48 RATE  
TAN E TAEG 0,00%

\* Jazz "Live" escluso ipt su strada per usato che vale zero  
Offerta valida fino al 30-06-06. Iniziativa non cumulabile con altre in corso



**SCAR**

CONCESSIONARIA UFFICIALE

Via Ugione, 29 Livorno - (Zona Industriale Nord) Tel. 0586/428095 - Fax 0586/428096  
Magazzino e Officina: Tel. 0586/402159

www.hondascar.it