

COMUNE DI RADICONDOLI

PIANO COMMERCIO AREE PUBBLICHE

• Sommario

INDICE DELLE TABELLE.....	2
PREMESSA	3
1. METODOLOGIA	7
2. LA POPOLAZIONE RESIDENTE	9
3. RICOGNIZIONE DELL'ESISTENTE.....	12
3.1 Il commercio su aree pubbliche	12
3.2 Il commercio al dettaglio su posto fisso	14
4. LE INDAGINI.....	15
4.1 Analisi delle interviste telefoniche	15
5. LE PREVISIONI DEMOGRAFICHE.....	18
5.1 La stima col metodo della regressione lineare.....	19
5.2 la STIMA RIPROPORZIONATA SULLA EVOLUZIONE DEMOGRAFICA DELLA ZONA SOCIO-SANITARIA.....	21
5.3 le previsioni demografiche adottate per il piano.....	28
6. I MOVIMENTI PENDOLARI E I MOVIMENTI GIORNALIERI DELLA POPOLAZIONE NON OCCUPATA.....	29
6.1 Le caratteristiche principali dei movimenti pendolari.....	32
7. IL MOVIMENTO TURISTICO	37
8. LE INTERRELAZIONI TRA POPOLAZIONE, TURISTI E RETE COMMERCIALE.....	39
9. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE CHE PRESENTANO LE NECESSARIE COMPATIBILITA' PER IL FUTURO EVENTUALE UTILIZZO AI FINI DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE SU POSTEGGIO (ART.9, C.2, LETT. F, L.R. 9/99).....	41
10. STIMA DEL FATTURATO MEDIO ANNUO	43
11. IL BACINO DI UTENZA.....	47
12. INDICE DI EQUILIBRIO	48
13. LA SUPERFICIE DEI POSTEGGI.....	50
14. ZONE IN CUI E' VIETATO IL COMMERCIO IN FORMA ITINERANTE	51
15. PROPOSTE DI PIANO	52
15.1 MERCATO	52
15.2 POSTEGGI FUORI MERCATO	53
15.3 FIERE.....	53
ALLEGATI.....	54

Indice delle tabelle

Tabella 1 - Comune di Radicondoli - Bilancio Demografico 1981-1998	10
Tabella 2 - Mercato di Radicondoli: composizione posteggio/merceologia/superficie.....	12
Tabella 3 - Settori merceologici del mercato.....	13
Tabella 4 - Comune di Radicondoli - Rete distributiva su posto fisso per genere e superficie.....	14
Tabella 5 - Comune di Radicondoli - Evoluzione della popolazione (anni 1981-1998) - Stima delle previsioni (anni 1999-2004)	19
Tabella 6 - Previsioni demografiche per la zona socio - sanitaria "Alta Val d'Elsa"	22
Tabella 7 - Previsioni demografiche per il comune di Radicondoli	22
Tabella 8 - Composizione per fasce di età: confronto comune di Radicondoli e zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa"- anno 1997	23
Tabella 9 - comune di Radicondoli: evoluzione per fasce di età della popolazione - quozienti	24
Tabella 10 - comune di Radicondoli: evoluzione per fasce di età della popolazione - valori assoluti	24
Tabella 11 - confronto incidenza fasce di età della popolazione di Radicondoli con la zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa" e il totale Toscana	25
Tabella 12 - comune di Radicondoli. Stima popolazione anziana al 2011.....	27
Tabella 13 - comune di Radicondoli. Quozienti popolazione anziana al 2011	27
Tabella 14 - Previsioni demografiche adottate per il Piano.....	28
Tabella 15 - Sintesi movimenti giornalieri dei pendolari del comune di Radicondoli	29
Tabella 16 - Comune di Radicondoli - Movimento Turistico andamento 1996-1998	37
Tabella 17 - Comune di Radicondoli - Movimento Turistico stime 1999-2002	38
Tabella 18 - Comune di Radicondoli - Indicatori popolazione, turisti e rete commerciale	39
Tabella 19 - Comune di Radicondoli - Indicatori popolazione, turisti e rete commerciale in base alla tipologia	40
Tabella 20- Stima del fatturato.....	45

PREMESSA

Il comune di **Radicondoli** si estende per 132,53 Km², prevalentemente sul territorio delle Colline Metallifere, tra la val d'Elsa e la val di Cecina.

Per la sua posizione climatica, all'interno di un'area che si caratterizza soprattutto per le colture boschive tipiche di questa parte della provincia senese, per significativi resti di architettura civile, proto-industriale e soprattutto religiosa, il Comune di **Radicondoli** può giustamente pretendere ad un ulteriore sviluppo - peraltro già oggi significativo anche grazie alla notevole attività culturale sviluppata - dei settori turistico ed agrituristico, con le conseguenti ricadute anche sul settore commerciale del Comune, su cui si concentra l'attenzione della presente ricerca.

Ciò, se attentamente valutato, assieme anche ad una rivitalizzazione del capoluogo e di alcuni piccoli borghi, potrebbe favorire e determinare uno sviluppo del turismo di rilievo ragguardevole, in grado di sopperire alla decadenza di altri settori economici, la cui rinascita è, al momento, difficilmente immaginabile.

Questo percorso potrebbe essere aperto - e a sua volta potrebbe aprire - anche da un ripensamento della rete commerciale di **Radicondoli**, da un suo maggior adeguamento alle esigenze sia della popolazione residente che di quella fluttuante (i flussi turistici; ma non solo essi), da una sua specializzazione, che faccia dei punti di forza delle vecchie e più tipiche attività di **Radicondoli**, il trampolino di lancio di uno sviluppo complessivo del comune. Quindi non uno sviluppo commerciale fine a se stesso, bensì mirato, indirizzato, plasmato sia sulle esigenze degli operatori economici, sia - e in misura ancora maggiore - sui tempi, i ritmi e gli stili di vita della popolazione.

Per quanto detto, ci sembra di poter affermare che, per gli obiettivi del presente Piano, la caratteristica che potrebbe assumere il comune di **Radicondoli**, di "centro di attrazione turistica e di gravitazione", non sia indifferente al fine di determinare i rapporti tra totalità della popolazione residente e flussi esterni al comune.

A questo proposito, è da considerare infatti come il numero dei residenti abbia seguito una costante e significativa caduta nel corso dei 47 anni che vanno dal censimento del 1951 (3227 abitanti) al 1998 (979 ab.), perdendo quasi duemila residenti già al 1971.

La ricerca non poteva quindi non tenere conto di tale situazione, importante per la determinazione dei vari indici utili alla stesura del Piano Comunale per l'esercizio del Commercio sulle Aree Pubbliche.

Il Piano, previsto dall' **art.9 della L.R. 9/1999**, costituisce uno strumento efficace per mezzo del quale le Amministrazioni comunali possono, da un lato, regolamentare un tipo di esercizio commerciale che, nel tempo e grazie a varie innovazioni legislative, si è sempre di più "parificato" alle altre tipologie di commercio; dall'altro possono, con maggiore tempestività e snellezza (la citata Legge Regionale prevede infatti, tra l'altro, che il piano possa essere aggiornato al 31 gennaio di ogni anno), intervenire su situazioni che l'evoluzione o l'involuzione di determinati indici avesse reso poco rispondenti alle mutate esigenze della comunità.

La Legge adottata dalla Regione Toscana nel marzo del 1999 segue, a distanza di un anno, il **Decreto legislativo 114/98** sulla "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio" che, al titolo X, si occupa appunto del commercio al dettaglio sulle aree pubbliche.

Proprio quest'ultima definizione - *commercio sulle aree pubbliche* - come tanta letteratura ricorda, aveva a suo tempo costituito la novità più importante introdotta dalla **L. 112/91**.

Tale legge aveva effettuato una scelta sostanziale, affermando un principio che si sarebbe dovuto rivelare efficace per intervenire sul mercato a favore del consumatore: l'uso del suolo pubblico in funzione del contenimento dei prezzi.

Le diverse figure del commerciante venivano come "accomunate"; solo le loro funzioni sul mercato erano diverse. Nel commercio in sede fissa, la decisione

d'acquisto viene infatti fatta maturare per lo più "a casa del consumatore", in larga misura con la pubblicità, rendendo meno critica e più "sbrigativa" la scelta del prodotto; nel commercio sulle aree pubbliche, l'opera di convincimento del cliente effettuata dall'operatore commerciale avviene quasi esclusivamente al momento del contatto con la domanda.

Da qui, anche una riconosciuta capacità nella definizione qualitativa e quantitativa degli approvvigionamenti da parte del commerciante su aree pubbliche.

Il commercio sulle aree pubbliche è un fattore importante del sistema distributivo italiano ed è anche una formula radicata nella storia e nell'assetto delle nostre città.

Oggi, quando si va sempre più radicando la tendenza alla rivitalizzazione dei centri storici e delle aree urbane, "anche al fine di garantire un equilibrato rapporto tra centro e aree periferiche" delle città italiane, alla loro riappropriazione da parte dei cittadini quale luogo di contatto e di frequentazione non casuale (la pedonalizzazione dei centri ne è un aspetto, ma non l'unico), il commercio in sede non fissa può costituire un passaggio importante attraverso cui promuovere fattivamente la socializzazione e il vivere in comunità.

La vendita non sedentaria ha saputo reggere il tempo affidandosi alle proprie radici mercantili. I segni dell'evoluzione economica e della tenuta di questo canale di vendita sono netti.

Il **Dlgs 114/98** mantiene e valorizza queste acquisizioni, affidando ai Comuni i compiti di Piano del commercio relativo al proprio ambito urbano.

A fronte di ciò, le Amministrazioni Comunali si devono dotare di strumenti urbanistici sempre più puntuali, di criteri di pianificazione sia territoriale che commerciale - una pianificazione commerciale degli spazi pubblici anche in relazione alla rete commerciale in sede fissa - in grado di coniugare sempre più i tempi e i modi di operare degli esercenti coi bisogni del vivere quotidiano della città.

In questo senso le normative regionali emanate - la **L.R. n.9/'99** in modo specifico, ma non solo; basti pensare alla globalità della **L.R. n.38/'98** - contengono importanti elementi innovativi, soprattutto in termini di razionalizzazione del settore e del complesso degli spazi e dei tempi della città. Lo sforzo che si richiede è quello di rendere congrui tempi, orari e localizzazione delle strutture, in relazione al funzionamento delle diverse aree territoriali, intervenendo sui Piani delle Funzioni, della Mobilità, su accessi, pedonalizzazioni e, in generale, per una riqualificazione dei mercati cittadini in sintonia con la riqualificazione complessiva degli spazi urbani.

1. METODOLOGIA

Il lavoro svolto ha preso in esame, principalmente, le due variabili che costituiscono fondamentalmente l'ossatura del mercato, vale a dire la struttura dell'offerta esistente e la domanda da parte dei cittadini-consumatori.

1) Ricognizione dell'offerta :

- individuazione delle aree in cui sono localizzati i posteggi dati in concessione riferite ai mercati ed alle fiere esistenti, distinti per tipologia merceologica e per periodi temporali di svolgimento, ciò in relazione anche alla valorizzazione del tessuto urbano, all'accessibilità e all'attrazione rispetto alle zone in cui si svolgono mercati e fiere,
- ricognizione della struttura del commercio in sede fissa,
- restituzione cartografica della ricognizione effettuata

2) Analisi della domanda :

- analisi della popolazione residente e dei flussi gravitazionali sulla base delle previsioni demografiche a breve periodo (triennio di validità del piano) e a medio periodo (fino al 2011) anche rispetto all'area di appartenenza,
- indagine tramite questionario somministrato ad un campione rappresentativo di famiglie residenti, al fine di conoscere i loro comportamenti, gli stili di vita, i loro bisogni.
- analisi dei flussi turistici

3) La statistica :

- stima del fatturato medio annuo

- evoluzione delle relazioni tra la struttura del commercio in sede fissa e quello in sede ambulante.

La finalità del presente piano è quella di valutare l'adeguatezza della rete commerciale in riferimento al commercio ambulante, rispetto alle caratteristiche del territorio in termini di popolazione, rete urbana, rete commerciale al dettaglio in posto fisso, movimenti turistici e pendolari etc.

In questo quadro, per meglio comprendere le differenti aspettative della popolazione residente e vista la realtà urbana del Comune di **Radicondoli**, la ricerca si è articolata considerando il territorio comunale nel suo insieme.

2. LA POPOLAZIONE RESIDENTE

Per quanto riguarda la popolazione residente è stato esaminato l'andamento demografico per il periodo che va dal 1981 al 1998 ed effettuate previsioni per il periodo che si conclude con i termini di validità del piano 2002 nonché, per valutare le tendenze, anche per periodi successivi.

I dati sulla popolazione, cui si è fatto riferimento, sono stati forniti dagli uffici anagrafici del Comune di **Radicondoli** ed integrati con le tavole dell'ISTAT "Popolazione". I calcoli relativi alla popolazione inizio - anno e fine - anno sono generati dall'integrazione fra i dati desunti dall'ISTAT ed una normalizzazione sulla base dei movimenti anagrafici.

Complessivamente, tra il 1981 e il 1997 la popolazione è diminuita dell'11,80%, passando da un totale di 1.110 residenti nel 1981 ai 979 del 1998. Il trend negativo monotono variabile, pari ad una media di -6,94 unità annue, è dovuto principalmente al saldo naturale, sempre negativo. Tale saldo oscilla attorno al valore medio di -8,67 individui annui, toccando la punta di -16 individui nel 1995.

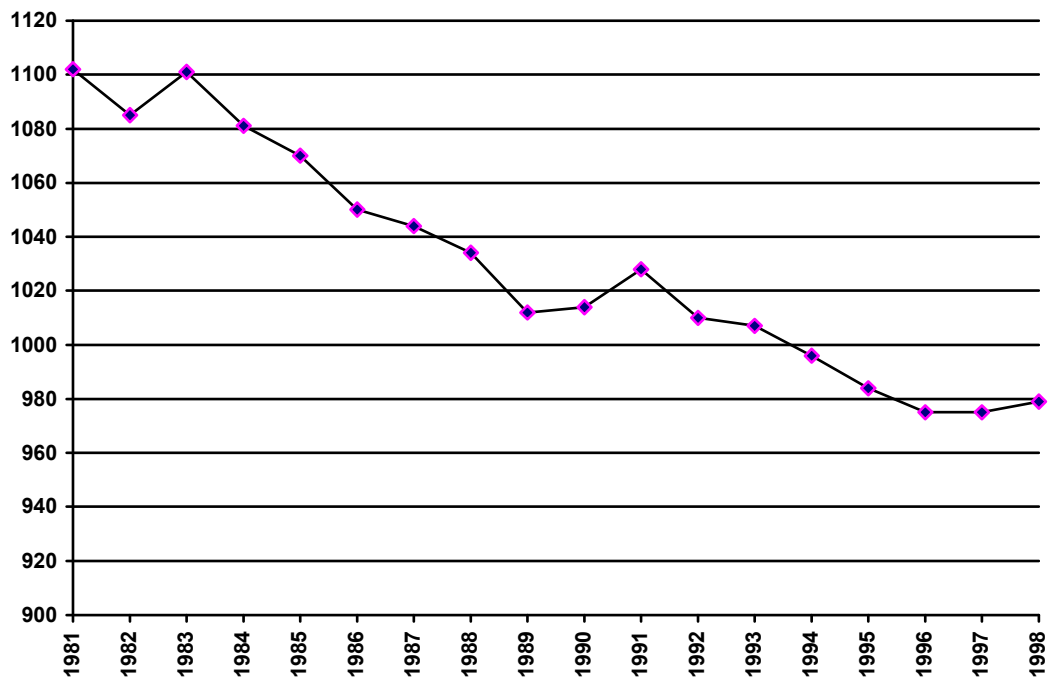
Il saldo migratorio è, al contrario, leggermente positivo e registra una differenza media tra nati e morti pari a +1,72 individui. Fino a che il comune di **Radicondoli** non diventerà polo di attrazione abitativa/lavorativa la situazione di invecchiamento della popolazione e conseguente sbilanciamento del saldo naturale non sarà compensata dal saldo migratorio.

Tali considerazioni possono essere maggiormente apprezzate per mezzo delle tabelle e dei grafici seguenti :

Tabella 1 - Comune di Radicondoli - Bilancio Demografico 1981-1998

Anno	Saldo iniziale	Nati vivi	Morti	Saldo Naturale	Immigrati	Emigrati	Saldo Migratorio	Saldo Complessivo	Abitanti al 31.12
1981	1110	9	19	-10	42	40	2	-8	1102
1982	1107	8	18	-10	27	39	-12	-22	1085
1983	1073	8	14	-6	55	21	34	28	1101
1984	1095	9	20	-11	32	35	-3	-14	1081
1985	1081	6	22	-16	36	31	5	-11	1070
1986	1070	6	17	-11	28	37	-9	-20	1050
1987	1050	2	13	-11	33	28	5	-6	1044
1988	1043	9	14	-5	30	34	-4	-9	1034
1989	1034	11	18	-7	26	41	-15	-22	1012
1990	1012	5	14	-9	36	25	11	2	1014
1991	1014	9	7	2	37	25	12	14	1028
1992	1032	8	15	-7	16	31	-15	-22	1010
1993	1011	5	15	-10	32	26	6	-4	1007
1994	1006	6	9	-3	30	37	-7	-10	996
1995	1000	2	18	-16	26	26	0	-16	984
1996	984	5	12	-7	34	36	-2	-9	975
1997	975	7	14	-7	49	42	7	0	975
1998	975	7	19	-12	43	27	16	4	979
totali		122	278	-156	612	581	31	-125	
medie	762,89	6,78	15,44	-8,67	34,00	32,28	1,72	-6,94	976,00

Comune di Radicondoli
Andamento della popolazione 1981-1998



3. RICOGNIZIONE DELL'ESISTENTE

3.1 IL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Tabella 2 - Mercato di Radicondoli: composizione posteggio/merceologia/superficie

n° posteggio	merceologia trattata	superficie (mq)	% su tot sup
1	Non alimentare	24	6,67%
2	Non alimentare	24	6,67%
3	Non alimentare	24	6,67%
4	Non alimentare	24	6,67%
5	Non alimentare	24	6,67%
6	Non alimentare	24	6,67%
7	Non alimentare	24	6,67%
8	Non alimentare	24	6,67%
9	Non alimentare	24	6,67%
10	Non alimentare	24	6,67%
11	Non alimentare	24	6,67%
12	Alimentare	24	6,67%
13	Alimentare	24	6,67%
14	Alimentare	24	6,67%
15	Alimentare (prod.agr.)	24	6,67%
n.posteggi: 15	sup.media 24	360	100,00%

Il mercato di **Radicondoli** si svolge normalmente nel capoluogo il 2° e il 4° lunedì del mese ; è ubicato in via Tiberio Gazzei e Piazza Giacomo Matteotti e si svolge nell'area appositamente delimitata.

Il mercato è suddiviso in settori, così ripartiti, secondo il regolamento Comunale del mercato pubblico vigente¹ :

¹ Il regolamento vigente risulta quello approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 53 del 10 febbraio 1987 e modificato successivamente con deliberazione del Consiglio Comunale n.93 del 13 maggio 1987, che ha modifica

Tabella 3 - Settori merceologici del mercato

Settore	Posteggi
Alimentare	3
Generi vari	3
Abbigliamento	5
Calzature e Pelletteria	3
Produttori agricoli diretti	1

I posteggi assegnati sono (alimentari e extralimentari). Il bando per la concessione decennale dei posteggi è stata deliberat0 dalla Giunta Municipale con deliberazione n.277 del 23 ottobre 1989.

La superficie di vendita occupata è di complessivi 360 mq ; quella media che coincide con la superficie assegnata a ciascun posteggio, è di 24 mq. e non varia al variare della tipologia trattata.

3.2 IL COMMERCIO AL DETTAGLIO SU POSTO FISSO

Dagli elenchi forniti dall'Amministrazione Comunale, in tutto il territorio del comune di **Radicondoli** risultano 14 esercizi, con una superficie di vendita pari a 489,9 mq.

Gli esercizi di tipo alimentare sono 6 e coprono una superficie di 238 mq, tutti esercizi di vicinato.

Gli esercizi di tipo extra - alimentare sono 8, per 251,9 mq , anche questi tutti esercizi di vicinato,

Queste informazioni sono riassunte nella tabella riportata di seguito :

Tabella 4 - Comune di Radicondoli - Rete distributiva su posto fisso per genere e superficie

Riepilogo vicinato/medie strutture/grandi strutture per il settore **alimentare**

n°Vicinato	n°Medi	n°Grandi	sup.vicinato	sup. medi	sup.grandi	Tot. eser.	Tot.sup.
6	0	0	238	0	0	6	238

Riepilogo vicinato/medie strutture/grandi strutture per il settore **non alimentare**

n°Vicinato	n°Medi	n°Grandi	sup.vicinato	sup. medi	sup.grandi	Tot. eser.	Tot.sup.
8	0	0	251,9	8	0	0	251,9

Riepilogo vicinato/medie strutture/grandi strutture del **Totale Comune**

n°Vicinato	n°Medi	n°Grandi	sup.vicinato	sup. medi	sup.grandi	Tot. eser.	Tot.sup.
14	0	0	489,9	0	0	14	489,9

4. LE INDAGINI

4.1 ANALISI DELLE INTERVISTE TELEFONICHE

Nel comune di Radicondoli il mercato si tiene, come già detto, nel capoluogo il secondo e il quarto lunedì del mese.

Le interviste sono state effettuate telefonicamente su di un campione prescelto di residenti nel Comune di Radicondoli, che hanno dichiarato di frequentare in modo più o meno regolare il mercato, con cadenze che variano da settimanale (il 33% del campione intervistato, intendendo con ciò di frequentare anche il mercato di Casole d'Elsa, con cui quello di Radicondoli si alterna settimanalmente) a 1 / 2 volte al mese (33%), oppure in modo più saltuario (33%).

La percentuale di popolazione, suddivisa per fasce di età, che visita con queste cadenze il mercato stesso, è così suddivisa: il 33% è ultra65enne, il 20% ha un'età compresa tra i 35 e i 44 anni, così come un altro 20% di età tra i 45 e i 54 anni; troviamo quindi il 13% e il 13% rispettivamente delle classi di età da 25 a 34 anni e da 55 a 64 anni.

Dell'intero campione intervistato, i frequentatori del mercato risultano essere per la totalità donne.

Per quanto riguarda il titolo di studio, il 33% degli intervistati è in possesso della Licenza di scuola media inferiore; il 46% della licenza elementare e il 20% del Diploma di scuola media superiore.

La condizione professionale degli intervistati è così suddivisa: il 53% è costituito da casalinghe e il 20% da pensionati; i dipendenti pubblici rappresentano il 13%, al pari di un altro 13% costituito da dipendenti da imprese private.

A Radicondoli il nucleo familiare del 13% degli intervistati telefonicamente, che hanno dichiarato di frequentare il mercato, è composto da cinque e più persone; il 46%

da quattro; il 13% da tre persone; il 6% da 2, mentre le persone singole rappresentano il 20% del campione.

Il 46% di coloro che frequentano il mercato di Radicondoli usa recarvisi a piedi; il 53% si serve dell'automobile.

Per le caratteristiche del mercato di Radicondoli, per le sue ridotte dimensioni e per la sua limitata frequenza, in generale, le abitudini di acquisto del campione intervistato sono risultate essere orientate prevalentemente al commercio a posto fisso (negozi tradizionali o supermercati) e sono così suddivise, per generi acquistati:

gli scatolati sono acquistati per il 48% al negozio tradizionale e per il 51% al supermercato; le bevande, seguendo lo stesso ordine di tipologia commerciale, registrano rispettivamente il 35% e il 63%; la frutta e la verdura fanno registrare entrambe il 50% al negozio tradizionale, il 25% al supermercato e il 25% al mercato; i salumi e il pesce, il 53% al negozio tradizionale e il 45% al supermercato; i casalinghi, il 58% (negozi tradizionali) e il 38% (supermercati); il vestiario e le calzature vedono l'assenza di acquisto presso il supermercato e registrano il 75% al negozio tradizionale e il 25% al mercato; la profumeria si suddivide tra il negozio tradizionale e il supermercato con l'82% e il 14%. Infine, le piante e i fiori escludono il supermercato e registrano il 76% al negozio tradizionale e il 23% al mercato.

Per questi articoli gli intervistati dichiarano di spendere mensilmente - indipendentemente dalla tipologia commerciale - in generale, per la frutta: dalle 25 alle 50mila lire (il 33% del campione); dalle 50 alle 100mila lire (66% del campione). Per le verdure: dalle 25 alle 50mila lire mensili (53%); dalle 50 alle 100mila lire (46%). Per piante e fiori: meno di 25mila lire (42%); dalle 25 alle 50mila lire (42%); dalle 50 alle 100mila lire (14%).

Per l'abbigliamento e le calzature il 18% spende dalle 25 alle 50mila lire; il 54% spende dalle 50 alle 100mila lire e il 27% spende dalle 100 alle 250mila lire.

Per il pesce e i salumi il 46% degli intervistati spende dalle 50 alle 100mila lire e il 20% dalle 100 alle 250mila lire; il 33% spende dalle 25 alle 50mila lire.

Per gli scatolati (pasta, caffè, ecc.) il 13% degli intervistati spende dalle 25 alle 50mila lire; il 60% spende mensilmente dalle 50 alle 100mila lire, il 26% del campione spende dalle 100 alle 250mila lire al mese.

Per i casalinghi il 53% del campione spende dalle 25 alle 50mila lire e un altro 40% dalle 50 alle 100mila lire.

Per la profumeria, il 63% spende dalle 25 alle 50mila lire; il 27% dalle 50 alle 100mila lire.

Il periodo di riacquisto di alcuni generi si può così riassumere: un paio di scarpe è acquistato con un intervallo da uno a tre mesi dal 33% del campione e con un intervallo superiore ai tre mesi dal 53%. Un cesto di insalata ha una cadenza inferiore ai sette giorni per il 93% degli intervistati. Un paio di calze ha un intervallo di riacquisto di 15-30 giorni per il 86% del campione. I prodotti per l'igiene della persona vengono riacquistati con un intervallo da una a due settimane dal 40% degli intervistati e da quindici a trenta giorni dal 53%. Un kg di detersivo ha un tempo di consumo di due-quattro settimane per il 46% degli intervistati e di sette - quindici giorni per il 53%.

Alle persone intervistate, all'interno del questionario specificatamente indirizzato alle abitudini di frequenza e di consumo relative al commercio su aree pubbliche, è stato chiesto di formulare anche alcuni suggerimenti da essi ritenuti più urgenti, rivolti agli amministratori del comune. Il 26% del campione ritiene che la questione più attuale per il comune di Radicondoli sia quella di promuovere maggiormente le attività economico - culturali ; il 20% degli intervistati pensa invece al potenziamento dei servizi di trasporto e della viabilità. Il 13% ritiene che sia urgente migliorare la condizione di piazze e strade. Il 6% giudica necessario spostare la sede attuale del mercato e un altro 6% si esprime per il prolungamento degli orari di apertura dei negozi.

5. LE PREVISIONI DEMOGRAFICHE

Le previsioni demografiche per i prossimi anni hanno, secondo gli esperti, una notevole attendibilità: il tasso di natalità e di mortalità, in uno spazio di tempo limitato, non si modifica infatti in misura rilevante. Il dato più aleatorio, specie in una dimensione comunale di non rilevante numerosità (come nel caso del comune di **Radicondoli**) è rappresentato dalla migrazione. Tuttavia gli spazi abitativi, il mercato del lavoro e il trend generale rendono le stime sufficientemente attendibili.

Le previsioni per il Comune di **Radicondoli** sono state effettuate utilizzando 2 metodologie:

1. Una stima basata sul metodo della regressione lineare (in seguito definita STIMA COL METODO DELLA REGRESSIONE LINEARE).
2. Una stima basata sulla evoluzione demografica, sulla base delle previsioni adottate dalla Regione Toscana per la programmazione socio - sanitaria, riproporzionate a livello comunale (in seguito definita STIMA RIPROPORZIONATA SULLA EVOLUZIONE DEMOGRAFICA DELLA ZONA SOCIO-SANITARIA).

Le previsioni demografiche così ottenute sono state fra loro messe in relazione, realizzando così una stima ponderata sui dati ottenuti con l'applicazione delle due metodologie.

5.1 LA STIMA COL METODO DELLA REGRESSIONE LINEARE

Il metodo della regressione lineare che ha fornito un R^2 (0,94), coefficiente di adattamento della curva al modello molto buono e superiore alle altre elaborazioni. Il valore della deviazione standard è pari a 10,30. Sulla base dei dati esaminati nel capitolo 2 è possibile indicare (v. grafico successivo) che la popolazione residente dovrebbe attestarsi attorno alle 932 unità al termine della validità del piano (2002), con un decremento percentuale del 3,25% rispetto al 1998.

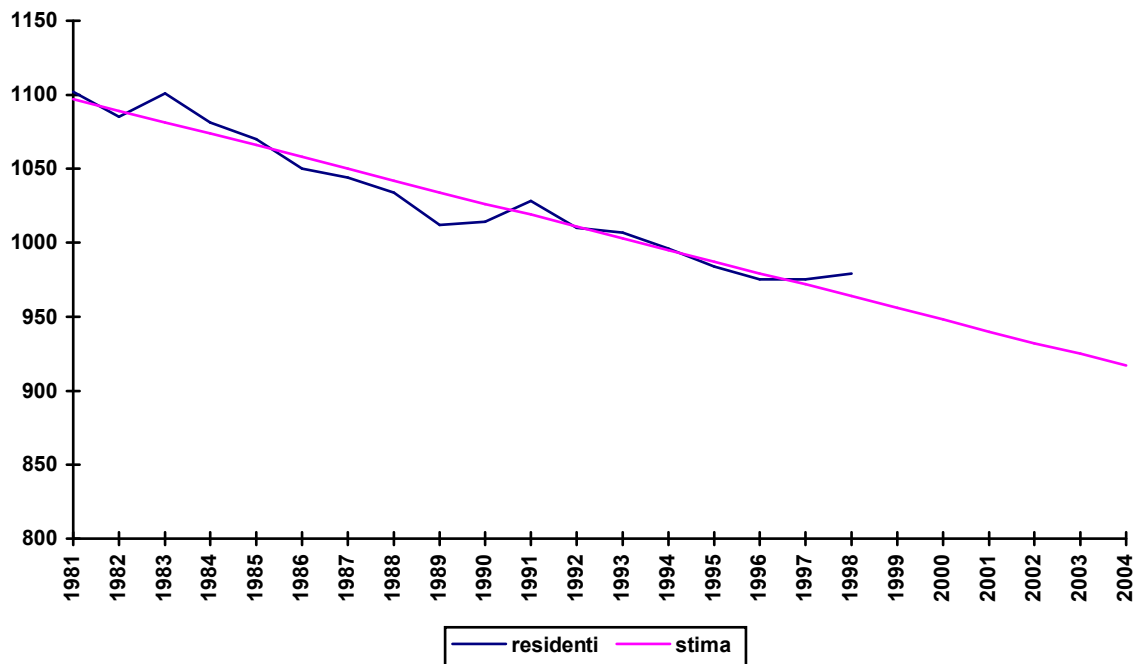
Tabella 5 - Comune di Radicondoli - Evoluzione della popolazione (anni 1981-1998) - Stima delle previsioni (anni 1999-2004)

anno	residenti	stima
1981	1102	1097
1982	1085	1089
1983	1101	1081
1984	1081	1074
1985	1070	1066
1986	1050	1058
1987	1044	1050
1988	1034	1042
1989	1012	1034
1990	1014	1026
1991	1028	1019
1992	1010	1011
1993	1007	1003
1994	996	995
1995	984	987
1996	975	979
1997	975	972
1998	979	964
1999		956
2000		948
2001		940
2002		932
2003		925
2004		917

Fonte : ns elaborazione su dati ISTAT²

² I calcoli relativi alla popolazione inizio-anno e fine-anno sono generati dall'integrazione fra i dati desunti dall'ISTAT ed una normalizzazione sulla base dei movimenti anagrafici

Comune di Radicondoli
Andamento della popolazione 1981-1998e stima al 2004



È utile comunque ricordare che con il metodo della regressione lineare, le previsioni demografiche sono eseguite *coeteris paribus* (fermi restando tutti i fattori che influenzano i cambiamenti nella popolazione) e che quindi sono sottoposte a variazioni qualora si modificassero sensibilmente le condizioni urbanistiche, le prospettive occupazionali e le politiche territoriali di sviluppo.

5.2 LA STIMA RIPROPORZIONATA SULLA EVOLUZIONE DEMOGRAFICA DELLA ZONA SOCIO-SANITARIA

Le previsioni demografiche per i prossimi anni (fino al 2011) hanno, secondo gli esperti, una notevole attendibilità: il tasso di natalità e di mortalità, in uno spazio di tempo limitato, non si modifica infatti in misura rilevante. Il dato più aleatorio, specie in una dimensione comunale di non rilevante numerosità (come nel caso del comune di Radicondoli) è rappresentato dalla migrazione. Tuttavia gli spazi abitativi, il mercato del lavoro e il trend generale rendono le stime sufficientemente attendibili.

Per validare ulteriormente le stime, nel caso di comuni di non rilevante numerosità di abitanti, è possibile fare riferimento ad un aggregato più ampio, che configuri una popolazione di maggiore rilevanza.

Nel caso del comune di Radicondoli è possibile fare riferimento alle stime sulla evoluzione demografica considerate per la zona socio - sanitaria "Alta Val d'Elsa" della USL 7 di Siena.

La zona socio - sanitaria "Alta Val d'Elsa" comprende 5 comuni: Casole d'Elsa, Colle Val d'Elsa, Poggibonsi, Radicondoli e San Gimignano, .

Al 31 dicembre 1997 gli abitanti della zona socio - sanitaria "Alta Val d'Elsa" risultavano 56.178³. Radicondoli è, per numero di abitanti, il comune più piccolo della zona socio - sanitaria. La sua popolazione di 974⁴ abitanti è pari all'1,73% dell'intera popolazione della zona. Poggibonsi con 27.190 abitanti risulta il comune più abitato della zona. Si può pertanto rilevare che nella zona si ha un comune con popolazione prevalente rispetto agli altri: le stime effettuate sui singoli comuni risultano comunque attendibili per la sostanziale omogeneità del territorio di riferimento.

³ Fonte: Regione Toscana

⁴ al 31.12.1998, fonte vedi nota precedente

Le previsioni demografiche per la zona socio - sanitaria “Alta Val d’Elsa”, stimate al 2001, 2006 e al 2011 esprimono una tendenza ad un decremento costante della popolazione, così calcolato:

Tabella 6 - Previsioni demografiche per la zona socio - sanitaria “Alta Val d’Elsa”

1997	2001	2006	2011
56.178	56.783	57.870	58.371
100	101,08	103,01	103,90

L’incremento, rispetto al 1997, come si vede, risulterebbe in termini percentuali dell’1,08% nel 2001, del 3,01% nel 2006 e del 3,90% nel 2011.

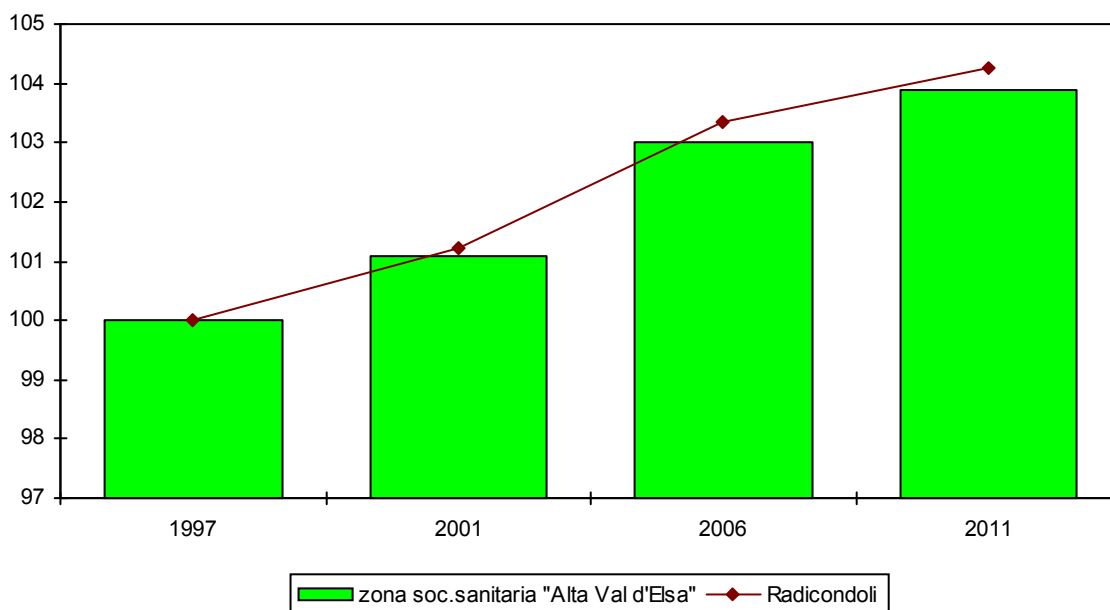
Stimando sulla base delle previsioni per la zona l’evoluzione demografica del comune di Radicondoli, possiamo prevedere la seguente situazione:

Tabella 7 - Previsioni demografiche per il comune di Radicondoli

1997	2001	2006	2011
974	986	1.007	1.015
100	101,23	103,35	104,25

Come si vede la previsione risulta in termini percentuali leggermente differente rispetto all’andamento che si avrebbe nella zona: nei confronti del 1997 Radicondoli incrementerebbe dello 1,23% nel 2001, dello 3,35% nel 2006 e del 4,25% nel 2011.

Previsioni demografiche: confronto fra zona e comune



L'andamento in termini leggermente diversi delle previsioni demografiche di Radicondoli rispetto alla zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa" è dovuta alla particolare composizione per fasce di età della popolazione:

Tabella 8 - Composizione per fasce di età: confronto comune di Radicondoli e zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa"- anno 1997

fasce di età	Radicondoli	zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa"
0 - 14	8,93%	12,09%
15-64	61,70%	66,45%
65 e oltre	29,37%	21,46%
	!Errore di sintassi, ;	!Errore di sintassi, ;

Come si vede dalla tabella 3 il comune di Radicondoli ha nel 1997 un quoziente di popolazione nella fascia di età 0-14 anni inferiore rispetto alla zona, ed un quoziente per la fascia 65 e oltre superiore di quasi l'8%. La popolazione attiva (15-65 anni) è di quasi il 5% inferiore nel comune rispetto alla zona. Questa situazione porta a stimare,

sempre in termini percentuali, un'evoluzione per fasce di età come illustrato nella tabella 4:

Tabella 9 - comune di Radicondoli: evoluzione per fasce di età della popolazione - quozienti

fasce di età	1997	2001	2006	2011
0 - 14	8,93%	8,77%	8,96%	9,15%
15-64	61,70%	61,56%	60,70%	60,34%
65 e oltre	29,36%	29,67%	30,34%	30,50%
	100%	100%	100%	100%

Secondo queste stime quindi in termini di valori assoluti l'evoluzione della popolazione di Radicondoli seguirebbe la seguente dinamica:

Tabella 10 - comune di Radicondoli: evoluzione per fasce di età della popolazione - valori assoluti

fasce di età	1997	2001	2006	2011
0 - 14	87	86	90	93
15-64	601	607	611	613
65 e oltre	286	293	305	310
Totale	974	986	1.007	1.015

Come si può desumere è prevedibile un leggero aumento della popolazione nella fascia di età 0-14 anni: dal 1997 al 2011 l'aumento sarebbe di 6 unità. La popolazione attiva aumenterebbe nel periodo di circa 12 unità. La popolazione anziana aumenterebbe di 24 unità. In termini di valori assoluti come si vede non sono prevedibili grosse variazioni di numerosità.

L'indice demografico di dipendenza⁵ aumenta dal 62,06% del 1997, al 62,43% del 2001, al 64,74% del 2006, fino al 65,72% del 2011.

L'indice di vecchiaia⁶ aumenta da 3,29 del 1997, al 3,39 nel 2001, sempre al 3,39 nel 2006 per poi diminuire al 3,33 nel 2011.

Confrontando Radicondoli con il dato regionale e provinciale si può osservare che questo comune si caratterizza per una maggiore presenza di popolazione anziana.

La tabella successiva mette a confronto la incidenza della popolazione per fasce di età di Radicondoli, con la zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa" ed il totale regionale per il 1997 e in base alle previsioni demografiche al 2001, 2006 e 2011.

Tabella 11 - confronto incidenza fasce di età della popolazione di Radicondoli con la zona socio-sanitaria "Alta Val d'Elsa" e il totale Toscana

fasce di età	1997		
	Radicondoli	zona socio-sanitaria Alta Val d'Elsa	Toscana
0 - 14	8,93%	12,09%	11,46%
15-64	61,70%	66,45%	67,06%
65 e oltre	29,36%	21,46%	21,48%
	100%	100%	100%
fasce di età	2001		
	Radicondoli	Zona socio-sanitaria Alta Val d'Elsa	Toscana
0 - 14	8,77%	11,68%	11,68%
15-64	61,56%	66,35%	66,50%
65 e oltre	29,67%	21,98%	21,81%

⁵ E' un indicatore che ha una certa rilevanza economica e sociale. Con questo indice, le persone che in via presuntiva non sono autonome per ragioni demografiche - età (popolazione 0-14 anni + popolazione 65 e oltre) - ossia anziani e giovanissimi, sono poste in rapporto alle persone che si presume debbano sostenerli con la loro attività (popolazione 15 - 64 anni)

⁶ E' un indicatore sintetico del grado di invecchiamento della popolazione. Si ottiene rapportando l'ammontare della popolazione anziana - 65 anni e oltre - a quella dei bambini fra 0 e 14 anni

100%	100%	100%
------	------	------

fasce di età		2006	
	Radicondoli	Zona socio-sanitaria Alta Val d'Elsa	Toscana
0 - 14	8,96%	12,25%	12,21%
15-64	60,70%	64,72%	64,70%
65 e oltre	30,34%	23,04%	23,09%
	100%	100%	100%

fasce di età		2011	
	Radicondoli	Zona socio-sanitaria Alta Val d'Elsa	Toscana
0 - 14	9,15%	12,77%	12,83%
15-64	60,34%	63,95%	63,43%
65 e oltre	30,50%	23,28%	23,74%
	100%	100%	100%

Come si vede per tutto il periodo considerato l'incidenza della popolazione di età 0-14 e 65 e oltre risulta per il comune di Radicondoli inferiore alla zona (di circa, il 2%), la popolazione attiva inferiore di circa il 5% e la popolazione anziana superiore di circa il 7%. Radicondoli quindi si presenta come un comune "anziano", all'interno di una realtà di riferimento più "giovane".

Per quanto riguarda la popolazione anziana è interessante notare il marcato aumento della popolazione dei *grandi anziani*, cioè della popolazione di 75 anni ed oltre.

Gli anziani di oltre 75 anni costituivano il 9,53% del totale della popolazione residente nel 1997: aumenteranno al 10,59% nel 2001, all'11,23% nel 2006 e all'11,47% nel 2011.

Nel 2011 il 17,82% del totale degli anziani di Radicondoli sarà costituito da anziani di oltre 75 anni . Fra questi anziani la percentuale maggiore sarà costituita da donne (il

34,37% del totale degli anziani saranno donne di 75 anni ed oltre nel 2011). In termini assoluti le stime prevedono il seguente numero di anziani nel 2011:

Tabella 12 - comune di Radicondoli. Stima popolazione anziana al 2011

	<i>Totale</i>	<i>Maschi</i>	<i>Femmine</i>
Totale popolazione	1.015	511	504
65 e oltre	310	137	173
di cui			
75 e oltre	181	74	106

I quozienti rispetto alla popolazione risultano quindi i seguenti:

Tabella 13 - comune di Radicondoli. Quozienti popolazione anziana al 2011

	<i>Totale</i>	<i>Maschi</i>	<i>Femmine</i>
Totale popolazione	100%	100%	100%
65 e oltre	30,50%	26,84%	34,21%
di cui			
75 e oltre	17,82%	14,57%	21,11%

Le proiezioni demografiche disegnerebbero uno scenario, se non intervengono variabili diverse rispetto alla situazione attuale, che, come sottolineato sopra, prevede un tendenziale “invecchiamento” della popolazione residente.

Dal punto di vista della pianificazione commerciale, ciò significa che elementi di dinamizzazione potrebbero essere previsti da fattori esterni (es: turismo), capaci di attivare percorsi di sviluppo e di probabile nuova residenzialità.

5.3 LE PREVISIONI DEMOGRAFICHE ADOTTATE PER IL PIANO

Le previsioni ottenute come si vede si discostano in maniera significativa, soprattutto sulla tendenza.

La stima col metodo della regressione lineare ha infatti previsto 940 residenti al 2001, ed esprime una tendenza negativa.

La stima riproporzionata sulla evoluzione demografica della zona socio-sanitaria ha previsto 986 residenti al 2001, ed esprime una tendenza positiva.

Considerando questi valori come estremi di un intervallo di previsioni, per l'elaborazione di Piano è stato utilizzato il valore centrale, pari ad una popolazione residente al 2002 stimata in 961 persone, con una progressione fino al 2003 così ipotizzabile.

Tabella 14 - Previsioni demografiche adottate per il Piano

Anno		Previsione
1999		969
2000		966
2001		963
2002		961
2003		959

6. I MOVIMENTI PENDOLARI E I MOVIMENTI GIORNALIERI DELLA POPOLAZIONE NON OCCUPATA

Valutare le attrazioni e le fughe di popolazione dal territorio di un Comune e prevederne lo sviluppo nel tempo, appare difficoltoso da un punto di vista metodologico. In questo caso sono minori le fonti conoscitive e le abitudini agli spostamenti mutano nel corso degli anni, spesso per eventi non prevedibili.

Questo fenomeno è stato analizzato attraverso:

- i dati sul pendolarismo degli occupati e degli studenti desunti dal 13° Censimento generale della popolazione - 1991

Il censimento ISTAT per quanto riguarda il pendolarismo che interessa Radicondoli, registra complessivamente la seguente situazione:

i pendolari in uscita dal comune di Radicondoli risultano n.181, di questi 152 effettuano il rientro giornaliero presso la propria abitazione.

Gli occupati e gli studenti che si muovono giornalmente all'interno del Comune risultano 321.

A Radicondoli, da altri comuni, arrivano 132 persone, fra occupati e studenti: di questi 129 rientrano giornalmente nel proprio luogo di residenza.

In totale quindi giornalmente da/in/verso Radicondoli si spostano circa 619 persone, la maggioranza delle quali si muove all'interno del comune.

Considerando complessivamente questi dati possiamo immaginare la situazione rappresentata dalla seguente tabella:

Tabella 15 - Sintesi movimenti giornalieri dei pendolari del comune di Radicondoli

movimenti				
nel comune a	in uscita b	in entrata c	entrate-uscite (c-b)	n.presenze nel comune (a+c-b)
338	152	129	-23	315

Il saldo fra entrate ed uscite risulta di - 23 unità

Considerando i movimenti nel comune e il saldo entrate/uscite si avrebbero ogni giorno circa 315 persone che si muovono all'interno del comune per motivi di studio e di lavoro.

Più difficile risulta valutare i movimenti giornalieri nel comune della popolazione anziana residente. Le persone, invecchiando, trascorrono sempre maggior tempo nella propria abitazione.⁷ L'ISTAT valuta che venendo meno la principale causa di mobilità, il lavoro, le persone spostano il baricentro della loro vita nell'abitazione: gli uomini rimangono a casa mediamente per 18 ore e 54 minuti, le donne per 19 ore e 18 minuti. Sempre secondo l'ISTAT nelle aree di grande urbanizzazione aumenta il tempo trascorso in casa e cresce anche la differenza di abitudini fra i due sessi, con due ore di permanenza in più in casa da parte delle donne. La *domesticità* è la caratteristica principale della vita delle donne. Gli uomini anziani vivono maggiormente in luoghi aperti, mentre le donne si orientano, quando escono, verso la casa d'altri. E' interessante notare che a nessuna ora della giornata una maggioranza delle donne anziane si trova in luoghi all'aperto: il dato più alto riguarda la mattina della domenica (46,7%). Gli uomini escono di casa maggiormente la mattina. La punta più alta viene raggiunta anche per gli uomini la domenica mattina (73,5).

⁷ Cfr *Gli anziani in Italia, ISTAT 1997, da cui sono tratti dati sui tempi di permanenza in casa della popolazione anziana.*

Sulla base di queste informazioni si può fare una valutazione complessiva sull'ordine di una media di uscita giornaliera della popolazione anziana che interessa circa il 45% della popolazione: secondo questa stima mediamente si può calcolare che a Radicondoli circa 129 anziani escano ogni giorno per qualche ora dalla propria abitazione.

E' possibile stimare anche gli spostamenti delle altre fasce della popolazione (popolazione al di sotto dell'età scolastica, persone non anziane non occupate ecc.).

Per questa fascia di popolazione è difficile valutare le abitudini sugli spostamenti, anche se pare credibile un'alta mobilità giornaliera, legata allo svolgimento di attività quotidiane (piccole spese ecc.) e ad attività rivolte all'infanzia (passeggiate con bambini, ecc.). La popolazione nella fascia di età 0-5 anni di Radicondoli risultava nel 1997 di 26 unità: si tratta evidentemente di persone che sono accudite in maniera permanente da almeno un genitore, o da un altro parente, o inserite in scuole materne. Si ritiene quindi attendibile valutare in un numero almeno corrispondente al numero di bambini nella fascia di età 0-5 anni il numero di persone non occupate e non frequentanti corsi scolastici che mediamente si muovono all'interno del comune per motivi di ordine familiare, ricomprendono in questa cifra (presumibilmente inferiore alla realtà) anche le situazioni di persone singole o nuclei familiari senza figli (considerando che gli spostamenti delle persone anziane sono già stati stimati sulla base delle valutazioni dell'ISTAT).

Complessivamente, considerando i pendolari in uscita ed in entrata, gli spostamenti per motivi di studio e di lavoro all'interno del comune, gli spostamenti della popolazione anziana, gli spostamenti stimati delle altre fasce di popolazione, si può stimare in circa 773 il numero totale di persone che ogni giorno si muovono nel Comune, ed in circa 470 quelle che si muovono restando all'interno del Comune.

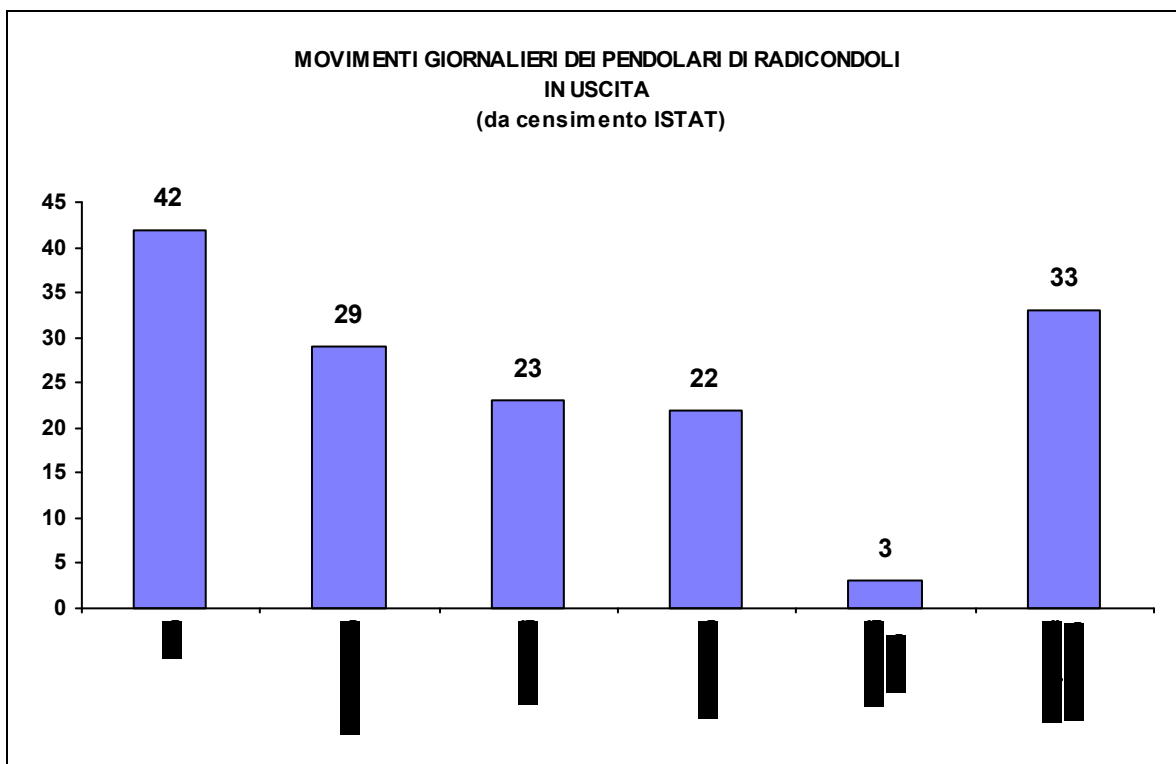
E' evidente che queste stime si riferiscono ad una situazione media. Nel periodo di chiusura delle scuole ad esempio si riduce il movimento degli studenti. L'andamento climatico incide notevolmente sulle abitudini di vita delle persone anziane. I periodi di ferie o di sospensione dell'attività lavorativa incidono sulle abitudini dei lavoratori pendolari.

Da/in/verso il comune di Radicondoli si muove quindi giornalmente un numero di persone pari circa al 48,22% della popolazione residente.

6.1 LE CARATTERISTICHE PRINCIPALI DEI MOVIMENTI PENDOLARI

La maggioranza dei movimenti da Radicondoli verso altri comuni, si ha nei confronti dei comuni della Provincia di Siena: 124 spostamenti di cui 119 con rientro giornaliero, rispetto ad un totale di 181 spostamenti di cui 152 effettuano il rientro giornaliero presso la propria abitazione.

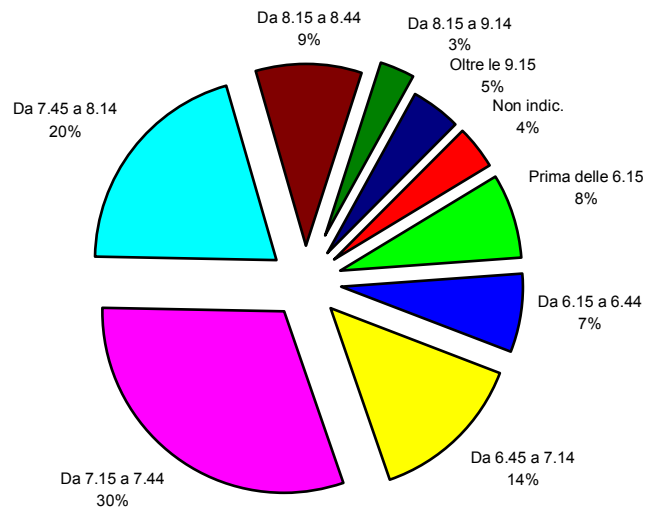
Siena è il comune verso il quale risulta il maggior flusso giornaliero di pendolari: n. 42, subito dopo troviamo il comune di Colle Val d'Elsa (n. 29 pendolari), e il comune di Casole d'Elsa (22 pendolari).



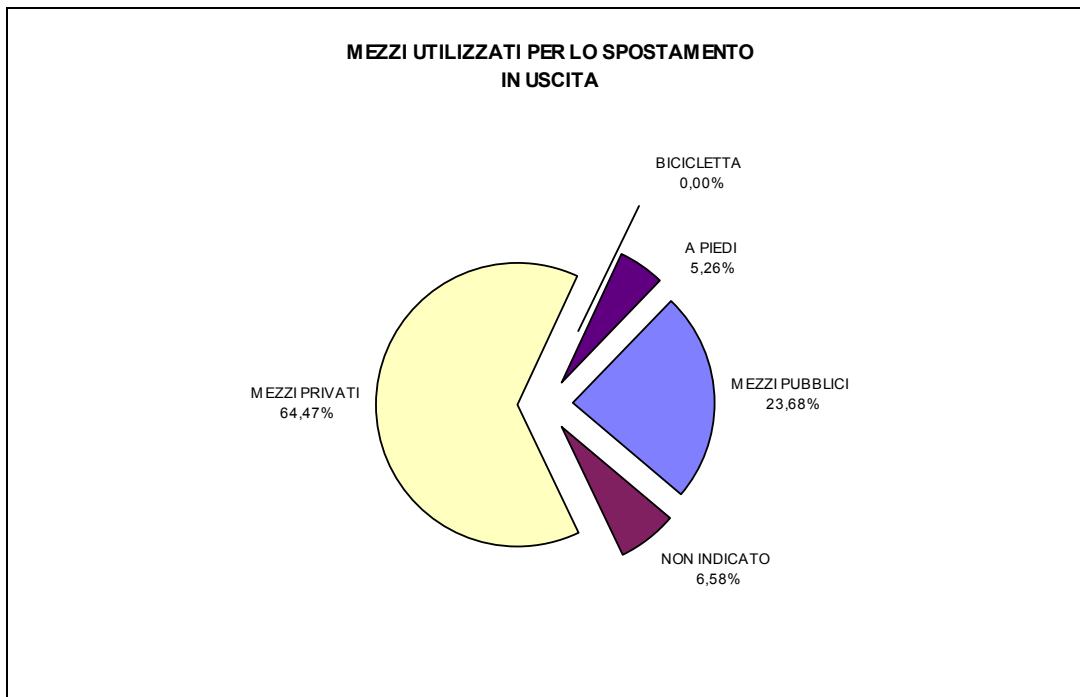
La popolazione pendolare del comune di Radicondoli inizia lo spostamento da casa nelle prime ore della mattina.

La maggior parte infatti esce di casa tra le 6.15 e le 7.44, per recarsi sul luogo di lavoro o di studio: purtroppo non sono disponibili i dati relativi alle ore di rientro serale.

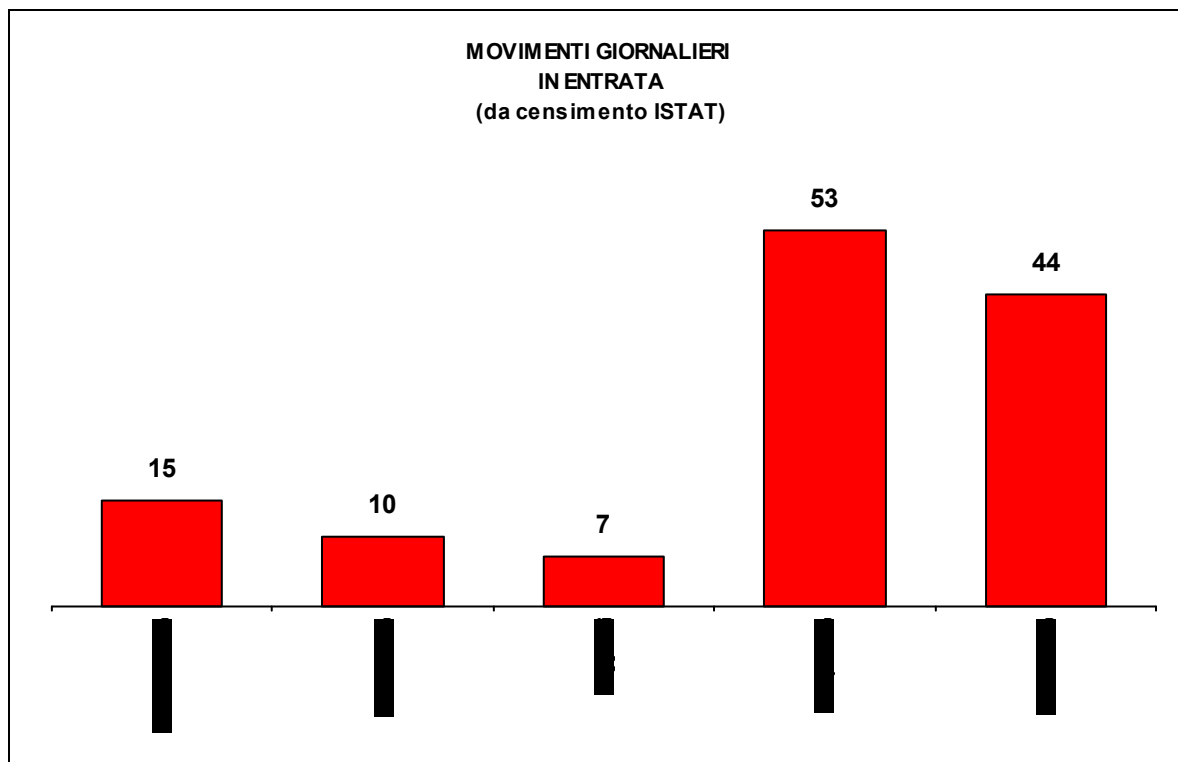
FASCE ORARIE DI SPOSTAMENTO DA RADICONDOLI



Sul totale delle persone che si spostano da Radicondoli sia per motivi di studio che di lavoro, il 23,68% utilizza mezzi pubblici, mentre il 64,47% mezzi privati, sempre secondo i dati disponibili del censimento 1991.



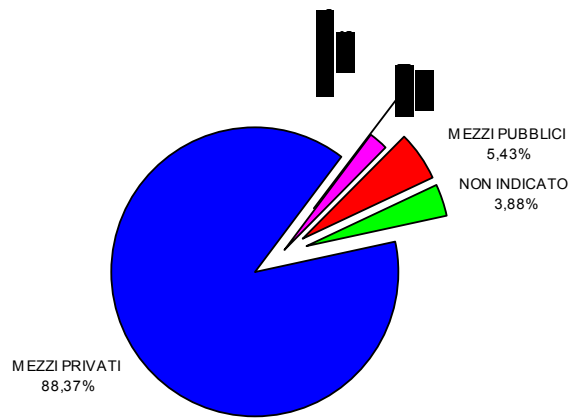
Se consideriamo (secondo la fonte ISTAT) Radicondoli come comune di destinazione, come luogo dove arrivano persone da altri comuni per motivi di lavoro e studio, i dati più significativi sugli spostamenti giornalieri dei pendolari sono i seguenti.



Come si vede dal grafico pendolari che entrano nel comune provengono quasi del tutto dalla provincia di Siena, ed in particolare dai comuni della zona.

La stragrande maggioranza di questi (l'89,37%) arriva a Radicondoli con un mezzo privato: i mezzi pubblici sono utilizzati dal 5,43% dei pendolari

**MEZZI UTILIZZATI PER LO SPOSTAMENTO
IN ENTRATA**



7. Il movimento turistico

L'adeguatezza di una rete commerciale urbana e la sua rispondenza agli incrementi nella domanda sono fortemente influenzate da fenomeni irregolari, seppur talvolta ciclici, il più importante è senza dubbio il movimento turistico. La vocazione turistica di un comune, come quello di **Radicondoli** può, di fatto, generare dinamiche di saturazione o deficienza della rete commerciale e conseguentemente anche la rete ambulante è influenzata dallo stesso fenomeno seppur in proporzioni variabili dipendendo strettamente dal tipo di turismo, dall'ubicazione dei mercati e dall'offerta dei banchi.

La Tabella 16 fornisce l'andamento del movimento turistico per il triennio 1996-1998 evidenziando il dato delle presenze e degli arrivi e la relativa permanenza media.

Tabella 16 - Comune di Radicondoli - Movimento Turistico andamento 1996-1998

ANNI	ARRIVI TOTALI	PRESENZE TOTALI	PERM. MEDIA TOTALE
1996	2.514	10.438	4,15
1997	2.690	11.298	4,20
1998	1.925	7.304	3,79
Medie	2.376	9.680	4,05

fonte : Regione Toscana

Dalla tabella si riscontra un andamento irregolare nel triennio, con incremento nel 1997 ed un decremento, sensibile, nel 1998.

Si evidenzia che ai fini di un'indagine commerciale è molto più importante il dato relativo della permanenza media, misura del tempo di "residenza", che non i dati collegati ad i valori assoluti misura dell'ammontare totale.

Inoltre, se consideriamo l'evoluzione del movimento turistico per gli anni di validità del piano evidenziamo che, si veda il grafico e la tabella della pagina

seguinte, nel 2001 gli arrivi si attesteranno attorno alle 2.200 unità e le presenze in circa 8.300

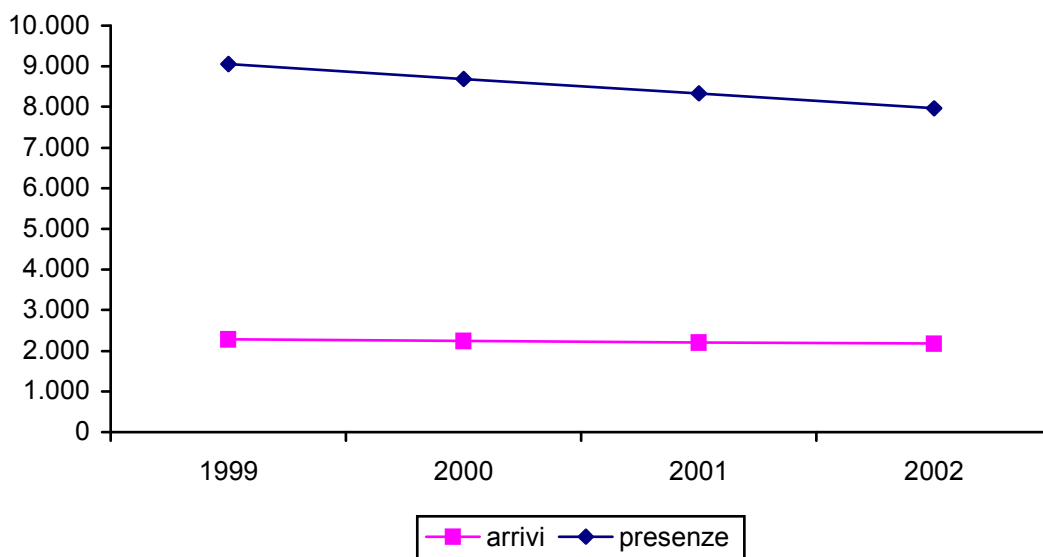


Tabella 17 - Comune di Radicondoli - Movimento Turistico stime 1999-2002

ANNI	ARRIVI TOTALI	PRESENZE TOTALI	PERM. MEDIA TOTALE
1999	2.289	9.055	3,96
2000	2.250	8.692	3,86
2001	2.211	8.328	3,77
2002	2.173	7.965	3,67
Medie	2.231	8.510	3,81

I dati riportati nelle pagine precedenti mostrano una interessante vocazione turistica del comune oggetto di studio e portano a ritenere importante input di sviluppo commerciale un commercio ambulante qualificato, tipico e ben razionalizzato.

8. Le interrelazioni tra popolazione, turisti e rete commerciale

Per meglio comprendere l'adeguatezza della rete commerciale del Comune in relazione alle presenze turistiche ed all'evoluzione della popolazione residente abbiamo generato una batteria di indicatori che rappresentano numericamente la situazione attuale e quella futura in base alle stime prodotte.

Una prima serie di indicatori si riferisce alle relazioni che intercorrono tra gli esercizi al dettaglio su posto fisso, il numero dei banche operanti su aree pubbliche, le consistenze del movimento turistico e della popolazione.

Tabella 18 - Comune di Radicondoli - Indicatori popolazione, turisti e rete commerciale

Anni	Abitanti	Presenze Turistiche	Indice di attrazione turistica * 1000 ab. ⁸	Rapporto Banche/Abitanti *1000	Rapporto Esercizi/Abitanti *1000	Rapporto Banche/Turisti *1000	Rapporto Esercizi/Turisti *1000
1996	975	2.514	7,06	15,38	14,36	5,97	5,57
1997	975	2.690	7,56	15,38	14,36	5,58	5,20
1998	979	1.925	5,39	15,32	14,30	7,79	7,27
1999	969	2.289	6,47	15,48	14,45	6,55	6,12
2000	966	2.250	6,38	15,53	14,49	6,67	6,22
2001	963	2.211	6,29	15,58	14,54	6,78	6,33
2002	961	2.173	6,20	15,61	14,57	6,90	6,44

Come si nota il comune oggetto di studio si connota come con scarsa propensione "turistica" registrando indicatori di attrazione turistica di gran lunga inferiori a quelli medi regionali pari a 186,78 ed a quello medio nazionale che vale invece 104,76. In questo comune, infatti, il valore del rapporto si attesta attorno alle 7 presenze turistiche ogni 1000 abitanti.

Si registra, inoltre, una sostanziale omogeneità temporale dei rapporti tra Esercizi/Residenti, Banche/Residenti, Banche/Turisti e Esercizi/Turisti.

⁸ Calcolato con la seguente formula :
$$\frac{\text{Presenze Turistiche}}{1000 \text{ abitanti}}$$

Dai summenzionati rapporti si evince che :

- Per quanto riguarda i residenti tali valori variano nel tempo da 15,38 a 15,61 ogni 1000 abitanti per quel che concerne la rete commerciale su aree pubbliche, per il commercio a posto fisso questo valore, mediamente, si aggira attorno ai 14,5 esercizi ogni 1000 abitanti.

- Per i turisti la situazione vede un valore che da 5,97 a 6,90 banche ogni 1000 presenze per quel che concerne la rete commerciale su aree pubbliche, mentre per il commercio a posto fisso il valore medio risulta di ca. 6 esercizi ogni 1000 presenze.

Altri indicatori di fondamentale importanza risultano dalle tabelle seguenti e sono espressione della modalità di utilizzo e della composizione della rete commerciale.

Le relazioni esistenti tra la popolazione residente, turistica e le tipologie di esercizi possono essere evidenziate come segue.

Tabella 19 - Comune di Radicondoli - Indicatori popolazione, turisti e rete commerciale in base alla tipologia

Anni	Abitanti	Turisti	Rapporto Vicinato/Abitanti *1000	Rapporto Medie Dim./Abitanti *1000	Rapporto Grande Dim./Abitanti *1000	Rapporto Vicinato/Turisti *1000	Rapporto Medie Dim./Turisti *1000	Rapporto Grande Dim./Turisti *1000
1996	975	2.514	14,36	0,00	0,00	5,57	0,00	0,00
1997	975	2.690	14,36	0,00	0,00	5,20	0,00	0,00
1998	979	1.925	14,30	0,00	0,00	7,27	0,00	0,00
1999	969	2.289	14,45	0,00	0,00	6,12	0,00	0,00
2000	966	2.250	14,49	0,00	0,00	6,22	0,00	0,00
2001	963	2.211	14,54	0,00	0,00	6,33	0,00	0,00
2002	961	2.173	14,57	0,00	0,00	6,44	0,00	0,00

Dalla tabella precedente si evince che nel 1998 ci sono 14,30 esercizi di vicinato ogni 1000 abitanti, questo valore scende a 7,27 se consideriamo le presenze turistiche.

9. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE CHE PRESENTANO LE NECESSARIE COMPATIBILITA' PER IL FUTURO EVENTUALE UTILIZZO AI FINI DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE SU POSTEGGIO (art.9, c.2, lett. f, L.R. 9/99)

I criteri in grado di orientare la scelta possono riguardare in via generale il sistema di “transito” verso/nella area che si intende individuare : in questo senso la viabilità, sia nella zona in oggetto che in quelle adiacenti o collegate, nel quadro del sistema viario del Comune ; i parcheggi, per eliminare possibili intralci al traffico esterno alla zona in oggetto ; l'accessibilità, in termini di facilità di spostamento per chi si reca al mercato e chi, pur non recandosi, si trovi ad attraversare l'area interessata ; l'abbattimento delle barriere architettoniche ; l'istituzione di servizi di trasporto pubblici. Sono anche da prevedere, nel caso l'area individuata ne fosse sprovvista, servizi igienici adeguati.

Un altro criterio può risultare dalla presenza, nelle immediate vicinanze dell'area, di uffici e strutture pubbliche, in modo che possa usufruirne quella parte di popolazione che approfitta del giorno del mercato per il disbrigo di pratiche burocratiche o di routine.

Quindi i servizi all'utente/cittadino che in tal senso può riappropriarsi di zone particolari, centrali della propria città, percependole come zone “fulcro” della vita comunitaria, in cui settimanalmente si svolge anche quella che, dal punto di vista commerciale, costituisce una manifestazione tradizionale della vita di comunità.

Un ulteriore criterio può essere costituito dalla presenza nell'area della parte più cospicua e significativa della rete commerciale in sede fissa. La contiguità del mercato settimanale potrebbe costituire stimolo reciproco per ambedue le tipologie commerciali, oltretutto ulteriore motivo di attrazione per i cittadini/consumatori, nonché motivo di arricchimento dell'arredo e della qualità urbana in generale.

Nel caso specifico di **Radicondoli**, in cui il mercato del capoluogo si tiene nel centro storico, i criteri sopra detti possono costituire motivo ed effetto aggiuntivi per una

sempre più marcata tutela e valorizzazione del centro stesso. In questo senso, l'area attualmente occupata, rappresenta anche quella fornita delle caratteristiche suddette.

Va comunque specificato che nel periodo estivo, ed in particolare nei mesi di Luglio ed Agosto, l'area del centro storico attualmente destinata al commercio su area pubblica, è interessata dalle manifestazioni dell'*Estate Radicondolese* e pertanto diventa incompatibile lo svolgimento del mercato. Nel regolamento è previsto che nei due mesi interessati dalla manifestazione il mercato si sposta in Loc. Pineta, si ritiene però opportuno individuare come area futura la località Pineta, che una volta attrezzata, appare più adeguata allo svolgimento del mercato nei due mesi estivi.

10. STIMA DEL FATTURATO MEDIO ANNUO

Un ulteriore ed utile elemento di conoscenza per comprendere l'adeguatezza del dimensionamento della rete commerciale su aree pubbliche è la stima del fatturato medio annuo dell'intero bacino di utenza unitamente a quello riferibile al commercio in forma ambulante

Il Fatturato medio annuo stimato è funzione dei Ricavi di Vendita (R_v) e dell'imposta sul venduto (αIVA), come indicato nella formula seguente :

$$F = f(R_v ; \alpha IVA) ;$$

viene da sé che i Ricavi di vendita siano funzione dei prezzi di vendita al dettaglio e delle quantità vendute :

$$R_v = f(P_v ; Q_v).$$

Tenuto conto della procedura sopra indicata, la stima del Fatturato medio annuo del commercio in forma ambulante deriva dalla elaborazione dei dati del questionario - metodo CATI - somministrato telefonicamente ad un campione rappresentativo della popolazione che insiste nel territorio comunale.

Tale stima è stata prodotta grazie alla seguente equazione :

$$F^* = f(F ; Freq ; Con ; Cad)$$

dove F è il già citato Fatturato, $Freq$ è espressione della frequenza al mercato del campione esaminato, Con è espressione del tempo di consumo/riacquisto dei generi di consumo, Cad è la cadenza di acquisto presso forme di commercio ambulante.

Nella fattispecie sono state esaminate (Freq)uenze di tipo bisettimanale, settimanale, quindicinale, mensile o più rare; (Con)sumi espressi come unità di misura delle quantità acquistate in archi temporali di tipo giornaliero, bisettimanale, settimanale, mensile e

(Cad)enze di acquisto confrontate con negozi di tipo tradizionale, articoli da regalo, esercizi della grande distribuzione e altre forme di commercio⁹.

Le Frequenze, i riacquisti/Consumi e le Cadenze sono state valutate con punteggi di ponderazione che consentissero un giusto proporzionamento degli individui .

Le Frequenze, i riacquisti/Consumi e le Cadenze sono state inoltre applicate alla spesa derivante dalle abitudini al consumo delle famiglie italiane per gli anni 1997 e 1998, rilevata dall'Indagine ISTAT sui consumi delle famiglie ¹⁰.

A questo proposito è opportuno sottolineare che mentre i dati emergenti dal questionario telefonico, per loro natura, possono essere assunti come indicatori della spesa ricorrente per la tipologia merceologica richiesta e quindi possono indicare solo degli ordini di grandezza della spesa di una famiglia, l'indagine ISTAT consiste nella rilevazione puntuale dei consumi effettivi delle famiglie ovunque avvenuti (rete fissa, ambulante, grande distribuzione, bar, ristoranti, porta a porta, etc.) e relativa a tutte le possibili voci di uscita (consumi carburante, libri scolastici, fitto abitazione, etc.).

La comparazione per valutare la ripartizione dei consumi fra le varie tipologie della rete commerciale (negozi di vicinato, posteggi al mercato, ecc.) e per valutare il fatturato medio annuo è stata fatta introducendo quindi un indice di Correzione per rendere confrontabile il “paniere ISTAT” con il “paniere” proposto dal questionario. L'indice di Correzione è stato individuato nel rapporto fra la rete commerciale a posto fisso e quella su aree pubbliche.

Occorre ricordare inoltre che dai dati elaborati si intende delineare un quadro economico dal quale evidenziare degli ordini di grandezza, degli indicatori, e non quindi

9 Per altre forme di commercio si intende porta a porta, televendite, vendite per corrispondenza, autoconsumo ed autoproduzione.....

¹⁰ ISTAT. La nuova indagine sui consumi delle famiglie, In NOTE RAPIDE 18 giugno 1999

desumere dati riferibili direttamente al fatturato specifico di un'area commerciale e/o di singoli operatori.

Va tenuto infatti presente infine che le caratteristiche stesse del commercio in aree pubbliche rendono estremamente variabile l'andamento delle vendite, che risultano condizionate da numerosi elementi, quali, ad esempio, la continuità di presenza al mercato (che incide sulla fidelizzazione della clientela) e l'andamento climatico ed altri.

Il fatturato medio dei mercati calcolato con la metodologia sopra descritta sulla base della spesa per famiglia calcolata dall'ISTAT per il Centro Italia, colloca il fatturato fra una soglia minima di L. 793.238.633 ed una massima di L. 798.184.635, con una soglia media di L. 795.711.634.

Il fatturato calcolato sulla sola base dei dati derivanti dall'indagine telefonica risulta di L.707.423.166 : un valore tendenzialmente simile al precedente e tale quindi da poter essere assunto come valore indicativo del fatturato

La tabella seguente sintetizza i dati sopra commentati e valuta lo scarto fra i dati derivanti dal calcolo secondo le due metodologie applicate:

Tabella 20- Stima del fatturato

Fatturato da consumi delle famiglie ISTAT	
soglia massima	150.215.121
soglia minima	148.447.611
soglia media	149.331.366
Fatturato da indagine telefonica	
<i>scarto fra soglia media ISTAT e indagine telefonica</i>	- 13,87%
Media fra soglia media ISTAT e indagine telefonica	140.236.450

Si ritiene quindi attendibile valutare il fatturato totale del mercato all'interno della forbice indicata, fra la soglia media ISTAT e il fatturato stimato sulla base dell'indagine

telefonica, cioè in L. 140.236.450, arrotondato per facilità di commento in **L 140 milioni**.

Si ricorda ancora che l'indicazione del fatturato medio, come previsto anche dall'art.9, comma 2 lettera d) della LR 9/1999, è da considerare come **stima** da collocarsi nell'intervallo illustrato dalla tabella precedente.

Di questi, sulla base dal rapporto di posteggi/giorno fra tipologie di vendita, il 27% del fatturato stimato del mercato di **Radicondoli** capoluogo è destinato agli alimentari ed il 73% ai non alimentari.

11. IL BACINO DI UTENZA

La dimensione delle visite ai mercati si può stimare attorno alle 280 presenze per mercato bimensile.

Il dato è stimato sulla base delle risposte fornite nel corso delle indagine telefonica, effettuata su un campione rappresentativo dell'universo della popolazione del comune. A questo dato si è poi sommato quello sul pendolarismo giornaliero relativo al comune di Radicondoli, la stima riguardante il movimento quotidiano della popolazione non occupata (v. cap. 6 della presente relazione), oltre al flusso turistico stimato per unità giornaliera.

In sostanza, si può calcolare quindi il numero di presenze annue al mercato intorno alle 7.300 unità.

Va tenuto presente che tale presenza non implica necessariamente il fatto che tutti i presenti siano contestualmente clienti: le presenze possono costituire anche una semplice visita al mercato, che può, in assenza di prodotti "interessanti" e/o "utili" per le persone, non trasformarsi in momento di acquisto. Va tenuto inoltre presente che i mercati possono costituire per le persone anziane ed altre categorie di popolazione (ad es. giovani madri) anche momenti di incontro, compagnia e socializzazione scollegati da un effettivo interesse commerciale. Il bacino di utenza quindi corrisponde ad una stima teorica delle persone che gravitano sui mercati, non necessariamente, però, classificabili come clienti.

12. INDICE DI EQUILIBRIO

L'art. 9, comma 2, lettera h, della L.R. 9/99 recita che il piano del commercio su aree pubbliche deve individuare l'eventuale incremento del rapporto tra posteggi/giorno (per le aree dei mercati) e unità commerciali convenzionali, vale a dire gli esercizi in sede fissa. Questo rapporto fornisce l'indice di equilibrio, da tenere presente durante il triennio di validità del piano.

Il posteggio/giorno, per definizione data dall'art. 2, c. 14, della L.R. 9/99, corrisponde al numero dei giorni di operatività commerciale del posteggio, riferito alla periodicità del mercato : per il comune di **Radicondoli** equivale a 780.

Per Unità commerciale, secondo l'art. 2, c. 15, della L.R. 9/99, si intende una superficie di vendita convenzionale di mq. 150 in sede fissa, fatti salvi comunque i negozi di vicinato : per il comune di **Radicondoli** le unità convenzionali risultano essere 14.

L'art. 10, c. 1, della L.R. 9/99, prevede che l'eventuale incremento dei posteggi sia tale "da non superare il limite del 20%" dell'indice di equilibrio, che per il comune di **Radicondoli** è pari a 27,86, incrementabile quindi di 5,57 unità, fino a raggiungere un indice di 33,43.

L'incremento rende, nel corso dei tre anni di validità del piano, teoricamente possibili prevedere 78 nuovi posteggi/giorno, pari a ca. 3 posteggi annui in un mercato bimensile.

Scindendo l'indice di equilibrio generale in due tipologie, una relativa al settore alimentare e l'altra a quello extra - alimentare, otteniamo che :

l'indice di equilibrio per il comune di **Radicondoli**, relativo al settore alimentare è pari a 17,33 incrementabile quindi di 3,47 unità, fino a raggiungere un indice di 20,80.

L'indice di equilibrio per il comune di **Radicondoli**, relativo al settore extra-alimentare è pari a 35,75, incrementabile quindi di 7,15 unità, fino a raggiungere un indice di 42,90.

L'indice di equilibrio così calcolato, ancorché un indicatore teorico delle disponibilità commerciali in termini di nuovi posteggi su aree pubbliche da rendere agibili ad un numero determinato di nuovi operatori, rappresenta anche uno strumento di cui l'Amministrazione comunale si munisce per adeguare la rete distributiva, presente sul proprio territorio, alle necessità della domanda che, per sua natura, cambia nel tempo.

L'obiettivo che le nuove normative nazionali e regionali si sono poste, non ultimo quello di parificare e in qualche modo amalgamare la rete commerciale in sede fissa e quella su aree pubbliche, per rendere le due tipologie di vendita parti non completamente separate di una stessa struttura dell'offerta, trovano forse proprio in questo "indice teorico" lo strumento di realizzazione operativa.

Uno strumento che in notevole misura si dovrà rivelare utile anche agli obiettivi degli stessi operatori commerciali, alle loro esigenze, al loro modo di gestire un rapporto con il cittadino - consumatore che altrimenti, svincolato da qualsiasi rapporto con le necessità e gli standard della domanda, finirebbe per essere falsato e non attento alla reale conformazione di essa.

13. LA SUPERFICIE DEI POSTEGGI

Il mercato di **Radicondoli** capoluogo si estende su una superficie complessiva di 360 mq.

Come già detto per questo mercato i banchi sono complessivamente n. 15, di cui 3 di tipologia alimentare e 1 riservati ai produttori agricoli.

La superficie media è di 24 mq, sia per gli alimentari che per i non alimentari.

Quanto evidenziato rende il mercato, per quanto riguarda le superfici in linea con parametri Regionali

14. ZONE IN CUI E' VIETATO IL COMMERCIO IN FORMA ITINERANTE

Per quanto riguarda l'esercizio del commercio ambulante in forma itinerante, si fa riferimento alla filosofia contenuta nello strumento urbanistico in fase di adozione.

Per questo si individuano come zone in cui è vietato questo tipo di commercio, quelle definite centri storici, in particolare :

- nel centro storico del capoluogo del Comune
- nei centri storici delle frazioni del Comune

A queste si escludono località minori che nel loro insieme sono considerati centri storici come:

- frazione di Belforte

nella quale è ipotizzabile la presenza di alcune merceologie che possono avere funzioni di servizio nei confronti dei residenti. Il riferimento è ai prodotti ittici e prodotti alimentari in genere.

15. PROPOSTE DI PIANO

15.1 MERCATO

Dallo studio svolto, dall'analisi compiute sulla redditività, dalle valutazioni di carattere urbanistico e dall'analisi della popolazione e del flusso turistico, si ritiene opportuno procedere con le seguenti proposte :

- L'organico del mercato del capoluogo diventa di 12 posteggi nei mesi invernali, e di 19 posteggi nei mesi estivi (Luglio Agosto), sarà ubicato in Piazza Matteotti e Via Gazzei, nei mesi di Luglio ed Agosto in concomitanza con l'*Estate Radicondolese* il mercato sarà spostato in Loc. Pineta. All'interno dell'organico descritto è previsto il posteggio riservato a soggetti portatoti di handicap.

15.2 POSTEGGI FUORI MERCATO

Non si prevede alcun posteggio fuori mercato.

15.3 FIERE

Si propone una Fiera promozionale riferita ai prodotti tipici , nel primo anno di attuazione del presente Piano, da autorizzare con l'istituto dell'autorizzazione temporanea ed eventualmente da regolamentare con la revisione del Piano stesso, dopo la sperimentazione.

Allegati

ELABORAZIONE INDAGINE TELEFONICA

Elaborazione Indagine Telefonica - RADICONDOLI

N.B.: A causa degli arrotondamenti operati direttamente dall'elaboratore puo' non verificarsi la quadratura verticale ed orizzontale.

Base: intero campione della zona: T totale Comune

1. Eta' zona comune (1)

18-24	0.00 %	0.00 %
25-34	13.33 %	13.33 %
35-44	20.00 %	20.00 %
45-54	20.00 %	20.00 %
55-64	13.33 %	13.33 %
65 e >	33.33 %	33.33 %
TOTALE	100.00 %	100.00 %

(1) percentuale su totale popolazione del comune

Base: intero campione della zona: T totale Comune

2. Sesso zona comune(1)

Maschi	0.00 %	0.00 %
Femmine	100.00 %	100.00 %
TOTALE	100.00 %	100.00 %

(1) percentuale su totale popolazione del comune

Base: intero campione della zona: T totale Comune

3. Zona di residenza

Radicondoli	100.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

4. Titolo di studio

Nessuno	0.00 %
Lic.Elementare	46.67 %
Media inferiore	33.33 %
Sc.profession.	0.00 %
Media Super.	20.00 %
Dipl.univers.	0.00 %
Laurea	0.00 %
N.R.	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio Laurea della zona: T totale Comune

4.1. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Diploma universitario della zona: T totale Comune

4.2. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Media superiore della zona: T totale Comune

4.3. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	100.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio Scuola professionale della zona: T totale Comune

4.4. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Media inferiore della zona: T totale Comune

4.5. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	100.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio Licenza elementare della zona: T totale Comune

4.6. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	100.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio nessuno della zona: T totale Comune

4.7. Sesso

Maschi	0.00 %
Femmine	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Laurea della zona: T totale Comune

4.8. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Diploma universitario della zona: T totale Comune

4.9. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Media superiore della zona: T totale Comune

4.10. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	33.33 %
35-44	33.33 %
45-54	33.33 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio Scuola professionale della zona: T totale Comune

4.11. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con titolo di studio Media inferiore della zona: T totale Comune

4.12. Eta'	
< 25	0.00 %
25-34	20.00 %
35-44	40.00 %
45-54	0.00 %
55-64	40.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio Licenza elementare della zona: T totale Comune

4.13. Eta'	
< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	28.57 %
55-64	0.00 %
65 e >	71.43 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con titolo di studio nessuno della zona: T totale Comune

4.14. Eta'	
< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

5. Condizione professionale

Impend./dirig.	0.00 %
Dip.privato	13.33 %
Dip.pubblico	13.33 %
STudente	0.00 %
Casalinga	53.33 %
Pensionato	20.00 %
Disoccupato	0.00 %
N.R.	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Imprend./Dirig della zona: T totale Comune

5.1. Eta'	
< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con condizione professionale Dip.privato della zona: T totale Comune

5.2. Eta'	
< 25	0.00 %

25-34	50.00 %
35-44	0.00 %
45-54	50.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Dip.pubblico della zona: T totale Comune

5.3. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	100.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Studente della zona: T totale Comune

5.4. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con condizione professionale Casalinga della zona: T totale Comune

5.5. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	12.50 %
35-44	12.50 %
45-54	25.00 %
55-64	12.50 %
65 e >	37.50 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Pensionato della zona: T totale Comune

5.6. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %
45-54	0.00 %
55-64	33.33 %
65 e >	66.67 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Disoccupato della zona: T totale Comune

5.7. Eta'

< 25	0.00 %
25-34	0.00 %
35-44	0.00 %

45-54	0.00 %
55-64	0.00 %
65 e >	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con condizione professionale Imprend./Dirig della zona: T totale Comune
5.8. Titolo di studio

Nessuno	0.00 %
Lic.Elementare	0.00 %
Media inferiore	0.00 %
Sc.profession.	0.00 %
Media Super.	0.00 %
Dipl.univers.	0.00 %
Laurea	0.00 %
N.R.	0.00 %
TOTALE	0.00 %

Base: il campione con condizione professionale Dip.privato della zona: T totale Comune
5.9. Titolo di studio

Nessuno	0.00 %
Lic.Elementare	0.00 %
Media inferiore	0.00 %
Sc.profession.	0.00 %
Media Super.	100.00 %
Dipl.univers.	0.00 %
Laurea	0.00 %
N.R.	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Dip.pubblico della zona: T totale Comune
5.10. Titolo di studio

Nessuno	0.00 %
Lic.Elementare	0.00 %
Media inferiore	50.00 %
Sc.profession.	0.00 %
Media Super.	50.00 %
Dipl.univers.	0.00 %
Laurea	0.00 %
N.R.	0.00 %
TOTALE	100.00 %

Base: il campione con condizione professionale Studente della zona: T totale Comune
5.11. Titolo di studio

Nessuno	0.00 %
Lic.Elementare	0.00 %

Media inferiore	0.00	%
Sc.profession.	0.00	%
Media Super.	0.00	%
Dipl.univers.	0.00	%
Laurea	0.00	%
N.R.	0.00	%
TOTALE	0.00	%

Base: il campione con condizione professionale Casalinga della zona: T totale Comune
5.12. Titolo di studio

Nessuno	0.00	%
Lic.Elementare	62.50	%
Media inferiore	37.50	%
Sc.profession.	0.00	%
Media Super.	0.00	%
Dipl.univers.	0.00	%
Laurea	0.00	%
N.R.	0.00	%
TOTALE	100.00	%

Base: il campione con condizione professionale Pensionato della zona: T totale Comune
5.13. Titolo di studio

Nessuno	0.00	%
Lic.Elementare	66.67	%
Media inferiore	33.33	%
Sc.profession.	0.00	%
Media Super.	0.00	%
Dipl.univers.	0.00	%
Laurea	0.00	%
N.R.	0.00	%
TOTALE	100.00	%

Base: il campione con condizione professionale Disoccupato della zona: T totale Comune
5.14. Titolo di studio

Nessuno	0.00	%
Lic.Elementare	0.00	%
Media inferiore	0.00	%
Sc.profession.	0.00	%
Media Super.	0.00	%
Dipl.univers.	0.00	%
Laurea	0.00	%
N.R.	0.00	%
TOTALE	0.00	%

Base: intero campione della zona: T totale Comune

6. Numerosità del nucleo familiare

1 persona	20.00 %
2 persone	6.67 %
3 persone	13.33 %
4 persone	46.67 %
5 e + persone	13.33 %
TOTALE	100.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

7. Frequenta il mercato

Si' 100.00 % No 0.00 %

Base: i maschi del campione della zona: T totale Comune

7.1 Frequenta il mercato

Si' 0.00 % No 0.00 %

Base: le femmine del campione della zona: T totale Comune

7.2 Frequenta il mercato

Si' 100.00 % No 0.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

8. Con che cadenza frequenta il mercato

Tutti i giorni	0.00 %
2/3 volte la settimana	0.00 %
1 volta la settimana	33.33 %
1/2 volte al mese	33.33 %
Piu' raramente	33.33 %

Base: i maschi del campione della zona: T totale Comune

8.1 Con che cadenza frequenta il mercato

Tutti i giorni	0.00 %
2/3 volte la settimana	0.00 %
1 volta la settimana	0.00 %
1/2 volte al mese	0.00 %
Piu' raramente	0.00 %

Base: le femmine del campione della zona: T totale Comune

8.2 Con che cadenza frequenta il mercato

Tutti i giorni	0.00 %
2/3 volte la settimana	0.00 %
1 volta la settimana	33.33 %
1/2 volte al mese	33.33 %
Piu' raramente	33.33 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

9. Quale mezzo adopra prevalentemente per recarsi al mercato?

Auto	53.33 %
Moto/bici	0.00 %
A piedi	46.67 %
Mezzi pubblici	0.00 %

Base: i maschi del campione della zona: T totale Comune

9.1 Quale mezzo adopra prevalentemente per recarsi al mercato?

Auto	0.00 %
Moto/bici	0.00 %
A piedi	0.00 %
Mezzi pubblici	0.00 %

Base: le femmine del campione della zona: T totale Comune

9.2 Quale mezzo adopra prevalentemente per recarsi al mercato?

Auto	53.33 %
Moto/bici	0.00 %
A piedi	46.67 %
Mezzi pubblici	0.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

10. Ripartizione percentuale della spesa

per genere e tipologia commerciale

	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
PANE	91.67 %	6.67 %	1.67 %	0.00 %
SCATOLATI	48.57 %	51.43 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	35.00 %	63.33 %	1.67 %	0.00 %
FRUTTA	50.00 %	25.00 %	25.00 %	0.00 %
VERDURA	50.00 %	25.00 %	25.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	53.33 %	45.00 %	1.67 %	0.00 %
CASALINGHI	58.33 %	38.33 %	3.33 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	75.00 %	0.00 %	25.00 %	0.00 %
PROFUMERIA	82.14 %	14.29 %	3.57 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	76.67 %	0.00 %	23.33 %	0.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

10.1 Ripartizione percentuale della spesa

per genere e tipologia commerciale e classi di eta'

18-25 anni

	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
PANE	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro

	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
FRUTTA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
VERDURA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
26-35 anni				
PANE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	100.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	100.00 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	100.00 %	0.00 %	0.00 %
FRUTTA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	37.50 %	37.50 %	25.00 %	0.00 %
VERDURA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	37.50 %	37.50 %	25.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	50.00 %	50.00 %	0.00 %	0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	50.00 %	50.00 %	0.00 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	75.00 %	0.00 %	25.00 %	0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	100.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	100.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %

36-45 anni

PANE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	100.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	33.33 %	66.67 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	25.00 %	66.67 %	8.33 %	0.00 %
FRUTTA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	25.00 %	50.00 %	25.00 %	0.00 %
VERDURA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	25.00 %	50.00 %	25.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	33.33 %	66.67 %	0.00 %	0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	50.00 %	50.00 %	0.00 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	83.33 %	0.00 %	16.67 %	0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	66.67 %	33.33 %	0.00 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	91.67 %	0.00 %	8.33 %	0.00 %

46-55 anni

PANE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	100.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	45.45 %	54.55 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	33.33 %	66.67 %	0.00 %	0.00 %
FRUTTA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	83.33 %	0.00 %	16.67 %	0.00 %
VERDURA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	83.33 %	0.00 %	16.67 %	0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	66.67 %	33.33 %	0.00 %	0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	66.67 %	25.00 %	8.33 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	58.33 %	0.00 %	41.67 %	0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	66.67 %	33.33 %	0.00 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	91.67 %	0.00 %	8.33 %	0.00 %

56-64 anni

PANE	Neg.trad. 50.00 %	Supermerc. 50.00 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad. 50.00 %	Supermerc. 50.00 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
BEVANDE	Neg.trad. 12.50 %	Supermerc. 87.50 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
FRUTTA	Neg.trad. 37.50 %	Supermerc. 37.50 %	Mercato 25.00 %	Altro 0.00 %
VERDURA	Neg.trad. 37.50 %	Supermerc. 37.50 %	Mercato 25.00 %	Altro 0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad. 50.00 %	Supermerc. 37.50 %	Mercato 12.50 %	Altro 0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad. 100.00 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad. 87.50 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 12.50 %	Altro 0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad. 87.50 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 12.50 %	Altro 0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad. 37.50 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 62.50 %	Altro 0.00 %

65 e > anni

PANE	Neg.trad. 95.00 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 5.00 %	Altro 0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad. 61.54 %	Supermerc. 38.46 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
BEVANDE	Neg.trad. 65.00 %	Supermerc. 35.00 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
FRUTTA	Neg.trad. 55.00 %	Supermerc. 15.00 %	Mercato 30.00 %	Altro 0.00 %
VERDURA	Neg.trad. 55.00 %	Supermerc. 15.00 %	Mercato 30.00 %	Altro 0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad. 60.00 %	Supermerc. 40.00 %	Mercato 0.00 %	Altro 0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad. 45.00 %	Supermerc. 50.00 %	Mercato 5.00 %	Altro 0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad. 75.00 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 25.00 %	Altro 0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad. 93.75 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 6.25 %	Altro 0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad. 65.00 %	Supermerc. 0.00 %	Mercato 35.00 %	Altro 0.00 %

Base: i maschi del campione della zona: T totale Comune

10.2. Ripartizione percentuale della spesa
per genere e tipologia commerciale

PANE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
FRUTTA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
VERDURA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %

Base: le femmine del campione della zona: T totale Comune

10.3. Ripartizione percentuale della spesa
per genere e tipologia commerciale

PANE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	91.67 %	6.67 %	1.67 %	0.00 %
SCATOLATI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	48.57 %	51.43 %	0.00 %	0.00 %
BEVANDE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	35.00 %	63.33 %	1.67 %	0.00 %
FRUTTA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	50.00 %	25.00 %	25.00 %	0.00 %
VERDURA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	50.00 %	25.00 %	25.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	53.33 %	45.00 %	1.67 %	0.00 %
CASALINGHI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	58.33 %	38.33 %	3.33 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	75.00 %	0.00 %	25.00 %	0.00 %
PROFUMERIA	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	82.14 %	14.29 %	3.57 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	Neg.trad.	Supermerc.	Mercato	Altro
	76.67 %	0.00 %	23.33 %	0.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

11. Spesa per genere nel mese

	< 25.000	25-50.000	50-100.000	100-250.000	=> 250.000
PANE	0.00 %	40.00 %	60.00 %	0.00 %	0.00 %
SCATOLATI	0.00 %	13.33 %	60.00 %	26.67 %	0.00 %
BEVANDE	0.00 %	60.00 %	40.00 %	0.00 %	0.00 %
FRUTTA	0.00 %	33.33 %	66.67 %	0.00 %	0.00 %
VERDURA	0.00 %	53.33 %	46.67 %	0.00 %	0.00 %
CARNE/PESCE	0.00 %	33.33 %	46.67 %	20.00 %	0.00 %
CASALINGHI	6.67 %	53.33 %	40.00 %	0.00 %	0.00 %
VEST.CALZATURE	0.00 %	18.18 %	54.55 %	27.27 %	0.00 %
PROFUMERIA	9.09 %	63.64 %	27.27 %	0.00 %	0.00 %
PIANTE/FIORI	42.86 %	42.86 %	14.29 %	0.00 %	0.00 %

intero campione della zona: T totale Comune

12. Tempo di consumo per genere

	<= 1 sett.	7-15 gg.	15-30 gg.	1-3 mesi	> 3 mesi
1 kg PANE	100.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
1 kg PASTA	93.33 %	6.67 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
1 paio SCARPE	0.00 %	0.00 %	13.33 %	33.33 %	53.33 %
1/2 kg CARNE	86.67 %	13.33 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
cesto INSALATA	93.33 %	6.67 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
1 DENTIFRICIO	0.00 %	40.00 %	53.33 %	6.67 %	0.00 %
1 paio CALZINI	6.67 %	0.00 %	86.67 %	6.67 %	0.00 %
1 kg DETERSIVO	0.00 %	53.33 %	46.67 %	0.00 %	0.00 %

Base: intero campione della zona: T totale Comune

13. Suggestimenti per gli Amministratori

Potenziare i servizi di trasporto/viabilita'	20.00 %
Sviluppare di piu' i servizi turistici	0.00 %
Migliorare la condizione di piazze/strade	13.33 %
Migliorare e mantenere il verde pubblico	0.00 %
Prolungare l'orario di apertura dei negozi	6.67 %
Spostare la sede del mercato	6.67 %

Promuovere attivita' economico/culturali	26.67 %
Fornire piu' servizi di assistenza	0.00 %
Altro	0.00 %

Base: i maschi del campione della zona: T totale Comune

13.1 Suggestimenti per gli Amministratori

Potenziare i servizi di trasporto/viabilita'	0.00 %
Sviluppare di piu' i servizi turistici	0.00 %
Migliorare la condizione di piazze/strade	0.00 %
Migliorare e mantenere il verde pubblico	0.00 %
Prolungare l'orario di apertura dei negozi	0.00 %
Spostare la sede del mercato	0.00 %
Promuovere attivita' economico/culturali	0.00 %
Fornire piu' servizi di assistenza	0.00 %
Altro	0.00 %

Base: le femmine del campione della zona: T totale Comune

13.2 Suggestimenti per gli Amministratori

Potenziare i servizi di trasporto/viabilita'	20.00 %
Sviluppare di piu' i servizi turistici	0.00 %
Migliorare la condizione di piazze/strade	13.33 %
Migliorare e mantenere il verde pubblico	0.00 %
Prolungare l'orario di apertura dei negozi	6.67 %
Spostare la sede del mercato	6.67 %
Promuovere attivita' economico/culturali	26.67 %
Fornire piu' servizi di assistenza	0.00 %
Altro	0.00 %

Approvato con delibera C.C n° 44 del 29.09.2000 e modificato con Delibera n° 32 del 29.06.2001