

Comune di Cattolica

Il commercio a Cattolica
Quadro conoscitivo
e indicazioni programmatiche

Dott. Sergio Signanini
settembre 2013

1 Introduzione

Il commercio a Cattolica è un settore fondamentale non solo per il numero di imprese e di occupati, per il servizio che rende alla popolazione e per il ruolo che svolge nella vitalità della città, ma anche quale componente essenziale dell'offerta turistica e dell'organizzazione urbana.

Lo sviluppo dell'economia locale e del commercio, in questo periodo generalizzato di crisi, richiede politiche mirate, anche nelle previsioni urbanistiche di spazi e localizzazioni dedicate, allo scopo di favorire l'innovazione imprenditoriale e migliorare il servizio per i consumatori.

Gli obiettivi dello studio sono l'analisi del settore commerciale per gli aspetti economici, territoriali e statistici riferiti alle varie tipologie di attività e di esercizi, con lo scopo di valutare quali politiche urbanistiche e di sostegno del settore attuare.

La conoscenza dell'evoluzione del settore, con riferimento al numero e al tipo di attività, ai caratteri funzionali e alla localizzazione delle diverse attività commerciali è necessaria per valutare le potenzialità di sviluppo e di ulteriore integrazione tra commercio, turismo e altri comparti produttivi ed è poi fondamentale per programmare le politiche pubbliche (e nello specifico quelle urbanistiche) per l'insediamento, la qualificazione e la valorizzazione delle strutture commerciali e per promuovere il rilancio dell'assetto commerciale delle aree centrali e turistiche.

La situazione del commercio, come di gran parte delle attività economiche, è in Italia, particolarmente critica per vari motivi:

- drastica riduzione del reddito di molte famiglie e della capacità di spesa con conseguente notevole calo dei consumi;
- liberalizzazione amministrativa e parallela complicazione delle procedure burocratiche, per accedere ed esercitare le attività commerciali;
- inserimento e concorrenza di nuove tipologie di vendita e di nuove attività.

Nel caso del comune di Cattolica le problematiche principali che si presentano per il settore del commercio sono costituite dall'esigenza di:

- sostenere e qualificare il settore del commercio e del terziario dei servizi commerciali che comprende oltre la metà delle unità locali produttive del comune;
- rinnovare e migliorare le condizioni di esercizio e quindi l'attrattività delle medie strutture di vendita (MSV) e delle aggregazioni commerciali;

-
- individuare e selezionare le attività del commercio e dei servizi paracommerciali che si possono insediare nelle zone per le attività produttive;
- definire criteri e standard di dotazione per le varie attività commerciali che consentano le migliori condizioni di accessibilità, fruibilità e sostenibilità sia per i clienti, che per le imprese.

La situazione attuale del commercio nel comune di Cattolica evidenzia:

- un'elevata presenza e dotazione di esercizi commerciali, sopra la media provinciale e ai massimi tra i comuni della provincia;
- una stazionarietà nell'evoluzione della rete distributiva;
- il fondamentale peso di commercio, pubblici esercizi e attività artigianali e di servizi paracommerciali, che rappresentano oltre la metà delle unità locali del comune di Cattolica, e quindi costituiscono l'ossatura fondamentale dell'economia comunale;
- un limitato rinnovamento e condizioni di accessibilità da migliorare per quanto riguarda le MSV presenti.

Le condizioni della domanda indirizzata alla rete commerciale comunale si presentano particolarmente statiche, se non in regresso:

- consumi dei residenti in declino;
- presenze e spesa dei turisti stazionari;
- flussi di acquisto dall'esterno, condizionati dalla crescita della concorrenza di luoghi e forme di commercio più aggressive.

Le zone su cui intervenire sono costituite principalmente da:

- la zona commerciale privilegiata del centro;
- la zona turistica costiera, dove commercio, pubblici esercizi e attività di servizi paracommerciali sono un insieme inscindibile e parte sostanziale dell'offerta turistica;
- le zone e gli edifici esistenti e di progetto a destinazione produttiva;
- gli assi stradali di transito e di maggiore frequentazione;
- le aree di localizzazione attuale e potenziale delle MSV.

2 Il commercio nell'economia del comune di Cattolica

I dati statistici sulla situazione delle attività economiche presenti nel comune di Cattolica consentono di valutare con cognizione di causa il ruolo attuale e potenziale dei diversi settori economici con riferimento alle imprese e unità locali attive.

Le imprese e le unità locali del settore del commercio, come mostra la seguente tabella, hanno un peso preponderante nell'economia del comune di Cattolica: con 917 unità locali il commercio costituisce quasi un terzo delle attività economiche (il 31,9%).

Se a queste unità produttive aggiungiamo anche le attività di pubblico esercizio di somministrazione, le attività artigianali e paracommerciali di servizio, comunemente considerate attività commerciali, possiamo quantificare in circa il 50% le unità locali di tipo "commerciale".

Imprese, unità locali e localizzazioni per settore e divisione economica.

Settori Economici e Divisioni	Imprese	Unità Locali	Totale Localizzazioni	Localizzazioni %
A Agricoltura, silvicoltura pesca	55	0	55	1,9%
C Attività manifatturiere	146	36	182	6,3%
D Fornitura di energia elettrica, gas, acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento	3	4	7	0,3%
F Costruzioni	310	29	339	11,8%
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli	673	244	917	31,9%
H Trasporto e magazzinaggio	61	16	77	2,7%
I Attività dei servizi alloggio e ristorazione	432	118	550	19,2%
I 55 Alloggio	236	63	299	10,4%
I 56 Attività dei servizi di ristorazione	196	55	251	8,7%
J Servizi di informazione e comunicazione	43	10	53	1,8%
K Attività finanziarie e assicurative	31	34	65	2,3%
L Attivita' immobiliari	228	18	246	8,6%
Attività professionali, tecniche e servizi per le imprese	86	28	114	4,0%
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	79	55	134	4,7%
Altre attività e imprese non classificate	114	19	133	4,6%
TOTALE	2.261	611	2.872	100,0%
TOTALE %	78,7%	21,3%	100,0%	

Fonte: Cciao – Anno 2011

2.1 Gli aspetti generali

Il commercio svolge una pluralità di funzioni, non solo economiche, nell'ambito di una città e ciò vale in particolare per un comune come Cattolica in cui le attività commerciali e paracommerciali coprono oltre il 50% degli esercizi.

Il commercio è un servizio destinato a fornire beni (e anche servizi) alla popolazione residente, e ai turisti, sia residenziali, che escursionisti, e infine agli utenti di transito sulla viabilità che attraversa il comune.

Il commercio ha però anche altre funzioni non secondarie: di luogo e occasione di socializzazione e di incontro per la popolazione, di fattore di attrazione per turisti, escursionisti e utenti di passaggio, di sbocco per le produzioni locali.

Il settore commerciale in senso lato comprende l'insieme delle attività indicate nel seguente riquadro che fa riferimento alla classificazione Istat.

G	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli
G 45	Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli
G 46	Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e di motocicli
G 47	Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli
I 56	Attività dei servizi di ristorazione
S 95	Riparazione di computer e di beni per uso personale e per la casa
S 96	Altre attività di servizi per la persona

Il settore statistico economico del commercio in senso stretto si compone di tre categorie di attività ben differenziate, sia come funzione svolte, che come esigenze di localizzazione e procedure amministrative.

All'interno di questo, nel comune di Cattolica, il peso numerico maggiore che supera il 70% delle unità locali spetta alle attività di commercio al dettaglio, mentre le attività di vendita all'ingrosso e di intermediazione commerciale raggiungono il 22% e il commercio di auto e moto arriva al 6%.

Imprese, unità locali e localizzazioni del settore commercio per classi di attività.

G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli				
Settori Economici e Divisioni	Imprese	Unità Locali	Totale Localizzazioni	
			Val. ass.	Val. %
G 45 Commercio all'ingrosso e al dettaglio di autoveicoli e motocicli	48	10	58	6,32%
G 46 Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli	171	32	203	22,14%
G 47 Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli	454	202	656	71,54%
Totale Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli	673	244	917	100,00%

Il confronto con la situazione delle attività commerciali negli altri comuni principali dell'ambito territoriale della Val Conca, con il capoluogo di Rimini e con il totale provinciale, segnala come il commercio al dettaglio abbia nel comune di Cattolica una quota più rilevante rispetto agli altri comparti, e che l'indice di presenza di imprese commerciali rispetto alla popolazione residente sia il più alto di tutti i comuni considerati, con valori notevolmente superiori per il commercio al dettaglio, e comunque superiori alla media provinciali, e a gran parte degli altri comuni considerati, anche per il commercio all'ingrosso e per quello di auto e moto.

Questi dati sia in assoluto, che riferiti alla popolazione residente e confrontati con gli altri comuni, indicano e confermano l'importanza delle attività commerciali per l'economia e la società di Cattolica.

Unità locali per comuni del settore commercio per classi di attività (val. %).

Settori di attività commerciale per comuni	Cattolica	Misano Adriatico	Riccione	Rimini	San Giovanni in M.	Totale
G 45 Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	10,2%	12,4%	9,2%	12,1%	12,0%	11,5%
G 46 Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e motocicli	26,9%	38,9%	30,6%	35,2%	42,9%	34,4%
G 47 Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e motocicli	62,8%	48,7%	60,2%	52,7%	45,1%	54,2%
IMPRENDITORIA COMMERCIALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Unità locali per comuni del settore commercio per classi di attività

Indice di presenza di unità locali per 1.000 abitanti

Settori di attività commerciale per comuni	Cattolica	Misano Adriatico	Riccione	Rimini	San Giovanni in M.	Totale
G 45 Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	5,74	4,70	4,84	5,32	5,28	4,72
G 46 Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e motocicli	15,15	14,74	15,99	15,45	18,81	14,14
G 47 Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e motocicli	35,33	18,46	31,47	23,12	19,80	22,30
IMPRENDITORIA COMMERCIALE	56,22	37,90	52,29	43,89	43,88	41,16

Abitanti, esercizi, superficie e densità per comune**Ambito territoriale sovracomunale della Val Conca**

COMUNE	Abitanti	Totale dettaglio	Superficie esercizi al dettaglio	Esercizi per 1000 abitanti	Superficie per 1000 abitanti	Esercizi al dettaglio % su provincia	Superficie % su provincia
Cattolica	16.897	699	43.166	41,4	2.555	8,6%	7,0%
Coriano	10.197	123	35.031	12,1	3.435	1,5%	5,7%
Gemmano	1.161	19	713	16,4	614	0,2%	0,1%
Misano	12.349	225	34.771	18,2	2.816	2,8%	5,6%
Mondaino	1.478	19	798	12,9	540	0,2%	0,1%
Montecolombo	3.305	34	1.764	10,3	534	0,4%	0,3%
Montefiore Conca	2.235	12	542	5,4	243	0,1%	0,1%
Montegridolfo	1.044	8	175	7,7	168	0,1%	0,0%
Montescudo	3.297	34	1.760	10,3	534	0,4%	0,3%
Morciano di R.	6.988	191	14.168	27,3	2.027	2,3%	2,3%
Riccione	35.780	1.554	85.522	43,4	2.390	19,1%	13,8%
Saludecio	2.998	18	1.738	6,0	580	0,2%	0,3%
San Clemente	5.164	40	3.381	7,7	655	0,5%	0,5%
San Giovanni in M.	9.093	221	15.074	24,3	1.658	2,7%	2,4%
Totale Val Conca	111.986	3.197	238.603	28,5	2.131	39,2%	38,5%

Abitanti, esercizi, superficie e densità per ambito sovracomunale

Ambito sovracomunale / Comune	Abitanti	Totale esercizi al dettaglio	Superficie esercizi al dettaglio	Esercizi per 1000 abitanti	Superficie per 1000 abitanti	Esercizi al dettaglio % su provincia	Superficie esercizi al dettaglio % su provincia
Val Marecchia	199.150	4.629	360.614	23,2	1.811	56,8%	58,2%
Val Conca	111.986	3.197	238.603	28,5	2.131	39,2%	38,5%
Alta Val Marecchia	18.108	328	20.376	18,1	1.125	4,0%	3,3%
Provincia di Rimini	329.244	8.154	619.593	24,8	1.882	100,0%	100,0%

Fonte: nostra elaborazione su dati Provincia di Rimini e Osservatorio commercio

2.2 Articolazione ed evoluzione della struttura commerciale nel comune

Se consideriamo l'aspetto amministrativo del settore commerciale, e cioè il riferimento alle autorizzazioni per gli esercizi commerciali al dettaglio e alle relative superfici di vendita, i valori di consistenza del settore restano confermati e segnalano una dotazione importante di superficie di vendita, riferita però ad esercizi che presentano ancora in diversi casi una dimensione molto ridotta. Gli esercizi solo alimentari sono 87 e hanno una superficie media di 34 mq; anche quelli non alimentari hanno una superficie media, seppure superiore ancora relativamente bassa, pari 63 mq. Sono gli esercizi misti, che comprendono gran parte delle MSV, ad avere superfici medie più elevate superiori a 100 mq.

Esercizi, superficie totale e superficie media per settore merceologico

Settore merceologico	Esercizi	Superficie	Superficie media
Alimentari	87	2.915	34
Misti alimentari	50	7.436	149
Non alimentari	529	33.514	63
Misti non alimentari	3	307	102
Totale	669	44.172	66

Assieme alle attività commerciale proprie vanno sicuramente considerati anche gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande (bar, ristoranti e simili) che nel comune di Cattolica sono ben 170, di cui 115 annuali e 55 stagionali, che svolgono la loro attività su una superficie di quasi 16 mila mq.

Esercizi annuali, superficie totale e superficie media per tipologia

Tipo_Esercizio	Esercizi	Superficie	Sup.media
Bar	57	5.872	103,0
Bar/Ristorante	9	981	109,0
Fast Food	1	697	697,0
Pizzeria	1	184	184,0
Pub	3	334	111,3
Ristorante	44	4.141	94,1
Totale Complessivo	115	12.209	106,2

Esercizi stagionali, superficie totale e superficie media per tipologia

Tipo_Esercizio	Esercizi	Superficie	Sup.media
Bar	31	1790	57,7
Bar/Ristorante	17	1388	81,6
Ristorante	7	500	71,4
Totale complessivo	55	3678	66,9

L'evoluzione degli esercizi commerciali negli ultimi 15 anni indica che vi è stato un periodo di relativa crescita riferibile al quinquennio 1998-2003, periodo in cui è entrata in vigore la riforma del commercio che ha liberalizzato il comparto degli esercizi di vicinato (fino a 250 mq), mentre negli ultimi 10 anni vi è stata una sostanziale stazionarietà, sia come esercizi, che come superfici di vendita.

In particolare negli ultimi 15 anni, dal 1998 al 2013, non si sono registrate variazioni nel numero e nella superficie degli esercizi di dimensione superiore a 800 mq.

Esercizi, superfici e indici per anni significativi

	Anno			
	1998	2003	2.010	2.013
Esercizi	605	679	699	669
Superfici di vendita	41.838	44.715	43.166	44.172
Indice Esercizi	100	112	116	111
Indice Superfici di vendita	100	107	103	106

Esercizi totali per classi di superficie (al 2003 e al 2013)

	da 0 a 150 mq	da 150 a 800 mq	da 801 a 1500 mq	da 1501 a 2500	oltre 2500	Totale
Esercizi 2003	640	36	2	1	0	679
Esercizi 2013	620	46	2	1	0	669
Superfici 2003	31.004	9.143	2.303	2.265	0	44.715
Superfici 2013	28.351	11.303	2.303	2.265	0	44.172

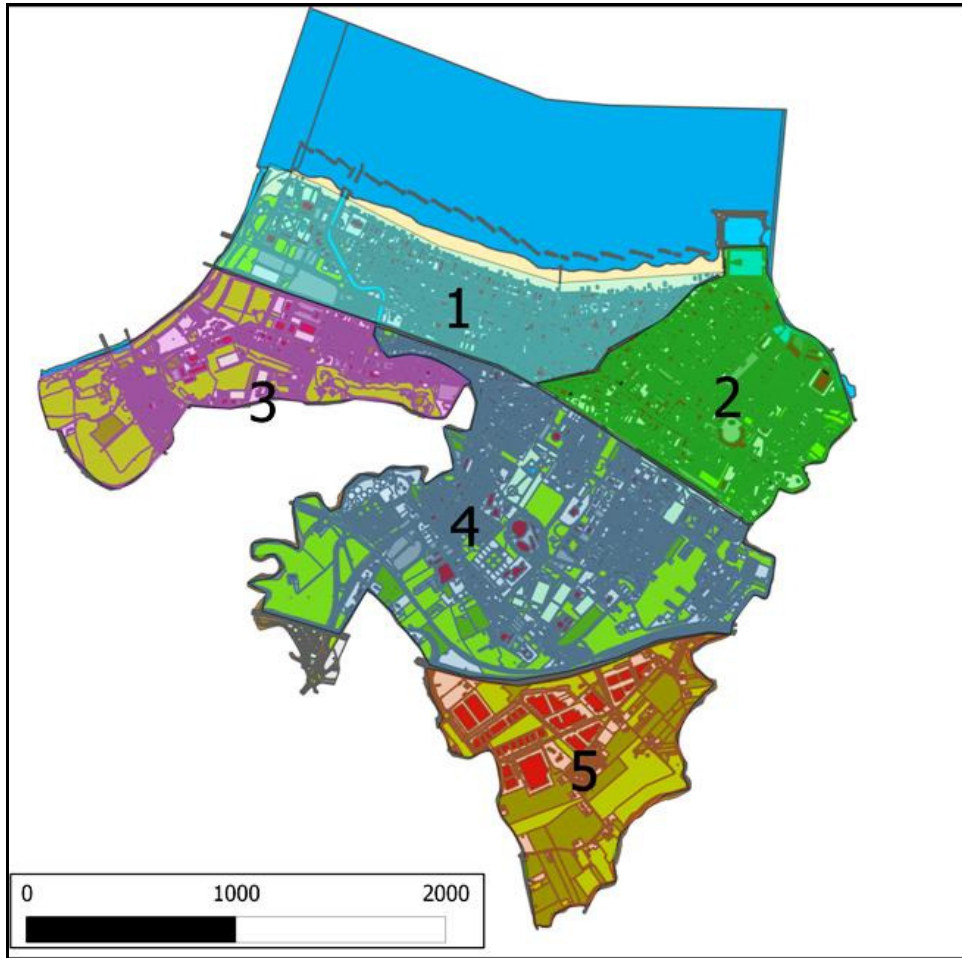
2.3 La distribuzione delle attività commerciali nel territorio comunale.

Per valutare i livelli di capacità insediativa destinata alla funzione del commercio e tenere conto dell'esigenza di miglioramento del livello di servizio ai cittadini si è considerata un'articolazione del territorio comunale di Cattolica per zone omogenee, in cui prendere in esame la presenza di strutture distributive per la popolazione residente e turistica.

Le zone individuate sono:

1. Zona turistica costiera,
2. Zona del centro urbano storico,
3. Zona residenziale e mista oltre il torrente Ventena,
4. Zona residenziale diffusa oltre la ferrovia,
5. Zona produttiva oltre l'autostrada.

Le zone individuate ben si prestano, essendo delimitate da precise cesure fisiche, ad essere individuate come ambiti in cui considerare la presenza di strutture commerciali rispetto alle esigenze di servizio della popolazione.



Il quadro della rete commerciale con riferimento alle 5 zone omogenee individuate evidenzia come vi sia la presenza di medie strutture di vendita alimentari, che sono quelle più di servizio per la popolazione, in ogni zona, con le sole eccezioni delle zone 3 e 5.

Mentre la zona 5 è una parte del territorio a prevalente destinazione produttiva e quindi con una scarsa presenza di popolazione e di flussi turistici, la zona 3 è una parte con una significativa consistenza di abitanti e di turisti, per i quali vi è l'esigenza di avere un servizio commerciale di generi alimentari e di uso corrente nelle vicinanze (ad un'agevole distanza pedonale) al fine anche di ridurre la mobilità non indispensabile all'interno del comune.

La zona con la maggiore presenza di esercizi è la zona turistica costiera dove vi sono 288 punti vendita, in gran parte non alimentari e ubicati nell'area di viale Dante; segue la zona del centro urbano storico con 241 esercizi e poi la zona residenziale diffusa oltre la ferrovia.

In quanto a superfici di vendita la zona più dotata è la zona 2 con oltre 17.300 mq, seguita dalla zona 1 turistica costiera, con quasi 13.000 mq e poi dalla zona 4 con quasi 10.000 mq.

Esercizi per zona e per settore merceologico

Esercizi	Zona					Totale
	1	2	3	4	5	
Alimentari	30	35	6	17		88
Misti alimentari	23	18	1	7	1	50
Non alimentari	233	188	25	79	4	529
Misti non alimentari	2		1			3
Totale	288	241	33	103	5	670

Superficie per zona e per settore merceologico

Superficie	zona					Totale
	1	2	3	4	5	
Alimentari	788	1.383	200	551		2.922
Misti alimentari	1.769	2.402	150	3.090	25	7.436
Non alimentari	10.282	13.538	3.014	6.276	381	33.491
Misti non alimentari	63		244			307
Totale	12.902	17.323	3.608	9.917	406	44.156

Come indici di dotazione in rapporto alla sola popolazione residente, le prime due zone, quella costiera turistica e quella centrale, sono quelle molto più dense di esercizi e di superfici: nella zona 1 ci sono oltre 5 mq per abitante e 8,6 abitanti per ogni esercizio; nella zona 2 sono 3 i mq per abitante e 23,8 gli abitanti per ogni esercizio. I valori assoluti e di densità diminuiscono molto nelle altre zone.

Superficie per 1,000 abitanti	zona					Totale
	1	2	3	4	5	
Alimentari	317	241	111	84	-	172
Misti alimentari	712	418	83	469	65	437
Non alimentari	4.138	2.359	1.670	952	987	1.969
Misti non alimentari	25	-	135	-	-	18
Totale	5.192	3.018	1.999	1.505	1.052	2.596

Abitanti per esercizio	zona					Totale
	1	2	3	4	5	
Alimentari	82,8	164,0	300,8	387,6		193,3
Misti alimentari	108,0	318,9	1.805,0	941,4	386,0	340,1
Non alimentari	10,7	30,5	72,2	83,4	96,5	32,1
Misti non alimentari	1.242,5		1.805,0			5.668,7
Totale	8,6	23,8	54,7	64,0	77,2	25,4

Una situazione simile con elevata presenza e densità di esercizi e di superficie si rileva anche per le attività di somministrazione, che parimenti risultano concentrati nelle zone 1 e 2, rispettivamente con 46 e 48 locali, e 5.200 e 4.400 mq di superficie. Nelle zone più lontane dal mare ci sono molto meno pubblici esercizi e dopo l'autostrada sono del tutto assenti.

Esercizi per zona e per tipologia

Esercizi	zona	

tipo_esercizio	1	2	3	4	Totale
BAR	17	27	3	10	57
BAR/RISTORANTE	5	2	2		9
FAST FOOD	1				1
PIZZERIA		1			1
PUB	2	1			3
RISTORANTE	21	17	2	4	44
TOTALE	46	48	7	14	115

Superficie per zona e per tipologia

Superficie	zona				
tipo_esercizio	1	2	3	4	Totale
BAR	1.515	2.574	495	1.288	5.872
BAR/RISTORANTE	634	147	200		981
FAST FOOD	697				697
PIZZERIA		184			184
PUB	223	111			334
RISTORANTE	2.133	1.388	206	414	4.141
Totale complessivo	5.202	4.404	901	1.702	12.209

Per gli esercizi stagionali la concentrazione nella zona 1 è ancora più macroscopica: intorno al 90% degli esercizi e della superficie è situata nella zona 1, il resto nella zona 2.

Gli indici di densità rispetto alla popolazione indicano una forte concentrazione di esercizi e superfici soprattutto nella zona turistica costiera, con 2 mq per abitante e 54 residenti per ogni locale e questo solo con riferimento alle attività potenzialmente aperte tutto l'anno.

La densità diminuisce già significativamente nella zona 2 con 0,76 mq per abitante e 120 abitanti per ogni esercizio e poi ancora di più nelle zone 3 e 4.

Abitanti per esercizio	zona				
tipo_esercizio	1	2	3	4	Totale
BAR	146,2	212,6	601,7	659,0	298,4
BAR/RISTORANTE	497,0	2.870,0	902,5		1.889,6
FAST FOOD	2.485,0				17.006,0
PIZZERIA		5.740,0			17.006,0
PUB	1.242,5	5.740,0			5.668,7
RISTORANTE	118,3	337,6	902,5	1.647,5	386,5
Totale complessivo	54,0	119,6	257,9	470,7	147,9

Superficie per 1,000 abitanti	Zona				
settore	1	2	3	4	5
BAR	610	448	274	195	345
BAR/RISTORANTE	255	26	111	-	58
FAST FOOD	280	-	-	-	41
PIZZERIA	-	32	-	-	11
PUB	90	19	-	-	20
RISTORANTE	858	242	114	63	244
Totale complessivo	2.093	767	499	258	718

La presenza e la dotazione di superfici ed esercizi evidenziano sia per le attività di commercio che quelle di somministrazione l'importante ruolo turistico attrattivo esercitato dalle aree vicino al mare e dal centro urbano storico.

Questa situazione è confermata dal dato sui posti letto in albergo per zone che attesta la netta concentrazione nella zona turistica costiera 1 e poi, con molte meno strutture e posti letto la zona 2, come riporta la tabella seguente.

Numero alberghi per stagionalità e zona				
	zona			
ann_stag	1	2	3	Totale
Annuali	24	5	2	31
Stagionali	176	19		195
Totale	200	24	2	226

Numero posti letto alberghieri per stagionalità e zona				
	zona			
ann_stag	1	2	3	Totale
Annuali	1.845	306	51	2.202
Stagionali	13.940	1.122		15.062
Totale	15.785	1.428	51	17.264

2.4 Le aggregazioni commerciali e le medie strutture di vendita (MSV).

Le attività commerciali tendono a distribuirsi sul territorio in relazione a molti fattori, i più significativi dei quali sono la presenza di clienti nella zona (residenti o turisti), i flussi di passaggio di utenti potenziali, la vicinanza ad attrattori di persone e la facilità di accesso.

Si creano così delle aggregazioni commerciali più o meno consistenti e integrate che tendono a formare dei sistemi commerciali.

L'analisi della localizzazione delle strutture commerciali e paracommerciali sul territorio del comune di Cattolica evidenzia di fatto un modello distributivo basato sulla presenza di "Sistemi Commerciali"¹, in qualche modo organizzati e identificati, di assi commerciali e di esercizi esterni a queste aggregazioni commerciali, tra cui gran parte delle MSV.

¹ Con il termine sistemi commerciali ci si riferisce a raggruppamenti di attività commerciali in insiemi programmati o spontanei di consistenza sufficiente a determinare effetti di sinergia e richiamo.

Le aggregazioni commerciali.

A Cattolica vi sono 2 aree di aggregazione commerciale importanti, corrispondenti a 2 tipologie diverse di sistemi:

- uno è un sistema urbano centrale di città turistica costiera, con attività destinate prevalentemente ai residenti, tranne per i generi di vestiario, per la persona e i pubblici esercizi, orientati anche o, in alcuni casi, prevalentemente alla domanda turistica;
- uno è un sistema costiero stagionale di livello medio-basso collegato alla ricettività turistica e alla passeggiata.

Nel complesso sono presenti in queste due aree una quota importante oltre il (40%) delle attività commerciali e paracommerciali presenti a Cattolica.

Cattolica viale Dante

E' l'asse commerciale della passeggiata dei turisti di Cattolica, vicino a molte strutture ricettive di livello medio. E' costituita da un asse lineare imperniato su negozi di generi di vestiario e per la persona, di articoli turistici e su pubblici esercizi; vi sono anche alcuni negozi alimentari e altre attività complementari.

E' una strada pedonalizzata con un arredo urbano discreto, ma ormai con problemi di vetustà.

Il livello dei negozi è medio-basso poiché vi sono diversi esercizi banali e poco qualificati.

Molti esercizi hanno l'uso di suolo pubblico, ma spesso l'arredo esterno per questo uso è poco qualificato.

Si tratta quindi di un'area commerciale banalizzata e poco differenziata, che continua a costituire un luogo di frequentazione e potrebbe essere un elemento di qualificazione della zona turistica, se gestita con cura, grazie alla considerevole massa di turisti.

I problemi principali sono la differenziazione e la qualificazione delle attività e poi l'accessibilità da altre zone, e la stagionalità elevata di molte attività.

Cattolica centro

E' l'area commerciale centrale di Cattolica, vicina ai principali servizi, al municipio, ad alberghi di livello elevato e alle principali attrattive turistiche.

E' costituita dall'asse di via Mancini, via Bovio, piazza I Maggio e da alcune strade laterali.

E' un'area imperniata sui negozi di generi di vestiario e per la persona di livello alto e medio, sui pubblici esercizi e sul mercato coperto, attrezzato come attrattore commerciale di rilievo.

E' una zona in parte pedonale che arriva quasi al lungomare.

Il livello dei negozi è qualificato. La qualità dell'arredo è buona e molti esercizi hanno l'uso di suolo pubblico. Si tratta di un'area commerciale attrattiva e con ulteriori potenzialità, grazie alla posizione centrale, alla presenza di strutture qualificate e alla considerevole massa di turisti, che vi gravitano.

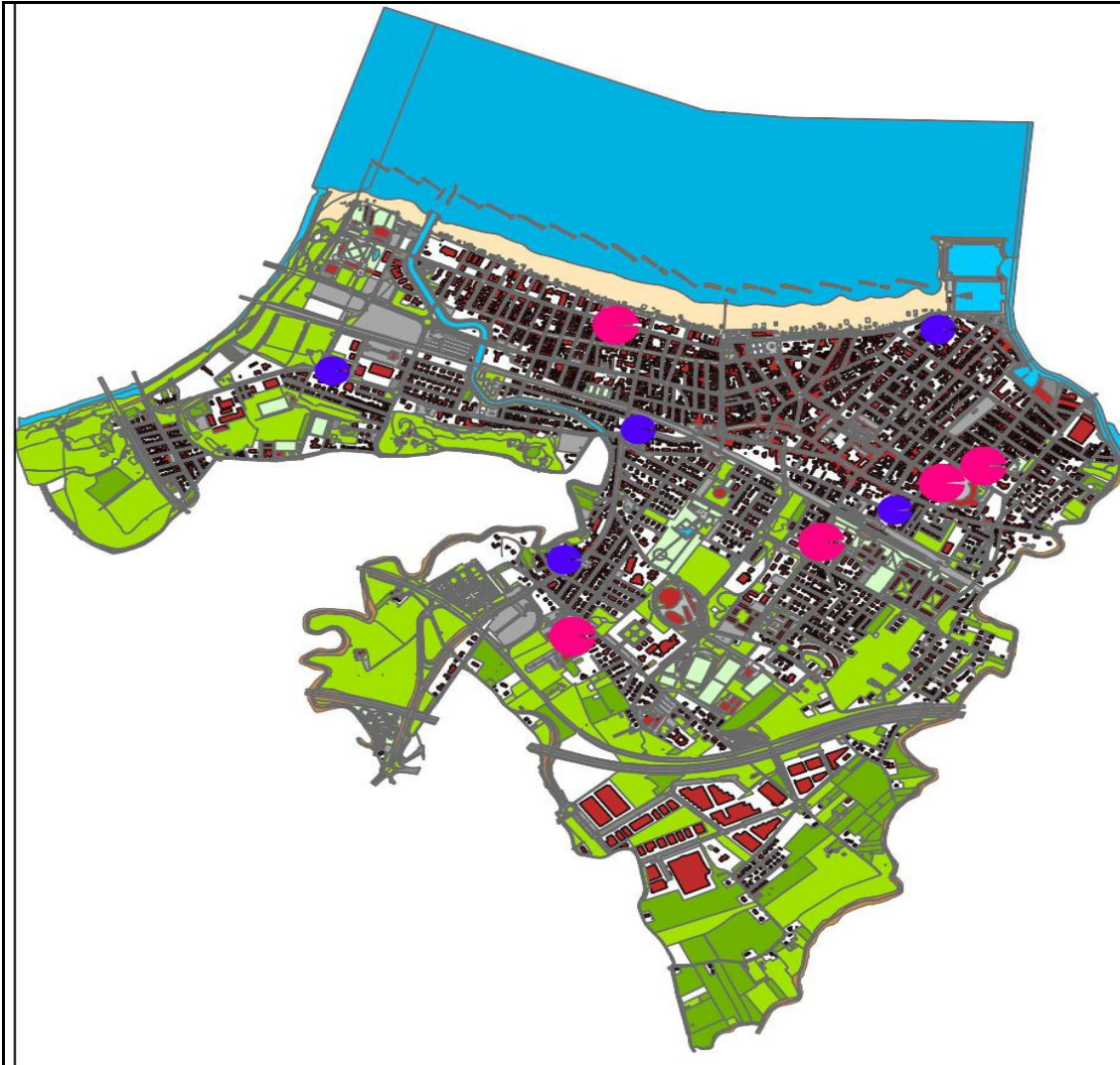
La grande distribuzione.


La grande distribuzione a Cattolica è costituita da medie struttura di vendita, tutte della tipologia medio – piccola (salvo la struttura di via Cabral); gli esercizi sono 10, di cui 5 prevalentemente alimentari e 5 non alimentari.

Si tratta in gran parte di strutture realizzate su edifici nati con funzioni diverse e poi adeguati per essere utilizzati come medie strutture di vendita, per questo in alcuni casi presentano limiti di accessibilità, di dotazione di parcheggi e anche di dimensioni ridotte.

Elenco delle medie strutture di vendita (MSV) con superficie e anno di apertura e trasferimento

DENOMINAZIONE	INDIRIZZO	SUP_ MQ ALIM	SUP_ MQ NOALIM	SUP. TOTALE	ANNO_ APERT.	ANNO_ TRASF
SOGEAL	VIA CABRAL, 40	1.370	895	2.265	1995	1996
ARTURO MANCINI SRL	VIA NAZARIO SAURO 26		1.203	1.203	1982	0
SMA SPA	PIAZZA REPUBBLICA	775	325	1.100	1998	0
NUOVA AUTO DUE	VIA EMILIA ROMAGNA 214		675	675	1991	0
CASA DEL GIOCATTOLO	VIA EMILIA ROMAGNA 52		616	616	1997	0
ERGON SRL	VIA CARDUCCI, 93	360	227	587	1976	1997
SOGEAL	VIA MACANNO	250	150	400	1980	0
MAGGIOLI IVANO	VIA DON MINZONI		381	381		
ZANNONI SRL	VIA CADUTI DEL MARE, 12	300	35	335	1995	0
F.LLI TRENZI	VIA DEI TIGLI 5		290	290	1976	1994



 Medie strutture alimentari

 Medie strutture non alimentari

Le grandi strutture. Attualmente non sono presenti sul territorio grandi strutture di vendita.

Le vie commerciali

L'analisi della presenza di esercizi per strade segnala un addensamento di attività sulle vie che compongono i due sistemi commerciali prima indicati, che quindi potrebbero essere la base per una loro organizzazione come "Centri commerciali naturali" (CCN).

Via	A	A+NA	Totale Alimentari	NA	NA+A	Totale Non alimentari	Totale
VIA DANTE	11	7	18	86		86	104
VIA CARDUCCI G.	4	2	6	36	1	37	43
VIA BOVIO G.	1		1	36		36	37
VIA ALLENDE S.	3	3	6	25		25	31
VIA E. ROMAGNA	5		5	24	1	25	30

VIA MANCINI C.	1		1	22		22	23
VIA MAURICE RAVEL	2	1	3	17		17	20
VIA MAZZINI G.	2		2	18		18	20
VIA MATTEOTTI G.	2		2	15		15	17
VIA CURIEL E.	1		1	15		15	16
VIA DOTT. FERRI	2	1	3	13		13	16
VIA DELPRETE V.	2	3	5	10		10	15
VIA GARIBALDI G.	2	1	3	10		10	13
VIA RISORGIMENTO		1	1	12		12	13
VIA VERDI G.	4		4	9		9	13
VIA FIUME	2	1	3	7	1	8	11
VIA BASTIONI	3	2	5	5		5	10
VIA MARCONI G.	2	1	3	7		7	10
Totale Vie	49	23	72	367	3	370	442
Incidenza Vie su Comune	56%	46%	53%	69%	100%	70%	66%
Totale comunale	87	50	137	529	3	532	669

Le vie con 10 o più negozi commerciali sono 18 e queste strade comprendono 442 esercizi, pari a circa 2/3 di tutte le attività commerciali del comune di Cattolica.

Considerando poi le strade in cui vi è la maggiore concentrazione di superficie di vendita (> di 1.000 mq) troviamo gran parte delle stesse vie e possiamo notare che in 10 strade si concentra oltre la metà di tutta la superficie di vendita del comune e molte sono le vie che appartengono ai due sistemi commerciali individuati.

Via	A	A+NA	Alimentari	NA	NA+A	Non alimentari	Totale
VIA DANTE	282	261	543	3.797		3797	4.340
VIA E. ROMAGNA	137		137	3.729	244	3973	4.110
VIA MAURICE RAVEL	110	2.265	2375	1.178		1178	3.553
VIA CARDUCCI G.	81	592	673	1.473	34	1507	2.180
VIA BOVIO G.	32		32	2.143		2143	2.175
VIA ALLENDE S.	90	161	251	1.921		1921	2.172
VIA MAZZINI G.	68		68	1.733		1733	1.801
VIA NAZARIO SAURO			0	1.484		1484	1.484
VIA RISORGIMENTO		23	23	1.270		1270	1.293
VIA MANCINI C.	1		1	1.245		1245	1.246
Totale Vie	801	3.302	4.103	19.973	278	20.251	24.354
Incidenza Vie su Comune	27%	44%	40%	60%	91%	60%	55%
Totale comunale	2.915	7.436	10.351	33.514	307	33.821	44.172

Nel complesso possiamo notare che le vie commerciali si possono riferire a 4 tipi di formazione:

- due ai sistemi commerciali di viale Dante/viale Carducci, e dell'area centrale di viale Bovio/viale Mancini e le strade laterali compresa l'area del mercato coperto;
- le altre due si possono riferire ad assi commerciali lineari posti su strade con un transito veicolare importante di attraversamento e di accesso, come via Romagna e via Allende o di collegamento all'interno della maglia del traffico cittadino, come via Mazzini, via Del Prete, Via Garibaldi e anche via Verdi.

Si tratta di conformazioni commerciali diverse che richiedono azioni e strategie mirate e localizzate.

3 Analisi della domanda

La domanda che si rivolge alla rete commerciale si presenta, in un comune turistico e di transito, come Cattolica, articolata e composita. In relazione a questi aspetti le esigenze della domanda da considerare devono fare riferimento ai seguenti segmenti:

- popolazione residente (famiglie, anziani, giovani, etc.) nel comune e nel bacino di riferimento (comuni della Val Conca);
- turisti sia residenziali in alloggi turistici, che in strutture ricettive ed escursionisti;
- flussi pendolari e di transito, sia annuali, sia legati alla stagione estiva.

La consistenza della domanda è data dalla popolazione residente e dall'entità della spesa familiare e pro-capite che si indirizza alla rete commerciale, ovvero che evade da questa. La spesa per i consumi dipende da un lato dal reddito, ma dall'altro è profondamente influenzata dai caratteri socioeconomici e demografici delle famiglie.

Con l'analisi della domanda si sono valutati l'entità della spesa e i caratteri dei consumatori che si rivolgono alla rete distributiva comunale e del bacino di riferimento, avendo come riferimenti principali la situazione demografica e socio-economica della popolazione residente, e anche di quella cosiddetta fluttuante (flussi costanti, stagionali e turistici).

Come punto di partenza facciamo riferimento alla situazione demografica relativa al solo ambito territoriale del Comune di Cattolica, la cui situazione è rappresentata dal seguente grafico e dai quadri successivi.

L'andamento demografico della popolazione residente nel comune di Cattolica nel decennio intercensuario 2001-2011 segna una crescita di circa 1.300 unità.



Andamento della popolazione residente

COMUNE DI CATTOLICA (RN) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT

(*) 8 ottobre 2011 (pre-censimento)

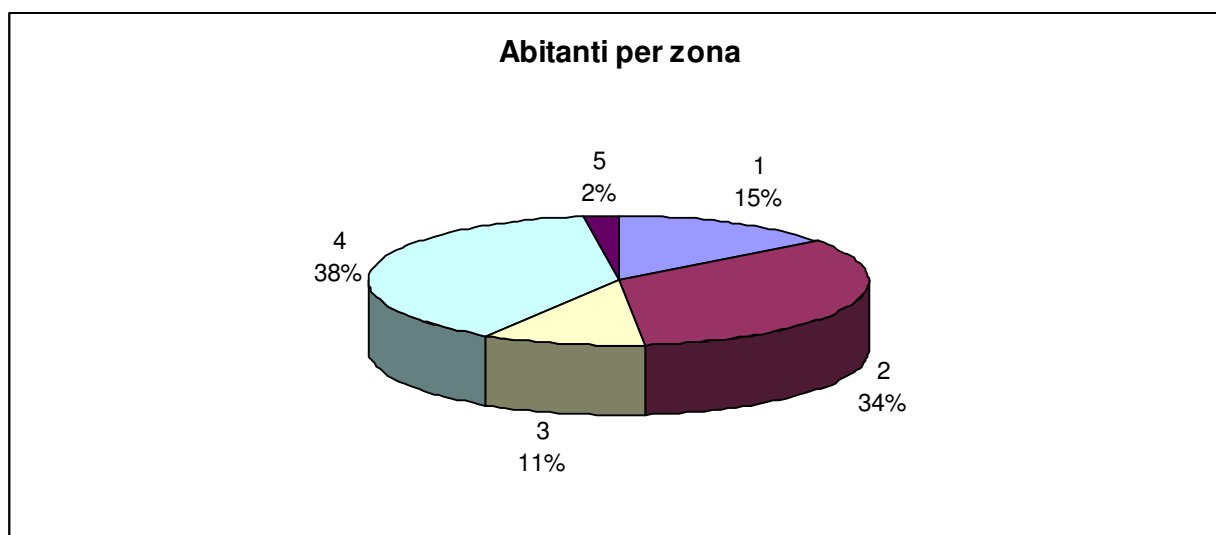
Crescita che si conferma anche nei primi anni del nuovo decennio, anche se alla data dell'ultimo censimento si è registrata una differenza negativa fra popolazione censita e popolazione anagrafica pari a 539 unità (-3,15%), e quindi è stato necessario riallineare i dati dell'anagrafe con quelli censuari.

La crescita della popolazione è dovuta al saldo migratorio attivo che ha compensato in tutti gli anni il saldo naturale (nascite – morti) negativo.

I dati anagrafici segnano anche dopo il 2011 una crescita di popolazione che dal censimento ha quasi recuperato la quota 17.000 abitanti.

Popolazione residente per classi di età e per zona

Zona	Fino a 15 anni		Fra 16 e 65 anni		Oltre 65 anni		TOTALE
1. Zona turistica costiera,	290	11,7%	1591	64,4%	589	23,8%	2.470
2. Zona del centro urbano storico,	701	12,3%	3658	64,0%	1357	23,7%	5.716
3. Zona residenziale e mista oltre il torrente Ventena	247	13,8%	1143	63,7%	404	22,5%	1.794
4. Zona residenziale diffusa oltre la ferrovia,	874	13,3%	4230	64,5%	1454	22,2%	6.558
5. Zona produttiva oltre l'autostrada.	51	13,3%	252	65,6%	81	21,1%	384
Totale comune	2163	12,8%	10874	64,3%	3885	23,0%	16.922



Con riferimento all'articolazione del territorio comunale in zone possiamo notare dal grafico come la popolazione sia concentrata soprattutto in due zone:

- l'area del centro urbano storico e della zona edificata più densa (zona 1),
- e la zona residenziale diffusa compresa tra la ferrovia e l'autostrada (zona 3);

Le zone 1 e 3 hanno una consistenza significativa di popolazione residente, mentre la zona 5, oltre l'autostrada ha un numero ridotto di abitanti.

Famiglie residenti e residenti nati all'estero per zona

Zona	Numero di famiglie suddivise per zona		Residenti nel Comune nati all'estero per zona	
	Famiglie	N- componenti	Numero	Incidenza su totale
1. Zona turistica costiera,	1.275	1,94	481	19,5%
2. Zona del centro urbano storico,	2.625	2,18	759	13,3%
3. Zona residenziale e mista oltre il torrente Ventena	760	2,36	245	13,7%
4. Zona residenziale diffusa oltre la ferrovia,	2.740	2,39	705	10,8%
5. Zona produttiva oltre l'autostrada.	164	2,34	37	9,6%
Totale comune	7.564	2,24	2.227,0	13,2%

Gli altri elementi da considerare nello studio della domanda che si rivolge alla rete commerciale sono i dati sulla popolazione residente nel bacino di attrazione della città di Cattolica e quelli sulle presenze turistiche, sia nelle strutture ricettive ufficiali, sia presso alloggi privati (II case).

La popolazione presente è costituita, come soggetto che utilizza la rete di vendita, oltre che dalle famiglie di residenti, dai turisti, che, in relazione alle esigenze e all'utilizzo del servizio commerciale, possono essere scomposti in 2 grandi categorie:

- i turisti alloggiati presso strutture ricettive (alberghi, pensioni, campeggi, etc.)
- i turisti alloggiati presso abitazioni private (di proprietà, in affitto, con altre modalità).

Per quanto riguarda i turisti ospiti di strutture ricettive, il dato numerico è preciso ed è quello fornito dalle statistiche ufficiali che indicano in oltre 1,7 milioni le presenze registrate mediamente nel corso degli ultimi anni nel comune di Cattolica.

Per quanto riguarda invece le presenze residenziali stanziali, che sono più facilmente assimilabili ai residenti, abbiamo ripreso la stima basata sul dato delle abitazioni non occupate.

I quadri seguenti illustrano la dimensione sociale ed economica del fenomeno con riferimento alla spesa per i consumi alimentari.

Popolazione residente, unità di consumo turistiche e totali, valori di spesa commercializzata per zone comunali – Valori assoluti in unità e in milioni di euro -

Settore alimentare	Popolazione residente anagrafica	Unità di consumo relative ai turisti	Totale unità di consumo	Spesa commercializzata alimentare²
1. Zona turistica costiera,	2.485	3.288	5.773	14,4
2. Zona del centro urbano storico,	5.740	1.060	6.800	17,0
3. Zona residenziale e mista oltre il torrente Ventena	1.805	334	2.139	5,3
4. Zona residenziale diffusa oltre la ferrovia,	6.590	886	7.476	18,7
5. Zona produttiva oltre l'autostrada.	386	25	411	1,0
Totale comune	17.006	5.593	22.599	56,5

Popolazione residente, unità di consumo turistiche e totali, valori di spesa commercializzata per zone comunali – Valori percentuale

Settore alimentare	Popolazione residente anagrafica	Unità di consumo relative ai turisti	Totale unità di consumo	Evasioni da ambito
1. Zona turistica costiera,	45,3%	54,7%	100,0%	40
2. Zona del centro urbano storico,	81,9%	18,1%	100,0%	20
3. Zona residenziale e mista oltre il torrente Ventena	82,4%	17,6%	100,0%	60
4. Zona residenziale diffusa oltre la ferrovia,	87,5%	12,5%	100,0%	20
5. Zona produttiva oltre l'autostrada.	93,9%	6,1%	100,0%	80
Totale comune	75,2%	24,8%	100,0%	

² Valore in milioni di euro.

Le tabelle precedenti segnalano come i consumi dei turisti incidano per quasi ¼ e nella zona 1 per oltre la metà; indicano anche una forte mobilità per gli acquisti, salvo che nelle zone più dotate di MSV, e cioè la 2 e la 4.

I consumi sono calcolati applicando la funzione di consumo regionale (fonte Istat) alla popolazione, intesa come unità di consumo annuo³. In altri termini, la domanda potenziale può essere espressa come somma dei consumi di tre componenti di popolazione: i residenti, i turisti stanziali (che si fermano cioè per più di un giorno) e i visitatori giornalieri.

Domanda potenziale della rete commerciale della città di Cattolica

Comune	Pop. 2012	Presenze ufficiali turisti. 2012	Unità di consumo turistiche ufficiali	Unità di consumo non ufficiali	Unità di consumo turistiche totali	Totale residenti e turisti
Cattolica	17.194	1.744.440	4.846	1.200	6.046	23.240
Misano Adriatico	12.800	774.439	2.151	2.000	4.151	16.951
San Giovanni in M.	9.296	17.000	47	100	147	9.443
Gemmano	1.172	3.000	8	80	88	1.260
Mondaino	1.467	10.000	28	50	78	1.545
Monte Colombo	3.485	10.000	28	100	128	3.613
Montefiore Conca	2.238	8.000	22	120	142	2.380
Montegridolfo	1034	12.500	35	60	95	1.129
Montescudo	3.370	8.000	22	20	42	3.412
Morciano di Romagna	6.993	14.000	39	100	139	7.132
Saludecio	3.124	10.000	28	250	278	3.402
Totale	62.173	2.611.379	7.254	4.080	11.334	73.507

Spesa per consumi e giro affari rete settore alimentare

Comune	Spesa in Euro X 1000	Quote Cattolica	Giro d'affari EuroX 1000	MSV		EV comunali	
				Quota	EuroX 1000	EuroX 1000	%
Cattolica	56.542,11	90,0	50.887,90	40,0	20.355,2	30.532,7	60,0
Misano Adriatico	41.242,32	15,0	6.186,35	20,0	1.237,3	4.949,1	80,0
San Giovanni in M.	22.975,36	15,0	3.446,30	20,0	689,3	2.757,0	80,0
Gemmano	3.066,39	8,0	245,31	40,0	98,1	147,2	60,0
Mondaino	3.758,44	8,0	300,68	40,0	120,3	180,4	60,0
Monte Colombo	8.789,89	8,0	703,19	40,0	281,3	421,9	60,0
Montefiore Conca	5.791,08	8,0	463,29	40,0	185,3	278,0	60,0
Montegridolfo	2.746,18	8,0	219,69	40,0	87,9	131,8	60,0
Montescudo	8.301,94	8,0	664,15	40,0	265,7	398,5	60,0
Morciano di R.	17.351,89	8,0	1.388,15	20,0	277,6	1.110,5	80,0
Saludecio	8.276,53	8,0	662,12	40,0	264,8	397,3	60,0
Totale	178.842,12	36,4%	65.167,14	36,6%	23.862,7	41.304,4	63,4%

Spesa per consumi e giro affari rete settore non alimentare

Comune	Spesa in EuroX 1000	Quote Cattolica	Giro d'affari EuroX 1000	MSV		EV comunali	
				Quota	EuroX 1000	EuroX 1000	%
Cattolica	60.864,69	80,0	48.691,75	20,0	9.738,3	38.953,4	80,0

³ L'unità di consumo annuo è una persona che si trova sul territorio per almeno 365 giorni l'anno. Un turista che si ferma per 30 giorni equivale quindi a circa 0,1 unità di consumo (30/365).

Misano Adriatico	44.395,24	20,0	8.879,05	15,0	1.331,9	7.547,2	85,0
San Giovanni in M.	24.731,80	30,0	7.419,54	15,0	1.112,9	6.306,6	85,0
Gemmano	3.300,81	12,0	396,10	20,0	79,2	316,9	80,0
Mondaino	4.045,77	12,0	485,49	20,0	97,1	388,4	80,0
Monte Colombo	9.461,87	12,0	1.135,42	20,0	227,1	908,3	80,0
Montefiore Conca	6.233,80	12,0	748,06	20,0	149,6	598,4	80,0
Montegridolfo	2.956,12	12,0	354,73	20,0	70,9	283,8	80,0
Montescudo	8.936,61	12,0	1.072,39	20,0	214,5	857,9	80,0
Morciano di Rom.	18.678,42	12,0	2.241,41	15,0	336,2	1.905,2	85,0
Saludecio	8.909,26	12,0	1.069,11	20,0	213,8	855,3	80,0
Totale	192.514,39	37,7%	72.493,06	18,7%	13.571,6	58.921,4	81,3%

Nel caso della città di Cattolica e del bacino di riferimento della Val Conca, la domanda attivata dai turisti⁴ incide in misura non trascurabile sulla domanda totale, specie nel periodo della stagione estiva.

Quando la presenza turistica è associata ad una struttura alberghiera, l'impatto sulla domanda di generi alimentari al dettaglio è ridotto. La domanda alimentare attivata da una presenza alberghiera è inoltre orientata unicamente ad alcune particolari merceologie (es. prodotti tipici). L'impatto delle presenze turistiche alberghiere si ritiene eserciti invece rilevanti ripercussioni sul commercio all'ingrosso di generi alimentari. Ben diverso è il ragionamento per un turista che soggiorni in strutture extra-alberghiere, in particolare nelle seconde case. In tal caso i generi alimentari sono una componente importante della domanda turistica riferita al commercio al dettaglio.

La domanda di generi sia alimentari, che non alimentari attivata da 365 presenze turistiche (sia alberghiere che non) si differenzia comunque rispetto a quella di un residente, sia per l'entità della spesa attivata, che per le merceologie preferite.

La domanda del turista si rivolge all'acquisto di abbigliamento e calzature, articoli sportivi e da regalo, di oreficeria, articoli questi del tutto predominanti rispetto a utensilerie, mobili, arredi, ecc. Indurre il turista all'acquisto di alcuni beni problematici ingombranti, che richiedono attenta valutazione, sembra un'impresa estremamente difficile.

Infine la domanda commerciale indotta dal turismo presenta una diversa distribuzione temporale rispetto a quella del residente, per la particolare concentrazione dei turisti nella stagione estiva. La domanda turistica presenta un carico di punta che si manifesta in alcuni particolari periodi (giugno-luglio-agosto). L'equazione 365 presenze turistiche uguale un residente, presenta dunque dei limiti sotto diversi punti di vista.

La terza componente della domanda commerciale al dettaglio è legata ai flussi di acquirenti in mobilità sul territorio. A tale riguardo assume un particolare rilievo la mobilità per lavoro in quanto fattore non occasionale, ma sistematico di gravitazione commerciale. Notoriamente importante, ma difficile da quantificare, è la componente della domanda dovuta ad acquirenti di transito.

⁴ La trasformazione delle presenze turistiche in unità equivalenti di popolazione residente, sulla base dell'ipotesi che 365 presenze turistiche equivalgano ad un abitante residente, rappresenta una grossolana approssimazione dell'impatto del turismo sul commercio al dettaglio. Tenuto conto della distinzione merceologica di base tra la componente alimentare e quella non alimentare, la domanda attivata da 365 turisti si dimostra tutt'altro che omogenea rispetto a quella del residente.

4 Pianificazione urbanistica commerciale

L'obiettivo primario della pianificazione urbanistica commerciale è quello di offrire alla popolazione residente e fluttuante la più ampia possibilità di scelta, con riferimento al servizio reso dalle diverse tipologie di esercizi commerciali.

Le specificità della città di Cattolica dovute alla presenza di segmenti di domanda differenziata impongono un approccio metodologico che tenga conto delle esigenze specifiche di erogazione di servizi commerciali. L'approvvigionamento da parte del consumatore di molti generi anche di acquisto frequente in comuni diversi da quello di residenza deriva dall'articolazione del territorio nel bacino di utenza, dalla situazione della viabilità e dei flussi intercomunali esistenti.

L'efficienza dell'apparato distributivo deve conciliare le esigenze di tutela del servizio di prossimità, anche al fine di sviluppare le potenzialità del commercio come momento di incontro sociale e di valorizzare le interdipendenze con gli altri settori economici (pesca, artigianato locale, turismo), con quelle di redditività delle imprese commerciali.

L'urbanistica commerciale ha il compito di definire le regole per l'organizzazione tipologica e spaziale della rete distributiva di vendita al fine di assicurare il miglior servizio ai consumatori, lo sviluppo equilibrato sul territorio e un'adeguata produttività per le imprese.

Tre sono dunque i fattori di cui nell'urbanistica commerciale, bisogna tenere conto:

1. le esigenze e la qualità del servizio da rendere al consumatore,
2. l'equilibrata e sostenibile presenza di strutture commerciali sul territorio e quindi la compatibilità degli insediamenti commerciali, specie di quelli di medie e grandi dimensioni,
3. la logica di mercato che indirizza il comportamento delle imprese commerciali.

L'attività commerciale è, in particolare in un comune turistico come Cattolica, una funzione produttiva a tutti gli effetti, che non va limitata per valutazioni economiche e di mercato, ma la cui presenza e localizzazione deve essere indirizzata sulla base di parametri urbanistici e ambientali e delle esigenze economiche e sociali.

La pianificazione urbanistica commerciale deve favorire la concentrazione di esercizi e servizi nelle parti del comune più vocate e attrezzate, indirizzando le localizzazioni più rispondenti ad un ordinato e qualificato sviluppo territoriale, e di limitare e condizionare il diffondersi spontaneo e disordinato sul territorio comunale di attività commerciali e paracommerciali diverse.

In relazione alle molteplici valenze che il commercio svolge (un servizio alla popolazione e al territorio, un'attività produttiva autonoma, una funzione turistica, un modo di presentazione e di esportazione delle produzioni locali, un fattore di socialità e di contatto tra cittadini ed economia, ecc.) si manifesta l'esigenza di mantenere un equilibrio tra tipologie di vendita e tra le diverse zone del territorio comunale.

Nell'evoluzione del settore riteniamo necessario in questa fase economica puntare prioritariamente per lo sviluppo e l'innovazione della rete distributiva sulla qualificazione dell'offerta esistente, assicurando:

- il rafforzamento del ruolo sociale ed economico delle aree di consolidata presenza di servizi commerciali, da organizzare e promuovere come centri commerciali naturali.
- l'equilibrio tra le diverse tipologie distributive, nel rispetto del principio della libera concorrenza;
- la compatibilità delle strutture di vendita di attrazione (MSV) con il sistema delle infrastrutture e della mobilità esistente e di progetto;

Gli indici di dotazione e quelli di equilibrio segnalano una presenza consistente degli esercizi di vicinato, specie nel settore non alimentare e una presenza adeguata, come superficie complessiva, di medie strutture di vendita, per il settore alimentare, mentre per quello non alimentare si registra una minore dotazione di strutture di questa dimensione.

La domanda di servizi commerciali, composta da popolazione residente, flussi turistici e imprese, schematicamente si può indirizzare a tre settori:

- il settore dei generi alimentari,
- il settore dei beni per la persona, la casa e la cultura,
- il settore dei beni per le imprese.

Nel seguente quadro è fornita una valutazione generale sul livello di servizio in relazione alle tipologie di strutture di vendita e ai tre settori merceologici.

Tipologia d'esercizio o struttura commerciale	Settore dei generi alimentari	Settore dei beni per la persona, la casa e la cultura	Settore dei beni per le imprese
Esercizi di vicinato	Ottimo	Ottimo	Buono
Medio piccole strutture di vendita	Buono	Limitato	Limitato
Medio grandi strutture di vendita	Limitato	Assente	Assente
Centri commerciali di livello inferiore	Limitato	Assente	N.R.

N.R. sta a significare Non Rilevante in considerazione della tipologia della struttura di vendita che ha un richiamo limitato di visitatori

Medio-grandi strutture di vendita per accessibilità e dotazione di parcheggi

NOME ESERCIZIO ESISTENTE	ACCESSIBILITA'			DOTAZIONE PARCHEGGI		
	GERARCHIA DELLA RETE	FUNZIONALITA' ACCESSI	SERVIZIO TPL	DIMENSIONE	ORGANIZZAZIONE	LOCALIZZAZIONE
SUPERCONAD DIAMANTE	MEDIA	MEDIA	MEDIA	ADEGUATA	ASSENTE	MEDIA

Una programmazione coerente con una prospettiva del commercio compatibile con i principi di migliorare il servizio al consumatore, deve tenere conto anche delle esigenze delle imprese

commerciali e guidare un'evoluzione sostenibile del settore. Tutto ciò richiede di sviluppare e qualificare la rete commerciale prioritariamente attraverso interventi di riutilizzazione e riorganizzazione degli insediamenti commerciali (o comunque produttivi) esistenti, senza consumo di nuovo suolo; ciò anche al fine di rafforzare il ruolo commerciale delle aree di consolidata presenza di servizi commerciali, del centro urbano storico e della zona turistica costiera.

Per queste aree che sono componente fondamentale e qualificante del sistema urbano e turistico, si tratta di valorizzare la capacità attrattiva, le funzioni aggregative e sociali e la vivibilità dell'ambiente commerciale, attraverso le azioni di:

- qualificazione funzionale e rinnovamento estetico e merceologico;
- integrazione e concentrazione del commercio di vicinato con le altre attività, favorendo la continuità della presenza di vetrine lungo i fronti delle strade commerciali;
- potenziamento della gamma dei servizi culturali, artigianali, di ritrovo, ristoro e svago, quali ulteriori componenti dell'attrattività dell'area;
- integrazione con la presenza del commercio su aree pubbliche e con medie strutture;
- miglioramento dell'accessibilità e della dotazione di spazi di sosta, anche per la mobilità ciclistica.

L'obiettivo è di razionalizzare il comparto valorizzando e incentivando la collocazione delle attività all'interno dei sistemi commerciali esistenti, e prevedendo gli insediamenti esterni ai sistemi commerciali più che altro come un'eccezione, di cui prendere atto laddove esistente.

Si possono considerati sistemi commerciali areali consolidati o spontanei (addensamenti commerciali) le aggregazioni di un numero minimo (almeno 20 esercizi) di attività commerciali o paracommerciali che presentino tutte le seguenti caratteristiche:

- insistere all'interno dello stesso isolato o di isolati diversi fronteggianti o adiacenti siti sulla stessa via o incrocio;
- essere collocati entro un percorso pedonale di non oltre 20 ml tra gli ingressi degli esercizi più distanti;
- raggiungere complessivamente la superficie di vendita, somministrazione e/o servizio di almeno 500 mq.

In parallelo vi è l'esigenza di non consentire la diffusione generalizzata sul territorio degli esercizi, ma di creare aggregazioni di attività per attivare sinergie che ne rafforzino la competitività.

La funzione di servizio non è affidata alle sole attività commerciali propriamente dette (negozi), ma comprende anche gli esercizi di somministrazione (bar, trattorie, pub, ristoranti), ed altri tipi di botteghe (panetteria, parrucchiere, corniciaio, fotografo, tintoria, riparatori, laboratori, locali di svago, ecc) che di solito venivano classificati sotto la dizione del tutto impropria, ancorché evocativa, di "artigianato di servizio".

4.1 Criteri per l'insediamento delle attività commerciali.

La ricerca delle migliori condizioni di servizio per la popolazione residente e fluttuante e l'equilibrio tra le diverse tipologie distributive rappresenta il fulcro delle politiche comunali per il commercio.

I Criteri regionali e del PTC individuano come obiettivo primario nell'individuazione delle aree idonee alla localizzazione di medie e grandi strutture di vendita, quello di rafforzamento del ruolo commerciale dei centri urbani e delle aree di consolidata presenza di servizi commerciali.

La logica del commercio come attività di servizio richiede che il fabbisogno di superficie di vendita delle medie strutture, deve tendenzialmente essere soddisfatto all'interno del tessuto urbano esistente, anche per mezzo di interventi di ristrutturazione urbana e nell'ambito di una distanza fino a 10 minuti di percorrenza.

Il PTC della Provincia di Rimini, riprendendo la normativa urbanistico commerciale regionale, precisa che *“nell'individuare le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita, vanno seguiti i seguenti criteri.*

- *All'interno del tessuto urbano consolidato, corrispondente alle zone omogenee A) e B) del D.M. 1444/68 che non necessitano di interventi di ristrutturazione urbanistica, interessate prevalentemente da piccole trasformazioni e dotate di sufficienti livelli di urbanizzazioni, possono essere consentiti solo insediamenti per medie strutture di vendita, oltre che per esercizi di vicinato;*
- *Negli ambiti di trasformazione urbana, nelle zone in cui la programmazione urbanistica comunale prevede interventi di ristrutturazione rivolti a sostituire l'esistente tessuto e finalizzati alla riqualificazione di parti del territorio mediante interventi che possono prevedere la modificazione dei lotti, degli isolati e della rete stradale, oltre che nelle zone omogenee C) e D) del D.M. 1444/68, possono essere consentiti, nel rispetto dei limiti minimi degli standards di cui ai criteri regionali e del sopracitato decreto ministeriale, insediamenti per grandi e medie strutture di vendita, oltre che per esercizi di vicinato;*
- *Si deve privilegiare, laddove possibile, il riuso di ambiti già urbanizzati o degradati da recuperare e disincentivare, in via generale, l'uso di spazi liberi per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita”*

Esercizi di vicinato e assimilabili

Gli esercizi di vicinato singolarmente considerati non sono in grado di generare delle ripercussioni significative sul contesto commerciale della realtà locale. Il loro inserimento, trasferimento o ampliamento all'interno delle aree delimitate dalla programmazione urbanistica, risulta sostanzialmente privo di externalità negative. Il vicinato assicura la capillarità del servizio commerciale sul territorio, risponde cioè positivamente ad un obiettivo fondamentale della programmazione commerciale, costituito dal servizio di prossimità. Le strutture di vicinato esprimono un'importante externalità positiva che diventerà più evidente e marcata negli anni a venire con l'aumento della quota della popolazione in età avanzata.

La dinamica del vicinato, dopo il superamento della logica del contingentamento delle superfici, viene dimensionata dal gioco del mercato liberalizzato. La consistenza della rete

commerciale, costituita da questi negozi di ridotte dimensioni, dipende dalla capacità di raggiungere un livello adeguato di redditività. La gestione dell'esercizio commerciale di vicinato incontra, in linea di principio, maggiori difficoltà di remunerazione delle risorse impiegate – lavoro e capitale investito – quando si presenta isolato, mentre riesce a fruire di economie di scala quando è inserito in aree o sistemi commerciali integrati.

La grande distribuzione: medie e grandi strutture di vendita

La programmazione urbanistica delle medie e grandi strutture commerciali secondo criteri di servizio alla popolazione e di tutela del territorio, cioè con la valutazione delle superfici ottimali, si propone di contrastare il processo di impoverimento del servizio di prossimità, evitando la desertificazione commerciale, che ha colpito altri paesi europei e sta attaccando anche l'Italia.

Le valutazioni quantitative sulla rispondenza dell'offerta commerciale alle esigenze della domanda e i sopralluoghi effettuati sulle strutture di media distribuzione esistenti a Cattolica indicano che si tratta di intervenire sulle strutture commerciali esistenti per puntare ad un ammodernamento, qualificazione e, eventualmente, in alcuni casi, ampliamento, anche attraverso il trasferimento verso aree più funzionali e idonee come accessibilità e ad integrazione con altri servizi per il consumatore finale.

Vi è, infatti, la necessità di arrivare a un equilibrio della rete commerciale in relazione alle molteplici valenze e ai ruoli differenziati che il commercio svolge, essendo:

- un servizio alla popolazione,
- un servizio al territorio,
- un'attiva produttiva autonoma,
- una funzione turistica.

La tipologia di esercizi commerciali di maggiori dimensioni, nel caso di Cattolica ci riferiamo alle medie strutture di vendita, entra nel quadro della programmazione commerciale con la funzione di stimolo all'innovazione e per l'efficienza della rete commerciale. Il recupero di efficienza si esprime nell'aumento della dimensione media della superficie del punto vendita.

Questa tendenza, che comporta l'ammodernamento tecnologico e l'aumento della produttività del lavoro, produce un effetto di contenimento dei prezzi medi al dettaglio. L'attenzione da questo punto di vista va posta essenzialmente sulla componente alimentare, perché la salvaguardia del servizio di prossimità rappresenta per i beni di prima necessità, ed eventualmente per alcune merceologie a loro congiunte, una priorità.

In relazione alla specificità dell'apparato commerciale esistente, nel processo di modernizzazione si ritiene di puntare sul rafforzamento e miglioramento qualitativo e dell'accessibilità, oltre che sulla qualificazione e adeguamento delle medie strutture esistenti che cui presentano carenze funzionali.

La scelta di puntare sulle medie strutture di vendita e sulla loro qualificazione risponde all'esigenza di un ammodernamento non conflittuale con la sopravvivenza della capillarità del servizio distributivo. La presenza moderata di MSV non presenta forti rischi di desertificazione commerciale.

Gli esercizi con superficie di vendita fino a 800 mq possono in genere trovare collocazione in zone urbane residenziali o miste. Esercizi con superfici maggiori possono incontrare oggettive difficoltà ad inserirsi in costruzioni non specificamente progettate per contenere funzioni commerciali. Per queste esigenze si dovrà presumibilmente trovare collocazione in nuove strutture edilizie, con possibili differenziazioni tipologiche:

- capannoni per le merci a consegna differita e per quelle per cui è consentita la vendita congiunta al dettaglio e all'ingrosso,
- edifici specialistici per supermercati, grandi discount e grandi magazzini per i generi alimentari e non alimentari per le famiglie.

Per queste seconde tipologie è pensabile una collocazione interna al tessuto edilizio residenziale, mentre per le merci di cui al primo punto è possibile individuare una localizzazione anche nelle zone produttive.

Nel caso di merceologie a consegna differita e per quelle di esercizio congiunto dettaglio-ingrosso, il rischio della perdita del servizio di prossimità va, in linea di principio, accettato perché altrimenti si favorisce una cristallizzazione della rete distributiva esistente.

La mobilità dell'acquirente sul territorio, in mancanza di una reale concorrenza locale, espone comunque a rischio la sopravvivenza di esercizi che trattano prodotti ad alto valore unitario e a bassa rotazione. Se l'offerta distributiva non si adegua localmente alla domanda di consumo è il consumatore che cerca soluzioni fuori dal bacino di utenza locale.

Standard infrastrutturali

Il fabbisogno infrastrutturale generato dalle attività commerciali andrebbe determinato caso per caso, in relazione alle numerose variabili (merceologia, dimensione, ubicazione, contesto, utenza) che influiscono sui modi e sui tempi della mobilità indotta. Gli standard urbanistici vanno, quindi, considerati come indicatori di massima.

L'imposizione di standard infrastrutturali ha una maggiore utilità come strumento di dissuasione nei confronti delle tendenze insediative che si intendono contrastare, piuttosto che come verifica di compatibilità urbanistica. degli insediamenti commerciali.

Gli obiettivi di una politica localizzativa del commercio non dovrebbero perciò stabilire standard più precisi o più esigenti in relazione agli spazi per la sosta e al dimensionamento delle strade. Non si tratta, infatti, semplicemente di cautelarsi dagli effetti congestionanti del commercio, si tratta piuttosto di orientare e promuovere la localizzazione delle attività commerciali in modo da costituire una rete distributiva efficiente, in grado di interagire positivamente con le altre funzioni urbane.

Per raggiungere questo obiettivo si possono individuare delle zone in cui gli standard infrastrutturali possono non essere vincolanti, in tutto o in parte, come nei centri storici e negli ambiti urbani in cui si ritiene opportuno concentrare la presenza di determinate tipologie commerciali.

4.2 Articolazione della destinazione d'uso commerciale

Le indicazioni e le norme relative alle attività di commercio al dettaglio in sede fissa, che rappresentano la componente principale fra le attività commerciali, deve essere riferita ai due settori merceologici e alle tipologie di esercizi commerciali e definiti dalla normativa commerciale.

I due settori merceologici nei quali si dividono le attività commerciali sono i seguenti:

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

Le tipologie fondamentali di esercizi commerciali al dettaglio su aree private, in termini di classi dimensionali, sono le seguenti:

- esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 250 mq;
- medio-piccole strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq;
- medio-grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai 1.500 metri e fino a 2.500 mq;
- grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita.

Tuttavia la destinazione d'uso commerciale comprende una pluralità di funzioni destinate ad attività che presentano caratteri operativi differenziati in relazione a:

1. le merceologie trattate,
2. il tipo di utenza
 - *pubblico indistinto*
 - *consumatore finale*
 - *imprese e professioni*
3. la dimensione
4. la localizzazione.

Per questo rispetto all'indicazione originaria di DU "commerciale" di cui al DM 1444/68 sono opportune differenziazioni, che riguardino gli aspetti regolamentati per gran parte delle attività commerciali con i Piani del commercio di cui alla L. 426/71.

Vi è inoltre la necessità di separare, sotto l'aspetto urbanistico, il commercio al dettaglio dal commercio all'ingrosso, prendendo atto che un insediamento di commercio all'ingrosso si avvicina di più ad un'attività manifatturiera, come esigenze di localizzazione e di dotazione di standard, che non ad un punto di vendita per generi di uso comune destinati al consumatore finale.

Un'altra differenziazione riguarda le attività per le quali è consentita l'esercizio congiunto di vendita al dettaglio e all'ingrosso (essenzialmente i generi tradizionalmente rivolti alle imprese).

La destinazione d'uso commerciale si può articolare pertanto nelle seguenti tipologie:

- commercio all'ingrosso e commercio di auto;
- commercio al dettaglio e attività di somministrazione, artigianali e di servizio assimilabili;
- commercio di beni a vendita differita e di generi per i quali è consentita la vendita congiunta al dettaglio e all'ingrosso.

Il quadro complessivo delle attività compreso nella dizione "commercio e nella destinazione d'uso "commerciale" risulta pertanto molto articolato.

A questa situazione va aggiunto che vi sono molte attività – nelle rilevazioni svolte in diverse città e regioni si valutano dei valori compresi tra il 20 e il 40% - che, sotto l'aspetto amministrativo, sia commerciale, che fiscale, non sono propriamente commerciali, ma che di fatto hanno lo stesso impatto, le stesse esigenze, e sono per i consumatori considerate commerciali, di un esercizio commerciale - e spesso sono in possesso anche di un'autorizzazione commerciale -, che svolgono come attività complementare.

Attività assimilate agli esercizi di vicinato –

- i pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande
- le rivendite di giornali e riviste
- le rivendite di generi di monopolio,
- le farmacie,
- le attività artigianali che effettuano prevalentemente produzione e fornitura di beni e servizi, la riparazione di oggetti personali o per la casa e la somministrazione direttamente al consumatore finale
- le agenzie di viaggio, immobiliari, di lavoro temporaneo e di assicurazione, gli uffici postali, gli sportelli di attività economiche e gli istituti di credito, con funzioni di sportello aperti al pubblico generico

5 Le strategie di sviluppo del commercio a Cattolica.

Il quadro conoscitivo sulla situazione del commercio a Cattolica ha evidenziato una situazione che presenta molti aspetti positivi e alcune criticità.

Gli aspetti positivi che sono da evidenziare riguardano:

- la presenza diffusa di attività commerciali, di somministrazione e di servizio che servono l'intera città di Cattolica,
- la qualità urbana e delle attività commerciali nell'area centrale,
- una rete di esercizi di somministrazione diffusa e di qualità.

Vi sono però alcune criticità e alcuni aspetti che possono essere migliorati e che riguardano in particolare l'accessibilità, la capacità promozionale, l'integrazione tra attività diverse nelle aggregazioni commerciali e la funzionalità e le dimensioni di alcune strutture commerciali della media distribuzione.

Nel comune di Cattolica vi è, come indicano i dati statistici, una rete commerciale molto sviluppata, ma un po' squilibrata tra le diverse tipologie dimensionali.

Gli elementi problematici individuati sono:

- la subordinazione della struttura commerciale rispetto ad altre realtà distributive dell'area metropolitana riminese;
- la funzionalità e la localizzazione delle medie e l'assenza di grandi strutture di vendita;
- l'organizzazione spaziale ed urbanistica di alcune aree commerciali che potrebbero meglio configurarsi come luoghi di attrazione commerciale.

Per quanto riguarda le prospettive di modernizzazione della rete si possono individuare le seguenti esigenze al fine di offrire un'ampia possibilità di scelta al consumatore e quindi un equilibrio reale fra le forme diverse di vendita:

- 1 una grande e qualificata struttura extralimite di tipo grande magazzino di lusso, grande boutique o show-room centrale: che crei richiamo e faccia prosperare i negozi dell'area;
- 2 il recupero e la valorizzazione delle aree commerciali di frangia, ai margini dei confini comunali, sia dal lato di Misano, che di Gabicce: una da legare ai temi ambientali e naturalistici e l'altra alle attività portuali e nautiche.

Va tenuto conto che oggi il commercio non è più solo un settore di servizio, ma è anche un elemento cardine dell'economia e del turismo. Sono le aree in cui il commercio è più forte e più integrato al resto dell'economia quelle che hanno manifestato le dinamiche evolutive più positive per gli impulsi che il commercio sa offrire ai settori collegati (turismo, artigianato, agricoltura, costruzioni).

5.1 Lo sviluppo per la rete commerciale

La scelta di sviluppo del commercio è quella di valorizzare il ruolo commerciale di Cattolica nei confronti dell'intero bacino di utenza della Val Conca, attraverso l'integrazione dei sistemi commerciali esistenti del centro città e di viale Dante con la creazione di un polo commerciale di richiamo con funzioni anche ricreative e culturali, integrato con la passeggiata a mare e così in grado di esercitare suggestione e attrazione in ogni stagione.

Sulla base del quadro generale descritto possiamo dare una valutazione complessiva sullo stato del settore commerciale all'interno del territorio di Cattolica: si tratta di un sistema che presenta luci e ombre, e che dimostra una sostanziale tenuta anche rispetto alla concorrenza esercitata dalle grandi strutture di vendita dell'area metropolitana riminese e con valutazioni positive per il commercio di vicinato che rappresenta la parte più consistente e fragile del sistema commerciale di Cattolica.

Le attività del terziario commerciale, che hanno un peso importante nel sistema economico e turistico del comune di Cattolica, potranno accrescere il ruolo produttivo e sociale, se si interviene non sulle singole attività, ma sulla loro integrazione spaziale, funzionale ed economica.

Se i punti vendita autonomi sono collegati fra loro in modo da creare un insieme unitario, se le relazioni di cooperazione permettono di attivare servizi comuni, se la collaborazione con la pubblica amministrazione consente di realizzare interventi e iniziative a gestione unitaria, si possono superare alcuni dei limiti che rendono il commercio nelle aree urbane consolidate meno competitivo rispetto ai Centri Commerciali pianificati esterni.

La proposta di sviluppo e riqualificazione del settore distributivo di Cattolica intende fare perno sulla rete distributiva esistente, che è estesa, differenziata e anche, in certe parti e per diverse attività, qualificata, ma che deve essere organizzata in modo integrato ed efficace.

A tal fine si propone di sviluppare un Progetto per i Sistemi Commerciali Integrati che sono la base fisica e organizzativa della rete commerciale di Cattolica, individuando nell'associazionismo economico fra operatori presenti in una stessa area commerciale o in uno stesso comparto merceologico, la forma più idonea per la promozione e il sostegno alla rete commerciale.

I sistemi commerciali fondamentali individuati sono:

1. Viale Bovio, via Mancini e area Mercato coperto
2. Viale Dante

Attraverso il sostegno a questi sistemi commerciali si possono conseguire gli obiettivi di:

- integrazione tra le attività commerciali, turistiche, sociali, ricreative e culturali, al fine di formare un insieme omogeneo e identificato;
- contributo al miglioramento delle singole attività commerciali.

Vi sono elementi importanti che emergono dalle analisi effettuate che indicano la possibilità di successo del progetto:

1. un numero elevato di attività commerciali, per cui esiste una massa critica adeguata per organizzare centri commerciali naturali,
2. disponibilità ad interventi sull'arredo urbano, sull'esposizione dei prodotti e sulla promozione commerciale.

Il progetto per il commercio si inquadra nell'ottica dei documenti UE per "Uno sviluppo urbano durevole" e si potrebbe organizzare intorno a tre obiettivi, tra loro legati:

1. rinforzare e differenziare l'offerta commerciale e di attrazione e sostenere quindi le imprese e l'occupazione;
2. promuovere la crescita e la destagionalizzazione del turismo,
3. migliorare il contesto della vivibilità nella città.

Il Progetto deve porsi l'obiettivo di valorizzare le risorse e le peculiarità costituite dalla rete commerciale esistente del comune di Cattolica che si è estesa e differenziata, ma non adeguatamente organizzata e valorizzata.

Per gli interventi più importanti che vanno a riorganizzare sotto l'aspetto urbanistico, edilizio e infrastrutturale le componenti fisiche dei due sistemi commerciali integrati, si ritiene siano da ricercare accordi tra i soggetti interessati: ad esempio l'utilizzo di spazi, edifici e parti di immobili per completare e qualificare un'area commerciale può essere praticato in modo più veloce facendolo rientrare in un progetto organico.

Il Comune potrà sostenere la proposta di progetto per valorizzare le potenzialità esistenti nella rete commerciale al servizio dei turisti e dei residenti, in una logica che vede il Comune quale soggetto che collabora con le imprese commerciali e di servizio e con i cittadini.

INDICE

1	Introduzione.....	2
2	Il commercio nell'economia del comune di Cattolica	4
2.1	Gli aspetti generali.....	5
2.2	Articolazione ed evoluzione della struttura commerciale nel comune.....	7
2.3	La distribuzione delle attività commerciali nel territorio comunale.....	9
2.4	Le aggregazioni commerciali e le medie strutture di vendita (MSV).	13
3	Analisi della domanda	18
4	Pianificazione urbanistica commerciale	23
4.1	Criteri per l'insediamento delle attività commerciali.....	26
4.2	Articolazione della destinazione d'uso commerciale	29
5	Le strategie di sviluppo del commercio a Cattolica.....	31
5.1	Lo sviluppo per la rete commerciale	32