

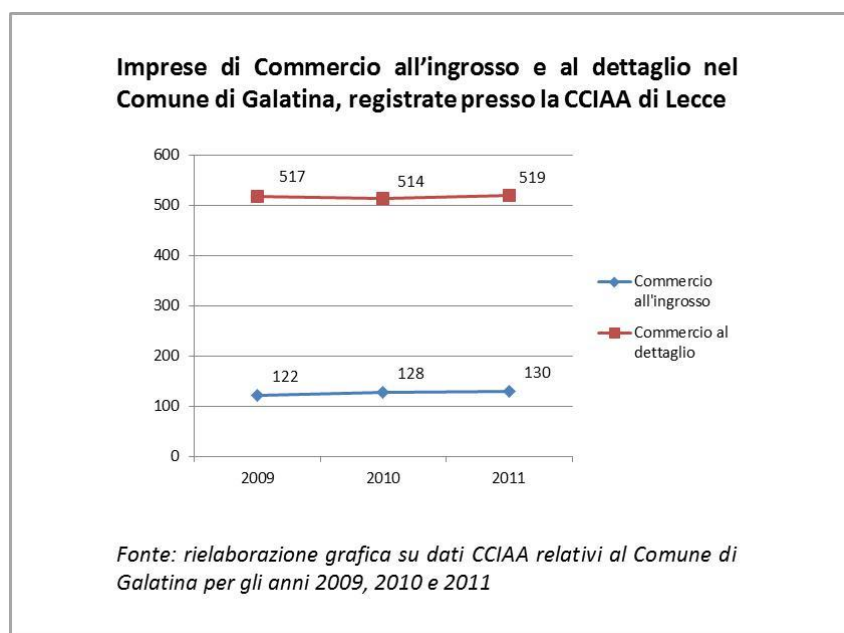
Il risorgere del progetto di creazione del Parco Commerciale in Contrada Cascioni a Galatina sta progressivamente innescando un dibattito sull'argomento, come è legittimo che sia in questi casi, via via sempre più acceso.

Prima di provare ad analizzare il progetto in questione con, ahimè, i pochi elementi a disposizione di noi opinione pubblica, voglio provare innanzitutto a capire, in primis per me stesso, in quale contesto quest'opera si andrebbe ad inserire. A questo è dedicata questa prima nota, a cui nei giorni prossimi spero di avere il tempo di farne seguire una successiva più focalizzata sulla grande distribuzione e sul progetto della Pantacom, ditta proponente il progetto.

Non entrerà nei dettagli del procedimento amministrativo, né commenterò le valutazioni politiche sin qui espresse. Per lo meno non lo farò con questa prima nota nella quale andrò a rappresentare dei dati che, a prescindere dall'insediamento del parco commerciale, ritengo meritino un approfondimento e valutazione ad hoc. Per questo non intendo farmi distrarre dall'attuale dibattito.

I dati utilizzati sono tratti da statistiche e pubblicazioni della Camera di Commercio Industria Agricoltura Artigianato di Lecce.

Partiamo dalla demografia, cioè da quante sono le imprese presenti in Galatina iscritte nelle categorie riferite al Commercio all'Ingrosso e al Commercio al dettaglio.



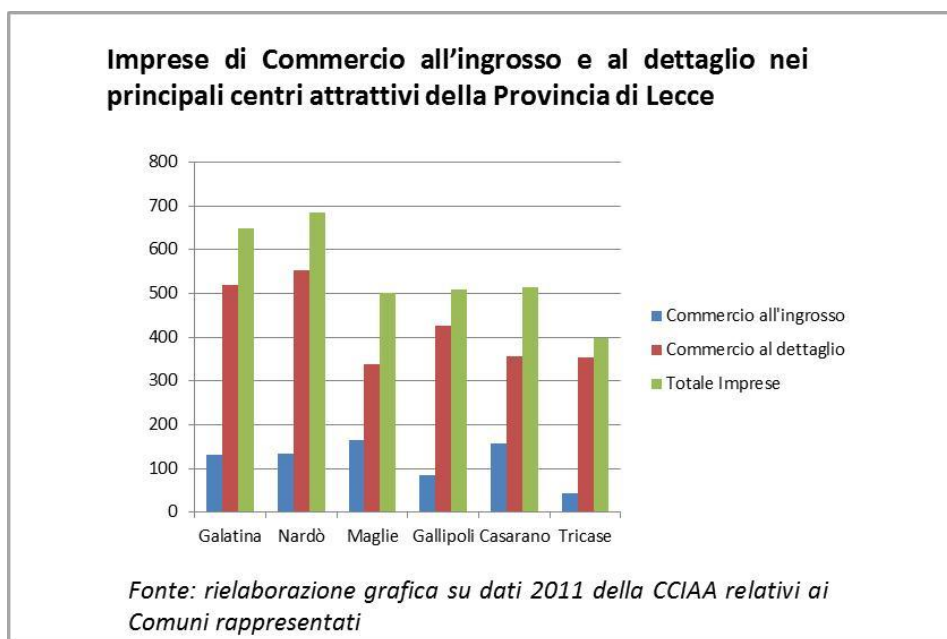
Il grafico si riferisce al numero di "imprese registrate" negli anni rappresentati.

Il Presidente della CCIAA Alfredo Prete nel commentare mesi fa gli ultimi dati del Compendio 2012, disse che l'incremento dell'impresie in particolar modo nel settore del commercio, doveva ascriversi alla difficoltà di trovare nuova occupazione dipendente. Lo disse all'interno di una valutazione negativa e preoccupata del fenomeno. A mio avviso, apro una parentesi, Prete dovrebbe preoccuparsi di formare e valorizzare queste nuove leve di imprenditori, guardando a questo fenomeno come ad un'opportunità, più che lasciarsi andare ad opinioni veterosindacalistiche.

Torniamo ai dati sul commercio.

L'analisi che rappresento è stata condotta realizzando una sorta di benchmarking territoriale di dati che, ahimè, sono solitamente rappresentati in modo piatto e senza particolari spunti di riflessione.

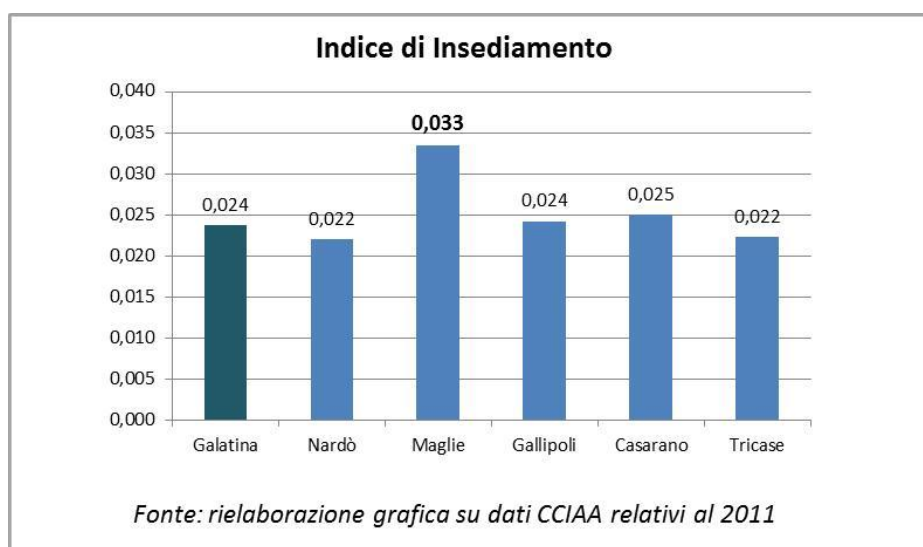
In questa nota, Galatina viene confrontata con quelli che la CCIAA individua come principali poli attrattivi territoriali della Provincia. In particolare, i dati si riferiscono ai centri abitati più rilevanti di queste aree in cui è stato suddiviso il nostro territorio. In questa analisi è stato da me escluso il Comune di Lecce.



Dal grafico si può notare che Galatina mantiene saldamente il secondo posto (terzo dovessi includere anche Lecce) come numero di imprese di commercio. Fa eccezione il solo settore all'ingrosso.

Ho provato, però, a fare una sorta di riscontro di questi dati rapportandoli alla popolazione residente al 31 dicembre 2010 presso i centri in questione (fonte Compendio della CCIAA).

Ho così costruito una sorta di indice, denominato "Indice di Insediamento", che per certi versi va a rappresentare una sorta di misura della propensione a fare impresa presso ciascun centro.



Com'è facilmente immaginabile per chi è attento osservatore del territorio, Maglie spicca per propensione all'insediamento di imprese di commercio.

Provo a dare un'evidenza pratica del significato di questo indice. Se applicassi l'indice costruito sui dati di Maglie alla popolazione di Galatina, quest'ultima **dovrebbe avere circa 260 imprese in più**. Se utilizzassi l'indice di Casarano, si avrebbero oltre 30 imprese in più.

Fatta questa, volutamente brevissima e spero chiara, introduzione al contesto demografico, vado ora ad affrontare un tema particolarmente rilevante, ancor più dei dati sulla "quantità" di imprese: **l'attrazione delle aree commerciali naturali**.

Con questa definizione si va ad identificare l'insieme degli esercizi collocati all'interno delle aree commerciali dei centri urbani. Detto in altri termini: lo shopping nel centro della città o del paese.

I dati che vado a rappresentare si riferiscono ad un'analisi condotta nel 2007 dal "OSSERVATORIO SUL COMMERCIO DELLA PROVINCIA DI LECCE". Osservatorio che in quella occasione ha realizzato un'indagine sulle abitudini di acquisto e aspettative dei consumatori sul territorio della Provincia. Non sono in possesso di dati più aggiornati, né questi sono reperibili sul sito della CCIAA. Ovviamente il mio vuole essere un contributo pragmatico alla discussione, per cui ben vengano altre fonti e/o dati aggiornati.

I dati che vado a rappresentare sono riferiti all'acquisto di beni per la persona. L'Osservatorio ha escluso, e in questo concordo, sia la spesa per alimenti (che avviene prevalentemente nei centri di residenza), sia la spesa per beni per la casa (per i quali entra in gioco l'attrazione esercitata dalle grandi strutture, delle quali parlerò nella seconda nota che scriverò nei prossimi giorni).

Partiamo nel rappresentare il così detto "grado di evasione", cioè la percentuale di coloro, tra gli intervistati, che si recano in altri centri (escluso quello di residenza) per fare shopping.

SI RECA IN ALTRI CENTRI URBANI PER GLI ACQUISTI (ESCLUSO RESIDENZA)

	Lecce	Altri comuni	Totale
si	11,9%	82,4%	72,6%
no	88,1%	17,6%	27,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

(fonte: OSSERVATORIO SUL COMMERCIO DELLA PROVINCIA DI LECCE)

Come si può notare, i residenti del Comune di Lecce fanno shopping su Lecce (non è incluso il centro commerciale di Surbo che pure ha esercizi al suo interno per l'acquisto di beni per la persona). Mentre per gli abitanti nei centri della Provincia il "grado di evasione" è molto alto.

Nella successiva figura, è rappresentata come si articola la percentuale di evasione sui centri della Provincia, escluso il Comune di residenza e il Comune di Lecce.

PERIODICITA' DI ACQUISTI IN ALTRI CENTRI STORICI

Percentuale su totale "evasione" (escluso Lecce)

	Almeno 1 volta a settimana	2-3 volte al mese	1 volta al mese	Più raramente	N.d.	Totale
Maglie	28,6%	22,9%	25,0%	19,3%	0,0%	21,1%
Casarano	14,3%	25,7%	9,6%	12,5%	0,0%	13,2%
Tricase	22,9%	11,4%	9,6%	9,1%	0,0%	11,0%
Gallipoli	14,3%	5,7%	11,5%	11,4%	0,0%	10,1%
Galatina	2,9%	2,9%	3,8%	8,0%	0,0%	4,8%
Nardò	2,9%	8,6%	1,9%	5,7%	0,0%	4,4%
Altri comuni	14,4%	17,4%	34,2%	27,9%	5,6%	22,4%
Altre province	5,8%	2,9%	3,8%	1,1%	0,0%	1,3%
N.d.	0,0%	2,9%	1,9%	1,1%	94,4%	8,8%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

(fonte: OSSERVATORIO SUL COMMERCIO DELLA PROVINCIA DI LECCE)

Dalla tabella risulta evidente che, dalle risposte degli intervistati, Galatina viene fuori con un grado di attrazione basso. Risultato che condivide con Nardò.

Lo studio evidenzia la presenza, escluso Lecce, di tre poli di gravitazione:

- **polo intermedio:** Maglie che rappresenta un punto di riferimento abituale per un territorio che va oltre i comuni limitrofi;
- **poli di grado inferiore:** Casarano, Tricase e Gallipoli che rappresentano meta abituale per i comuni limitrofi e lontani da altri poli;
- **poli minori:** Galatina e Nardò dove i residenti non si rivolgono ad altri centri (se non a quelli di grado superiore) e sono punti di riferimento per alcuni comuni limitrofi di piccole dimensioni.

Termino questa rappresentazione di dati con la valutazione fornita dagli intervistati sul **livello di servizio fornito dai centri urbani**.

Nell'indagine si è chiesto di fornire una valutazione su una scala da 1 (scarso) a 5 (ottimo) sui centri urbani, meta di acquisto abituale in relazione ai seguenti fattori:

- dotazione di pubblici esercizi (presenza bar e ristoranti);
- quantità, qualità e livello di convenienza dell'offerta commerciale (possibilità di scelta per acquisti e qualità negozi/locali, convenienza negozi e servizi);
- livello di servizio dell'offerta (cortesia del personale dei negozi e locali);
- ambiente urbano (gradevolezza);
- livello di accessibilità (facilità di accesso, parcheggi).

I risultati dell'indagine li ho rielaborati come segue:

- i dati di ciascun centro urbano sono stati accostati e comparati in una tabella che li includesse tutti, in modo che fosse più semplice il raffronto tra centri
- rispetto alle valutazioni ottenute ho evidenziato in **verde** il centro con la valutazione più alta, e in **rosso** quello con la valutazione più bassa
- ho messo ordine tra i fattori di valutazione, raggruppandoli in due sezioni: **fattori endogeni**, cioè fattori \ leve competitive direttamente gestite \ gestibili dall'impresa, e **fattori esogeni o di contesto** non direttamente riferibili alla gestione dell'esercizio commerciale.

Fattori di valutazione	Galatina	Nardò	Gallipoli	Tricase (*)	Casarano (*)	Maglie (*)
Fattori endogeni						
possibilità di scelta per gli acquisti	3,5	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9
qualità negozi/locali (belle vetrine)	3,5	3,9	4,2	3,6	3,8	4,1
convenienza negozi e servizi	3	3,4	2,8	3	3,3	3,1
cortesia del personale dei negozi o locali	3,7	3,9	3,6	3,8	3,7	3,9
Media Fattori Endogeni	3,43	3,73	3,58	3,53	3,65	3,75
Fattori esogeni o di contesto						
presenza bar e ristoranti	3,9	2,3	4,6	3,9	3,6	4,1
facilità di accesso, parcheggi	2,6	1,8	2,2	2,4	2,9	2,4
gradevolezza dell'ambiente urbano	3,9	3,1	3,6	3,4	3	3,7
Media Fattori esogeni o di contesto	3,47	2,4	3,47	3,23	3,17	3,40

(*) Paesi per i quali, essendo classificati come rilevanti poli di attrazione, sono incluse anche valutazioni di NON residenti



 valutazione più bassa
 valutazione più alta

Tabella: Massimo Negro

Fonte: rielaborazione dati Osservatorio sul Commercio 2007

Dalla tabella si evince come **Galatina presenti la media più bassa nella valutazione dei fattori endogeni**, cioè di quei fattori direttamente riferiti alla gestione dell'esercizio commerciale. Ci sono in particolare due "rossi" rilevanti che si riferiscono alla "**possibilità di scelta per gli acquisti**" e alla "**qualità negozi \ locali (belle vetrine)**".

Il punteggio più alto viene raggiunto da Maglie. Mentre Nardò, pur essendo, al pari di Galatina, un polo gravitazionale minore, raggiunge una media nella risposte quasi pari a quella di Maglie.

Se guardiamo ai **fattori esogeni, cioè di contesto**, **Galatina ottiene la valutazione più alta**, insieme a Gallipoli

CONCLUSIONI

Come ho scritto in apertura, con questa mia ho voluto innanzitutto approfondire il contesto in cui l'eventuale realizzazione del Parco Commerciale si andrebbe ad inserire. Premetto che non sono un ultras di nessuna delle due posizioni in campo (pro \ contro), per cui spero che quanto ho esposto sopra non venga, insieme al sottoscritto, "tirato per la giacchetta" nell'una o nell'altra direzione.

Inoltre, trattandosi di una valutazione del contesto attuale, ho evitato di affrontare il tema Parco perché ritengo che già questa esposizione possa essere fonte di approfondimenti a prescindere dalla realizzazione o meno della nuova grande struttura.

I dati più controversi (attrattività e livelli di servizio) sono frutto di interviste e come tali devono essere presi. Però sarebbe stato sciocco non rappresentarli, anche a costo di urtare la sensibilità di qualcuno, perché a mia memoria una discussione seria e franca sul commercio galatinese non c'è mai stata.

Sono stato anche volutamente parco di valutazioni personali perché ogni casella delle tabelle rappresentate meriterebbe una trattazione ad hoc.

Spero che questa mia possa rappresentare un primo tassello in quella direzione.

E' evidente dai risultati che i margini di miglioramento da parte di Galatina sono amplissimi, vista la sua dimensione, la sua storia e l'essere un polo scolastico di rilevanti dimensioni.

Nella prossima nota entrerà nel merito della grande distribuzione e di quanto è possibile sapere del progetto della Pantacom.