

# I MERCATI E LE SFIDE DELLA COMPETIZIONE

Ricerca sul commercio su aree pubbliche  
in Emilia Romagna

***Presentazione principali risultati***

Modena – 12 Febbraio 2015

# Metodo di analisi e obiettivi

Utilizzare dati disponibili e realizzare approfondimenti per indagare il commercio su aree pubbliche dal punto di vista di:

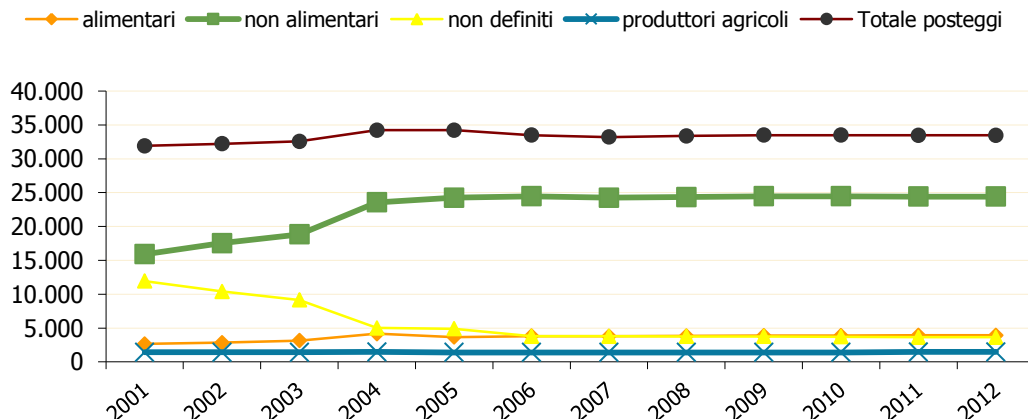
1. **Imprese**, con analisi di consistenza e dinamiche;
2. **Consumatori**, con verifica del ruolo del commercio ambulante nelle loro abitudini d'acquisto;
3. **Comuni**, preposti alla regolazione e spesso alla gestione dei mercati.

## OBIETTIVI

- ✓ fornire un quadro complessivo ed **aggiornato** del settore del commercio su aree pubbliche;
- ✓ **approfondire** tematiche specifiche, considerate rilevanti e di attualità;
- ✓ **coinvolgere** i decisori pubblici (Regione, Comuni) su problematiche del settore;
- ✓ individuare **proposte** per affrontare le problematiche individuate.

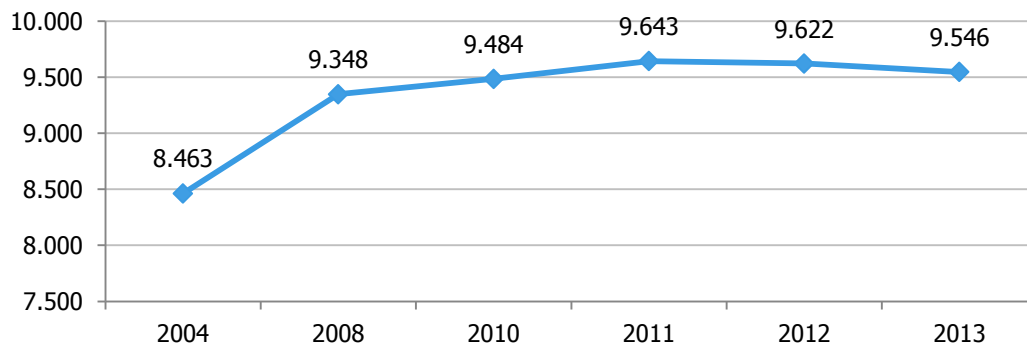
# I numeri del commercio ambulante in Emilia Romagna

## NUMERO DI POSTEGGI



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Osservatorio del Commercio Regione Emilia Romagna

## NUMERO DI IMPRESE ATTIVE NEL COMMERCIO AL DETTAGLIO AMBULANTE CON SEDE IN EMILIA ROMAGNA



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Unioncamere Emilia Romagna e Osservatorio Nazionale sul Commercio al 30 giugno dei vari anni.

N. mercati	732
Totale posteggi	32.789
N. posteggi medio	44,8
Residenti per posteggio	136

In Emilia-Romagna sono presenti **732 mercati**, diffusi in quasi tutti i Comuni, per quasi 32.800 posteggi, su un totale di circa 1.600.000 giornate (dati al 31-12-2012).

Rispetto all'anno precedente, è in leggero calo sia il numero dei mercati (nel 2011 erano 740) sia il numero delle giornate di posteggio (-0,5%).

Nel **2013** il numero delle imprese attive è **9.546** (dato aggiornato al 30/06/2013), anche questo in calo rispetto all'anno precedente -0,8%.

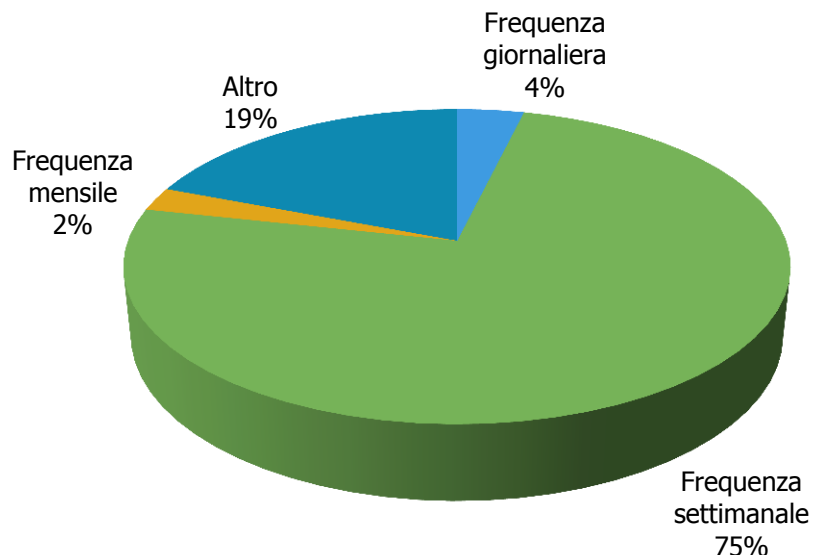
# La struttura dei mercati e dei posteggi

I mercati **settimanali** sono circa  $\frac{3}{4}$  del totale, con posteggi soprattutto non alimentari.

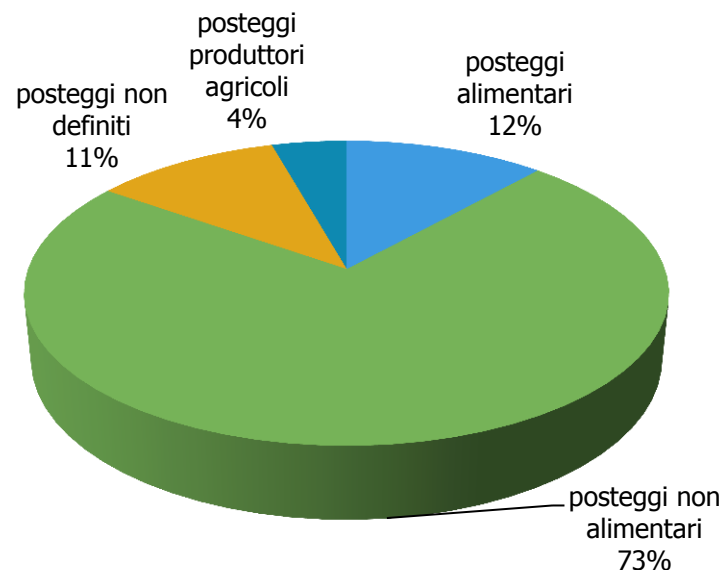
I mercati **giornalieri** sono 28, raccolgono prevalentemente posteggi alimentari e sono in gran parte organizzati in strutture proprie.

Pochi consensi raccolgono i mercati mensili; le «altre frequenze» comprendono molti mercati **stagionali** attivi soprattutto nelle aree turistiche.

FREQUENZA DEI MERCATI



TIPOLOGIA DI POSTEGGI



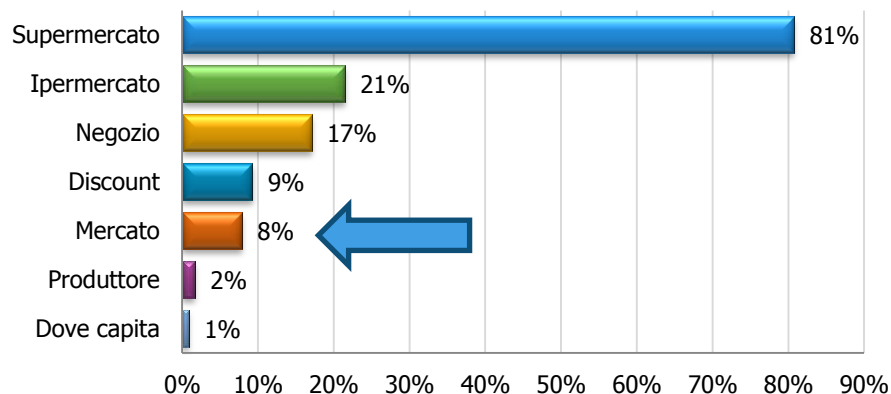
Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Osservatorio del Commercio Regione Emilia Romagna

# Il mercato nelle abitudini di acquisto dei consumatori

Mediamente circa l'8% degli emiliano-romagnoli utilizza il mercato per la propria spesa alimentare, integrando gli acquisti svolti nelle altre forme distributive.

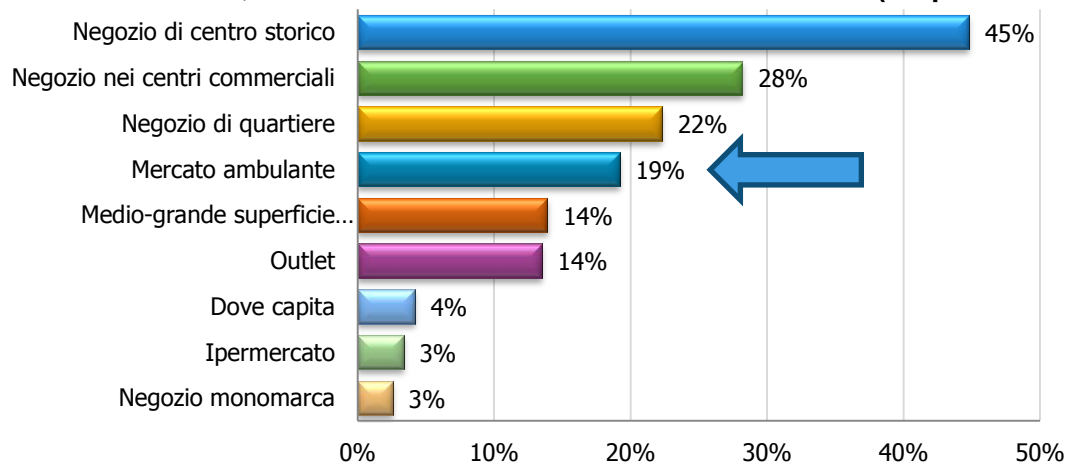
Sull'abbigliamento il mercato ambulante ha una quota importante, pari al 19%, superiore ad outlet e a medi e grandi specializzati.

## DOVE FA LA SPESA ALIMENTARE (Risposte multiple)



Fonte: "Indagine sugli stili di vita in Emilia Romagna - 2011" Iscom Group

## DOVE FA ACQUISTI DI ABBIGLIAMENTO E CALZATURE (Risposte multiple)



Fonte: "Indagine sugli stili di vita in Emilia Romagna - 2011" Iscom Group

# Le imprese del commercio ambulante

Per il sistema Unioncamere, in Emilia Romagna al 30/06/2013 risultano **9.546 imprese attive che operano nel commercio su aree pubbliche.**

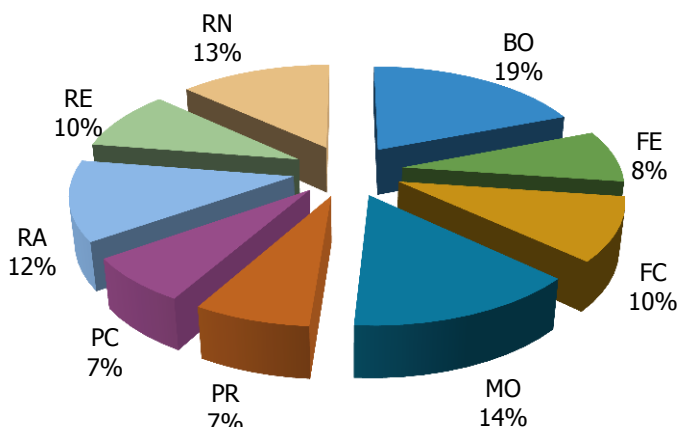
Anche questo dato ribadisce una leggera contrazione del comparto rispetto al 2012, pari al -0,8%.

In **provincia di Modena** si concentra il **14% delle imprese**: si tratta della seconda provincia in Emilia Romagna per numero di imprese attive, seconda solo a Bologna (19% del totale).

Il 92% delle imprese si presenta in forma di ditta individuale.

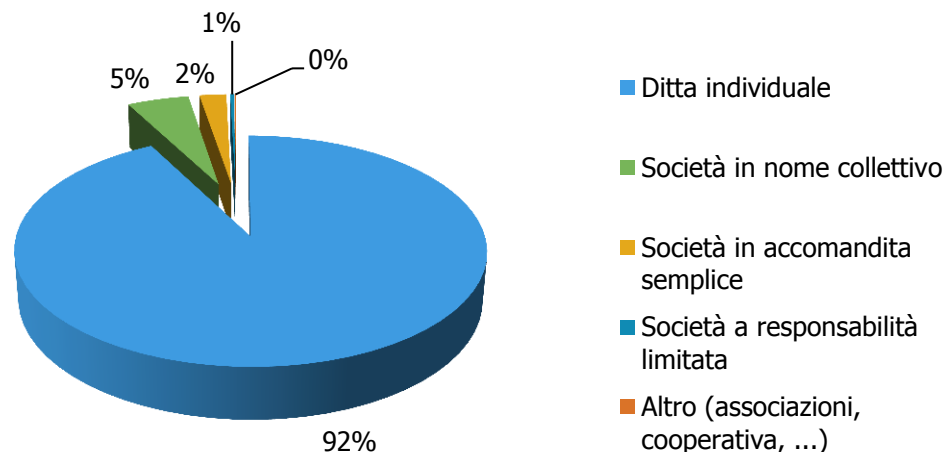
In provincia di Modena, **90 imprese su 100 sono ditte individuali**, 8 sono società in nome collettivo e 1 società in accomandita semplice.

## IMPRESE ATTIVE NELLE PROVINCE EMILIANO ROMAGNOLE



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 30-06-2013

## FORMA SOCIETARIA DELLE IMPRESE ATTIVE CON SEDE IN EMILIA ROMAGNA



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013

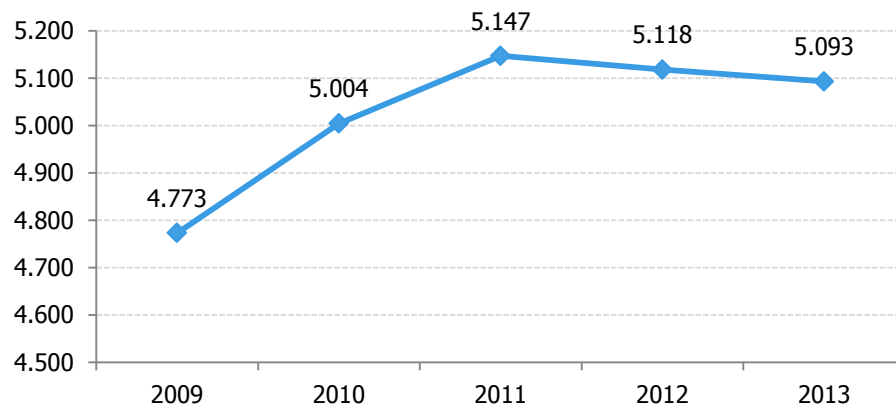
# La tipologia di offerta delle imprese del commercio ambulante

Il settore **alimentare** incide per il 17% circa sul totale e registra, negli ultimi tre anni, un trend in calo.

Il settore **tessile, abbigliamento e calzature** conta per il 53% ed è stato in aumento fino al 2011, mentre nell'ultimo biennio ha registrato un lieve calo (-1%).

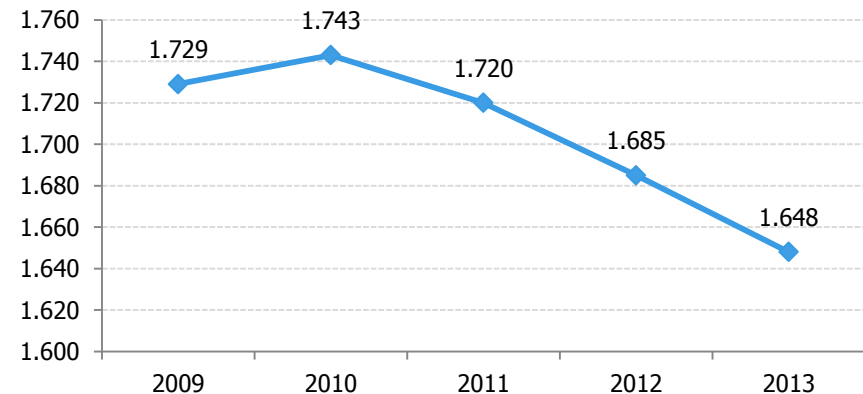
Sono invece in tendenziale crescita le aziende che si occupano di commercializzare di **altri prodotti** (+5,7% dal 2009 al 2012), seppur anche qui il 2013 si è contraddistinto per un lieve calo (-0,4%). Ora rappresentano il 30% del totale.

**Totale abbigliamento, tessile e calzature**



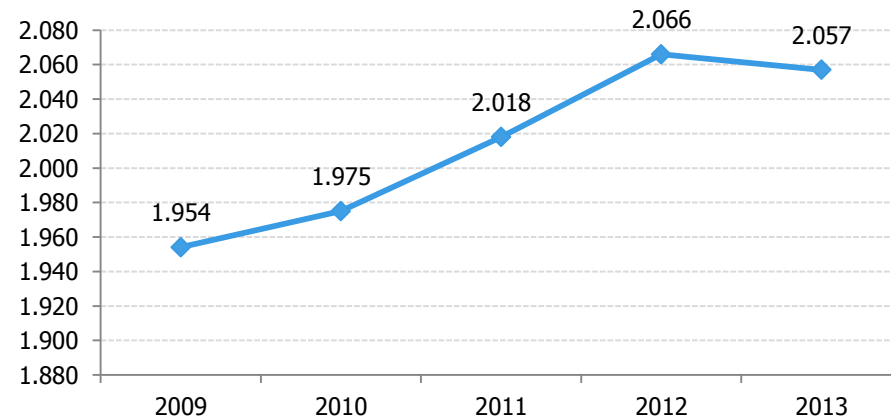
Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Unioncamere Emilia Romagna

**Alimentare**



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Unioncamere Emilia Romagna

**Altri Articoli**



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Unioncamere Emilia Romagna

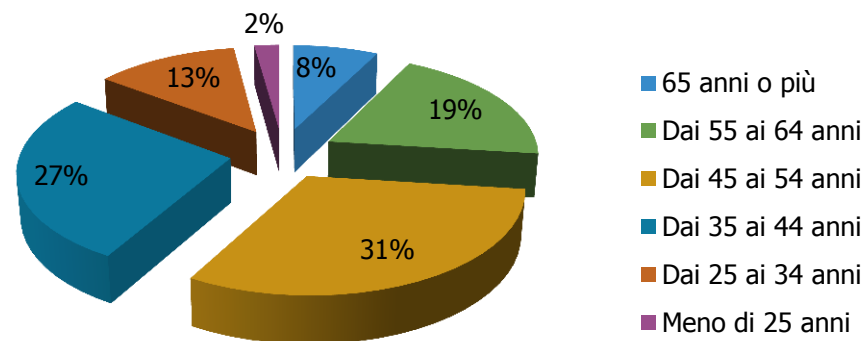
# Il profilo dei commercianti su aree pubbliche

In Emilia-Romagna, a marzo 2013, si contano 10.474 tra titolari, soci e altre figure rappresentative delle società.

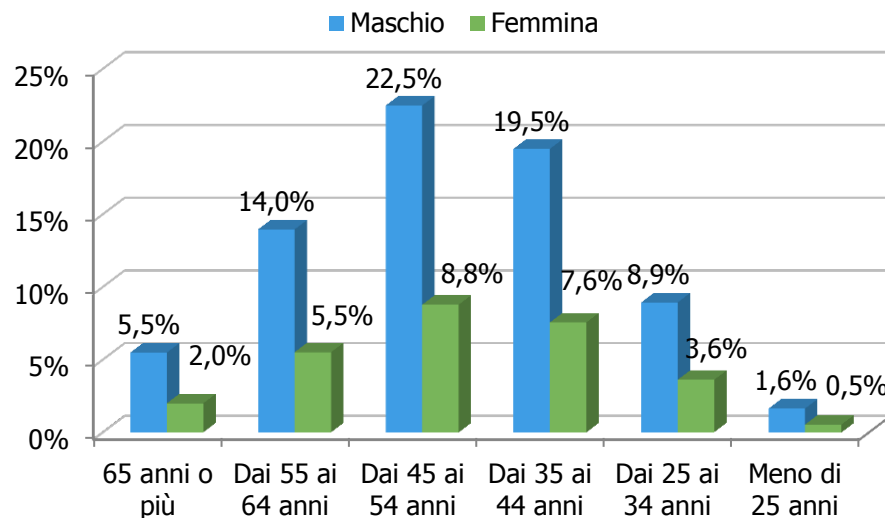
Il 78% ha un'età compresa tra i 35 ed i 64 anni; il 27% ha più di 55 anni e, presumibilmente, cesserà l'attività nel prossimo decennio.

Il 72% degli ambulanti sono uomini.

ETÀ DELLE PERSONE FISICHE OPERANTI NEL COMMERCIO AMBULANTE



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013



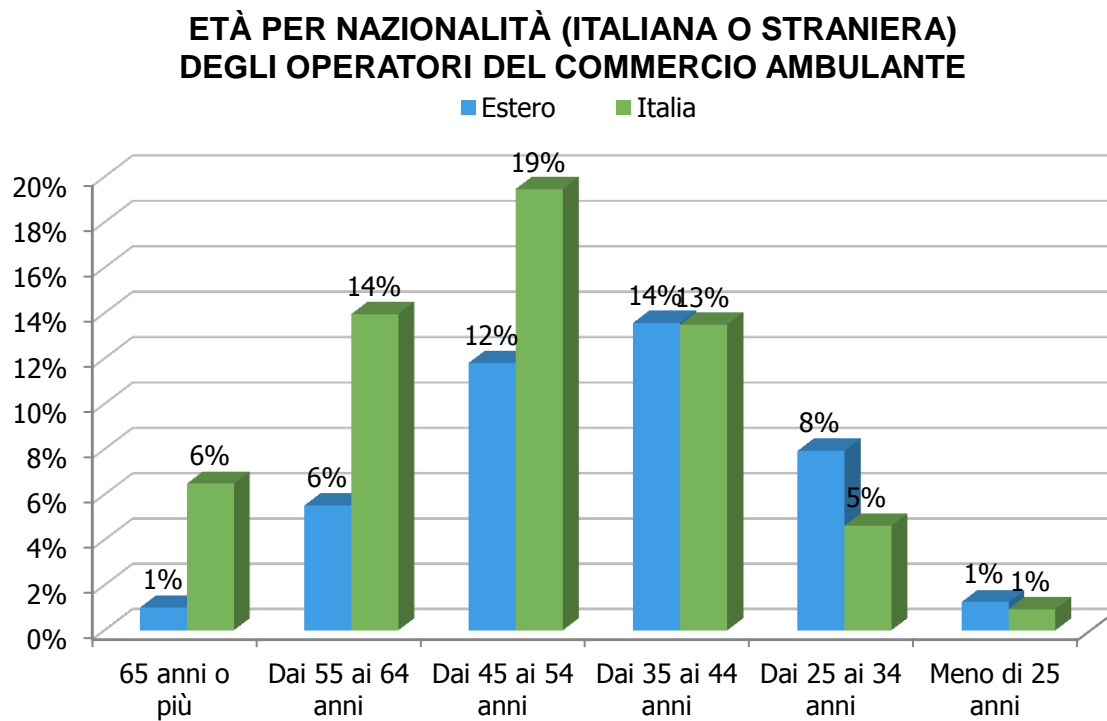
Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013

# Gli operatori stranieri

A livello regionale gli operatori nati all'estero sono il 41%, con percentuali superiori al 50% nelle province di Bologna (53%) e Ravenna (52%) e inferiori in quella di Modena (31%)

Il paese più rappresentato tra gli ambulanti è il Marocco (1/3 degli stranieri). Seguono a distanza Senegal e Cina con consistenze analoghe (circa il 13% degli stranieri).

Tra gli under 35 gli imprenditori stranieri hanno superato gli italiani.



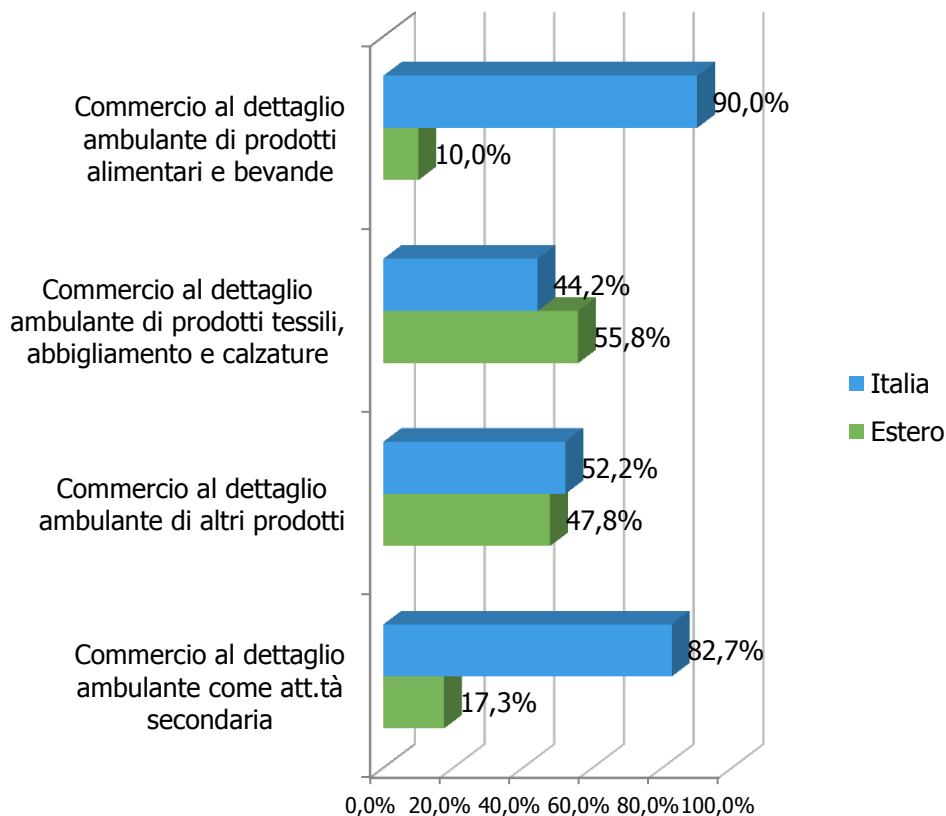
Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013

# Le categorie merceologiche

Gli imprenditori di nazionalità straniera sono concentrati nel settore dell'abbigliamento, (56%) e nel settore generico che comprende gli «altri prodotti» (in cui sono il 48% del totale).

Inferiore il peso assunto dall'imprenditoria straniera nel commercio di prodotti alimentari e bevande.

**CATEGORIA MERCEOLOGICA PER NAZIONALITÀ  
(ITALIANA O STRANIERA)**

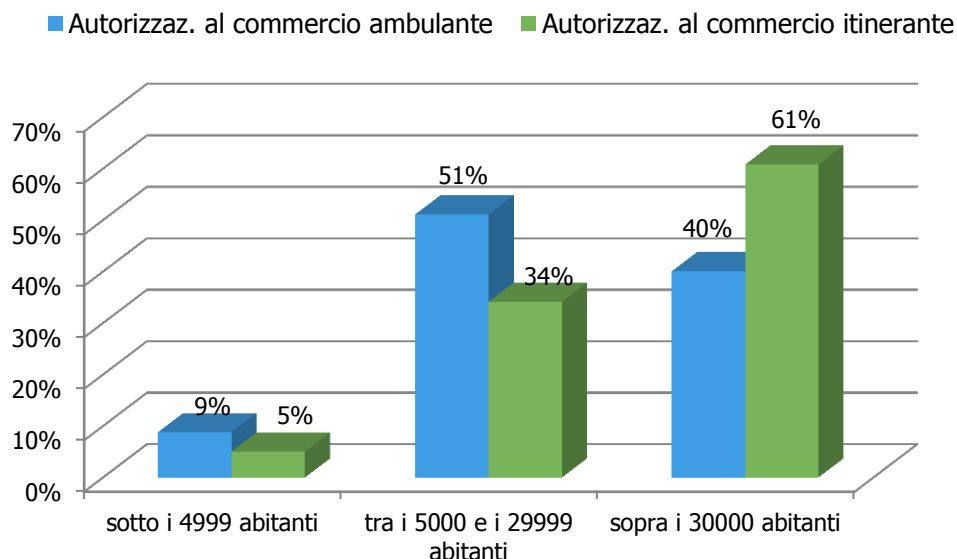


Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013

# Indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia-Romagna

- **124 Comuni rispondenti** (il 38,6% dei 321 Comuni che hanno almeno un mercato).
- **256 mercati** (il 35% dei 732 mercati ambulanti attivi in Emilia Romagna).
- **10.194 autorizzazioni al commercio ambulante** rilasciate, in media 86 per Comune.
- **8.313 autorizzazioni al commercio itinerante.**

## PERCENTUALI DI AUTORIZZAZIONI AL COMMERCIO AMBULANTE E ITINERANTE RILASCIATE DAI COMUNI IN BASE AL NUMERO DI ABITANTI



Fonte: indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia Romagna

Si tratta di dati estremamente elevati, se confrontati con il numero di imprese operanti nel settore.

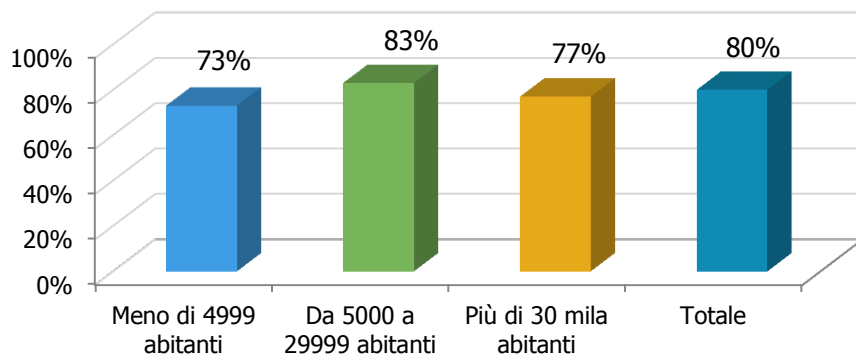
La probabile causa è il mancato aggiornamento dei registri comunali rispetto alle cessazioni o mancate attivazioni dell'azienda da parte degli operatori.

# Indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia-Romagna: i dati medi

Per ogni mercato presente, ogni Comune partecipante all'indagine ha fornito indicazioni in merito a:

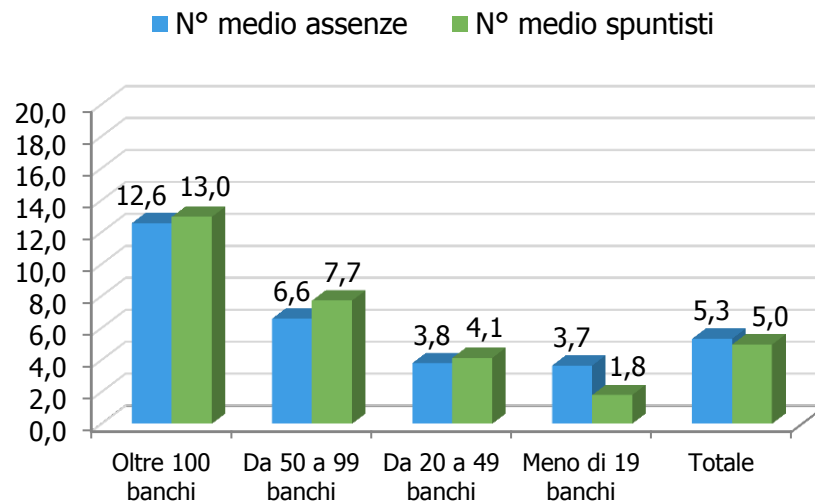
- Numero di banchi presenti, e fra questi quanti in concessione;
- Numero operatori concessionari, con quantificazione per residenza (provincia, Regione);
- Numero medio assenze per giornata e numero medio spuntisti.

## OPERATORI ITALIANI SUL TOTALE DEGLI OPERATORI CONCESSIONARI



Fonte: indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia Romagna

## NUMERO MEDIO DI ASSENZE E SPUNTISTI PER MERCATO



Fonte: indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia Romagna

Nei mercati più piccoli il numero medio di assenze è più elevato del numero medio di spuntisti che si presentano.

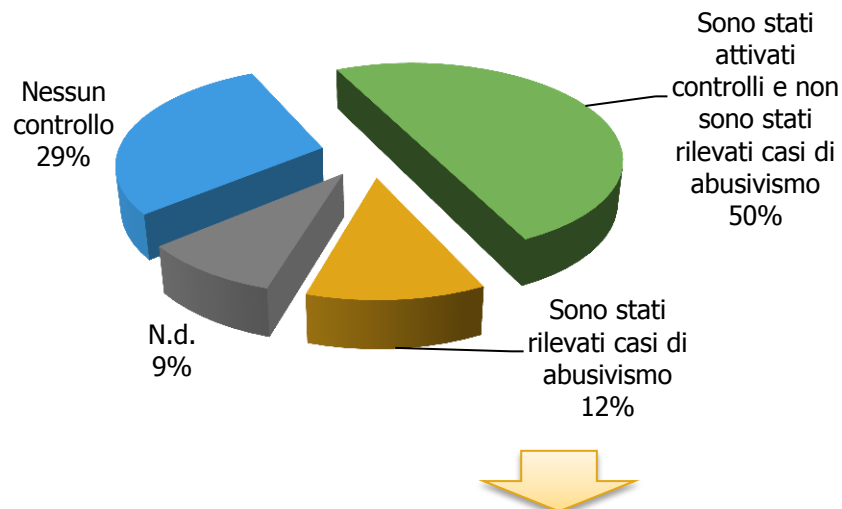
L'80% degli operatori con un posteggio in concessione è italiano.

# Indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia-Romagna: le problematiche

In merito alla presenza di criticità o di potenzialità particolari per i mercati del territorio, sono state raccolte indicazioni, spesso di natura diversa l'una dell'altra: sono molti i Comuni che hanno problematiche specifiche (esempio: flusso prevalentemente estivo, difficoltà a fornire energia elettrica, autorizzazioni decadute, ecc...).

Le difficoltà più comuni sono: problemi di **sicurezza**, **scarsa dimensione**, **promozione** e scarsa **qualità**.

## SONO STATI RILEVATI DEI CASI DI ABUSIVISMO NEI MERCATI DEL TERRITORIO?



- irregolarità DURC (7 casi)
- esercizio senza autorizzazione
- ampliamento non autorizzato
- contestato un imprenditore agricolo che vendeva prodotti non di propria produzione oltre i limiti consentiti

Fonte: indagine rivolta ai Comuni dell'Emilia Romagna

# LA PROVINCIA DI MODENA

***I principali risultati***

# I numeri del commercio ambulante in provincia di Modena

<b>N. mercati</b>	<b>85</b>
<b>Totale posteggi</b>	<b>4.039</b>
<b>N. posteggi medio</b>	<b>47,52</b>
<b>Residenti per posteggio</b>	<b>175</b>

In provincia di Modena sono presenti **85 mercati**, per un totale di **4.039 posteggi** (dati al 31-12-2012). In questa provincia si concentra quindi l'11,6% dei mercati e il 12,3% dei posteggi dell'Emilia Romagna.

Mediamente, nei mercati risultano 47,5 posteggi. La media in Emilia Romagna è di 44,8 posteggi: i mercati della provincia di Modena quindi sono **leggermente più grandi** rispetto al resto della regione.

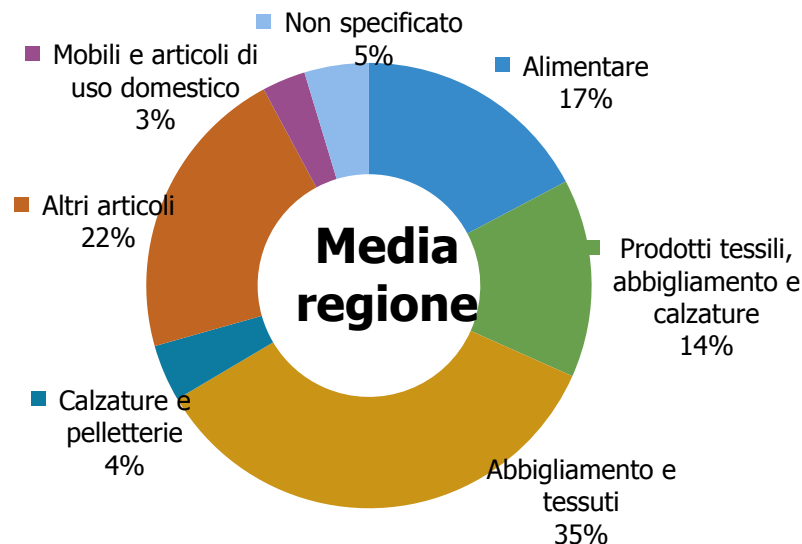
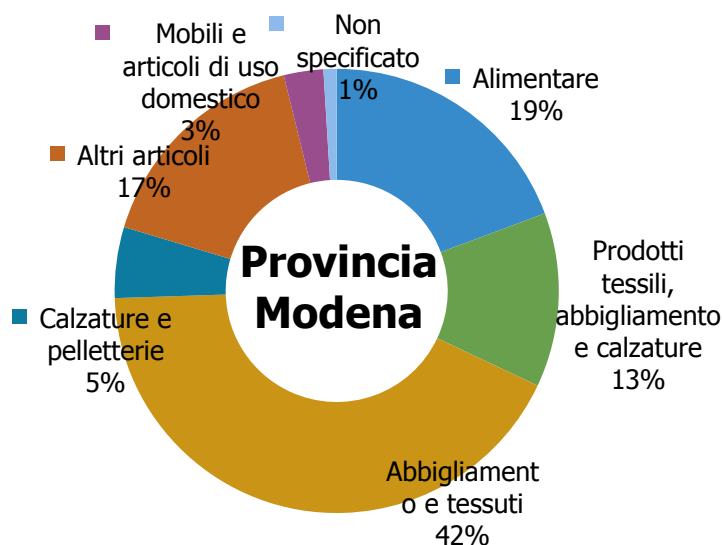
Per ogni posteggio ci sono 175 residenti; la dotazione regionale è pari a 136 residenti per posteggio: ciò comporta una capillarità inferiore in provincia di Modena rispetto al resto della regione (ci sono relativamente pochi posteggi rispetto agli abitanti).

Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Osservatorio del Commercio Regione Emilia Romagna

# Distribuzione per categoria merceologica

Delle **1.356 imprese che operano nel commercio su aree pubbliche** della provincia di Modena, il 19% rientra nel comparto alimentare. Specializzato nell'abbigliamento è il 42%, e nelle calzature il 5%.

Rispetto alla media regionale, risulta leggermente superiore l'incidenza del settore alimentare (2% in più) mentre diminuiscono le classificazioni generiche: in particolare gli «Altri articoli» in provincia di Modena sono il 17% rispetto al 22% della media Emilia Romagna.

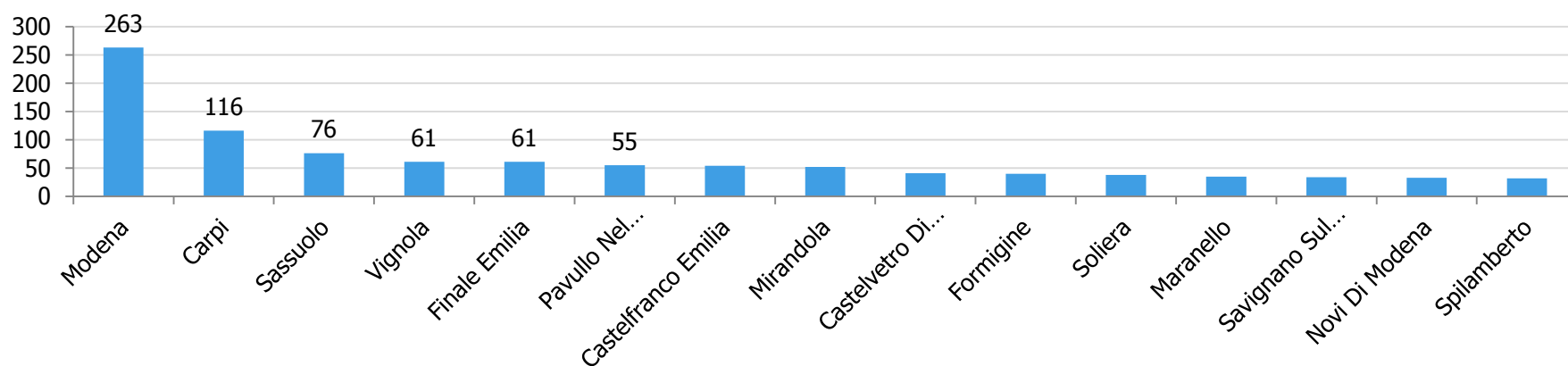


# Le imprese ambulanti registrate per comune

Nel Comune di Modena risulta iscritto il maggior numero di imprese del commercio ambulante della provincia: si tratta di 263 imprese. È il terzo «polo» dopo Bologna (dove si trovano 752 imprese) e Ravenna (422 imprese).

Gli altri Comuni del modenese rilevanti per numero di imprese del commercio ambulante sono Carpi, Sassuolo e Finale Emilia, rispettivamente con 116, 76 e 61 imprese.

**Numero di imprese ambulanti registrate per Comune della provincia di Modena**



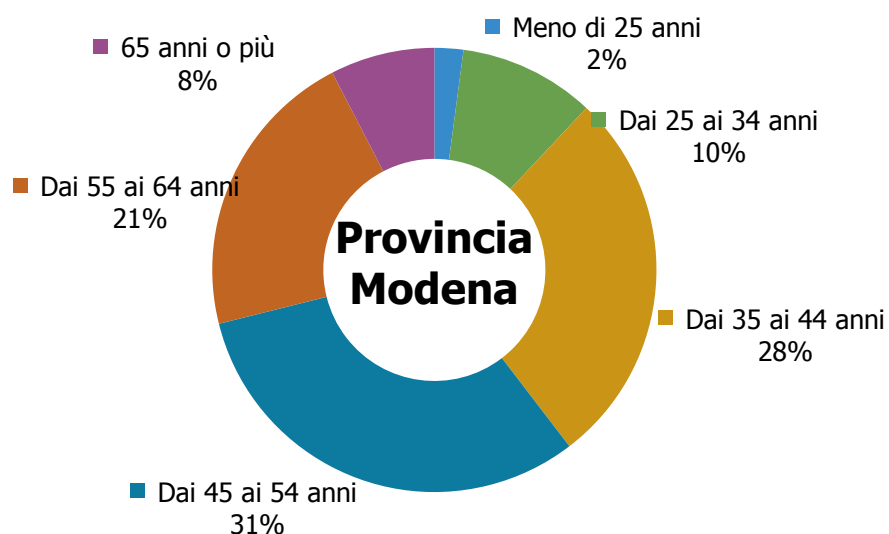
# L'età dei commercianti della provincia di Modena

In provincia di Modena gli ambulanti uomini sono il 71%, in linea con la media regionale.

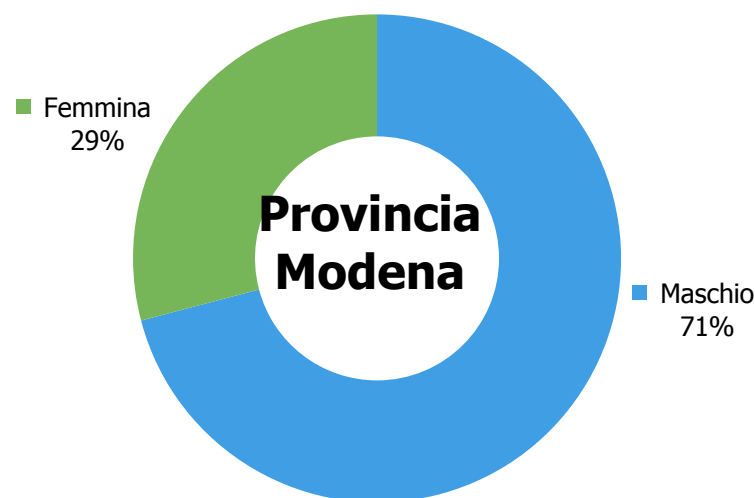
Gli intervistati sono **prevalentemente over 45**: si tratta del 60% degli ambulanti, un dato leggermente superiore rispetto alla media regionale.

Rispetto all'Emilia Romagna, risulta superiore di 2 punti percentuali la quota degli over 55, a discapito degli ambulanti under 34 (il 12% in provincia anziché il 15% in regione).

ETÀ DEGLI OPERATORI DEL COMMERCIO  
AMBULANTE



GENERE DEGLI OPERATORI DEL COMMERCIO  
AMBULANTE



Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013

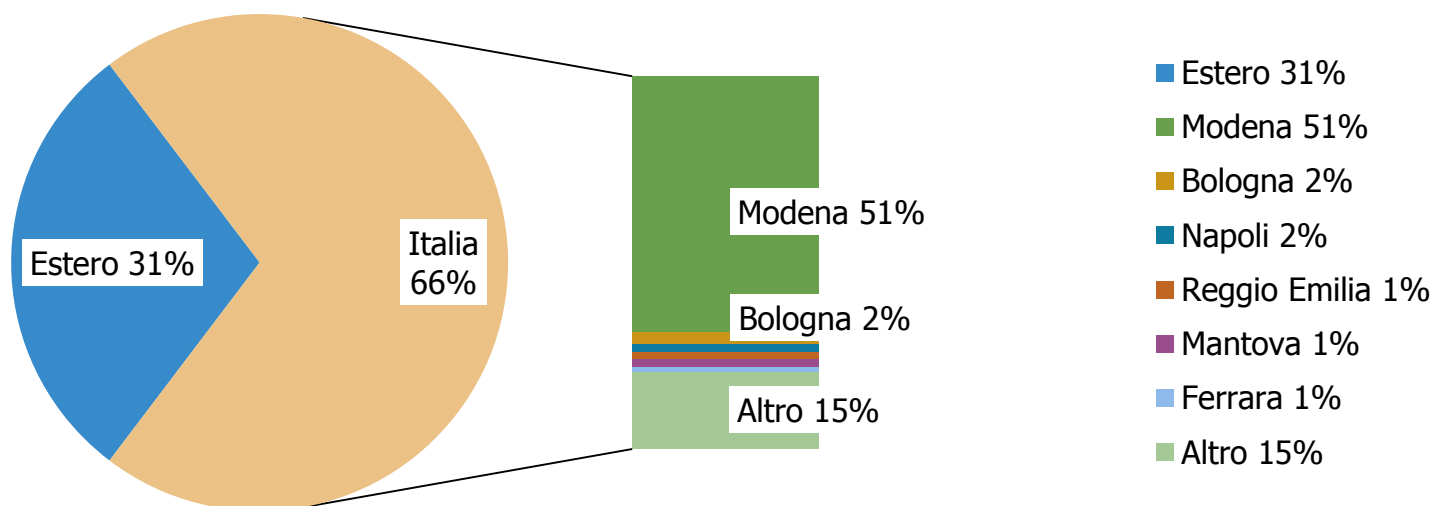
# Gli operatori stranieri della provincia di Modena

Il 51% degli operatori iscritti al Registro delle Imprese della provincia di Modena è residente nella stessa provincia di Modena: si tratta di **uno dei più elevati tassi di «radicamento»**.

Il 2% degli operatori è della vicina provincia di Bologna.

Gli operatori nati all'estero sono il 31% (un dato inferiore rispetto alla media emiliano-romagnola pari al 41%), prevalentemente nati in Marocco (18%). Presenti anche Cinesi (4%).

NAZIONALITÀ (ITALIANA O STRANIERA) DEGLI OPERATORI DEL COMMERCIO AMBULANTE

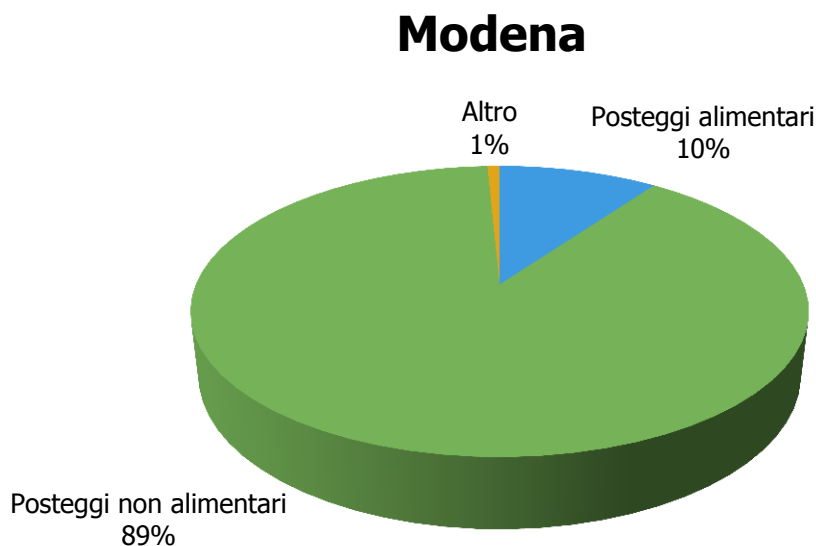


Fonte: elaborazioni Iscom Group su dati Registro delle Imprese al 31-03-2013

# Il dettaglio sul Comune di Modena

Nel Comune di Modena risultano iscritte **263 imprese ambulanti**.

Il mercato settimanale di Modena si tiene il lunedì: questo conta 392 posteggi (fonte: Osservatorio Regionale sul Commercio – anno 2012), ed è composto prevalentemente di banchi non alimentari (89% del totale).



# CONCLUSIONI

# *Qualità e legalità : minacce/criticità per il settore*

- **la liberalizzazione delle merceologie** vendute dagli operatori, che può portare alla perdita di varietà nei mercati, con un impoverimento della scelta merceologica derivante dalla tentazione di appiattimento degli operatori su prodotti a minor valore;
- **problemi legati alla “formula distributiva”**, quali: la difficoltà di realizzare politiche promozionali (a causa della frammentazione del settore), la crisi del comparto abbigliamento o i problemi strutturali dei mercati alimentari;
- la vendita di prodotti di scarsa qualità o di dubbia provenienza;
- la presenza di operatori improvvisati, che dequalificano l'intero mercato;
- la presenza di operatori che svolgono l'attività al di fuori delle norme vigenti, alimentando forme di concorrenza sleale.

**I controlli** delle irregolarità, che risultano in capo ai Comuni, presentano oggi alcune problematiche:

- **scarsa comunicazione tra i diversi uffici dell'Amministrazione Comunale:** uffici comunali addetti al rilascio dei titoli (SUAP, Ufficio Commercio, ecc.) e Polizia Amministrativa addetta ai controlli spesso non dialogano fra loro;
- **scarsità di risorse destinate al controllo:** a causa delle ristrettezze nei bilanci ed alle limitazioni nel turnover, in molti Comuni non c'è personale sufficiente né a livello operativo (Vigili Urbani), né amministrativo.

## **Quale ruolo dovranno assumere i mercati nel futuro delle nostre città?**

Il mercato rappresenta un elemento di caratterizzazione e di identità del territorio e della città e deve offrire a visitatori e turisti prodotti legati alla tipicità del territorio e/o di qualità.

Occorre **migliorare gli aspetti strutturali, intervenire sulla qualità e l'assortimento dei prodotti venduti.**

Il **comparto alimentare** ha un ruolo strategico e la forte presenza di operatori italiani in questo settore può aiutare percorsi di valorizzazione dei prodotti tradizionali e la sperimentazione di nuove modalità di servizio.

Si possono ipotizzare interventi utili per la riqualificazione dei mercati:

- **la promozione di processi di ristrutturazione dei mercati;**
- **la razionalizzazione dei lay out;**
- **politiche attive di promozione dei mercati.**

# *Le opportunità per il settore*

Il **DURC** è uno strumento da perfezionare per aumentarne l'efficacia e renderlo meno oneroso per l'impresa. Occorre in particolare:

- semplificare il processo di rilascio;
- evitare le sovrapposizioni di richieste tra i Comuni;
- ridurre i tempi di risposta.

E' opportuno **migliorare la connessione tra i diversi comparti della Pubblica Amministrazione** che si occupano, sotto vari aspetti, del settore.

**In un'ottica di sussidiarietà è importante rivalutare e valorizzare la collaborazione che gli operatori e le loro Associazioni di rappresentanza possono dare, pur nel rispetto dei differenti ruoli**, per supportare la Pubblica Amministrazione nel controllo del territorio e nella promozione dei mercati, grazie alla conoscenza diretta della problematiche di settore.

Ad esempio, buoni riscontri nella lotta all'abusivismo nei mercati si sono avuti laddove le aree mercatali vengono gestite in accordo o attraverso i **Consorzi**.

# *Il futuro del settore*

Il commercio su area pubblica è vitale e potenzialmente attraente per nuovi imprenditori; è opportuno perciò avviare percorsi per incentivare l'ingresso attraverso:

- strumenti (di affiancamento imprenditoriale, progettuali) che facilitino il **ricambio generazionale** nel settore;
- **percorsi formativi**, anche in collaborazione con gli operatori esistenti, per sviluppare le potenzialità del settore (es. conoscenza delle lingue straniere in ottica turistica), facendo ricorso alle nuove tecnologie per consentire un apprendimento veloce ed efficace con gli strumenti più adatti alle caratteristiche del settore;
- facilitazioni nell'**accesso al credito e per il finanziamento dello start up di nuove imprese**;
- incentivi al ricorso a **forme aggregative tra imprese**.

**Occorre poi attuare interventi volti all'integrazione degli operatori stranieri e al miglioramento professionale degli operatori.** La conoscenza di alcuni aspetti di base dell'attività (dalla lingua, al regime fiscale, alle responsabilità del venditore) sono elementi necessari per garantire un servizio minimo ai consumatori e per mantenere il livello qualitativo del settore.