

Camera dei Deputati
X Commissione permanente
Attività produttive, commercio, turismo

AUDIZIONE

FIVA CONFCOMMERCIO
Federazione Italiana Venditori Ambulanti e su aree pubbliche

Roma, 10 novembre 2020



Il commercio su aree pubbliche in Italia

Il commercio su aree pubbliche conta, al 30 giugno 2020, **177.168** imprese attive, compresa la ristorazione mobile, (*Dati Unioncamere*), di cui **93.849** di nazionalità extracomunitarie, **80.537** imprese italiane, il resto essendo costituito da imprese comunitarie o di nazionalità non classificata. **31.200** imprese sono gestite da donne. Rispetto all'anno di massima espansione (2017) si contano l'8% in meno di imprese attive. Rispetto allo scorso anno il calo è stato del 3,3% . Il settore è caratterizzato da un marcato *turn over* pari a circa il 17/20% delle imprese. Il numero complessivo degli addetti fra titolari, coadiutori e dipendenti è stimato intorno a 400.000. La gestione aziendale ha caratteri tipici dell'azienda familiare. Il settore rappresenta circa **un quinto** dell'intera distribuzione al dettaglio.

Pur con numeri diversi, evidentemente frutto di classificazioni statistiche non allineate, il commercio su aree pubbliche occupa la prima posizione in Europa, davanti alla Francia, per numero di imprese e numero di addetti ed è secondo, dietro la Francia stessa, per cifra d'affari (*cfr. Statistiche strutturali delle imprese, Eurostat, aggiornamento 27 ottobre 2020*).

Ai sensi dell'art.28 D.Lgs.114/1998 (e dei diversi ordinamenti regionali), il commercio su aree pubbliche opera su posteggi isolati, dei mercati o fiere dati in concessione per un periodo pluriennale ovvero in forma esclusivamente itinerante. Spesso le attività si intersecano fra loro quando possibile e consentito.

Soltanto per dare una idea del complesso di attività svolta, nel settembre 2020, secondo i dati raccolti dall'ufficio studi della Federazione, **nei 732 Comuni italiani con popolazione superiore a 15 mila abitanti** sono stati censiti **728** mercati a cadenza quotidiana con prevalenza di prodotti alimentari, e **2.111** mercati a cadenza periodica con prevalenza di prodotti non alimentari. Il numero dei posteggi, comprese le postazioni extramercato assomma a **34.139** a cadenza quotidiana (di cui 4.497 non assegnati) con oltre 640.000 mq di superficie. I posteggi dei mercati ed extramercato a cadenza periodica assommano a **173.730** (di cui 8.353 non assegnati) per un totale di 5.450.258 mq. di superficie. Il 13,04% dei posteggi quotidiani e il 4,11% dei posteggi periodici sono occupati dai produttori e imprenditori agricoli.

Negli altri 7.171 Comuni sono stimati altri **36** mercati a cadenza quotidiana con 1.626 posteggi (di cui 220 non assegnati) e altri 300 posteggi isolati. La superficie totale è di 32.016 mq.; altri **4.015** mercati a cadenza periodica con 107.850 posteggi (di cui 4.670 non assegnati) e 1.926 posteggi extramercato. La superficie totale è pari a 3.247.480 metri quadrati. Completano l'offerta oltre 350 mercati stagionali nelle località rivierasche e turistiche con 10.151 posteggi cui si uniscono altri 1.645 posteggi stagionali extramercato. Praticamente impossibile censire le fiere, le sagre e gli altri eventi, stimabili in oltre 6.000 all'anno in tutto il territorio nazionale e che rappresentano un crocevia privilegiato non solo per le tradizioni tipiche locali ma anche lo sbocco economico per il piccolo artigianato e le lavorazioni non industriali.



In sostanza, il commercio su aree pubbliche, per struttura distributiva e numeri, rappresenta un settore importante del dettaglio e svolge due funzioni **storicamente riconosciute**, quella di portare il servizio commerciale nelle aree dove esso è carente specialmente nelle aree interne e più svantaggiate e quella di servire la fascia più debole del consumo. Ancora oggi il **54%** degli italiani di età superiore ai 24 anni va regolarmente al mercato sia esso giornaliero che periodico e il **46,4%** di essi lo fa perché trova prezzi più convenienti. (*Indagine Format research, ottobre 2020*).

Il decennio 2010-2020

Il decennio appena trascorso è stato assai problematico per il commercio su aree pubbliche alle prese con l'applicazione della Direttiva 2006/123/CE, meglio conosciuta come *Direttiva Bolkestein*, e con le questioni ad essa connesse in tema di rilascio e rinnovo delle concessioni. Un decennio di incertezza sul futuro della propria impresa che non è ancora ben definito.

Il D.Lgs.59/2010 e la conseguente Intesa in Conferenza Unificata 5 luglio 2012 prefigurava un sistema che, seppur rispettoso dei principi della Direttiva comunitaria, costituiva una buona base a tutela della categoria.

Successivamente, a partire dal DL 244/2016 convertito in Legge 19/2017 il cui comma 8 dell'art.6 introduceva contestualmente la proroga delle concessioni al 2018 e impegnava le Amministrazioni che ancora non vi avessero provveduto alle procedure previste dall'Intesa, non vi è stata legge finanziaria che non sia intervenuta sulla materia. Subito dopo, con Legge 205/2017, è stata disposta una ulteriore proroga al 31 dicembre 2020 (comma 1180) insieme con una nuovo criterio procedurale per l'assegnazione delle concessioni (comma 1181) del tutto assurdo.

Come noto, da ultimo, il comma 686 dell'art.1 della Legge 145/2018 (Legge di Bilancio 2019) ha introdotto significative novità in materia di commercio su aree pubbliche attraverso l'esclusione del settore dall'ambito di applicazione della Direttiva Servizi (D.Lgs. 26 marzo 2010 n.59 di recepimento della Direttiva 2006/123/CE meglio conosciuta come Direttiva Bolkestein). **E' però paradossale annotare come le ultime due leggi di Bilancio** (la 205/2017 e, appunto, la 145/2018) **siano intervenute con maxi emendamenti recanti provvedimenti di riforma del settore in un quadro del tutto eterogeneo con norme del tutto estranee ai necessari contenuti della legge di bilancio e senza la possibilità di un serio approfondimento parlamentare e con le categorie.** Certamente sono state norme giustificate dall'urgenza di provvedere che, tuttavia, hanno lasciato larghi vuoti normativi e senza nemmeno prefigurare un regime transitorio, talché si rischia – oggi – di arrecare ulteriore incertezza al quadro normativo.

Il comma 4-bis dell'art.181 del D.L. 34/2020 convertito in Legge 77/2020 **ha finalmente messo una parola finale** quantomeno sul rinnovo delle concessioni. Resta però il fatto che – **ad oggi** – le Linee Guida che il Ministero dello Sviluppo Economico avrebbe dovuto emanare entro il 30 settembre non si sono ancora viste, nonostante che il lavoro preparatorio delle Regioni e delle Associazioni



sia stato definito ben prima della scadenza del termine. Il che significa mettere a rischio la scadenza del 31 dicembre per dare fiato a richieste di proroga che la categoria **non vuole** perché significherebbe prolungare ancora uno stato di incertezza normativa che si traduce, fatalmente, in una incertezza organizzativa, specialmente in un momento di crisi come quello attuale.

L'emergenza coronavirus

In questo scenario così problematico è piombata l'emergenza *coronavirus*. L'emergenza in atto nel Paese, a seguito dell'epidemia COVID-19, rende certamente necessari gli interventi di salvaguardia della salute pubblica che si stanno susseguendo ormai a ritmo giornaliero. Al Paese e alle imprese è stato chiesto uno sforzo eccezionale e non saranno certo i commercianti su aree pubbliche a sottrarsi a un elementare dovere che li chiama in causa, prima ancora che come imprese, quali cittadini di uno Stato moderno.

Tuttavia nemmeno è possibile ignorare le pesanti ricadute che, sul piano dell'intrapresa economica, l'emergenza ha prodotto e che, presumibilmente, provocherà nei mesi a venire. Le notizie che ci pervengono prefigurano un lodevole intervento del Governo a sostegno dell'economia con un impegno finanziario straordinario. Abbiamo fiducia che, anche su questo versante, gli sforzi del Paese saranno riconosciuti.

Secondo le stime della Federazione, rispetto al volume di affari registrato nel 2019, le attività di commercio su aree pubbliche hanno perso, dal 23 febbraio ad oggi, dai 4,2 ai 5,6 miliardi di volume d'affari (con una contrazione percentuale negativa che oscilla dal 23% al 28%) e si avviano a perderne ancora almeno un altro 1,85 se l'attività non riprende in tempi brevi, tenuto conto che, tradizionalmente, il mese di dicembre rappresenta una fetta importante di fatturato. Il dato negativo è sostanzialmente uniforme su tutto il territorio nazionale con punte più elevate nel Mezzogiorno e nelle Isole. In termini merceologia i dati di contrazione più evidente riguardano il comparto dell'abbigliamento e del vestiario, comprese le calzature che registra perdite dal 24,2% al 32,4% anche a causa della perdita del fattore di stagionalità primaverile che da solo vale circa un terzo dell'intero fatturato annuo e che quest'anno è venuto a mancare. L'altro comparto che accusa perdite più evidenti è quello della ristorazione mobile dal 22,4% al 38,8% che svolge la sua attività soprattutto nelle fiere.

Sono soprattutto gli operatori delle fiere, delle sagre e degli eventi – sportivi o musicali che siano – ad aver subito i danni maggiori. Di fatto queste attività, stimabili nel 10/15% sul totale delle imprese attive, svolgono prevalentemente l'attività su fiere e sagre e non hanno concessioni di posteggio su mercati. E sono ferme – per decreti o per ordinanze autonome delle Autorità Locali – sostanzialmente dal mese di febbraio, con una perdita economica stimabile fra il 60% e l'80% di fatturato rispetto al 2019. Sono anche, questi operatori, quelli che hanno ricevuto meno ristori rispetto al resto del settore.

Per non parlare degli operatori delle città turistiche e d'arte che hanno visto la loro attività dimezzata dalle misure restrittive che hanno fortemente fermato i flussi turistici.



In sostanza tutti i segmenti del commercio su aree pubbliche hanno sofferto – e stanno ancora soffrendo – la crisi, senza godere di quelle attenzioni riservate ad altri comparti.

Per la verità sotto questo profilo, il commercio su aree pubbliche è stato abbastanza negletto. E non soltanto in termini di ristori. Basta guardare i vari provvedimenti restrittivi che hanno colpito soprattutto i mercati e basta guardare gli esoneri tributari concessi sull'occupazione di suolo pubblico, per altri settori accordati fino a dicembre con possibilità di ulteriori occupazioni concesse a titolo gratuito. Al commercio su aree pubbliche – che per titolo normativo lavora soltanto su suolo pubblico – gli esoneri sono stati accordati soltanto per l'occupazione temporanea e fino al 15 ottobre.

L'emergenza coronavirus sta in parte modificando le abitudini d'acquisto dei consumatori e ciò incide sui fatturati delle imprese di commercio su aree pubbliche. Anche se una percentuale non rilevante di italiani pensa che il mercato non sia un luogo sicuro (meno del 10%), pure l'emergenza ha prodotto la frequenza di spesa presso i mercati stessi, stimata in circa il 7% in meno (*Indagine Format Research, ottobre 2020*).

Piuttosto va data doverosa notizia del *sentiment* degli operatori di commercio su aree pubbliche che la Federazione ha fatto testare. Il 72,5% ha una scarsa fiducia nell'azione svolta dal Governo e dalle Regioni per affrontare l'emergenza sanitaria ed economica e, indipendentemente la grado di fiducia, il 52% ritiene del tutto insufficienti le misure messe in campo (*Indagine Format Research, ottobre 2020*). Questi dati preoccupano notevolmente per la tenuta del sistema e, soprattutto, lasciano pensare ancora a un futuro piuttosto problematico.

L'impatto negativo delle conseguenze dell'emergenza è stimato **nella perdita di circa un quarto delle imprese che, complessivamente, non sono fortemente strutturate sul piano economico per sopravvivere oltre un certo limite fisiologico.**

Prospettive di rilancio

Se c'è un tratto comune che lega questi giorni difficili, esso è rinvenibile nella *"invisibilità"* del settore nei vari e diversi provvedimenti adottati. Quello che è parso mancare, pur nel doveroso riconoscimento nei confronti di Governo e Parlamento per le varie misure adottate per il lavoro, per la sanità e per la società in generale, è stata una visione d'insieme **o di sistema** per le attività commerciali con un ricorso costante ad aspetti tecnicistici, come la codificazione Ateco, palesemente non rappresentativi della realtà.

Allora non si tratta di fare una *lista della spesa* quanto di mettere in campo un insieme di azioni coordinate fra loro che, in qualche modo, contribuiscano a far superare l'attuale momento di difficoltà e a creare le condizioni utili al rilancio del settore del commercio su aree pubbliche.

(Misure contingenti)

Sul fronte della liquidità e dei ristori appare necessario



- prevedere gli opportuni contributi a fondo perduto per gli operatori fieristi e degli eventi sportivi e musicali attraverso una “una tantum” significativa ovvero attraverso un fondo da far gestire alle Regioni, che meglio conoscono la realtà del territorio, da corrisponderci in base al numero degli eventi non svolti ovvero in proporzione al calo di fatturato;
- prevedere lo stesso contributo per tutti gli operatori dei mercati interessati dalle ulteriori restrizioni del DPCM 3 novembre;
- esonerare dal pagamento del suolo pubblico anche il commercio su aree pubbliche, sia per l’occupazione temporanea sia per quella permanente, e sia in regime di Tosap che di Cosap, fino al 31 dicembre 2020;
- sospensione totale della tassazione locale e dal versamento dei contributi previdenziali per il commercio su aree pubbliche anche per il 2021 (*un anno bianco*) al fine di ricostituire la liquidità necessaria alle imprese;
- rinvio della certificazione telematica dei corrispettivi e della connessa *lotteria degli scontrini* al 1 gennaio 2022.
- sospensione dell’applicazione degli studi di settore per l’anno di imposta 2020 o, quantomeno, revisione degli ISA in direzione di una maggiore tollerabilità.

Sul piano della normativa di carattere restrittivo si chiede al Parlamento, pure in considerazione della non competenza istituzionale, di orientare il Governo circa la sproporzionalità di talune norme. Non si comprende infatti la *ratio* che prevede la vendita di prodotti di prima necessità (allegato 23 del DPCM 3 novembre) anche in forma ambulante meno che sui mercati coperti o scoperti che siano.

(Misure strutturali)

Crediamo sia utile provvedere all’innalzamento – per le attività di commercio su aree pubbliche – del limite per l’applicazione del regime forfetario, stabilito dalla legge finanziaria 2019, fino a € 150.000. Si otterrebbe una maggiore semplificazione e un minor carico burocratico per le imprese.

Sono anche necessarie maggiori facilitazioni per l’accesso al credito di garanzia da parte delle piccole imprese di commercio su aree pubbliche e per l’incentivazione all’esodo (in analogia con i lavori usuranti).

Sarebbe altresì di estrema utilità la costituzione di un fondo speciale che operi a favore delle imprese, quantomeno per il sostegno al rinnovamento del parco mezzi in coincidenza dell’introduzione di misure ambientali più restrittive e che concorra ad un miglior decoro urbano dei mercati e dei banchi, soprattutto nei centri storici. Allo stesso fondo potrebbero attingere gli Enti Locali per l’ammodernamento delle aree mercatali e delle reti connesse, anche telematiche.

Infine pensiamo sia arrivato il tempo per una iniziativa parlamentare **di riordino delle norme** in materia di commercio su aree pubbliche che colmi le lacune cui si accennava in premessa con un sistema di **regole minime certe e valide per ogni realtà territoriale** e che definisca con certezza,



anche in ossequi al dettato costituzionale, il riparto delle competenze fra Stato e Regioni. Peraltro, detto riordino potrebbe costituire il miglior antidoto per combattere l'abusivismo che non è solo e soltanto quello che appare all'esterno ma è anche, se non soprattutto, quello dovuto alla concorrenza sleale derivante dalla mancata osservanza delle obbligazioni tributarie e fiscali, dalle troppe anomalie regolamentari, dalla mancanza di formazione, dalle troppe persone che utilizzano il settore come una sorta di "mordi e fuggi" non avendone né i titoli amministrativi o camerali, né la predisposizione a investire sul medio/lungo termine. Oppure che utilizzano il settore come possibilità esclusivamente speculativa. Abbiamo bisogno di stabilità e sicurtà, soprattutto per invogliare i giovani a rivolgersi verso questa forma di commercio.

Conclusioni

La prima legge di riforma del settore è datata 19 maggio 1976 (la n.398): da allora il commercio su aree pubbliche è cresciuto in termini di struttura e si è profondamente modificato in termini di servizio, rappresentando una parte significativa della distribuzione al dettaglio. Merita quindi una concreta attenzione da parte delle Pubbliche Istituzioni.

Il riaccutizzarsi del fenomeno epidemiologico e le recenti misure restrittive adottate con il DPCM 3 novembre nonché la prevedibile, ulteriore, stretta dei giorni a venire contribuiscono a rendere ancora più precaria la situazione del settore (in particolare le fiere, sagre ed eventi), già duramente provato dal precedente *lockdown*.

Servono quindi politiche e azioni concrete di rilancio urgenti e di sistema. FIVA CONFCOMMERCIO non mancherà di dare la propria collaborazione e il proprio sostegno ad ogni iniziativa in tal senso. La ripresa sarà lentissima e ci vorrà del tempo prima che i mercati tornino ad essere i centri di servizio e di aggregazione che erano prima del virus. La flessibilità di cui le nostre imprese sono dotate – e che finora ha costituito una delle nostre caratteristiche più importanti – rischia di costituire una palla al piede per la mancanza di risorse che ne consentano la sopravvivenza oltre un certo limite fisiologico.

E quando chiude una impresa chiude un pezzo di Paese.



LE IMPRESE ATTIVE DI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE AL 30 GIUGNO 2020

Regione	Cod.ATECO 478	Cod.ATECO 4781	Cod.ATECO 4782	Cod.ATECO 4789	Cod.ATECO 56104	TOTALE	Di cui Extracom.	Imprese Femminili
Piemonte	737	3.000	4.320	2.544	231	10.832	3.674	2.809
Valle d'Aosta	0	25	51	23	11	110	37	29
Lombardia	768	4.331	8.260	6.375	456	20.190	10.489	3.414
Liguria	193	620	2.122	1.607	35	4.577	2.779	1.016
Prov. Aut. Bolzano	4	170	206	79	18	477	136	95
Prov. Aut. Trento	11	118	223	110	25	487	192	89
Veneto	327	1.992	4.179	2.826	228	9.552	4.318	2.110
Friuli Venezia Giulia	63	234	726	406	50	1.479	692	310
Emilia Romagna	258	1.427	4.267	2.062	213	8.227	3.647	2.057
Toscana	238	1.740	6.234	4.423	157	12.792	7.345	2.607
Umbria	125	331	990	683	25	2.154	1.309	461
Marche	72	720	2.076	1.363	64	4.295	2.302	873
Lazio	1.534	3.497	4.924	6.301	313	16.569	8.637	3.235
Abruzzo	266	793	1.499	1.644	108	4.310	2.206	844
Molise	55	200	266	202	17	740	359	106
Campania	1.363	3.433	8.530	14.628	258	28.212	17.401	4.065
Puglia	791	3.463	3.942	6.814	308	15.318	6.240	1.844
Basilicata	52	320	295	377	35	1.079	457	158
Calabria	567	1.185	4.843	8.689	77	10.315	7.430	1.485
Sicilia	885	3.318	5.569	3.777	313	18.774	9.689	2.755
Sardegna	123	1.015	2.349	3.018	174	6.679	4.510	838
ITALIA	8.432	31.932	65.871	67.817	3.116	177.168	93.849	31.200
	4,76%	18,02%	37,18%	38,28%	1,76%	100,00%	52,97%	17,61%
30 giugno 2019	9.209	32.881	68.549	69.519	3.011	183.169	96.451	32.418
30 giugno 2018	10.007	33.846	71.999	71.942	2.960	189.854	99.236	33.674
30 giugno 2017	10.612	34.336	73.560	71.374	2.767	192.649	100.151	34.415

Fonte: Elaborazioni Fiva Confcommercio su dati Unioncamere

CODICI ATECO

47.8 COMMERCIO AL DETTAGLIO AMBULANTE

Commercio al dettaglio di articoli nuovi o usati in banchi, di solito smontabili, collocati su una strada pubblica oppure in un posto fisso all'interno di un mercato

47.81 Commercio al dettaglio ambulante di prodotti alimentari e bevande

47.81.01 Commercio al dettaglio ambulante di prodotti ortofrutticoli

47.81.02 Commercio al dettaglio ambulante di prodotti ittici

47.81.03 Commercio al dettaglio ambulante di carne

47.81.09 Commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti alimentari e bevande nca

Dalla classe 47.81 è esclusa: - somministrazione di cibi preparati per il consumo immediato (venditori ambulanti di cibo), cfr. 56.10

47.82 Commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature

47.82.01 Commercio al dettaglio ambulante di tessuti, articoli tessili per la casa, articoli di abbigliamento 47.82.02 Commercio al dettaglio ambulante di calzature e pelletterie

47.89 Commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti 47.89.0 Commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti

47.89.01 Commercio al dettaglio ambulante di fiori, piante, bulbi, semi e fertilizzanti

47.89.02 Commercio al dettaglio ambulante di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura; attrezzature per il giardinaggio

47.89.03 Commercio al dettaglio ambulante di profumi e cosmetici; saponi, detersivi ed altri detergenti per qualsiasi uso

47.89.04 Commercio al dettaglio ambulante di chincaglieria e bigiotteria

47.89.05 Commercio al dettaglio ambulante di arredamenti per giardino; mobili; tappeti e stuoie; articoli casalinghi; elettrodomestici; materiale elettrico - commercio al dettaglio ambulante di elettrodomestici ed elettronica di consumo audio e video; materiale elettrico - commercio al dettaglio ambulante di arredamenti per giardino, mobili, articoli diversi per uso domestico

47.89.09 Commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti nca - commercio al dettaglio ambulante di tappeti e scendiletto - commercio al dettaglio ambulante di libri - commercio al dettaglio ambulante di giochi e giocattoli - commercio al dettaglio ambulante di registrazioni musicali e video - commercio al dettaglio ambulante di articoli usati

56.10.4 Ristorazione ambulante e gelaterie ambulanti

56.10.41 Gelaterie e pasticcerie ambulanti

56.10.42 Ristorazione ambulante - furgoni attrezzati per la ristorazione ambulante di cibo pronto per il consumo - preparazione di cibo per il consumo immediato presso banchi del mercato



Imprese di commercio su aree pubbliche in Europa - 2018

Paese	Numero imprese		Volume affari*		Addetti in totale**		Media impresa
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	
Belgio	4.041	3.903	530,1	573,0	5.184	5.763	1,477
Bulgaria	2.971	2.899	31,8	33,0	3.898	3.794	1,309
Repubblica Ceca	2.326	2.092	97,3	96,3	2.312	2.081	0,995
Danimarca	171	185	46,0	54,2	552	783	4,232
Germania	6.224	6.148	1.393,2	1420,0	25.510	25.052	4,075
Estonia	318	321	52,7	-	902	-	2,836***
Irlanda	379	355	82,4	118,5	592	597	1,682
Grecia	9.352	8.807	177,9	172,0	10.336	10.099	1,147
Spagna	37.654	41.195	1.731,6	1.726,9	47.007	50.092	1,216
Francia	82.261	81.229	4.566,2	4.729,5	92.603	88.390	1,088
Croazia	1.876	1.658	45,4	42,5	2.759	2.068	1,247
ITALIA	87.902	84.196	4.710,5	4.552,2	116.921	112.626	1,338
Cipro	67	78	2,5	2,9	77	89	1,141
Lettonia	2.346	2.143	61,9	54,8	4.449	4.059	1,894
Lituania	18.732	16.975	246,5	236,8	12.899	11.576	0,682
Lussemburgo	107	114	10,0	12,1	131	149	1,307
Ungheria	6.352	6.427	131,2	130,3	8.409	8.705	1,354
Malta	488	--	-	-	-	-	-
Olanda	12.260	11.947	1.259,9	1.312,7	18.832	18.370	1,538
Austria	1.025	1.031	136,6	142,1	2.339	2.359	2,288
Polonia	36.476	31.969	1.072,9	1.056,1	46.047	39.411	1,233
Portogallo	15.180	15.055	261,4	275,4	16.222	16.249	1,079
Romania	4.755	4.651	239,3	248,7	8.479	8.216	1,767
Slovenia	338	353	12,3	12,0	412	431	1,221
Slovacchia	823	770	50,0	42,1	1.394	1.167	1,516
Finlandia	321	308	41,5	44,0	477	456	1,481
Svezia	1.854	1.787	129,6	132,0	909	1.116	0,625
TOTALE UE	338.616	328.614	17.120,7	17.220,1	429.652	413.698	1,267
Regno Unito	2.271	---	762,5	786,9	7.362	8.313	3,242***
Islanda	8	---	0,3	0,3	8	3	1,000***
Norvegia	193	189	25,4	27,5	285	311	1,646
Svizzera	88	99	-	-	254	241	2,434
Macedonia del Nord	360	---	5,2	5,5	669	663	1,858***
Serbia	9	---	2,6	2,8	-	-	-
Bosnia Erzegovina	1.297	---	39,5	-	1.417	-	1,093***
TOTALE EUROPA	340.825		17.956,1	18.043,1	439.647	423.	1.290***

Fonte: Elaborazioni Fiva Confcommercio su dati Eurostat /SBS – Dati aggiornati al 27.10.2020

* in milioni di euro

** titolari e dipendenti

*** valore del rapporto addetti per impresa 2017



Struttura di servizio del commercio su aree pubbliche 1

COMUNI CON POPOLAZIONE SUPERIORE A 15.000 ABITANTI – MERCATI QUOTIDIANI E RELATIVI POSTEGGI												
Area Geografica	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
Nordovest	175	94	2.578	47.727	547	4.568	2.118	45.387	1.275	24.674	5.243	122.356
Nordest	133	65	847	15.730	95	968	390	6.544	206	4.544	1.332	27.786
Centro	142	279	4.875	83.318	1.154	14.162	3.783	57.747	1.078	19.411	9.812	174.638
Mezzogiorno	201	235	4.005	72.190	1.620	19.610	1.943	42.046	1.120	20.523	7.568	154.369
Isole	81	55	3.115	34.198	547	3.705	495	6.713	718	9.646	4.157	54.262
TOTALE ITALIA	732	728	15.420	253.163	3.963	43.013	8.729	158.437	4.397	78.798	28.112	533.411

COMUNI CON POPOLAZIONE SUPERIORE A 15.000 ABITANTI – POSTEGGI ISOLATI QUOTIDIANI												
Area Geografica	Comuni		Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.			TOTALE	SUPERF. MQ.
Nordovest			544	9.631	95	1.613	663	15.708			1.306	26.952
Nordest			344	7.386	81	1.699	254	5.652			691	14.737
Centro			823	20.906	82	1.155	1.409	17.357			2.378	39.418
Mezzogiorno			715	10.003	203	3.254	389	7.463			1.330	20.720
Isole			318	4.748	27	339	80	1.880			429	6.967
TOTALE ITALIA			2.744	52.674	488	8.060	2.795	48.060			6.134	108.794

TOTALE GENERALE			18.164	305.837	4.451	51.073	11.524	206.497	4.397	78.798	38.536	642.205
			47,14%	47,62%	11,55%	7,95%	1,79%	32,15%	11,41%	12,27%		

COMUNI CON POPOLAZIONE SUPERIORE A 15.000 ABITANTI – MERCATI PERIODICI E RELATIVI POSTEGGI**												
Area Geografica	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
Nordovest	175	636	12.370	310.448	2.217	25.211	36.012	1.009.589	2.209	64.043	50.599	1.409.291
Nordest	133	390	3.262	109.617	960	24.166	21.570	746.499	1.504	47.353	25.792	927.635
Centro	142	578	3.222	97.624	1.429	31.513	30.717	913.804	1.519	46.195	35.368	1.089.136
Mezzogiorno	201	337	4.450	132.780	1.496	32.908	35.831	1.198.338	1.688	56.885	41.777	1.420.911
Isole	81	170	1.232	30.805	684	14.488	14.547	428.541	1.433	41.288	16.463	515.122
TOTALE ITALIA	732	2.111	24.536	681.274	6.786	128.286	138.677	4.270.771	8.353	255.764	169.999	5.362.095

COMUNI CON POPOLAZIONE SUPERIORE A 15.000 ABITANTI – POSTEGGI ISOLATI PERIODICI**												
Area Geografica	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
Nordovest			406	10.509	79	1.340	407	10.338			892	22.187
Nordest			298	7.595	55	1.034	307	8.687			660	17.316
Centro			379	7.627	89	1.326	385	8.244			853	17.197
Mezzogiorno			410	9.248	110	2.401	589	15.168			1.109	26.817
Isole			36	998	23	408	158	3.240			217	4.646
TOTALE ITALIA			1.529	35.977	356	6.509	1.846	45.677			3.731	88.163

TOTALE GENERALE			26.065	717.251	7.142	134.795	140.523	4.342.448	8.353	255.764	173.730	5.450.258
			15,00%	13,16%	4,11%	2,47%	80,89%	79,67%	4,81%	4,69%		



Struttura di servizio del commercio su aree pubbliche 2

COMUNI CON POPOLAZIONE INFERIORI A 15.000 ABITANTI – MERCATI QUOTIDIANI E RELATIVI POSTEGGI - POSTEGGI ISOLATI - STIMA												
	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
MERCATI	7.171	36	771	12.658	198	2.149	437	7.952	220	3.951	1.626	26.690
POSTEGGI ISOL.	7.171		137	2.630	24	396	139	2.390			300	5.416
TOTALE		36	908	15.288	212	2.545	576	10.342	220	3.951	1.916	32.126
			47,39%	47,59%	11,06%	7,92%	30,06%	32,19%	11,48%	12,30%		

COMUNI CON POPOLAZIONE INFERIORI A 15.000 ABITANTI – MERCATI PERIODICI** E RELATIVI POSTEGGI - POSTEGGI ISOLATI - STIMA												
	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
MERCATI	7.171	4.015	13.740	381.580	3.800	71.800	85.640	2.651.100	4.670	143.000	107.850	3.247.480
POSTEGGI ISOL.	7.171		660	15.500	150	2.750	800	19.800			1.610	38.050
TOTALE		4.015	14.400	397.080	3.950	74.550	86.440	2.670.900	4.670	143.000	109.460	3.285.530
			13,31%	12,21%	3,65%	2,29%	79,93%	82,11%	4,32%	4,40%		

TOTALE GENERALE ATTIVITA' DI CARATTERE QUOTIDIANO												
	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
MERCATI	7.903	764	16.191	265.821	4.161	45.162	9.166	166.389	4.617	82.749	34.135	560.101
POSTEGGI ISOL.	7.903		2.881	55.304	512	8.456	2.934	50.450	0	0	6.327	114.210
TOTALE	7.903	764	19.072	321.125	4.673	53.618	12.100	216.839	4.617	82.749	40.462	674.311
			47,14%	47,62%	11,55%	7,95%	29,90%	32,15%	11,41%	12,27%		

TOTALE GENERALE ATTIVITA' DI CARATTERE PERIODICO**												
	Comuni	Mercati	Alim.	Mq	P.Agr.	Mq	Non Al Misti	Mq.	Non Assegn.	Mq	TOTALE	SUPERF. MQ.
MERCATI	7.903	6.126	38.276	1.062.854	10.586	200.086	224.317	6.921.871	13.023	398.764	286.202	8.583.575
POSTEGGI ISOL.	7.903		2.189	51.477	506	9.259	2.646	65.477	0	0	5.341	126.213
TOTALE	7.903	6.126	40.465	1.114.331	11.092	209.345	226.963	6.987.348	13.023	398.764	281.880	8.709.788
			13,88%	12,79%	3,80%	2,40%	77,85%	80,22%	4,47%	4,58%		

** Trattandosi di mercati o posteggi periodici (settimanali, bisettimanali, trisettimanali) Il totale si riferisce alle giornate effettive di mercato o di posteggio

FONTI:

Per i Comuni con popolazione superiore ai 15.000 abitanti: Elaborazioni Fiva Confcommercio su dati degli Osservatori Regionali del Commercio, dei Regolamenti Comunali e rilevazioni dirette

I Comuni con popolazione inferiore a 15.000 abitanti: Stime Fiva Confcommercio e dati parziali degli Osservatori del Commercio, dei Comuni e rilevazioni dirette



Il sentiment delle imprese

Fiducia nell'azione svolta dalle istituzioni | Oltre il 70% delle imprese ambulanti non hanno fiducia nell'azione svolta fino ad oggi dal Governo centrale e dalle Amministrazioni locali per affrontare l'emergenza sanitaria ed economica.

Quanta fiducia ha nell'azione svolta fino ad oggi dal Governo centrale e dalle Amministrazioni locali (Regioni) per affrontare l'emergenza sanitaria ed economica?



Base campione: ICC 200. I dati sono riportati all'universo.
Format
RESEARCH

Roma, 18 maggio 2020 | 40

Giudizio sulle misure anticrisi | Coerentemente a quanto espresso in merito alle azioni messe in campo per contrastare il Covid-19, una impresa su due ritiene che le misure adottate a favore delle imprese siano state insufficienti.

Indipendentemente dal livello di fiducia nell'azione svolta dal Governo, ritiene che le misure messe in campo in favore delle imprese per fronteggiare l'emergenza sanitaria ed economica siano sufficienti per consentire alla Sua impresa di superare la crisi?



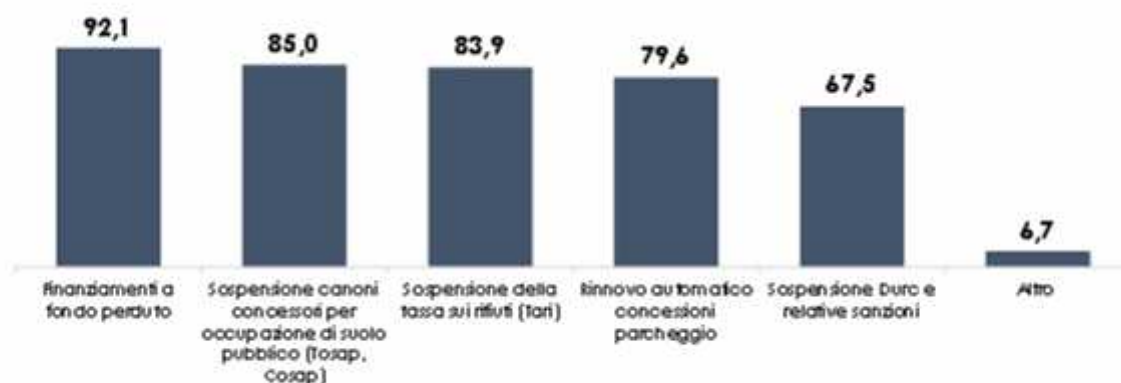
Base campione: ICC 200. I dati sono riportati all'universo.
Format
RESEARCH

Roma, 18 maggio 2020 | 41



Richieste alla politica | Le misure chieste dagli ambulanti: finanziamenti a fondo perduto, sospensione dei canoni per le concessioni, sospensione della Tari, rinnovo automatico delle concessioni per i parcheggi.

Quanto ciascuna delle seguenti misure di sostegno ritiene essere importante per le imprese della Sua categoria per riuscire a fronteggiare le conseguenze dell'emergenza sanitaria ed economica in atto?

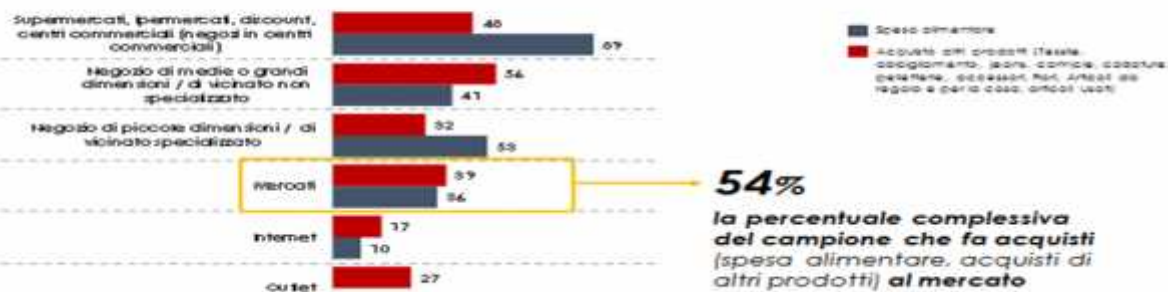


Fonte: Format, 100.000. I dati sono riportati all'intero.
Format
RESEARCH

Roma, 18 maggio 2020 | 42

I canali di acquisto | Il comportamento dei consumatori ... scelgono i mercati il 54% dei consumatori.

In quali tipologie di negozi si reca normalmente per fare acquisti? (Dove acquistano i consumatori che vanno anche nei mercati?)

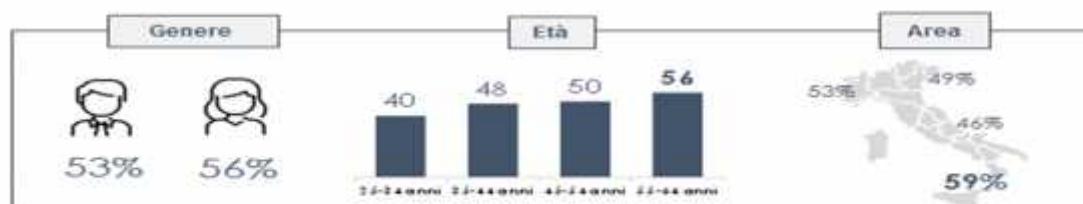


Fonte: Format, 1.000.000. I dati sono riportati all'intero. La somma delle percentuali è diversa da 100 perché sono ammesse risposte multiple.

Roma, 30 ottobre 2020 | 13

Gli acquisti al mercato | Identikit di coloro che li frequentano

54% ... fa acquisti di un qualche genere al mercato (alimentare e non alimentare)



Format
RESEARCH

Roma, 30 ottobre 2020 | 14

