



# Schede opportunità imprenditoriali con particolare riferimento al target immigrati

## PROGETTO MIGRANT.NET

a cura di Susanna Trappoli, Rosario Romeo e Antonella Mosconi

REGIONE MARCHE | gruppo ristretto CPI autoimpiego



MINISTERO  
DELL'INTERNO



# Macro area

## Alimenti biologici e naturali

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

Secondo quanto riportano i dati elaborati dal Sinab (Sistema di Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica e presentati al Sana di Bologna) relativi al 2018, l'Italia sta puntando molto sull'agricoltura biologica, al punto da superare di molto la media UE delle superfici biologiche. La situazione appare in continua evoluzione, con una crescente consapevolezza anche da parte dei consumatori, che hanno sempre più occasioni di acquistare prodotti biologici al supermercato ed [anche online](#).

Secondo i dati Sinab rielaborati da Coldiretti Marche, infatti, dal 2009 al 2017 l'incremento degli ettari dedicati al bio è stato pari al 66% e oggi il 20% dei terreni marchigiani è dedicato al bio. Nelle Marche sono attive circa 2500 aziende agricole biologiche, nate come tali o convertitesi a questo tipo di agricoltura. Le Marche nel 2020 hanno avuto un incremento degli operatori del settore del 32%.

Secondo il rapporto Bio Bank 2019 le Marche si posizionano sul podio per densità per milione di abitanti nella commercializzazione del bio attraverso mercatini specializzati (8,5), vendita diretta (126,8), GAS (21,5) e negozi (43,1) in controtendenza col trend nazionale dove i supermercati sono diventati **la forza motrice del bio con una quota di mercato passata dal 27 al 47%**. Parallelamente la quota dei negozi specializzati è passata dal 45 al 21%. Crescono le aggregazioni. **I negozi bio nel 2019 sono 1.339 (-1%)** il che segnala un rallentamento nel fenomeno delle chiusure. Tuttavia resta elevato il turnover, con più di 200 negozi in entrata e altrettanti in uscita. I piccoli negozi rallentano mentre **umentano quelli con superfici oltre i 150 metri quadrati**.

L'edizione 2019 dello speciale report – si legge nel comunicato della Coldiretti Marche – vede primeggiare le Marche anche in diverse sottocategorie. Come densità di attività che fanno produzione e vendita diretta di cibi biologici, ad esempio, siamo secondi dietro all'Umbria e davanti alla Toscana.

**La provincia di Ascoli Piceno, con 201,6 attività, è terza tra le province italiane** dietro a Grosseto e Siena. Il podio arriva anche per quanto riguarda i mercati bio in piazza. Medaglia di bronzo, spinta anche dai numerosi appuntamenti di Campagna Amica Coldiretti, con le sole Valle d'Aosta ed Emilia Romagna a fare meglio.

Argento come densità di boutique del bio, dietro al Trentino. **Nella classifica delle province, Macerata è quinta** per i mercati, mentre **Pesaro Urbino è quinta per i negozi**. La provincia pesarese è anche la quarta d'Italia per numero assoluto di aziende agricole biologiche che fanno anche attività agrituristica e questo fa da traino per il terzo posto italiano dell'intera regione.

Non manca la menzione per quanto riguarda l'utilizzo che ristoranti, bar e gelaterie fanno degli ingredienti biologici: le Marche figurano, per densità, la seconda regione italiana con 24,8 attività per milione di abitanti.

Tra gli obiettivi principali del recentissimo patto siglato dalla Regione Marche, incrementare la superficie agricola utile (SAU) coltivata a biologico, passando dall'attuale 20% al 100% nelle

aree Natura 2000 nei prossimi 10 anni; potenziare la ricerca, la sperimentazione e la formazione nel settore del biologico per migliorare la qualità e la produttività delle coltivazioni; tutelare e valorizzare la nostra biodiversità in alternativa agli OGM ; favorire e consolidare le filiere del biologico di prodotto e di territorio; estendere la certificazione del biologico fino alla tavola dei consumatori; promuovere il consumo dei prodotti biologici nelle mense e nei circuiti commerciali; promuovere le Marche come regione biologica con una elevata qualità della vita, al fine di accrescere la sua attrattività turistica.

La nostra regione vanta imprese in continua crescita per numero e qualità della produzione e una solida storia di filiera per cui in alcuni ambiti è leader in Italia, tanto da essere definita "culla dell'agricoltura biologica italiano". Siamo tra le regioni con la crescita più alta nel numero di operatori: il 32% in più rispetto all'anno precedente. Numeri positivi sia per quanto riguarda i dati strutturali legati alla produzione, sia per quelli economici legati al mercato. Tanto che la Superficie Agricola Utile (SAU) marchigiana, gestita con metodo biologico, ha raggiunto i 104.567, superando del 20% la SAU media nazionale. Il numero dei nostri operatori si avvicina a quota 4.000, così articolati: 3.126 produttori, 283 preparatori, 10 importatori e 499 preparatori e importatori.

|                  |   |
|------------------|---|
| <i>scheda A1</i> | <i>Agricoltura biologica</i>  |
| <i>scheda A2</i> | <i>Negozio di prodotti alimentari biologici</i>                               |
| <i>scheda A3</i> | <i>Negozio di prodotti alimentari a km zero</i>                               |
| <i>scheda A4</i> | <i>Ristoranti, pasticcerie, forni, gelaterie, ecc. con prodotti biologici</i> |



# **A1** Agricoltura biologica

## **Competenze e risorse**

Un'azienda agricola che pratica l'agricoltura biologica necessita delle normali attrezzature di un'azienda agricola tradizionale.

L'agricoltore biologico conosce bene i cicli stagionali, la struttura del suolo, la green technology. È un contadino – imprenditore. Lavora la terra e i prodotti derivanti dalla terra seguendo rigorosi processi eco-compatibili ed eco-sostenibili. L'agricoltore bio non usa sostanze nocive. Non inquina. Ricorre ad energie rinnovabili. Usa e riusa tutto ciò che dalla terra viene prodotto.

## **La localizzazione**

L'agricoltura biologica può essere praticata in tutto il territorio regionale

## **Figure professionali coinvolte**

Imprenditore agricolo, Coltivatore diretto, Green Jobs dell'agroalimentare

## **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Agricoltura-Sviluppo-Rurale-e-Pesca/Agricoltura-biologica>

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Settore-Green/Pagine/Agricoltura-bio-UE.aspx>

<https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19875>

## **Sinergie con gli altri settori**

Vendita diretta, apicoltura, enogastronomia, agriturismo, agri campeggio



## **A2** Negozio di prodotti alimentari e cosmesi biologici

### **Competenze e risorse**

Un' impresa specializzata può nascere con investimenti abbastanza contenuti, sia per le attrezzature utilizzate, sia per le scorte di magazzino.

È importante, tuttavia, disporre di adeguate competenze, per fornire informazioni e consulenza a una clientela normalmente attenta ed esigente.

La vendita di prodotti alimentari richiede il possesso dell'abilitazione al commercio alimentare (SAB)

### **La localizzazione**

La localizzazione più idonea è nei maggiori centri urbani nell'area e in prossimità delle località turistiche più frequentate.

### **Sinergie con gli altri settori**

Nelle Marche inoltre si sta espandendo la coltura della frutta biologica da parte di molte aziende agricole. Fino a qualche anno fa la maggior parte della produzione biologica marchigiana era destinata all'esportazione ma l'aumentato interesse dei cittadini verso un'alimentazione salubre ha spinto le aziende bio ad adeguarsi. Di conseguenza cominciano ad essere molte le imprese biologiche ad effettuare vendita diretta tramite uno spaccio aziendale e/o la consegna a domicilio dei prodotti bio.

E-commerce, piccoli artigiani

### **Figure professionali coinvolte**

Responsabile di negozio, addetto alle vendite, buyer, addetto al banco, web marketing

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Attivit%C3%A0-Produttive/Term/1157>

<http://www.conmarchebio.it/con-marche-bio/>



## **A3** Negozio di prodotti alimentari a km zero

### **Competenze e risorse**

Una impresa specializzata può nascere con investimenti limitati, sia per le attrezzature utilizzate, sia per le scorte di magazzino. Sono necessarie, tuttavia, conoscenze della rete dei fornitori locali e abilità nella gestione del negozio. La vendita di prodotti alimentari richiede il possesso dell'abilitazione al commercio alimentare.

### **La localizzazione**

La localizzazione più idonea è in zone intermedie tra la produzione e i centri urbani dove si concentra il consumo dei residenti oltre che quelli dei turisti.

### **Sinergie con gli altri settori**

La nascita di negozi a km zero contribuisce alla difesa e allo sviluppo del settore agricolo e di trasformazione dei prodotti alimentari locali.

### **Figure professionali coinvolte**

Responsabile di negozio, addetto alle vendite, buyer, addetto al banco, web marketing

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.hellogreen.it/filiera-corta-storie-produttori-km-0/>



## **A4 Ristoranti, pasticcerie, forni, gelaterie con prodotti biologici**

### **Competenze e risorse**

Le competenze necessarie per avviare ognuno dei tipi di esercizio indicati, sono quelle specifiche per ogni tipologia, unite a una forte sensibilità per la biologicità dei prodotti.

Le risorse necessarie sono quelle tipiche di ognuna delle tipologie di esercizio, che tutte richiedono il possesso di macchinari, locali adeguati e autorizzazioni igienico-sanitarie.

La taglia delle iniziative, tuttavia, può essere anche ridotta, così da contenere gli investimenti entro una soglia indicativa di 50 mila Euro.

### **La localizzazione**

Finora la localizzazione più facile per questi esercizi è stata quella all'interno dei maggiori centri urbani nella regione.

L'evoluzione dei consumi può favorire oggi una diffusione di questi esercizi anche in centri minori, con una redistribuzione quindi su tutto il territorio regionale

Questo senza dimenticare le potenzialità delle località turistiche più frequentate.

### **Sinergie con gli altri settori**

La nascita di una rete articolata e diffusa di esercizi può favorire la diffusione di consumi biologici, e sul versante dell'indotto, può facilitare lo sbocco commerciale di agricoltori locali specializzati nelle colture biologiche.

### **Figure professionali coinvolte**

Ristoratore, cuochi, gelatai, fornai, pasticceri, camerieri di sala, barman, responsabile punto vendita, addetto al banco, web marketing

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.greenplanet.net/le-buone-pratiche-di-un-eco-ristorante/>

<http://ristorantisostenibili.it/>

# Adempimenti

## Azienda agricola

Per aprire un'azienda di agricoltura biologica serve, oltre quanto necessario ad aprire un'azienda agricola tradizionale, anche la specifica certificazione di biologico.

Per ottenere la certificazione di agricoltura biologica si dovrà:

1. Scegliere uno tra gli organismi di certificazione riconosciuti dal Ministero delle politiche agricole inviandogli i documenti relativi alla propria azienda e alla propria attività.
2. Notificare alla Regione in cui si ha sede l'avvio della procedura per ottenere la certificazione.
3. cominciare a seguire tutte le norme previste dalla normativa e quelle dell'organismo di controllo
4. Attendere la conversione (indicativamente attorno ai 2-3 anni).

Dalla data di notifica si può comunque produrre ma con la dicitura "in conversione all'agricoltura biologica", mentre una volta ottenuto il riconoscimento la dizione sarà "proveniente da agricoltura biologica".

## Negozi alimentari e non

la normativa di riferimento è quella generica del commercio al dettaglio, quindi:

- Apertura della partita IVA
- Iscrizione al Registro delle Imprese Si distingue quindi fra piccola o grande struttura di vendita (superficie del negozio inferiore o superiore a 250 mq).
- Apertura delle posizioni INPS e INAIL
- Segnalazione SCIA per piccole strutture di vendita (superficie del negozio inferiore ai 250 mq) o richiesta della licenza al commercio da inviare al Comune per grandi strutture
- Ottenimento del Nulla Osta Sanitario Asl

Inoltre, se si tratta di un negozio di alimentari, devi aver frequentato un corso SAB (Somministrazione Alimenti e Bevande) ed essere in possesso degli attestati HACCP.

## Gelaterie, pasticcerie, forni

Cosa serve:

- Segnalazione certificata di inizio attività (SCIA SANITARIA) contenente la notificazione ai fini della registrazione dell'impresa alimentare e la dichiarazione del possesso dei requisiti igienico sanitari previsti dal Regolamento CE n. 852/2004 e dalle altre normative nazionali e regionali pertinenti.
- Comunicazione Unica d'impresa: pratica informatica per Registro Imprese/REA, Agenzia delle Entrate, eventualmente INPS, INAIL, Albo Artigiani e SUAP, da trasmettere unitariamente tramite la Comunicazione Unica.



## **Ristoranti**

Cosa serve:

- verificare presso il Comune se si sta aprendo l'attività in ZONE TUTELATE (necessaria l'Autorizzazione) o in ZONE NON TUTELATE (in questo caso basta la SCIA con la dichiarazione di possesso dei requisiti morali e professionali, dei requisiti soggettivi e della sussistenza delle condizioni previsti dal T.U.L.P.S.)
- SCIA sanitaria contenente la notificazione ai fini della registrazione dell'impresa alimentare e la dichiarazione del possesso dei requisiti igienico sanitari previsti dal Regolamento CE n. 852/2004 e dalle altre normative nazionali e regionali pertinenti.
- Comunicazione unica d'impresa da inviare al Registro Imprese territorialmente competente
- Attestato SAB o equivalente;
- Attestato HACCP per il personale che verrà impiegato;
- Nel caso di somministrazione di alcolici, la licenza da parte dell'Agenzia delle Dogane.

# Macro area

## Consumi sostenibili

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

In diversi altri ambiti del consumo di massa si fanno strada comportamenti improntati alla ricerca di un minore impatto ambientale. In regione emergono interessanti opportunità (schede B1-B8): di seguito alcuni spunti da cui si ricavano le schede realizzate.

Il contesto pre-Covid è quello di un mercato trainato dalle esigenze delle nuove generazioni, principali interlocutori del settore beauty. Consumatori con una disponibilità di spesa superiore a quella delle generazioni precedenti, digitalizzati ed estremamente attenti alla sostenibilità: un approccio naturale e rispettoso dell'ambiente diventa quindi un'esigenza e non una semplice moda. Packaging eco-friendly, basso uso della plastica, prodotti ecosostenibili con attenzione all'origine e al ciclo produttivo "etico" e finita l'emergenza la domanda potrebbe crescere ulteriormente

il mercato della cosmetica green, erboristica e di derivazione naturale ha superato nel 2019 il valore di 1,1 miliardi di euro confermandosi un settore chiave non solo del made in Italy ma anche del " sistema bio"

Oggi nelle città e nei centri storici un'ampia gamma di veicoli elettrici rappresenta la soluzione ideale per muoversi a costi contenuti e senza limitazioni, mentre nei contesti urbani i divieti di accesso e circolazione sono destinate a divenire sempre più rigidi. La gamma dei veicoli comprende biciclette elettriche (ve ne sono alcune con oltre 200 km di autonomia), monopattini, scooter, piccole automobili. I veicoli possono essere noleggiati ai visitatori saltuari delle città, ai turisti, ma anche ai residenti che ne vogliono sperimentare l'impiego prima di valutarne l'eventuale acquisto. La formula del noleggio a lungo termine può essere anche più conveniente dell'acquisto, anche perché evita tutte le problematiche tipiche della gestione di un mezzo di proprietà (bollo, assicurazione, manutenzione, ecc.). Il noleggio può essere affiancato dalla vendita dei veicoli, usati o nuovi.

Per quanto riguarda, infine, la vendita di articoli di arredamento, un negozio specializzato deve offrire alla clientela un assortimento, ampio o focalizzato su alcune tipologie di mobili, di articoli provenienti da imprese che producono con criteri di eco sostenibilità: materiali provenienti da fonti controllate, possibilmente essere riciclati, con basse emissioni di formaldeide, con imballaggi in materiali riciclati e riciclabili, senza vernici con emissione di solventi.

|                  |  |
|------------------|--|
| <i>scheda B1</i> | <i>Negozi di cosmesi naturale (bioprofumeria)</i>          |
| <i>scheda B2</i> | <i>Commercio di prodotti usati e rigenerati</i>            |
| <i>scheda B3</i> | <i>Commercio di prodotti sfusi</i>                         |
| <i>scheda B4</i> | <i>Negozi di abbigliamento naturale</i>                    |
| <i>Scheda B5</i> | <i>Produzione di articoli di abbigliamento naturale</i>    |
| <i>scheda B6</i> | <i>Erboristeria</i>  |
| <i>scheda B7</i> | <i>Eco-noleggio</i>  |
| <i>scheda B8</i> | <i>Negozi di arredamento con materiali eco-sostenibili</i> |



## **B1** Negozio di cosmesi naturale (bio-profumeria)

### **Competenze e risorse**

L'apertura di un negozio specializzato presuppone il possesso di specifiche competenze sui prodotti, che fra l'altro sono in continua evoluzione.

Fondamentale è la capacità di garantire ai clienti una elevata qualità del servizio. La gestione del negozio impone una forte attenzione alla politica degli acquisti e alla gestione delle rimanenze, che dato il costo di molti prodotti, possono raggiungere anche all'inizio dell'attività un valore significativo.

Il valore della prima fornitura di prodotti costituisce l'investimento iniziale più rilevante, superiore a quello dell'arredamento e delle (minime) tecnologie necessarie.

### **La localizzazione**

La localizzazione più idonea per un negozio di questo tipo è nei centri storici delle città (anche di piccola e media dimensione) e all'interno dei centri commerciali.

### **Sinergie con gli altri settori**

La nascita di negozi specializzati può contribuire a una evoluzione dei consumi, ma anche offrire possibilità di nascita e sviluppo a imprese locali produttrici di prodotti cosmetici naturali.

### **Figure professionali coinvolte**

Addetti alle vendite, responsabili di negozio, buyer

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.biobank.it/?mh1=5&mh2=13&cs=3&ps1=22>



## **B2** Commercio di prodotti usati e rigenerati

### **Competenze e risorse**

L'apertura di un negozio di questo tipo presuppone l'allestimento di uno spazio di vendita che può essere (dipende dalle merceologie trattate) anche di ampie dimensioni, che consenta di accogliere molti prodotti ed esporli gradevolmente. Il costo dell'affitto quindi può essere elevato.

L'investimento nelle scorte di magazzino può essere significativo, ma viene azzerato se i beni sono gestiti con la formula del "conto vendita".

Non sono richieste licenze commerciali e abilitazioni professionali

### **La localizzazione**

La localizzazione dovrebbe avvenire nei centri urbani più importanti della regione e, per i negozi che trattano beni ingombranti (come i mobili) in luoghi di facile accesso, dove siano facili le operazioni di carico e scarico ecc..

### **Sinergie con gli altri settori**

Negozi specializzati come quello ipotizzato comportano una riduzione dell'impatto ambientale dei consumi, una riduzione dei costi di acquisto per i consumatori, e opportunità di lavoro per artigiani addetti alla rigenerazione degli oggetti

### **Figure professionali coinvolte**

Addetti alle vendite, responsabili di negozio, buyer

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://secondlifeitalia.it/>



## **B3** Commercio di prodotti sfusi

### **Competenze e risorse**

Un negozio che commercializzi alimentari e detersivi in forma sfusa può avere una organizzazione molto semplice, in cui i prodotti vengano erogati da Dispenser (in alcuni casi refrigerati), pesati e consegnati al cliente in recipienti "a rendere" (bottiglie, taniche, sacchetti, ecc.) di sua proprietà o forniti dal negozio.

Con una adeguata organizzazione i Dispenser possono essere utilizzati direttamente dai clienti, con una riduzione quindi del personale interno.

Importante è la gestione dei rapporti con i fornitori dei prodotti, anche al fine di ridurre la quantità delle scorte in giacenza.

La vendita di prodotti alimentari richiede il possesso dell'abilitazione al commercio alimentare.

### **La localizzazione**

La localizzazione più idonea è nei maggiori centri urbani nell'area e in prossimità delle località turistiche più frequentate.

### **Sinergie con gli altri settori**

La nascita di negozi con prodotti sfusi contribuisce alla riduzione del carico di rifiuti sul territorio, ma allo stesso tempo può dare impulso alla commercializzazione di prodotti locali privi di marchi commerciali già affermati. Spesso associati a Gruppi d'acquisto solidale

### **Figure professionali coinvolte**

Addetti alle vendite, responsabili di negozio

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.pesonetto.it/> (Pesaro)



## **B4** Negozio di abbigliamento naturale

### **Competenze e risorse**

Questo tipo di negozio commercializza prodotti di abbigliamento che impiegano fibre naturali come cotone e canapa, coltivate con metodi biologici, oppure anche in fibre chimiche (come poliestere)

derivanti da materiale riciclato.

La sostenibilità non dovrà riguardare solo i tessuti, ma anche gli accessori e le altre componenti dell'abito (bottoni, fibbie, ecc.).

I prodotti dovranno possedere etichette ecologiche quali la ISO 14014 e la OEKO-TEX Standard 100 che garantiscono contro la presenza di materiali nocivi (tinture allergeniche e cancerogene, formaldeide, ftalati plasticizzanti, ecc.).

Gli abiti potranno essere anche abiti da lavoro. La Regione Emilia-Romagna, ad esempio, ha varato un programma di acquisti di abiti da lavoro ecologici per il vestiario dei corpi di Polizia Provinciale e di altre categorie di dipendenti pubblici. Un negozio specializzato può essere avviato con formalità molto semplici. Una efficace gestione richiede conoscenze approfondite dei prodotti, capacità di gestire il rapporto con una clientela che spesso si avvicinerà per la prima volta ai prodotti naturali, oltre che consuete capacità di gestione di un'attività commerciale (rapporti con i fornitori, gestione del magazzino, ecc.).

### **La localizzazione**

La localizzazione più idonea è nei maggiori centri urbani della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

La nascita di negozi specializzati può contribuire ad aumentare l'offerta per i consumatori, a innovare e qualificare la rete commerciale e a rilanciare i centri urbani, oggi spesso sottoposti a tendenze di omogeneizzazione dell'offerta alla clientela.

### **Figure professionali coinvolte**

Addetti alle vendite, responsabili di negozio

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.pesonetto.it/> (Pesaro)



## **B5** Produzione di articoli di abbigliamento naturale

### **Competenze e risorse**

Una impresa artigiana specializzata può nascere con investimenti abbastanza contenuti. Acquistando filati già pronti, ma di colore neutro, occorrerà disporre di attrezzature per la tintura dei filati stessi, e poi attrezzature (macchine da maglieria, macchine da cucire, ecc.) per la lavorazione, oltre che capitali per le scorte di magazzino. Sono necessarie, tuttavia, abilità nel progettare capi che non facciano leva solo sulla naturalità dei prodotti, ma anche sulla loro qualità estetica e sulla loro capacità di adattarsi alle esigenze della clientela. La vendita (eventuale) attraverso Internet richiede una capacità di impostare strategie di visibilità del sito. Apposite certificazioni (quali la ISO 14014 e la OEKO-TEX Standard 100, ecc.) possono garantire della assenza di materiali nocivi, e quindi aumentare il valore dei prodotti agli occhi della clientela.

### **La localizzazione**

La localizzazione può avvenire, per la produzione, in qualunque luogo del territorio regionale; se si vuole affiancare alla produzione anche la vendita attraverso un negozio, diventa più conveniente la localizzazione in uno dei centri maggiori della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

In piena crisi del settore dell'abbigliamento, la nascita di laboratori produttori di abbigliamento naturale potrebbe consentire il reimpiego e lo sviluppo di professionalità altrimenti inutilizzate.

### **Figure professionali coinvolte**

Designer, modellisti settore abbigliamento, artigiani, operai

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://nextolife.it/economia/agritessuti-da-scarti-agricoli-a-capi-dabbigliamento-ecosostenibili/>

<https://www.essential.com/>



## **B6 Erboristeria**

Nella regione Marche le erboristerie sono circa 130 (132 al 2015) in maggioranza si tratta di piccoli negozi specializzati che si reggono sulla qualità del servizio, nonostante la concorrenza crescente delle grandi catene e di altre tipologie commerciali quali le farmacie, parafarmacie e supermercati.

Nel settore inoltre è sempre più importante anche la vendita on line, che anche un piccolo negozio potrebbe eventualmente affiancare alla vendita tradizionale da banco.

### **Competenze e risorse**

Le risorse materiali necessarie non sono rilevanti, anche se non va trascurato il valore delle merci di cui disporre per garantire al cliente un'adeguata offerta. L'arredamento del negozio può essere semplice, anche se deve servire a costruire uno spazio gradevole e accogliente.

La competenza tecnica del gestore è fondamentale per assicurare al cliente un valido servizio in termini di informazioni e consulenza. Fondamentali sono, anche per garantire una elevata rotazione del magazzino, la scelta dei prodotti e fornitori e la gestione delle scorte.

### **La localizzazione**

Trattandosi di una tipologia commerciale già abbastanza presente, è necessario valutare attentamente il contesto territoriale e la concorrenza, prima di decidere l'apertura di un nuovo punto vendita. Qualificati punti vendita possono migliorare la qualità della vita dei residenti.

### **Sinergie con gli altri settori**

Agricoltura biologica, produzione cosmesi naturale e alimenti bio.

### **Figure professionali coinvolte**

Erborista, Commesso di banco specializzato

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://tuscanyamiata.com/toscana-segreta/spiritualita/nel-cuore-dellerboristeria-italiana-hortus-mirabilis/>





## **B7 Eco noleggio**

### **(vendita e noleggio veicoli elettrici)**

#### **Competenze e risorse**

Una impresa specializzata deve dotarsi di un adeguato parco veicoli, da offrire a noleggio attraverso uno o più punti ben accessibili e visibili, aperti con orari lunghi e possibilmente 7 giorni su 7. In caso di abbinamento con l'attività di vendita è opportuno disporre anche di una superficie espositiva. Il collegamento con una o più officine è indispensabile per garantire perfetta efficienza ai mezzi, per le manutenzioni ordinarie e straordinarie (compreso il cambio di batterie da trazione, pneumatici, pezzi di ricambio, ecc.). L'impresa dovrà occuparsi anche di assicurazione, bollo, eventuale soccorso auto, ecc.). La prenotazione dei mezzi potrà avvenire direttamente oppure anche tramite accesso a una sezione del sito aziendale.

#### **La localizzazione**

La localizzazione può avvenire nei centri urbani più importanti e/o turistici della regione.

#### **Sinergie con gli altri settori**

Una impresa specializzata può contribuire a ridurre l'impatto ambientale del traffico nei centri urbani e a diffondere la cultura dell'uso dei mezzi elettrici

Interessante potrebbe essere lo sviluppo di e-bike tour lungo le coste e in collina in collaborazione con enti e strutture private

#### **Figure professionali coinvolte**

Addetti alle vendite e al booking, accompagnatori cicloturistici, addetti al marketing/relazioni con le strutture turistiche e alberghiere

#### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.ebiketruck.it/noleggio-e-bike/>



## **B8** Negozio di arredamento con materiali eco-sostenibili

### **Competenze e risorse**

L'apertura di un negozio di arredamento specializzato in arredi eco-sostenibili non richiede particolari autorizzazioni. È necessario però disporre di una superficie espositiva abbastanza ampia, una rete selezionata di fornitori ed efficienti servizi di trasporto e montaggio. La struttura stessa del negozio dovrà rifarsi ai principi della bioarchitettura, impiegando materiali eco-sostenibili per pavimenti e rivestimenti, sistemi di isolamento termo-acustico, illuminazione naturale e artificiale a risparmio e alta efficienza, ecc.

I rapporti con la potenziale clientela possono essere alimentati da iniziative tematiche e promozioni.

### **La localizzazione**

La localizzazione avverrà preferibilmente nei centri urbani più importanti della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

La creazione di nuovi negozi potrà fornire nuovi interessanti sbocchi commerciali ai produttori della regione

### **Figure professionali coinvolte**

Addetti alle vendite, addetto agli acquisti (anche all'import export) ed eventualmente all' e-commerce

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.mobiliincartone.it/>

<https://www.essential.com/>

# Adempimenti

## Negozi

Anche per questi tipi di attività l'iter burocratico è quello generico del commercio al dettaglio, quindi:

- Apertura della partita IVA
- Iscrizione al Registro delle Imprese.
- Apertura delle posizioni INPS e INAIL
- Segnalazione SCIA per piccole strutture di vendita (superficie del negozio inferiore ai 250 mq) o richiesta della licenza al commercio da inviare al Comune per grandi strutture
- Ottenimento del Nulla Osta Sanitario Asl

Inoltre, se si tratta di un negozio di alimentari, devi aver frequentato un corso SAB (Somministrazione Alimenti e Bevande) ed essere in possesso degli attestati HACCP.

## Erboristeria:

Oltre a quanto sopra, per questo tipo di attività, bisogna definire con la massima precisione quale tipo di prodotto si intenda trattare e vendere, visto che in base alla scelta la procedura da seguire è differente:

- Preparazione e vendita di prodotti di erboristeria. Se l'intenzione è quella di creare un laboratorio interno dove produrre direttamente i preparati di erboristeria, tisane, estratti e altro, è necessaria la laurea specifica triennale in Scienze Erboristiche o in Farmacia, alla quale può seguire un'ulteriore specializzazione;
- Vendita di prodotti confezionati. La vendita di prodotti confezionati in cui siano compresi gli alimentari non richiede la laurea ma necessita la frequenza di un corso di abilitazione professionale finalizzato alla vendita di questo tipo di preparati, tuttavia tale necessità potrebbe variare in base alle specifiche categorie di alimenti: si consiglia di informarsi preventivamente presso le associazioni di categoria.
- Vendita di prodotti confezionati esclusi gli alimentari. La vendita di prodotti biologici e naturali che non includano gli alimentari, per esempio cosmetici, detersivi per l'igiene personale e detersivi per la casa, non necessita di licenze o qualifiche particolari, a parte la normativa di base per le attività commerciali.

## Produzione di articoli di abbigliamento:

L'ambito tessile rientra nel comparto TAC (Tessile, Abbigliamento, Cuoio), che comprende anche i mestieri dei confezionisti, quelli legati alla sartoria, alla pelletteria e al settore delle calzature e della lavorazione a mano. Per avviare un'attività tessile non è richiesto nessun requisito specifico e la normativa di riferimento è quella per l'apertura di un'impresa artigiana, quindi:

- apertura della Partita Iva e la PEC (Posta Elettronica Certificata)
- iscrizione al Registro delle Imprese
- iscrizione alla sezione artigiana dell'INPS (Istituto Nazionale per la Previdenza Sociale)

- sottoscrizione di un'assicurazione a fini previdenziali presso l'INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro).

### **Eco noleggio**

Se si vuole aprire un punto di solo noleggio e vendita di veicoli elettrici, o di solo noleggio di auto elettriche, sono necessari, oltre all'iter burocratico, anche dei requisiti personali.

Cosa serve:

- Apertura Partita Iva.
- Iscrizione al Registro delle Imprese (Camera di Commercio).
- Dichiarazione di Inizio Attività al Comune (almeno 30 gg prima dell'avvio).
- Iscrizioni INPS ed INAIL.
- Requisiti personali quali maggiore età, possesso della patente di guida, assenza di condanne penali o fallimentari.
- Redazione di un contratto che riporti in modo chiaro ed esaustivo le condizioni del servizio offerto nonché le responsabilità di entrambe le parti anche in caso di incidenti, furti, malfunzionamenti, ecc.
- Stipula delle necessarie assicurazioni riguardo i mezzi elettrici, revisioni e regolari manutenzioni degli stessi.
- Locale a norma di legge, in base all'attività ed ai servizi specifici offerti, con nulla osta Asl.
- Nel caso di noleggio e vendita di auto elettriche, se ve ne sono più di nove bisognerà ottenere l'autorizzazione per la prevenzione di incendi da parte dei vigili del fuoco.
- Invio al Comune delle necessarie documentazioni riguardo locali, vetture, imprenditore ed eventuali soci.

# Macro area

## Turismo sostenibile

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

Tra gli svaghi accanto ad arte, tradizione, relax e puro divertimento, la ricerca del cibo e del vino locali è diventata il vero valore aggiunto delle vacanze Made in Italy nel 2020 con circa 1/3 del budget destinato proprio all'alimentazione. Secondo un'indagine Coldiretti l'Italia è leader mondiale incontrastato nel turismo enogastronomico grazie al primato dell'agricoltura più green d'Europa con 299 specialità Dop/Igp riconosciute a livello comunitario e 415 vini Doc/Docg, 5155 prodotti tradizionali regionali censiti lungo la Penisola, la leadership nel biologico con oltre 60mila aziende agricole biologiche e la più grande rete mondiale di mercati di agricoltori e fattorie con Campagna Amica.

Con la legge 21/2011 la Regione ha voluto riconoscere la MULTIFUNZIONALITA' in Agricoltura come un elemento di valore strategico per lo sviluppo del settore e una importante opportunità economica per le imprese. Punta di diamante della Multifunzionalità risulta essere l'AGRITURISMO, data la sua importanza in termini di strutture presenti sul territorio. Con l'Agriturismo, gli agricoltori possono incrementare il loro reddito mediante la "vendita diretta" dei loro prodotti e, contemporaneamente, valorizzare il loro patrimonio edificato.

La Fattoria didattica è principalmente un'azienda agricola nella quale viene anche proposta un'attività educativa, dove i visitatori vengono spesso coinvolti nell'attività di realizzazione di un "prodotto" tipico dell'azienda (visita a stalle, mungitura del latte, raccolta di prodotti ortofrutticoli, produzione di miele, ecc..).

La qualifica di Fattoria didattica viene assegnata dall'Amministrazione Regionale (DGR n. 2275/2001); per accedere alla qualifica occorre dimostrare la presenza in azienda di una serie di servizi di tipo didattico.

Nelle Marche ci sono circa 50 fattorie didattiche oltre a una dozzina di agri asilo (dati Coldiretti) che fanno della natura e dei grandi spazi verde luoghi dedicati a esperienze formative di educazione ambientale e alimentare

Riferimento normativo REGIONE MARCHE "DISPOSIZIONI REGIONALI IN MATERIA DI MULTIFUNZIONALITÀ DELL'AZIENDA AGRICOLA E DIVERSIFICAZIONE IN AGRICOLTURA". Regolamento regionale n. 2 del 19 marzo 2020

|                  |  |
|------------------|--|
| <i>scheda C1</i> | <i>Agriturismo biologico</i>                       |
| <i>scheda C2</i> | <i>Fattoria didattica</i>                          |
| <i>scheda C3</i> | <i>Agri-campeggio</i>                              |
| <i>scheda C4</i> | <i>Organizzazione di escursioni naturalistiche</i> |
| <i>Scheda C5</i> | <i>Bed and Breakfast (B&amp;B)</i>                 |



## **C1 Agriturismo biologico**

### **Competenze e risorse**

La formula dell'agriturismo è riservata agli agricoltori e quindi è preclusa ad operatori di altri settori. Infatti l'agriturismo è stato concepito come una forma di integrazione del reddito per gli agricoltori. L'imprenditore agrituristico deve essere un imprenditore agricolo iscritto alla lista degli operatori agrituristici. Alle

competenze legate all'attività agricola si affiancano quelle relative alla gestione di un ristorante e di un albergo di piccole dimensioni.

Inoltre sono necessarie:

- capacità relative all'organizzazione del tempo libero e alla promozione;
- il possesso di un'azienda agricola che produca la prevalenza dei prodotti usati per la ristorazione;
- un edificio rurale da adibire ad alloggio per gli ospiti.

### **La localizzazione**

Per intercettare flussi di turisti è preferibile una localizzazione nelle vallate. Per visitatori in transito, frequentatori di fiere ed eventi culturali può essere adatta anche una collocazione in pianura, più pratica anche se meno suggestiva.

### **Sinergie con gli altri settori**

L'agriturismo può fornire opportunità di diversificazione ad aziende agricole, così come può avere un ruolo importante per lo sviluppo turistico del territorio.

### **Figure professionali coinvolte**

Imprenditore agricolo, coltivatore diretto, cuoco, cameriere di sala, addetto al ricevimento, gestore di albergo

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Agricoltura-Sviluppo-Rurale-e-Pesca/Agriturismo#Presentazione>

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-per-aprire-un-agriturismo.aspx>



## **C2 Fattoria didattica**

### **Competenze e risorse**

Per trasformare una semplice azienda agricola in una Fattoria didattica occorre creare alcune strutture destinate alla gestione dell'accoglienza dei visitatori e disporre di personale adeguatamente qualificato per gestire le visite in sicurezza (messa in sicurezza di materiali, sostanze pericolose, attrezzature a rischio, copertura assicurativa per la

responsabilità civile), e con un adeguato comfort (ad esempio per i bagni).

Le produzioni devono preferibilmente essere di tipo biologico o integrato.

### **La localizzazione**

La collocazione ideale sarà in località di pregio ambientale della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

La creazione di nuove Fattorie didattiche crea un ambiente più favorevole, anche dal punto commerciale, al contatto tra aree urbane e produzioni agricole della provincia.

### **Figure professionali coinvolte**

Imprenditore agricolo, coltivatore diretto, allevatore, operatore di fattoria didattica

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Agricoltura-Sviluppo-Rurale-e-Pesca/Agriturismo#Fattorie-Didattiche>

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-per-aprire-una-fattoria-didattica.aspx>



## **C3 Agri-campeggio**

### **Competenze e risorse**

La realizzazione di un agri-campeggio richiede un investimento per attrezzare l'area con piazzole, fornitura di acqua potabile, energia elettrica e una zona di lavaggio per stoviglie e biancheria.

Le competenze richieste sono di vario tipo:

organizzative, per un'ottima accoglienza ai turisti, in termini di erogazione del servizio; promozionale, per fare conoscere una struttura nuova collocata in un territorio non sempre conosciuto dai potenziali visitatori; relazionali, nei confronti degli enti locali, degli enti di promozione turistica, delle associazioni del tempo libero, dell'ambientalismo e dell'escursionismo.

### **La localizzazione**

La collocazione ideale sarà in località di pregio ambientale dell'entroterra, preferibilmente in un punto facilmente accessibile dalle strade statali.

### **Sinergie con gli altri settori**

La creazione di nuove, e qualificate, strutture ricettive può dare impulso al turismo dell'entroterra, soprattutto a quello più legato all'escursionismo e più interessato a un rapporto ravvicinato con la natura.

### **Figure professionali coinvolte**

Imprenditore agricolo, coltivatore diretto, cuoco, cameriere di sala, addetto al ricevimento, personal trainer, addetti al marketing, addetto alle pulizie, manutentore

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.reterurale.it/agriturismo/normativa#id-667c14422aac772953ac5ce54daae413>





## **C4** Organizzazione di escursioni naturalistiche

### **Competenze e risorse**

L'organizzazione di escursioni presuppone il possesso di alcuni requisiti sostanziali:

una conoscenza di base delle caratteristiche della tipologia di escursionismo a cui ci si vuole dedicare (aspetti tecnici, mentalità degli escursionisti, conoscenza delle iniziative concorrenti, ecc.). La capacità di organizzare una rete di servizi al singolo escursionista e a gruppi organizzati, connettendo in rete servizi (alberghi, ristoranti, uffici di informazione, ecc.) presenti sul territorio.

La capacità di strutturare pacchetti di offerta e di proporli alla potenziale clientela, mediante forme pubblicitarie e contatti diretti con gruppi organizzati. La capacità di selezionare validi collaboratori, indispensabili per l'efficiente funzionamento delle escursioni e per la loro qualità complessiva. Proprio operando in una logica di rete, gli investimenti materiali possono essere contenuti. Per fornire un migliore servizio al cliente, è consigliabile tuttavia effettuare alcuni investimenti di base: ad esempio acquistando biciclette sostitutive da mettere a disposizione degli escursionisti che si trovino ad avere inconvenienti di percorso, e un furgone per il trasporto di materiali (mezzi danneggiati, zaini, attrezzature, ecc.) al seguito dei clienti.

### **La localizzazione**

La localizzazione dovrà essere nei punti di partenza delle escursioni, nella vicinanza di centri urbani dotati di servizi.

### **Sinergie con gli altri settori**

Valide offerte escursionistiche contribuiscono a generare l'indotto di altri servizi turistici, ricettivi e ristorativi.

### **Figure professionali coinvolte**

Guida turistica e naturalistica, guida ambientale escursionistica, accompagnatore cicloturistico, addetto al marketing

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Marche-Promozione/Turismo/Professioni-Turistiche>

<https://www.aigae.org/>



## **C5 Bed and breakfast (B&B)**

### **Competenze e risorse**

Le modalità di avvio previste dalla legge sono molto semplici e tali da incoraggiare anche iniziative dotate di basse disponibilità finanziarie.

L'offerta consiste sostanzialmente in un servizio di pernottamento e prima colazione. L'apertura di un Bed & Breakfast è molto facile, in quanto è sufficiente disporre di una o più stanze presso la propria abitazione. Particolarmente adatte risultano le case in pietra ristrutturate, oppure quelle nei vecchi borghi. Risorse relazionali indispensabili sono la gentilezza, l'ospitalità, e con turisti i stranieri anche conoscenza di base delle lingue più importanti.

Per promuovere un B&B è necessario:

- sviluppare sinergie con le varie organizzazioni culturali, associazioni che organizzano escursioni (trekking a piedi o a cavallo), associazioni sportive (ad esempio gruppi ciclistici), agenzie di viaggio, uffici di promozione turistica e Pro-loco;
- essere inseriti in alcune guide turistiche;
- utilizzare le opportunità promozionali offerte da Internet.

### **La localizzazione**

L'immobile deve essere possibilmente situato in un punto del territorio visibile e facilmente raggiungibile. Tutto il territorio regionale, ma soprattutto quello l'entroterra, le località di mare e i centri d'arte sono particolarmente vocate per questo tipo di ricettività. Nelle zone pianeggianti il B&B può attirare persone in transito, di lavoro o per vacanza.

### **Sinergie con gli altri settori**

Il decollo di un circuito di B&B può dare maggiore incisività alla offerta turistica, specie verso i turisti che amano il contatto con la popolazione locale.

### **Figure professionali coinvolte**

Addetto al ricevimento, addetto al marketing, personale addetto alla pulizia e riordino locali.

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Marche-Promozione/Turismo/StruttureRicettive#Altre-Strutture-ricettive>

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-aprire-un-Bed-and-Breakfast.aspx>

# Adempimenti

## Agriturismo

La normativa che regola gli agriturismi è contenuta nella legge 96/2006 (Disciplina dell'Agriturismo).

Essendo anche questa un'attività imprenditoriale è necessario:

- aprire una partita IVA
- iscriversi al Registro delle Imprese
- Apertura delle posizioni INPS e INAIL

Inoltre bisogna:

- richiedere autorizzazione Vigili del Fuoco;
- ottenere idoneità sanitaria;
- aprire un conto fiscale, cioè un "conto virtuale" che registra crediti e debiti con l'Agenzia delle entrate;
- iscriversi al Registro regionale degli operatori agrituristici;
- ricevere l'autorizzazione del proprio Comune allo svolgimento dell'attività a seguito di presentazione della SCIA.

Se si intende offrire anche servizio di ristorazione:

- Attestato SAB o equivalente;
- Attestato HACCP per il personale che verrà impiegato;
- Nel caso di somministrazione di alcolici, la licenza da parte dell'Agenzia delle Dogane.

## Fattoria didattica

L'azienda agricola o agriturismo per diventare una fattoria didattica deve ottenere una speciale qualifica da parte dell'amministrazione regionale o provinciale di competenza. L'iter può cambiare secondo la regione di appartenenza ma solitamente è necessario possedere i requisiti della Carta della Qualità.

La Carta della Qualità si tratta di un sistema che richiede particolari requisiti come:

- l'adozione di sistemi produttivi ecocompatibili propri dell'agricoltura integrata o biologica;
- disporre di un luogo di accoglienza per i bambini dove poter svolgere le attività didattiche in caso di maltempo e di uno spazio sicuro in cui farli giocare in sicurezza;
- rispettare tutte le norme igieniche e di sicurezza;
- stipulare una polizza assicurativa sulla responsabilità;
- gestire un registro delle varie classi che fanno visita alla struttura.

La struttura che ospita l'attività deve inoltre avere le regolari certificazioni e nulla osta dal punto di vista edilizio e igienico, facendo particolare attenzione che la stessa dovrà avere anche un'area dedicata al pronto soccorso.

## Agri campeggio

L'agricampeggio è, a tutti gli effetti, un agriturismo. Di conseguenza anche l'iter burocratico sarà lo stesso delle altre attività delle imprese agricole, quindi:

- colui che vuole avviare l'attività deve già avere il titolo di imprenditore agricolo (cioè deve avere un allevamento di animali e svolgere già da tempo l'attività di coltivazione);
- bisogna utilizzare solo ed esclusivamente gli edifici che erano già presenti all'interno dell'azienda;
- è necessario registrare regolarmente tutti gli ospiti che vogliono soggiornare nella struttura;
- tutte le attività agrituristiche devono essere connesse alle attività agricole, con lo scopo di migliorare non solo i prodotti aziendali, ma anche l'ambiente naturale in cui ci si trova e le risorse naturali del luogo;
- rispettare le norme igienico sanitarie per i locali di accoglienza e per quelli in cui si maneggiano e si somministrano dei prodotti alimentari;
- rispettare la quota del prodotto proprio che si deve impiegare nella ristorazione secondo le norme della regione;
- frequentare gli appositi corsi formativi sia per quanto riguarda l'igiene ma anche per quanto concerne le norme di sicurezza per i clienti e per il personale che lavorerà nella struttura;

Inoltre:

- Aprire partita IVA
- SCIA al Comune di appartenenza
- SCIA sanitaria alla Asl di appartenenza
- Comunicazione Unica con tutti gli adempimenti presso Registro delle Imprese, INPS, INAIL, ecc..

### **Bed & Breakfast**

La disciplina dei B&B è regolata da 19 leggi regionali e due provinciali (Bolzano e Trento) mentre in termini di legislazione statale è stata abrogata la legge 135/2001 ("Riforma della legislazione nazionale") sostituita dal Dlgs 79/2011 (e successive modifiche), che ha ridotto di molto l'intervento statale in materia di turismo.

Per quanto riguarda le Marche, regolamentate dalla legge regionale 11/07/2006 n.9, va presentata la SCIA al Comune di appartenenza; quest'ultimo provvederà ad effettuare un sopralluogo ai fini della verifica dei requisiti di idoneità (bisogna essere in regola con i requisiti urbanistico-edilizi, igienico-sanitari e di sicurezza prescritti per le abitazioni. È prevista inoltre una superficie minima in rapporto ai posti letto e può essere chiesta la presenza di alcuni arredi di base).

# Macro area

## Servizi alla persona

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

Cambiamenti significativi nella organizzazione delle famiglie e negli stili di vita stanno stimolando la nascita di opportunità in una serie di attività. Di seguito alcune delle più rilevanti che si è ritenuto di approfondire.

La lavanderia self service che inizialmente si è sviluppata nelle grandi città, appare trainata dai flussi migratori ma anche dal cambiamento della composizione familiare, con un incremento di single e coppie che lavorano, per le quali la risorsa "tempo" è molto preziosa. Una lavanderia a self service dà infatti un servizio veloce, economico ed efficiente alle persone che hanno necessità di fare il bucato senza averne la possibilità in casa propria e senza disporre di una rete familiare che possa supplire a queste esigenze.

Una sartoria personalizzata si può occupare di riparazioni per ogni esigenza, di adattamenti, ma anche di nuove confezioni per cerimonie o per l'uso corrente (camice, pantaloni, ecc.), per quei clienti che semplicemente vogliono un capo fatto esclusivamente per sé. La progressiva scomparsa dei tradizionali sarti in molti centri abitati, insieme alla perdita progressive di abilità manuali di base (cucire, tagliare stoffe, ecc.) crea un mercato favorevole per questi servizi. Anche la crisi economica spinge verso un maggior ricorso alle riparazioni, per allungare la vita degli abiti prima di sostituirli.

Un centro ricreativo (ludoteca, baby parking, centro giochi) offre ai genitori la possibilità di lasciare il figlio in compagnia di altri bambini e di uno staff di animatori che oltre a rendere gradevole la permanenza possono stimolare facoltà creative e quindi avere anche un impatto educativo. Questo anche per la difficoltà degli enti pubblici a creare nuove strutture, a causa delle loro difficoltà di bilancio, per questo è consigliabile anche una collaborazione con gli enti locali.

Dall'ultimo censimento permanente della popolazione emerge che gli stranieri residenti nelle Marche al 31 dicembre 2019 sono 130.595 di cui 70.896 donne e rappresentano l'8,6% della popolazione residente.

Secondo l'ISTAT al 1° gennaio 2018 quasi l'86% dei cittadini non comunitari regolarmente presenti hanno un permesso rilasciato o rinnovato nel Centro-Nord. Storicamente gli stranieri sul territorio italiano si sono concentrati soprattutto nelle ripartizioni del Centro-Nord. Nel 2017 tuttavia essi sono cresciuti di più nel Mezzogiorno (+ 4,5%) e nel Centro (+1,9%), che nel Nord (+1,2%). La figura del mediatore culturale è una risposta sia ad una esigenza di integrazione degli immigrati, sia a bisogni di equilibrio sociale complessivo. Nella regione Marche sono già attivi diversi mediatori culturali, che lavorano per conto di enti pubblici, sindacati, associazioni.

La richiesta di cuochi a domicilio appare in aumento, sia come conseguenza della ricerca di costi più bassi per la organizzazione degli eventi, sia come conseguenza della ricerca crescente di servizi personalizzati, forniti sulla base delle esigenze dei singoli clienti. La diffusione di questi servizi potrebbe abbassare i costi della organizzazione di alcuni eventi

La concorrenza sempre più serrata, anche in termini di prezzi, da parte della grande distribuzione, dei canali di vendita online e delle edicole, fa sì che le piccole librerie stiano scomparendo, se queste rimangono prive di una chiara specializzazione.

Nell'ultimo decennio tante librerie sono state "espulse" dai centri storici delle città italiane. Al loro posto sono subentrate le grandi catene, le uniche che riescono a sostenere i costi elevati degli affitti. Una piccola libreria può però sopravvivere e svilupparsi se riesce a specializzarsi e quindi offrire un buon servizio in termini di consigli sulle pubblicazioni da acquistare, di assortimento e di evasione degli ordini in tempi brevi. Fra le specializzazioni che offrono possibilità di sviluppo vi sono l'editoria per l'infanzia e la vendita di libri stranieri in lingua, specie di lingue meno conosciute di difficile reperimento sul mercato tradizionale.

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| <i>scheda D1</i> | Lavanderia self service |
| <i>scheda D2</i> | Sartoria personalizzata |
| <i>scheda D3</i> | Ludoteca                |
| <i>Scheda D4</i> | Mediatore culturale     |
| <i>scheda D5</i> | Cuoco a domicilio       |
| <i>scheda D6</i> | Libreria tematica       |



## **D1** Lavanderia self service

### **Competenze e risorse**

L'offerta di una lavanderia normalmente si divide in due categorie: lavatrici automatiche o lavasecco. Le prime infatti utilizzano l'acqua, mentre le seconde per lavare ricorrono ad un particolare tipo di solvente. Le due attività sono tra loro complementari e non sostitutive visto che chi si rivolge alla lavasecco ha necessità di lavare capi che richiedono un trattamento particolare

(ad esempio le giacche da uomo o capi in pelle) mentre chi frequenta le lavanderie automatiche ha bisogno di fare il bucato delle cose che mette tutti i giorni.

Questa idea imprenditoriale richiede investimenti significativi, per la dotazione di un punto servizi completamente automatizzato. È necessaria, ovviamente, un'attività di back office, per il perfetto funzionamento del punto vendita, la manutenzione, l'approvvigionamento di materie prime e la promozione del centro. Per avviare questo tipo di attività occorre avere questi requisiti: prezzi competitivi e orari di apertura flessibili (meglio se ad orario continuato); ambiente di almeno 40 mq., comodo, confortevole e dotato di sedie, per rendere più piacevole l'attesa e per sopperire alla mancanza del servizio di assistenza; collaborazione di una persona che si incarichi dell'apertura, della chiusura e della pulizia (non occorre altro personale fisso); uso di macchinari capienti, rapidi e tecnologicamente avanzati. Complessivamente, invece, l'impegno lavorativo è abbastanza limitato. Esistono delle aziende che utilizzano la formula del franchising, e ciò può rivelarsi particolarmente utile per chi non ha nessuna esperienza nel campo e quindi può trovare difficoltà a far funzionare e ad eseguire la manutenzione delle lavatrici.

### **La localizzazione**

I luoghi migliori sono i principali centri della regione tenendo conto dei seguenti fattori: il bacino d'utenza e quindi il numero di abitanti del paese o città dove si apre; la tipologia di abitanti/residenti (ex. Studenti, stranieri, lavoratori stagionali, turisti...); la presenza della concorrenza (quante lavanderie, distanza, posizione, tipologia di servizi e macchinari); la posizione della lavanderia (punto di passaggio, visibilità, parcheggio disponibile, vicinanza ad esercizi commerciali che richiamano clientela)

### **Sinergie con gli altri settori**

Manutenzione elettrodomestici ad uso industriale, società di franchising, produttori di detersivi

### **Figure professionali coinvolte**

Titolare, addetto alle pulizie dei locali e dei macchinari

### **Risorse utili e Buone Prassi**

[https://www.consiglio.marche.it/banche\\_dati\\_e\\_documentazione/leggi/dettaglio.php?arc=vig&idl=1703](https://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/leggi/dettaglio.php?arc=vig&idl=1703)

<https://www.ismu.org/migranti-africani-fanno-impresa-comunicato-stampa-12-10-2020/>



## **D2 Sartoria personalizzata**

### **Competenze e risorse**

Le competenze fondamentali sono di tipo tecnico manuale e di tipo creativo nel caso di realizzazione di capi su misura. Il contatto con il cliente può essere diretto, allestendo un piccolo punto vendita; la vendita su Internet richiede invece una organizzazione diversa. Gli investimenti necessari a dotarsi di un sito dotato di funzioni di E-Commerce non sono elevati.

L'organizzazione dell'impresa, dal punto di vista del magazzino e della evasione degli ordini, dovrà essere diversa rispetto a un'azienda tradizionale, in quanto i capi non dovranno essere consegnati in grandi quantitativi a grossisti o negozi, ma realizzati in modo personalizzato e spediti ai singoli clienti.

### **La localizzazione**

La localizzazione può avvenire in qualunque punto del territorio regionale, preferibilmente nelle aree a massima concentrazione di popolazione residente. Per alcune piccole imprese dell'abbigliamento una possibile evoluzione è verso servizi di sartoria specializzata, eventualmente anche con una proiezione in Internet, ad esempio per la realizzazione di capi su misura, dove le caratteristiche tecniche degli stessi possono essere definite mediante precisi parametri, trasmesse attraverso un sito Internet e da questo diramate a una serie di aziende produttrici.

### **Sinergie con gli altri settori**

Aziende di abbigliamento, produttori di articoli di merceria e stoffe

### **Figure professionali coinvolte**

Sarta/o, addetto a piccole riparazioni, commessa, esperto in web marketing, e-commerce

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Attivit%C3%A0-Produttive>

<https://economiecircolari.eu/2020/09/01/al-via-il-ri-lab-di-eco-sartoria-nelle-marche-un-laboratorio-per-il-restyling-sostenibile-dei-vecchi-abiti>





## **D3 Ludoteca**

### **Competenze e risorse**

Gli investimenti materiali per realizzare una struttura di questo tipo sono abbastanza limitati, rispetto a strutture più complesse quali gli asili nido. È sufficiente allestire con giochi un piccolo locale, ovviamente a norma per quanto riguarda i requisiti di abitabilità e di sicurezza.

È fondamentale che almeno qualcuno degli operatori posseda nozioni di tipo pedagogico.

### **La localizzazione**

L'esigenza di creare centri educativi e ricreativi per i bambini grandi e piccoli ma anche centri di aggregazione per i bambini più grandi, si avverte soprattutto nelle città e nei centri minori in fase di espansione demografica, ad esempio quelli del primo entroterra. La localizzazione può avvenire in qualunque punto del territorio regionale, anche se il maggiore fabbisogno di servizi si verifica normalmente nelle città maggiori e nei centri in fase di espansione residenziale. Non è escluso, però, che anche piccoli centri possano avere un numero sufficiente di utenti da giustificare la nascita di una struttura di questo tipo.

### **Sinergie con gli altri settori**

Enti locali, cooperative sociali

### **Figure professionali coinvolte**

Educatori, animatori, personale qualificato e non.

### **Risorse utili e Buone Prassi**

[https://www.consiglio.marche.it/banche\\_dati\\_e\\_documentazione/leggi/dettaglio.php?arc=vig&idl=1481#art11](https://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/leggi/dettaglio.php?arc=vig&idl=1481#art11)



## **D4 Mediatore culturale**

### **Competenze e risorse**

In virtù delle tendenze sopra individuate, le esigenze di servizi di mediazione appaiono in aumento, ed è quindi lecito ipotizzare anche uno spazio per nuove iniziative di lavoro autonomo.

Per avviare un'attività di questo tipo occorrono competenze ed esperienze specifiche nel campo del sociale da un lato, e capacità di relazione con enti ed istituzioni radicate nel territorio. Trattandosi di un servizio innovativo, poi, non devono mancare capacità creative, flessibilità e disponibilità a ritmi intensi di lavoro.

Un mediatore di solito ha un'esperienza di vita significativa in un altro paese, come l'esserci nato o aver sposato una persona che ci proviene, ma non è un requisito vincolante.

Non c'è un percorso univoco per diventare mediatore culturale. La via più semplice è, con il diploma di scuola media superiore, seguire un corso di specializzazione organizzato dagli enti locali o dalla regione (quasi sempre gratuito) che rilasciano una qualifica di mediatore culturale (vedi link sotto riportato)

Economicamente e finanziariamente tale attività richiede sicuramente un modesto livello di investimento; è altresì necessario, però, il collegamento ed il supporto degli enti ed istituzioni del territorio.

### **La localizzazione**

La localizzazione preferibile può avvenire in uno o più centri, fra quelli a maggiore concentrazione di immigrati e dove esistono possibilità di collaborazione con le amministrazioni locali.

### **Sinergie con gli altri settori**

Dell'avvio di questi servizi potrebbero trarre beneficio soprattutto gli enti locali, che riuscirebbero a gestire più facilmente i flussi di immigrazione. Indirettamente trarrebbero giovamento le imprese dell'area, che potrebbero disporre di nuova manodopera, ben integrata nel contesto sociale circostante.

### **Figure professionali coinvolte**

Mediatore culturale, enti pubblici, operatore servizi sociali

### **Risorse utili e Buone Prassi**

[http://www.integrazionemigranti.gov.it/Attualita/Approfondimenti/approfondimento/Documents/mediazione\\_REGIONI/Marche/dgr\\_242\\_2010.pdf](http://www.integrazionemigranti.gov.it/Attualita/Approfondimenti/approfondimento/Documents/mediazione_REGIONI/Marche/dgr_242_2010.pdf)



## **D5 Cuoco a domicilio**

### **Competenze e risorse**

Il cuoco a domicilio fornisce ai clienti (prevalentemente privati) la completa organizzazione di un evento, da quelli di dimensione più ridotta (cena in famiglia o con amici) fino a quelli con più partecipanti (ad esempio cerimonie come matrimoni).

Il cuoco suggerisce i possibili menù, cura l'acquisto dei materiali, prepara i pasti e sovrintende all'andamento dell'evento. Questo sempre utilizzando le strutture (cucina, arredi, ecc.) messe a disposizione dai clienti.

Per avviare un'attività di questo tipo occorrono competenze ed esperienze specifiche nel campo della gastronomia e della ristorazione, capacità organizzative, creatività, adattabilità alle esigenze dei diversi clienti, abilità relazionali.

Il servizio non richiede investimenti iniziali, in quanto il cuoco a domicilio utilizza esclusivamente le strutture messe a disposizione dai clienti; nel caso in cui volesse fornire una completa preparazione di pasti realizzati in una sua struttura si entrerebbe invece nel campo del Catering.

### **La localizzazione**

Il cuoco a domicilio opera presso il cliente e può avere una sede collocata in qualunque punto del territorio.

### **Sinergie con gli altri settori**

Ristoranti, società di catering, web marketing, e-commerce, enoteche

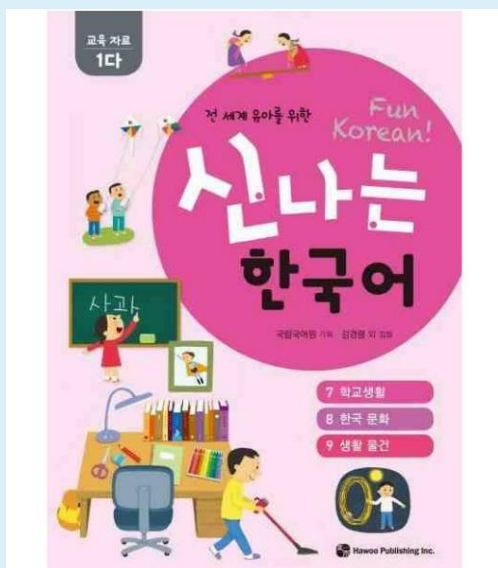
### **Figure professionali coinvolte**

Cuoco, aiuto cuoco, personale addetto al catering

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<http://www.cuochimarche.it>

<https://www.mymarca.it/it/node/3312/chef-domicilio-cucina-con-i-tuoi-amici-insieme-al-nostro-cuoco-professionista-nella-nostra#tab-webform>



## D6 Libreria tematica

### Competenze e risorse

L'apertura di un negozio di questo tipo presuppone l'allestimento di uno spazio di vendita di piccole dimensioni, ben arredato, ospitale e dotato di un vasto assortimento di prodotti. Non sono richieste licenze commerciali e abilitazioni professionali.

La preparazione sulla tematica specifica un requisito imprescindibile di questa attività: è ciò che distingue le piccole librerie dalle grandi catene, dove invece mancano l'assistenza e la consulenza.

Fondamentali sono la capacità di gestire con efficienza il magazzino e di diversificare l'offerta, eventualmente commercializzando anche prodotti di cartoleria, giocattoli, ecc.

### La localizzazione

La localizzazione dovrebbe avvenire nei centri urbani più importanti della regione ed eventualmente negozio on line

### Sinergie con gli altri settori

La partecipazione a fiere specializzate e di settore (es. Bologna Children's Book Fair) si rende necessaria. Organizzazione di laboratori e corsi per bambini ed adulti di tutte le età.

La nascita di negozi specializzati può contribuire ad aumentare l'offerta per i consumatori, a innovare e qualificare la rete commerciale e a rilanciare i centri urbani, oggi spesso sottoposti a tendenze alla omogeneizzazione dell'offerta alla clientela.

### Figure professionali coinvolte

Commesso magazziniere, personale addetto agli acquisti e alla ricerca dei testi con discrete conoscenze linguistiche, nel caso di vendita on line anche esperto di e-commerce e di web marketing (ci si può avvalere di collaboratori o di dipendenti), organizzatore di eventi e/o laboratori per bambini o adulti.

### Risorse utili e Buone Prassi

<https://www.il-libro.it/>

<https://www.americanbookstore.it/>

# Adempimenti

## Lavanderia self service

Questo tipo di lavanderia ha un iter burocratico molto più semplice rispetto ad una tinto lavanderia classica. Si deve solamente:

- Segnalare al Comune l'apertura dell'attività attraverso la SCIA;
- Aprire la partita IVA
- iscriversi al registro delle imprese;
- ottenere l'autorizzazione di cui all'articolo 64 del Testo Unico delle leggi di pubblica sicurezza, prevista per le industrie pericolose ed i mestieri rumorosi e incomodi.

## Sartoria

La sartoria si inquadra come impresa artigiana. Come tale sono necessari i seguenti passaggi:

- apertura della Partita Iva e la PEC (Posta Elettronica Certificata)
- iscrizione al Registro delle Imprese
- iscrizione alla sezione artigiana dell'INPS (Istituto Nazionale per la Previdenza Sociale)
- sottoscrizione di un'assicurazione a fini previdenziali presso l'INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro).

## Ludoteca

Questo tipo di attività può essere inquadrata in 2 modi; il primo permette di gestire la ludoteca come una vera e propria attività commerciale, quindi per esempio stabilendo direttamente i prezzi. Il secondo ha un regime fiscale agevolato ma deve mantenere prezzi bassi per gli associati.

Cosa serve:

1- attività commerciale:

- Richiedere la partita IVA all'Agenzia delle Entrate;
- Iscriverla nel Registro delle Imprese presso la Camera di Commercio;
- Richiedere al Comune l'autorizzazione a esporre un'insegna;
- Comunicare al Comune l'inizio di attività.

2- associazione culturale:

- Redazione di un atto costitutivo e di uno statuto;
- Registrazione della ludoteca presso l'Agenzia delle Entrate: la partita IVA è necessaria, perché comunque ci sono degli incassi da contabilizzare.

## Mediatore culturale

Una volta acquisite le conoscenze necessarie il mediatore può decidere se farsi assumere come lavoratore dipendente o lavorare come libero professionista.

Nel secondo caso è tenuto all'apertura della partita IVA e all'iscrizione alla Gestione separata INPS.

## **Cuoco a domicilio**

Cosa serve:

- abilitazione per la somministrazione di alimenti e bevande;
- frequentazione di una scuola alberghiera e di corsi di specializzazione;
- avere lavorato per almeno due anni presso ristoranti o attività del settore della somministrazione di bevande e alimenti;
- aver seguito corsi per le norme igienico-sanitarie del settore;
- iscrizione alla Camera di Commercio;
- apertura della Partita Iva come libero professionista

## **Libreria tematica**

Per aprire una libreria è necessario:

- Aprire partita Iva
- Iscrivere al registro delle imprese
- Dare comunicazione di inizio attività al Comune (almeno 30gg prima dell'avvio)
- Aprire le posizioni INPS ed INAIL

Inoltre:

- Chiedere l'autorizzazione per esporre l'insegna
- Pagare i diritti SIAE per diffusione di musica/video all'interno della libreria
- Ottenere il permesso dei vigili del fuoco (nel caso si superi una determinata quantità di carta nel locale, oppure per locali di metrature molto ampie)
- Ottenere il nulla osta da parte dell'Asl
- Assicurarsi che i locali rispettino tutte le normative in materia di igiene, sicurezza, agibilità ed urbanistica richieste dalla legge, mettendo a norma gli spazi anche in base all'attività svolta nel locale (diversi saranno i requisiti per una semplice libreria, per una libreria con caffetteria, per allestire un'area bimbi, e così via)

Nel caso in cui vogliate integrare anche un servizio di caffetteria o ristorazione nella vostra libreria, dovrete assicurarvi di rispettare anche gli adempimenti ed i requisiti richiesti per un'attività nel settore ristorativo (attestati SAB ed HACCP, cucina ed area caffetteria a norma, sistemi di areazione, ecc..).

# Macro area

## Web

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

La crisi pandemica ha messo a dura prova il sistema commerciale mondiale, ma soprattutto italiano. Benché presente da tempo, il settore delle vendite online in Italia non ha mai spiccato il volo. Questo almeno fino ad inizio 2020, quando la crisi del Covid-19 ha "costretto" i cittadini ad acquistare i propri beni su internet. Tutto questo, ha permesso di "immortalare" al meglio quali sono i consumi preferiti dai cittadini. Osservando i dati della ricerca condotta dalla Casaleggio Associati, fra il 2019 e l'inizio del 2020 i cittadini scelgono per il 42 per cento acquisti per il loro tempo libero, seguito dal turismo con il 25 per cento. La restante parte, invece, si divide fra acquisti online di centri commerciali (15.5%), assicurazioni (4.6%) ed elettronica (3.3%). Questa forte polarizzazione, permette di delineare la "dieta commerciale" degli italiani. Infatti, nel 2019, il fatturato e-commerce è stimato in 48,5 miliardi di euro (con una crescita del 17% rispetto al 2018). Motivo per cui, la stima prevista per il 2020 è una crescita ulteriore del 20 per cento.

Nonostante i dati incoraggianti, vi è un altro aspetto da prendere in considerazione. Stando ai dati avuti finora, l'impatto del Coronavirus sull'e-commerce non è stato positivo per tutte le attività commerciali italiane. Difatti, il 54 per cento delle aziende e-commerce ha registrato un impatto negativo sul fatturato, soprattutto quelle del settore merceologico abbigliamento e casalingo. Solo il restante 21 per cento ha beneficiato della vendita online, mentre il 25 per cento è ancora in fase di analisi. Questo dato mette in luce un aspetto importante della digitalizzazione italiana: non tutte le attività commerciali erano pronte ad una vendita pensata esclusivamente online. Molte di esse hanno problemi di gestione del proprio sito, mentre altre di logistica dei magazzini. Ne possiamo dedurre che, parlare di e-commerce in Italia presenti ancora delle zone grigie. Tali ostacoli, però, sono superabili con un corretto e costante processo di digitalizzazione. Chiaramente, l'ideale sarebbe affidare la realizzazione del proprio sito e-commerce a professionisti del settore. In questo modo, le aziende potrebbero essere pronte nel 2021 ad affacciarsi in maniera competitiva alla sfida della vendita online. (Fonti statistiche: Casaleggio Associati, report e-commerce 2020)

|                  |                                       |
|------------------|---------------------------------------|
| <i>scheda e1</i> | <i>Social media manager/marketing</i> |
| <i>scheda e2</i> | <i>Creazione di siti web</i>          |
| <i>scheda e3</i> | <i>E-commerce</i>                     |



## **E1 Social media manager**

### **Competenze e risorse**

Per intraprendere questa attività occorrono sia competenze informatiche, sia soprattutto una profonda conoscenza dei Social Networks quale strumento di comunicazione. I professionisti impegnati nell'agenzia devono essere capaci di:

- scegliere i canali dei Social Network più adatti ed efficaci per segnalare e fare conoscere l'impresa;
- creare messaggi (Post) ben scritti, brevi ed efficaci;
- farlo in modo professionale, ma anche con uno stile personale;
- dialogare con le persone con cui si entra in contatto, rispondere alle informazioni e ai commenti (anche negativi);
- usare i canali dei Social Network, come parte di una gestione dei rapporti con i clienti (Customer Relationship Management);
- collocare l'azienda e il marchio al centro delle conversazioni, in modo intelligente;
- facilitare la interazione delle persone interessate all'azienda, incoraggiandole a partecipare al dialogo.

Gli investimenti materiali necessari sono modesti, trattandosi di allestire un piccolo ufficio, dotato di alcune semplici postazioni informatiche.

### **La localizzazione**

Non esiste una localizzazione tipica per questa tipologia di attività, anche se una localizzazione nei centri urbani maggiori potrebbe favorire il contatto con un numero maggiore di potenziali clienti (aziende).

### **Sinergie con gli altri settori**

Validi servizi di comunicazione possono dare maggiore incisività al marketing delle imprese che e li utilizzano, favorendone lo sviluppo.

### **Figure professionali coinvolte**

Addetto al marketing, social media manager, social media marketing, digital marketing

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-il-Social-Media-Manager.aspx>

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-Digital-marketing.aspx>





## **E2 Creazione di siti web**

### **Competenze e risorse**

Questa è un'attività di servizio ad alto contenuto consulenziale.

Creare siti web per conto di aziende clienti presuppone avere una profonda conoscenza del mezzo informatico e delle sue continue evoluzioni, capacità grafiche e conoscenza della efficacia delle modalità di organizzazione e di promozione

del sito sui principali motori di ricerca (Indicizzazione). È anche necessario conoscere e sapere interpretare le strategie commerciali, basate su Internet, dei principali concorrenti e di quelli più innovativi.

### **La localizzazione**

La localizzazione dell'attività di servizio può avvenire in qualunque punto del territorio regionale; per essere vicini ai principali clienti, tuttavia, è preferibile collocarsi in uno dei centri urbani più importanti della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

Validi servizi di comunicazione possono dare maggiore incisività al marketing delle imprese che e li utilizzano, favorendone lo sviluppo e la conoscenza dell'impresa in qualsiasi luogo senza il vincolo territoriale.

### **Figure professionali coinvolte**

Sviluppatore siti web, SEO manager

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Creare-un-sito-Internet-aziendale.aspx>

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-per-diventare-SEO-Manager.aspx>



## **E3 E-commerce**

### **Competenze e risorse**

L'avvio di una vendita con E-Commerce risponde a regole abbastanza semplici.

Dal punto di vista organizzativo, i risultati economici di un E-Commerce dipendono dalla scelta dei prodotti, dalla selezione dei fornitori, dalle loro modalità di presentazione,

dalla fissazione dei prezzi, dalle modalità di consegna e di incasso.

Per la gestione di un negozio in E-Commerce sono inoltre necessarie abilità nella gestione del magazzino, per evitare giacenze invendute, per aumentare la rotazione delle scorte e per raggiungere buoni livelli di redditività.

### **La localizzazione**

La localizzazione può avvenire in qualunque punto del territorio; per motivi logistici, tuttavia, è preferibile collocarsi in centri urbani ben collegati con le vie di trasporto

### **Sinergie con gli altri settori**

Validi servizi di vendita on line possono contribuire a dare sbocchi di mercato a prodotti e servizi senza dover utilizzare le tradizionali strutture distributive.

### **Figure professionali coinvolte**

Addetto al commercio online, addetto al marketing, social media manager, magazziniere

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Pagine/E-commerce.aspx>

# Adempimenti

Dal punto di vista burocratico, come per tutte le attività professionali, occorre:

- l'apertura della partita IVA;
- l'iscrizione alla camera di commercio;
- l'invio della segnalazione certificata di inizio attività (Scia);
- l'apertura della posizione previdenziale Inps e della posizione Inail .

Pe quanto riguarda l' e-commerce inoltre bisognerà rispettare i requisiti professionali e legali riguardanti la specifica tipologia di merce trattata.

# Macro area

## Attività rivolte agli stranieri

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

Già da diversi anni, nella regione Marche, si sono diffuse molteplici attività gastronomiche che hanno in comune la produzione e la vendita diretta al pubblico di cibi di asporto (pasta fresca, piadine, pizze, kebab, ecc...). La loro diffusione si spiega con la esigenza di un numero crescente di persone e famiglie di acquistare pasti già pronti, di buona qualità e a prezzo contenuto.

Un altro settore che vede il coinvolgimento dei cittadini extra comunitari è quello del mercato ambulante sia tradizionale, sia di prodotti tipici/etnici in particolare oggettistica, accessori e vestiario.

In ultimo un settore particolarmente fiorente è quello delle agenzie che si occupano delle pratiche per i cittadini stranieri ed extra comunitari, risolvendo problemi e velocizzando le pratiche di svariata natura in cambio di cifre piuttosto basse. Il punto di forza di queste agenzie consiste nell'offrire un centro unico per tutti gli adempimenti ed i certificati, dalle traduzioni ai visti consolari, dalle pratiche automobilistiche alla scuola ecc... spesso offrono anche la possibilità di spedire denaro all'estero e fungono da cambio valuta.

|                  |  |
|------------------|--|
| <i>scheda F1</i> | <i>Minimarket etnici</i>                     |
| <i>scheda F2</i> | <i>Commercio ambulante</i>                   |
| <i>Scheda F3</i> | <i>Gastronomia (etnica)</i>                  |
| <i>Scheda F4</i> | <i>Centro multiServizi per gli immigrati</i> |



## **F1 Mini Market etnici**

### **Competenze e risorse**

Un mini market etnico può nascere con investimenti limitati, sia per le attrezzature utilizzate, sia per le scorte di magazzino. Sono necessarie, tuttavia, conoscenze della rete dei fornitori per i prodotti etnici e abilità nella gestione del negozio. La vendita di prodotti alimentari richiede il possesso

dell'abilitazione al commercio alimentare.

### **La localizzazione**

La localizzazione avverrà preferibilmente nei centri urbani più importanti della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

Valido servizio come quello descritto può contribuire alla diffusione e alla commercializzazione dei prodotti tipici etnici, agro-alimentari e artigianali

### **Figure professionali coinvolte**

Responsabile di negozio, addetto alle vendite, buyer, addetto al banco.

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.mixmarkt.eu/it/home/supermercati/> (presente nelle Marche a Fano)



## **F2 Commercio ambulante**

### **Competenze e risorse**

L'apertura di un commercio ambulante è soggetta alle stesse normative merceologiche che distinguono tra beni alimentari e non, e al possesso delle autorizzazioni allo stazionamento nei vari mercati e punti del territorio.

Gli investimenti nella struttura di vendita (furgone, espositori, ecc.) possono essere, specie per il commercio alimentare, significativi.

Rispetto commercio in sede fissa, quello ambulante richiede una organizzazione del tempo completamente diversa e una notevole intraprendenza nell'individuare le sedi in cui installare l'attività nel corso dell'anno.

### **La localizzazione**

La sede legale dell'impresa potrà essere in qualunque punto del territorio; l'attività operativa si svolgerà invece, giorno per giorno, nei mercati che il commerciante riterrà più opportune.

### **Sinergie con gli altri settori**

Una efficiente rete di commercio ambulante contribuisce alla diversificazione della offerta commerciale e al miglioramento della qualità della vita dei residenti.

### **Figure professionali coinvolte**

Addetto vendita, responsabile attività

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Commercio-Marche/Aree-tematiche/Aree-pubbliche/Normativa>

<https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Commercio-Marche/Aree-tematiche/Aree-pubbliche>



## **F3** Gastronomia e cibi etnici

### **Competenze e risorse**

L'avvio di gastronomie specializzate non presenta particolari barriere iniziali. Per i prodotti alimentari è necessario che il titolare consegua l'abilitazione prevista dalla legge, mentre gli investimenti iniziali sono normalmente di entità ridotta. Sono necessarie, tuttavia, abilità nella scelta dei fornitori e capacità organizzative per ridurre i tempi di produzione, adeguandoli ai ritmi della domanda.

Un elemento determinante per il successo dell'impresa è la sua posizione rispetto ai flussi di traffico di residenti e turisti. Chi acquista questi prodotti ha infatti l'esigenza di risparmiare tempo, anche per raggiungere il punto vendita.

### **La localizzazione**

La localizzazione, come in tutte le attività commerciali, dovrà essere attentamente valutata in relazione alla situazione della residenza, dei flussi di traffico, dei costi insediativi. Alcuni anni fa la localizzazione più idonea era nei maggiori centri urbani nell'area e in prossimità delle località turistiche più frequentate; oggi queste attività tendono a diffondersi anche in località e centri periferici.

### **Sinergie con gli altri settori**

La nascita di validi laboratori gastronomici contribuisce a ridurre i costi della ristorazione per i residenti e a migliorare la loro qualità della vita.

I laboratori gastronomici possono costituire inoltre un servizio ai turisti e il cibo etnico grazie alla sua economicità raggiunge facilmente una clientela più vasta.

### **Figure professionali coinvolte**

Cuoco, addetto vendita, responsabile attività

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<http://www.scienzaegoverno.org/article/cibi-etnici-una-categoria-di-alimenti-crescente-diffusione-italia>



## **F4 Centro Multiservizi per stranieri**

### **Competenze e risorse**

L'apertura di un centro che si occupa di vari servizi per stranieri necessita di diverse competenze tecniche. La preparazione e la compilazione di documenti inerenti i permessi di soggiorno, rinnovi, ricongiungimenti familiari, ecc.. occorre un'elevata conoscenza delle normative comunitarie ed italiane, delle procedure burocratiche e dei documenti.

Gli investimenti materiali per aprire un ufficio non sono elevati, per iniziare è sufficiente l'affitto di un piccolo locale con l'acquisto dell'attrezzatura necessaria compresa quella informatica.

### **La localizzazione**

La sede legale dell'impresa potrà essere in qualunque punto del territorio ma è preferibile nei centri urbani più importanti della regione.

### **Sinergie con gli altri settori**

Un centro che aiuta gli stranieri nella compilazione di documenti e pratiche può migliorare la qualità della vita e ridurre i tempi burocratici.

### **Figure professionali coinvolte**

Consulente, addetto amministrativo, impiegato

### **Risorse utili e Buone Prassi**

<https://portaleimmigrazione.eu/come-aprire-unagenzia-di-pratiche-per-stranieri>



# Adempimenti

## Mini market etnici

la normativa di riferimento è quella generica del commercio al dettaglio, quindi:

- Apertura della partita IVA
- Iscrizione al Registro delle Imprese Apertura delle posizioni INPS e INAIL
- Segnalazione SCIA per piccole strutture di vendita (superficie del negozio inferiore ai 250 mq)
- Ottenimento del Nulla Osta Sanitario Asl

## Commercio ambulante

Una volta decisa la tipologia di bancarella al mercato da aprire, bisogna:

- presentare apposita richiesta di Autorizzazione Amministrativa al Comune di competenza (richiedere cioè la licenza);
- chiedere la Partita Iva all'Agenzia delle Entrate;
- aprire una posizione presso Inps e Inail;
- iscriversi alla Camera di Commercio.

## Gastronomia

La gastronomia si configura come attività artigiana. Bisognerà quindi:

- aprire una Partita Iva
- regolare la propria posizione Inail e Inps
- iscriversi alla Camera di Commercio competente
- comunicare al Comune di competenza l'inizio di attività (SCIA)
- Ottenere l'Autorizzazione sanitaria dall'ASL e presentazione dei documenti relativi alle attrezzature che potrebbero inquinare
- aver frequentato un corso SAB (Somministrazione Alimenti e Bevande) ed essere in possesso degli attestati HACCP.
- Ottenere la licenza commerciale dall'ufficio del commercio del Comune;
- Comunicazione all'Agenzia delle Dogane per l'eventuale vendita di alcolici nel locale;
- Autorizzazione all'esposizione insegna da comunicare al Comune.

## Centro multiservizi

Per aprire un'agenzia multi servizi, è necessario seguire questo **iter burocratico**:

- inviare una richiesta al Dipartimento delle Comunicazioni per ottenere l'autorizzazione del Ministero dello Sviluppo Economico
- ottenere la licenza individuale che consente di offrire diversi tipi di servizio
- aprire una Partita Iva
- iscriversi al Registro delle Imprese (Camera di Commercio)
- iscriversi all'INPS (nel caso di ditta individuale)
- comunicare l'inizio dell'attività al proprio Comune (SCIA)

# Macro area

## Altre attività

### Domanda, offerta, attrattività del mercato

- I servizi di manutenzione delle caldaie richiedono una frequente assistenza al cliente, in considerazione anche degli obblighi di legge previsti dal Decreto legislativo 192/2005, riguardo alla revisione obbligatoria periodica (da 1 a 4 anni a seconda delle caldaie). Attualmente grazie al Bonus Caldaie si stanno abbandonando le vecchie tecnologie maggiormente inquinanti per passare a caldaie di nuova generazione a condensazione o a biomasse per esempio, tali tecnologie richiedono un costante aggiornamento da parte di chi effettua i controlli periodici.
- Nel 2021 si prevede un aumento della domanda di cybersecurity e di sicurezza informatica multilivello nell'ambito della videosorveglianza. Parallelamente, l'implementazione e sviluppo della tecnologia 5G favorirà la diffusione dell'AIoT (Intelligenza artificiale delle cose) da sfruttare a livello industriale e per applicazioni consumer. I fattori chiave, in questo ambito, saranno i sensori, le telecamere, i big data e cloud, le infrastrutture di rete. La Sicurezza punterà, oltre che sulla protezione e videosorveglianza di elevato livello, sul potenziamento dell'efficienza e sulla diminuzione dei costi. Queste tendenze espansive sono solo in parte condizionate dalla crisi economica generale. Ne deriva un contesto favorevole all'avvio di nuove imprese specializzate nella progettazione e installazione di impianti di sicurezza e in particolare di impianti di videosorveglianza. Nel contesto europeo, l'Italia si colloca tra i paesi con la più bassa incidenza di omicidi, mentre per quanto riguarda i furti in abitazione e le rapine i tassi permangono ancora elevati rispetto agli altri paesi, nonostante i miglioramenti conseguiti nell'ultimo decennio. (fonte ISTAT rapporto BES 2020)

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| <i>scheda G1</i> | Manutenzione di caldaie |
| <i>scheda G2</i> | Videosorveglianza       |



## **G1** Manutenzione di caldaie

### **Competenze e risorse**

Per avviare una impresa specializzata nella manutenzione di caldaie sono necessarie le opportune abilitazioni professionali nonché la formazione specifica in costante aggiornamento a seconda delle tipologie di caldaia.

È inoltre indispensabile una efficiente organizzazione che riesca a dare ai clienti risposte tempestive, gestendo

prenotazioni e interventi efficaci ed efficienti.

L'operatività dei tecnici sul territorio dovrà avvenire con automezzi (furgoni) dotati delle necessarie tecnologie di misura e verifica degli impianti.

Un magazzino centralizzato presso la sede dovrà garantire la disponibilità degli eventuali pezzi di ricambio più comuni.

### **La localizzazione**

Piccoli o grandi centri abitati, ma con collegamenti rapidi ed efficienti.

### **Sinergie con gli altri settori**

La diffusione di questi servizi potrebbe aumentare la qualità della vita dei residenti, la sicurezza e la efficienza energetica degli edifici.

### **Figure professionali coinvolte**

Tecnici manutentori, magazzinieri, segreteria

### **Risorse utili e Buone Prassi**

[https://www.regione.marche.it/portals/0/Energia/ImpiantiTermici/CURMIT\\_apparecchi\\_combustibile\\_solido.pdf](https://www.regione.marche.it/portals/0/Energia/ImpiantiTermici/CURMIT_apparecchi_combustibile_solido.pdf)



## **G2 Videosorveglianza**

### **Competenze e risorse**

Per avviare una impresa specializzata negli impianti di telesorveglianza è indispensabile l'abilitazione professionale, adeguate competenze tecniche e una costante attenzione a un mondo di tecnologie e di soluzioni in continua evoluzione. Ormai i prodotti trasmettono informazioni in forma digitale, con particolare attenzione alla accessibilità via Internet e alla qualità delle immagini trasmesse via Wireless e l'utilizzo di App dedicate per la gestione

dell'impianto stesso. Fra le novità del settore, che iniziano a diffondersi, vi sono anche soluzioni tecniche alimentate ad energia solare e la videosorveglianza domotica.

### **La localizzazione**

Tutto il territorio regionale può essere interessato a queste attività, ma soprattutto le aree a più forte sviluppo urbanistico ed edilizio, non ché le zone in cui sorgono aziende di una discreta dimensione che sono generalmente in entrambi i casi quelle del primo entroterra.

### **Sinergie con gli altri settori**

La diffusione di questi servizi potrebbe aumentare la qualità della vita dei residenti, e la sicurezza degli edifici e in generale delle aree urbane.

### **Figure professionali coinvolte**

Consulenti, operai specializzati, tecnici

### **Risorse utili**

<https://www.comune.civitanova.mc.it/comunicati-cms/civitanova-marche-citta-con-piu-videosorveglianza-della-regione-e-una-delle-piu-sicure-del-centro-italia-con-cittadini-al-disotto-dei-50-mila-abitanti/>

<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza/promozione-e-cultura-della-prevenzione/buone-prassi/utilizzo-della-videosorveglianza.html>

# Adempimenti

## Manutenzione caldaie

Il manutentore delle caldaie è inquadrato come imprenditore artigiano; quindi, oltre a dover acquisire requisiti tecnici professionali lavorando presso una ditta abilitata per almeno 3 anni e dover conseguire la qualifica da impiantista termoidraulico, deve:

- apertura della Partita Iva e la PEC (Posta Elettronica Certificata)
- iscrizione al Registro delle Imprese
- iscrizione alla sezione artigiana dell'INPS (Istituto Nazionale per la Previdenza Sociale)
- sottoscrizione di un'assicurazione a fini previdenziali presso l'INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro).

## Videosorveglianza

Anche in questo caso si tratta di un'impresa artigiana abilitata all'esercizio della professione.

Questa specifica abilitazione si ottiene con il possesso di uno dei seguenti titoli:

- Diploma di laurea in materia tecnica specifica conseguito presso una università statale o legalmente riconosciuta.
- Diploma o Qualifica conseguita al termine di scuola secondaria del secondo ciclo, con specializzazione relativa al settore delle attività seguiti da un periodo di inserimento di almeno due anni consecutivi, alle dirette dipendenze di una impresa del settore;
- Titolo o attestato conseguito ai sensi della legislazione vigente in materia di formazione professionale, previo un periodo di inserimento di almeno quattro anni consecutivi, alle dirette dipendenze di una impresa del settore;
- Iscrizione Albo dei soggetti in possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 109 del D.P.R. 06/06/2001, N. 380.