

## LE BANCARELLE D'ORO

TRENTO

In Italia, il primo mercatino di Natale ad aprire è stato quello di Bolzano, ventitré anni fa: era il 1990. Il suo successo (a volerlo, l'allora assessore comunale Roland Atz) ha poi contagiato velocemente diverse località: dall'Alto Adige al Trentino - e, successivamente, in tutte le regioni italiane sono nati nuovi appuntamenti. Ogni anno aumenta infatti il numero delle località che organizzano, in maniera più o meno professionale, i mercatini di Natale: in alcuni casi l'evento dura poche ore, in altri invece anche due mesi. Ma ciò che più conta, per molte località, è il fatto di aver animato il centro con l'atmosfera tipica delle festività e di aver creato un ulteriore motivo di richiamo, con l'obiettivo finale di veder incrementare i fatturati di bar, ristoranti, negozi e alberghi.

«Gli 11.760.000 Italiani che quest'anno visiteranno i 556 mercatini di Natale che si svolgono nel nostro Paese - afferma Massimo Feruzzi, Amministratore Unico di Jfc, che ha compiuto una ricerca sul fenomeno - saranno capaci di generare un fatturato complessivo di 766 milioni di Euro. La quota di turisti è pari al 14,7% del totale dei visitatori: si tratta di turisti che soggiornano in media 1,4 notti, per un totale di 2 milioni 400 mila pernottamenti nelle destinazioni dove si svolgono i mercatini di Natale, con una netta prevalenza per quelli dell'Alto Adige e del Trentino».

Business stratosferico, insomma. Ma quali sono le regioni dove si concentra il maggior numero di mercatini di Natale? E' il Piemonte, con il 18,7% sul totale nazionale, la regione dove si svolge il maggior numero di questi appuntamenti, seguito da Lombardia (12,3%) e Veneto (7,9%). Al top restano comunque Alto Adige e Trentino, che rappresentano pariteticamente «solo» il 3,4% ognuna della quota dei mercatini di Natale a livello nazionale ma che non hanno competitor per quanto riguarda appeal e capacità di generare valore economico in ambito turistico.

La rilevazione Jfc ha portato a identificare, in Italia, ben 556 mercatini di Natale, di durata assai differenziata, che offriranno prodotti di vario genere. In media nazionale, la durata media dei mercatini è pari a 9,2 giorni (si va da una sola giornata sino a 72 giorni); a ogni mercatino partecipano mediamente 48 espositori (anche in questo caso il range è assai ampio: da 12 a 380 stand); rispetto allo scorso anno, gli espositori complessivi saranno 27.888, con un incremento della presenza di stand pari ad un +3,2%. Cosa vendono gli espositori: la maggioranza dei medesimi vende «decori ed addobbi» (38,4%), ma fortissima è anche la quota di coloro che vendono «prodotti alimentari» (18,7%) e di chi svolge servizi di «ristorazione» (16,1%), anche veloce.

In realtà, ciò che si cerca non sempre corrisponde con ciò che poi si compra. E' infatti interessante vedere cosa in realtà acquistano gli italiani in questi appuntamenti, facendo riferi-

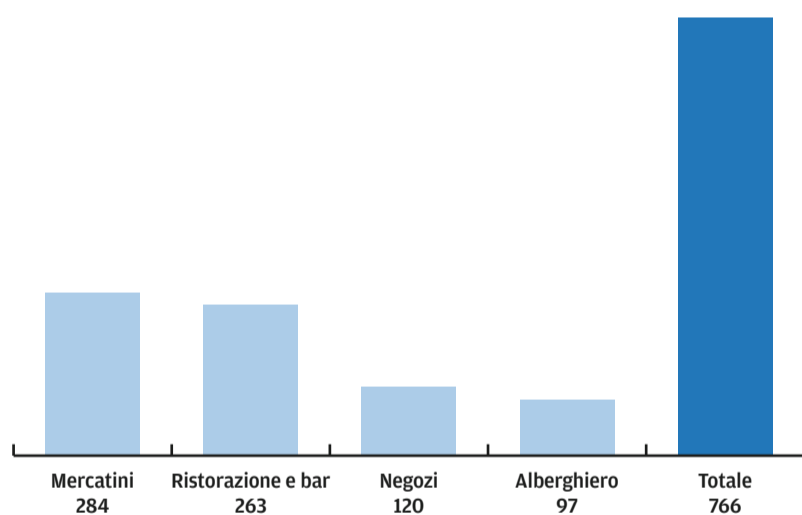


# Mercatini, business stratosferico

Ricerca Jfc: in Italia ne sono stati censiti 556. Giro d'affari annuo altissimo: 766 milioni di euro

### Il giro d'affari dei mercatini di Natale

Stima del valore complessivo del business annuale in Italia, suddiviso per macro-categorie



### Cosa si acquista ai mercatini

Merceologia	%
Prodotti alimentari tipici	56,2
Addobbi e decori natalizi	54,1
Dolciumi e cioccolata	32,4
Chincaglierie varie	31,9
Complementi d'arredo	25,5
Altri prodotti alimentari	17,7
Artigianato locale	16,2
Cosmetici e prodotti per la salute-benessere	11,1
Abbigliamento tipico	8,9
Altro	6,1

mento agli acquisti effettuati dagli intervistati il passato inverno, durante la loro visita ai mercatini di Natale. Salgono così in vetta agli acquisti effettuati i prodotti alimentari tipici (56,2%), seguiti da addobbi e decori natalizi con il 54,1%. In rialzo anche la quota dei dolciumi e cioccolata (32,4%), mentre generiche chincaglierie varie ottengono il 31,9%. Sì, insomma: il filone della gastronomia tipica sembra essere quello vincente: Merano, per dire, questo

l'ha capito molto più di Bolzano, dove l'offerta non va molto oltre i «soliti» würstel, strudel e panini con lo speck.

Gli italiani, poi, scelgono quali mercatini frequentare sulla base di idee ben precise: soprattutto sanno bene cosa a loro non piace trovare nei mercatini di Natale. Innanzitutto non piace «trovare nei mercatini gli stessi prodotti che si trovano nei negozi e nei centri commerciali»: i mercatini devono quindi avere prodotti originali e

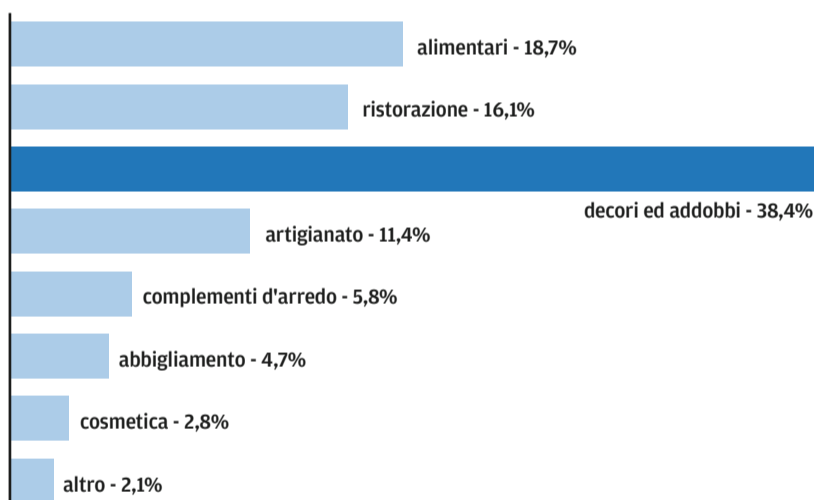
non commerciali, afferma il 28,2% del campione, e questa affermazione viene confermata dal secondo indicatore su ciò che gli italiani non vogliono trovare, che sono i prodotti industriali (21%). L'ambientazione è un elemento importante nella scala di gradimento dei visitatori: infatti un mercatino è tanto più gradito quanto più è caratterizzato sulle tematiche natalizie, con atmosfere «speciali».

Le casette in legno, stile cha-

let di montagna, sono sì attraenti, ma gli Italiani si aspettano di trovare anche altro. Ma qual è l'animazione più gradita dai visitatori? Concerti, cori ed intrattenimento musicale, di ogni tipo, è la formula di intrattenimento più gradita dagli ospiti (20,3%). Segue l'animazione per bambini, preferita dal 18,5% degli Italiani, ed il classico trenino (12%) che non viene fatto rientrare nell'animazione per bambini perché considerato come valore a sé. I

mercatini di Natale, però, non sono solo animazione, ma anche business per gli enti pubblici: tra affitti degli stand, servizi vari (elettricità, rifiuti, consumi vari degli espositori), sponsorizzazioni, vendite di gadget, queste entrate rappresentano introiti di rilievo per le casse comunali. E, in parallelo, aumentano i turisti che alloggiano nella località, crescono gli escursionisti, i consumi nei bar e ristoranti, ma anche lo shopping. (c.p.)

### Le tipologie degli espositori



### Le iniziative d'animazione più gradite

