



Distretto Urbano del Commercio di Treviglio: le opinioni degli operatori

Febbraio 2024

TradeLab
.....

INDICE



OBIETTIVI, METODOLOGIA E CAMPIONE



**PROFILO DELL'IMPRENDITORE E
CARATTERISTICHE DELL'ATTIVITÀ**



**ANDAMENTO ECONOMICO DELL'IMPRESA E
FUTURO FAMILIARE**



**CONOSCENZA DEL DISTRETTO E
VALUTAZIONE DELLE SUE INIZIATIVE**



ALCUNE CONSIDERAZIONI DI SINTESI

OBIETTIVI, METODOLOGIA E CAMPIONE

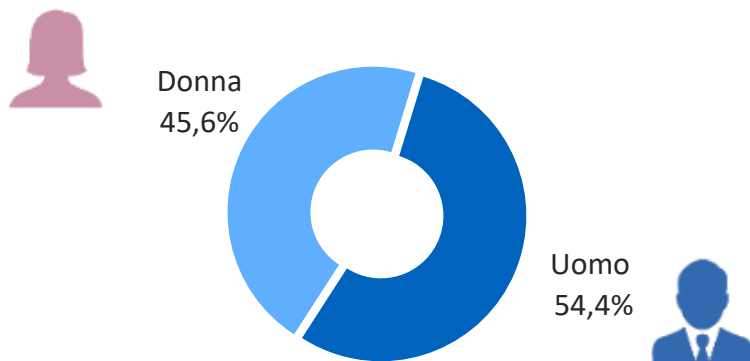
- Obiettivo dell'analisi è quello di tracciare un profilo dell'imprenditorialità commerciale locale, delinearne la posizione competitiva rispetto al mercato e identificare aree di intervento e linee guida al fine di migliorarne la competitività.
- A tal fine sono stati indagati, da un lato, le caratteristiche dell'imprenditorialità e dell'attività economica, dall'altro, il punto di vista degli operatori commerciali con riferimento alla situazione attuale e alle prospettive future. Sono stati poi analizzati il livello di conoscenza del Distretto e la soddisfazione rispetto ad alcune iniziative realizzate e in programma per il 2024.
- L'indagine empirica, realizzata nei mesi di novembre e dicembre 2023, è stata condotta attraverso un questionario online strutturato, inviato tramite l'Amministrazione comunale e l'Associazione del Distretto a tutte le attività del Distretto.
- Al questionario hanno risposto 57 operatori, il che consente di considerare i risultati come attendibili da un punto di vista qualitativo, ma non consente di fare considerazioni approfondite dal punto di vista quantitativo.

PROFILO DELL'IMPRENDITORE E CARATTERISTICHE DELL'ATTIVITÀ

- Dai dati raccolti emerge come il tessuto commerciale di Treviglio sia equamente distribuito tra sesso femminile e maschile con una lieve prevalenza di quest'ultimo, garantendo così una buona varietà di prospettive imprenditoriali. L'età media degli operatori si attesta intorno ai 47 anni, segno di un'esperienza matura ma ancora dinamica e attenta alle nuove sfide del mercato.
- L'istruzione è prevalentemente rappresentata da diplomi di scuola superiore, ma si rileva anche una buona presenza di laureati, indice di **un settore dove ci sono persone dotate di una formazione qualificata**. Dall'anzianità commerciale emerge che la maggior parte degli operatori intervistati opera nel settore da oltre 20 anni, dimostrando un impegno duraturo verso la propria attività. **Il dinamismo del contesto trevigliese è però confermato dal fatto che la percentuale di chi lavora in città da oltre 20 anni è decisamente inferiore.**
- Coerentemente con la struttura di un DUC, in merito alla tipologia di attività, il non alimentare ha un leggero predominio numerico, seguito da pubblici esercizi e servizi oltre agli operatori dell'alimentare. Tale varietà rappresenta una delle forze del DUC di Treviglio, capace di offrire ai cittadini un ampio ventaglio di scelta e servizi. Inoltre è da sottolineare che **solo il 7% degli intervistati lavora in franchising**: questo fatto, anche se **potenzialmente influenzato da una minore predisposizione degli affiliati a rispondere a indagini del DUC**, testimonia comunque una certa unicità dell'offerta trevigliese rispetto a contesti più omologati.
- La maggior parte degli operatori svolge l'attività in locali in affitto, confermando il dinamismo sopra descritto.
- Circa le risorse umane, si rileva che la maggior parte delle imprese si avvale di lavoro dipendente, con un nucleo rilevante di attività che impiegano da 2 a 5 persone e poco più di un quarto delle imprese che ne impiega più di 5, a testimonianza della **rilevanza, anche occupazionale, del DUC**. Non si registrano particolari fenomeni di lavoro stagionale.

CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE

SESSO INTERVISTATO

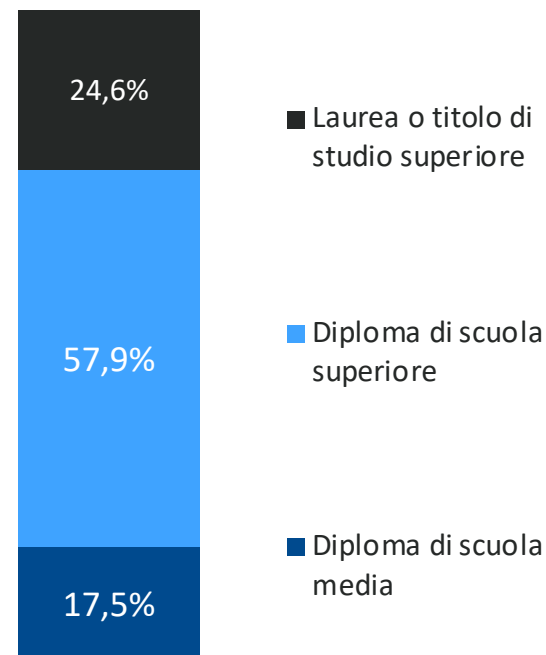


FASCIA DI ETÀ

Fino a 34 anni	8,8%
35 - 54 anni	68,4%
Oltre 54	22,8%

ETÀ MEDIA: 47 anni

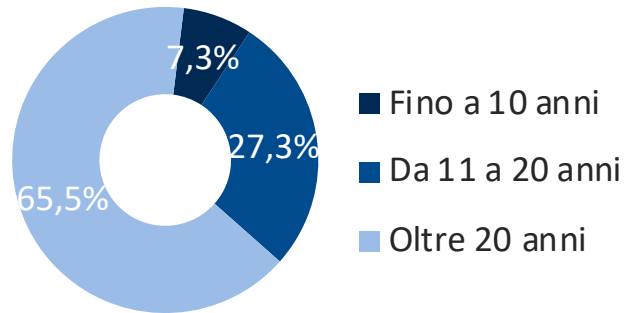
LIVELLO DI ISTRUZIONE



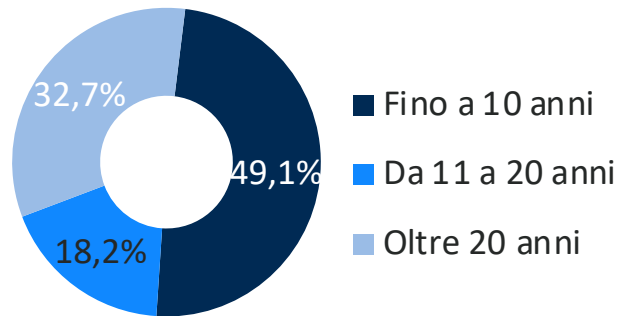
Base: totale campione

ANZIANITÀ COMMERCIALE

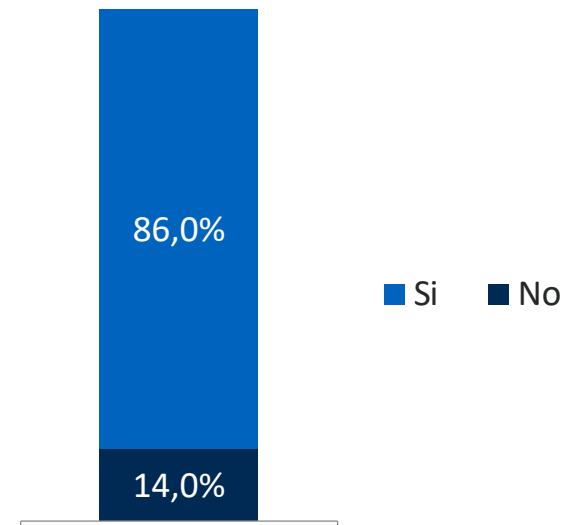
“Da quanto tempo lavora?”



“Da quanto tempo svolge l’attuale attività commerciale nel comune di Treviglio?”



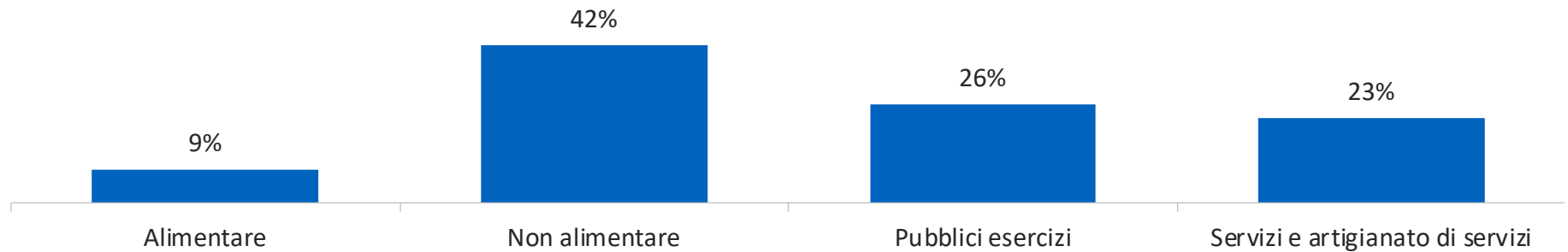
“Il reddito derivante dallo svolgimento dell’attività commerciale costituisce la componente principale delle sue entrate?”



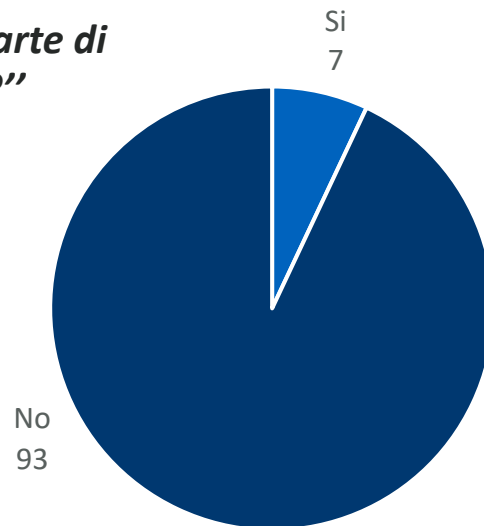
Base: totale campione

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ SVOLTA

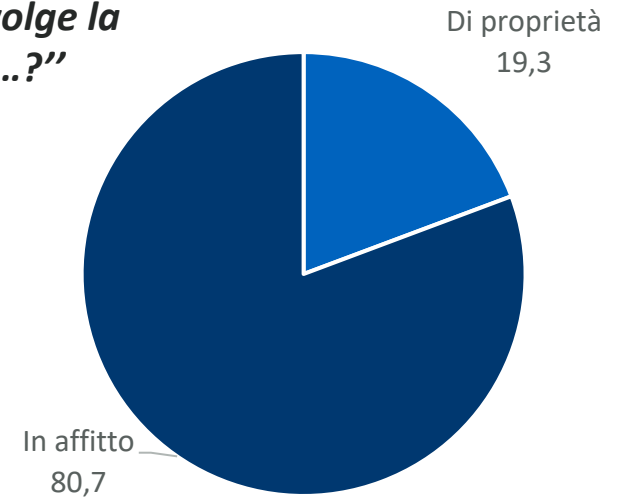
“Quale attività svolge?”



“Il suo negozio fa parte di un franchising?”



“Il locale in cui svolge la sua attività è ...?”

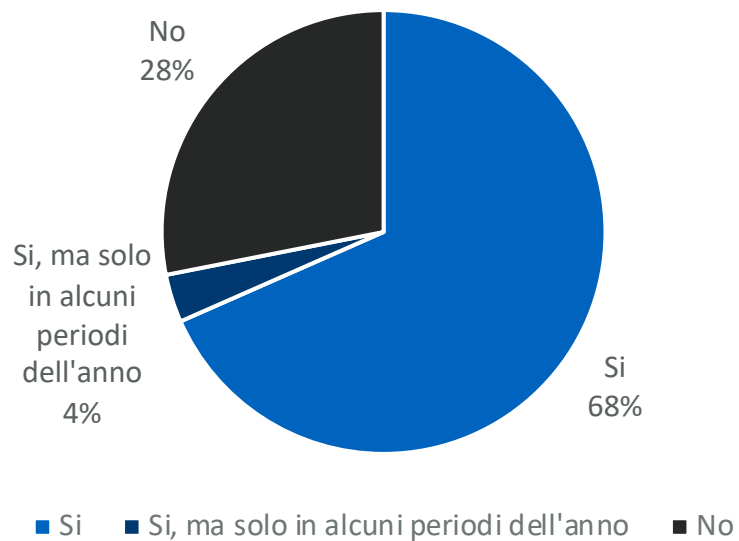


Valori %

Base: totale campione

LA FORZA LAVORO

«Nella sua attività utilizza lavoro dipendente?»



N° DIPENDENTI

1	24,4%
Da 2 a 5	48,8%
Più di 5	26,8%

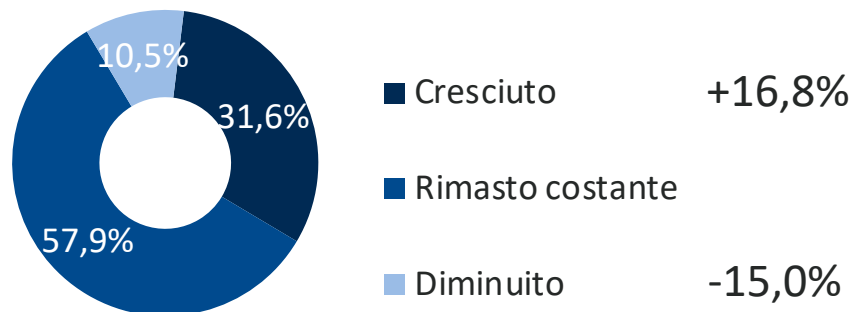
Base: totale campione

ANDAMENTO ECONOMICO DELL'IMPRESA E FUTURO FAMILIARE

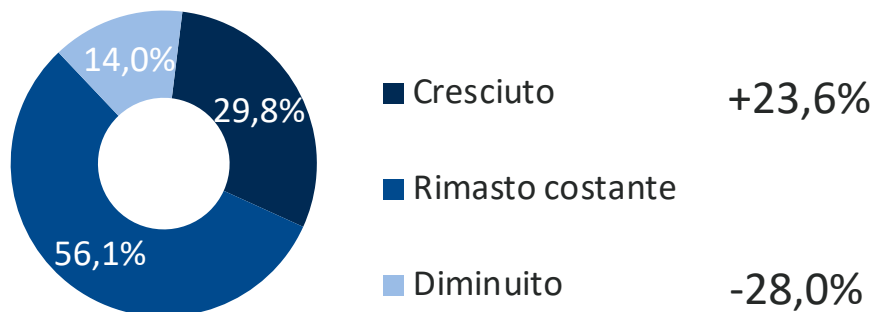
- Per quanto riguarda le dinamiche dei fatturati e le sfide derivanti dalla situazione post-pandemia, si rileva una certa omogeneità nelle performance economiche: sia con riferimento agli ultimi 12 mesi che nel confronto con il periodo antecedente alla pandemia, circa un terzo degli operatori ha visto crescere il proprio fatturato, più della metà lo considera stabile e solo una quota meno rilevante registra un calo. Circa metà degli operatori registra una sostanziale stabilità complessiva, mentre **il 24,6% ha registrato un aumento negli ultimi 12 mesi, ma purtroppo non è ancora riuscito a recuperare il fatturato del periodo pre-pandemico.**
- Problemi quali il costo delle utenze e la pressione fiscale rimangono le due sfide preponderanti nell'esercizio dell'attività quotidiana. Tuttavia più della metà degli operatori registra un calo della domanda della clientela e il 56,1% l'aumento dei costi delle merci vendute.
- Per quanto riguarda l'evoluzione futura del commercio a Treviglio, due terzi degli operatori è certo o ragionevolmente si attende di veder proseguire la sua attività quando andrà in pensione. Se da un lato è confortante vedere una buona presenza di persone (figli, familiari o dipendenti) pronti a subentrare, dall'altro occorre notare che **un terzo degli operatori ritiene che la sua attività chiuderà senza subentri.**
- **Occorre inoltre iniziare a valutare la situazione del turnover previsto per i prossimi 5 anni a Treviglio:** il 30% degli intervistati ha già deciso o sta pensando di vendere l'attività. Fortunatamente, solo in meno di un quarto dei casi lo scarso successo economico dell'iniziativa è alla base della scelta.
- L'appetibilità delle attività commerciali di Treviglio è rafforzata dall'**elevata percentuale di operatori che ha già investito negli ultimi anni o intende investire nel miglioramento della propria** (principalmente sostituzione dell'arredamento e del materiale espositivo e Investimenti in strumenti digitali). Solo il 14% degli intervistati non ha fatto né intende fare nulla in merito.

ANDAMENTO ECONOMICO DELL'IMPRESA

‘Prendendo come riferimento gli ultimi 12 mesi, il fatturato della sua attività è ...’



‘Rispetto al periodo pre-Covid (2020-2021) il fatturato della sua attività è’

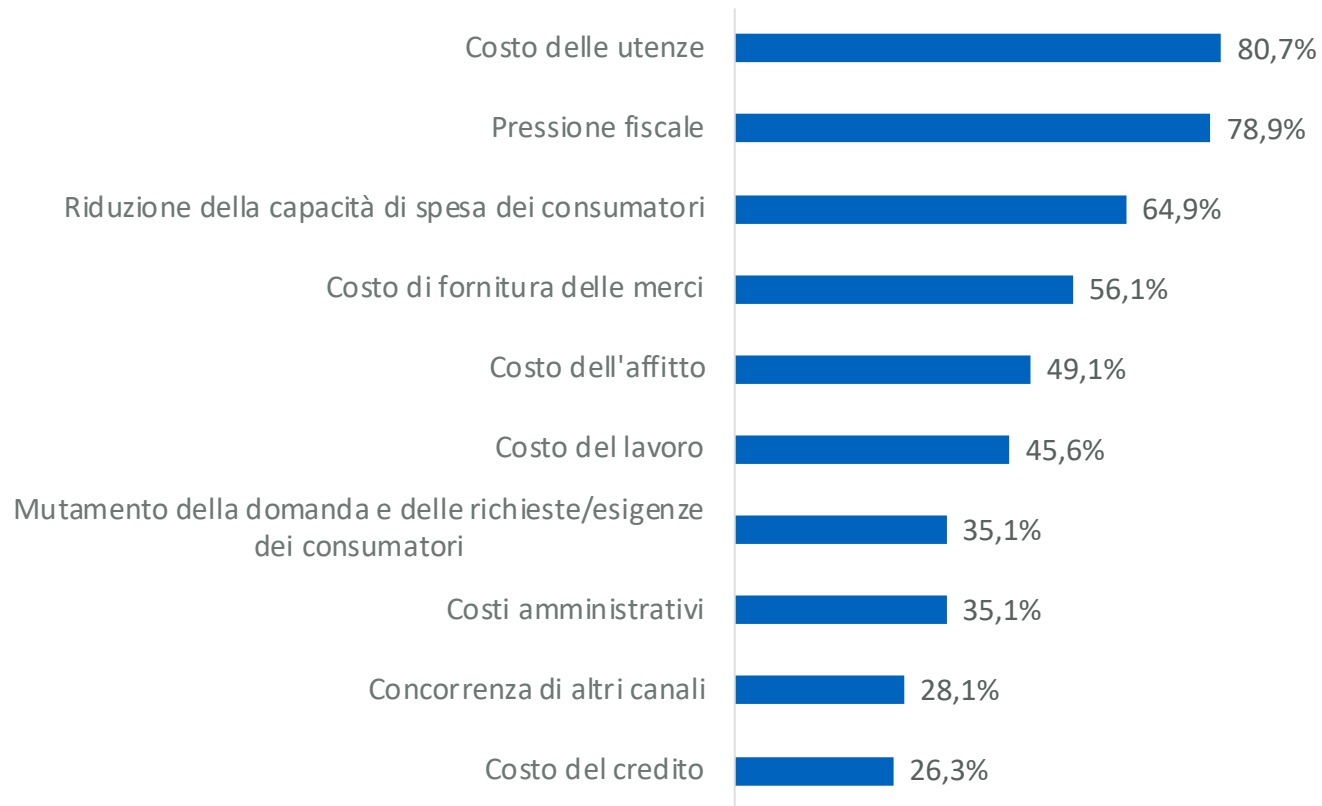


Variazione ultimi 12 mesi	↑	24,6%	5,3%	1,8%
	=	5,3%	43,9%	8,8%
	↓	-	7,0%	3,5%
		↓	=	↑
		Variazione periodo pre-Covid		

Base: totale campione

DIFFICOLTÀ NELL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ

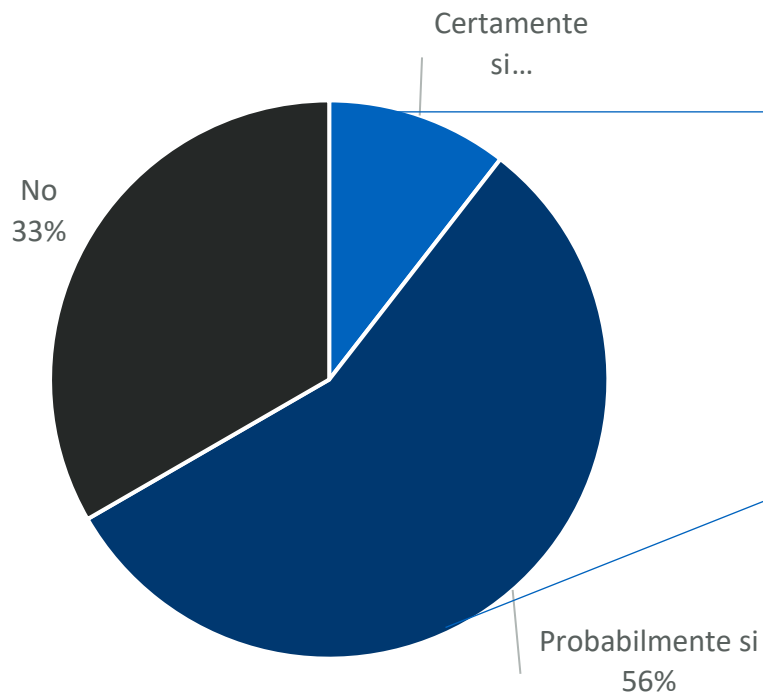
«Negli ultimi 12 mesi, le difficoltà che ha incontrato nell'esercizio della sua attività hanno riguardato»



Base: totale campione

TURN OVER

«Pensa che, quando andrà in pensione/smetterà di lavorare, ci sarà qualcuno che continuerà la sua attività?»



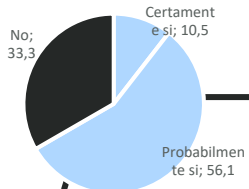
«Chi proseguirà la sua attività commerciale?»

Figli	61,1%
Altri familiari	33,3%
Dipendenti/Collaboratori	41,7%



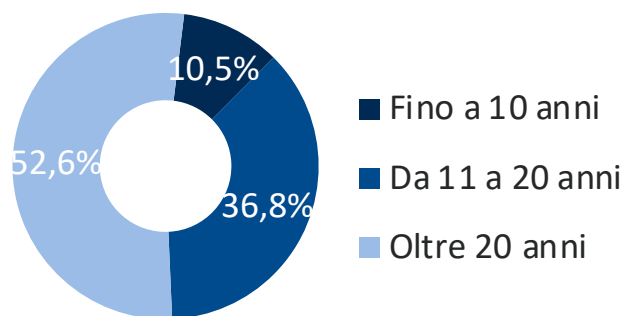
Motivazioni alla base della decisione di figli/familiari di non proseguire la sua attività

- Desiderio di perseguire altre opportunità di carriera (9)
- Preferenza per impieghi che garantiscano un maggior equilibrio tra lavoro e vita personale (5)
- Mancanza di interesse personale nell'attività imprenditoriale (3)
- Non ho figli/Altri familiari (3)

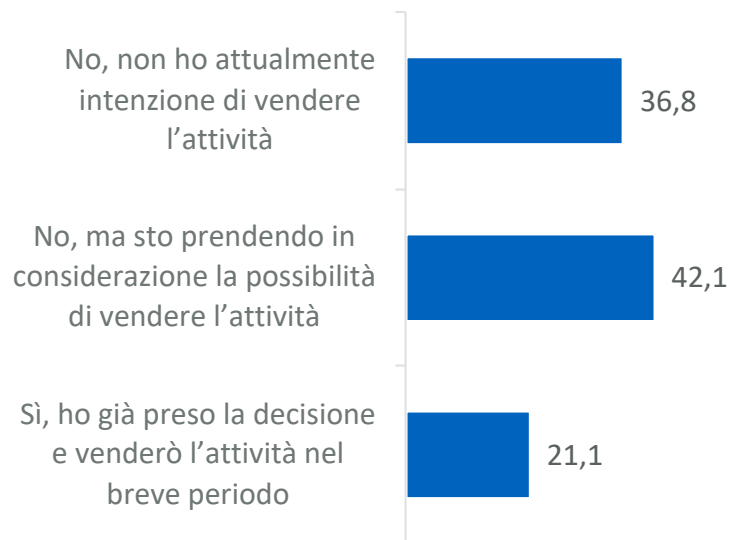


TURN OVER: FOCUS SU CHI NON HA INDIVIDUATO CHI PRENDERÀ IL SUO POSTO

“Da quanto tempo lavora?”



«Ha considerato la possibilità di vendere la sua attività imprenditoriale nei prossimi 5 anni?»

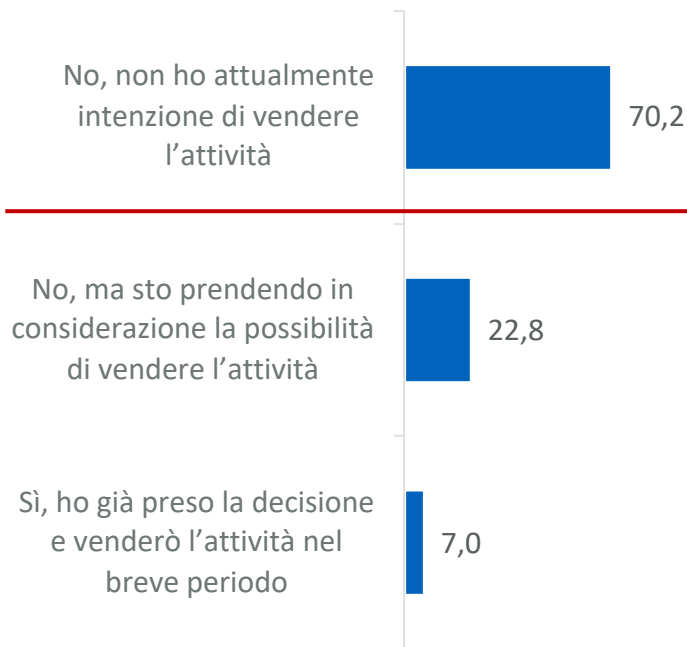


Tra coloro che hanno dichiarato di non avere qualcuno che subentrerà nella loro attività quando andranno in pensione, l'anzianità di servizio è inferiore alla media del campione di intervistati complessivo. Sembra quindi esserci ancora tempo per questi operatori per trovare qualche «erede», se non tra i familiari, almeno tra i collaboratori.

Un buon numero di loro sembra inoltre aver deciso di vendere l'attività, il che dovrebbe garantire il suo mantenimento a Treviglio.

CESSIONE DELL'ATTIVITÀ

«Ha considerato la possibilità di vendere la sua attività imprenditoriale nei prossimi 5 anni?»



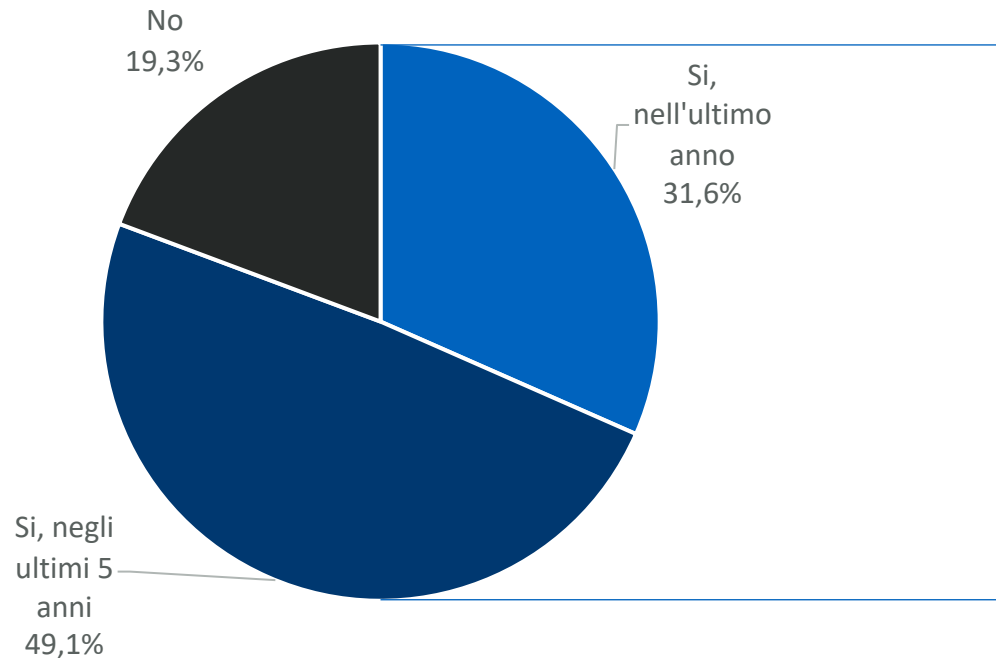
«Perché?»

Motivi personali che richiedono una riduzione dell'impegno	29,4%
Sono prossimo alla pensione	29,4%
Sono cambiati i miei obiettivi personali o professionali	29,4%
Scarsa redditività dell'attività	23,5%
Sono alla ricerca di nuove sfide o opportunità di investimento	11,8%
Opportunità allettante o offerte di acquirenti interessati	5,9%

Base: totale campione

AMMODERNAMENTO DELL'OFFERTA COMMERCIALE E TIPOLOGIA DI INTERVENTI

«Sono stati fatti lavori di ammodernamento del negozio?»



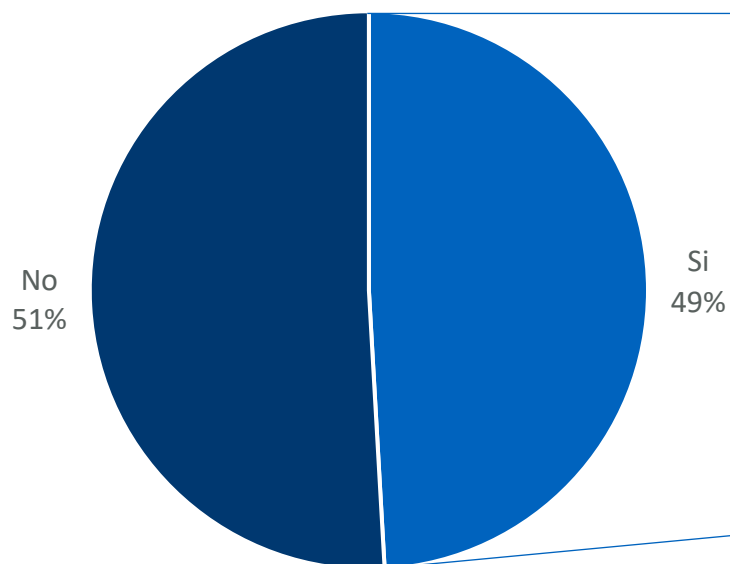
«Quali lavori sono stati fatti?»

TIPOLOGIA INTERVENTI	%
Sostituzione dell'arredamento e del materiale espositivo	55,8%
Investimenti in strumenti digitali	48,8%
Interventi strutturali	25,6%
Rifacimento vetrine	14,0%
Rifacimento dehors	14,0%
Acquisto veicoli per consegne a domicilio	11,6%
Ampliamento del punto vendita	11,6%

Base: totale campione

AMMODERNAMENTO FUTURO DELL'OFFERTA COMMERCIALE E TIPOLOGIA DI INTERVENTI

«Nei prossimi 3 anni avete in programma di realizzare lavori di ammodernamento del negozio?»

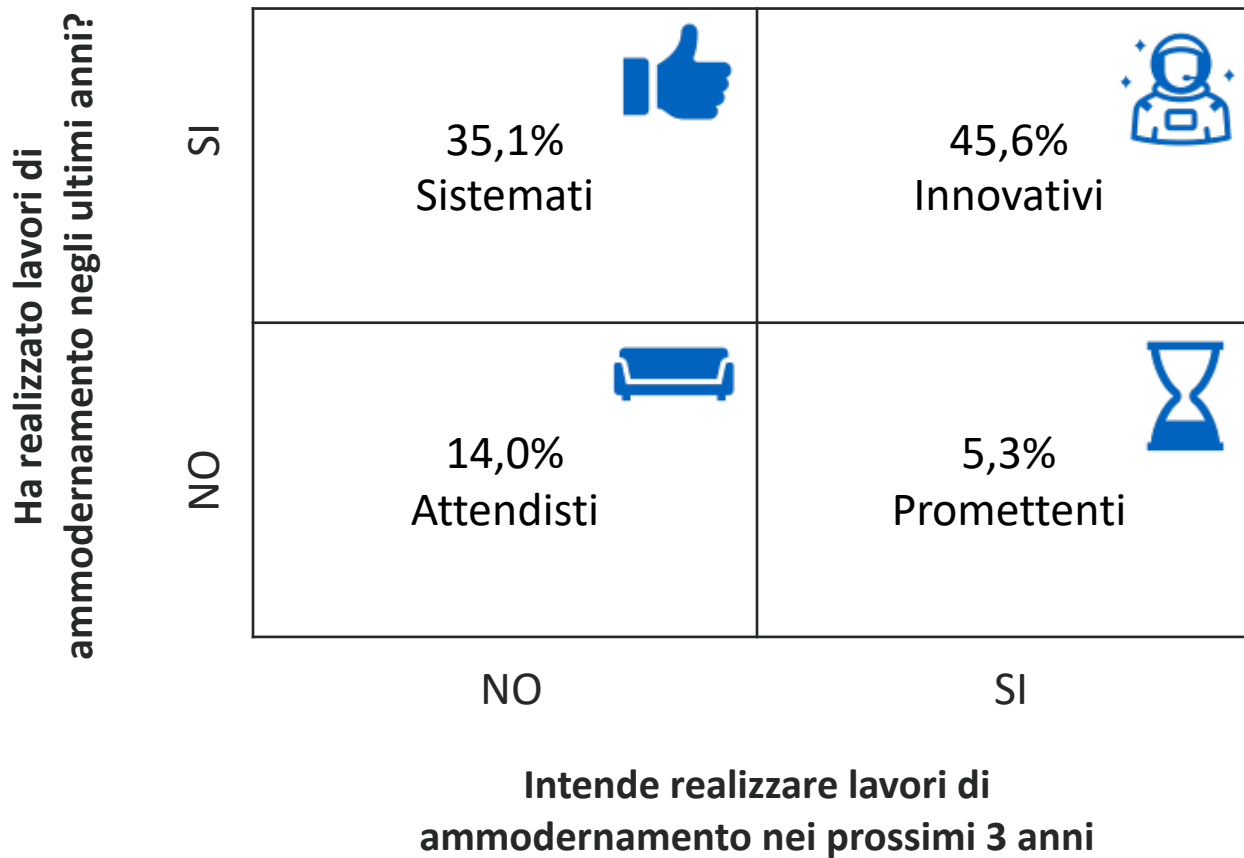


«Quali lavori avete programmato?»

TIPOLOGIA INTERVENTI	%
Sostituzione dell'arredamento e del materiale espositivo	56,0%
Investimenti in strumenti digitali	40,0%
Ampliamento del punto vendita	28,0%
Acquisto veicoli per consegne a domicilio	24,0%
Rifacimento vetrine	20,0%
Rifacimento dehors	12,0%

Base: totale campione

ATTEGGIAMENTO VERSO L'INNOVAZIONE



Base: totale campione

LIVELLO DI DIGITALIZZAZIONE DELL'ATTIVITÀ

«Nella vostra azienda utilizzate»



Base: totale campione

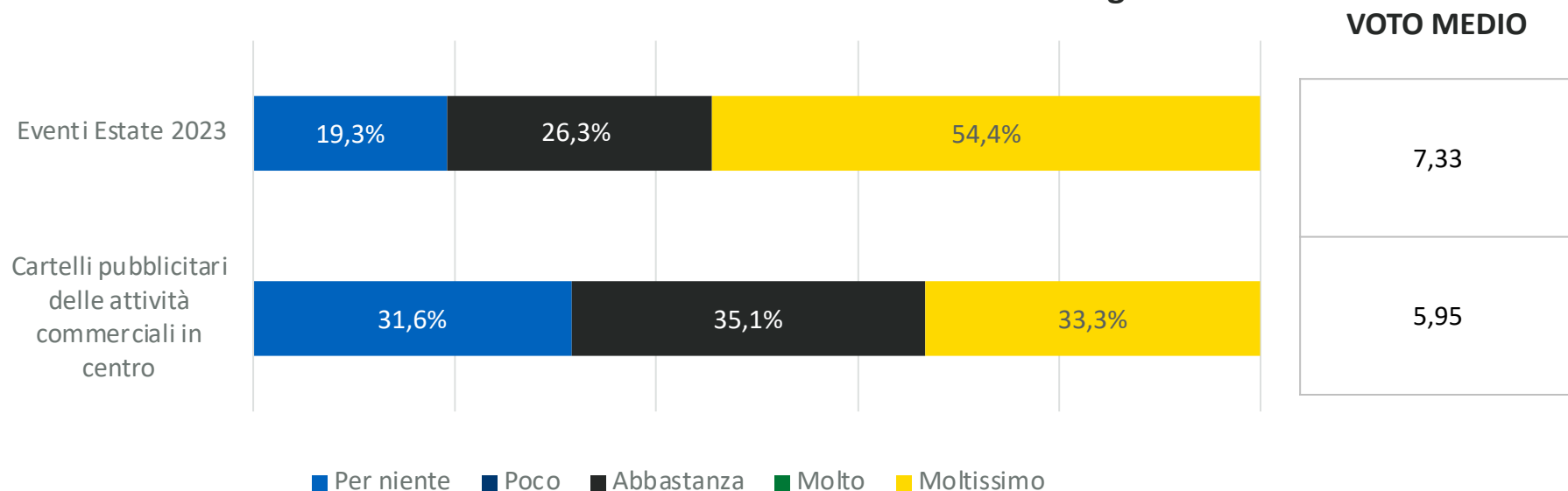
CONOSCENZA DEL DISTRETTO E VALUTAZIONE DELLE SUE INIZIATIVE

- La valutazione degli intervistati delle diverse **iniziative proposte dal Comune e dal Distretto** durante l'estate 2023 mostra **reazioni miste, con una prevalenza di valutazioni positive**. In particolare, gli eventi estivi e la segnaletica informativa delle attività commerciali hanno ottenuto valutazioni generalmente favorevoli, probabilmente rispecchiando un'apprezzata visibilità offerta agli operatori commerciali e un'esperienza vivace e coinvolgente per i cittadini.
- Riguardo alle iniziative in programma per il 2024, c'è una **chiara manifestazione di interesse** sia per le feste di piazza che per la "Super edizione Treviglio Vintage". Questi dati sottolineano l'importanza di eventi culturali e sociali che non solo aumentano l'attrattività della città, ma anche incoraggiano le sinergie tra gli esercenti, migliorando così la percezione collettiva dell'ambiente commerciale.
- **La conoscenza dell'Associazione del Distretto del Commercio di Treviglio da parte dei commercianti è piuttosto diffusa**, il che sottintende che la stragrande maggioranza è a conoscenza del ruolo e delle potenziali risorse che esso offre. Questo è un indicatore positivo sia per la rete commerciale che per le possibilità di collaborazione future, anche se verosimilmente il dato è influenzato dal fatto che gli inviti alle attività commerciali a partecipare all'indagine provenivano dal Distretto medesimo.
- Queste considerazioni mettono in luce il legame stretto tra i commercianti e l'impulso che da loro può derivare per una continua rigenerazione urbana e commerciale del Distretto di Treviglio. Risulta dunque chiaro che, attraverso la partecipazione attiva alle iniziative esistenti e un impegno collettivo verso quelle future, si possa contribuire in modo decisivo al tessuto economico e sociale della città, rafforzando le basi per una crescita sostenibile e inclusiva del DUC.

CONOSCENZA E VALUTAZIONE DI ALCUNE INIZIATIVE PROPOSTE DAL COMUNE E DAL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI TREVIGLIO

TUTTI I RISPONDENTI SONO A CONOSCENZA DELLE INIZIATIVE REALIZZATE

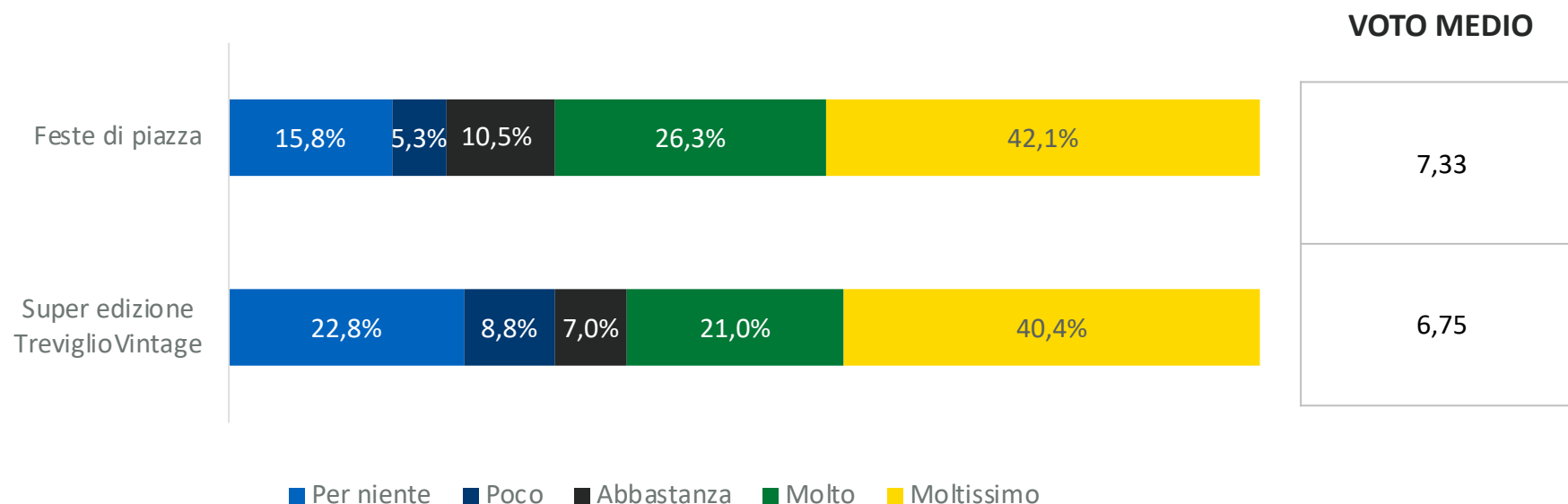
«Quanto è soddisfatto delle seguenti iniziative proposte dal Comune e dal Distretto Urbano del Commercio di Treviglio?»



Base: totale campione

INTERESSE ALLA REALIZZAZIONE DI ALCUNE INIZIATIVE

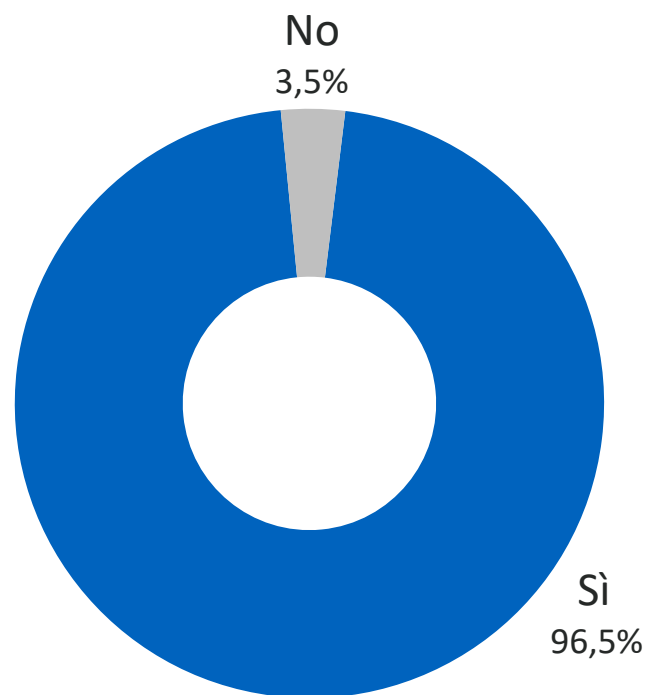
«Il Distretto Urbano del Commercio e il Comune di Treviglio stanno immaginando di realizzare alcune iniziative nel 2024. Quanto le possono interessare queste iniziative?»



Base: totale campione

CONOSCENZA DELL'ESISTENZA DELL'ASSOCIAZIONE DEL DISTRETTO DEL COMMERCIO DI TREVIGLIO

“Conosce l'Associazione del Distretto del Commercio di Treviglio?”



Base: totale campione

ALCUNE CONSIDERAZIONI DI SINTESI

- Dall'analisi emergono alcune considerazioni rilevanti che possono guidare proposte di azione e attività per il Distretto del Commercio e per il Comune di Treviglio.
- Per quanto riguarda il profilo Imprenditoriale e le caratteristiche delle attività, il tessuto commerciale di Treviglio è costituito da **imprenditori con esperienza matura ma dinamica**, con un buon livello di istruzione e **una composizione che lo differenzia da altri centri più omogeneizzati dal punto di vista dell'offerta**. Molte imprese impiegano lavoro dipendente, suggerendo un'impronta occupazionale significativa del DUC.
- Sul fronte dell'andamento economico e dell'evoluzione delle famiglie, circa un terzo degli operatori ha visto crescere il proprio fatturato nell'ultimo anno, mentre metà lo considera stabile. Tuttavia, alcuni operatori non sono ancora riusciti a recuperare i livelli pre-Covid. Emergono sfide come il costo delle utenze, la pressione fiscale e l'aumento dei costi delle merci. Circa un terzo degli operatori prevede che le loro attività chiuderanno senza subentri, anche se alcuni di loro si sono già attivati per assicurare una congrua cessione.
- Per quanto riguarda l'ammodernamento e l'innovazione, **un'ampia percentuale di operatori ha già investito o intende investire nel miglioramento delle proprie attività**, soprattutto in strumenti digitali e ammodernamento dell'arredo. Ciò evidenzia una tendenza, da incoraggiare, verso l'innovazione e l'adeguamento ai nuovi standard di mercato.
- **La maggior parte degli operatori è a conoscenza del Distretto e valuta positivamente le iniziative proposte**, come eventi estivi e segnaletica informativa. Vi è interesse per le future iniziative come feste di piazza e "Treviglio Vintage".

ALCUNE CONSIDERAZIONI DI SINTESI (segue)

- Sulla base dei risultati è possibile delineare alcune proposte per il Distretto del Commercio e il Comune di Treviglio.
- **Sostenere l'innovazione e la digitalizzazione:** occorre incentivare ulteriormente l'adozione di strumenti digitali e innovativi tra gli operatori commerciali per aumentare l'attrattività e la competitività delle imprese.
- **Sostenere la formazione e l'aggiornamento professionale:** in uno scenario in cui Comune e DUC possono fare poco per contrastare le principali sfide economiche congiunturali, offrire opportunità di formazione e aggiornamento, soprattutto in ambito digitale e di gestione aziendale, è utile per far adeguare le competenze dei commercianti alle esigenze del mercato moderno.
- **Rafforzare le iniziative di coinvolgimento comunitario:** il DUC è sulla strada giusta e deve proseguire nel promuovere eventi che coinvolgano attivamente il tessuto commerciale locale, sfruttando l'interesse dimostrato dai commercianti per le iniziative realizzate nell'ultimo anno.
- **Incentivare la successione familiare e coordinare il turnover imprenditoriale:** creare programmi di supporto alla successione familiare nelle attività commerciali, e assistere gli operatori nella pianificazione del passaggio delle loro imprese, può facilitare il mantenimento di una rete di vicinato stabile. Più difficile e meno adeguato sembra invece entrare nel merito delle trattative commerciali tra imprenditori, dove è consigliabile invece lasciar agire il mercato senza condizionamenti.
- **Favorire l'ammodernamento delle attività:** un buon numero di operatori si è detto intenzionato a investire nella propria attività nei prossimi anni. In questo il messaggio trasmesso dal DUC con gli ultimi bandi sembra ben compreso. Proseguire con bandi in questa direzione aiuterà gli imprenditori a restare competitivi.