

7 UNIVERSITÀ DI PADOVA
Quaderni del Dipartimento di Geografia
Padova 1986

UGO MATTANA

**I MERCATI PERIODICI DEL VENETO
E DEL TRENTINO-ALTO ADIGE
NEL 1985**

**Prime considerazioni sui risultati
di una inchiesta**

Comitato Scientifico:

Eugenia BEVILACQUA
G. Battista CASTIGLIONI
Marcello ZUNICA

Ricerca condotta presso il Dipartimento di Geografia dell'Università di Padova e finanziata con contributi C.N.R. (CT. 83.00127.08, CT. 84.01491.08) e con contributi M.P.I. 60%.

I MERCATI PERIODICI DEL VENETO E DEL TRENTINO-ALTO ADIGE NEL 1985: PRIME CONSIDERAZIONI SUI RISULTATI DI UNA INCHIESTA

Introduzione

L'attività mercatale periodica che viene esercitata nelle Regioni dell'Italia settentrionale ha visto recentemente accresciuti il suo peso economico e la sua importanza sociale. Superati gli anni immediatamente seguenti il secondo conflitto mondiale, durante i quali sembrò affievolirsi la tradizionale vitalità di antichi mercati, quasi travolti da nuovi e più efficaci canali di distribuzione e da nuovi modelli di consumo, negli anni a noi più vicini queste tradizionali forme di commercio hanno saputo riacquistare l'antica importanza, adeguandosi con sorprendente aderenza alle esigenze di una realtà sociale ed economica profondamente mutata. Tale importanza non si esaurisce nell'ambito puramente economico, ma riveste un significato di incontro culturale e sociale che si riallaccia ad antiche usanze: per questi motivi, innovazione e tradizione appaiono convivere in un fertile connubio, apparentemente indecifrabile alla luce di molti altri aspetti della attuale società.

Le radicali trasformazioni strutturali e funzionali che segnano le tappe di questa rapida evoluzione meritano di essere evidenziate e, se possibile, quantificate.

L'analisi di questi fenomeni comporta implicazioni geografiche, storiche, economiche e sociali, e la loro interpretazione potrebbe essere utilmente affrontata da studiosi di discipline diverse. In questa sede verranno approfonditi, tra i tanti, i molteplici aspetti geografici da cui appare caratterizzata l'attività commerciale periodica, già da lungo tempo oggetto di attenzione dell'indagine geografica.

La presente ricerca illustra la situazione dei mercati ambulanti del Veneto e del Trentino-Alto Adige relativamente al 1985: di essi si è voluto quantificare l'attività sulla base di una serie di dati che costituiscono il risultato di una inchiesta promossa presso *tutti* i Comuni delle due Regioni.

L'esigenza più sentita che ha costantemente accompagnato lo svolgimento della ricerca è apparsa la necessità di disporre di informazioni di tipo quantitativo, relative alla totalità della popolazione considerata (nel nostro caso i Comuni, che rappresentano le più piccole unità amministrative prese in

esame) e suscettibili di elaborazione automatica. Tale esigenza nasceva, oltre che da altri motivi che saranno in seguito analizzati, innanzitutto dalla esperienza acquisita nel corso di precedenti indagini svolte sulla provincia di Treviso (MATTANA e BENVENUTI, 1982) e di Trento (GRISENTI e MATTANA, 1984) o di approfondimenti metodologici (MATTANA, 1983). In essi è emerso con chiarezza che l'analisi comparata delle situazioni mercatali di aree geografiche diverse è possibile solo sulla scorta di una rigorosa quantificazione degli aspetti più significativi: la messe di dati che qui viene fornita non solo permette approfonditi confronti fra le varie province del Veneto e del Trentino-Alto Adige ma può costituire il presupposto per utili raffronti con altre realtà regionali, per le quali, nella totale assenza di informazioni quantitative, si auspicano analoghe indagini¹.

In secondo luogo il possesso di informazioni quantitative ripetute nel tempo può fornire senza incertezze il quadro dell'andamento evolutivo del fenomeno² e rendere un utile servizio a qualsiasi tentativo di interpretazione e di intervento programmatico nel settore.

A tale proposito va ricordato che i dati che qui si presentano possono essere proficuamente confrontati, per la sola provincia di Treviso, con quelli forniti da una indagine pressoché analoga del 1980 (MATTANA e BENVENUTI, 1982), al fine di evidenziare le attuali tendenze del fenomeno.

L'inchiesta promossa presso i 582 Comuni del Veneto e i 339 del Trentino-Alto Adige è stata lunga e impegnativa, e meritano qui di essere ringraziate tutte quelle Amministrazioni che hanno aderito all'iniziativa con solerzia e tempestività, prodighe talora di informazioni supplementari: i risultati conseguiti non sarebbero stati certamente possibili senza il loro apprezzabile contributo.

Mi è doveroso inoltre esprimere particolare gratitudine al dott. Giacomo Secco, responsabile del laboratorio di informatica del Dipartimento di Geografia dell'Università di Padova, per la tabulazione dei dati e la prima sommaria elaborazione.

¹ La presente indagine rientra in un più vasto programma di ricerca che ha per oggetto alcune Regioni dell'Italia settentrionale.

² Un tentativo di ricostruzione storica dell'evoluzione mercatale nel Veneto negli ultimi due secoli è stato recentemente compiuto dallo scrivente per l'*Atlante delle trasformazioni territoriali del Veneto* attualmente in preparazione presso il Dipartimento di Urbanistica dell'Istituto Universitario di Architettura di Venezia; in esso tuttavia, proprio a causa della carenza di informazioni quantitative per il passato, non è stato possibile approfondire l'indagine oltre al dato riguardante la sola presenza o meno del mercato nei singoli Comuni. Per il medesimo problema cfr. anche MATTANA e BENVENUTI, 1982 e GRISENTI e MATTANA, 1984.

Un vivo ringraziamento rivolgo infine al dott. Luciano Grisenti e al dott. Fabio Milani per la preziosa collaborazione nella raccolta dei dati rispettivamente del Trentino-Alto Adige e del Veneto.

Oggetto, metodo, problemi

Si precisa che l'oggetto dell'indagine è costituito dai *mercati ambulanti periodici*, con esclusione quindi di altri tipi di riunioni commerciali, quali mercati all'ingrosso, centri di smistamento, ecc.

Informazioni parziali su tale attività possono provenire da molteplici fonti: in primo luogo dalle pubblicazioni delle Camere di Commercio. Tuttavia la saltuarietà, la mancanza di sincronicità fra le rilevazioni nelle varie province e inoltre l'assenza quasi totale di informazioni di tipo quantitativo, ne impediscono il confronto e l'elaborazione di un quadro sintetico. L'unica via, senza dubbio più laboriosa e impegnativa, apparsa praticabile e compatibile con gli scopi prefissi, è stata quindi il ricorso ad una inchiesta da svolgere presso i singoli comuni attraverso l'invio di un questionario.

La scheda del questionario³ (che si riproduce in appendice) consta di due facciate: la prima relativa ai mercati, la seconda relativa alle fiere tradizionali e alle manifestazioni fieristiche. In questa sede non viene preso in considerazione questo secondo aspetto: basti ora precisare che in fase di stesura del questionario si è voluto approfittare della disponibilità delle amministrazioni per indagare anche sull'attività fieristica che non solo presenta molti legami con il fenomeno mercatale, ma risulta spesso interessata da comuni interventi legislativi; essa sarà oggetto di una ulteriore elaborazione.

La scheda relativa ai mercati consta di 10 domande chiuse, del tipo "informazioni amministrative" e quindi teoricamente senza possibilità di interpretazioni personali. Esse riguardano l'esistenza o meno del mercato nel Comune, la stagionalità, la frequenza, il giorno, la località, l'ambiente, la data di istituzione e il numero dei posteggi, suddivisi per generi merceologici.

In fase di redazione del questionario si è espressamente cercato che esso non fosse troppo lungo e che le domande, tutte con riferimento a dati precisi, rispondessero a requisiti di ordine logico e di chiarezza. Di conseguenza l'esito dell'inchiesta sarebbe dovuto dipendere unicamente dal grado di attenzione e di solerzia del personale delle ammini-

strazioni comunali. In realtà si è potuto constatare che non tutte le domande hanno goduto di pari disponibilità: vale l'esempio di quella relativa all'anno di istituzione del mercato che ha avuto, fra tutte, la più alta percentuale (15,7 per il Veneto; 60,3 per il Trentino-Alto Adige) di mancate risposte, determinata con molta probabilità dalla riluttanza ad intraprendere, talvolta, qualche indagine d'archivio.

L'esperienza acquisita con l'inchiesta effettuata per il 1980 sulla provincia di Treviso (MATTANA e BENVENUTI, 1982) è stata senza dubbio di grande utilità: per il 1985 è stato aumentato il numero delle domande, sia per introdurre la richiesta di nuove informazioni (sulla tipologia di mercato, sulla stagionalità, sulla tipologia merceologica), sia per garantire al questionario una precisione più elevata. Non è stato omissso inoltre il "collaudo" del questionario presso alcuni dei probabili compilatori.

Nonostante le modifiche apportate, non solo sono stati possibili i confronti fra i risultati delle due inchieste citate, almeno per gli aspetti più significativi del fenomeno, ma ne sono emerse, per la provincia di Treviso, interessanti indicazioni evolutive non altrimenti individuabili.

I questionari inviati per posta comportano sempre percentuali variabili di mancati ritorni e di ritorni incompleti: non ne è risultata esente nemmeno l'inchiesta che qui si presenta. Alla prima scheda inviata hanno risposto infatti per il Veneto 453 (77,8%) sul totale dei 582 Comuni, per il Trentino-Alto Adige 277 (81,4%) sul totale dei 340 Comuni; ai rimanenti 129 (Veneto) e 64 (Trentino-Alto Adige) è stata inviata una seconda scheda, cui sono seguiti, nei casi di ulteriore mancata risposta, o l'invio di una terza scheda o un sollecito telefonico; infine per i pochi casi ancora scoperti si è provveduto con sopralluoghi diretti.

Accanto ai mancati ritorni anche le mancate risposte hanno comportato la necessità di un supplemento di indagine e una dilazione delle conclusioni della ricerca: la domanda più spesso inevasa, come già è stato anticipato, è risultata quella relativa alla data di istituzione del mercato, peraltro spesso ricavabile tramite altre fonti; maggiori difficoltà ha creato la mancata risposta relativa al numero dei posteggi e alla suddivisione merceologica, cui è stato supplito con ulteriori interventi.

Va ancora precisato che l'ampia casistica della tipologia del mercato e della stagionalità ha creato qualche problema di classificazione e tabulazione: un solo esempio, fra molti, dei problemi cui si allude può essere fornito dai mercati settimanali che si trasformano in bisettimanali in un determinato periodo dell'anno. Tutti questi casi sono stati risolti

³ Per la maggior parte dei Comuni della provincia di Bolzano si è provveduto ad inoltrare la medesima scheda in lingua tedesca.

con l'adozione di criteri per quanto possibile uniformi, in modo tale che la validità dell'indagine non ne rimanesse indebolita.

Va infine accennato alle riunioni mercatali periodiche non ufficialmente istituite ma tollerate dalle autorità comunali ("piazze morte"). Esse non compaiono ovviamente in questa statistica anche se non solo ne è nota l'esistenza, ma da indagini dirette ne potrebbe essere indicata la consistenza.

Esposizione dei dati

L'analisi approfondita e l'interpretazione delle numerose implicazioni geografiche che possono essere desunte dalla lettura dei dati raccolti, vengono rimandate ad altro momento: è intenzione infatti dello scrivente indagare, anche con l'elaborazione automatica dei dati, i rapporti tra i risultati dell'inchiesta ed alcuni parametri della realtà territoriale particolarmente interessanti per la ricerca geografica: tra essi, ad esempio, le condizioni climatiche, la ripartizione altimetrica, la consistenza, la distribuzione e la dinamica demografiche, la struttura economica della popolazione attiva, la struttura e lo sviluppo delle reti viaria e ferroviaria⁴. Esistono inoltre fondati motivi per ritenere quanto mai interessanti anche possibili considerazioni di carattere economico, storico, sociologico e antropologico.

In questa sede tuttavia, allo scopo di pervenire ad una tempestiva divulgazione dei risultati dell'indagine, viene offerta solamente una scarsa esposizione dei dati: una semplice lettura più che una elaborata interpretazione.

In appendice vengono forniti, oltre alla scheda del questionario, due tipi di tabulati:

- 1) un quadro riassuntivo per ogni provincia;
- 2) un quadro di riepilogo generale per ciascuna delle due Regioni.

Il semplice commento che segue insiste specialmente, ma non esclusivamente, sui quadri del riepilogo generale.

Si ritiene opportuno procedere alla presentazione dei dati illustrando separatamente le situazioni del Veneto e del Trentino-Alto Adige: tale criterio è suggerito non solo dalla diversa realtà fisica, sociale, demografica ed economica, ma anche dai diversi interventi in materia che hanno caratterizzato l'attività legislativa delle due Regioni, successiva-

mente al trasferimento delle funzioni amministrative statali risalente al 1972. Va pure sottolineato che un approfondimento dell'analisi relativa al Trentino-Alto Adige richiederà anche una valutazione separata delle province di Trento e di Bolzano, dotate ognuna di propria autonomia legislativa.

1) Veneto

Emerge anzitutto che il numero complessivo (463) dei mercati censiti si distribuisce su 374 Comuni (64,2% del totale), mentre i rimanenti 208 mostrano di essere sprovvisti di qualsiasi forma di attività commerciale periodica. La relativa distribuzione geografica è rappresentata nella Tav. n. 1.

Frazionando l'analisi a livello provinciale, merita di essere ricordati i casi estremi: da un lato la provincia di Belluno nella quale i Comuni senza mercato (34) risultano quasi altrettanto numerosi di quelli (35) con qualche tipo di riunione; dall'altro la provincia di Venezia i cui valori sono rispettivamente 5 e 38.

Ricca di significato appare anzitutto la distinzione tra mercati permanenti e stagionali. Non sembra il caso di fornire valori complessivi, in quanto non risulterebbe corretto sommare fra loro mercati a periodicità diversa; merita piuttosto sottolineare come i mercati stagionali risultino localizzati nelle province che mostrano o uno spiccato sviluppo turistico (Belluno, Rovigo, Venezia, Vicenza) o una spiccata peculiarità nella produzione agricola (Verona), mentre ne restano sintomaticamente escluse le province di Treviso e Padova.

Tra tutti i tipi di mercato, di gran lunga più numerosi appaiono i mercati settimanali (380 permanenti e 19 stagionali), anche se non va certo sottovalutato il peso delle riunioni a cadenza più ravvicinata espresso, fra i permanenti, dai 15 mercati bisettimanali e dai 22 giornalieri⁵; ad essi vanno aggiunti, fra gli stagionali, 2 bisettimanali e 9 giornalieri.

Ad una prima sommaria valutazione tale situazione sembra indicare possibili relazioni con la particolare distribuzione regionale della popolazione, caratterizzata dalla assenza di un centro metropolitano, da una ampia gerarchia di città medie e piccole, da una miriade di centri piccoli ma dai lineamenti tipicamente urbani, infine da una base insediativa diffusa in piccoli nuclei e in case sparse.

⁴ Inoltre studi sulle realtà particolari delle vari province sono in preparazione, presso il Dipartimento di Geografia dell'Università di Padova, da parte dei dott. G. Bergamo, G. Franchi, L. Grisenti, F. Milani, S. Vantini.

⁵ Si tenga presente che i mercati giornalieri non compaiono nella scheda del questionario e nelle vari tabelle, ma si identificano praticamente con la voce "altro" della tipologia (frequenza) di mercato.

Scarsa rilevanza mostrano invece le riunioni a cadenza maggiore di quella settimanale: addirittura assenti risultano i mercati annuali, a differenza di quanto avveniva in tempi passati e di quanto ancora avviene in aree contermini (vedi più avanti l'esempio della provincia di Bolzano).

La distribuzione dei mercati cui si è testé accennato merita di essere comparata con situazioni precedenti, anche lontane nel tempo: da tale confronto, attualmente in fase di preparazione (cfr. nota n. 2), sono già scaturite utili interpretazioni evolutive.

Quest'ultima considerazione porta immediatamente all'esame delle risposte relative al periodo di istituzione, da cui emerge, oltre al rilevante numero di casi indeterminati, la buona consistenza commerciale ambulante della Regione nel suo complesso prima del secondo conflitto mondiale, ma insieme anche il notevole sviluppo verificatosi negli ultimi 10 anni, con l'istituzione di ben 99 mercati permanenti e 7 stagionali.

Scarsa importanza rivestono le strutture che ospitano i mercati coperti, che assommano a 6 fra i permanenti e a 3 fra gli stagionali. Più interessante appare invece l'esame dell'ubicazione dei mercati all'interno del territorio comunale: se è vero infatti che ben 383 mercati (permanentemente e stagionali) si effettuano nel centro del Comune, non appare indifferente l'ammontare (80) dei mercati di frazione, che può essere agevolmente interpretato alla luce delle caratteristiche insediative precedentemente accennate.

Quanto alla posizione delle riunioni nell'arco della settimana destano interesse la relativa concentrazione nella giornata del sabato (75 mercati settimanali permanenti) e l'uso, sia pure modesto, del giorno festivo: ancora una volta tuttavia tale situazione potrebbe diventare molto più significativa qualora fosse messa a confronto con la realtà del passato. Il maggiore uso dei giorni non lavorativi indica infatti un distacco dalla tradizione e un adeguamento ai ritmi della società industriale.

Importanti considerazioni possono essere tratte dall'esame del numero dei posteggi e della loro distribuzione merceologica.

A tale fine tutti i mercati sono stati anzitutto raggruppati in tre classi in base al numero dei banchi di vendita: da 1 a 20, da 21 a 100, oltre 100. Tale criterio, basato anche su indicazioni desunte dalla letteratura specifica, permette di evidenziare il peso relativo dei mercati di modeste dimensioni: essi, tra i settimanali (permanentemente e stagionali), rappresentano il 41,7%, mentre i mercati di medie dimensioni costituiscono il 44,5% e quelli con oltre 100 banchi il 13,8%. La classazione ora descritta, riferita anche ai mercati con frequenza diversa, ap-

pare nella Tav. n. 1.

Tralasciando in questa sede di indagare su altri aspetti suscettibili di interessanti risvolti, quali le funzioni prevalentemente svolte, le differenze fra le varie province, ecc., si vuole ora soltanto aggiungere che i soli mercati settimanali permanenti offrono ogni settimana la disponibilità di 18866 banchi di vendita; ad essi, tralasciando le riunioni a cadenza più distanziata, vanno aggiunti anzitutto 4304 e 4110 banchi offerti ogni settimana rispettivamente dai mercati permanenti bisettimanali e giornalieri; inoltre non va dimenticata la consistente incidenza del commercio stagionale: esso garantisce ogni settimana, e nei periodi di attività, la presenza di 888 banchi tramite i mercati settimanali e 1998 tramite quelli giornalieri.

Ancora in tema di stagionalità merita di essere riportata una interessante curiosità: è proprio un mercato stagionale, quello settimanale di Venezia-Cavallino, ad ottenere con i suoi 369 banchi il primato della maggiore dimensione.

Quanto alla distribuzione merceologica infine, il dato più rilevante appare il notevole peso assunto dalla voce "abbigliamento e merceria": ad essa va attribuito infatti il 41,1% del totale dei banchi presenti nei mercati settimanali permanenti e addirittura il 46,6% nei mercati settimanali stagionali. Può essere inoltre curioso osservare che il medesimo valore si eleva al 60,4% nel già citato mercato di Venezia-Cavallino.

2) Trentino-Alto Adige

Il numero complessivo (320) dei mercati censiti si distribuisce su 154 Comuni (45,4% del totale); i rimanenti 185 mostrano di essere sprovvisti di qualsiasi forma di attività commerciale periodica. La relativa distribuzione geografica è rappresentata nella Tav. n. 2.

Un confronto fra le due province che prescindesse dall'analisi della tipologia di mercato indicherebbe senza possibilità di equivoco una maggiore diffusione dell'attività mercatale nella provincia di Bolzano, ove i Comuni interessati costituiscono il 61,2% del totale, a fronte del 37,2% nella provincia di Trento. Un lettura più attenta dei dati mette però in evidenza che il 69,2% (144) dei mercati di Bolzano è costituito da riunioni annuali; quest'ultime, per contro, risultano del tutto assenti nell'area trentina, come già si è notato per il Veneto⁶. Per tali motivi e al fine di offrire una

⁶ Questa interessante constatazione ci obbliga a riconsiderare l'annoso e dibattuto problema giuridico-terminologico legato alla distinzione tra fiere e mercati. Senza entrare nei dettagli,

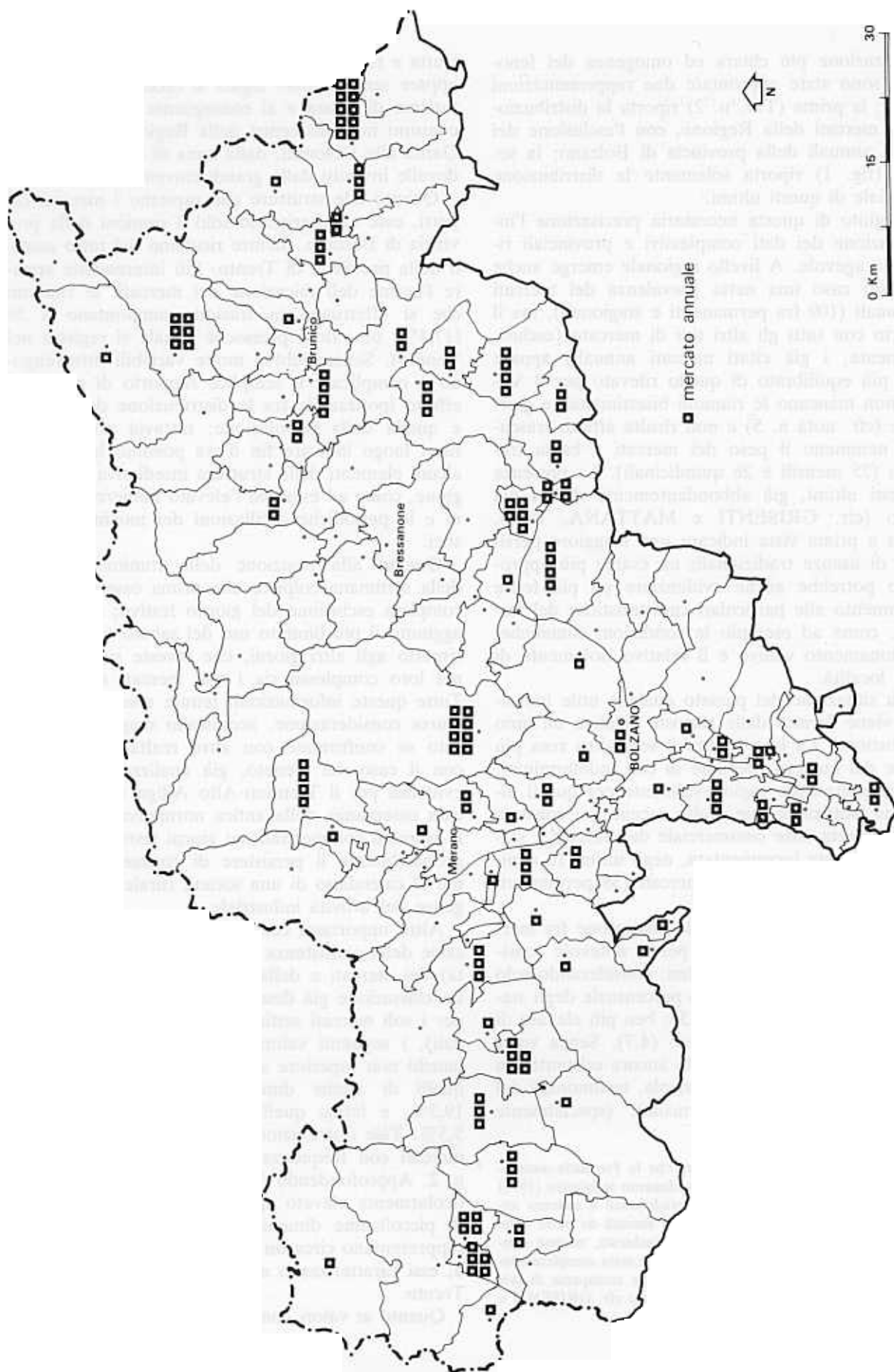


Fig. 1 - Distribuzione dei mercati annuali nella provincia di Bolzano

visualizzazione più chiara ed omogenea del fenomeno, sono state approntate due rappresentazioni distinte: la prima (Tav. n. 2) riporta la distribuzione dei mercati della Regione, con l'esclusione dei mercati annuali della provincia di Bolzano; la seconda (fig. 1) riporta solamente la distribuzione territoriale di questi ultimi.

A seguito di questa necessaria precisazione l'interpretazione dei dati complessivi e provinciali risulta più agevole. A livello regionale emerge anche in questo caso una netta prevalenza dei mercati settimanali (109 fra permanenti e stagionali), ma il rapporto con tutti gli altri tipi di mercato (esclusi, ovviamente, i già citati mercati annuali) appare molto più equilibrato di quello rilevato per il Veneto: non mancano le riunioni bisettimanali e giornaliere (cfr. nota n. 5) e non risulta affatto trascurabile nemmeno il peso dei mercati a bassa frequenza (25 mensili e 26 quindicinali). La presenza di questi ultimi, già abbondantemente diffusi nel passato (cfr. GRIENTI e MATTANA, 1984), sembra a prima vista indicare una maggiore persistenza di usanze tradizionali; un esame più approfondito potrebbe anche evidenziare un più felice adeguamento alle particolari caratteristiche del territorio, come ad esempio le condizioni climatiche, il frazionamento vallivo e il relativo isolamento di alcune località.

Sulla situazione del passato qualche utile indicazione viene fornita dalle risposte relative all'anno di istituzione. La loro lettura è senz'altro resa più difficile dal numero rilevante di casi indeterminati; tuttavia ipotizzando ragionevolmente per questi ultimi una istituzione non molto recente, si constata che la discreta base commerciale del passato è stata notevolmente incrementata, negli ultimi 10 anni, dalla istituzione di ben 51 mercati (38 permanenti e 13 stagionali).

Molto significativa appare la distinzione fra mercati permanenti e stagionali, per la notevole consistenza numerica di questi ultimi: considerando solo i mercati settimanali (109), la percentuale degli stagionali raggiunge il valore di 33, ben più elevato di quello registrato per il Veneto (4,7). Senza voler sottovalutare i rapporti talvolta ancora esistenti con il mondo della produzione agricola, testimoniati dal commercio di prodotti particolari (specialmente

frutta e funghi), la diffusione dei mercati stagionali appare senza dubbio legata al recente sviluppo del turismo di massa e al conseguente incremento dei consumi in molti centri della Regione: dal lago di Garda alle Dolomiti, dalla zona di frontiera ai fondovalle investiti dalle grandi correnti di traffico.

Quanto alle strutture che ospitano i mercati coperti, esse caratterizzano solo 3 riunioni della provincia di Bolzano, mentre risultano del tutto assenti nella provincia di Trento. Più interessante appare l'esame dell'ubicazione dei mercati: le riunioni che si effettuano in frazione ammontano a 56 (17,5%; un valore pressoché uguale si registra nel Veneto). Senza dubbio molte variabili intervengono a complicare il semplice rapporto di causa ad effetto ipotizzabile tra la distribuzione dei mercati e quella della popolazione; tuttavia non sembra fuori luogo indicare fin d'ora possibili legami con alcuni elementi della struttura insediativa della Regione, come ad esempio l'elevato numero di frazioni e le periodiche oscillazioni dei movimenti turistici.

Quanto alla posizione delle riunioni nell'arco della settimana colpisce alla prima osservazione la completa esclusione del giorno festivo; ad essa va aggiunto il più limitato uso del sabato e del lunedì rispetto agli altri giorni, che investe sia i mercati nel loro complesso sia i soli mercati settimanali. Tutte queste informazioni, tenute spesso in troppo scarsa considerazione, acquistano maggiore significato se confrontate con altre realtà: il paragone con il caso del Veneto, già analizzato, mette in evidenza per il Trentino-Alto Adige una più radicata osservanza della antica normativa che vietava le riunioni commerciali nei giorni festivi, e insieme probabilmente il persistere di consuetudini legate più al calendario di una società rurale che alle esigenze dell'attività industriale.

Altre importanti considerazioni emergono dall'esame della consistenza (numero di banchi di vendita) dei mercati e della distribuzione merceologica. La classazione già descritta per il Veneto fornisce, per i soli mercati settimanali (permanentemente e stagionali), i seguenti valori: i mercati con numero di banchi non superiore a 20 rappresentano il 75,2%, quelli di medie dimensioni (21-100 banchi) il 19,3%, e infine quelli con più di 100 banchi il 5,5%. Tale distribuzione in classi, riferita anche ai mercati con frequenza diversa, appare nella Tav. n. 2. Approfondendo ulteriormente l'indagine, particolarmente elevato appare il numero dei mercati di piccolissime dimensioni (fino a 5 banchi) che rappresentano circa un terzo dei mercati settimanali; essi caratterizzano maggiormente la provincia di Trento.

Quanto ai valori complessivi dei banchi presenti,

sia sufficiente in questa sede annotare che la Provincia autonoma di Trento in un suo recente provvedimento legislativo (1978) ha classificato come mercati le fiere tradizionali a cadenza annuale; la mancata indicazione di mercati annuali da parte delle amministrazioni comunali nella presente inchiesta, mentre sembra suggerire che la normativa provinciale è stata completamente disattesa, evidenzia d'altra parte la totale scomparsa di tale tipo di riunione. Per la situazione del passato cfr. GRIENTI e MATTANA, 1984.

i soli mercati settimanali permanenti ne forniscono ogni settimana 1981 unità, mentre quelli settimanali stagionali, particolarmente diffusi come già accennato, garantiscono ogni settimana, e nei periodi di attività, la presenza di 576 unità. Il mercato settimanale permanente di Bolzano con i suoi 330 banchi figura in assoluto il maggiore della Regione.

Infine la lettura della distribuzione merceologica mostra, come nel caso del Veneto, il peso rappresentato dalla voce "abbigliamento e mercerie": essa costituisce il 46,6% del totale dei banchi nei mercati settimanali permanenti e il 48% nei mercati settimanali stagionali; raggiunge inoltre il 55,1% nel già citato mercato di Bolzano. Tale incidenza, come del resto molti altri aspetti del fenomeno qui sommariamente esposti, può essere analizzata alla luce di ipotesi varie: influenza della struttura produttiva locale, comportamenti preferenziali degli operatori del settore, difficoltà di adeguamento del commercio fisso alle rapide e stagionali oscillazioni del carico demografico; inoltre essa risponde chiaramente, come è stato altrove già messo in evidenza (MATTANA e BENVENUTI, 1982:54), alle nuove esigenze di consumo di una società profondamente mutata sia economicamente che culturalmente.

Per tutta questa serie di problemi già si intravede, in questa rapida esposizione, la possibilità che

confronti fra aree diverse possano suggerire interessanti spunti interpretativi, in direzione di una più chiara comprensione dei rapporti che legano nel territorio l'attività commerciale periodica con gli aspetti produttivi, insediativi e culturali della società. In questa ottica la presente ricerca costituisce solo un primo passo verso un più esauriente approfondimento, che si auspica possa estendersi anche ad aree più vaste.

Bibliografia essenziale

- GRISENTI, L. e MATTANA, U. (1984), "Fiere e mercati della provincia di Trento", *Economia Trentina*, XXXIII, n. 2, pp. 29-99.
- MATTANA, U. e BENVENUTI, M. (1982), *Fiere e mercati della provincia di Treviso*, Quaderni Ist. Geogr. Univ. di Padova, 1.
- MATTANA, U. (1983), *Fiere e mercati periodici: considerazioni metodologiche per uno studio geografico*, Materiali Ist. Geogr. Univ. di Padova, 3.

N.B. Per una rassegna bibliografica completa sia degli studi geografici sull'argomento fieristico e mercatale sia delle opere sull'analisi territoriale locale si rimanda alle pubblicazioni citate.

APPENDICE

MERCATI

COMUNE di

- 1) Esiste un mercato periodico? sì ☐
no ☐

(Att.: Se nel territorio del Comune si effettuano più mercati, di qualsiasi tipo, si prega di fotocopiare la scheda e di compilarne una copia per ogni mercato).

- 2) Si effettua tutto l'anno o stagionalmente? tutto l'anno ☐
stagionalmente ☐

2 bis) Se stagionale, in quali mesi si effettua?

- 3) Con quale frequenza si effettua? annuale ☐
mensile ☐
quindicinale ☐
settimanale ☐
bisettimanale ☐
altro (specificare) ☐
.....

- 4) In quale/i giorno/i?

- 5) In quale località del Comune? centro ☐
frazione ☐

- 6) Al coperto o allo scoperto? coperto ☐
scoperto ☐

- 7) Anno di istituzione

- 8) Numero massimo di posteggi (o banchi di vendita)

- 9) Generi merceologici presenti:

frutta e verdura

alimentari in genere

pesce fresco

abbigliamento e mercerie

calzature e pelletterie

utensili e casalinghi

piante e sementi

altro

n. dei posteggi

- 10) Altre eventuali notizie (affluenza, provenienza di venditori e acquirenti, caratteristiche e variazioni stagionali o legate al turismo, ecc.)
-
-

(Continua)

**FIERE TRADIZIONALI
MANIFESTAZIONI FIERISTICHE**

(Att.: Se nel territorio del Comune si effettuano più *fiere tradizionali* e/o *manifestazioni fieristiche*, si prega di fotocopiare la scheda e di compilarne una copia per ogni fiera e/o manifestazione).

11) Nel Comune si tiene una *fiera tradizionale* (cioè già presente nell'anteguerra)? sì ☐
no ☐

12) Denominazione della fiera

13) Anno di istituzione

14) Giorno/i in cui si svolge

15) Svolge funzione di

a) commercio

di merci varie ☐
per agricoltura e zootecnia ☐

b) promozione per

l'agricoltura ☐
la zootecnia ☐
l'artigianato ☐
il turismo ☐

c) festa (sagra) e intrattenimento popolare
(barrare, se necessario, anche più caselle)

☐

16) Annotazioni

17) Nel Comune si tiene una *manifestazione fieristica* (mostra-mercato, fiera-mercato, rassegna, esposizione, ecc.)? sì ☐
no ☐

18) Denominazione della manifestazione

19) Anno di istituzione

20) Giorno/i in cui si svolge

21) Svolge funzione di

a) commercio

di merci varie ☐
per agricoltura e zootecnia ☐

b) promozione per

l'agricoltura ☐
la zootecnia ☐
l'artigianato ☐
il turismo ☐

c) festa (sagra) e intrattenimento popolare
(barrare, se necessario, anche più caselle)

☐

22) Annotazioni