

2022

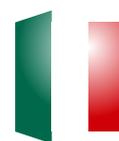


PROJET MIGRANT.NET

Fiches d'opportunités entrepreneuriales

notamment en ce qui
concerne le groupe cible
des immigrés

Projet cofinancé par l'Union
Européenne



MINISTERO
DELL'INTERNO

Région des Marches | Groupe restreint de l'IPC du travail indépendant

Organisé par Susanna Trappoli, Rosario Romeo et Antonella Mosconi

Aliments biologiques et naturels

Demande, offre, attractivité du marché

Selon les données traitées par le Sinab (Système italien d'information sur l'agriculture biologique) et présentées au Salon international des produits naturels de Bologne (Sana) pour l'année 2018, l'Italie mise beaucoup sur l'agriculture biologique, au point de dépasser largement la moyenne de l'Union Européenne en termes de surfaces biologiques. La situation est en constante évolution et s'accompagne d'une prise de conscience croissante également de la part des consommateurs, qui ont de plus en plus de possibilités d'acheter des produits bio au supermarché et en ligne.

En effet, selon les données Sinab analysées par Coldiretti Marche, de 2009 à 2017, le nombre d'hectares dédiés à l'agriculture biologique a augmenté de 66% et aujourd'hui 20% des surfaces agricoles des Marches sont dédiées au bio. Dans la région des Marches, on compte environ 2500 exploitations biologiques actives, nées comme telles ou converties à ce type d'agriculture. En 2020, les Marches ont connu une augmentation de 32% du nombre de personnes travaillant dans ce secteur.



Selon le rapport Bio Bank 2019, la région des Marches est sur le podium en termes de densité par million d'habitants dans la commercialisation de produits biologiques à travers les marchés spécialisés (8,5), la vente directe (126,8), les GAS (21,5) et les magasins (43,1); contrairement à la tendance italienne où les supermarchés sont devenus le moteur du bio avec une part de marché qui est passée de 27 à 47%. Parallèlement, la part des magasins spécialisés a chuté de 45% à 21%. Les agrégations se multiplient. Le nombre de magasins bio en 2019 est de 1 339 (-1%), ce qui indique un ralentissement des fermetures. Cependant, le taux de rotation reste élevé, avec plus de 200 magasins qui entrent sur le marché et autant qui en sortent. Le nombre de petits magasins ralentit, tandis que les magasins d'une superficie supérieure à 150 mètres carrés augmentent.

L'édition 2019 du rapport spécial, lit-on dans le communiqué de Coldiretti Marche, voit également la région des Marches exceller dans plusieurs sous-catégories. Par exemple, en termes de densité d'activités faisant de la production et de la vente directe d'aliments biologiques, elle se classe deuxième derrière l'Ombrie et devant la Toscane.

La province d'Ascoli Piceno, avec 201,6 activités, se situe au troisième rang des provinces italiennes, derrière Grosseto et Sienne. Nous obtenons également la médaille de bronze pour les marchés bio sur les places des villes et villages, notamment grâce aux nombreux événements de Campagna Amica Coldiretti, derrière le Val d'Aoste et l'Émilie-Romagne uniquement.

Médaille d'argent pour la densité des boutiques bio, derrière le Trentin. Dans le classement des provinces, Macerata est cinquième pour les marchés, tandis que Pesaro Urbino est cinquième pour les magasins. La province de Pesaro est également la quatrième d'Italie pour le nombre absolu d'exploitations biologiques qui pratiquent également l'agritourisme, ce qui explique la troisième place de la région en Italie.

Notons aussi que pour ce qui est de l'utilisation d'ingrédients biologiques par les restaurants, les bars et les glaciers, la région des Marches est, en termes de densité, la deuxième d'Italie avec 24,8 activités par million d'habitants.





Les principaux objectifs du récent pacte signé par la région des Marches sont les suivants: augmenter la surface agricole utile (SAU) cultivée en bio, en passant des 20% actuels à 100% dans les zones Natura 2000 au cours des dix prochaines années; renforcer la recherche, l'expérimentation et la formation dans le secteur biologique pour améliorer la qualité et la productivité des cultures; protéger et valoriser notre biodiversité comme alternative aux OGM; encourager et consolider les filières de produits et territoires biologiques; étendre la certification biologique jusqu'à la table du consommateur; promouvoir la consommation de produits biologiques dans les cantines et les circuits commerciaux ; promouvoir les Marches comme une région biologique à haute qualité de vie, afin d'augmenter son attractivité touristique.

Notre région est caractérisée par une filière historique solide et compte des entreprises dont le nombre et la qualité de la production ne cessent de croître, raisons pour lesquelles elle est, dans certains domaines, leader en Italie, à tel point qu'elle a été appelée le «berceau de l'agriculture biologique italienne». Nous sommes parmi les régions qui ont connu la plus forte croissance du nombre de travailleurs : 32% de plus que l'année précédente. Des chiffres positifs tant au niveau des données structurelles liées à la production que des données économiques liées au marché. Par ailleurs, la Surface agricole utile (SAU) de la région des Marches gérée de manière biologique a atteint 104.567 hectares, dépassant de 20% la SAU moyenne nationale. Le nombre de nos travailleurs est proche de 4 000, répartis comme suit: 3.126 producteurs, 283 préparateurs, 10 importateurs et 499 préparateurs et importateurs.

Fiche A1 **Agriculture biologique**

Fiche A2 **Magasin de produits alimentaires biologiques**

Fiche A3 **Magasin de produits alimentaires kilomètre zéro**

Fiche A4 **Restaurants, pâtisseries, boulangeries, glaciers, etc. utilisant des produits biologiques**



AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Compétences et ressources

Une exploitation qui pratique l'agriculture biologique a besoin du même équipement standard qu'une exploitation traditionnelle.

L'agriculteur biologique connaît bien les cycles saisonniers, la structure du sol et la technologie verte. C'est un agriculteur-entrepreneur. Il travaille la terre et ses produits dérivés en suivant des processus écologiques et durables stricts. L'agriculteur bio n'utilise pas de substances nocives. Il ne pollue pas. Il utilise des énergies renouvelables. Il utilise et réutilise tout ce qui est produit par la terre.

Emplacement

L'agriculture biologique peut être pratiquée sur tout le territoire régional.

Personnalités professionnelles impliquées

Entrepreneur agricole, exploitant agricole, emplois verts dans l'agrobusiness.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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>

Synergies avec d'autres secteurs

Vente directe, apiculture, vin et gastronomie, agritourisme, agri-camping.

MAGASIN DE PRODUITS ALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES BIOLOGIQUES

Compétences et ressources

Une entreprise spécialisée peut être créée avec un investissement assez faible, tant au niveau de l'équipement utilisé que du stock.

Il est toutefois important de disposer d'une expertise adéquate pour fournir des informations et des conseils à une clientèle habituellement attentive et exigeante.

La vente de produits alimentaires nécessite de posséder une habilitation pour le commerce alimentaire (SAB).

Emplacement

L'emplacement le plus approprié se trouve dans les principaux centres urbains de la région et près des localités touristiques les plus populaires.

Synergies avec d'autres secteurs

Dans la région des Marches, de nombreuses exploitations agricoles étendent également leur culture de fruits biologiques. Il y a quelques années encore, la plupart des produits biologiques des Marches étaient destinés à l'exportation, mais l'intérêt accru des citoyens pour une alimentation saine a incité les exploitations bio à s'adapter. En conséquence, de nombreuses exploitations biologiques commencent à vendre leurs produits directement par le biais d'un magasin de ferme et/ou de la livraison à domicile des produits bio.

E-commerce, petits artisans.

Personnalités professionnelles impliquées

Gérant de magasin, vendeur, acheteur, personnel de comptoir, webmarketing.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

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

MAGASIN DE PRODUITS KILOMÈTRE ZÉRO

Compétences et ressources

Une entreprise spécialisée peut être créée avec un investissement limité, tant au niveau de l'équipement utilisé que du stock. Toutefois, une connaissance du réseau des fournisseurs locaux et des compétences en matière de gestion du magasin sont nécessaires. La vente de produits alimentaires nécessite de posséder une habilitation pour le commerce alimentaire.

Emplacement

L'emplacement le plus approprié se trouve dans les zones situées entre la production et les centres urbains, là où se concentre la consommation des résidents ainsi que celle des touristes.

Synergies avec d'autres secteurs

L'implantation de magasins de produits kilomètre zéro contribue à la défense et au développement du secteur agricole et agroalimentaire local.

Personnalités professionnelles impliquées

Gérant de magasin, vendeur, acheteur, personnel de comptoir, webmarketing.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

FICHE A4

RESTAURANTS, PÂTISSERIES, BOULANGERIES, GLACIERS UTILISANT DES PRODUITS BIOLOGIQUES

Compétences et ressources

Les compétences nécessaires au démarrage des commerces indiqués dépendent de leur typologie et s'accompagnent d'une sensibilité prononcée envers la nature biologique des produits.

Les ressources nécessaires sont spécifiques pour chacun de ces types de commerces, mais tous doivent se doter de machines, de locaux adéquats et d'autorisations en matière de santé et d'hygiène.

Toutefois, la dimension des initiatives peut également être réduite, de sorte que les investissements soient limités à un seuil indicatif de 50 000 euros.

Emplacement

Jusqu'à présent, l'emplacement le plus facile pour ces commerces se trouvait dans les principaux centres urbains de la région.

L'évolution de la consommation peut désormais favoriser la diffusion de ces commerces dans les petites villes également, avec de ce fait une redistribution sur tout le territoire régional.

Et ce, sans oublier le potentiel des localités touristiques les plus populaires.

Synergies avec d'autres secteurs

L'implantation d'un réseau articulé et étendu de ces types de commerces peut encourager la diffusion de la consommation biologique et, du point de vue de la croissance induite, ouvrir des débouchés commerciaux pour les agriculteurs locaux spécialisés dans les cultures biologiques.

Personnalités professionnelles impliquées

Restaurateurs, cuisiniers, glaciers, boulangers, pâtisseries, serveurs, barmen, responsables de point de vente, personnel de comptoir, webmarketing.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

<http://ristorantisostenibili.it/>

FORMALITÉS

Exploitation agricole

Pour ouvrir une exploitation biologique, il faut, en plus de ce qui est nécessaire pour ouvrir une exploitation traditionnelle, une certification biologique spécifique. Pour obtenir la certification d'agriculture biologique, il faudra:

- Choisir l'un des organismes de certification reconnus par le ministère des Politiques agricoles italien en lui envoyant les documents concernant votre exploitation et votre activité.
- Informer la Région dans laquelle vous êtes basé du début de la procédure pour obtenir la certification.
- Commencer à suivre toutes les règles prévues par la réglementation et celles de l'organisme de contrôle.
- Attendre la conversion (environ 2 à 3 ans).

À partir de la date de notification, il est possible de continuer à produire mais avec la mention «en conversion vers l'agriculture biologique», alors qu'une fois la reconnaissance obtenue, la mention sera «issu de l'agriculture biologique».

Magasins alimentaires et non alimentaires

La réglementation de référence est la réglementation générale sur le commerce de détail, c'est-à-dire:

- demande d'attribution du numéro de TVA ;
- inscription au Registre des entreprises. On distingue ensuite les commerces de petite et de grande surface de vente (surface du magasin inférieure ou supérieure à 250 m²) ;
- ouverture d'une position auprès de l'INPS (Institut italien de prévoyance sociale) et de l'INAIL (Institut italien d'assurance contre les accidents sur le lieu de travail) ;
- déclaration SCIA (Déclaration certifiée de début d'activité) pour les commerces de petite surface de vente (surface du magasin inférieure à 250 m²) ou demande d'autorisation d'ouverture d'une activité commerciale auprès de la commune pour les commerces de grande surface de vente ;
- obtention de l'autorisation sanitaire Asl (Agence sanitaire locale).

En outre, s'il s'agit d'un magasin de produits alimentaires, vous devez avoir suivi un cours SAB

(Distribution d'Aliments et de Boissons) et être en possession des certificats HACCP.



Glaciers, pâtisseries et boulangeries

Ce dont vous avez besoin :

- Déclaration certifiée de début d'activité (SCIA sanitaire) contenant la notification pour l'enregistrement de l'entreprise alimentaire et la déclaration de la possession des conditions requises hygiéniques et sanitaires prévues par le Règlement CE n° 852/2004 et par les autres règlements nationaux et régionaux pertinents;
- Comunicazione Unica d'impresa (Communication unique d'entreprise): pratique informatique pour Registre des entreprises /REA, Agenzia delle Entrate (Bureau d'imposition italien), éventuellement INPS, INAIL, Albo Artigiani (registre des entreprises artisanales italiennes) et SUAP (Portail unique des activités productives), à transmettre conjointement par le biais de la Comunicazione Unica.

Restaurants

Ce dont vous avez besoin :

- vérifier auprès de la commune si l'activité est ouverte dans une ZONE PROTÉGÉE (autorisation nécessaire) ou dans une ZONE NON PROTÉGÉE (dans ce cas, une SCIA est suffisante avec une déclaration de possession des conditions morales et professionnelles, des conditions subjectives et de l'existence des conditions prévues par le T.U.L.P.S., le texte unique des lois sur la sécurité publique);
- SCIA sanitaire contenant la notification pour l'enregistrement de l'entreprise alimentaire et la déclaration de la possession des conditions requises hygiéniques et sanitaires prévues par le Règlement CE n° 852/2004 et par les autres règlements nationaux et régionaux pertinents ;
- Comunicazione unica d'impresa à envoyer au Registre des entreprises compétent sur le territoire ;
- certificat SAB ou équivalent ;
- certificat HACCP pour le personnel à employer ;
- en cas de distribution d'alcool, autorisation de la part de l'Agence des douanes.



Consommation durable

Demande, offre, attractivité du marché

Dans différents domaines de la consommation de masse, on assiste à l'émergence de comportements visant à réduire l'impact environnemental. Des opportunités intéressantes apparaissent dans la région (fiches B1-B8): voici quelques idées tirées des fiches produites.

Le contexte pré-Covid est celui d'un marché porté par les besoins des nouvelles générations, principaux acteurs du secteur de la beauté. Des consommateurs au pouvoir d'achat supérieur à celui des générations précédentes, numérisés et extrêmement attentifs à la durabilité: une approche naturelle et respectueuse de l'environnement devient donc une exigence et pas seulement un effet de mode. Emballages écologiques, faible utilisation de plastique, produits éco-durables, attention particulière à l'origine et au cycle de production «éthique», et une fois l'urgence passée, la demande pourrait encore augmenter.

Le marché des cosmétiques verts, à base de plantes et d'origine naturelle a dépassé 1,1 milliard d'euros en 2019, confirmant son statut de secteur clé non seulement pour le Made in Italy mais aussi pour le «système bio».



Aujourd'hui, dans les villes et les quartiers historiques, un large éventail de véhicules électriques représente la solution idéale pour se déplacer à faible coût et sans contraintes, tandis que dans les contextes urbains, les interdictions d'accès et de circulation sont appelées à devenir de plus en plus strictes. L'éventail de véhicules comprend des vélos électriques (dont certains ont une autonomie de plus de 200 km), des trottinettes, des scooters et des petites voitures. Ces véhicules peuvent être loués aux visiteurs occasionnels de la ville, aux touristes, mais aussi aux résidents qui veulent les essayer avant d'envisager de les acheter. La formule de location à long terme peut également être plus avantageuse que l'achat, notamment parce qu'elle permet d'éviter tous les problèmes typiques de la gestion d'un véhicule dont on est le propriétaire (taxe automobile, assurance, entretien, etc.). La location peut être associée à la vente de véhicules, qu'ils soient d'occasion ou neufs.

Enfin, en ce qui concerne la vente d'articles d'ameublement, un magasin spécialisé doit proposer aux clients un assortiment, large ou ciblant certaines typologies de meubles, provenant d'entreprises qui produisent selon des critères éco-durables: matériaux provenant de sources contrôlées, éventuellement recyclés, à faible émission de formaldéhyde, avec des emballages en matériaux recyclés et recyclables, et sans peintures émettant des solvants.





Fiche B1 **Boutique de cosmétiques naturels
(parfumerie biologique)**

Fiche B2 **Commerce de produits usagés et
régénérés**

Fiche B3 **Commerce de produits en vrac**

Fiche B4 **Boutique de vêtements naturels**

Fiche B5 **Production de vêtements naturels**

Fiche B6 **Herboristerie**

Fiche B7 **Location écologique**

Fiche B8 **Magasin de meubles avec des
matériaux éco-durables**



BOUTIQUE DE COSMÉTIQUES NATURELS (PARFUMERIE BIOLOGIQUE)

Compétences et ressources

L'ouverture d'un magasin spécialisé implique de posséder une expertise spécifique sur les produits qui, par ailleurs, sont en évolution constante.

La capacité à garantir aux clients une qualité de service élevée est fondamentale. La gestion de la boutique nécessite une attention particulière à la politique d'achat et à la gestion des stocks qui, compte tenu du coût de nombreux produits, peuvent atteindre une valeur importante même au début de l'activité.

La valeur de la première fourniture de produits constitue l'investissement initial le plus important, supérieur à la valeur du mobilier et de la technologie (minimale) nécessaire.

Emplacement

L'emplacement le plus approprié pour ce type de magasin se trouve dans les quartiers historiques des villes (y compris les petites et moyennes villes) et dans les centres commerciaux.

Synergies avec d'autres secteurs

L'implantation de magasins spécialisés peut contribuer à un changement de consommation, mais offre également des opportunités pour la création et le développement d'entreprises locales produisant des produits cosmétiques naturels.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel de vente, responsables de magasin, acheteurs.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

COMMERCE DE PRODUITS USAGÉS ET RÉGÉNÉRÉS

Compétences et ressources

L'ouverture d'un magasin de ce type implique l'aménagement d'un espace de vente pouvant également être d'une surface importante (en fonction des marchandises traitées), permettant d'accueillir de nombreux produits et de les exposer de manière attrayante. Le coût du loyer peut donc être élevé. L'investissement dans les stocks peut être important, mais il est réduit à zéro si les marchandises sont gérées selon la formule de la «consignation». Aucune licence commerciale ou habilitation professionnelle n'est requise.

Emplacement

L'emplacement devrait se situer dans les centres urbains les plus importants de la région et, pour les magasins traitant des marchandises volumineuses (telles que les meubles), dans des lieux faciles d'accès, où le chargement et le déchargement, etc. sont aisés.

Synergies avec d'autres secteurs

Les magasins spécialisés tels que celui envisagé entraînent une réduction de l'impact environnemental de la consommation, une réduction des coûts d'achat pour les consommateurs et des opportunités de travail pour les artisans impliqués dans la régénération des objets.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel de vente, responsables de magasin, acheteurs.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<https://secondlifeitalia.it/>

COMMERCE DE PRODUITS EN VRAC

Compétences et ressources

Un magasin qui vend des aliments et des détergents en vrac peut avoir une organisation très simple, dans laquelle les produits sont distribués à partir de distributeurs (dans certains cas réfrigérés), pesés et livrés au client dans des récipients « à retourner » (bouteilles, bidons, sachets, etc.) appartenant au client ou fournis par le magasin.

Avec une organisation adéquate, les distributeurs peuvent être utilisés directement par les clients, ce qui réduit le personnel interne.

La gestion des relations avec les fournisseurs des produits est importante, également pour réduire la quantité du stock.

La vente de produits alimentaires nécessite de posséder une habilitation pour le commerce alimentaire.

Emplacement

L'emplacement le plus approprié se trouve dans les principaux centres urbains de la région et près des localités touristiques les plus populaires.

Synergies avec d'autres secteurs

L'implantation de magasins de produits en vrac contribue à la réduction de la charge de déchets sur le territoire et peut en même temps stimuler la commercialisation de produits locaux sans marques commerciales établies, souvent associés à des groupes d'achats solidaires.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel de vente, responsables de magasin.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

FICHE B4

MAGASIN DE VÊTEMENTS NATURELS

Compétences et ressources

Ce type de magasin vend des articles d'habillement en fibres naturelles, comme le coton et le chanvre, issus de l'agriculture biologique, ou également en fibres chimiques (comme le polyester) provenant de matériaux recyclés.

La durabilité ne doit pas seulement s'appliquer aux tissus, mais aussi aux accessoires et autres composants du vêtement (boutons, boucles, etc.).

Les produits doivent être dotés d'écolabels tels que l'ISO 14014 et l'OEKO-TEX Standard 100 qui garantissent l'absence de matériaux nocifs (colorants allergènes et cancérigènes, formaldéhyde, phtalates plastifiants, etc.).

Les vêtements peuvent également être des vêtements de travail. La région Émilie-Romagne, par exemple, a lancé un programme d'achat de vêtements de travail écologiques pour la Police provinciale et d'autres catégories d'employés publics. Un magasin spécialisé peut être créé avec des formalités très simples. Une gestion efficace exige une connaissance approfondie des produits, la capacité de gérer les relations avec les clients qui souvent s'intéressent aux produits naturels pour la première fois, ainsi que les compétences habituelles en matière de gestion d'entreprise (relations avec les fournisseurs, gestion des stocks, etc.).

Emplacement

L'emplacement le plus approprié se trouve dans les grands centres urbains de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

L'implantation de magasins spécialisés peut contribuer à accroître la gamme de produits offerts aux consommateurs, à innover et à qualifier le réseau commercial ainsi qu'à revitaliser les centres urbains qui sont, aujourd'hui, souvent soumis à des tendances d'homogénéisation de l'offre proposée aux clients.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel de vente, responsables de magasin.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

PRODUCTION DE VÊTEMENTS NATURELS

Compétences et ressources

Une entreprise artisanale spécialisée peut être créée avec des investissements assez limités. En achetant des fils tout prêts, mais de couleur neutre, il faudra disposer de l'équipement pour la teinture des fils, puis de l'équipement (machines à tricoter, machines à coudre, etc.) pour la transformation, ainsi que d'un capital pour les stocks. Toutefois, des compétences sont nécessaires pour concevoir des vêtements qui ne reposent pas uniquement sur le caractère naturel des produits, mais aussi sur leur qualité esthétique et leur capacité à s'adapter aux besoins des clients. Vendre (éventuellement) sur Internet nécessite de savoir mettre en place des stratégies de visibilité du site web. Des certifications appropriées (telles que l'ISO 14014 et la norme OEKO-TEX 100, etc.) peuvent garantir l'absence de matériaux nocifs, et augmenter ainsi la valeur des produits aux yeux des clients.

Emplacement

L'emplacement de la production peut être situé n'importe où sur le territoire régional. Si la production s'accompagne de la vente dans un magasin, il est alors plus intéressant de l'installer dans l'une des principales villes de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

En pleine crise du secteur de l'habillement, l'apparition d'ateliers produisant des vêtements naturels pourrait permettre de réemployer et de développer des compétences qui, autrement, resteraient inutilisées.

Personnalités professionnelles impliquées

Designers, modélistes en vêtements, artisans, ouvriers.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

<https://www.essent-ial.com/>

HERBORISTERIE

On compte environ 130 herboristeries dans la région des Marches (132 en 2015), dont la plupart sont des petits commerces spécialisés qui misent sur la qualité de leur service, malgré la concurrence croissante des grandes chaînes et d'autres types de commerces comme les pharmacies, les parapharmacies et les supermarchés. En outre, les ventes en ligne prennent de plus en plus d'importance dans le secteur, si bien que même un petit magasin pourrait envisager de les incorporer aux côtés des ventes traditionnelles au comptoir.

Compétences et ressources

Les ressources matérielles nécessaires ne sont pas importantes, même s'il ne faut pas négliger la valeur des produits dont il faudra disposer afin de garantir au client une offre adéquate. L'ameublement du magasin peut être simple, mais il doit permettre de construire un espace agréable et accueillant. La compétence technique du gérant est essentielle pour assurer un bon service au client en termes d'information et de conseil. Le choix des produits et des fournisseurs ainsi que la gestion des stocks sont également essentiels pour assurer une rotation élevée des stocks.

Emplacement

Ce type de magasin étant déjà assez présent, il est nécessaire d'évaluer soigneusement le contexte territorial et la concurrence avant de décider d'ouvrir un nouveau point de vente. Des magasins qualifiés peuvent améliorer la qualité de vie des résidents.

Synergies avec d'autres secteurs

Agriculture biologique, production de cosmétiques naturels et d'aliments biologiques.

Personnalités professionnelles impliquées

Herboriste, vendeur comptoir spécialisé.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

LOCATION ÉCOLOGIQUE (VENTE ET LOCATION DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES)

Compétences et ressources

Une entreprise spécialisée doit disposer d'une flotte adéquate de véhicules qui doivent être proposés à la location dans un ou plusieurs points facilement accessibles et visibles, avec d'amples horaires d'ouverture et si possible 7 jours sur 7. Si cette activité est associée à la vente, un espace d'exposition doit également être disponible. Le lien avec un ou plusieurs garages est essentiel pour garantir le parfait état de marche des véhicules, pour l'entretien périodique et ponctuel (notamment le changement des batteries de traction, des pneus, des pièces détachées, etc.). L'entreprise doit également prendre en charge l'assurance, la taxe automobile, l'assistance en cas de panne, etc. Les véhicules peuvent être réservés directement ou en accédant à une section du site web de l'entreprise.

Emplacement

L'emplacement peut se situer dans les centres urbains et/ou touristiques les plus importants de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

Une entreprise spécialisée peut contribuer à réduire l'impact environnemental du trafic dans les centres urbains et à diffuser la culture de l'utilisation des véhicules électriques.

Il pourrait être intéressant de développer des tours en vélo électrique le long de la côte et dans les collines, en coopération avec des organisations et des structures privées.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel de vente et de réservation, guides touristiques à vélo, responsables marketing/relations avec les structures touristiques et hôtelières.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

MAGASIN DE MEUBLES AVEC DES MATÉRIAUX ÉCO-DURABLES

Compétences et ressources

L'ouverture d'un magasin de meubles spécialisé dans l'ameublement éco-durable ne nécessite aucune autorisation particulière. Il est nécessaire toutefois de disposer d'une surface d'exposition suffisamment spacieuse, d'un réseau de fournisseurs sélectionnés et de services de transport et de montage efficaces. La structure même du magasin doit être fondée sur les principes de la bio-architecture, en utilisant des matériaux éco-durables pour les sols et les murs, des systèmes d'isolation thermo-acoustique, un éclairage naturel et artificiel à basse consommation et haute efficacité, etc. Les relations avec les clients potentiels peuvent être entretenues par des initiatives thématiques et des promotions.

Emplacement

L'emplacement sera de préférence dans les centres urbains les plus importants de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

La création de nouveaux magasins pourrait offrir de nouveaux débouchés commerciaux intéressants aux producteurs de la région.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel de vente, personnel d'achat (également import-export) et éventuellement personnel pour le e-commerce.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

<https://www.essent-ial.com/>

FORMALITÉS

Magasins

Pour ces types d'activités également, le processus bureaucratique est le processus général pour le commerce de détail, c'est-à-dire:

- demande d'attribution du numéro de TVA;
- inscription au Registre des entreprises;
- ouverture des positions auprès de l'INPS et de l'INAIL;
- déclaration SCIA pour les commerces de petite surface de vente (surface du magasin inférieure à 250 m²) ou demande d'autorisation d'ouverture d'une activité commerciale auprès de la commune pour les commerces de grande surface de vente;
- obtention de l'autorisation sanitaire de l'Asl.

En outre, s'il s'agit d'un magasin de produits alimentaires, vous devez avoir suivi un cours SAB (Distribution d'Aliments et de Boissons) et être en possession des certificats HACCP.

Herboristerie

Outre ce qui précède, pour ce type d'activité, il est nécessaire de définir avec la plus grande précision quel type de produit on entend transformer et vendre, car la procédure à suivre diffère selon le choix:

- préparation et vente de produits d'herboristerie. Si votre intention est de créer un laboratoire interne où vous pourrez produire vos propres préparations d'herboristerie, tisanes, extraits et autres, vous devez être en possession d'une Licence en Herboristerie ou en Pharmacie, pouvant être suivie d'une spécialisation supplémentaire;
- vente de produits préemballés. La vente de produits emballés comprenant des denrées alimentaires ne nécessite pas de diplôme universitaire, mais elle exige la participation à un cours de formation professionnelle destiné à la vente de ce type de préparation. Toutefois, cette exigence peut varier en fonction des catégories spécifiques de denrées alimentaires: il est conseillé de se renseigner au préalable auprès des associations professionnelles ;
- vente de produits emballés, à l'exclusion des produits alimentaires. La vente de produits biologiques et naturels qui ne comprennent pas de denrées alimentaires, par exemple les cosmétiques, les produits d'hygiène personnelle et les détergents ménagers, ne nécessite aucune licence ou qualification particulière, hormis la réglementation de base prévue pour les activités commerciales.



Production de vêtements

L'industrie textile fait partie du secteur TAC (Textile, Habillement, Cuir), qui comprend également les métiers de la confection, de la couture, de la maroquinerie ainsi que le secteur de la chaussure et de l'artisanat. Aucune condition spécifique n'est requise pour ouvrir une activité textile et la réglementation de référence est celle relative à l'ouverture d'une entreprise artisanale, c'est-à-dire:

- demande d'attribution du numéro de TVA et création d'une adresse PEC (courrier électronique certifié);
- inscription au Registre des entreprises;
- inscription à la section artisanale de l'INPS (Institut italien de Prévoyance sociale);
- souscrire une assurance à des fins de prévoyance auprès de l'INAIL (Institut italien d'assurance contre les accidents sur le lieu de travail).

Location écologique

Si vous souhaitez ouvrir un point dédié uniquement à la location et à la vente de véhicules électriques, ou un point dédié uniquement à la location de voitures électriques, vous devez non seulement suivre la procédure bureaucratique, mais aussi remplir des critères personnels.

Ce dont vous avez besoin :

- demande d'attribution du numéro de TVA ;
- inscription au Registre des entreprises (Chambre de commerce) ;
- déclaration de début d'activité à la commune (au moins 30 jours avant le démarrage) ;
- inscriptions INPS et INAIL ;
- critères personnels tels que la majorité, la possession d'un permis de conduire, l'absence de condamnation pénale ou à une mesure de faillite ;
- rédaction d'un contrat qui fixe de manière claire et complète les conditions du service offert ainsi que les responsabilités des deux parties, notamment en cas d'accident, de vol, de dysfonctionnement, etc. ;
- souscrire les assurances nécessaires pour les véhicules électriques, les révisions et les entretiens réguliers ;
- locaux conformes à la loi, selon l'activité et les services spécifiques offerts, avec autorisation Asl ;
- dans le cas de la location et de la vente de voitures électriques, s'il y en a plus de neuf, il sera nécessaire d'obtenir une autorisation pour la prévention des incendies auprès des pompiers ;
- envoi à la commune de la documentation nécessaire concernant les locaux, les véhicules, l'entrepreneur et les partenaires éventuels.

Tourisme durable

Demande, offre, attractivité du marché

Parmi les activités de loisirs qui côtoient l'art, la tradition, la détente et le divertissement, la recherche d'aliments et de vins locaux est devenue la véritable valeur ajoutée des vacances Made in Italy en 2020 avec environ 1/3 du budget destiné à la nourriture. Selon une enquête de Coldiretti, l'Italie est le leader mondial incontesté du tourisme œnologique et gastronomique, grâce à la suprématie de l'agriculture la plus verte d'Europe avec 299 spécialités AOP/IGP reconnues au niveau de l'UE et 415 vins DOC/DOCG, 5155 produits régionaux traditionnels recensés le long de la péninsule, le leadership en matière d'agriculture bio avec plus de 60 000 exploitations biologiques et le plus grand réseau mondial de marchés de producteurs et de fermes avec Campagna Amica.

Avec la loi 21/2011, la Région a voulu reconnaître la MULTIFONCTIONNALITÉ en agriculture comme un élément de valeur stratégique pour le développement du secteur et une opportunité économique importante pour les entreprises. Le fer de lance de la multifonctionnalité est l'AGRITOURISME, compte tenu de son importance en termes de structures présentes sur le territoire. Grâce à l'agritourisme, les agriculteurs peuvent augmenter leurs revenus par la « vente directe » de leurs produits et, en même temps, valoriser leur patrimoine bâti.



La ferme pédagogique est une exploitation qui propose également une activité pédagogique, où les visiteurs sont souvent impliqués dans l'activité de fabrication d'un «produit» typique de la ferme (visite des étables, traite du lait, récolte de fruits et légumes, fabrication de miel, etc.).

La qualification de ferme pédagogique est attribuée par l'Administration Régionale (Délibération du Conseil Régional n° 2275/2001) ; afin d'obtenir la qualification, il est nécessaire de démontrer la présence dans l'exploitation d'une série de services pédagogiques.

Dans la région des Marches, il existe une cinquantaine de fermes pédagogiques et une douzaine de crèches à la ferme (données Coldiretti) qui font de la nature et des grands espaces verts des lieux dédiés à des expériences d'éducation environnementale et alimentaire.

Référence réglementaire REGION DES MARCHES « DISPOSITIONS RÉGIONALES SUR LA MULTIFONCTIONNALITÉ DES EXPLOITATIONS AGRICOLES ET LA DIVERSIFICATION DANS L'AGRICULTURE ». Règlement régional n° 2 du 19 mars 2020.

Fiche C1 **Agritourisme biologique**

Fiche C2 **Ferme pédagogique**

Fiche C3 **Agri-camping**

Fiche C4 **Organisation de randonnées dans la nature**

Fiche C5 **Chambres d'hôtes**



AGRITOURISME BIOLOGIQUE

Compétences et ressources

La formule de l'agritourisme est réservée aux agriculteurs et exclut donc les travailleurs d'autres secteurs. En réalité, l'agritourisme a été conçu comme une forme de complément de revenu pour les agriculteurs. L'entrepreneur agritouristique doit être un entrepreneur agricole inscrit sur la liste des travailleurs agritouristiques. En plus de leurs compétences agricoles, ils doivent également être à même de gérer un restaurant et un petit hôtel.

Autres conditions requises:

- compétences liées à l'organisation des loisirs et à la promotion;
- possession d'une exploitation qui produit la majorité des produits utilisés pour la restauration;
- un bâtiment rural destiné à être utilisé pour le logement des hôtes.

Emplacement

Un emplacement dans les vallées est préférable pour intercepter les flux touristiques. Pour les visiteurs de passage, les amateurs de foires et événements culturels, un emplacement dans les plaines peut également convenir car cela est plus pratique, bien que moins pittoresque.

Synergies avec d'autres secteurs

L'agritourisme peut offrir des possibilités de diversification aux exploitations agricoles, tout en jouant un rôle important dans le développement du tourisme dans la région.

Personnalités professionnelles impliquées

Entrepreneur agricole, exploitant agricole, cuisinier, serveur, réceptionniste, directeur d'hôtel.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

[https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-per-
aprendere-un-agriturismo.aspx](https://www.cliclavoro.gov.it/approfondimenti/Come-fare-per/Pagine/Come-fare-per-aprendere-un-agriturismo.aspx)

FERME PÉDAGOGIQUE

Compétences et ressources

Afin de transformer une simple exploitation agricole en ferme pédagogique, il est nécessaire de créer certaines installations pour l'accueil des visiteurs et de disposer d'un personnel suffisamment qualifié pour gérer les visites en toute sécurité (sécurisation du matériel, des substances dangereuses, des équipements à risque, couverture d'assurance pour la responsabilité civile), tout en garantissant un confort adéquat (par exemple pour les toilettes). La production doit être de préférence biologique ou intégrée.

Emplacement

L'emplacement idéal sera situé dans des localités de la région présentant un intérêt sur le plan environnemental.

Synergies avec d'autres secteurs

La création de nouvelles fermes pédagogiques donne lieu à un environnement plus favorable, également d'un point de vue commercial, au contact entre les zones urbaines et la production agricole de la province.

Personnalités professionnelles impliquées

Entrepreneur agricole, exploitant agricole, éleveur, travailleur de ferme pédagogique.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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-aprendere-una-fattoria-didattica.aspx>

AGRI-CAMPING

Compétences et ressources

La création d'un site d'agri-camping nécessite un investissement pour équiper la zone d'emplacements, d'une alimentation en eau potable, d'électricité et d'un espace dédié au lavage de la vaisselle et du linge.

Les compétences requises sont de différentes natures :

- organisationnelles, pour offrir un excellent accueil aux touristes, en termes de service ;
- promotionnelles, pour faire connaître une nouvelle structure située dans une zone pas toujours connue des visiteurs potentiels ;
- relationnelles, à l'égard des organismes locaux, des organismes de promotion du tourisme, des associations de loisirs, mais également dans le domaine de l'environnementalisme et de la randonnée.

Emplacement

L'emplacement idéal sera situé dans des localités de l'arrière-pays présentant un intérêt sur le plan environnemental, de préférence dans un lieu facilement accessible depuis les routes nationales.

Synergies avec d'autres secteurs

La création de structures d'hébergement nouvelles et qualifiées peut stimuler le tourisme de l'arrière-pays, notamment celui de la randonnée et en quête d'une relation étroite avec la nature.

Personnalités professionnelles impliquées

Entrepreneur agricole, exploitant agricole, cuisinier, serveur, réceptionniste, coach sportif, responsables marketing, employé de ménage, agent d'entretien.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

FICHE C4

ORGANISATION DE RANDONNÉES DANS LA NATURE

Compétences et ressources

L'organisation d'excursions implique de remplir certaines conditions essentielles:

- une connaissance de base des caractéristiques du type de randonnée auquel on souhaite se dédier (aspects techniques, mentalité des randonneurs, connaissance des initiatives concurrentes, etc.);
- la capacité d'organiser un réseau de services pour les randonneurs, individuels ou en groupes organisés, en mettant en réseau les services (hôtels, restaurants, bureaux d'information, etc.) présents sur le territoire;
- la capacité de structurer des offres et de les proposer aux clients potentiels, par le biais de la publicité et de contacts directs avec des groupes organisés ;
- la capacité de sélectionner de bons collaborateurs, indispensables au bon déroulement des randonnées et à leur qualité en générale.

C'est précisément en opérant dans une logique de réseau que les investissements matériels peuvent être contenus. Cependant, afin de fournir un meilleur service aux clients, il est conseillé de faire quelques investissements de base : par exemple, l'achat de vélos de remplacement à mettre à la disposition des randonneurs qui rencontreraient des inconvénients durant le parcours, et une camionnette pour transporter du matériel (véhicules endommagés, sacs à dos, équipement, etc.) suivant les clients.

Emplacement

L'emplacement doit être situé aux points de départ des randonnées, à proximité des centres urbains dotés de services.

Synergies avec d'autres secteurs

Des propositions intéressantes de randonnées contribuent à la croissance induite d'autres services touristiques, d'hébergement et de restauration.

Personnalités professionnelles impliquées

Guide touristique et de la nature, guide environnemental et de randonnée, guide touristique à vélo, responsable marketing.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

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

CHAMBRES D'HÔTES

Compétences et ressources

Les modalités de démarrage prévues par la loi sont très simples et encouragent même les initiatives dotées de faibles ressources financières. L'offre consiste essentiellement en un service d'hébergement à la nuitée et de petit-déjeuner. Il est très facile d'ouvrir une Chambre d'hôtes, car tout ce dont vous avez besoin est une ou plusieurs chambres dans votre propre habitation. Les maisons en pierre rénovées ou celles situées dans de vieux villages sont particulièrement adaptées. Les ressources relationnelles indispensables sont la gentillesse, l'hospitalité et, avec les touristes étrangers, une connaissance de base des langues les plus importantes.

Pour promouvoir une Chambre d'hôtes, il faut:

- développer des synergies avec diverses organisations culturelles, des associations organisant des excursions (randonnées pédestres ou équestres), des associations sportives (par exemple, des groupes de cyclistes), des agences de voyage, des offices de promotion touristique et Pro-loco (réseau d'associations de bénévoles œuvrant pour la promotion du tourisme local en Italie);
- figurer dans certains guides touristiques;
- utiliser les possibilités de promotion offertes par Internet.

Emplacement

Si possible, le bien doit être situé dans un endroit du territoire visible et facilement accessible.

Tout le territoire régional, mais surtout l'arrière-pays, les stations balnéaires et les centres d'art sont particulièrement adaptés à ce type d'hébergement. Dans les zones de plaines, la Chambre d'hôtes peut attirer des personnes de passage, pour un déplacement professionnel ou pour les vacances.

Synergies avec d'autres secteurs

Le développement d'un circuit de Chambres d'hôtes peut donner un caractère encore plus incisif à l'offre touristique, notamment aux touristes qui apprécient le contact avec la population locale.

Personnalités professionnelles impliquées

Réceptionniste, responsable marketing, personnel pour le nettoyage et le rangement des locaux.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Marche-Promento/Turismo/StruttoriRicettive#Altre-Struttori-ricettive>

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

FORMALITÉS

Agritourisme

La réglementation régissant les agritourismes est contenue dans la loi 96/2006 (Discipline de l'agritourisme).

S'agissant d'une activité entrepreneuriale, il est nécessaire de:

- demander l'attribution du numéro de TVA ;
- s'inscrire au Registre des entreprises ;
- ouvrir les positions auprès de l'INPS et de l'INAIL

En outre, il faut:

- demander l'autorisation des pompiers;
- obtenir une aptitude médicale;
- ouvrir un compte fiscal, c'est-à-dire un «compte virtuel» qui enregistre les crédits et les débits auprès de l'Agenzia delle Entrate (Bureau d'imposition italien);
- s'inscrire au Registre régional des travailleurs agritouristiques;
- recevoir de la part de sa propre commune l'autorisation d'exercer l'activité après avoir présenté la SCIA.

Si vous avez également l'intention de proposer un service de restauration:

- certificat SAB ou équivalent;
- certificat HACCP pour le personnel à employer;
- en cas de distribution d'alcool, autorisation de la part de l'Agence des douanes.



Ferme pédagogique

Pour devenir une ferme pédagogique, l'exploitation agricole ou l'agritourisme doit obtenir une qualification spéciale auprès de l'administration régionale ou provinciale compétente. La procédure peut varier en fonction de la région, mais il est généralement nécessaire de remplir les conditions requises de la Charte de qualité.

La Charte de qualité est un système comportant des conditions requises particulières telles que:

- l'adoption de systèmes de production respectueux de l'environnement, tels que l'agriculture intégrée ou biologique;
- disposer d'un espace d'accueil pour les enfants où mener des activités éducatives en cas de mauvais temps et d'un espace sécurisé pour qu'ils puissent jouer en toute sécurité;
- respecter toutes les règles d'hygiène et de sécurité;
- souscrire une assurance responsabilité civile;
- gérer un registre des différentes classes venant visiter la structure.

La structure qui accueille ce type d'activité doit également disposer des certifications et des autorisations légales du point de vue de la construction et de l'hygiène, en accordant une attention particulière au fait qu'elle devra également disposer d'un espace dédié aux premiers secours.

Chambre d'hôtes

Les chambres d'hôtes sont réglementées par 19 lois régionales et deux lois provinciales (Bolzano et Trente). En ce qui concerne la législation nationale, la loi 135/2001 (« Réforme de la législation nationale ») a été abrogée et remplacée par le décret législatif 79/2011 (et modifications successives), qui a considérablement réduit l'intervention de l'État en matière de tourisme.

En ce qui concerne la région des Marches, qui est régie par la loi régionale n° 9 du 11/07/2006, la SCIA doit être présentée à la commune concernée ; cette dernière effectuera une inspection pour vérifier les conditions de conformité (il est nécessaire de remplir les conditions requises prescrites pour les logements en matière d'urbanisme, de construction, de sécurité, ainsi que les conditions hygiéniques et sanitaires. Il existe également une surface minimale à respecter en fonction du nombre de lits et la présence de quelques meubles de base peut être demandée).





Agri-camping

Un agri-camping est un agritourisme à part entière. Par conséquent, le processus bureaucratique sera le même que celui des autres activités des entreprises agricoles, c'est-à-dire:

- toute personne voulant démarrer cette activité doit déjà avoir le titre d'entrepreneur agricole (c'est-à-dire qu'elle doit avoir un élevage d'animaux et cultiver depuis un certain temps déjà);
- utiliser seulement et exclusivement les bâtiments qui étaient déjà présents dans l'exploitation;
- il est nécessaire d'enregistrer régulièrement tous les hôtes souhaitant séjourner dans l'établissement;
- toutes les activités agritouristiques doivent être liées aux activités agricoles, dans le but de valoriser non seulement les produits de l'exploitation, mais aussi l'environnement naturel dans lequel on se trouve et les ressources naturelles du lieu;
- respecter les règles d'hygiène et sanitaires pour les espaces d'accueil et pour ceux où les aliments sont manipulés et distribués;
- respecter le quota de produits provenant de sa propre production à utiliser dans la restauration selon les normes de la région;
- participer aux formations appropriées tant sur l'hygiène que sur les normes de sécurité pour les clients et le personnel travaillant dans l'établissement.

En outre :

- demande d'attribution du numéro de TVA;
- SCIA à la commune concernée;
- SCIA sanitaire à l'Asl concernée;
- Comunicazione Unica avec toutes les formalités auprès du Registre des entreprises, de l'INPS, de l'INAIL, etc.



Services à la personne

Demande, offre, attractivité du marché

Les changements significatifs dans l'organisation des ménages et les modes de vie stimulent l'apparition d'opportunités dans une série d'activités. Nous avons décidé d'approfondir cidessous quelques-unes des plus pertinentes.

La laverie en libre-service, qui s'est initialement développée dans les grandes villes, semble être portée par les flux migratoires mais aussi par le changement de la composition des ménages, avec une augmentation des célibataires et des couples qui travaillent, pour qui la ressource « temps » est très précieuse. Une laverie en libre-service offre un service rapide, économique et efficace aux personnes qui ont besoin de faire leur lessive sans avoir la possibilité de le faire à leur domicile et sans disposer d'un réseau familial pouvant suppléer à ces besoins.

Un atelier de couture sur mesure peut s'occuper de tous les types de réparations, de retouches, mais aussi de la réalisation de nouveaux vêtements de cérémonies ou du quotidien (chemises, pantalons, etc.), pour les clients qui souhaitent tout simplement un vêtement fait exclusivement pour eux. La disparition progressive des tailleurs traditionnels dans de nombreuses villes, ainsi que la perte progressive des compétences manuelles de base (couture, coupe du tissu, etc.) créent un marché favorable pour ces services. La crise économique pousse également à multiplier les réparations, afin de prolonger la durée de vie des vêtements avant de les remplacer.



Un centre de loisirs (ludothèque, halte-garderie, centre de jeux) offre aux parents la possibilité de laisser leur enfant en compagnie d'autres enfants et d'animateurs qui, en plus de rendre le moment agréable, peuvent stimuler les facultés créatives et donc avoir un impact éducatif. Cela s'explique aussi par la difficulté des organismes publics à créer de nouvelles structures, en raison de leurs difficultés budgétaires, c'est pourquoi la collaboration avec les organismes locaux est également conseillée.

Le dernier recensement de la population permanente montre que les étrangers résidant dans la région des Marches au 31 décembre 2019 sont au nombre de 130 595, dont 70 896 femmes, et représentent 8,6% de la population résidente.

Selon l'Institut National de Statistique (ISTAT), au 1er janvier 2018, près de 86% des citoyens non européens en situation régulière ont un permis délivré ou renouvelé dans le Centre et le Nord.

Historiquement, les étrangers présents sur le territoire italien se sont principalement concentrés dans les régions du centre et du nord. En 2017, ils ont toutefois progressé davantage dans le Sud (+4,5%) et le Centre (+1,9%) que dans le Nord (+1,2%). La figure du médiateur culturel répond à la fois à un besoin d'intégration des immigrés et à un besoin d'équilibre social global. Dans la région des Marches, il existe déjà plusieurs médiateurs culturels qui travaillent pour le compte d'organismes publics, de syndicats et d'associations.

La demande de cuisiniers à domicile semble augmenter, à la fois en raison de la recherche de coûts moindres pour l'organisation d'événements et en raison de la recherche croissante de services personnalisés, fournis sur la base des exigences des clients individuels. La diffusion de ces services pourrait réduire les coûts d'organisation de certains événements.





La concurrence croissante, également en termes de prix, de la grande distribution, des canaux de vente en ligne et des marchands de journaux, entraîne la disparition des petites librairies, lorsqu'elles ne se sont pas spécialisées dans une thématique.

Au cours des dix dernières années, de nombreuses librairies ont été «expulsées» des quartiers historiques des villes italiennes. Elles ont été remplacées par de grandes chaînes, les seules à pouvoir se permettre les loyers élevés. Cependant, une petite librairie peut survivre et se développer si elle parvient à se spécialiser et donc à offrir un bon service en termes de conseils sur les publications à acheter, d'assortiment et de traitement rapide des commandes. Parmi les spécialisations qui offrent des possibilités de développement figurent les livres pour enfants et la vente de livres en langues étrangères, notamment dans des langues moins connues et difficiles à trouver sur le marché traditionnel.

Fiche D1 **Laverie en libre-service**

Fiche D2 **Atelier de couture sur mesure**

Fiche D3 **Ludothèque**

Fiche D4 **Médiateur culturel**

Fiche D5 **Cuisinier à domicile**

Fiche D6 **Librairie thématique**



LAVERIE EN LIBRE-SERVICE

Compétences et ressources

Les services de laverie sont généralement divisés en deux catégories : les laveries automatiques et les pressings. Les premiers utilisent de l'eau, tandis que les seconds utilisent un type spécial de solvant pour le lavage. Les deux activités sont complémentaires et non substitutives, puisque ceux qui vont au pressing doivent laver des articles qui nécessitent un traitement spécial (par exemple, des vestes d'homme ou des vêtements en cuir) tandis que ceux qui vont à la laverie automatique doivent laver le linge qu'ils portent tous les jours.

Cette idée entrepreneuriale nécessite un investissement important, afin de se doter d'un centre entièrement automatisé. Il est évident qu'une activité de back office est nécessaire pour le bon fonctionnement du point de vente, l'entretien, l'approvisionnement en matières premières et la promotion du centre. Pour démarrer ce type d'activité, les conditions suivantes doivent être remplies: des prix compétitifs et des horaires d'ouverture flexibles (de préférence toute la journée); un local d'au moins 40 mètres carrés, confortable, pratique et équipé de chaises, pour rendre l'attente plus agréable et compenser l'absence d'un service d'assistance; la collaboration d'une personne chargée de l'ouverture, de la fermeture et du nettoyage (aucun autre personnel permanent n'est nécessaire); l'utilisation de machines dotées d'une grande capacité, rapides et technologiquement avancées. Dans l'ensemble, cependant, l'engagement professionnel est assez limité. Il existe des entreprises qui utilisent la formule de la franchise, ce qui peut être particulièrement utile pour ceux qui n'ont aucune expérience dans le domaine et qui pourraient rencontrer des difficultés pour le fonctionnement et l'entretien des lave-linge.

Emplacement

Les meilleurs emplacements sont les principaux centres de la région, en tenant compte des facteurs suivants: la zone de chalandise et donc le nombre d'habitants du village ou de la ville où l'on ouvre; la typologie d'habitants/résidents (par exemple, étudiants, étrangers, travailleurs saisonniers, touristes...); la présence de la concurrence (nombre de laveries, distance, position, type de services et de machines); l'emplacement de la laverie (point de passage, visibilité, parking disponible, proximité de commerces qui attirent les clients).

Synergies avec d'autres secteurs

Entretien d'appareil électroménagers industriels, sociétés de franchise, fabricants de détergents.

Personnalités professionnelles impliquées

Propriétaire, employé pour le nettoyage des locaux et des machines.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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/>

ATELIER DE COUTURE SUR MESURE

Compétences et ressources

Pour la réalisation de vêtements sur mesure, les compétences techniques, manuelles et créatives sont fondamentales. Le contact avec le client peut être direct, en créant une petite boutique, tandis que la vente sur Internet nécessite une organisation différente. L'investissement nécessaire pour mettre en place un site doté de fonctions de e-commerce n'est pas élevé.

L'organisation de l'entreprise, du point de vue du stockage et du traitement des commandes, devra être différente de celle d'une entreprise traditionnelle, car les vêtements ne devront pas être livrés en grandes quantités aux grossistes ou aux magasins, mais fabriqués de manière personnalisée et envoyés à des clients individuels.

Emplacement

L'emplacement peut être situé n'importe où sur le territoire régional, de préférence dans les zones ayant la plus forte concentration de population résidente. Pour certaines petites entreprises de l'habillement, une évolution possible est celle de services de confection spécialisée, éventuellement avec une projection sur Internet, par exemple pour la production de vêtements sur mesure, où les caractéristiques techniques des vêtements peuvent être définies au moyen de paramètres précis, transmises depuis un site Internet et, de là, distribuées à un certain nombre d'entreprises de fabrication.

Synergies avec d'autres secteurs

Entreprises d'habillement, fabricants d'articles de mercerie et de tissus.

Personnalités professionnelles impliquées

Tailleur, personnel pour les petites réparations, vendeuse, expert en webmarketing, e-commerce.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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-v%C3%AAtements>

Compétences et ressources

L'investissement matériel pour la mise en place d'une telle structure est assez limité, comparé à des structures plus complexes comme les crèches. Il suffit d'aménager une petite pièce avec des jouets, en respectant bien sûr les exigences en termes d'habitabilité et de sécurité. Il est essentiel qu'au moins quelques membres du personnel aient des connaissances pédagogiques.

Emplacement

La nécessité de créer des centres éducatifs et récréatifs pour les jeunes enfants et les enfants plus âgés, ainsi que des espaces jeunes pour les plus grands, se fait surtout sentir dans les villes et les petites villes en expansion démographique, comme celles de l'arrière-pays le plus proche de la côte. L'emplacement peut être situé n'importe où sur le territoire régional, bien que le besoin le plus important de ce type de service se situe normalement dans les grandes villes et les villes en expansion résidentielle. Toutefois, il n'est pas exclu que même des petites villes puissent avoir un nombre d'utilisateurs suffisant pour justifier la création d'une telle structure.

Synergies avec d'autres secteurs

Organismes locaux, coopératives sociales.

Personnalités professionnelles impliquées

Éducateurs, animateurs, personnel qualifié et non qualifié.

Ressources utiles et bonnes pratiques

https://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/leggi/dettaglio.php?arc=vig&idl=1481#art11

Compétences et ressources

En raison des tendances identifiées ci-dessus, le besoin de services de médiation semble augmenter, et l'on peut donc supposer qu'il y a également de la place pour de nouvelles initiatives de travail indépendant. Pour démarrer une telle activité, il faut disposer de compétences et d'une expérience spécifiques dans le domaine social, d'une part, et savoir entrer en relation avec les institutions et les organismes ancrés dans le territoire, d'autre part. S'agissant d'un service innovant, les compétences créatives, la flexibilité et la disponibilité à suivre un rythme de travail intense sont essentielles. Un médiateur a généralement eu une expérience de vie significative dans un autre pays, comme le fait d'y être né ou d'avoir épousé une personne originaire de ce pays, mais il ne s'agit pas d'une exigence contraignante.

Il n'existe pas de parcours unique pour devenir médiateur culturel. Le plus simple est, avec un diplôme d'enseignement secondaire, de suivre un cours de spécialisation organisé par les organismes locaux ou la région (presque toujours gratuit) qui délivrent une qualification de médiateur culturel (voir lien ci-dessous). Sur le plan économique et financier, cette activité nécessite certes un niveau d'investissement modeste, mais elle requiert également la connexion et le soutien des organismes et institutions du territoire.

Emplacement

L'emplacement privilégié peut être dans un ou plusieurs centres, parmi ceux qui présentent la plus forte concentration d'immigrés et où il existe des possibilités de coopération avec les administrations locales.

Synergies avec d'autres secteurs

Les organismes locaux, en particulier, pourraient bénéficier du lancement de ces services, car ils seraient en mesure de gérer plus facilement les flux d'immigration. Indirectement, les entreprises de la région en bénéficieraient, car elles disposeraient d'une nouvelle main-d'œuvre bien intégrée dans le contexte social environnant.

Personnalités professionnelles impliquées

Médiateur culturel, organismes publics, travailleur des services sociaux.

Ressources utiles et bonnes pratiques

http://www.integrationsmigranti.gov.it/Attualita/Approfondimenti/approfondimento/Documents/mediazione_REGIONI/Marche/dgr_242_2010.pdf

CUISINIER À DOMICILE

Compétences et ressources

Le cuisinier à domicile propose à ses clients (principalement des particuliers) l'organisation complète d'un événement, qu'il s'agisse de petits événements (dîner en famille ou entre amis) ou d'événements réunissant un plus grand nombre de participants (par exemple, des cérémonies telles que des mariages). Le cuisinier propose les menus possibles, s'occupe de l'achat du matériel, prépare les repas et gère le déroulement de l'événement. Cela se fait toujours en utilisant les installations (cuisine, mobilier, etc.) fournies par les clients.

La création d'une telle entreprise exige des compétences et une expérience spécifiques dans le domaine de la gastronomie et de la restauration, des capacités d'organisation, de la créativité, une capacité d'adaptation aux besoins des différents clients et des compétences relationnelles. Le service ne nécessite pas d'investissement initial, car le cuisinier à domicile n'utilise que les installations mise à disposition par les clients ; s'il voulait fournir une préparation complète de repas réalisés dans une structure lui appartenant, il s'agirait alors d'un service de Traiteur.

Emplacement

Le cuisinier à domicile travaille chez le client et peut être basé n'importe où sur le territoire.

Synergies avec d'autres secteurs

Restaurants, sociétés de traiteur, webmarketing, e-commerce, magasins de vin.

Personnalités professionnelles impliquées

Cuisinier, sous-chef, personnel pour des prestations traiteur.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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>

FICHE D6

LIBRAIRIE THÉMATIQUE

Compétences et ressources

L'ouverture d'un tel magasin nécessite l'aménagement d'une petite surface de vente, bien meublée, accueillante et offrant un large éventail de produits. Aucune licence commerciale ou habilitation professionnelle n'est requise. Pour exercer cette activité, il est fondamental de posséder une bonne préparation sur la thématique spécifique choisie; c'est précisément ce qui distingue les petites librairies des grandes chaînes, où l'assistance et les conseils font défaut. Un autre élément essentiel est la capacité à gérer efficacement la réserve et à diversifier l'offre, éventuellement en commercialisant également des articles de papeterie, des jouets, etc.

Emplacement

L'emplacement devrait se situer dans les centres urbains les plus importants de la région et éventuellement avec un magasin en ligne.

Synergies avec d'autres secteurs

La participation à des foires et salons spécialisés (par exemple, la Foire du livre de jeunesse de Bologne) est nécessaire. Organisation d'ateliers et de cours pour les enfants et les adultes de tous âges.

L'implantation de magasins spécialisés peut contribuer à accroître la gamme de produits offerts aux consommateurs, à innover et à qualifier le réseau commercial, tout en revitalisant les centres urbains qui sont, aujourd'hui, souvent soumis aux tendances à l'homogénéisation de l'offre aux clients.

Personnalités professionnelles impliquées

Vendeur magasinier, personnel chargé des achats et de la recherche des ouvrages ayant de bonnes connaissances linguistiques, dans le cas de la vente en ligne également un expert en e-commerce et webmarketing (possibilité de faire appel à des collaborateurs ou à des employés), organisateur d'événements et/ou d'ateliers pour enfants ou adultes.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

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

FORMALITÉS

Laverie en libre-service

Ce type de laverie a un processus bureaucratique beaucoup plus simple qu'une laverie-teinturerie classique. Il suffit de:

- signaler l'ouverture de l'activité à la commune par le biais de la SCIA;
- effectuer la demande d'attribution du numéro de TVA;
- s'inscrire au Registre des entreprises;
- obtenir l'autorisation visée à l'article 64 du Texte unique des lois en matière de sécurité publique, requise

Atelier de couture

L'atelier de couture est classé parmi les entreprises artisanales. À ce titre, les étapes suivantes sont nécessaires:

- demande d'attribution du numéro de TVA et création d'une adresse PEC (courrier électronique certifié);
- inscription au Registre des entreprises;
- inscription à la section artisanale de l'INPS (Institut italien de prévoyance sociale);
- souscrire une assurance à des fins de prévoyance auprès de l'INAIL (Institut italien d'assurance contre les accidents sur le lieu de travail).



Ludothèque

Ce type d'activité peut être encadré de deux manières : la première permet de gérer la ludothèque comme une véritable activité commerciale, en fixant par exemple directement les prix. La seconde bénéficie d'un régime fiscal privilégié mais doit maintenir des prix bas pour les membres.

Ce dont vous avez besoin:

1- activité commerciale:

- demande d'attribution du numéro de TVA auprès de l'Agenzia delle Entrate;
- inscrire l'activité au Registre des entreprises auprès de la Chambre de commerce;
- demander à la commune l'autorisation d'installer une enseigne;
- informer la commune du début de l'activité.

2- association culturelle:

- rédaction de l'acte constitutif et des statuts de l'association;
- enregistrement de la ludothèque auprès de l'Agenzia delle Entrate: il est nécessaire de posséder un numéro de TVA, car il y a de toute même des encaissements à comptabiliser.

Médiateur culturel

Une fois les connaissances nécessaires acquises, le médiateur peut décider de se faire embaucher en tant qu'employé ou de travailler en tant que professionnel libéral. Dans ce dernier cas, il est tenu d'effectuer la demande d'attribution du numéro de TVA et de s'inscrire à la Gestione separata (gestion séparée) de l'INPS.

Cuisinier à domicile

Ce dont vous avez besoin:

- autorisation pour la distribution d'aliments et de boissons;
- avoir fréquenté une école hôtelière et des cours spécialisés;
- avoir travaillé pendant au moins deux ans dans des restaurants ou dans le domaine du service de nourriture et de boissons;
- avoir suivi des cours sur les règles d'hygiène et sanitaires du secteur;
- inscription auprès de la Chambre de commerce;
- demande d'attribution du numéro de TVA en tant que professionnel libéral.





Librairie thématique

Ce dont vous avez besoin pour ouvrir une librairie:

- demande d'attribution du numéro de TVA;
- inscription au Registre des entreprises;
- informer la commune du début de l'activité (au moins 30 jours avant le démarrage);
- ouverture des positions auprès de l'INPS et de l'INAIL.

En outre :

- demander l'autorisation d'installer une enseigne ;
- paiement des redevances SIAE (société italienne des auteurs et éditeurs) pour la diffusion de musique/vidéo au sein de la librairie ;
- obtenir l'autorisation des pompiers (si une certaine quantité de papier est dépassée au sein du magasin, ou pour les très grands locaux) ;
- obtenir l'autorisation de l'Asl ;
- s'assurer que les locaux sont conformes à toutes les règles d'hygiène, de sécurité, d'accessibilité et d'urbanisme requises par la loi, et que les espaces sont conformes en fonction de l'activité exercée dans les locaux (exigences différentes pour une simple librairie, pour une librairie avec une cafétéria, pour l'aménagement d'un espace pour enfants, etc.).

Si vous souhaitez intégrer un service de cafétéria ou de restauration dans votre librairie, vous devez veiller à remplir également les conditions requises pour les activités dans le domaine de la restauration (certificats SAB et HACCP, espace cuisine et cafétéria conformes, systèmes de ventilation, etc.).



Web



Demande, offre, attractivité du marché

La crise de la pandémie a mis à rude épreuve le système commercial mondial, et notamment celui de l'Italie. Bien qu'il existe depuis longtemps, le secteur de la vente en ligne en Italie n'a jamais vraiment décollé. Et ce, au moins jusqu'au début de l'année 2020, lorsque la crise de la Covid-19 a «forcé» les citoyens à acheter leurs biens sur Internet. Tout cela a permis d'«immortaliser» de la meilleure façon possible quelles sont les consommations préférées des citoyens. Selon les recherches de Casaleggio Associati, entre 2019 et début 2020, 42% des citoyens choisissent des achats de loisirs, suivis par le tourisme avec 25%. Le reste se répartit entre les achats en ligne dans les centres commerciaux (15,5%), les assurances (4,6%) et l'électronique (3,3%). Cette forte polarisation nous permet d'esquisser le «régime d'achat» des Italiens. En effet, en 2019, le chiffre d'affaires du e-commerce est estimé à 48,5 milliards d'euros (en hausse de 17 % par rapport à 2018). Par conséquent, l'estimation pour 2020 est une croissance supplémentaire de 20%.

Malgré ces données encourageantes, il y a un autre aspect à prendre en compte. Selon les données disponibles à ce jour, l'impact du coronavirus sur le e-commerce n'a pas été positif pour toutes les activités commerciales italiennes. En effet, 54% des entreprises de commerce en ligne ont constaté un impact négatif sur leur chiffre d'affaires, notamment celles des secteurs de l'habillement et des articles ménagers. Seuls les 21% restants ont bénéficié des ventes en ligne, tandis que 25% sont encore en cours d'analyse. Ces données mettent en évidence un aspect important de la numérisation italienne: les commerces n'étaient pas tous prêts pour une vente conçue exclusivement en ligne. Beaucoup d'entre eux rencontrent des difficultés à gérer leur propre site, tandis que d'autres ont des problèmes de logistique d'entrepôt. Nous pouvons en déduire que le commerce en ligne en Italie présente encore des zones d'ombre. Ces obstacles peuvent toutefois être surmontés grâce à un processus correct et constant de numérisation. En clair, l'idéal serait de confier la réalisation de son propre site de e-commerce à des professionnels du secteur. De cette manière, les entreprises pourraient être prêtes en 2021 à relever le défi des ventes en ligne de manière compétitive. (Sources statistiques: Casaleggio Associati, rapport sur le e-commerce 2020)

Fiche E1 **Responsable des médias
sociaux/marketing**

Fiche E2 **Création de sites web**

Fiche E3 **E-commerce**

GESTIONNAIRE DES MÉDIAS SOCIAUX

Compétences et ressources

Pour entreprendre cette activité, il est nécessaire de posséder des compétences informatiques et surtout une connaissance approfondie des réseaux sociaux en tant qu'outil de communication. Les professionnels travaillant dans l'agence doivent être en mesure de:

- choisir les canaux des réseaux sociaux les plus adaptés et les plus efficaces pour mettre en évidence et faire connaître l'entreprise;
- créer des messages (posts) bien écrits, courts et efficaces;
- le faire de manière professionnelle, tout en ayant son propre style;
- dialoguer avec les personnes avec lesquelles vous entrez en contact, répondre aux informations et aux commentaires (y compris négatifs);
- utiliser les canaux des réseaux sociaux dans le cadre de la gestion de la relation client (Customer Relationship Management);
- placer l'entreprise et la marque au centre des conversations et ce, de manière intelligente ;
- faciliter l'interaction des personnes intéressées par l'entreprise, en les encourageant à participer au dialogue.

L'investissement matériel nécessaire est modeste, puisqu'il s'agit d'aménager un petit bureau doté de quelques postes informatiques simples.

Emplacement

Il n'y a pas d'emplacement type pour ce genre d'activité, bien qu'un emplacement dans les grands centres urbains puisse faciliter le contact avec un plus grand nombre de clients potentiels (entreprises).

Synergies avec d'autres secteurs

De bons services de communication peuvent donner un caractère plus incisif au marketing des entreprises qui les utilisent et favoriser leur développement.

Personnalités professionnelles impliquées

Responsable marketing, responsable des médias sociaux, marketing des médias sociaux, marketing numérique.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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>

CRÉATION DE SITES WEB

Compétences et ressources

Il s'agit d'une activité de service fortement caractérisée par l'activité de conseil.

La création de sites web pour des entreprises clientes nécessite une connaissance approfondie du support informatique et de son évolution constante, des compétences graphiques et des connaissances sur la manière d'organiser et de promouvoir efficacement le site sur les principaux moteurs de recherche (indexation). Il est également important de connaître et de savoir interpréter les stratégies commerciales, basées sur Internet, des principaux concurrents et des plus innovants.

Emplacement

L'emplacement de l'activité de service peut se situer n'importe où sur le territoire régional; toutefois, afin d'être proche des principaux clients, il est préférable de l'implanter dans l'un des centres urbains les plus importants de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

De bons services de communication peuvent donner un caractère plus incisif au marketing des entreprises qui les utilisent, en favorisant le développement et la notoriété de l'entreprise n'importe où, sans contrainte de territoire.

Personnalités professionnelles impliquées

Développeur web, responsable SEO

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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>

Compétences et ressources

Pour lancer une vente à travers le commerce en ligne, les règles à suivre sont assez simples. D'un point de vue organisationnel, les résultats économiques d'un e-commerce dépendent du choix des produits, de la sélection des fournisseurs, de leur présentation, de la fixation des prix, des méthodes de livraison et d'encaissement. La gestion d'une boutique en ligne requiert également des compétences en matière de gestion de l'entrepôt, afin d'éviter les stocks invendus, d'augmenter la rotation des stocks et d'atteindre de bons niveaux de rentabilité.

Emplacement

L'emplacement peut se situer n'importe où sur le territoire; toutefois, pour des raisons logistiques, il est préférable de s'installer dans des centres urbains bien reliés par des voies de transport.

Synergies avec d'autres secteurs

De bons services de vente en ligne peuvent favoriser l'ouverture de débouchés commerciaux pour des produits et des services sans devoir recourir aux structures de distribution traditionnelles.

Personnalités professionnelles impliquées

Personnel impliqué dans le commerce en ligne, responsable marketing, responsable des médias sociaux, magasinier.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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



FORMALITÉS

Du point de vue bureaucratique, comme pour toutes les activités professionnelles, il faut:

- effectuer la demande d'attribution du numéro de TVA;
- s'inscrire auprès de la chambre de commerce;
- envoyer la déclaration certifiée de début d'activité (Scia);
- effectuer l'ouverture de la position de prévoyance sociale auprès de l'Inps et de la position auprès de l'Inail.

En ce qui concerne le e-commerce, il est également nécessaire de se conformer aux exigences professionnelles et légales concernant le type spécifique de marchandises traitées.



Activités destinées aux étrangers

Demande, offre, attractivité du marché

Depuis plusieurs années, la région des Marches voit se développer un grand nombre d'activités gastronomiques qui ont en commun la production et la vente directe au public d'aliments à emporter (pâtes fraîches, piadines, pizzas, kebabs, etc.). Leur diffusion s'explique par le besoin d'un nombre croissant de personnes et de familles d'acheter des plats cuisinés, de bonne qualité et à un prix raisonnable.

Un autre secteur dans lequel les citoyens non européens sont impliqués est celui du marché ambulant, qu'il soit traditionnel ou avec des produits typiques/ethniques, en particulier des objets, des accessoires et des vêtements.

Enfin, un secteur particulièrement florissant est celui des agences qui s'occupent des formalités administratives pour les citoyens étrangers et non européens, résolvant les problèmes et accélérant divers types de démarches en échange de frais relativement faibles. La force de ces agences réside dans le fait qu'elles offrent un centre unique pour toutes les formalités et les certificats, allant des traductions aux visas consulaires, des pratiques automobiles à la scolarité, etc. Elles offrent souvent aussi la possibilité d'envoyer de l'argent à l'étranger et font office de bureau de change.

Fiche F1 **Épiceries ethniques**

Fiche F2 **Commerce ambulant**

Fiche F3 **Traiteur (ethnique)**

Fiche F4 **Centre multi-services pour les
immigrés**



FICHE FI

ÉPICERIES ETHNIQUES

Compétences et ressources

Une épicerie ethnique peut être créée avec un investissement limité, tant au niveau de l'équipement utilisé que du stock. Toutefois, une connaissance du réseau des fournisseurs de produits ethniques et des compétences en matière de gestion de magasin sont nécessaires. La vente de produits alimentaires nécessite de posséder une habilitation pour le commerce alimentaire.

Emplacement

L'emplacement sera de préférence dans les centres urbains les plus importants de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

Assurer un bon service tel que celui décrit peut contribuer à la diffusion et à la commercialisation de produits ethniques, agroalimentaires et artisanaux typiques.

Personnalités professionnelles impliquées

Gérant de magasin, vendeur, acheteur, personnel de comptoir.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<https://www.mixmarkt.eu/it/home/supermercato/> (présent dans la région des Marches à Fano)

COMMERCE AMBULANT

Compétences et ressources

L'ouverture d'un commerce ambulant est soumise à la même réglementation sur les marchandises qui distingue les biens alimentaires des biens non alimentaires. Il est également nécessaire de posséder les autorisations de stationnement sur les différents marchés et points du territoire. Les investissements dans la structure de vente (camionnette, présentoirs, etc.) peuvent être importants, surtout pour le commerce alimentaire. Par rapport au commerce fixe, le commerce ambulant nécessite une tout autre organisation du temps et un grand esprit d'initiative pour identifier les meilleurs endroits où installer l'activité au cours de l'année.

Emplacement

Le siège social de l'entreprise peut être situé n'importe où sur le territoire ; l'activité opérationnelle se déroulera plutôt, au jour le jour, sur les marchés que le commerçant jugera les plus appropriés.

Synergies avec d'autres secteurs

Un réseau de commerce ambulant efficace contribue à la diversification de l'offre commerciale et à l'amélioration de la qualité de vie des résidents.

Personnalités professionnelles impliquées

Vendeur, responsable d'activité.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<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>

TRAITEUR ET ALIMENTS ETHNIQUES

Compétences et ressources

Ouvrir une activité de traiteur spécialisé ne présente pas d'obstacles initiaux particuliers. Dans le cas des produits alimentaires, le propriétaire doit être titulaire de l'habilitation légale et les investissements initiaux sont normalement faibles. Cependant, des compétences dans le choix des fournisseurs et des compétences organisationnelles sont nécessaires pour réduire les délais de production et les adapter au rythme de la demande. Un élément décisif pour le succès de l'entreprise est son emplacement par rapport aux flux de circulation des résidents et des touristes. Les personnes qui achètent ces produits doivent gagner du temps, y compris pour atteindre le point de vente.

Emplacement

L'emplacement, comme pour toute activité commerciale, doit être soigneusement évalué par rapport à la situation résidentielle, aux flux de circulation et aux coûts d'installation. Il y a quelques années, l'emplacement le plus approprié se trouvait dans les grands centres urbains de la région et près des localités touristiques les plus populaires; aujourd'hui, ces activités tendent à s'étendre également aux localités et aux centres périphériques.

Synergies avec d'autres secteurs

L'implantation de bons traiteurs permet de réduire le coût de la restauration pour les résidents et d'améliorer leur qualité de vie. Les traiteurs peuvent également constituer un service pour les touristes, et la nourriture ethnique, du fait de son caractère bon marché, touche facilement une clientèle plus large.

Personnalités professionnelles impliquées

Cuisinier, vendeur, responsable d'activité.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

CENTRE MULTI-SERVICES POUR ÉTRANGERS

Compétences et ressources

L'ouverture d'un centre qui s'occupe de divers services pour les étrangers nécessite plusieurs compétences techniques. Pour préparer et remplir des documents relatifs aux permis de séjour, aux renouvellements, au regroupement familial, etc. il est nécessaire de posséder un niveau élevé de connaissances des réglementations européennes et italiennes, des procédures bureaucratiques et des documents.

L'investissement matériel pour ouvrir un bureau n'est pas élevé, pour commencer il suffit de louer une petite pièce et d'acheter l'équipement nécessaire, y compris informatique.

Emplacement

Le siège social de l'entreprise peut être situé n'importe où sur le territoire, mais de préférence dans les centres urbains les plus importants de la région.

Synergies avec d'autres secteurs

Un centre qui aide les étrangers à remplir les documents et les guide dans les démarches administratives peut améliorer la qualité de vie et réduire le temps consacré à la bureaucratie.

Personnalités professionnelles impliquées

Conseiller, agent administratif, employé.

Ressources utiles et bonnes pratiques

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

FORMALITÉS

Épiceries ethniques

La réglementation de référence est la réglementation générale sur le commerce de détail, c'est-à-dire:

- demande d'attribution du numéro de TVA;
- inscription au Registre des entreprises;
- ouverture d'une position auprès de l'INPS et de l'INAIL;
- déclaration SCIA pour les commerces de petite surface de vente (surface du magasin inférieure à 250 m²);
- obtention de l'autorisation sanitaire de l'Asl.

Commerce ambulant

Une fois décidé quel type de stand de marché ouvrir, il est nécessaire de:

- présenter une demande d'Autorisation administrative à la commune concernée (c'est-à-dire demander une licence);
- demander l'attribution du numéro de TVA auprès de l'Agenzia delle Entrate;
- ouvrir une position auprès de l'Inps et de l'Inail;
- s'inscrire auprès de la Chambre de commerce.

Traiteur

Le traiteur est une activité artisanale. Il est donc nécessaire de:

- demander l'attribution du numéro de TVA;
- régulariser sa position Inail et Inps;
- s'inscrire auprès de la Chambre de commerce concernée;
- informer la commune concernée du début d'activité (SCIA);
- obtenir l'autorisation sanitaire de l'ASL et présenter les documents relatifs aux équipements susceptibles de polluer;
- avoir suivi un cours SAB (Distribution d'Aliments et de Boissons) et être en possession des certificats HACCP;
- obtenir la licence commerciale auprès du bureau de commerce de la commune;
- notifier à l'Agence des douanes la vente éventuelle d'alcool dans la boutique;
- autorisation d'installer une enseigne à communiquer à la commune.



Centre multi-services

Afin d'ouvrir une agence multi-services, il est nécessaire de suivre cette procédure bureau-cratique:

- envoyer une demande au Département des communications pour obtenir l'autorisation du Ministère du développement économique;
- obtenir une licence individuelle permettant d'offrir différents types de services;
- demander l'attribution du numéro de TVA;
- s'inscrire au Registre des entreprises (Chambre de commerce);
- s'inscrire auprès de l'INPS (dans le cas d'une entreprise individuelle);
- communiquer le début de l'activité à la commune concernée (SCIA).



Autres activités

Demande, offre, attractivité du marché

Les services d'entretien des chaudières nécessitent une assistance client fréquente, compte tenu également des obligations légales prévues par le Décret législatif 192/2005, concernant la révision périodique obligatoire (1 à 4 ans selon la chaudière). Actuellement, grâce à la prime pour les chaudières, les anciennes technologies plus polluantes sont abandonnées au profit, par exemple, de chaudières à condensation ou de chaudières biomasse de nouvelle génération; ces technologies nécessitent une mise à jour constante de la part de ceux qui effectuent les contrôles périodiques.



En 2021, la demande de cyber-sécurité et de sécurité informatique multicouche devrait augmenter dans le domaine de la vidéosurveillance. En parallèle, la mise en œuvre et le développement de la technologie 5G favorisera le déploiement de l'AIoT (intelligence artificielle des objets) pour les applications industrielles et grand public. Les facteurs clés dans ce domaine seront les capteurs, les caméras, le big data, le cloud et les infrastructures de réseau. La sécurité sera axée non seulement sur la protection et la vidéosurveillance de haut niveau, mais aussi sur l'augmentation de l'efficacité et la réduction des coûts. Ces tendances d'expansion ne sont que partiellement affectées par la crise économique générale. Il en résulte un contexte favorable à la création de nouvelles entreprises spécialisées dans la conception et l'installation de systèmes de sécurité et notamment de systèmes de vidéosurveillance. Dans le contexte européen, l'Italie se classe parmi les pays où l'incidence des homicides est la plus faible, tandis que les cambriolages et les vols à main armée restent élevés par rapport aux autres pays, malgré les améliorations obtenues au cours des dix dernières années. (source ISTAT rapport BES 2020).



Fiche G1 ***Entretien des chaudières***



Fiche G2 ***Vidéosurveillance***



FICHE

ENTRETIEN DES CHAUDIÈRES

Compétences et ressources

Pour créer une entreprise d'entretien de chaudières, il faut posséder les habilitations professionnelles appropriées et suivre une formation spécifique, constamment mise à jour en fonction du type de chaudière. Il est également essentiel de disposer d'une organisation efficace capable de fournir des réponses rapides aux clients, en gérant les réservations et les interventions de manière efficace et efficiente. Les techniciens doivent être en mesure d'intervenir sur le territoire à l'aide de véhicules (camionnettes) équipés de la technologie nécessaire pour mesurer et vérifier les installations. Un entrepôt central au niveau du siège permettra de garantir la disponibilité des pièces de rechange les plus courantes.

Emplacement

Dans les petites ou grandes agglomérations, mais avec des connexions rapides et efficaces.

Synergies avec d'autres secteurs

Le déploiement de ces services pourrait améliorer la qualité de vie des résidents, la sécurité et l'efficacité énergétique des bâtiments.

Personnalités professionnelles impliquées

Techniciens de maintenance, magasiniers, personnel de secrétariat.

Ressources utiles et bonnes pratiques

https://www.regione.marche.it/portals/0/Energia/ImpiantiTermici/CURMIT_apparecchi_combustibile_solido.pdf

VIDÉOSURVEILLANCE

Compétences et ressources

Pour lancer une entreprise spécialisée dans les systèmes de télésurveillance, il est essentiel de posséder une habilitation professionnelle, des compétences techniques adéquates et de prêter une attention constante aux technologies et solutions en constante évolution. Les produits transmettent désormais des informations sous forme numérique et sont axés sur l'accessibilité via Internet, la qualité des images transmises sans fil et l'utilisation d'applications pour gérer le système.

Parmi les innovations du secteur qui commencent à se répandre, on trouve également des solutions techniques alimentées par l'énergie solaire et la vidéosurveillance domotique.

Emplacement

L'ensemble du territoire régional peut être intéressé par ces activités, mais surtout les zones où le développement urbain et immobilier est le plus fort, ainsi que celles où sont implantées des entreprises assez importantes; il s'agit généralement dans les deux cas de zones situées dans l'arrière-pays le plus proche de la côte.

Synergies avec d'autres secteurs

Le déploiement de ces services pourrait améliorer la qualité de vie des résidents, ainsi que la sécurité des bâtiments et des zones urbaines en général.

Personnalités professionnelles impliquées

Conseillers, travailleurs spécialisés, techniciens.

Ressources utiles et bonnes pratiques

<https://www.comune.civitanova.mc.it/comunicati-cms/civitanova-marche-citta-con-piu-video-surveillance-della-regione-e-una-delle-piu-sicure-del-centro-italia-avec-des-citoyens-moins-de-50-mille-habitants/>

<https://www.inail.it/cs/internet/attivites/prevention-and-security/promotion-e-cultura-della-prevention/buone-prassi/uso-della-videosoruardia.html>



FORMALITÉS

Entretien des chaudières

Le technicien d'entretien des chaudières est classé comme entrepreneur artisan; par conséquent, en plus de devoir acquiescer des exigences techniques professionnelles en travaillant dans une entreprise qualifiée pendant au moins 3 ans et de devoir obtenir la qualification d'installateur en chauffage et plomberie, il doit:

- demander l'attribution du numéro de TVA et créer une adresse PEC (courrier électronique certifié);
- s'inscrire au Registre des entreprises;
- s'inscrire à la section artisanale de l'INPS (Institut italien de Prévoyance sociale);
- souscrire une assurance à des fins de prévoyance auprès de l'INAIL (Institut italien d'assurance contre les accidents sur le lieu de travail).

Vidéosurveillance

Là encore, il s'agit d'une entreprise artisanale ayant obtenu l'habilitation pour l'exercice de la profession.

Cette habilitation spécifique s'obtient en détenant l'un des titres suivants :

- licence dans une matière technique spécifique, obtenue dans une université publique ou légalement reconnue.
- qualification ou diplôme obtenu à la fin du second cycle de l'enseignement secondaire, avec une spécialisation liée au secteur d'activité suivie d'une période d'insertion d'au moins deux années consécutives, sous la responsabilité d'une entreprise du secteur;
- titre ou certificat obtenu conformément à la législation en vigueur sur la formation professionnelle, après une période d'insertion d'au moins quatre années consécutives sous la responsabilité d'une entreprise du secteur;
- inscription au registre des personnes en possession des conditions professionnelles requises conformément à l'article 109 du Décret présidentiel n° 380 du 06/06/2001.

