

UGO MATTANA

I MERCATI AMBULANTI STAGIONALI DEL VENETO E DEL TRENTINO-ALTO ADIGE

In margine a una inchiesta (1) sui mercati periodici ambulanti effettuata presso i comuni del Veneto e del Trentino-Alto Adige nel 1985, si vogliono qui illustrare la distribuzione, la consistenza e le caratteristiche delle sole riunioni con andamento stagionale, nel tentativo di precisarne l'incidenza rispetto ai mercati periodici che hanno svolgimento durante tutto il corso dell'anno (permanenti), e inoltre di evidenziare possibili relazioni con alcuni aspetti fisici e antropici delle due regioni.

I risultati dell'inchiesta nel loro complesso hanno chiaramente rivelato la vitalità economica e sociale dell'attività mercatale: questa, lungi dal manifestare i sintomi di settore rifugio propri di altre regioni italiane, ha dimostrato di avere ottimamente interpretato le esigenze di consumo dell'attuale società, come stanno ad indicare il suo recente sviluppo e la sua costante espansione.

Dall'indagine citata vengono integralmente riportate, per le opportune considerazioni, le tabb. 1 e 2, che offrono i dati riassuntivi di tutti i mercati periodici ambulanti che si effettuano nelle due regioni. Viene inoltre presentato un quadro riassuntivo (tab. 3) di tutti i mercati stagionali (suddivisi per periodicità) con i dati relativi alle varie province. Ad esso va affiancata la carta che fornisce le indicazioni sulla distribuzione del fenomeno considerato.

I dati utilizzati si riferiscono al 1985: da indagini parziali si ha motivo di ritenere che la situazione non sia sostanzialmente variata nel frattempo; d'altra parte la totale assenza di statistiche pubblicate dagli organi amministrativi non permette riferimento alcuno a situazioni più recenti; inoltre l'indagine citata garantisce, per entrambe le regioni, uniformità nella raccolta dei dati e nella loro elaborazione.

(1) MATTANA U., *I mercati periodici del Veneto e del Trentino-Alto Adige nel 1985*, Padova, 1986 («Quaderni del Dipartimento di Geografia dell'Università di Padova», 7). A essa si rimanda per tutte le informazioni di carattere generale e per una lettura completa dei dati raccolti.

TAB. I

CARATTERISTICHE DEI MERCATI DEL VENETO

periodicità	numero	totale banchi	suddivisione merceologica (*)								ubicazione	
			1	2	3	4	5	6	7	8	centro	frazione
permanenti	annuale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	mensile	7	216	4	2	0	25	8	4	13	5	2
	quindicinale	7	199	11	16	6	100	21	14	12	6	1
	settimanale	380	18.866	1.700	1.532	537	7.768	2.132	1.112	1.081	329	51
	bisettimanale	15	2.152	217	124	30	937	267	105	147	13	2
stagionali	altra	22	685	375	53	120	66	13	14	17	16	6
	mensile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	quindicinale	2	8	1	1	0	3	1	1	1	2	0
	settimanale	19	888	36	40	9	414	84	64	30	6	13
	bisettimanale	2	38	5	1	0	18	7	4	1	1	1
stagionali	altra	9	333	267	0	0	23	10	1	0	5	4

* 1, frutta e verdura; 2, alimentari; 3, pesce; 4, abbigliamento e mercerie; 5, calzature e pelletterie; 6, utensili e casalinghi; 7, piante e sementi; 8, altro.

I mercati settimanali sono così distribuiti nell'arco della settimana: *lunedì*, permanenti 43, stagionali 1; *martedì*, p. 57, s. 3; *mercoledì*, p. 59, s. 6; *giovedì*, p. 71, s. 5; *venerdì*, p. 64, s. 3; *sabato*, p. 75, s. 0; *domenica*, p. 11, s. 1.

I comuni del Veneto sono 582, di cui 374 con mercato.

TAB. 2

CARATTERISTICHE DEI MERCATI DEL TRENTINO-ALTO ADIGE

periodicità	numero	totale banchi	suddivisione merceologica (*)								ubicazione	
			1	2	3	4	5	6	7	8	centro	frazione
permanenti	annuale	144	310	429	3	3.185	994	328	269	892	129	15
	mensile	18	37	33	2	662	180	70	35	150	14	4
	quindicinale	17	8	7	1	267	79	11	3	34	13	4
	settimanale	73	275	139	13	925	300	56	106	167	61	12
	bisetimanale	8	16	10	4	27	7	1	3	8	8	0
	giornaliero	6	58	18	2	6	0	0	6	3	5	1
stagionali	mensile	7	10	9	0	251	54	21	7	34	5	2
	quindicinale	9	11	7	0	232	46	12	2	56	5	4
	settimanale	36	49	15	5	277	115	26	15	74	22	14
	bisetimanale	1	2	1	1	3	2	0	0	1	1	0
	giornaliero	1	15	0	0	0	0	0	0	0	1	0

* 1, frutta e verdura; 2, alimentari; 3, pesce; 4, abbigliamento e mercerie; 5, calzature e pelletterie; 6, utensili e casalinghi; 7, piante e sementi; 8, altro.

I mercati settimanali sono così distribuiti nell'arco della settimana: *lunedì*, permanenti 8, stagionali 6; *martedì*, p. 15, s. 6; *mercoledì*, p. 13, s. 8; *giovedì*, p. 14, s. 8; *venerdì*, p. 13, s. 4; *sabato*, p. 10, s. 4; *domenica*, p. 0, s. 0.

I comuni del Trentino-Alto Adige sono 339, di cui 154 con mercato.

36

TAB. 3

**MERCATI STAGIONALI AMBULANTI
NEL VENETO E NEL TRENTINO-ALTO ADIGE**

periodicità		BL	PD	RO	TV	VE	VR	VI	VENETO	BZ	TN	TRENTINO- ALTO A.
mercati di produzione	quindicinale							1	1			
	settimanale									1		1
	giornaliera						5	2	7	1		1
	<i>totale</i>						5	3	8	2		2
mercati turistici	mensile									1	6	7
	quindicinale						1		1	2	7	9
	settimanale	4		2		2	2	9	19	15	20	35
	bisettimanale	2							2		1	1
	giornaliera			1		1			2			
	<i>totale</i>	6		3		3	3	9	24	18	34	52

I mercati stagionali rappresentano nel complesso dell'attività mercatale una frazione certamente contenuta ma tutt'altro che insignificante. Essi infatti ammontano per il Veneto a 32 (su un totale di 463; 6,9%) e per il Trentino-Alto Adige a 54 (su un totale di 320; 16,8%); mentre i soli mercati settimanali stagionali, assai più significativi ai fini di un'omogeneità di confronto, risultano, per le due regioni, citate nell'ordine precedente, rispettivamente 19 (contro i 380 permanenti; 4,7%) e 36 (contro i 73 permanenti; 33%). L'analisi può essere ancor più proficuamente estesa al computo totale dei banchi allestiti: con riferimento ancora alle sole riunioni settimanali, essi ammontano rispettivamente a 888 (su un totale di 19.754; 4,4%) e a 576 (su 2557; 22,5%).

Questo sommario confronto è già sufficiente ad attribuire maggiore importanza alla stagionalità nel Trentino-Alto Adige, in probabile connessione con uno sviluppo dell'attività turistica più diffuso e generalizzato; tuttavia prima di ipotizzare tali accostamenti o tali rapporti di causa-effetto, sarà opportuna qualche ulteriore riflessione sulla tipologia delle riunioni. Infatti i dati relativi alle riunioni stagionali indicano chiaramente una netta distinzione tra i mercati che ospitano unicamente prodotti agricoli e quelli che presentano invece caratteristiche di generico emporio. Per comodità e chiarezza chiameremo in seguito i primi mercati di produzione, i secondi mercati turistici.

Mercati di produzione. – In queste riunioni (2) i produttori agricoli, singolarmente o più raramente consociati, fanno convergere quantità talvolta ingenti di frutta e verdura (in minima parte altre merci) che a causa del ciclo di maturazione non solo interessano periodi molto limitati nell'anno, ma devono essere rapidamente smaltite per pericolo di deterioramento. Ecco allora che tali mercati sono facilmente individuabili per la durata breve, talora inferiore al mese, per la periodicità che è quasi sempre quotidiana e per la presenza di merci esclusivamente agricole.

I mercati di produzione rappresentano a loro volta una piccola frazione dei mercati stagionali.

Due sole riunioni figurano attuate nel Trentino-Alto Adige, entrambe nel comune di Bolzano: l'una giornaliera, nel mese di ottobre, per il commercio di noci e castagne, l'altra settimanale, nelle stagioni intermedie, per il commercio di piante da frutto e ornamentali (3). Più numerosi invece i mercati nel Veneto (8 su 32 stagionali), dove tuttavia risultano distribuiti in modo tutt'altro che omogeneo: 5 riunioni giornaliere in provincia di Verona, 2 ad analoga frequenza in provincia di Vicenza, cui si aggiunge un modesto mercato quindicinale domenicale (a Monte di Malo, con commercio di piante e sementi). Il prodotto agricolo più rappresentato sono le ciliegie, presenti sul finire della primavera con due mercati in entrambe le province (Cazzano di Tramigna, Marano di Valpolicella; Castagnara, Mason Vicentino); ad esse vanno aggiunti in provincia di Verona i fagiolini nel mercato di Bevilacqua (da giugno a ottobre), gli asparagi e il radicchio invernale nei due mercati di Arcole.

E' già stato specificato come l'oggetto della presente indagine siano solo i mercati ambulanti periodici stagionali con funzioni di commercio al dettaglio, e che a tale scopo sono state utilizzate le informazioni richieste presso i singoli comuni. Tuttavia, al fine di evitare facili equivoci, è opportuno precisare che, accanto ai mercati precedentemente citati, si effettuano in provincia di Verona molti altri mercati stagionali per il commercio di prodotti agricoli (ancora ciliegie in primo luogo, e pesche), ubicati prevalentemente nell'alta pianura o sulle più modeste propaggini collinari dei Lessini, ma che essi figurano frequentati solamente da commercianti; inoltre anche i mercati citati possono ospitare il commercio all'ingrosso accanto a quello al dettaglio.

Tutte queste considerazioni concorrono a dare maggior risalto alla vocazione e allo sviluppo agricolo dell'area veronese, sui quali l'ampia letteratura esistente, cui si rimanda, sconsiglia inutili ripetizioni. E' sufficiente qui rileva-

(2) E' il caso di precisare che vengono presi in considerazione solamente i mercati ambulanti, con esclusione quindi di altri tipi di riunioni commerciali, quali i mercati all'ingrosso, i centri di smistamento, ecc.

(3) Non rientra in questo computo il rinomato mercato dei funghi che ha luogo a Trento nei periodi estivo e autunnale: esso infatti trova svolgimento nell'ambito del mercato giornaliero permanente ubicato in Piazza Lodron. Va tuttavia ricordata la sua funzione di riferimento per tutti i mercati consimili d'Italia, come stanno a testimoniare i corsi didattici e di applicazioni pratiche e altre iniziative programmate in concomitanza dalle associazioni micologiche.

re come questa peculiarità venga a supportare dei mercati specifici che si caratterizzano spesso per l'ingente quantità di prodotto commerciato e per la presenza di grossi acquirenti provenienti da varie località dell'Italia settentrionale. Quanto ai produttori, non va dimenticato che essi raggiungono in talune riunioni la ragguardevole consistenza di qualche centinaio, testimoniando la diffusione raggiunta da questi settori dell'attività agricola: presenti più spesso individualmente, non mancano di costituirsi anche in forma associativa, come nei citati mercati di Arcole (4).

Ancora in tema di produzione agricola, va precisato che una discreta quantità di merce viene assorbita nei mercati permanenti a periodicità svariata: emblematico è il caso del mercato settimanale di Noale, in provincia di Venezia, che nei mesi invernali vede notevolmente accresciuta la propria consistenza per l'apporto specifico dei produttori di fieno; oppure del mercato giornaliero di alimentari di piazza Lodron a Trento, che nel periodo estivo e autunnale si arricchisce di un rinomato commercio di funghi. Analoga funzione commerciale svolgono inoltre le numerose e ormai difficilmente controllabili manifestazioni fieristiche (mostre, mostre-mercato, rassegne, esposizioni, ecc.) sparse in tutto il territorio durante tutto il corso dell'anno: fra i molti esempi ricordiamo solamente, per la sua rinomanza, la mostra del radicchio rosso che si svolge a Treviso nei giorni precedenti il Natale.

Il riferimento alle manifestazioni fieristiche richiederebbe tuttavia immediatamente una considerazione del problema terminologico che puntualmente affiora in tutte le ricerche sull'attività dell'ambulantato; ma ancora una volta, evitando inutili ripetizioni, si rimanda a precedenti pubblicazioni (5).

Non va invece trascurata la funzione culturale che sempre più spesso viene esercitata dai mercati di produzione o dalle manifestazioni fieristiche: a loro corredo si aggiungono infatti sempre più frequentemente iniziative volte alla rivalutazione folclorica di antiche tradizioni o alla promozione di attività scientifiche.

Mercati turistici. – Il secondo gruppo di mercati stagionali è costituito da quelle riunioni, in centri balneari o montani, che soddisfano alle temporanee esigenze di consumo di una popolazione notevolmente accresciuta per effetto degli spostamenti turistici (6).

Essi si distinguono nettamente dai mercati di produzione precedentemente citati: 1) per le caratteristiche di generico emporio; 2) per la collocazione nell'anno legata in misura determinante al turismo estivo (montano, marino e

(4) Nell'ambito di queste considerazioni, ma senza tuttavia volerne trarre conclusioni artificiali o forzate, si può anche constatare che degli 8 mercati veneti di produzione 4 dispongono di strutture per uno svolgimento al coperto, mentre nel complesso degli altri 455 mercati permanenti e stagionali solo 6 offrono analoghe soluzioni.

(5) Cfr. MATTANA U. e BENVENUTI M., *Fiere e mercati della provincia di Treviso*, Padova, 1982 («Quaderni dell'Istituto di Geografia dell'Università di Padova», 1).

(6) Anche il fenomeno turistico, sia nei suoi aspetti generali sia nelle sue manifestazioni particolari o regionali, è già stato trattato in una vasta letteratura cui si rimanda. A titolo di esempio si ricordi solamente MUSCARA' C., *Gli spazi del turismo*, Bologna, Pàtron, 1983.

lacuale) e in minima parte al turismo invernale; 3) per la periodicità varia, spesso settimanale, talvolta bisettimanale o quindicinale o mensile, in due soli casi quotidiana (7).

Sarà opportuno approfondire una per una tali caratteristiche; non prima però di avere analizzato la distribuzione delle riunioni. In proposito si faccia ancora riferimento alle tabb. 1, 2, 3 e alla carta.

Aspetti quantitativi. – I mercati turistici ammontano nel Veneto a 24 (su 32 stagionali), nel Trentino-Alto Adige a 52 (su 54); di essi i settimanali sono rispettivamente 19 e 35.

L'espressione più eloquente della funzione commerciale da essi assolta è fornita dall'ammontare dei banchi di vendita allestiti: il quadro relativo è offerto dalla tab. 4 che riporta la suddivisione per tipologia di mercato e per provincia. E' appena il caso di ricordare che una lettura corretta permette un confronto orizzontale fra le varie province all'interno di un solo tipo di mercato, ma non già un confronto verticale fra i tipi di mercato che si ripetono nel tempo con frequenza diversa; proprio per questo, ad esempio, saranno spesso effettuate considerazioni relative ai soli mercati settimanali, più diffusi e più numerosi.

TAB. 4

BANCHI DI VENDITA ALLESTITI NEI MERCATI TURISTICI
DEL VENETO E DEL TRENTINO-ALTO ADIGE NEL 1985

periodicità	BL	PD	RO	TV	VE	VR	VI	VENETO	BZ	TN	TRENTINO- ALTO A.
mensile									13	373	
quindicinale						7			40	326	386
settimanale	92		123		404	22	247	7	290	281	366
bisettimanale	38							888		10	571
giornaliera			32		36			38			10
								68			

Un'analisi frazionata per provincia mostra una situazione abbastanza equilibrata fra Trento (34 mercati) e Bolzano (18), che si rende manifesta specialmente per i mercati settimanali, rispettivamente 20 e 15 (8). Il Trentino-Alto Adige sembra rivelare, attraverso questi dati, una buona omogeneità areale nelle esigenze distributive stagionali, che rispecchiano a loro volta analogia

(7) E' stato considerato quotidiano anche il mercato di Rosolina, nonostante si effettui in realtà solamente quattro giorni per settimana.

(8) Non vanno tuttavia dimenticati, in proposito, gli aspetti normativi: la legge 7 gennaio 1977, n. 7, della Provincia di Bolzano stabilisce, all'art. 17, l'obbligo di destinare aree per il mercato nei comuni di confine e in quelli delle aree con flusso turistico.

di problemi geografici e antropici, almeno in determinati settori. Dal Garda alle Dolomiti, alla zona di frontiera, appare infatti costante su tutto il territorio regionale la presenza di piccoli centri turistici sparsi a varie quote in tutte le vallate, a volte lontani dalle principali arterie di comunicazione, ma tuttavia ottimamente serviti da una rete viaria minore che facilita sia lo sviluppo turistico, sia il movimento dei commercianti ambulanti.

Semmai la provincia di Trento mostra, rispetto a Bolzano, una quantità decisamente superiore di riunioni quindicinali e mensili, che talvolta, a differenza dei mercati settimanali, sempre modesti, si caratterizzano anche per dimensioni consistenti: le prime sembrano tuttavia rientrare quasi sempre in una programmata rotazione tra comuni limitrofi (ad esempio Molveno e Andalo) o tra frazioni di uno stesso comune (ad esempio Lavarone), al fine di garantire in definitiva a una certa area un servizio settimanale; le seconde sembrano ricalcare una tradizione che si perde ormai in un passato lontano (9) e che tuttavia rimane ancora funzionale alle attuali esigenze.

Molto diversa appare invece la situazione del Veneto, dove i pochi mercati turistici si distribuiscono senza omogeneità fra le varie province.

Le province di Vicenza e Belluno ne raccolgono il numero maggiore, vantando rispettivamente 9 e 6 riunioni (settimanali 9 e 4), mentre più limitato appare, per questo aspetto quantitativo, il peso di Venezia, Rovigo e Verona con tre mercati ciascuna. Padova e Treviso si distinguono infine per l'assenza di mercati stagionali.

TAB. 5

MOVIMENTO TURISTICO COMPLESSIVO NEL VENETO NEL 1985

Mov. turisti	BL	PD	RO	TV	VE	VR	VI	VENETO
arrivi	656.256	779.940	143.716	280.914	4.135.601	1.049.737	533.810	7.579.974
presenze	6.819.596	4.218.676	1.761.239	749.442	23.446.031	5.025.414	2.870.379	44.890.777

Fonte: UNIONE REGIONALE DELLE CCIAA DEL VENETO, *Relazione sulla situazione economica del Veneto nel 1985*.

Non sembra difficile ricercare la spiegazione di tale distribuzione nel flusso turistico stagionale che in modo diversificato investe il territorio regionale. Tuttavia un più puntuale riscontro in proposito può essere fornito dalle tabb. 5 e 6: la prima, a cui si farà in seguito riferimento per considerazioni di carattere generale, riporta i dati degli arrivi e delle presenze turistiche nelle varie province per l'anno considerato (1985); la seconda fornisce valori mensili, esposti secondo i criteri in seguito indicati.

(9) GRISENTI L. e MATTANA U., *Fiere e mercati della Provincia di Trento*, in «Econ. Trentina», Trento, 1984, n. 2, pp.29-100; cfr. p. 50.

I 9 mercati della provincia di Vicenza sono ubicati tutti nell'area montana, e più precisamente sull'Altopiano dei Sette Comuni, che rappresenta la zona a più intenso sfruttamento turistico stanziale: di essi ben 6 sono ospitati, con decentramento rionale, nel solo comune di Roana.

Analoga situazione presenta la provincia di Verona che situa i suoi tre mercati ancora una volta in altrettanti comuni montani, nell'area lessinea.

Quanto alla provincia di Belluno, la sua collocazione tutta all'interno dei rilievi prealpini e dolomitici potrebbe facilmente suggerire, a prima vista, qualche analogia con le limitrofe province di Trento e Bolzano; la lettura della carta indica, invece, la presenza di mercati stagionali (esclusivamente estivi) solo nell'area dolomitica, ove maggiore risulta il concorso della domanda turistica, mentre ne resta sintomaticamente priva tutta la parte meridionale. Un approfondimento del rapporto con il carico demografico e la sua evoluzione stagionale rivela che i sei mercati bellunesi sono ospitati da quei comuni che segnano, nei mesi estivi, un incremento di popolazione presente di almeno 1000 abitanti (10).

Al di là della dislocazione dei mercati, va sottolineato che le tre province venete finora prese in considerazione risultano accomunate anche dalle ridotte dimensioni delle riunioni, come sta a testimoniare l'esiguo numero medio di banchi: 27 per mercato a Vicenza, 21 a Belluno e addirittura inferiore a 10 a Verona; tali valori possono essere ricavati dal confronto tra la tab. 3 e la tab. 4, che verrà in seguito ripresa.

Una situazione molto diversa caratterizza le province di Venezia e Rovigo: qui pochi ma consistenti mercati, distribuiti sul litorale adriatico, assolvono le esigenze di un fiorente turismo balneare: l'esempio più vistoso è offerto dal mercato settimanale di Venezia-Cavallino che con i suoi 369 banchi detiene, tra tutti i tipi di riunione, il primato regionale della maggiore dimensione. Tuttavia, oltre alla consistenza, merita osservare come l'imponenza della domanda sia tale da sostenere anche mercati giornalieri (come a Sottomarina e Rosolina) o più mercati nello stesso comune (come a Rosolina: 1 giornaliero e 2 settimanali).

Restano infine da analizzare i motivi della totale assenza di mercati stagionali nelle province di Treviso e Padova.

Per la Marca Trevigiana tale situazione va senz'altro addebitata all'esiguità del movimento turistico stagionale, non sostenuto da particolari attrattive o possibilità di sfruttamento: il suo territorio infatti, privo di sbocchi sul mare, non ospita, neppure nelle limitate aree prealpine di appartenenza, insediamenti o adeguate strutture ricettive.

La provincia di Padova vanta invece, nell'area dei Colli Euganei, un turismo termale di proporzioni consistenti, cui si aggiunge quello religioso e arti-

(10) Tali sono le indicazioni, gentilmente fornitemi, emerse dallo studio della dott. Giovanna Bergamo sulle fiere e i mercati della provincia di Belluno, attualmente in corso di stampa; esso rientra, come il presente articolo, in un più vasto programma di ricerca coordinato dallo scrivente.

TAB. 6

**DISTRIBUZIONE MENSILE DEL MOVIMENTO TURISTICO COMPLESSIVO
NELLE PROVINCE DI PADOVA, ROVIGO E VICENZA NEL 1985**

mese	PADOVA		ROVIGO		VICENZA	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
gennaio	24.956	105.267	2.440	12.239	27.637	107.593
febbraio	39.505	138.586	2.698	11.796	31.874	103.636
marzo	63.872	314.706	3.275	13.879	33.955	104.533
aprile	76.841	419.596	4.083	17.339	38.781	113.345
maggio	72.860	444.882	8.254	44.882	36.456	109.137
giugno	76.548	456.405	22.214	210.248	36.080	141.689
luglio	76.858	384.222	39.736	605.613	84.771	712.387
agosto	91.318	484.042	42.111	697.184	88.716	696.887
settembre	97.139	546.337	9.724	114.902	58.944	463.773
ottobre	80.379	495.027	3.507	11.913	35.388	106.171
novembre	52.673	300.086	3.060	10.814	30.990	92.124
dicembre	35.268	149.911	2.615	10.430	30.218	119.104
<i>totale</i>	<i>788.217</i>	<i>4.239.067</i>	<i>143.716</i>	<i>1.761.239</i>	<i>533.810</i>	<i>2.870.379</i>

Fonti: Provincia di Padova, Assessorato al Turismo; APT di Rovigo; APT di Vicenza.

stico del capoluogo: esso tuttavia risulta distribuito in tutto il corso dell'anno, con una flessione che interessa solamente il trimestre invernale. Siffatta distribuzione non facilita certamente l'istituzione di mercati stagionali, quanto piuttosto l'incremento delle riunioni permanenti già esistenti, che nell'area termale euganea presentano infatti dimensioni ragguardevoli. A sostegno delle considerazioni sopra esposte si riportano in tab. 6 i dati relativi alle presenze turistiche mensili nella provincia; a essi si accostano per contrasto quelli delle province di Rovigo e di Vicenza, come esempi emblematici di aree a turismo estivo ben definito (11). Non si riportano invece volutamente i dati delle altre province, sia per non appesantire l'esposizione sia per evitare la considerazione di casi più complessi, come ad esempio Venezia e Verona, che ospitano in misura determinante altri tipi di turismo (artistico in primo luogo), o Belluno, che accosta al turismo estivo quello invernale, del quale si farà cenno in seguito.

Dalle osservazioni precedenti si può facilmente intuire come, a prescindere dalla necessità metodologica di una rigorosa quantificazione del fenome-

(11) Come si può notare, i valori globali differiscono lievemente da quelli esposti nella tab. 5, a causa della diversità delle fonti a disposizione; le differenze tuttavia sono tali da non inficiare minimamente la sostanza delle considerazioni esposte.

no mercatale, molti elementi di incertezza e di fluidità vengano a rendere quanto mai complessa la lettura dei dati forniti dalle fonti amministrative: ribadendo quanto espresso a proposito dei mercati di produzione, è necessario sottolineare come l'aumento di consumi determinato dal turismo non si concretizzi unicamente nei mercati stagionali appositamente istituiti, ma si riversi anche nei mercati permanenti che in determinati periodi dell'anno ampliano e differenziano notevolmente la varietà dei prodotti commercializzati (12). Fra i tanti casi basti citare gli esempi di Chioggia, Jesolo, Caorle, San Michele al Tagliamento sul litorale adriatico; oppure Bardolino, Torri del Benaco sul Lago di Garda; Merano, Levico, Calalzo, Sappada nell'area alpina: si tratta, in ogni caso, di riunioni che, talora modeste in alcuni periodi, trovano però giustificazione al loro svolgimento permanente nell'ammontare della popolazione residente.

In proposito, e quasi a conferma indiretta delle considerazioni svolte, risulta opportuna l'analisi dell'ubicazione (centro o frazione) dei mercati: mentre infatti la percentuale delle riunioni permanenti che si effettuano nelle frazioni raggiunge appena il 14 nel Veneto e il 13 nel Trentino-Alto Adige, nei mercati stagionali turistici i rispettivi valori salgono a 66 e a 38. Sembra quindi che il flusso turistico, distribuendosi in modo diffuso nelle zone di villeggiatura, rappresenti l'incentivo all'istituzione di mercati stagionali più accentuata nelle frazioni che nei centri: le prime raggiungono infatti solo in alcuni periodi le condizioni per una redditizia attività mercatale, i secondi invece dispongono già spesso di una sufficiente base demografica permanente.

Aspetti qualitativi. — La funzione di generico emporio, già indicata come primo elemento caratterizzante i mercati stagionali turistici, va desunta dall'analisi della suddivisione merceologica che già compare nelle tabb. 1 e 2; ad esse si farà riferimento avvertendo che per il Trentino-Alto Adige i dati globali possono essere attribuiti ai mercati turistici che degli stagionali rappresentano la quasi totalità; mentre per il Veneto può valere un'analoga considerazione unicamente se si considerano i soli mercati settimanali. Con riferimento a questi ultimi viene riportata nella tab. 7 l'incidenza percentuale delle singole voci, cui si è voluto accostare, per un confronto significativo, quella delle analoghe riunioni permanenti.

L'aspetto più vistoso è rappresentato dalla massiccia presenza di banchi di abbigliamento, che, già cospicua nei mercati permanenti, si approssima al 50% nelle riunioni stagionali di entrambe le regioni, con punte che superano in taluni casi il 60% (come ad esempio nel già citato mercato di Venezia-Cavallino). Si può facilmente ipotizzare che con il turismo si modifichi la varietà dei prodotti commercializzati con l'offerta al villeggiante della merce di cui era sprovvisto nell'ambiente di provenienza.

(12) Non va dimenticato che accanto al fenomeno turistico qualche centro fruisce anche del rientro di emigrati dall'estero durante il periodo estivo (ad es. a Lamon, nel Feltrino), oppure in inverno (ad es. a Longarone con il ritorno dei gelatai).

Tab. 7

RIPARTIZIONE MERCEOLOGICA DEI BANCHI DI VENDITA NEI MERCATI SETTIMANALI, PERMANENTI E STAGIONALI TURISTICI (valori percentuali)

	suddivisione merceologica								
mercati	1	2	3	4	5	6	7	8	totale
	VENETO								
permanenti	9,0	8,1	2,9	41,2	11,3	5,9	5,7	15,9	100
stagionali	4,0	4,5	1,0	46,6	9,5	7,2	3,4	23,8	100
	TRENTINO-ALTO ADIGE								
permanenti	13,9	7,0	0,7	46,7	15,1	2,8	5,4	8,4	100
stagionali	8,6	2,6	0,9	48,5	20,1	4,6	1,7	13,0	100

1, frutta e verdura; 2, alimentari; 3, pesce; 4, abbigliamento e mercerie; 5, calzature e pelletterie; 6, utensili e casalinghi; 7, piante e sementi; 8, altro.

Generalizzato e consistente è anche l'aumento della voce «altro», che accanto ai tradizionali articoli di chincaglieria, bigiotteria, ecc., registra la comparsa di oggetti-ricordo e produzioni artigianali di scarso valore.

Le merci che viceversa denotano una riduzione sensibile e uniforme nelle due regioni sono rappresentate dalla frutta e verdura, dagli alimentari e dalle piante e sementi.

Mentre è ovvio che quest'ultima voce non possa rivestire grande interesse per la clientela dei villeggianti, la diminuzione delle prime due può destare di primo acchito qualche motivo di sorpresa; tuttavia un'analisi più attenta ne ha trovato giustificazione nella cospicua presenza di ambulanti girovaghi che percorrono giornalmente le aree turistiche in concorrenza non solo con il commercio a sede fissa, ma anche con quello mercatale: dotati di confortevoli veicoli commerciali e vincolati al solo requisito della licenza, essi offrono a villeggianti e residenti risparmio di tempo e di incomodi trasporti.

Infine, va sottolineato che la voce calzature e pelletterie registra fluttuazioni di segno opposto nelle due regioni: per l'aumento, sempre rispetto ai mercati permanenti, che si verifica nel Trentino-Alto Adige, informazioni raccolte localmente indicano una particolare attenzione al tipo di merce da parte dei turisti stranieri (in massima parte tedeschi e austriaci), particolarmente numerosi nella regione e nel periodo estivo. Relativamente alle zone di frontiera si può avanzare anzi l'ipotesi che sia il commercio in qualche misura a creare occasioni turistiche: si registra infatti quotidianamente, in arrivo dal Tirolo Set-

tentrionale, un grande flusso di acquirenti che visitano mercati e negozi, attratti dalla convenienza del cambio e dalla qualità e varietà della merce.

Il secondo aspetto che caratterizza i mercati turistici è dato dalla posizione nel corso dell'anno e dalla durata dei periodi di attività. Per la maggior parte dei casi i mercati interessano solo i mesi di luglio e agosto, anche se non mancano riunioni estese da marzo a novembre, oppure talvolta nelle sole stagioni intermedie; tuttavia la sostanziale coincidenza con il più frequentato periodo di villeggiatura montana e marina ribadisce i legami più volte ipotizzati fra i due fenomeni. Merita di essere sottolineata piuttosto la scarsa rilevanza dei mercati invernali, nonostante lo sviluppo raggiunto dal turismo della neve: essi infatti ammontano solamente a 6 e sono limitati al Trentino-Alto Adige, ove ricalcano, con le loro piccole dimensioni, corrispondenti mercati estivi. Addirittura del tutto sprovviste ne risultano le aree montane del Veneto. E' facile immaginare che le condizioni climatiche non favoriscono lo sviluppo di un'attività che si svolge praticamente all'aperto: alla breve durata del dì, alle basse temperature e alla presenza di un manto nevoso consistente e duraturo si unisce infatti la totale assenza di strutture coperte. Ma non va tuttavia dimenticato che un afflusso notevole di turisti invernali, riducendo la durata dei periodi morti, può concorrere all'istituzione di nuovi mercati permanenti o al consolidamento di quelli già esistenti.

Quanto alla collocazione nel corso della settimana si nota che per il Veneto vengono coperte tutte le giornate (con preferenza per quelle centrali), ad eccezione del sabato; se si considera che quest'ultimo figura la giornata più utilizzata nei mercati permanenti, ne emerge un altro interessante motivo di distinzione con i mercati stagionali: mentre i primi si inseriscono in un calendario sempre più segnato dai ritmi della società industriale, i secondi mostrano invece di scostarsi da tali esigenze, non più vincolanti nel periodo della villeggiatura. Per il Trentino-Alto Adige si ripresenta nei mercati stagionali, come nei permanenti, la completa esclusione del giorno festivo, che evidenzia una rigorosa osservanza dell'antica normativa e della tradizione.

L'ultimo aspetto riguarda infine la periodicità, cui già si è dovuto fare cenno qua e là nelle precedenti considerazioni. Essa si esprime attraverso vari tipi di mercato, dai quotidiani ai mensili; tuttavia il ritmo settimanale risulta di gran lunga il più utilizzato dai commercianti, che con i loro confortevoli mezzi di trasporto visitano con facilità piazze diverse secondo itinerari ebdomadari; ma risulta anche il più consono alle esigenze dei consumatori che per i propri acquisti correnti sembrano ormai rivolgersi al mercato come sostituto di un grande magazzino di generi vari.

Il quadro delineato non pretende di esaurire tutti gli aspetti del commercio ambulante: incontrollabili si presentano infatti alcuni risvolti, come ad esempio la vendita «porta a porta», l'abusivismo, le «piazze morte», che costituiscono ulteriori elementi di fluidità in aggiunta a quelli già varie volte menzionati. Tutte queste difficoltà non esentano tuttavia dal tentativo di approfondire il più possibile la quantificazione del fenomeno: in proposito si vuole qui riportare un'ultima annotazione relativa al commercio esercitato sui passi alpini.

E' nota a tutti la presenza di banchi di vendita sui valichi di grande transito estivo, ma non sempre ne compare traccia nelle informazioni amministrative. Infatti per il Trentino-Alto Adige risultano ufficializzati solo 2 mercati settimanali (sui passi Tonale e Rolle), mentre si ha notizia di commercio esercitato anche altrove (ad es. al Passo San Pellegrino); per il Veneto un'indagine diretta (13) relativa alla regione dolomitica ha rivelato la presenza di banchi sui passi Falzarego, Pordoi e Valles (i due ultimi al confine con la provincia di Trento). La merce trattata in tutti questi casi riguarda l'abbigliamento da montagna, articoli di artigianato e *souvenirs*, e viene offerta esclusivamente al turista di transito. Il fenomeno ora riportato non risalta certamente per l'entità delle sue dimensioni: va ricordato piuttosto come esempio di commercio non istituzionalizzato o, in ogni caso, trascurato dalle fonti amministrative.

La situazione del passato. – L'analisi dell'odierna diffusione del commercio stagionale, così com'è stata precedentemente delineata, diventa tanto più significativa se confrontata con la situazione del passato: tale prospettiva diacronica permette infatti di quantificarne in qualche misura l'evoluzione.

Sono stati consultati in proposito gli opuscoli editi dalle Camere di Commercio delle varie province nel corso del Novecento. Il quadro che ne emerge indica chiaramente come lo strumento del mercato stagionale fosse, nel passato, praticamente inutilizzato (14): sia per l'assenza di massicci spostamenti di popolazione, sia perché gli eventuali movimenti demografici (si pensi alle migrazioni dei lavoratori stagionali, non certo trascurabili nelle due regioni considerate) avvenivano nell'ambito di una società fondamentalmente rurale, della quale l'autoconsumo rappresentava l'espressione più tipica (15). Un esempio singolare, che può fornire utili chiarimenti sulla situazione sociale ed economica del passato, è offerto dal mercato quindicinale di Fiera di Primiero (in provincia di Trento), presente con continuità fin dall'inizio del Novecento: il suo svolgimento subiva una sospensione solamente durante i mesi estivi, quando una parte consistente della popolazione si trasferiva nell'alpe al seguito del bestiame pascolante; si trattava perciò di una stagionalità invertita rispetto ai ritmi più frequentemente in uso ai nostri giorni.

Un confronto più puntuale è già stato operato per le province di Treviso e di Trento, nelle specifiche ricerche più volte citate. Nel primo caso l'assenza di riunioni stagionali, già segnalata per il 1985, si estende non solo ad un pas-

(13) Anche queste indicazioni sono state fornite da G. Bergamo (v. nota 10).

(14) All'inizio del secolo si potevano contare solamente: nel Veneto 2 mercati settimanali e 1 trisettimanale; nel Trentino-Alto Adige 1 giornaliero e 1 quindicinale. A metà secolo venivano effettuati rispettivamente: 15 mercati giornalieri (di produzione; di essi, 13 in provincia di Verona), 2 trisettimanali, 1 mensile; 1 giornaliero e 1 quindicinale.

(15) Le manifestazioni che nel passato si svolgevano con ritmi stagionali riguardavano per l'appunto il mondo rurale e si configuravano specialmente come mercati di produzione: essi tuttavia, sia per l'esiguità degli scambi sia per la concentrazione nel periodo di produzione, si realizzavano soprattutto nella forma del mercato annuale oppure della fiera. Con analoghe caratteristiche si svolgeva anche l'intenso commercio del bestiame.

sato lontano, ma, per i motivi sopra accennati, anche agli ultimi decenni, quando il turismo di massa aveva ormai prepotentemente investito altre aree contermini; nella provincia di Trento invece i mercati stagionali, attualmente tutti legati al turismo, crescono significativamente dall'unico del 1949 ai 6 del 1965, ai 34 del 1985.

Conclusioni. – Dalle considerazioni fin qui svolte si evince che il commercio esercitato attraverso le riunioni stagionali interessa un numero di addetti non trascurabile, movimentata una quantità di merce ragguardevole e risponde con efficiente flessibilità a una domanda di consumi variabile nel tempo e nello spazio. Da un lato i mercati di produzione (quasi esclusivi del Veneto) appaiono perfettamente funzionali alla distribuzione di prodotti ortofrutticoli la cui presenza si concentra in limitati periodi dell'anno. Dall'altro i mercati turistici, distribuiti nelle aree di villeggiatura montana e marina delle due regioni considerate, assolvono le esigenze temporanee di masse di consumatori, integrando la rete distributiva a sede fissa. Il loro progressivo aumento negli ultimi decenni è indice di una notevole vitalità economica, da cui non va disgiunta una specifica funzione culturale e sociale.

ITINERANT SEASONAL MARKETS OF VENETO AND TRENTINO-ALTO ADIGE. – Seasonal markets of Veneto and Trentino-Alto Adige have been inquired by a survey carried out at a commune level. We distinguish production markets from touristic markets: the former are mainly located in Verona Province and exclusively offer agricultural products; the latter, located along the Adriatic coast and in the mountain area, are showing the features of general stores and appear tightly related to the development of the tourism activity. The diachronic analysis clearly shows that in the past the use of seasonal markets was almost inexistent, while during the last decades it has recorded a remarkable development.

Università di Padova, Dipartimento di Geografia.