

C

Consumi sostenibili

In diversi altri ambiti del consumo di massa si fanno strada comportamenti improntati alla ricerca di un minore impatto ambientale. Nella Provincia di Pesaro e Urbino emergono interessanti opportunità (schede C1-C10):

<i>Distribuzione di detersivi ecologici alla spina</i>	<i>C1</i>
<i>Negozi di cosmesi naturale (bioprofumeria)</i>	<i>C2</i>
<i>Commercio di prodotti usati e rigenerati</i>	<i>C3</i>
<i>Commercio di prodotti sfusi</i>	<i>C4</i>
<i>Negozi di abbigliamento naturale</i>	<i>C5</i>
<i>Produzione di articoli di abbigliamento naturale</i>	<i>C6</i>
<i>Produzione di articoli di arredamento con materiali eco-sostenibili</i>	<i>C7</i>
<i>Negozi di arredamento con materiali eco-sostenibili</i>	<i>C8</i>
<i>Erboristeria</i>	<i>C9</i>
<i>Eco-noleggio</i>	<i>C10</i>

C1

Distribuzione di detersivi ecologici alla spina

Domanda, offerta, attrattività del mercato

In Italia il consumo procapite per detersivi è tra i più alti del mondo: circa 25,5 kg procapite, con un prezzo medio (iva esclusa) di 1,5 Euro per chilogrammo. Questo consumo tende ulteriormente a crescere, a un ritmo del 2-3% annuo.

Secondo una indagine svolta da Genesis nel 2009 una quota rilevante di consumatori (78,50%) è interessata (il 38,00% “molto interessata”) all’acquisto di detersivi sfusi, attento alla ecologicità dei prodotti (soprattutto nelle fasce più giovani della popolazione), interessato alla specifica forma di acquisto costituita dal self service. Solo il 3% dei consumatori ha però avuto la possibilità concreta di acquistare prodotti sfusi, e questo soltanto presso alcune catene di supermercati.

I detersivi ecologici sono realizzati con ingredienti derivati da materie prime di origine vegetale (anche provenienti dall’ agricoltura biologica) o minerale, non utilizzando materie prime di origine chimica o animale o sostanze di sintesi.

La vendita di detersivi ecologici sfusi può avvenire in negozio, oppure tramite distributori automatici, come già avviene per diversi prodotti alimentari (dalle bibite fino al latte) e non alimentari.

Competenze e risorse

La distribuzione di detersivi ecologici, sia in negozio sia tramite distributori automatici, implica la disponibilità di una rete di fornitori, adeguatamente selezionati e con cui siano stati concordate efficienti condizioni di trasporto e consegna.

Il materiale ordinato e consegnato deve essere immagazzinato e poi smistato verso i punti vendita: questo richiede investimenti in strutture di stoccaggio e in mezzi di trasporto (che eventualmente possono essere sostituiti da corrieri).

Nel caso si punti su distributori automatici è necessario investire nella progettazione e realizzazione dei Dispenser, che dovranno essere dotati di sistemi di pesatura, di pagamento e di protezione.

Molto più semplici sarebbero invece i Dispenser utilizzabili in un normale negozio.

La localizzazione

La localizzazione può avvenire in qualunque punto del territorio provinciale, possibilmente baricentrico rispetto alla clientela e i punti vendita da raggiungere. Interessante anche la possibile proiezione verso le confinanti province di Ancona e Rimini.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare la nascita di una impresa con una occupazione complessiva di 20 unità, escluse quelle impiegate nei negozi, che potrebbero essere anche di terzi ed essere ubicati anche in altre province.

Sinergie con gli altri settori

La diffusione nascita di una impresa specializzata creerebbe un mercato favorevole per i produttori di detersivi ecologici.

C2

Negozi di cosmesi naturale (bio-profumeria)

Domanda, offerta, attrattività del mercato

Secondo i dati dell' Unipro, l' Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche, la quota di mercato che i prodotti cosmetici biologici (in quanto realizzati senza ricorrere alla sintesi chimica, ma utilizzando materiali naturali di origine vegetale, come l' aloe, e animale, come il caviale) detengono sul complessivo mercato dei cosmetici, è salito negli ultimi anni dal 2,2% al 3,6%. La prospettiva è quella di raggiungere nei prossimi anni una quota del 5% del totale. Il mercato della cosmetica naturale e biologica, in forte espansione. Negli ultimi anni in Europa si è assistito ad un vero e proprio boom del naturale. In Italia, il mercato è in costante crescita e si prevede un raddoppio nei prossimi 4 anni. Il fatturato è passato dai 100 milioni di Euro del 2002 ai 179 milioni nel 2006 (+ 80%) ai 350 nel 2010. Nella Provincia di Pesaro e Urbino, in termini di numero di clienti (e a numero di residenti invariati) questo significherebbe il passaggio nei prossimi anni da poco più di 13 mila a circa 19 mila clienti. Se si considera che in generale i consumi di cosmetici sono fra i pochi che non stanno risentendo della crisi, beneficiando anche della tendenza dell' ampliamento della base dei consumatori anche all' universo maschile, ne derivano prospettive molto interessanti per negozi specializzati nella vendita di cosmetici naturali. Non a caso grandi catene di franchising italiane e straniere sono da alcuni anni entrate in questo mercato; proprio la presenza di queste catene rappresenta una sfida per un negozio indipendente, che dovrà competere sulla base di una maggiore qualità del servizio, che nelle catene spesso è molto standardizzato. Un negozio specializzato potrebbe inoltre curare, oltre alla clientela finale, anche la clientela professionale formata dai numerosi centri di estetica presenti sul territorio.

Competenze e risorse

L' apertura di un negozio specializzato presuppone il possesso di specifiche competenze sui prodotti, che fra l' altro sono in continua evoluzione.

Fondamentale è la capacità di garantire ai clienti una elevata qualità del servizio. La gestione del negozio impone una forte attenzione alla politica degli acquisti e alla gestione delle rimanenze, che dato il costo di molti prodotti, possono raggiungere anche all' inizio dell' attività un valore significativo.

Il valore della prima fornitura di prodotti costituisce l' investimento iniziale più rilevante, superiore a quello dell' arredamento e delle (minime) tecnologie necessarie.

La localizzazione

La localizzazione più idonea per un negozio di questo tipo è nei centri storici delle città (anche di piccola e media dimensione) e all' interno dei centri commerciali.

Il potenziale di Job Creation

Pur considerando che una parte della domanda di prodotti cosmetici naturali verrà intercettata da negozi tradizionali e già esistenti, si può ipotizzare la creazione di 5 imprese nuove, con una occupazione complessiva di 12 addetti.

Sinergie con gli altri settori

La nascita di negozi specializzati può contribuire a una evoluzione dei consumi, ma anche offrire possibilità di nascita e sviluppo a imprese locali produttrici di prodotti cosmetici naturali.

C3

Commercio di prodotti usati e rigenerati

Domanda, offerta, attrattività del mercato

Molti prodotti che sono avviati alla discarica sono in realtà perfettamente (o quasi) funzionanti e possono trovare acquirenti, una volta adeguatamente raccolti, eventualmente restaurati e presentati alla potenziale clientela.

Questo con prezzi significativamente più bassi rispetto ai prodotti nuovi, fattore fondamentale in un periodo di crisi e di difficoltà economiche di molti consumatori.

Non a caso negli ultimi anni il tasso di crescita dei prodotti usati e rigenerati è stato nell'ordine del 30% annuo (fonte: Genesis, 2011).

Il mercato però non è solo trainato dalla ricerca del risparmio ma anche dal gusto del vintage e dalla ricerca di oggetti particolari, non più in commercio.

Può trattarsi di prodotti usati, oppure di prodotti nuovi con piccoli problemi estetici (ad esempio capi di abbigliamento imperfetti) oppure di prodotti nuovi rimasti invenduti nei canali principali.

La rigenerazione del capo può significare in alcuni casi il lavaggio (ad esempio per i capi di abbigliamento), in altri l'effettuazione di piccole riparazioni (ad esempio per i mobili o per i giocattoli), in altri ancora la revisione, la riparazione e la copertura con una nuova garanzia (ad esempio per gli elettrodomestici).

Un negozio di oggetti usati e rigenerati può prevedere l'acquisto dei beni da parte del commerciante, oppure una gestione dei beni stessi con la formula del "conto vendita", con il riconoscimento al commerciante di una provvigione in caso di vendita andata a buon fine.

Competenze e risorse

L'apertura di un negozio di questo tipo presuppone l'allestimento di uno spazio di vendita che può essere (dipende dalle merceologie trattate) anche di ampie dimensioni, che consenta di accogliere molti prodotti ed esporli gradevolmente. Il costo dell'affitto quindi può essere elevato.

L'investimento nelle scorte di magazzino può essere significativo, ma viene azzerato se i beni sono gestiti con la formula del "conto vendita".

Non sono richieste licenze commerciali e abilitazioni professionali.

La localizzazione

La localizzazione dovrebbe avvenire nei centri urbani più importanti della Provincia e, per i negozi che trattano beni ingombranti (come i mobili) in luoghi di facile accesso, dove siano facili le operazioni di carico e scarico.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare l'apertura di 5 negozi, per una occupazione complessiva di 15 unità.

Sinergie con gli altri settori

Negozi specializzati come quello ipotizzato comportano una riduzione dell'impatto ambientale dei consumi, una riduzione dei costi di acquisto per i consumatori, e opportunità di lavoro per artigiani addetti alla rigenerazione degli oggetti.

C4

Commercio di prodotti sfusi

Domanda, offerta, attrattività del mercato

La civiltà dei consumi ha portato a una crescente importanza delle confezioni, che rappresentano (a seconda delle tipologie di prodotti) una quota importante del peso e del valore dei prodotti stessi, oltre che una quota molto elevata dei rifiuti (in plastica, vetro, alluminio, ecc.) scaricati annualmente in discarica.

La consapevolezza degli sprechi e dei danni ambientali conseguenti a questo meccanismo, sta rivalutando una modalità di vendita che sembrava irrimediabilmente superata: quella di prodotti non avvolti da alcun involucro e venduti sfusi: soprattutto alimentari e detersivi. Questo anche attraverso dispenser alla spina e recipienti “a rendere” quindi riutilizzabili. La eliminazione di confezioni destinati alla discarica può consentire un significativo risparmio nei prezzi di vendita.

Competenze e risorse

Un negozio che commercializzi alimentari e detersivi in forma sfusa può avere una organizzazione molto semplice, in cui i prodotti vengano erogati da Dispenser (in alcuni casi refrigerati), pesati e consegnati al cliente in recipienti “a rendere” (bottiglie, taniche, sacchetti, ecc.) di sua proprietà o forniti dal negozio.

Con una adeguata organizzazione i Dispenser possono essere utilizzati direttamente dai clienti, con una riduzione quindi del personale interno.

Importante è la gestione dei rapporti con i fornitori dei prodotti, anche al fine di ridurre la quantità delle scorte in giacenza.

La vendita di prodotti alimentari richiede il possesso dell’abilitazione al commercio alimentare.

La localizzazione

La localizzazione più idonea è nei maggiori centri urbani nell’area e in prossimità delle località turistiche più frequentate.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare la creazione di almeno 4 negozi, con una occupazione complessiva di 12 unità.

Sinergie con gli altri settori

La nascita di negozi con prodotti sfusi contribuisce alla riduzione del carico di rifiuti sul territorio, ma allo stesso tempo può dare impulso alla commercializzazione di prodotti locali privi di marchi commerciali già affermati.

C5

Negozi di abbigliamento naturale

Domanda, offerta, attrattività del mercato

Questo tipo di negozio commercializza prodotti di abbigliamento che impiegano fibre naturali come cotone e canapa, coltivate con metodi biologici, oppure anche in fibre chimiche (come poliestere) derivanti da materiale riciclato.

La sostenibilità non dovrà riguardare solo i tessuti, ma anche gli accessori e le altre componenti dell'abito (bottoni, fibbie, ecc.).

I prodotti dovranno possedere etichette ecologiche quali la ISO 14014 e la OEKO-TEX Standard 100 che garantiscono contro la presenza di materiali nocivi (tinture allergeniche e cancerogene, formaldeide, ftalati plasticizzanti, ecc.).

Gli abiti potranno essere anche abiti da lavoro. La Regione Emilia-Romagna, ad esempio, ha varato recentemente un programma di acquisti di abiti da lavoro ecologici per il vestiario dei corpi di Polizia Provinciale e di altre categorie di dipendenti pubblici.

Competenze e risorse

Un negozio specializzato può essere avviato con formalità molto semplici. Una efficace gestione richiede conoscenze approfondite dei prodotti, capacità di gestire il rapporto con una clientela che spesso si avvicinerà per la prima volta ai prodotti naturali, oltre che consuete capacità di gestione di un'attività commerciale (rapporti con i fornitori, gestione del magazzino, ecc.).

La localizzazione

La localizzazione più idonea è nei maggiori centri urbani della Provincia.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare che il 5% del mercato dell'abbigliamento potrebbe essere coperto oggi da abiti realizzati con tessuti naturali, una percentuale piccola che però rapportata all'elevato numero di negozi di abbigliamento oggi presenti nella provincia (330 unità) porterebbe in prospettiva a ipotizzare lo spazio di mercato per circa 16 negozi. Essendo più prudenti si può ipotizzare per il momento la creazione di 3 negozi, con una occupazione complessiva di 9 unità.

Sinergie con gli altri settori

La nascita di negozi specializzati può contribuire ad aumentare l'offerta per i consumatori, a innovare e qualificare la rete commerciale e a rilanciare i centri urbani, oggi spesso sottoposti a tendenze di omogeneizzazione dell'offerta alla clientela.

C6

Produzione di articoli di abbigliamento naturale

Domanda, offerta, attrattività del mercato

Questo laboratorio artigiano è specializzato nella produzione di abiti realizzati con fibre (lana, canapa, bamboo, ecc.) naturali e ricavate senza l'impiego di pesticidi e additivi chimici, e tinture naturali ottenute con estratti di piante (quali spinaci, zafferano, prezzemolo, ecc.), secondo le tecniche utilizzate prima dell'avvento dei moderni prodotti chimici. Proprio in Provincia di Pesaro e Urbino, al "Museo dei colori Naturali" dell'Abbazia di Lamoli (Borgo Pace) viene tramandata l'antica tradizione della preparazione e tintura delle fibre naturali. Grazie al recupero di queste tecniche è possibile indossare capi che al contatto con la pelle non provochino allergie (non a caso oggi sempre più frequenti) o altre patologie, a causa della presenza di metalli pesanti (specie nelle tinture chimiche più scure) e di pericolosi sbiancanti (nelle stoffe più chiare). Queste caratteristiche degli abiti ecologici sono importanti per tutti, ma soprattutto per i bambini. Si può ipotizzare che il 3% del mercato dell'abbigliamento possa essere coperto oggi da abiti realizzati con tessuti naturali, una percentuale senz'altro piccola che però applicata a un mercato molto ampio (36 miliardi di Euro in Italia), determina, in una Provincia come quella di Pesaro e Urbino, un potenziale di mercato di circa 7 milioni di Euro. Il mercato mostra maggiori potenzialità per il segmento dei bambini, e per i capi destinati al contatto diretto con la pelle (biancheria intima, sciarpe, foulard, ecc.). La vendita può avvenire tramite propri negozi, via Internet oppure tramite una tradizionale rete di distribuzione (grossisti, agenti). L'uso di Internet potrebbe mettere facilmente in contatto con una clientela lontana, anche straniera (in questo caso facendo leva anche sul prestigio internazionale del "Made in Italy").

Competenze e risorse

Una impresa artigiana specializzata può nascere con investimenti abbastanza contenuti. Acquistando filati già pronti, ma di colore neutro, occorrerà disporre di attrezzature per la tintura dei filati stessi, e poi attrezzature (macchine da maglieria, macchine da cucire, ecc.) per la lavorazione, oltre che capitali per le scorte di magazzino. Sono necessarie, tuttavia, abilità nel progettare capi che non facciano leva solo sulla naturalità dei prodotti, ma anche sulla loro qualità estetica e sulla loro capacità di adattarsi alle esigenze della clientela. La vendita (eventuale) attraverso Internet richiede una capacità di impostare strategie di visibilità del sito. Apposite certificazioni (quali la ISO 14014 e la OEKO-TEX Standard 100, ecc.) possono garantire dell'assenza di materiali nocivi, e quindi aumentare il valore dei prodotti agli occhi della clientela.

La localizzazione

La localizzazione può avvenire, per la produzione, in qualunque luogo del territorio provinciale; se si vuole affiancare alla produzione anche la vendita attraverso un negozio, diventa più conveniente la localizzazione in uno dei centri maggiori della provincia.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare la creazione di 2 laboratori artigianali, con una occupazione complessiva di 10 unità.

Sinergie con gli altri settori

Dopo anni di crisi del settore dell'abbigliamento, la nascita di laboratori produttori di abbigliamento naturale potrebbe consentire il reimpiego e lo sviluppo di professionalità altrimenti inutilizzate.

C7

Produzione di articoli di arredamento con materiali eco-sostenibili

Domanda, offerta, attrattività del mercato

La crescente sensibilità ai problemi ambientali si traduce anche in una crescente attenzione per gli arredi eco-sostenibili, specialmente quando questi riguardano persone più fragili ed esposte ai rischi come i bambini. Già le politiche di acquisto di diversi enti prevedono che gli arredi scolastici debbano possedere determinati certificati ambientali e requisiti di basso impatto. Gli arredi realizzati con materiali ecosostenibili non sono dannosi per la salute dei clienti e dei lavoratori. Per raggiungere questo obiettivo bisogna da un lato selezionare le materie da impiegare, e dall'altro intervenire sui processi produttivi, dalle verniciature alle laccature, che spesso contengono insidie sia per l'ambiente che per la salute. I materiali, in primo luogo il legno, devono provenire da fonti controllate (ad esempio foreste gestite secondo principi di sostenibilità), possibilmente essere riciclati, non avere emissioni di formaldeide, una sostanza dannosa contenuta in alcune resine che si libera nell'aria ed è particolarmente dannosa per la salute e inquinante per l'ambiente. Anche dopo l'uso è importanti che i materiali siano riciclabili (come avviene ad esempio per il vetro e l'alluminio). Gli stessi imballaggi che proteggono i mobili dovrebbero essere in materiali riciclati e riciclabili. Vanno assolutamente evitate le vernici con emissione di solventi, che sono cancerogeni e inquinanti, optando invece per le vernici all'acqua. Seppure in ritardo rispetto ad altri settori, come l'agro-alimentare, anche nel campo dell'arredamento stanno iniziando a emergere marchi di qualità e di certificazione di eco compatibilità dei prodotti di arredamento e dei materiali. Ad esempio, quelli previsti ad esempio dai certificati CATAS, da OEKO-TEX Standard 100, dalla certificazione SGS Qualifor garantisce che il legno provenga da una foresta valutata e certificata in accordo alle normative sociali, economiche ed ambientali definite dal Forest Stewardship Council (FSC).

Competenze e risorse

Un mobilificio che produca articoli con materiali bio-compatibili deve possedere tutte le tipiche tecnologie di un normale mobilificio.

Molte fasi possono essere appaltate a terzisti, i quali dovranno però essere strettamente controllati per garantire la qualità delle lavorazioni.

La localizzazione

Un nuovo mobilificio può essere realizzato rilevando impianti dismessi da altri mobilifici che hanno cessato l'attività, così come è avvenuto in diversi casi negli anni recenti.

Anche se non mancano aree artigianali e stabilimenti anche nei centri minori dell'entroterra, è probabile che l'opportunità di rilevare un vecchio stabilimento sia maggiore nei centri urbani maggiori della provincia.

Il potenziale di Job Creation

Un nuovo mobilificio, anche se di piccole dimensioni rispetto alla media del settore, può creare 30 posti di lavoro.

Sinergie con gli altri settori

La nascita di una nuova impresa può contribuire al rilancio del settore del mobile e a dare prospettive di mercato anche ai fornitori locali.

C8

Negozio di arredamento con materiali eco-sostenibili

Domanda, offerta, attrattività del mercato

La crescente sensibilità ai problemi ambientali si traduce anche in una crescente attenzione per gli arredi eco-sostenibili, specialmente quando questi riguardano persone particolarmente esposte quali i bambini.

Un negozio specializzato deve offrire alla clientela un assortimento, ampio o focalizzato su alcune tipologie di mobili (ad esempio le cucine), di articoli provenienti da imprese che producono con criteri di eco sostenibilità: materiali provenienti da fonti controllate, possibilmente essere riciclati, con basse emissioni di formaldeide, con imballaggi in materiali riciclati e riciclabili, senza vernici con emissione di solventi.

Competenze e risorse

L'apertura di un negozio di arredamento specializzato in arredi eco-sostenibili non richiede particolari autorizzazioni.

È necessario però disporre di una superficie espositiva abbastanza ampia, una rete selezionata di fornitori ed efficienti servizi di trasporto e montaggio.

La struttura stessa del negozio dovrà rifarsi ai principi della bioarchitettura, impiegando materiali eco-sostenibili per pavimenti e rivestimenti, sistemi di isolamento termo-acustico, illuminazione naturale e artificiale a risparmio e alta efficienza, ecc.

I rapporti con la potenziale clientela possono essere alimentati da iniziative tematiche e promozioni.

La localizzazione

La localizzazione avverrà preferibilmente nei centri urbani più importanti della provincia.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare la creazione di 3 nuovi negozi, con una occupazione complessiva di 12 addetti.

Sinergie con gli altri settori

La creazione di nuovi negozi potrà fornire nuovi interessanti sbocchi commerciali ai produttori della provincia.

C9

Erboristeria

Domanda, offerta, attrattività del mercato

Secondo l'Unipro, l'associazione delle imprese del settore cosmetico, nel difficile anno 2010 la vendita di prodotti erboristici è cresciuta del 5,0%, molto di più di quanto sia cresciuto il mercato complessivo dei cosmetici (+1,3%).

Siamo quindi in presenza di un mercato che continua a crescere, trainato dalla ricerca della naturalità dei prodotti da parte dei consumatori, dalla tendenza al recupero di metodi curativi tradizionali, dai sospetti crescenti verso l'abuso di farmaci e prodotti chimici in genere.

Nella Provincia di Pesaro e Urbino i negozi che trattano articoli di erboristeria sono 67; in maggioranza si tratta di piccoli negozi specializzati che si reggono sulla qualità del servizio, nonostante la concorrenza crescente delle grandi catene e di altre tipologie commerciali quali le farmacie.

Nel settore inoltre è sempre più importante anche la vendita on line, che anche un piccolo negozio potrebbe eventualmente affiancare alla vendita tradizionale da banco.

Competenze e risorse

Le risorse materiali necessarie non sono rilevanti, anche se non va trascurato il valore delle merci di cui disporre per garantire al cliente un'adeguata offerta. L'arredamento del negozio può essere semplice, anche se deve servire a costruire uno spazio gradevole e accogliente.

La competenza tecnica del gestore è fondamentale per assicurare al cliente un valido servizio in termini di informazioni e consulenza.

Fondamentali sono, anche per garantire una elevata rotazione del magazzino, la scelta dei prodotti e fornitori e la gestione delle scorte.

La localizzazione

Trattandosi di una tipologia commerciale già abbastanza presente, è necessario valutare attentamente il contesto territoriale e la concorrenza, prima di decidere l'apertura di un nuovo punto vendita.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare l'avvio di 3 nuovi negozi, per una occupazione complessiva di 6 unità.

Sinergie con gli altri settori

Qualificati punti vendita possono migliorare la qualità della vita dei residenti.

C10

Eco-noleggior (vendita e noleggio di veicoli elettrici)

Domanda, offerta, attrattività del mercato

Oggi nelle città e nei centri storici un'ampia gamma di veicoli elettrici e bimodali – ovvero con abbinamento della motorizzazione sia elettrica che a benzina – rappresenta la soluzione ideale per muoversi a costi contenuti e senza limitazioni, mentre nei contesti urbani i divieti di accesso e circolazione sono destinate a divenire sempre più rigidi.

La gamma dei veicoli comprende biciclette elettriche (ve ne sono alcune con 70 km di autonomia), scooter, piccole automobili.

I veicoli possono essere noleggiati ai visitatori saltuari delle città, ai turisti, ma anche ai residenti che ne vogliono sperimentare l'impiego prima di valutarne l'eventuale acquisto. La formula del noleggio a lungo termine può essere anche più conveniente dell'acquisto, anche perché evita tutte le problematiche tipiche della gestione di un mezzo di proprietà (bollo, assicurazione, manutenzione, ecc.).

Il noleggio può essere affiancato dalla vendita dei veicoli, usati o nuovi.

Competenze e risorse

Una impresa specializzata deve dotarsi di un adeguato parco veicoli, da offrire a noleggio attraverso uno o più punti ben accessibili e visibili, aperti con orari lunghi e possibilmente 7 giorni su 7.

In caso di abbinamento con l'attività di vendita è opportuno disporre anche di una superficie espositiva.

Il collegamento con una o più officine è indispensabile per garantire perfetta efficienza ai mezzi, per le manutenzioni ordinarie e straordinarie (compreso il cambio di batterie da trazione, pneumatici, pezzi di ricambio, ecc.).

L'impresa dovrà occuparsi anche di assicurazione, bollo, eventuale soccorso auto, ecc.). La prenotazione dei mezzi potrà avvenire direttamente oppure anche tramite accesso a una sezione del sito aziendale.

La localizzazione

La localizzazione può avvenire nei centri urbani più importanti della provincia.

Il potenziale di Job Creation

Si può ipotizzare la creazione di una impresa specializzata, con una occupazione di 4 unità.

Sinergie con gli altri settori

Una impresa specializzata può contribuire a ridurre l'impatto ambientale del traffico nei centri urbani e a diffondere la cultura dell'uso dei mezzi elettrici.