



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

TOSCANA

Stati Generali del Turismo e del Commercio

Parte Commercio
(documento di sintesi)

Firenze, 8 novembre 2013

Prima Commissione

“Le nuove frontiere della liberalizzazione e la disciplina del settore”

Si assiste ad una costante **restrizione delle competenze regionali** in materia di commercio. Le sentenze della Corte Costituzionale, sotto la bandiera della “concorrenza” affidano in vari temi, - orari, aperture domenicali, programmazione - le normative alla esclusiva potestà statale. Su questo argomento le Regioni dovranno avviare una **profonda riflessione con lo Stato** sulla competenza in materia al fine di evitare, nel futuro, contenziosi e sovrapposizione di norme che destano difficoltà di interpretazione e di gestione per le imprese.

Per quanto riguarda la necessità di una ulteriore **revisione della L.R. 28/2005**, le modifiche **saranno conseguenti a quanto stabilirà la Corte Costituzionale**.

Ricordiamo i principali oggetti di impugnativa:

- i requisiti obbligatori delle grandi strutture di vendita;
- I regimi autorizzatori per medie e grandi strutture di vendita;
- le disposizioni in materia di outlet con l’apposizione del solo prezzo di vendita finale;
- le disposizioni sulle “*strutture di vendita in forma aggregata*”;
- la vigente disciplina in materia di distribuzione di carburanti;

Si chiede invece avviare subito l’iter di modifica del **Regolamento** riguardante il disposto dei commi f) e g) dell’articolo 22 della legge riguardanti: “norme di dettaglio per l’esercizio di attività di somministrazione temporanea e norme di dettaglio per le vendite straordinarie e temporanee”. Su questi temi si chiede di avviare il lavoro di un tavolo settoriale di concertazione subito dopo la conferenza degli stati generali.

In questo ambito occorrerà eliminare ogni possibile disparità fra le imprese. Oggi esistono varie forme di commercio e di somministrazione con regole sostanzialmente differenti anche di carattere fiscale e contributivo. Regole che eliminino la concorrenza sleale fra le imprese ed il fenomeno dell’abusivismo commerciale, saranno necessarie, ma lo strumento legislativo dovrà essere integrato da un controllo capillare del territorio da parte delle autorità competenti.

Occorre poi valutare le implicazioni di carattere urbanistico e territoriale nell’individuazione delle aree per le varie tipologie di esercizi commerciali. In particolare sulla **revisione della LR. 1/2005** e il **Piano di Indirizzo Territoriale (PIT)**, la Regione dovrà aggiornare gli atti di indirizzo regionali perché strategici per la corretta programmazione del settore.

Si ribadisce che su questo argomento sarà necessario un assiduo dialogo fra i responsabili regionali e comunali del settore commercio e della programmazione urbanistica e dell’uso del territorio. Considerato che ogni forma di futura “programmazione” per il settore passerà dal governo del territorio occorre fornire agli Enti locali di strumenti urbanistici all’avanguardia, snelli ma efficaci.

Per quanto riguarda il **commercio su aree pubbliche** sia la normativa comunitaria, Direttiva 2006/123/CE, sia la disciplina statale, d.lgs. 59/2010, che ha dato attuazione alla direttiva hanno operato con il fine di rendere concorrenziale e aperto all’accesso il settore. Ora il “posteggio”



viene equiparato alle “risorse naturali limitate” per cui sono state introdotte profonde modificazioni nella procedura di selezione.

Il lavoro della Conferenza unificata, e il confronto con Anci e le Associazioni di categoria, hanno portato al “Documento unitario delle Regioni e Province autonome per l’attuazione dell’intesa della Conferenza unificata del 5 luglio 2012, ex art.70, comma 5 del d.lgs.59/2010, in materia di aree pubbliche”, con il quale si definisce il quadro normativo per il rilascio e il rinnovo della concessione dei posteggi.

La Regione Toscana oltre ad aggiornare la normativa ha promosso e adottato un protocollo d’intesa con Anci e Associazioni per la corretta ed uniforme applicazione sul territorio regionale. Confcommercio Toscana attraverso FIVA è impegnata a sviluppare la concertazione locale.

I recenti interventi normativi a carattere nazionale sulla **distribuzione dei carburanti** hanno inciso in maniera negativa su un settore pesantemente in crisi, e le misure apparentemente pro concorrenziali che il Governo ha introdotto rischiano di divenire un ulteriore fardello per un settore già decisamente compromesso.

La rete distributiva attuale sconta la mancata attuazione (o parziale attuazione) della razionalizzazione prevista a partire ormai dalla 32/98 : il risultato è stato che in questi anni la rete distributiva è cresciuta in termini numerici, con il conseguente abbassamento dell’erogato medio.

La direzione originariamente intrapresa dalla Regione Toscana era quella corretta: garantire da un lato la tutela degli impianti esistenti, tutelando così i livelli occupazionali e la necessità di servizio alla clientela al tempo stesso spingendo sulla conclusione del processo di razionalizzazione per la chiusura degli impianti incompatibili.

Lo scopo era quello non tanto di tutelare delle posizioni economiche quanto di un sistema che andava incontro alle esigenze del consumatore che ha mostrato diverse volte di gradire una rete che offra diverse opportunità e modalità di servizio e di prezzo.

La strada da intraprendere potrebbe essere quella di :

- prevedere sistemi di tutela per la rete distributiva dei carburanti che per certi versi può essere assimilata alla rete commerciale tradizionale
- precedere con la definitiva razionalizzazione della rete, allo scopo di eliminare gli impianti incompatibili ed elevare l’erogato medio degli impianti
- prevedere strumenti che possano integrare “realmente” il reddito delle attività di gestione carburanti attraverso lo sviluppo “reale” delle attività accessorie
- non potendosi ovviamente parlare di “moratoria” nelle aperture di nuovi impianti, sarebbe opportuno stabilire meccanismi che possano “razionalizzare” il sistema di individuazione delle aree destinate alle nuove aperture, anche per l’impatto che queste strutture hanno sulla viabilità e sul sistema territorio, oltre che per evitare il fenomeno delle “cattedrali nel deserto” cioè mega impianti che nascono già in perdita perché situati in zone già ampiamente servite dagli impianti esistenti.
- Prevedere, vista la difficoltà del mestiere ed i molteplici aspetti interessati, una formazione “obbligatoria” per i gestori che si affacciano alla professione.
- In premessa del documento della regione si dice che “potranno essere imposte limitazioni, programmi e controlli solo “se necessari ad evitare possibili danni alla salute, all’ambiente, al paesaggio” : è evidente che un nuovo impianto inutile crea danni al paesaggio ed all’ambiente ed allo stato attuale in pratica ogni nuovo impianto risulta essere inutile perché la rete è



ampiamente sovradimensionata rispetto alle esigenze: sulla base di questo concetto è possibile prevedere una apertura nuova solo quando contemporaneamente ci siano una o più chiusure?

Seconda Commissione

“I luoghi del commercio e l’innovazione dell’offerta dei servizi commerciali”

Il sistema di rete o clusters di imprese realizzato con i **Centri Commerciali Naturali** in Toscana affonda le sue radici nel 2003 quando, grazie alle Associazioni di Categoria, i Comuni ed anche il finanziamento della Regione Toscana, furono costituiti 84 CCN (Centri Commerciali Naturali).

Successivamente, i CCN si sono evoluti in strutture aggregate giuridicamente costituite in Associazione o in Consorzio. Infine, si sono create anche Reti di secondo livello, ovvero aggregazioni di CCN tali da rendere possibile, anche alle zone periferiche, che contano meno esercizi commerciali o ai piccolissimi centri urbani, di partecipare in rete ai bandi Regionali. Anche il Sistema Camerale ha avuto sicuramente un ruolo importante nel loro consolidamento, tanto da pensare oggi ad istituire un unico co-finanziamento Camerale al Bando regionale nell’ottica di una concentrazione delle risorse ed emulando la procedura già adottata per Vetrina Toscana

Con risoluzione n. 114 approvata nella seduta del Consiglio regionale del 4 aprile 2012 e con successiva 166, lo stesso Consiglio regionale vede nei CCN toscani - che ormai hanno raggiunto numeri che superano i 150 attivi in Toscana – “un panorama dinamico e proattivo” “strumenti per lo sviluppo del commercio”. Auspica nella creazione di una Rete Regionale di CCN che siano anche contraddistinti da una sorta di marchio o bollino di qualità come da anni ormai viene fatto in altre Regioni d’Europa (es. Spagna, Andalusia).

Non vediamo concretizzato in specifiche politiche o azioni le proposte del Consiglio Regionale da parte della Giunta.

Dopo un’attenta lettura del Documento di Programmazione economica finanziaria della Regione Toscana (DPEF 2014) e dopo aver esaminato la documentazione predisposta per gli Stati Generali del Commercio e Turismo, non ci sentiamo di affermare che siamo pienamente soddisfatti.

L’argomento dei CCN da qualche anno, nonostante tutti gli sforzi della Regione, non ha a nostro avviso la giusta attenzione.

Fino a tre anni fa ad esempio veniva realizzata ogni anno o due una sorta di verifica, monitoraggio, controllo delle performances dei CCN nell’ottica di una loro continua e costante evoluzione. Le Associazioni di categoria del Commercio hanno anche promosso, negli ultimi 5 anni, un confronto costante con altri paesi Europei più specializzati rispetto al nostro sul tema della gestione del Centro Città (tematica molto affine a quella del Centro Commerciale Naturale).

L’Assessorato ha sempre assicurato con grande impegno il bando annuale dedicato alla loro promozione e sviluppo innovativo, nonostante le risicate risorse che aveva a disposizione. Questo elemento non viene trascurato nel nostro giudizio. Riteniamo importante che l’Assessorato al Commercio abbia almeno assicurato la continuità di un co-finanziamento pubblico che incentivi gli imprenditori soci dei CCN.



Purtroppo non basta. Riteniamo che la Giunta Regionale non sia sufficientemente attenta a queste strutture aggregative che rappresentano un'innovazione organizzativa come risposta alle indicazioni europee.

I bandi regionali, soprattutto le Linee P.O.R. Fesr (Fondi Strutturali) sono esigui e residuali per il commercio per non dire assenti. La giustificazione che ci viene riferita dall'Autorità di gestione è quella dei parametri europei che non considerano il commercio come un settore produttivo in grado di portare innovazione, soprattutto se intesa l'innovazione tecnologica.

Pur non essendo totalmente ancora convinti che innovare abbia un significato univoco nel senso tecnologico del termine, possiamo affermare che, a prescindere dalle definizioni europee, il piccolo commercio diffuso capillarmente nei Centri urbani, aggregato in CCN, merita una politica ad hoc come è stato fatto per il Programma Regionale Vetrina Toscana.

Questo significa che la Giunta dovrebbe mettere in grado l'Assessorato al Commercio di pianificare azioni diversificate per i CCN che possono essere sintetizzate nella seguente strategia che dovrebbe avere un valore economico pari a circa 3 ml di € per i prossimi 3 anni (2014 – 2020)

- Bando annuale (con risorse libere) regionali per la promozione e sviluppo innovativo dei CCN, che, cofinanziato dal sistema camerale (al 50%), possa arrivare a 1 ml di € annue (cofinanziamento al 50% diretto alle imprese aggregate in CCN)
- Ricognizione, almeno biennale, sui Centri Commerciali Naturali, realizzata attraverso la Rete dei centri di Assistenza Tecnica con la finalità di presentare dati e performances sia con brevi pubblicazioni (anche on-line) che anche attraverso seminari di diffusione e disseminazione
- Potenziamento del sito di servizio per operatori CCNet.
- Bando specialistico dedicato alla innovazione dei CCN (anche supportati dall'offerta tecnologica)
- Bando per Servizi qualificati offerti dai Centri di Assistenza Tecnica ai CCN.

Il Programma **Vetrina Toscana**, negli ultimi anni (dal 2009 e soprattutto dal 2012) è stato oggetto di Delibere di Giunta e di un Programma strutturato finalizzato a costituire non solo un sistema di incentivi economici per la sua promozione, ma anche una task force di risorse umane (della Regione Toscana, degli uffici camerale, delle Associazioni del Commercio e dei C.A.T.) tale da produrre ottimi risultati.

Durante l'ultima giornata di resoconto e monitoraggio realizzata dall'Assessorato del Commercio il 23 ottobre scorso, gli stessi uffici regionali e camerale hanno espresso soddisfazione per i risultati raggiunti.

La rete è stata potenziata e soprattutto, con la firma del nuovo disciplinare, è stata anche depurata da quelle vecchie adesioni di soggetti meno convinti. Il nuovo Sito regionale www.vetrina.toscana.it conta numeri pari a 880 ristoranti di cui almeno 300 nuove adesioni, e circa 200 botteghe. Si supera il migliaio di esercizi.

Anche Confcommercio Toscana esprime soddisfazione per il lavoro congiunto realizzato con Unioncamere Toscana, le proprie associazioni provinciali e l'Assessorato.

Unica nota ancora debole sono le verifiche/controlli che, per motivi anche comprensibili di risorse, sono stati rimandati fino al prossimo anno.

Ci aspettiamo che il 2014 sia l'anno della verifica per premiare ed incentivare gli aderenti che rispettano il disciplinare e che aderiscono a tutte le attività promozionali della Rete e sono presenti con dettagli, menù ed eventi dedicati.

Anche sullo snellimento della procedura siamo abbastanza soddisfatti. Chiediamo solo che siano più celeri i tempi di anticipo e poi di rimborso – saldo delle province (attraverso le CCIAA).

Infatti, ci sembra ingiusto che per saldare ciascuno si debba aspettare che sia stata consegnata la rendicontazione di tutti da parte di Unioncamere Toscana. Così come si sta adottando per la progettazione, anche per la rendicontazione il procedimento dovrebbe essere più snello e premiante di chi ha rispettato i termini.

Nel Dpef 2014, attraverso Fondi POR Fesr, sono dedicati diversi ml di € ad infrastrutture ed anche alla **riqualificazione e politiche di sviluppo urbane**.

Occorre porre maggiormente l'accento sul fatto che le politiche a favore della riqualificazione e sviluppo urbano siano inclusive dei CCN. Fino ad oggi, anche con i precedenti PIUSS, abbiamo constatato una totale assenza di questo collegamento. Nei paesi nord europei, non solo le politiche urbane e la gestione dei centri città sono strettamente collegati alla promozione del piccolo commercio indipendente ma anche (es in Austria) la tassa del Turismo viene dedicata localmente al co-finanziamento del Town Centre Management.

Terza Commissione

“Sostegno finanziario al sistema delle PMI del commercio e servizi alle imprese”

Le proposte dell'Assessorato in merito alle Linee di **finanziamento del piccolo commercio** ci sembrano positive. Naturalmente le intenzioni valgono poco se non supportate dalle relative risorse.

E' difficile per adesso licenziare un parere definitivo sul Sostegno finanziario al sistema delle PMI del commercio e servizi alle imprese da parte del nostro Sistema.

Infatti, non abbiamo alcuna certezza sull'entità delle singole disposizioni.

Ad esempio il Fondo rotativo su commercio e turismo che viene mantenuto per i prossimi anni è attualmente “dotabile” (ci riferisce la Regione durante le riunioni della Commissione) di circa 5 ml di €.

Naturalmente si tratta Fondi troppo esigui visto che si tratta, per il commercio ad esempio, di un prestito rimborsabile a tasso zero fino al 75%.

Inoltre, per quanto riguarda la misura dei servizi qualificati, occorre vedere se, finalmente, si doterà di un Catalogo dei servizi che possono essere realizzati nell'ambito della misura, simile a quello che da anni esiste per i servizi qualificati per artigianato e industria.

Per quanto riguarda una nuova Linea Por Fesr mutuata dalla 1.5.d, riteniamo che sia auspicabile ma venga anche implementata con un'accentuazione dell'importanza della fase sperimentale e testing dello studio e/o ricerca che si va a realizzare. Altrimenti, come è stato riferito dal nostro Sistema anche durante i lavori della Commissione, resta una misura inutile, o meglio non



applicabile alle aziende. Qualora la misura rimanga diretta alle aziende deve essere maggiormente orientata sulla sperimentazione e test del servizio ed anche sull'innovazione, non solo tecnologica, ma anche organizzativa, dello stesso.