



l'opinione

di **Mario Resca**

presidente Confindustria

“Riforma Titolo V: errore che il commercio paga ancora”

La riforma del Titolo V della Costituzione, nel 2001, è un errore che sta pagando anche il commercio a succursali. Con ricadute sulle battute di cassa e sui fatturati. Confimprese da tempo sottolinea agli interlocutori istituzionali che il caos delle normative regionali in materia di commercio non tutela il consumatore e danneggia le tipologie distributive moderne come imprese a rete e franchising. Su queste attività imprenditoriali, che continuano a produrre ricchezza e lavoro nonostante la crisi, pesa la mancanza di un'armonizzazione di leggi a livello nazionale che danneggia il marketing e inibisce la crescita. Gli esempi non mancano. A cominciare dalle diverse regolamentazioni regionali delle vendite promozionali, un caposaldo per il commercio, soprattutto in momenti di crisi come quello attuale, grazie al quale gli esercizi commerciali possono alleggerire lo stock e aumentare lo scontrino.

RESCA: "I SALDI? DOVREBBERO LIBERALIZZARLI"

“Oltre alle discrepanze tra leggi regionali, l'analisi di Confindustria evidenzia la polverizzazione del potere decisionale e altre restrizioni in contrasto con la normativa nazionale, quali limitazioni temporali e autorizzazione preventiva. Due anni fa Confindustria ha collaborato alla proposta di legge 4094, in cui chiedeva un coordinamento tra le Regioni in materia di vendite promozionali, caduta nel vuoto e seguita, nel 2013, dalla sospensione in Lombardia della L.R. 9/2012. La disposizione ha creato forti turbative di mercato, a partire dai nostri associati, che nel giugno 2013, in seguito al divieto delle vendite promozionali pre-saldi, hanno registrato una flessione del 20% in Lombardia rispetto ad altre regioni. A nostro avviso le vendite promozionali dovrebbero essere completamente liberalizzate o quanto meno vietate nella fase di pre-saldi. L'uniformità dei calendari ridurrebbe costi e tempi”.

Battaglia per la liberalizzazione

Confimprese si è battuta per la liberalizzazione del mercato. Di recente il Ddl 1627 con la modifica all'art.3, ha avanzato l'ipotesi di riportare alle Regioni la decisione delle chiusure festive e domenicali dei negozi e in questo modo le aperture festive si ridurrebbero a soli 12 giorni l'anno. Ma le domeniche valgono il 23% del totale ingressi, pertanto riteniamo tale proposta contraria all'andamento delle vendite nel commercio, dove gli acquisti, a causa delle mutate condizioni di vita, si sono spalmati su 7 giorni. Le attuali normative sulle aperture domenicali sono una facoltà, non un obbligo, ciascuno è libero di decidere se aprire o meno: tornare a normare le aperture domenicali sarebbe un'ingerenza nel sistema della libera concorrenza.

Quali soluzioni dunque suggerire alle istituzioni nazionali e locali? Premesso che non esiste una ricetta per uscire dalle secche della crisi e dall'impasse burocratico, Confindustria ritiene che sia fondamentale sostenere imprese e famiglie nel contenere gli effetti della crisi, attivare misure per stimolare crescita e investimenti, proporre progetti innovativi, evitare la desertificazione dei centri storici. Il tutto dovrebbe avvenire in un quadro di riforme strutturali a livello nazionale quali il completamento delle liberalizzazioni, l'abbattimento del costo del lavoro e l'aumento della flessibilità dello stesso, la riduzione della pressione fiscale su imprese e famiglie. Prendiamo esempio dalla

Regione Lombardia, che da sempre è lungimirante nel sostenere il commercio. Sarebbe, infatti, una buona mossa da parte del legislatore uniformarsi alla stessa, inserendo nel Titolo V “Promozione e sostegno delle attività commerciali” - Capo II “Contributi” della L.R. 106/2010 un'esplicita previsione di interventi regionali per lo sviluppo di pmi commerciali in franchising, con particolare attenzione per la riconversione di attività già esistenti.

Tavolo di lavoro con la Regione

A questo proposito abbiamo aperto un tavolo di lavoro con Regione Lombardia, dove tra l'altro ha sede legale il maggior numero di imprese franchisor (233 che sono pari al 25,77% del dato nazionale) e il maggior numero di punti di vendita in franchising (8.391 pari al 16% del totale nazionale) e che rappresenta il 22% del Pil nazionale.

Riteniamo che la Regione potrebbe svolgere un ruolo fondamentale di sostegno al commercio in generale e, di conseguenza, al franchising, mettendo in campo iniziative come lo stanziamento di fondi per facilitare la riconversione di attività esistenti in franchising, offrire garanzie su finanziamenti, leasing e convenzioni per l'ottenimento di tassi di interesse agevolati. Il tutto non solo nell'interesse degli operatori retail ma anche per garantire un'ampia offerta a prezzi convenienti a tutti gli strati sociali, tanto più urgente nell'attuale contesto di crisi. ■