



l'opinione

di Angelo Straolzi

LIBERALIZZARE
NON SIGNIFICA
LASCIARE ASSOLUTA
LIBERTÀ INSEDIATIVA,
MA DETTARE CRITERI
PRECISI ENTRO I QUALI
RICONDURRE
LE OPZIONI POLITICO-
AMMINISTRATIVE
LOCALI,
DA ESPRIMERSI
ESCLUSIVAMENTE
IN SEDE
DI PIANIFICAZIONE
URBANISTICO-
TERRITORIALE

Liberalizzazioni e nuovi impegni per le imprese

Fino ad oggi la liberalizzazione piena è avvenuta solo per gli orari festivi e domenicali, con la conversione del Dl 201/2011 nella legge 214 del 29/12/2011. Altri aspetti inerenti alla libertà d'insediamento (Mark Up, maggio, n. 209, pag. 137) non sono stati ancora attuati, anche per la perdurante ostilità delle Regioni. Tale atteggiamento ha trovato nelle scorse settimane un (purtroppo) importante sostegno nel pronunciamento del Tar Veneto (ordinanza 579/2012) che ha di fatto convalidato la legge regionale 27/12/2011 n. 30 con il quale la Regione Veneto sospendeva per un anno i procedimenti amministrativi per il rilascio di autorizzazioni relative a grandi strutture di vendita e parchi commerciali. Le motivazioni sono: la temporaneità della norma, caratteristica che, secondo i giudici amministrativi, non è in grado di incidere sull'equilibrio economico generale e i tempi certi, un anno e non di più, decorsi i quali la norma decade.

Liberalizzare, tuttavia, non significa lasciare l'assoluta libertà insediativa di nuove medie o grandi strutture di vendita, ma dettare criteri precisi sui contenuti e sulle procedure entro i quali possano essere ricondotte le opzioni politico-amministrative locali, da esprimersi esclusivamente in sede di pianificazione urbanistico-territoriale. Tale orientamento, ormai acclarato grazie al recepimento, tramite il Dlgs 59/2010, della direttiva UE n. 123/2006 (denominata Bolkestein), che vieta la possibilità di qualsiasi forma di contin-

VENDITE PROMOZIONALI LIBERALIZZATE IN LOMBARDIA

Con la legge regionale 9 del 7/6/2012, Margherita Peroni, neo assessore al commercio della Regione Lombardia, ha sospeso per un anno a decorrere dal 7/6/2012 il divieto di effettuare vendite promozionali nei 30 giorni precedenti l'avvio dei saldi estivi e invernali (primo sabato di luglio e il giorno antecedente l'Epifania).

gentamento nelle aperture di attività economiche che abbia come riferimento la domanda e l'offerta, è stato recentemente confermato da una sentenza del Consiglio di Stato (n.02943/2012). Secondo l'organo di giurisprudenza la previa approvazione degli strumenti urbanistici costituisce condizione per il rilascio dell'autorizzazione commerciale e non solo del titolo edilizio (permesso di costruire). Questa premessa per introdurre una riflessione sul tema liberalizzazioni: l'affermazione di tale regime nel settore commerciale comporta necessariamente un adeguamento del pubblico ai vari livelli istituzionali (Regione, Provincia, Comune) nella definizione dei propri orientamenti di programmazione territoriale e nella individuazione delle regole, ma richiede, con altrettanta evidenza, un nuovo approccio comportamentale e gestionale da parte delle imprese.

Aperture domenicali: bilancio controverso

Se consideriamo le aperture domenicali e festive il bilancio complessivo non è certo entusiasmante: chi ha sfruttato pienamente le nuove opzioni sono i grandi centri commerciali, gli outlet e le attività nei Comuni turistici. Buona parte della grande distribuzione si è ritirata dopo una prima fase sperimentale o ha limitato le aperture all'orario antimeridiano.

L'impressione è che l'apertura festiva piaceva a quei pochi che avevano il privilegio di poterla praticare: ora che è generalizzata e la competitività è a 360 gradi anche nei giorni festivi, la cosa piace meno. Così si contano sulle dita di una mano gli esempi di un prolungamento serale dell'orario oltre le ore 21. Infine, vista la crescita del contenzioso tra imprese ed enti locali, anche la caduta delle barriere autorizzative finora avvenuta, solo in parte, nell'autorizzazione alle medie strutture di vendita, non ha avuto il gradimento che ci si aspettava. Liberalizzazione significa una situazione di piena e totale concorrenzialità fra imprese, intesa non come situazione di costrizione o come il costo dovuto per la crescita della propria azienda. Vivere la nuova fase con questi limiti di approccio significa perdere il confronto competitivo, perché cambiando i livelli di intensità dello scenario concorrenziale non ci si può comportare come prima. È un tema sul quale svolgere approfondimenti, per non perdere la battaglia per la quale si è lanciato il quanto di sfida. ■