



# **Quattro proposte per il rilancio del commercio su aree pubbliche**

**FIVA  
CONFCOMMERCIO**

**FIVA CONFCOMMERCIO  
ASSEMBLEA NAZIONALE DEI QUADRI DIRIGENTI  
MILANO 25 FEBBRAIO 2018**

*Il commercio su aree pubbliche rappresenta una componente essenziale del commercio al dettaglio italiano. Le sue 193.062 imprese (Dati MiSE), la grandissima parte a conduzione familiare, ne costituiscono – allo stesso tempo – un segmento di integrazione e di supplenza con una funzione insostituibile nei confronti del consumatore.*

***Attraverso il sistema dei mercati** passa buona parte dei consumi finali delle famiglie e della fascia più debole dei consumatori. Ma il mercato è anche il luogo sociale per eccellenza dove la gente si incontra e attraverso il quale le città si animano e vivono.*

*E dunque il commercio su aree pubbliche, con i suoi mercati e le sue fiere, esercita non soltanto una funzione economica ma rappresenta anche il **tessuto connettivo** di uno strato della società italiana.*

*Nell'ultimo decennio, tuttavia, il settore ha registrato – in analogia con il Paese – una forte situazione di disagio e di precarietà non solo e non tanto in coincidenza con l'applicazione di talune norme comunitarie quanto per la forte riduzione dei consumi, la dequalificazione delle imprese e dei luoghi di lavoro, le crescenti criticità di relazione con le città.*

*I cambiamenti sociali ed economici hanno profondamente influito sulle logiche e sulla competitività delle imprese: alla stagnazione degli affari hanno fatto riscontro il rallentamento degli investimenti, la minor propensione all'ammodernamento, il rifugio nella marginalità.*

*FIVA CONFCOMMERCIO è consapevole della necessità di una ripartenza che superi le fragilità manifestate e che dia un nuovo impulso al settore. Per questa ragione intende offrire alle forze politiche il suo contributo di proposta per la prossima Legislatura partendo da un concetto molto semplice: **stesso mercato, stesse opportunità per tutti**. Sono quattro priorità che segnaliamo con forza.*

# 1.

## UNA NUOVA LEGGE PER IL SETTORE

La vicenda dell'applicazione della Direttiva servizi in materia di rinnovo delle concessioni di commercio su aree pubbliche è stato il paradigma di un sistema burocratico che prima determina le regole e poi, nell'imminenza della loro applicazione si rifugia nel corner dei rinvii e delle proroghe, mortificando non solo le imprese ma le buone pratiche di amministrazione e la certezza delle norme. Nel caso delle concessioni si è trattato di una proroga della proroga stabilita appena un anno fa con il DL 244/2016. E dunque, nella continuazione di uno stato di precarietà che dura ormai dal 2010.

Il comma 1181 della recente legge 205/2017 (Legge di Bilancio 2018) ha compiuto poi un salto di qualità perché subordina la riassegnazione delle concessioni alla discrezionalità valutativa di un elemento – quello del reddito – del tutto soggettivo ed estraneo alle logiche d'impresa e perché comprime gli spazi di sviluppo dell'imprenditore. In questo modo l'accesso all'attività è regolato da un doppio binario che, mentre disegna un percorso agevolato per taluni soggetti, rinvia tutti quanti gli altri a procedimenti di selezione di cui non si intravedono regole certe, atteso che sulla materia sono intervenuti (e intervengono) diversi livelli sia di normazione che di regolazione del mercato.

**Riteniamo che tutto ciò costituisca, prima ancora che un errore di prospettiva, una discriminazione inaccettabile nei confronti delle imprese.**

L'impegno che si chiede alla classe politica è quello di mettere un punto definitivo a questa vicenda attraverso una **nuova normativa** che, salvando i contenuti di miglior favore già presenti nell'Intesa 5 luglio 2012

- superi in modo definitivo le criticità più rilevanti in materia di applicazione della Direttiva Servizi
- riconosca e valorizzi inequivocabilmente la professionalità maturata sul posteggio quale criterio essenziale per la riassegnazione delle concessioni
- affidi alle sole Regioni la competenza alla definizione delle procedure relative
- non comprima le possibilità di sviluppo delle imprese
- preveda divieti di partecipazioni incrociate nelle società di capitale

## 2. *L'IMPRESA AL CENTRO DELLE SCELTE*

La politica e le istituzioni non hanno messo quasi mai l'impresa al centro delle loro scelte di tipo sociale ed economico. **Un esempio ne è la politica fiscale dove ad un livello oggettivamente alto della imposizione si sommano sia il peso della burocrazia sia lo stato di incertezza delle norme.**

Al contrario l'impresa ha bisogno di un fisco snello, non invasivo e semplificato: un sistema siffatto costituisce la migliore garanzia contro l'evasione.

La prossima Legislatura deve avere come obiettivi un **sistema fiscale più semplice e più equo** che sia in grado di contenere la pressione fiscale, eviti ogni ulteriore aumento della tassazione sui consumi, riformi la tassazione locale ed elimini le distorsioni attualmente esistenti a livello di valutazione dei redditi incapienti fra lavoro dipendente e lavoro autonomo e d'impresa.

Va ripristinato, anche se con forme diverse che ne garantiscano l'utilizzazione e la tracciabilità l'istituto del **voucher** quale garanzia per lo sviluppo delle imprese.

Allo stesso modo occorre **superare le ingessature** che, in forza delle nuove disposizioni stabilite dagli accordi di Basilea, hanno creato problemi e generato la forte riduzione **del credito soprattutto verso le microimprese**. La prossima Legislatura dovrà trovare gli opportuni strumenti soprattutto sul versante del microcredito e su quello del sostegno del sistema dei confidi.

La **semplificazione degli adempimenti** – da quelli di carattere fiscale e tributario a quelli relativi alla filiera dell'alimentare per finire alle procedure d'impresa – costituisce un elemento importante e decisivo ai fini dell'innovazione e della crescita delle imprese.

Sotto questo aspetto, **necessita anche un approccio diverso con la normativa comunitaria**, laddove occorre lasciare ai singoli Paesi membri la definizione delle regole più idonee al proprio territorio ad evitare le rigidità di interventi su questioni e temi che hanno rilevante impatto sulle realtà nazionali.

# 3. *RIQUALIFICARE LE AREE DI MERCATO*

Le aree e le strutture mercatali sono ormai obsolete, spesso allocate su aree improprie, prive dei servizi essenziali e delle reti di comunicazione mobile. Allo stesso tempo crescono le difficoltà di relazione fra mercato e centro storico anche in conseguenza delle tematiche ambientali.

I Mercati e le Fiere non possono essere considerati soltanto come un luogo di vendita ma possono svolgere un ruolo di rilievo nell'ambito dell'economia cittadina.

**E' quindi necessario un programma di riqualificazione attraverso un progetto di rigenerazione urbana e attraverso la destinazione di aliquote di risorse a beneficio dei Comuni per la messa in opera degli ammodernamenti necessari.**

Il tutto in un quadro di sussidiarietà che veda la promozione dell'associazionismo fra gli operatori per la messa in comune di esperienze per la gestione dei servizi essenziali e/o primari dei mercati da finanziare **con incentivi o detrazioni d'imposta.**

La riqualificazione delle aree passa anche per l'ammodernamento delle strutture di vendita (tende, banchi e automezzi) da conformare all'arredo urbano circostante, utilizzando la leva della **riduzione finalizzata** della tassa di occupazione del suolo pubblico.

I Mercati riqualificati, luoghi di aggregazione e simbolo delle tradizioni e della cultura delle nostre città, possono significare non solo un servizio migliore nei confronti del consumatore ma anche **possibilità di creare interazioni** con l'economia cittadina a partire dall'artigianato e dal turismo attraverso un **brand enogastronomico e culturale.**

# 4. LOTTA AGLI ABUSIVISMI

L'abusivismo commerciale su aree pubbliche, segmento particolarmente visibile di un **abusivismo più ampio e circostanziato** e che chiama in causa contraffazione, pirateria, sommerso e altro ancora, si sostanzia in una questione di ordine generale che è non solo quella della concorrenza illegale e sleale verso le imprese che contribuiscono a produrre lavoro, ricchezza e occupazione ma anche quella del **danno procurato ad interessi pubblici** più generali in termini di evasione fiscale e contributiva.

Quello che manca, o che finora è mancato, nell'approccio con questo fenomeno, nonostante i continui e pressanti richiami delle organizzazioni imprenditoriali e di categoria, è **una visione d'insieme, una concertazione sulle politiche di prevenzione, una consapevolezza del rischio che corre l'economia delle imprese, una conoscenza aggiornata del fenomeno, che non è più quello di alcuni anni fa**. Manca, in sostanza, la convinzione condivisa che questi temi sono diverse facce dello stesso fenomeno, un vero e proprio mercato *border line*

Ma la questione dell'abusivismo tocca anche un punto importante della vita delle città, l'aspetto legato ai **problemi della sicurezza e dell'ordine pubblico** e non solo in termini teorici ma pratici, perché l'effettuazione dei controlli costa alla collettività in termini di costo del personale impiegato e delle attrezzature.

Nessuno si illude che il fenomeno dell'abusivismo possa essere azzerato. E' invece possibile ridurlo a dimensioni sopportabili. Interessa soprattutto che le Istituzioni diano precisi segnali di voler contrastare l'illegalità attraverso

- **norme legislative**, prevedendo lo snellimento delle modalità per il sequestro delle merci ed il loro successivo deposito e prevedendo, in caso di recidiva dell'attività abusiva, il ritiro del permesso di soggiorno per gli extracomunitari;
- **norme ordinamentali più stringenti e puntuali**, anche di carattere fiscale, in materia di esercizio dell'attività commerciale in forma non professionale da parte di hobbysti e altri soggetti non commercianti;
- **modalità di intervento operativo dei controlli**, attraverso una maggior collaborazione fra la Polizia Municipale e le Forze dell'Ordine (CC, PS, GF) nella consapevolezza delle diverse normative che presiedono ai diversi aspetti interessati dal fenomeno (legislazione commerciale, sulla contraffazione, sui diritti d'autore ma anche legislazione di P.S. e sull'immigrazione);
- **campagne di educazione** che mirino ad informare il consumatore non solo sui rischi di un acquisto incauto, non protetto e senza possibilità di risalire alla fonte di produzione ma anche e soprattutto sui danni che tali acquisti producono al sistema economico nazionale.