

**MA PERCHÉ
LA DOMENICA
SI DOVREBBE SEMPRE
TENERE APERTO?**

2012-2014
Tre anni da Liberalizzati

SENZA REGOLE
la "LIBERTÀ" di concorrenza
non è in grado di tutelare
la concorrenza stessa.

www.liberaladomenica.it

Il Governo Monti ha improvvisamente imposto a tutto il settore del commercio un regime di totale deregulation degli orari delle attività commerciali, rendendo possibile dal primo gennaio 2012 l'apertura 24 ore al giorno tutti i giorni dell'anno, domeniche e festività incluse. Un regime di "liberalizzazioni" insostenibile per le quasi 650mila Pmi del commercio al dettaglio attive in Italia, che sta portando alla scomparsa di migliaia di imprese e posti di lavoro e **che continua ad essere sostenuto in nome di presunti effetti economici positivi.**

SALVAITALIA UN PROVVEDIMENTO BASATO SU FALSI PRESUPPOSTI:

CE LO CHIEDE L'EUROPA?

Non è vero. Il regime di deregulation attualmente vigente in Italia non ha riscontri in Europa. L'adeguamento alla normativa europea, addotto come ragione dell'intervento legislativo, si scontra con la semplice verifica delle discipline degli orari degli esercizi commerciali in applicazione negli altri Paesi europei: discipline, che sostanzialmente, non prevedono una liberalizzazione delle aperture come quella italiana ma rimettono alle autonomie locali ogni decisione.

AUMENTANO I CONSUMI?

No. La liberalizzazione si è rivelata inefficace sui consumi. Alla base dell'intervento di deregulation, c'è l'idea che, aumentando le occasioni di acquisto, i consumatori compreranno di più. Così, con l'introduzione della possibilità, per le imprese commerciali, di aprire 24 ore su 24, 365 giorni l'anno, ci si aspettava una ripresa dei consumi. Ma non c'è stata.

AUMENTA L'OCCUPAZIONE?

È inefficace sull'occupazione. I dati Istat sugli occupati nel commercio all'ingrosso e al dettaglio parlano chiaro: dal 2012 il settore interrompe il trend positivo, ed inizia a perdere posti di lavoro, come occupazione dipendente oltre al dramma della chiusura di decine di migliaia di imprese.

PIÙ CONCORRENZA?

Il crollo dei consumi e la distorsione della concorrenza nata a seguito della deregulation hanno impresso una netta accelerazione all'emorragia di piccole e medie imprese del commercio. La concentrazione dei consumi nei weekend ha infatti favorito la grande distribuzione, contribuendo all'aumento dell'erosione di quote di mercato del piccolo dettaglio. La concorrenza, quindi, **DIMINUISCE.**

Garanzia della concorrenza ennesimo flop delle liberalizzazioni: ci guadagna solo la GDO

Uno degli obiettivi fondamentali della liberalizzazione degli orari e dei giorni di apertura delle attività commerciali era garantire una maggiore concorrenza delle imprese. Di fatto, però, si è ottenuto il risultato opposto, favorendo la sola Grande distribuzione organizzata.

“Si può stare chiusi quando si vuole”: l’inganno che minaccia il sistema distributivo.

Se si vuole star chiusi si può, è vero: ma il prezzo è, fin troppo spesso, la chiusura finale dell’attività. Difficilmente un piccolo esercizio commerciale può sostenere i costi di un’apertura continua. L’impatto della liberalizzazione, oneroso per tutti gli operatori della distribuzione, è tuttavia meglio assorbibile dalle grandi aziende, che dispongono di indubbe maggiori potenzialità finanziarie e di risorse umane per affrontare nel medio-lungo periodo queste trasformazioni rispetto alle piccole e micro imprese. Una differenza di impatto che rappresenta una discriminazione significativa tra le diverse componenti del sistema distributivo. Per questo nella maggior parte dei Paesi che hanno adottato una forma di deregulation del commercio esistono regole restrittive che puntano a riequilibrare il mercato tra grandi operatori e imprese indipendenti. Senza questi paletti, si rischia la distruzione del commercio tradizionale, le cui quote di mercato sono assorbite dalla Gdo, proprio come sta accadendo in Italia. Sotto lo slogan ‘Chi vuole chiude’, quindi, si nasconde la vera minaccia di distruzione del sistema concorrenziale.

Tab. Quote di mercato in Italia per forma distributiva 2014

	GDO	Commercio tradizionale (negozi, banche, altro)
Totale commercio di beni	60,3%	39,7%
Commercio alimentare / largo consumo	74%	26%
Commercio No Food	59%	41%

Durante il periodo di applicazione della deregulation, nonostante la caduta delle vendite abbia colpito quasi tutte le forme distributive, i piccoli esercizi hanno perso secondo le nostre stime, un’ulteriore quota di mercato del 3,3%, a favore della grande distribuzione.

Quello che si rileva invece, è la mancanza di una valutazione dell’impatto delle nuove norme, mai effettuata, anche se prevista dallo Statuto delle imprese. Statuto che risulta completamente disatteso: **l’impatto sulle PMI della deregulation del commercio lo abbiamo calcolato noi...**

...QUESTO L'IMPATTO CONSUMI CHI HA GUADAGNATO E CHI HA PERSO

VENDITE E FORMATI DISTRIBUTIVI DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO 2012 - primi 7 mesi del 2014

Il triennio ha segnato un forte calo delle vendite dell'intero comparto del commercio al dettaglio, sia per i prodotti alimentari/di largo consumo, che per gli altri beni.

Infatti, complessivamente, la variazione negativa è stata pari al 5,4%.

Ha sofferto di più il comparto *non alimentare*, -4,6%, rispetto all'*alimentare*, -3,0%.

La riduzione delle vendite ha riguardato sia la grande che la piccola distribuzione, ma con valori diversi:

- gli esercizi su piccole superfici hanno perso complessivamente il **7,8%**
- la grande distribuzione ha registrato una flessione di **2,2 punti** percentuali.
- all'interno dei grandi format, però, i discount aumentano le vendite del **5,7%**.

Se consideriamo le dinamiche al netto dell'inflazione, quindi in termini di volume, i dati segnalano un vero e proprio tracollo delle vendite per i piccoli esercizi: - **11.9% nel triennio**.

**...QUESTO L'IMPATTO
ESERCIZI COMMERCIALI
APERTURE E CHIUSURE**

	2012		2013		primi 8 mesi 2014		Totale	
	iscritte	cancellate	iscritte	cancellate	iscritte	cancellate	iscritte	cancellate
Esercizi alimentari	4.027	6.559	4.599	6.654	2.705	4.718	11.331	17.931
Esercizi non alimentari	21.351	38.974	22.844	39.407	11.942	27.718	56.137	106.099
Totale	25.378	45.533	27.443	46.061	14.647	32.436	67.468	124.030

SALDI

	2012	2013	2014	Totale
Esercizi alimentari	-2.532	-2.055	-2.013	-6.600
Esercizi non alimentari	-17.623	-16.563	-15.776	-49.962
Totale	-20.155	-18.618	-17.789	-56.562

...QUESTO L'IMPATTO OCCUPAZIONE

Tra il 2012 ed il 2013 (Istat) gli occupati del commercio all'ingrosso ed al dettaglio sono passati da **oltre 3,6 milioni a meno di 3,5 milioni**.

Si sono persi, in due anni, 105mila occupati, di cui circa 53mila nel comparto del dettaglio.

Di questi 24mila sono lavoratori dipendenti e 81 mila sono lavoratori indipendenti (titolari e loro collaboratori familiari).

Questa dinamica, testimonia l'acuirsi della crisi del settore ed indica la situazione particolarmente critica degli esercizi di vicinato, ai quali sono sostanzialmente ascrivibili poco meno di 50mila occupati indipendenti in meno, secondo nostre stime.

	Variazione 2012-2013
Occupati Commercio (all'ingrosso e dettaglio)	-105mila
Di cui Commercio al dettaglio	-53mila

NEGOZI SFITTI E CITTÀ DESERTE

**La chiusura di imprese commerciali sta causando una nova emergenza.
i negozi sfitti hanno superato la quota di 600.000: centomila in più rispetto al 2012.**

INDAGINE ANAMA-CONFESERCENTI SULLA CHIUSURA DEI NEGOZI IN ITALIA (VALORI %)

Tabella 1 - Percentuale negozi sfitti - Canoni annui - Anno 2014

CITTÀ	% negozi chiusi *	perdita economica (-9% medio rispetto 2012)**	
		min	max
Bari	36%	€ 21.840	€ 38.220
Bergamo	18%	€ 31.850	€ 50.050
Bologna	37%	€ 27.300	€ 54.600
Cagliari	29%	€ 20.202	€ 43.680
Catania	15%	€ 16.380	€ 32.760
Firenze	15%	€ 32.760	€ 65.520
Genova	25%	€ 19.110	€ 43.680
Milano***	8%	€ 72.800	€ 109.200
Napoli	14%	€ 43.680	€ 87.360
Padova	25%	€ 32.760	€ 65.520
Palermo	20%	€ 21.840	€ 54.600
Parma	23%	€ 20.748	€ 38.220
Roma***	7%	€ 72.800	€ 109.200
Rovigo	30%	€ 10.920	€ 32.760
Torino	21%	€ 32.760	€ 65.520
Verona	16%	€ 32.760	€ 65.520
Trento	19%	€ 27.300	€ 36.400
Venezia - Mestre	25%	€ 38.220	€ 54.600

Fonte: rilevazione presso agenzie immobiliari ANAMA

* 100% = totale negozi nel centro della città

** perdita economica annua per singola unità sfitta di superficie media

*** Per Milano e Roma per piccole superfici escluse le vie della moda.

CONTINUA LA CHIUSURA DI NEGOZI NELLE GRANDI CITTÀ ITALIANE

- Roma e Milano tengono ancora bene, anche se si registrano un buon numero di negozi sfitti.
- Si stimano in circa 600.000 negozi sfitti, per una perdita annua di circa 27 miliardi di ulteriori canoni non percepiti, con la conseguente perdita di gettito fiscale.
- Secondo l'indagine ANAMA, la città più in crisi è Bologna, seguita da Bari, Rovigo, Cagliari, Venezia e Genova.

**DEREGULATION O MODELLO SOSTENIBILE
SONO OLTRE 100 I CENTRI COMMERCIALI EDIFICATI E ABBANDONATI.
UNA CEMENTIFICAZIONE SPESSO INVASIVA DIFFICILMENTE RICONVERTIBILE.**

Il futuro del commercio: scegliamo un modello sostenibile!

La spinta ad una maggiore apertura e competitività del mercato non può sovrastare e travolgere l'esigenza comune del rispetto di alcuni valori etici/culturali della comunità, a cui tutti i cittadini appartengono. Per questo è necessario armonizzare le opportunità di sviluppo e offerta commerciale introdotte con le liberalizzazioni con i tempi di vita delle famiglie e della comunità nel suo insieme, sia per il rispetto delle feste religiose e civili, sia per il meritato riposo dei lavoratori e per la necessità di dare comunque giusti ritmi a uno stile di vita spesso troppo frenetico e complesso.

Il commercio "di vicinato" è meno invasivo, occupando spazi già predisposti – da più di un secolo – all'interno dei tessuti urbani delle nostre città. E quando un negozio finisce il suo ciclo di vita viene sostituito da un'altra -attività, senza lasciare cattedrali (in rovina) nel deserto a testimoniare il suo passaggio.

Il commercio di vicinato è uno strumento di riqualificazione.

Grazie alla flessibilità è possibile usare i negozi come volano di sviluppo nelle zone degradate delle nostre città, trasformando vicoli abbandonati in centri di aggregazione e socializzazione e valorizzazione dell'esistente.

Il commercio aiuta il turismo

I negozi sono un volano per l'industria turistica, ed il principale veicolo attraverso il quale la spesa dei visitatori ricade sul territorio. Non solo: la presenza di negozi fa rivivere i centri storici delle città, i quartieri, trasformando i rioni e le arterie storiche in potenti attrattori turistici, e propri 'catalizzatori' che svolgono il ruolo di potenziatori del valore storico-culturale dei nostri centri città.

Il commercio tradizionale rende le città più sicure

I piccoli negozi sono vere e proprie 'cinture di sicurezza' e protezione sociale: costituiscono infatti un presidio urbano costante nel territorio, contribuendo a rendere le strade più sicure e protette dal degrado urbano, dal disagio sociale e dalla criminalità.

UNA NUOVA LEGGE, PERCHE' NON SI PUO' SALVARE UN NEGOZIO CON 16 EURO

La Camera ha approvato la proposta di legge, di cui è relatore l'onorevole Senaldi, varando **UNA NUOVA DISCIPLINA DEGLI ORARI CHE NON CAMBIA NULLA.**

La riduzione delle giornate di chiusura obbligatoria da 12 a 6 ogni anno, infatti, non risolve le problematiche segnalate dalle PMI: in totale, infatti, le domeniche e festività nel corso dell'anno sono 60. Inoltre, i 6 giorni di chiusura non saranno contemporanei per tutti, ma affidati alla scelta di ogni singola azienda commerciale. È facile prevedere, dunque, chiusure 'a turno' che renderanno del tutto inutile la revisione della normativa.

In questo modo, la Camera ha sbattuto la porta in faccia ai 650mila imprenditori commerciali che ancora mantengono vive le nostre città, e che hanno sostenuto la proposta di legge di iniziativa popolare lanciata da Confesercenti. Imprenditori che attendevano, dal Parlamento, una proposta ben diversa.

Come contentino, è stato proposto un **fondo di sostegno al commercio di vicinato**. Fondo molto esiguo: la proposta del relatore individua infatti un piano di risorse che ammonta a 15 milioni di euro l'anno per sei anni da destinare ad interventi di ampliamento attività o efficienza energetica, più altri 3 milioni di euro l'anno per contribuire all'erogazione di contributi per fronteggiare il caro-affitti.

Bastano due conti per capire come il fondo sia del tutto insufficiente. Se consideriamo solo il 40% circa delle 470mila micro-imprese commerciali italiane con due dipendenti o meno (i negozi familiari) che sono attualmente in attivo, il **fondo basterebbe a garantire appena 16 euro l'anno per ogni impresa.**

Un fondo irrisorio per un settore in crisi.

REGOLAMENTARE GLI ORARI BATTAGLIA DI RETROGUARDIA?

Quando rivendichiamo la necessità di una nuova disciplina sugli orari, c'è chi ci accusa di sostenere battaglie di retroguardia e di difendere l'indifendibile, c'è chi ci rimprovera che "col commercio on-line si acquista 24h su 24h", che bisogna adeguarsi; c'è chi dice che i piccoli negozi sono superati e che non rispondono più alle esigenze dei consumatori, e che per questo il mercato deve essere libero.

Ma nel nostro "falso libero mercato" cosa avviene? La grande distribuzione continua ad incrementare la propria quota di mercato riducendo la presenza delle altre forme distributive del commercio.

L'esatto opposto di ciò che occorrerebbe favorire: una presenza equilibrata delle diverse forme distributive, unico modello che tutela realmente la concorrenza.

Confesercenti ha sempre sostenuto il principio, che laddove le condizioni socio-economiche lo richiedono, è giusto prevedere aperture domenicali e festive.

Laddove non ci sono le condizioni, le aperture senza stop alterano le condizioni di mercato.

UNA PROPOSTA DI MEDIAZIONE: PIÙ FLESSIBILITÀ, MA RESTITUIRE LE COMPETENZE AL TERRITORIO.

Per questo vogliamo rilanciare una proposta di mediazione, partendo dal testo originale del compromesso Senaldi, che prevedeva 12 chiusure obbligatorie durante l'anno. Una base di partenza congrua - si tratta di 1 giorno di stop al mese - che vorremmo declinare con la massima flessibilità introducendo la possibilità da parte dei Sindaci di azzerarle o raddoppiarle a seconda delle esigenze del territorio.

Si restituirebbe così agli Enti locali la competenza in materia di orari dei negozi, scippata dal Governo Monti per "garantire maggiore concorrenza".

Una scelta che ha trovato in disaccordo anche i Consigli regionali di VENETO, ABRUZZO, MOLISE E LOMBARDIA che hanno richiesto l'indizione di un referendum abrogativo per cancellare l'attuale norma sugli orari.

GUARDIAMO AL FUTURO

Il sistema imprenditoriale diffuso è una ricchezza economica e sociale per il Paese. È un sistema flessibile, composto da migliaia di PMI, molto spesso a gestione familiare: negli Usa le chiamano le *“botteghe di Pa e Ma”*, imprese il cui perimetro corrisponde a quello della famiglia che le gestisce. E che hanno garantito all'Italia lavoro, sviluppo e innovazione. Un processo che va avanti ancora oggi: sono moltissimi i giovani (ne stimiamo più di 100mila) che durante la crisi hanno tentato di creare un posto di lavoro per sé e un sostegno per la propria famiglia tentando l'avventura imprenditoriale. Negli ultimi anni, però, anche a causa delle liberalizzazioni, fare impresa è diventato difficilissimo. Questi i principali effetti riscontrati:

ESISTENZA IN VITA SEMPRE PIÙ BREVE

A giugno 2014 oltre il 40% delle attività aperte nel 2010 – circa 27mila imprese – è già sparito.

CAPITALI BRUCIATI

Le 27mila imprese scomparse hanno portato a bruciare 2,7 miliardi di euro usati come investimento iniziale per avviare l'attività.

RILANCIAMO L'AUTOIMPRENDITORIALITÀ, diamo vita e vigore ad una nuova fase di sviluppo: ma dobbiamo farlo sostenendo le nuove imprese, non distruggendole. Per le start up devono essere garantite formazione, tutoraggio e agevolazioni fiscali. Solo così si concretizzeranno le condizioni per la ripresa economica e per una maggiore occupazione.

GLI ITALIANI CAPISCONO IL VALORE DEL COMMERCIO DI VICINATO

La nostra lotta è impopolare? Non è vero, la maggior parte degli italiani è dalla nostra parte: il 59% ritiene che sarebbe opportuno rivedere la norma sugli orari per tutelare le imprese indipendenti, il 53% che ci sta guadagnando solo la grande distribuzione e addirittura il 67% ritiene che la rete di negozi del commercio di vicinato sia indebolita rispetto a due anni fa. È quanto emerge da un sondaggio condotto con SWG, che riportiamo di seguito.

Nel centro urbano della sua città hanno chiuso piccoli esercizi commerciali di cui era cliente abituale?

sì molti	46
sì, ma episodicamente	38
no	16

(valori%)

Ritiene che, attualmente, il suo quartiere/centro urbano offra rispetto a due anni fa meno servizi di vicinato, inteso come negozi tradizionali?

sì	67
no	33

(valori%)

La liberalizzazione degli orari e dei giorni di apertura nel commercio ha causato la chiusura di migliaia di negozi tradizionali, che non possono competere con la Grande Distribuzione Organizzata. Secondo lei, sarebbe opportuno rivedere la normativa in maniera da tutelare le piccole imprese indipendenti?

sì	59
no	23
non sa	18

(valori%)

Secondo lei, con le liberalizzazioni, chi ci guadagna?

i consumatori, che possono usufruire di maggiori opportunità di acquisto	29
la Grande Distribuzione Organizzata, che sta assorbendo le quote di mercato dei negozi indipendenti	53
nessuno	7
non sa	11