ASCOM
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
TORINO E PROVINCIA

MISURE URGENTI PER LA TUTELA DEL COMMERCIO DI PROSSIMITÀ

TORINO 29 GENNAIO 2020

Negli ultimi anni è proseguita la tendenza alla contrazione della rete distributiva ed alla riduzione della varietà dell'offerta commerciale. Le conseguenze maggiori hanno riguardato la rete distributiva "tradizionale", composta da micro e piccole imprese a conduzione familiare, operanti all'interno delle aree urbane.

Al di là del calo dei consumi e di un trend demografico ormai consolidato, tale fenomeno deriva da una serie di fenomeni e criticità che stanno determinando una vera e propria destrutturazione della distribuzione commerciale:

- inadeguatezza delle regole della programmazione commerciale
- disparità di regole (fiscali, amministrative, ecc.) nell'esercizio dell'attività di vendita al consumatore finale effettuata da imprese di altri settori economici (agricoltori, produttori, ecc.) ovvero da soggetti non imprenditori (es. hobbisti);
- crescita dell'e-commerce, anch'essa favorita dall'assenza di una normativa corrispondente a quella del commercio fisico
- pressione al rialzo dei canoni di locazione nelle aree centrali come conseguenza di una crescente polarizzazione dei luoghi del commercio;
- presenza diffusa, anche in ambito urbano, di *contenitori* vuoti (fabbriche ed edifici pubblici dismessi, locali sfitti anche in ara centrale) che generano situazioni di degrado ed abbandono dannose anche per l'ambiente circostante;
- limitazione alla circolazione veicolare e difficoltà nell'accesso (ztl, blocchi del traffico, rete di trasporto da implementare, ecc.);
- assenza di risorse per l'attivazione ed il mantenimento nel tempo di politiche pubbliche a sostegno dell'innovazione tecnologica e dei modelli di business.

Negli ultimi anni è risultata sempre più evidente la stretta correlazione tra declino del commercio, soprattutto nelle diverse forme operanti nelle aree urbane, e decadimento delle città, sia centri storici sia aree periferiche. Sembra essersi innescato un vero e proprio circolo vizioso che rischia di sfociare in un peggioramento della qualità della vita delle città, in un aumento della percezione di scarsa sicurezza se non di assenza di ordine pubblico e, in genere, un impoverimento del ruolo e del valore sociale dei centri urbani da cui Torino non è immune.

L'ambiente urbano risulta pertanto sempre più influenzato dalla crisi del commercio, visto che:

- le città italiane stanno registrando una quota dismessa pari al 20/30 per cento dello zoccolo costruito nel corso dei secoli al piano terreno degli edifici per essere utilizzato come commercio, servizi, artigianato, pubblici esercizi;
- anche le aree mercatali, tradizionale cuore pulsante delle nostre città, stanno affrontando una inedita e grave situazione di crisi, che trova riscontro nel crescente numero di posteggi che quotidianamente non vengono assegnati (negli ultimi anni a Torino un posto su cinque è rimasto sguarnito) mentre interi comparti vivono fenomeni di crescita incontrollata e di cannibalizzazione del mercato;
- la sopravvivenza del negozio nel centro storico dipende anche dal livello dei canoni d'affitto e, in particolare, dal rapporto tra canoni nel centro e in periferia: ogni 10% di incremento di questo rapporto comporta, a parità di altre condizioni, una riduzione dell'8% dei negozi del centro (oltre il 18% delle chiusure registrate nel periodo 2008-2016 sono spiegate da questo fenomeno).

A fronte di questo scenario asfittico per il mondo del commercio, che gli americani definiscono Retail Apocalyps, è dunque evidente da **necessità di trovare un equilibrio tra tutela della libertà di impresa e i motivi imperativi di interesse generale, peraltro suggerita dalla recente giurisprudenza del Consiglio di stato** (sentenza n. 298 del 14 gennaio 2019) nonché dagli orientamenti del Comitato economico e Sociale Europeo (con un parere sul settore europeo del commercio al dettaglio adottato il 12 dicembre 2018).

Desertificazione commerciale dei centri urbani e conseguente degrado delle aree urbane sono infatti problemi di urgente attualità, cui le amministrazioni comunali, in sinergia con Città Metropolitana e Regione, devono dare risposta da subito, anche attuando politiche locali a sostegno della crescita e della vitalità dei centri urbani, seguendo un filone progettuale e normativo che d'altra parte già altre amministrazioni comunali hanno sposato tra cui realtà complesse e rilevanti **come Milano, Genova, Bologna e Firenze**, a riprova dell'improrogabilità di interventi decisi per la salvaguardia della rete distributiva di prossimità.

La nostra richiesta è quindi che la Città di Torino manifesti l'impegno a sottoscrivere con le Organizzazioni di Categoria un apposito **"Protocollo per un Ambiente Urbano vitale ed attrattivo e la tutela del commercio di prossimità"**, un **patto per il territorio** che possa definire le priorità di azioni per sostenere l'attrattività territoriale, la vivacità economica e sociale della città di Torino e la sopravvivenza delle piccole imprese puntando su:

A) Pianificazione e governo del territorio:

- **Adozione di piani regolamenti comunali volti a garantire la salvaguardia del pluralismo delle forme distributive**, avviando **un percorso di revisione dei criteri commerciali comunali** anche mediante la previsione di servizi continuativi a supporto della competitività dei centri urbani interessati dell'intervento commerciale di grandi dimensioni;

- **Guidare l'inserimento dei nuovi insediamenti commerciali in ambito urbano**, in una prospettiva di salvaguardia dell'attrattività territoriale e della vivacità economica ed imprenditoriale (art. 31

comma 2 della legge 22 dicembre 2011, n. 124 di conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, e s.m.i. (**tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano**);

- **Adozione di una programmazione delle aperture degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande** al pubblico con divieti o limitazioni per ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità (**Art. 64. del D.Lgs. 59/2010** Attuazione della direttiva 2006/123/CE)

- **Istituzione di zone o aree aventi particolare valore archeologico, storico, artistico e paesaggistico in cui vietare o subordinare ad autorizzazione l'esercizio di una o più attività, individuate con riferimento al tipo o alla categoria merceologica**, in quanto non compatibile con le esigenze di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale **(Art. 1, comma 4 del D.Lgs. 222/2016)**

B) Agevolazioni fiscali

- Istituzione, in aree da valorizzare, **di zone a fiscalità differenziata per favorire la creazione di nuove imprese e lo sviluppo di imprese già esistenti** a forte impatto di attrattività territoriale (es. attività turistiche, negozi e locali storici) con l'utilizzo delle risorse derivanti da insediamenti commerciali di medie e grandi strutture di vendita.

- **Adozione di sistemi di tariffazione puntuale del servizio di smaltimento rifiuti** rivedendo i meccanismi dell'assimilazione favorendo, mediante sgravi e premialità, comportamenti virtuosi di riduzione della produzione di rifiuti e implementazione dell'avvio al recupero dei materiali riciclabili.

- Agevolare nuovi insediamenti commerciali o il mantenimento di attività economiche per tipologia di attività o per area di intervento con **la riduzione dei principali tributi locali a carico delle imprese** (IMU, TARI, suolo pubblico, pubblicità ecc.).

C) Lotta al degrado e recupero spazi sfitti

- **Garantire il decoro urbano** anche mediante accordi pubblico privati per la manutenzione ordinaria e straordinaria deli edifici e nuove istallazioni di **arredo urbano.**

- **Incrementare la sicurezza** nelle zone urbane.

- **Avvio di procedure per la sottoscrizione di accordi con i proprietari di spazi sfitti al fine di incentivare la manutenzione dei locali** sfitti, favorire interventi di recupero degli spazi dismessi, sensibilizzare al **riuso temporaneo** degli spazi come leva di animazione culturale ed incentivo alla rioccupazione dello spazio.

D) Ambiente e accessibilità

- **Garantire la piena accessibilità al centro urbano** tramite una dotazione adeguata di parcheggi, mezzi di trasporto, aree di transito pedonali, piste ciclabili e accessi per soggetti diversamente abili.

- **Subordinare l'adozione di misure restrittive della mobilità e circolazione veicolare ad una preliminare valutazione di impatto socio economico e alla piena attuazione all'adozione di linee guida per la mobilità sostenibile (PUMS) a livello locale.**

- Sostenere la competitività e l'innovazione delle imprese del terziario, della logistica e della mobilità delle merci **implementando l'utilizzo di piattaforme logistiche per le merci e sistemi di mobilità sostenibile per la consegna** anche mediante sistemi digitali per la gestione delle piazzole di carico e scarico e della distribuzione delle merci in consegna.

E) Regole e concorrenza leale

- Proseguire nel **contrasto ad ogni forma di abusivismo**, incentivando il sistema di controllo e monitoraggio delle nuove norme e delle nuove forme sommerse di impresa con controlli puntuali e tempestivi dei fenomeni emergenti in particolare in ambito di ricettività, home food e home delivery, esercizio abusivo di professioni, hobbisti, mercati e manifestazioni abusivi.

F) Imprenditorialità

- Riconoscimento e sostegno alla creazione di **marchi e percorsi di valorizzazione, mantenimento e promozione delle eccellenze**, dei locali storici, dei mercati e delle fiere tradizionali, delle produzioni **come elemento identitario dell'intera collettività.**

- Misure di incentivo e premialità a sostegno di percorsi di **miglioramento della competitività delle imprese** al fine di rafforzare le maglie della rete distributiva locale.

- Prevedere **misure di sostegno per favorire nuove aperture, il passaggio generazionale e forme collaborative e di filiera** con percorsi di formazione continua per accrescere la competitività delle singole imprese e del territorio con l'utilizzo delle risorse derivanti da insediamenti commerciali di medie e grandi strutture di vendita.

G) Turismo

- Inserire il turismo tra le priorità di intervento.

- Creare sinergie tra turismo e cultura, favorendo la nascita di imprese culturali creative e di programmi culturali a sostegno del commercio.

- Rafforzare il confronto con le Organizzazioni di categoria per una programmazione coordinata di strategie, marketing, eventi, iniziative promozionali.

Torino, 29 gennaio 2020

La Presidente Ascom Confcommercio Torino e Provincia

Maria Luisa Coppa