

**ORARI DI APERTURA
DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI**

Audizione Federdistribuzione
X Commissione (Attività Produttive, Commercio e Turismo)
Camera dei Deputati
25 settembre 2018

I n d i c e

La posizione di Federdistribuzione	pag. 3
Le proposte di legge	pag. 11
Disposizioni normative, segnalazioni Antitrust, sentenze Corte Costituzionale	pag. 24
(Rassegna giurisprudenziale sul rapporto tra "Tutela della concorrenza" e "Commercio" – Interventi Corte Costituzionale e Interventi TAR)	pag. 32

Orari di apertura degli esercizi commerciali

Posizione di Federdistribuzione

Siamo da sempre favorevoli alle aperture domenicali e festive perché riteniamo siano **un vero servizio per i cittadini**, che non apprezzerrebbero una regolamentazione restrittiva dopo quasi 7 anni di liberalizzazione (**19,5 milioni di famiglie acquistano la domenica, 12 milioni nella sola Distribuzione Moderna Organizzata**).

Inoltre, introducendo limitazioni,

- **si avrebbero impatti sui livelli occupazionali:** 42.000 posti di lavoro a rischio
- **si indebolirebbe la dinamica dei consumi:** circa il 2% in meno
- **si frenerebbero gli investimenti** delle imprese,
- **si favorirebbe il commercio on line**, una vetrina sempre aperta e che già gode di meno vincoli su promozioni e sottocosto.

Auspichiamo che si possa instaurare **un sereno confronto per arrivare ad una soluzione nazionale nella quale siano considerati tutti gli elementi in discussione, in un momento di trasformazione epocale del mondo del commercio, in cui abbandonare modelli del passato e guardare a scelte politiche che sostengano la fiducia nel futuro di consumatori e imprese.**

Le motivazioni

A fine 2011 è entrata in vigore la piena liberalizzazione degli orari di apertura dei negozi (DL 201/11). Una legge nazionale, basata sul principio che il tema degli orari è attinente alla **tutela e promozione della concorrenza** e che stabilisce la libertà dell'imprenditore di gestire al meglio la propria rete commerciale, nel rispetto delle leggi e dei contratti, come già accade nell'industria, dove 330.000 persone lavorano la domenica. Del resto sono 4,7 milioni le persone che lavorano la domenica in Italia, dei quali 3,4 milioni come dipendenti (il 20% del totale), con 2,2 milioni nei servizi "non essenziali" ¹.

La norma del 2011 è intervenuta **risolvendo una situazione nella quale la decisione sulle aperture domenicali e festive era demandata alle Amministrazioni Locali**, con il risultato di avere un quadro estremamente disomogeneo a livello territoriale. Fatto che determinava gravi lesioni alla concorrenza e costi impropri per le imprese nonché discriminazioni tra i cittadini, che godevano di opportunità commerciali diverse a distanza di pochi chilometri gli uni dagli altri.

Il provvedimento completava un naturale percorso di liberalizzazione del settore verso il quale già precedenti interventi normativi si stavano orientando, a cominciare dalle "lenzuolate" di Bersani (che stabilivano 12 domeniche

¹ Elaborazioni Ufficio Studi CGIA su dati Istat

di aperture più la facoltà per le amministrazioni locali di aumentare questo numero per comuni turistici, città d'arte e zone comunali, come i centri città) fino al provvedimento del Governo Berlusconi che nell'estate del 2011 liberalizzava le aperture domenicali e festive nei comuni turistici e nelle città d'arte (ben 3.905 sugli 8.092 comuni del territorio nazionale).

Considerando le diverse leggi locali, si può stimare che, **prima della legge del 2011, oltre il 50% della popolazione italiana risiedesse in comuni turistici, città d'arte o comuni che avessero zone di completa apertura delle giornate domenicali e festive.**

Il Governo Monti non ha quindi stravolto un intero sistema, ma ha ampliato un'impostazione già presente e in evoluzione.

Il provvedimento è stato emanato in un momento nel quale **il Paese stava attraversando la sua peggior crisi del dopoguerra**, caratterizzata da un crollo dei consumi, calati di 8 miliardi tra il 2007 e il 2013, pari all'8% del totale.

In questo quadro ci sono stati tre effetti principali:

1. un maggior numero di giorni e ore lavorate. Con 24,5 milioni di ore lavorate in più nella sola Distribuzione Moderna Organizzata, sono stati **erogati ogni anno oltre 400 milioni di maggiori stipendi**, equivalenti a 16.000 posti di lavoro ²;
2. un sostegno ai consumi, che sarebbero crollati maggiormente rispetto a quanto si è verificato. Le nostre stime definiscono un **supporto alla dinamica dei consumi pari al +2% per i beni non alimentari e al +1% per quelli alimentari** ³.
3. un **sostegno agli investimenti**, che hanno tratto beneficio dalle maggiori vendite generate dalle aperture domenicali. Nonostante la crisi, **le imprese della DMO hanno continuato ad investire circa 3 miliardi ogni anno**, attivando un indotto locale che ha prodotto maggiore sviluppo e occupazione.

La liberalizzazione degli orari di apertura ha quindi contribuito a sostenere il potere d'acquisto delle famiglie, l'occupazione e i consumi, in uno scenario nel quale proprio quelle variabili rappresentavano i punti deboli di un sistema Paese in grave difficoltà economica e sociale.

A distanza di quasi 7 anni dalla norma di liberalizzazione del 2011 si deve registrare che:

- **19,5 milioni di famiglie comprano la domenica** (il 75% del totale) e per il **58% di esse (15 milioni) l'acquisto domenicale è diventata un'abitudine consolidata**. Il 27% di chi compra attualmente la domenica ha acquistato in quel giorno più frequentemente che in passato. Gli acquisti domenicali si distribuiscono su tutte le tipologie di negozi: vengono frequentati supermercati di ogni dimensione (nel 64% dei casi) ma anche grandi superfici specializzate in prodotti

² Elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali

³ Elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali

non food come elettrodomestici, mobili, articoli sportivi, fai da tè, ecc (47% dei casi), Discount (42%) e Grandi Magazzini (30%). Significativa anche la frequentazione dei negozi tradizionali (23%) e di quelli nei centri storici (16%)⁴. Nella Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) sono 12 milioni i consumatori che comprano ogni domenica⁵.

Sono numeri che testimoniano il gradimento delle aperture domenicali e festive da parte delle famiglie, che manifestano con i loro comportamenti gli effetti positivi della norma sulla liberalizzazione degli orari;

- laddove i punti vendita rimangono aperti 7 giorni, **la domenica è il secondo giorno per fatturato**, rappresentando quasi il 15% del fatturato settimanale; il primo giorno rimane naturalmente il sabato, con un'incidenza media che è tra il 20 e il 25%, molto variabile a seconda dei settori nei quali operano i punti vendita⁶;
- **non si è verificata una liberalizzazione selvaggia**. La domenica e nei giorni festivi restano aperti solo i punti vendita per i quali l'imprenditore è convinto di fornire un servizio ai consumatori mantenendo un corretto equilibrio sul conto economico. L'applicazione della norma non ha quindi generato un "far west commerciale" come da più parti si sente dire, ma ha prodotto un'offerta migliore e più coerente con le esigenze dei consumatori laddove la situazione lo ha richiesto; in particolare per le festività ve ne sono alcune nelle quali le aperture sono molto limitate (ad esempio Natale) mentre altre sono viste dai consumatori come opportunità di acquisto tranquillo e consapevole e quindi il numero di punti vendita aperti è superiore;
- **non si è verificato un crollo del numero degli esercizi commerciali**. L'Italia è il Paese in Europa con il maggior numero di negozi "tradizionali" e di imprese commerciali (606.224 imprese in Italia, rispetto alle 506.635 in Francia, alle 333.294 in Germania e alle 486.684 in Spagna⁷). Secondo l'Osservatorio del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico tra il 2012 (anno di entrata in vigore della liberalizzazione) e il 2017 il numero complessivo dei punti vendita è sceso solo dell'1,4%. Questa tendenza riflette da un lato un trend storico che vede un progressivo processo di razionalizzazione della rete e dall'altro l'impatto della crisi. A riprova degli effetti della crisi sul generale mondo del commercio può essere significativo ricordare che, tra il 2010 e il 2017, anche la DMO, pur avendo un universo di esercizi molto inferiore numericamente a quello del dettaglio tradizionale, ha registrato un calo nel numero dei punti vendita, diminuiti del 7,4% (il dettaglio tradizionale è sceso del -4,0% e gli ambulanti sono cresciuti del +11,7%)⁸.

⁴ Indagine GFK "La liberalizzazione degli orari di apertura" – Giugno 2018 – Allegato 1

⁵ Elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali

⁶ Elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali

⁷ Fonte Eurostat, statistiche strutturali sulle imprese dell'industria e dei servizi – dati 2016

⁸ Elaborazioni Federdistribuzione da dati Osservatorio del commercio del Mise e Nielsen – Allegato 3

- All'interno del mondo della DMO, nonostante la grave crisi, **i livelli occupazionali sono rimasti stabili, anche grazie alle assunzioni derivate dalle aperture domenicali e festive dei punti vendita**
- **Le persone che lavorano la domenica e nei giorni festivi nella DMO, qualsiasi sia la loro forma contrattuale** (contratto a tempo indeterminato o determinato, contratto di somministrazione, contratto part time week end, contratto a chiamata) **hanno una maggiorazione retributiva del 30% garantita dal CCNL** e hanno comunque diritto, nell'ambito della settimana, a un giorno di riposo. Questa maggiorazione può crescere notevolmente nel caso in cui l'impresa distributiva abbia un contratto integrativo aziendale. Per questa ragione una parte significativa dei lavoratori domenicali è su base volontaria. **I lavoratori domenicali sono per l'83% con contratto a tempo indeterminato**, per il 13% con contratto a tempo determinato e per il 4% con contratto a chiamata o di somministrazione⁹. E' quindi un'occupazione non legata prevalentemente all'impegno domenicale ma che coinvolge in gran parte l'organico strutturale dell'azienda.
- **sono i giovani culturalmente ed economicamente attrezzati quelli che maggiormente comprano la domenica.** Un target significativo e da leggere come indicatore di una tendenza destinata a crescere e di cui sarebbe sbagliato non tenere conto ¹⁰;
- le aperture domenicali e festive appaiono **coerenti con il mutare degli stili di vita e di acquisto delle famiglie**, che chiedono più opportunità e alternative per impegnare il proprio tempo libero, potendo scegliere, anche nell'intero week end, se andare al cinema, a teatro, in un museo, al ristorante o a fare acquisti nei negozi aperti. L'acquisto domenicale viene vissuto come un momento piacevole, nel quale esplorare opportunità in negozi più accoglienti perché meno affollati, spesso svolto in famiglia e quindi anche come atto condiviso ¹¹;
- **l'e-commerce si è enormemente sviluppato, crescendo di 2,5 volte dal 2011 al 2017** ¹², e il confronto con altri Paesi europei induce a prevedere un'ulteriore veloce espansione nei prossimi anni. **Questa crescita, prevalentemente avvenuta grazie ai puri operatori on line, ha ulteriormente introdotto complessità nelle attività del commercio fisico**, che vede il proprio perimetro ridimensionarsi sia per la crisi, che ha sottratto vendite, che per l'azione dei marketplace digitali. Un settore, quello dell'e-commerce, che gode di un vantaggio "scorretto", non essendo sottoposto ai vincoli commerciali (promozioni e sottocosto) che invece condizionano l'operatività dei negozi. Lo sviluppo delle vendite on line, che ha visto triplicare i risultati negli ultimi 5 anni per quanto riguarda le vendite di beni, ha ancora ampi margini di crescita. Ciò rende necessario **ripristinare una leale concorrenza tra commercio on line e off line e non penalizzare il dettaglio "fisico"**, come nel caso

⁹ Elaborazioni Federdistribuzione da dati aziendali

¹⁰ Indagine GFK "La liberalizzazione degli orari di apertura" – Giugno 2018 – Allegato 1

¹¹ Indagine GFK "La liberalizzazione degli orari di apertura" – Giugno 2018 – Allegato 1

¹² Politecnico di Milano – Osservatorio eCommerce – 2018 – Allegato 2

dell'introduzione di nuovi limiti alle aperture domenicali e festive. Né può essere utile, in questo senso, bloccare l'elaborazione da parte degli operatori dell'e-commerce degli ordini fatti nei giorni festivi: nulla cambierebbe per il consumatore, che semplicemente vedrebbe consegnarsi il prodotto con un posticipo di qualche ora.

- **L'Italia non è l'unico Paese in Europa con piena liberalizzazione degli orari. 15 Paesi hanno lo stesso regime italiano**, mentre in altri 4 il quadro è simile, prevedendo la possibilità di aprire scegliendo un giorno di chiusura diverso dalla domenica o chiusure relative solo ad alcune festività. Per ciò che riguarda i maggiori Paesi europei **in Francia tutti i negozi alimentari possono restare aperti la domenica fino alle 13** ed esistono molte deroghe all'obbligo chiusura per gli altri esercizi in zone commerciali e turistiche, definite anche a livello locale. **In Inghilterra non esistono restrizioni per i piccoli negozi mentre per i più grandi l'apertura domenicale è consentita per 8 ore nella giornata** ¹³.

Tutto questo in un contesto nel quale il settore della DMO, come del resto tutto il commercio, continua a soffrire a causa della ancora debolissima dinamica dei consumi (le vendite al dettaglio misurate dall'Istat nei primi 8 mesi dell'anno segnalano un +0,3% a valore ma un -0,4% a volume anno su anno), dopo che nel periodo di crisi sono calati di 80 miliardi (8% del totale). **Ne è testimonianza la caduta degli indicatori di redditività media del comparto della DMO, che si sono quasi dimezzati negli anni della crisi**: l'utile netto calcolato in relazione al fatturato è passato dal +1,4% del 2006 al +0,8% del 2016 (ultimi dati disponibili ¹⁴). **La DMO per mantenere il potere d'acquisto dei consumatori attraverso politiche di servizio, qualità e convenienza ha scontato sulla propria pelle gli effetti della crisi, e questa situazione di difficoltà continua a perdurare anche al momento attuale.**

Tornare indietro rispetto alla situazione attuale implicherebbe:

- inevitabili **impatti sull'occupazione**. Come già detto, fino a questo momento le imprese distributive associate a Federdistribuzione sono riuscite, nel loro complesso, a **mantenere stabili i livelli occupazionali**, nonostante la crisi e alcune difficoltà che hanno colpito specifiche aziende. E questo anche grazie alle aperture domenicali e festive. Non solo: nel 2017 le stesse imprese hanno l'89% dei lavoratori con contratto a tempo indeterminato, hanno assunto 18.000 collaboratori e hanno realizzato investimenti per 1,6 miliardi ¹⁵.

Introdurre una nuova regolamentazione produrrebbe un minor numero di giorni di apertura e di ore lavorate nei punti vendita (e quindi minori vendite), aggiungendosi alle tensioni sull'occupazione generate dalla crescita dell'e-commerce. Inevitabilmente si **genererebbero minori salari distribuiti e una perdita occupazionale che, al minimo, annullerebbero i benefici creati dal 2012** (tra nuova occupazione e posti di lavoro tutelati), senza considerare l'indotto. Ciò anche, come da taluni ipotizzato, nel caso che le vendite tornassero

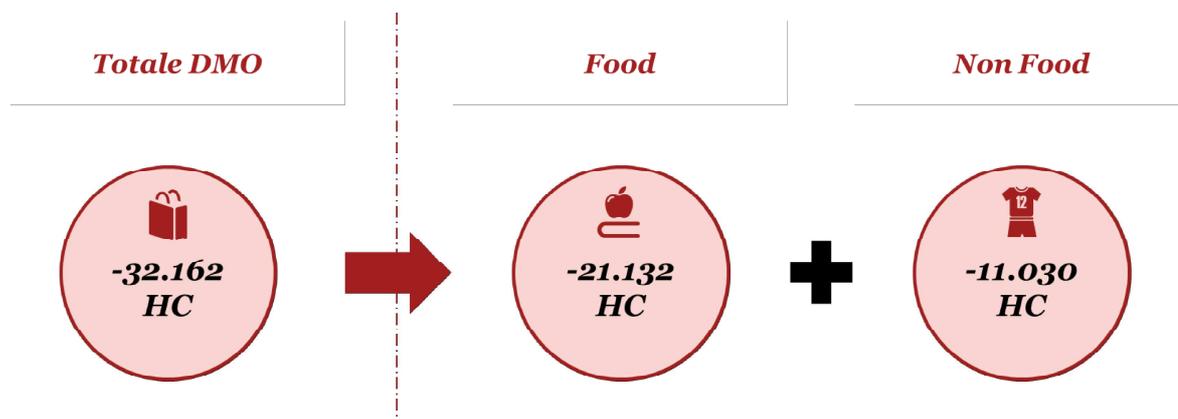
¹³ Fonte: Eurocommerce

¹⁴ Analisi bilanci della Distribuzione Moderna Organizzata – Trade Lab – Novembre 2017

¹⁵ Indagine PricewaterhouseCoopers (PwC) "La gestione delle risorse umane nel Retail" – giugno 2018 – Allegato 5

a spalmarsi su sei giorni anziché sette, a causa della diminuzione del servizio ai clienti.

Stimiamo che la chiusura delle giornate domenicali e festive possa portare, nel solo settore della DMO, un **rischio occupazionale per 32.000 posti di lavoro**¹⁶, incidendo prevalentemente sul tessuto strutturale dell'occupazione del settore, non solo su figure destinate esclusivamente al lavoro domenicale.



Stima del potenziale impatto sull'occupazione (Headcount).

Fonte: elaborazioni PwC per centro studi Federdistribuzione. I dati a livello DMO sono elaborati per proiezione di quelli di Federdistribuzione.

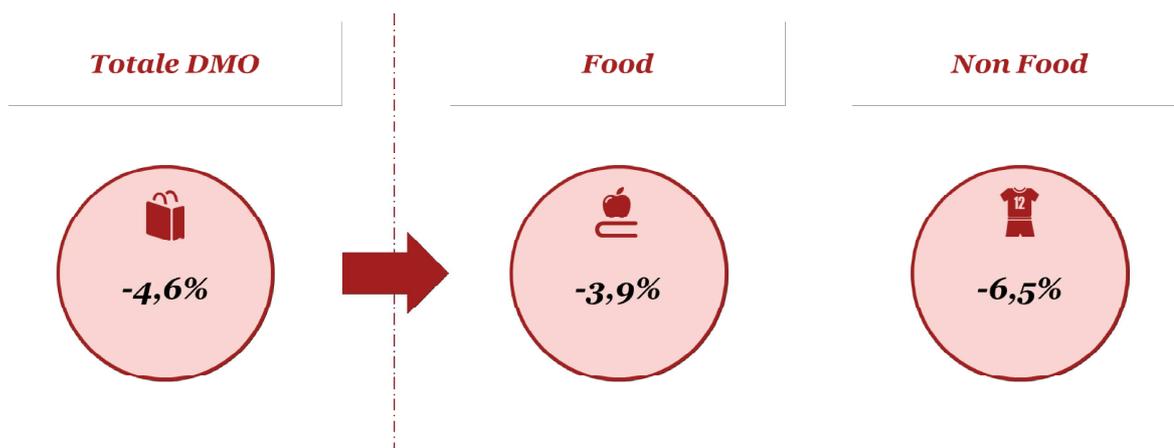
Tutto ciò considerando solo gli impatti diretti sul settore. **Maggiori potrebbero essere le conseguenze se si includessero gli effetti di una restrizione nelle aperture domenicali e festive anche su tutto l'indotto attivato dalla DMO**, pensando, ad esempio, alle imprese di vigilanza o di pulizia dei punti vendita.

In questa visione più allargata degli impatti **si possono prevedere complessivamente 42.000 posti di lavoro a rischio.**

- una **diminuzione delle vendite** in un momento molto complesso per il commercio, stimabile in un **calo di 6 miliardi di euro, pari al 4,6% del fatturato complessivo**. Questa riduzione avverrebbe **sia nel settore alimentare che nel settore non alimentare**, sebbene in quest'ultimo sarebbe di consistenza maggiore. Infatti il calo delle vendite risulterebbe del **-3,9% nel food e del -6,5% nel non food**¹⁷. In particolare nel settore alimentare verrebbero a mancare parte degli acquisti d'impulso e meno essenziali, che pur vengono effettuati anche in un supermercato, generati dal maggior tempo a disposizione la domenica, dall'acquisto familiare, ecc.

¹⁶ Elaborazioni PwC per centro studi Federdistribuzione – Settembre 2018

¹⁷ Elaborazioni PwC per centro studi Federdistribuzione – Settembre 2018



Stima del potenziale impatto sui ricavi totali (in %).

Fonte: elaborazioni PwC per centro studi Federdistribuzione. I dati a livello DMO sono elaborati per proiezione di quelli di ederdistribuzione.

Il settore della DMO ha un'incidenza significativa sulla realtà economica del Paese, coinvolgendo, attraverso il suo indotto, 2 milioni di lavoratori, realizzando il 7% del Valore Aggiunto nazionale e contribuendo con 30 miliardi di tasse e contributi alle entrate dello Stato¹⁸. Imporre fattori di complessità nella sua attività, come la reintroduzione di limiti alle aperture domenicali e festive, ridurrebbe l'impatto positivo che essa può esercitare sul sistema economico locale grazie ai suoi investimenti, che non producono delocalizzazioni ma esclusivamente opportunità per i territori. Da considerare, inoltre, che la chiusura dei grandi Centri Commerciali comporterebbe anche minori vendite per tutti gli esercizi commerciali che si trovano lungo le direttrici di avvicinamento alle grandi strutture, che perderebbero traffico durante le domeniche e quindi fatturato.

- un **calo dei consumi**, un fattore che peraltro non ha ancora consolidato un robusto percorso di sviluppo, se consideriamo, come già detto, che le vendite al dettaglio misurate dall'Istat per i primi 7 mesi del 2018 sono totalmente piatte: +0,0%, mentre sono cresciute, sebbene debolmente, del +0,9% nel 2017. Questo rallentamento è, peraltro, in linea con la frenata dell'economia nazionale che l'Istat ha registrato nel secondo trimestre del 2018 e che si sta prospettando per il prossimo futuro. Agire con elementi di penalizzazione in un quadro potenzialmente in peggioramento appare davvero una scelta poco oculata!
- una **riduzione degli investimenti**, con il conseguente minor apporto del settore della DMO allo sviluppo delle economie locali e delle PMI, considerando che l'investimento delle imprese distributive non produce delocalizzazione ma attiva un moltiplicatore di crescita che agisce a livello locale;

¹⁸ Indagine Ernst & Young (EY) "Il contributo della DMO al Paese. Analisi del Valore Esteso" – Novembre 2017 – Allegato 4

- un **peggioramento del servizio** offerto alla popolazione italiana, il cui gradimento è testimoniato dai 19,5 milioni di famiglie che acquistano la domenica (12 milioni nella sola DMO) e che lo vivrebbero come un danno;
- un indubbio **vantaggio all'e-commerce**, che potrebbe accelerare la propria crescita aggravando così la situazione per il commercio, che investe sui territori creando occupazione, sviluppo locale e presidio sociale;

Conclusioni

Riteniamo fondamentale avviare un serio confronto tra i soggetti coinvolti sul tema degli orari per arrivare ad una **soluzione nazionale nella quale siano considerati tutti gli elementi in discussione.**

Solo una norma nazionale può infatti garantire

- una sana e uniforme concorrenza
- pari opportunità per tutti i consumatori
- costi sotto controllo per le imprese
- trasparenza e non discrezionalità degli Enti Locali
- uniformità e stabilità normativa

In un contesto nel quale il **commercio** è un settore chiave dell'economia ma è colpito dalla crisi in tutte le sue formule di grandi e piccoli negozi, si è di fronte a una permanente stagnazione dei consumi accompagnata da una **trasformazione epocale** dettata da mutazioni radicali dei comportamenti d'acquisto espressi dalla società, digitalizzazione dei processi, sviluppo dell'e-commerce, **non si può pensare di risolvere i problemi dei piccoli ostacolando i grandi.**

Occorre innestare un **processo di riconversione e ammodernamento che, con diverse soluzioni e problematiche, riguardi tutte le componenti del commercio, grande o piccolo che sia.**

E' questa la vera sfida che bisogna affrontare, non guardando a modelli del passato ma a scelte politiche che sostengano la fiducia nel futuro di consumatori e imprese.

Orari di apertura degli esercizi commerciali

Le proposte di legge

Introduzione

Nella legislatura in corso sono state presentate diverse proposte di legge in tema di orari di apertura degli esercizi commerciali. **Cinque di queste sono state assegnate per l'esame alla X Commissione della Camera (Attività produttive)**, ossia:

- **AC 1 (Iniziativa popolare)** recante «*Abrogazione dell'articolo 3, comma 1, lettera d-bis), del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, recante "Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale"*».

Il provvedimento intende abrogare l'art. 3, comma 1, lettera d-bis), del d.l. n. 223/2006, come modificata dall'art. 31 del d.l. n. 201/2011 (Decreto Salva Italia), convertito in legge n. 214/211, volto a prevedere la liberalizzazione degli orari per gli esercizi commerciali, riconsegnando alle Regioni la competenza a regolamentare tale disciplina.

- **AC 457 (Saltamartini + altri - Lega)** recante «*Modifiche all'articolo 3 del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, in materia di disciplina degli orari di apertura degli esercizi commerciali*».

La proposta mira ad abrogare la liberalizzazione degli orari di apertura degli esercizi commerciali (art. 31 del Salva Italia) affidando alle Regioni la competenza in materia e riconoscendo a queste ultime la possibilità di adottare un piano per la regolazione degli orari. Il piano individua anche i giorni e le zone nei quali è possibile derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva. Tali giorni comprendono le domeniche di dicembre e ulteriori 4 domeniche o festività. Gli obblighi di chiusura non si applicano ai piccoli esercizi commerciali situati nelle località turistiche e nei piccoli comuni montani, nonché alle attività commerciali balneari.

- **AC 470 (Benamati + altri - PD)** recante «*Modifiche all'articolo 3 del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, e altre disposizioni, in materia di orari di apertura degli esercizi commerciali.*». Il testo della proposta di legge è **identico** alla proposta approvata alla Camera nella precedente legislatura e pendente al Senato come **DDL AS 1629** (si veda il focus successivo).

Il testo, riprendendo integralmente la proposta di legge approvata alla Camera nel corso della precedente legislatura (AS 1629), prevede **l'obbligo di chiusura per 12 festività all'anno, derogabili a 6 a scelta dell'esercente al dettaglio**. Nessun obbligo di chiusura è previsto per alcune tipologie di attività (es., somministrazione di alimenti e bevande, esercizi specializzati nella vendita di fiori, piante e articoli da giardinaggio, mobili, libri, ecc.). La proposta prevede inoltre la possibilità di predisporre, da parte dei Comuni, **accordi territoriali non vincolanti** per la definizione degli orari e delle chiusure degli esercizi commerciali; istituzione di un osservatorio regionale che verifichi gli effetti derivanti dall'attuazione della legge.

- **AC 526 (Crippa + altri – M5S)** recante «*Modifica all'articolo 3 del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, e altre disposizioni in materia di disciplina degli orari di apertura degli esercizi commerciali*».

La proposta di legge prevede l'abrogazione dell'articolo 31 del Salva Italia, affidando alle regioni e agli enti locali la competenza legislativa e la potestà regolamentare sul tema degli orari, che dovranno definire una pianificazione della turnazione delle festività lavorate. Al massimo però potranno essere previsti 12 giorni l'anno di festività lavorate per ogni singolo esercizio commerciale. E in ogni Comune il 25% degli esercizi aperti per settore merceologico. Nessun obbligo di chiusura per la somministrazione di alimenti e bevande, gli esercizi commerciali delle località turistiche e gli esercizi commerciali di cui all'art. 13 del d.lgs. n. 114/1998 (le rivendite di generi di monopolio; gli esercizi di vendita interni ai campeggi, ai villaggi e ai complessi turistici e alberghieri; gli esercizi di vendita al dettaglio situati nelle aree di servizio lungo le autostrade, nelle stazioni ferroviarie, marittime ed aeroportuali; alle rivendite di giornali; le gelaterie e gastronomie; le rosticcerie e le pasticcerie; gli esercizi specializzati nella vendita di bevande, fiori, piante e articoli da giardinaggio, mobili, libri, dischi, nastri magnetici, musicassette, videocassette, opere d'arte, oggetti d'antiquariato, stampe, cartoline, articoli da ricordo e artigianato locale, nonché le stazioni di servizio autostradali, qualora le attività di vendita previste dal presente comma siano svolte in maniera esclusiva e prevalente, e le sale cinematografiche.).

I limiti si applicano anche all'e-commerce, in quanto nei giorni festivi il consumatore potrà effettuare gli ordini *on line* ma l'attività commerciale che si svolge in Italia non sarà esercitata in alcune delle sue fasi.

- **AC 587 (Consiglio Regionale delle Marche)** recante «*Modifica al decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, recante disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale*».

La proposta di legge prevede l'abrogazione della liberalizzazione degli orari di apertura stabilendo che le attività commerciali individuate dal d.lgs. n. 114/1998 e

anche quelle di somministrazione di alimenti e bevande sono svolte rispettando gli orari di apertura e chiusura, l'obbligo della mezza giornata di chiusura infrasettimanale dell'esercizio, nonché la facoltà di apertura domenicale e festiva per un massimo di dodici giornate l'anno, escluse, comunque, le seguenti 12 festività: Capodanno, Epifania, Pasqua, Lunedì dell'Angelo, Anniversario della Liberazione, Festa del lavoro, Festa della Repubblica, Ferragosto, Tutti i Santi, Immacolata Concezione, Natale e Santo Stefano.

Per la facoltà di apertura, le Regioni dispongono un piano triennale tenendo in considerazione la vocazione turistica del territorio e le esigenze della clientela rispetto alle diverse categorie merceologiche. I Comuni registrano il regime delle aperture facoltative deciso dai singoli esercenti e lo trasmettono alle Regioni.

Osservazioni comuni alle cinque proposte di legge

Le proposte di legge in commento, pur nelle loro peculiarità e specificità, hanno un obiettivo comune, ossia **ripristinare gli obblighi di chiusura per gli esercizi commerciali**, abrogando la piena liberalizzazione degli orari attuata con il Decreto Salva Italia (art. 31 del d.l. n. 201/2011, conv. in legge n. 214/2011).

Occorre in primo luogo evidenziare come la liberalizzazione del 2011 abbia consentito al commercio di **migliorare il proprio servizio ai consumatori**, che dimostrano di apprezzare le aperture domenicali e festive: 19,5 milioni di famiglie comprano la domenica (il 75% del totale) e per il 58% di esse (15 milioni) l'acquisto domenicale è diventata un'abitudine consolidata. Il 27% di chi compra attualmente la domenica ha acquistato in quel giorno più frequentemente che in passato¹⁹. Nella Distribuzione Moderna Organizzata (DMO) sono 12 milioni i consumatori che comprano ogni domenica²⁰.

Le maggiori giornate di apertura hanno consentito alle aziende distributive di erogare più salari (400 mio € addizionali ogni anno²¹); hanno inoltre **contribuito a sostenere i consumi**, che altrimenti sarebbero diminuiti in misura ancora superiore. Con la liberalizzazione degli orari ogni imprenditore ha la libertà di decidere quando aprire e quando chiudere, sulla base delle esigenze della sua clientela.

Bisogna oggi considerare che, **con la diffusione degli acquisti su internet, i consumatori hanno la possibilità di comprare on line tutti i giorni e in ogni momento della giornata.**

Va detto inoltre che **non è la liberalizzazione degli orari ad avere impatti negativi sulla distribuzione tradizionale, ma è la situazione economica non favorevole e la concorrenza delle nuove formule di vendita (e-commerce).**

¹⁹ Indagine GFK "La liberalizzazione degli orari di apertura" – Giugno 2018

²⁰ Elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali

²¹ Elaborazioni Federdistribuzione su dati aziendali

A ciò si aggiunga che le **modifiche normative introdotte in tema di orari** di apertura degli esercizi commerciali dal Decreto Salva Italia hanno avuto il grande pregio di stabilire definitivamente la competenza legislativa esclusiva dello Stato sulla materia degli orari, in quanto attinente alla concorrenza. In questo modo è stato possibile **superare le inutili, dispendiose e spesso discriminatorie iniziative degli enti locali che disponendo liberamente sul tema degli orari hanno appesantito il quadro burocratico nel quale le imprese si trovano ad operare, senza alcuna concreta utilità per aziende e consumatori**. Demandare agli enti locali le decisioni sugli orari significa infatti introdurre procedure per la definizione dei calendari delle aperture, realizzazione di eventuali accordi territoriali che richiedono dispendiose attività (consultazioni, riunioni, verbali, ecc.) e, in alcuni casi, anche l'impossibilità oggettiva di definire gli orari: si pensi all'ipotesi in cui si opti a livello locale per turnazioni tra esercizi commerciali. È invero impensabile che si possano mettere d'accordo imprese tra loro concorrenti per definire quali e quante giornate festive restare aperti. L'unica, ma paradossale, soluzione sarebbe quella di procedere ad un'estrazione a sorte! Tutto ciò è contrario alla realizzazione di uno Stato moderno, che mira a snellire la burocrazia e dare con immediatezza e rapidità risposte efficaci alle imprese.

Alla luce di quanto sopra, riteniamo che la **restrizione sugli orari avrebbe effetti negativi** relativi a:

- **inevitabili impatti sull'occupazione.** Introdurre una nuova regolamentazione produrrebbe un minor numero di giorni di apertura e di ore lavorate nei punti vendita (e quindi minori vendite), aggiungendosi alle tensioni sull'occupazione generate dalla crescita dell'e-commerce. Stimiamo un rischio occupazionale diretto e indotto pari a 42.000 posti di lavoro;
- **una diminuzione delle vendite** in un momento molto complesso per il commercio, stimabile in un calo di 6 miliardi di euro, pari al 4,6% del fatturato complessivo²²;
- **un calo dei consumi**, un fattore che peraltro non ha ancora consolidato un robusto percorso di sviluppo;
- **una riduzione degli investimenti**, con il conseguente minor apporto del settore della DMO allo sviluppo delle economie locali e delle PMI, considerando che l'investimento delle imprese distributive non produce delocalizzazione ma attiva un moltiplicatore di crescita che agisce a livello locale;
- **un peggioramento del servizio offerto alla popolazione italiana**, il cui gradimento è testimoniato dai 19,5 milioni di famiglie che acquistano la domenica²³ (12 milioni nella sola DMO);
- **un vantaggio all'e-commerce**, che potrebbe accelerare la propria crescita aggravando così la situazione per il commercio, che investe sui territori creando occupazione, sviluppo locale e presidio sociale.

²² Indagine PwC presso aziende Federdistribuzione «Gli impatti di una nuova regolamentazione delle aperture domenicali e festive - Integrazione all'indagine annuale sulla Gestione delle Risorse Umane nel Retail» – Settembre 2018

²³ Indagine GfK «La liberalizzazione degli orari di apertura» – Giugno 2018

Osservazioni alla Proposta AC 1 (Iniziativa Popolare)

La proposta di legge in esame abroga l'art. 3, comma 1, lettera d-bis), del d.l. n. 223/2006, che sulla base delle modifiche introdotte dal Decreto Salva Italia, prevede la piena liberalizzazione degli orari per gli esercizi commerciali.

Si ripropongono le considerazioni già esposte in precedenza.

Osservazioni alla Proposta AC 457 (Saltamartini + altri - Lega)

Occorre in primo luogo evidenziare come la proposta di legge in commento, pur avendo come obiettivo il superamento della liberalizzazione degli orari di apertura degli esercizi commerciali, preveda - all'articolo 2 - **l'abrogazione dell'intero articolo 31 del Decreto Salva Italia**. Tale norma tuttavia disciplina la materia degli orari solo al comma 1, mentre il successivo **comma 2** disciplina il **principio generale della libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio** senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, e dei beni culturali.

Genera perplessità il fatto che una proposta di legge in tema di orari preveda anche l'abrogazione di una disposizione di legge che nulla rileva su questo tema. Si ritiene pertanto **necessario salvaguardare in ogni caso il comma 2 dell'art. 31** che ha il merito di aver liberato le imprese da tutta una serie di lacci, vincoli, ostacoli, inutili e ingiustificate frammentazioni territoriali, nel rispetto della disciplina comunitaria in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione dei servizi.

Quanto alle restanti disposizioni contenute nella proposta di legge in esame, si segnala quanto segue.

- **Adozione di un piano regionale per la regolazione degli orari che prevede l'obbligo di chiusura domenicale e festivo:** tale piano deve essere adottato dalle *regioni "d'intesa con gli enti locali e sentito il parere delle organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative a livello regionale"*. Come già evidenziato in precedenza l'attribuzione di poteri e competenze sulla materia degli orari comporta **burocrazia e sovrastrutture amministrative/organizzative**. Al fine della redazione del piano regionale sugli orari, infatti, occorrerà prevedere degli accordi sul territorio che inevitabilmente richiederanno dispendiose attività e procedure (consultazioni, riunioni, verbali, ecc.) di cui non si sente alcuna necessità.
- **Applicazione degli obblighi di chiusura a tutte le attività commerciali indicate nel d.lgs. n. 114/1998:** gli obblighi di chiusura riguardano anche il **commercio all'ingrosso** e le forme speciali di vendita previste dal d.lgs. n.

114/1998 (commercio all'ingrosso e forme speciali di vendita come le vendite a favore dei dipendenti, le vendite per mezzo di distributori automatici, la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione, le vendite a domicilio, il commercio elettronico). La previsione **della chiusura nel commercio all'ingrosso non appare pertinente** in ragione del ruolo che tale tipologia di commercio svolge, ossia rifornire anche una miriade di esercizi di somministrazione (bar, ristoranti, ecc.). Attività che, per espressa previsione della proposta di legge, non sono soggette ad alcun limite di apertura. In pratica, queste attività possono rimanere sempre aperte, ma viene tolta loro la possibilità di rifornirsi durante le festività, a discapito quindi della qualità del servizio offerto al consumatore e a danno dunque anche di quest'ultimo. L' esercente, infatti, al fine di garantire la qualità dei prodotti (freschi e freschissimi), deve poter acquistare tali alimenti con il minimo anticipo possibile e tale possibilità verrebbe meno laddove i fornitori (grossisti) fossero obbligati a rimanere chiusi.

La previsione di obblighi di chiusura risulta inoltre **inapplicabile ad alcune tipologie di commercio**: si pensi, ad esempio, **all'e-commerce** Ci si chiede infatti come sia in concreto possibile obbligare i siti internet nazionali a non vendere nelle domeniche/festività. E anche qualora ciò fosse in qualche modo possibile, l'unico effetto sarebbe quello di **penalizzare gli imprenditori italiani**, in quanto i consumatori si orienterebbero facilmente ad acquisti tramite siti internet stranieri (questi ultimi non soggetti alla normativa nazionale).

L'impossibilità applicativa della chiusura obbligatoria riguarda anche altre formule di commercio come, ad esempio, le vendite mediante **distributori automatici**. Pure in questo caso ci si chiede quale sia la modalità (mettere i lucchetti ai distributori?), oltre che la *ratio*, dell'imposizione di orari di chiusura.

- **Deroghe agli obblighi di chiusura**: il piano regionale individua i giorni e le zone nei quali è possibile derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva. Tali giorni comprendono le domeniche di dicembre e ulteriori 4 domeniche o festività. È evidente che **la definizione del piano regionale sugli orari inevitabilmente porterà ad una soluzione che scontenterà sia gli operatori del settore che consumatori**. Le attività commerciali presenti sul territorio, infatti, hanno peculiarità specifiche e, quindi, definire un piano regolatorio che vada incontro alle esigenze di tutti e non penalizzi alcuni operatori a favore di altri, è un'impresa impossibile. Allo stesso modo subiranno un danno i consumatori che saranno costretti a doversi informare su quanto prevede il piano regionale (luoghi e giorni di deroga alle chiusure) e dovranno ogni settimana verificare se e quali attività e dove sono aperte la domenica o nei festivi. Peggiorando così le condizioni di offerta e la libertà di scelta per i consumatori.

Risulta peraltro **illegittimo** quanto previsto nella proposta di legge circa **la deroga agli obblighi di chiusura solo per i piccoli esercizi commerciali situati nelle località turistiche e nei piccoli comuni montani**. La norma comprende una

imprecisione terminologica (la normativa sul commercio non richiama mai i "piccoli esercizi", ma distingue tra esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita), ma ciò che maggiormente rileva è l'**introduzione di un regime discriminatorio che comporta disparità di trattamento tra imprese dello stesso settore**: si obbligano alla chiusura nelle zone turistiche e nei piccoli comuni montani solo le strutture commerciali di maggiori dimensioni. Anche se è ben noto (ma non condivisibile per le ragioni sopra esposte) che l'obiettivo di reintrodurre obblighi di chiusura è di tutelare il piccolo commercio, appare illegittimo arrivare alla conseguenza di penalizzare in modo discrezionale e su base soggettiva determinati operatori. Tutto ciò in contrasto con i principi costituzionali di libertà d'impresa, ragionevolezza e tutela della concorrenza.

Osservazioni alla Proposta AC 470 (Benamati + altri - PD)

Questa proposta, riprendendo integralmente il testo approvato alla Camera nel corso della precedente legislatura (DDL AS 162, prevede l'**obbligo di chiusura per 12 festività all'anno, derogabili a 6 a scelta dell'esercente**, introducendo al contempo un sistema di difficile, se non impossibile, applicazione, creando anche **inutili complessità burocratiche/amministrative**.

Riteniamo opportuno analizzare, sulla base dell'articolato normativo, le criticità del provvedimento:

- **articolo 1**: prevede **12 giornate di chiusura obbligatoria, riducibili a 6 a scelta dell'esercente il commercio al dettaglio**; nessun obbligo di chiusura per alcune tipologie di attività (es., somministrazione di alimenti e bevande, esercizi specializzati nella vendita di fiori, piante e articoli da giardinaggio, mobili, libri, ecc.).

Tale articolo, probabilmente per una mera svista nella scrittura della norma, prevede che **tutte le attività commerciali** individuate dal d.lgs. n. 114/1998 **debbano rispettare 12 giornate di chiusura obbligatoria festiva**. Si tratta quindi non solo del commercio al dettaglio, ma anche di altre forme di vendita come **il commercio all'ingrosso**, la vendita attraverso distributori automatici, la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione, le vendite a domicilio, il commercio elettronico e il commercio ambulante. Inoltre, **solo l'esercente al dettaglio può derogare** a 6 di queste 12 festività di chiusura obbligatoria.

Quanto sopra descritto rappresenta un passo indietro non solo rispetto al Decreto Salva Italia, ma anche rispetto alla situazione precedente: ricordiamo, infatti, che la normativa in vigore prima della riforma di dicembre 2011 escludeva da qualsiasi limite di chiusura le sopraindicate attività, ad eccezione solo del commercio al dettaglio.

In pratica, sulla base di quanto prescritto dall'art. 1 del ddl, i **commercianti al dettaglio devono rimanere chiusi per 6 festività** all'anno su scelta

dell'imprenditore, mentre **tutte le altre formule di commercio sono soggette a 12 chiusure**.

Tale situazione genera perplessità ed è in gran parte inapplicabile se si pensa sia alla funzione che alcune tipologie di commercio svolgono (commercio all'ingrosso che fornisce le attività di somministrazione di alimenti e bevande), che alle diverse modalità di vendita incompatibili - per loro natura - con gli obblighi di chiusura (es., distributori automatici e commercio elettronico).

Si evidenzia in particolare che:

1. la previsione della **chiusura nel commercio all'ingrosso** appare incoerente in ragione del ruolo che tale tipologia di commercio svolge, ossia rifornire non solo i piccoli commercianti al dettaglio, ma anche una miriade di esercizi di somministrazione (bar, ristoranti, ecc.). Attività che, per espressa previsione del ddl, non sono soggette ad alcun limite di apertura. In pratica, queste attività possono rimanere sempre aperte, ma viene tolta loro la possibilità di rifornirsi nei giorni coincidenti con le festività di chiusura obbligatoria **per l'ingrosso**, a discapito quindi della qualità del servizio offerto al consumatore e a danno dunque anche di quest'ultimo. L'esercente, infatti, al fine di garantire la qualità dei prodotti (freschi e freschissimi), deve poter acquistare tali alimenti con il minimo anticipo possibile e tale possibilità verrebbe meno laddove i fornitori (grossisti) fossero obbligati a rimanere chiusi.

Alla luce di queste considerazioni riteniamo che l'inclusione **del commercio all'ingrosso** tra le attività obbligate alle chiusure festive non sia stata voluta, ma sia conseguenza di una mera svista nella redazione della norma che, a causa di una imprecisione tecnica, ha richiamato anche tale tipologia di commercio. Qualora si dovesse riprendere il testo del DDL qui in commento anche nel corso della XVIII legislatura, riteniamo necessario ovviare a questo errore prevedendo l'espressa esclusione **del commercio all'ingrosso** da qualsiasi obbligo di chiusura.

2. la previsione di obblighi di chiusura risulta **inapplicabile ad alcune tipologie di commercio**: si pensi, ad esempio, al **commercio elettronico**. Ci chiediamo infatti come sia in concreto possibile obbligare i siti internet nazionali a non vendere nelle festività di chiusura obbligatoria. E anche qualora ciò fosse in qualche modo possibile, l'unico effetto sarebbe quello di **penalizzare gli imprenditori italiani**, in quanto i consumatori si orienterebbero facilmente ad acquisti tramite siti internet stranieri (questi ultimi non soggetti alla normativa nazionale).

L'impossibilità applicativa della chiusura obbligatoria riguarda anche altre formule di commercio come, ad esempio, le vendite mediante **distributori automatici**. Pure in questo caso ci chiediamo quale sia la modalità (oltre che la *ratio*) dell'imposizione di orari di chiusura.

È dunque evidente, ancora una volta, che la previsione di obblighi di chiusura alle forme di commercio diverse dal dettaglio sia stata **una mera svista** e, quindi, per coerenza e logicità normativa occorrerà, qualora si riparta da questo testo, **escludere da qualsiasi vincolo di orari non solo il commercio all'ingrosso, ma più in generale tutte le tipologie di commercio diverse dalla vendita al dettaglio.**

Ulteriori commenti sull'art. 1

Si prevede un **decreto applicativo del Mise** che definisca le modalità e la tempistica con cui l'esercente al dettaglio darà preventiva comunicazione al Comune dei 6 giorni di deroga scelti: la norma però non dice nulla nel caso in cui il Mise non emani il decreto nei tempi previsti (60 giorni dall'entrata in vigore della legge). Sarebbe opportuno **prevedere un automatismo** che consenta in ogni caso all'imprenditore di esercitare il suo diritto di derogare fino a 6 giornate, senza aspettare eventuali tempi lunghi per l'emanazione del decreto ministeriale (invio di una semplice dichiarazione scritta da trasmettere anche tramite *e-mail*).

Libertà di scelta dei giorni di deroga per ogni punto vendita: la normativa dovrebbe chiarire che nel caso si operi con più punti di vendita, anche nello stesso Comune, sia possibile indicare giorni di chiusura differenti in relazione a ciascun punto vendita.

Pubblici esercizi: la proposta normativa prevede l'esclusione dagli obblighi di chiusura delle attività di **somministrazione di alimenti e bevande**. Questa previsione non tiene conto del fatto che **molti pubblici esercizi operano all'interno di strutture commerciali** (oltre 6.500 esercizi), che dovrebbero quindi rimanere chiusi in coincidenza con le chiusure delle attività commerciali.

Decorrenza degli obblighi di chiusura: gli obblighi di chiusura decorrono dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello di entrata in vigore della legge. Sarebbe più opportuno che l'obbligo di chiusura fosse efficace **decorso un anno** dall'entrata in vigore. Il riferimento "*al 1° gennaio dell'anno successivo*", infatti, rischia di vanificare l'obiettivo della disposizione (ossia dare alle imprese un congruo termine per definire la programmazione commerciale).

- **articolo 2:** possibilità di predisporre, da parte dei Comuni, **accordi territoriali non vincolanti** per la definizione degli orari e delle chiusure degli esercizi commerciali; istituzione di un osservatorio regionale che verifichi gli effetti derivanti dall'attuazione della legge.

La proposta normativa **prevede competenze comunali e regionali che seppur non idonee a vincolare le scelte sulle aperture da parte degli esercenti, creano**

comunque burocrazia e sovrastrutture amministrative. Su questo punto si è espressa anche l'Antitrust nel suo parere al DDL inviato alla X Commissione della Camera: *"... assume carattere restrittivo la possibilità, per i comuni, di predisporre accordi territoriali per la definizione degli orari e delle chiusure degli esercizi commerciali, prevedendo incentivi, anche fiscali, a favore delle imprese che avrebbero aderito ai quadri orari così definiti"*.

I Comuni dovrebbero semplicemente controllare che l'elenco delle chiusure annuali definite dall'imprenditore e comunicate sia effettivamente rispettato, (mentre alle Regioni dovrebbe essere affidato il compito, in coordinamento con i comuni, di garantire un equilibrato e armonico assetto del territorio, identificando le polarità commerciali presenti e da sviluppare, definendo le linee di indirizzo da seguire per migliorare il servizio al consumatore).

- **articolo 3: poteri del sindaco** di definizione degli orari di apertura dei pubblici esercizi e delle attività commerciali e artigianali, per esigenze di sostenibilità ambientale o sociale, nelle zone interessate da fenomeni di aggregazione notturna.

Si tratta di una **modifica superflua**, in quanto già oggi i sindaci possono ordinare la modifica degli orari delle attività pubbliche e private sul territorio (art. 50 e 54 del d.lgs. 267/2000).

- **articolo 4:** istituzione di un **fondo per il sostegno delle micro imprese** attive nel settore del commercio al dettaglio.

Pur condividendo la *ratio* di questa disposizione, evidenziamo come la stessa potrebbe non superare il vaglio di legittimità comunitaria perché **introduce un regime discriminatorio (aiuti di Stato illegittimi)** tra imprese dello stesso settore (commercio), concedendo agevolazioni solo ad alcune.

Osservazioni alla Proposta AC 526 (Crippa + altri – M5S)

La proposta di legge, **ripristinando gli obblighi di chiusura per gli esercizi commerciali**, affida alle **regioni e agli enti locali** la competenza a regolamentare il tema degli orari attraverso la definizione di una **pianificazione che prevede turni di apertura** per le domeniche/festività. **Al massimo però potranno essere previsti 12 giorni l'anno di festività lavorate per ogni esercizio commerciale e, in ogni comune, il 25% degli esercizi aperti per settore merceologico.**

In primo luogo, riprendendo le considerazioni già espresse in precedenza, si ritiene opportuno evidenziare nuovamente come la previsione di piani regionali sul tema degli orari generi **burocrazia, nonché sovrastrutture amministrative/organizzative superflue**. Al fine della redazione del piano regionale sugli orari, infatti, occorrerà

prevedere degli accordi sul territorio che inevitabilmente richiederanno dispendiose attività e procedure (consultazioni, riunioni, verbali, ecc.) di cui non si sente alcuna necessità.

A ciò si aggiunga che, sulla base di quanto indicato nella proposta di legge in esame, sarà di fatto **impossibile definire una pianificazione delle aperture**, se non attraverso un'estrazione a sorte, e forse nemmeno così! Ci si chiede infatti come si possano rispettare i requisiti indicati nel provvedimento che risultano complessi, confusi e "puramente teorici" in quanto non tengono conto delle esigenze di mercato, delle specificità dei territori (es. piccoli comuni) e delle caratteristiche delle imprese che vi operano (es. l'esercente opera con più punti di vendita nello stesso comune). **Il piano appare difficilmente praticabile**: si dovrebbe prevedere un calendario regionale in base al quale, per ogni comune, si definisce una turnazione di tutte le attività commerciali (quindi anche distributori automatici, e-commerce, ecc.) che rimangono aperte nei giorni festivi. Ogni esercizio commerciale però può restare aperto massimo 12 festività/domeniche all'anno e allo stesso tempo, nei giorni festivi di apertura, non possono svolgere l'attività più del 25% degli esercizi commerciali per ogni settore merceologico. Sorgono molti dubbi: con quale criterio si individueranno gli esercizi che resteranno aperti nei periodi dove tradizionalmente si registrano i maggiori incassi (es. in prossimità del Natale o dei saldi)? La turnazione dovrebbe avere la finalità di non danneggiare il consumatore e garantirgli la continuità del servizio: ma come si può garantire la fruibilità del servizio ai consumatori nei piccoli comuni dove magari ci sono solo 2/3 attività per settore merceologico, considerando che non possono restare aperti più del 25% degli esercizi in ogni giorno festivo di apertura? E inoltre, come si potranno rispettare i limiti previsti laddove vi siano, all'interno del medesimo comune, più esercizi commerciali di cui è titolare il medesimo imprenditore? E come saranno individuate (e da quale regione/comune) le 12 aperture per determinate tipologie di attività commerciali a cui si applicano gli obblighi di chiusura, come l'e-commerce, le vendite tramite distributori automatici, le vendite per corrispondenza o tramite televisione?

Se si dovesse comunque riuscire a definire il piano di turnazione in questione, è evidente che lo stesso creerebbe una **discriminatoria disparità di trattamento tra esercizi commerciali** presenti sul territorio, oltre che generare **confusione nel consumatore** che dovrebbe di volta in volta informarsi per sapere se e dove troverà qualche attività aperta. Prolifererebbero poi **tutta una serie di attività gestionali, amministrative e burocratiche** che coinvolgerebbero una moltitudine di soggetti (regioni, comuni, associazioni di categoria, ecc.) Tutto ciò in contrasto con la realizzazione di uno Stato moderno, che dovrebbe mirare a semplificare e snellire la burocrazia, a dare con immediatezza e rapidità risposte efficaci alle imprese ed ai cittadini.

La proposta di legge in commento presenta ulteriori criticità di seguito indicate.

- **Applicazione dei limiti alle aperture anche al commercio all'ingrosso e alle forme speciali di vendita**: gli obblighi di chiusura riguardano tutte le attività commerciali indicate nel d.lgs. n. 114/1998, quindi, anche il **commercio all'ingrosso** e le forme speciali di vendita come le vendite a favore dei dipendenti,

le vendite per mezzo di distributori automatici, la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione, le vendite a domicilio, il commercio elettronico. È necessario evidenziare come la previsione della chiusura nel **commercio all'ingrosso** appare incoerente in ragione del ruolo che tale tipologia di commercio svolge, ossia rifornire anche una miriade di esercizi di somministrazione (bar, ristoranti, ecc.). Attività che, per espressa previsione della proposta di legge, non sono soggette ad alcun limite di apertura. In pratica, queste attività possono rimanere sempre aperte, ma viene tolta loro la possibilità di rifornirsi durante le festività, a discapito quindi della qualità del servizio offerto al consumatore e a danno dunque anche di quest'ultimo. L'esercente, infatti, al fine di garantire la qualità dei prodotti (freschi e freschissimi), deve poter acquistare tali alimenti con il minimo anticipo possibile e tale possibilità verrebbe meno laddove i fornitori (grossisti) fossero obbligati a rimanere chiusi.

La previsione di obblighi di chiusura risulta inoltre **inapplicabile ad alcune tipologie di commercio**: si pensi, ad esempio, **all'e-commerce**. Ci si chiede infatti come sia in concreto possibile obbligare i siti internet nazionali a non vendere nelle domeniche/festività. E anche qualora ciò fosse in qualche modo possibile (come indica il preambolo della proposta di legge), l'unico effetto sarebbe quello di **penalizzare gli imprenditori italiani**, in quanto i consumatori si orienterebbero facilmente ad acquisti tramite siti internet stranieri (questi ultimi non soggetti alla normativa nazionale). Occorre inoltre capire come sia possibile dal punto di vista pratico verificare se nell'e-commerce "*l'attività commerciale non sarà esercitata in alcune delle sue fasi durante le festività*" (come indicato sempre nel preambolo della proposta). Forse i vigili andranno a controllare se nelle sedi delle società di e-commerce c'è qualcuno che sta processando gli ordini la domenica o durante le feste?

La difficoltà applicativa della chiusura obbligatoria riguarda anche altre formule di commercio come, ad esempio, le vendite mediante **distributori automatici**. Pure in questo caso ci si chiede quale sia la modalità (mettere i lucchetti ai distributori?), oltre che la *ratio*, dell'imposizione di orari di chiusura.

- **Esclusione dagli obblighi di chiusura per gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande:** questa previsione non tiene conto del fatto che **molti pubblici esercizi operano all'interno di strutture commerciali** (oltre 6.500 esercizi), che dovrebbero quindi rimanere chiusi in coincidenza con le chiusure delle attività commerciali.
- **Abrogazione dell'intero art. 31 del Decreto Salva Italia:** tale disposizione di legge ha introdotto la piena liberalizzazione degli orari di apertura (comma 1), ma al contempo ha anche disciplinato il **principio generale della libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio** senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute,

dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, e dei beni culturali (comma 2). Genera perplessità il fatto che una proposta di legge in tema di orari preveda anche l'abrogazione di una disposizione di legge che nulla rileva su questo tema. Si ritiene pertanto **necessario salvaguardare in ogni caso il comma 2 dell'art. 31** che ha il merito di aver liberato le imprese da tutta una serie di lacci, vincoli, ostacoli, frammentazioni territoriali, nel rispetto della disciplina comunitaria in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione dei servizi.

Osservazioni alla Proposta AC 587 (Consiglio Regionale delle Marche)

Anche questa proposta di legge prevede l'attribuzione di poteri e competenze agli enti locali in materia di orari laddove stabilisce che le regioni dispongano un **piano triennale delle aperture festive (massimo 12 all'anno)**, tenendo conto della vocazione turistica del territorio e delle esigenze della clientela rispetto alle diverse categorie merceologiche. Come ampiamente evidenziato in precedenza, la previsione di piani regionali sulle aperture comporta **burocrazia e sovrastrutture amministrative/organizzative**. Peraltro risulta difficile comprendere cosa dovrebbe contenere questo piano regionale, dal momento che sulla base della proposta di legge, il regime delle aperture facoltative è deciso dai singoli esercenti.

A ciò si aggiunga **l'impossibilità di applicare gli obblighi di chiusura a tutte le attività commerciali indicate nel d.lgs. n. 114/1998**: si pensi, ad esempio, **all'e-commerce**. Come già evidenziato, ci si chiede come sia in concreto possibile obbligare i siti internet nazionali a non vendere nelle domeniche/festività. E anche qualora ciò fosse in qualche modo possibile, l'unico effetto sarebbe quello di **penalizzare gli imprenditori italiani**, in quanto i consumatori si orienterebbero facilmente ad acquisti tramite siti internet stranieri (questi ultimi non soggetti alla normativa nazionale). L'impossibilità applicativa della chiusura obbligatoria riguarda anche altre formule di commercio come, ad esempio, le vendite mediante **distributori automatici**. Pure in questo caso ci si chiede quale sia la modalità (mettere i lucchetti ai distributori?), oltre che la *ratio*, dell'imposizione di orari di chiusura.

Orari di apertura degli esercizi commerciali

Disposizioni normative, segnalazioni Antitrust, sentenze Corte Costituzionale

Salva Italia: art. 31 comma 1

Decreto Legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito in Legge, 22/12/2011 n. 214

Art. 31. Esercizi commerciali

1. In materia di esercizi commerciali, all'articolo 3, comma 1, lettera d-bis, del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, sono soppresse le parole: «in via sperimentale» e dopo le parole «dell'esercizio» sono soppresse le seguenti «ubicato nei comuni inclusi negli elenchi regionali delle località turistiche o città d'arte».

Nuovo art. 3, comma 1, lettera d-bis)

1. Ai sensi delle disposizioni dell'ordinamento comunitario in materia di tutela della concorrenza e libera circolazione delle merci e dei servizi ed al fine di garantire la libertà di concorrenza secondo condizioni di pari opportunità ed il corretto ed uniforme funzionamento del mercato, nonché di assicurare ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all'acquisto di prodotti e servizi sul territorio nazionale, ai sensi dell'articolo 117, comma secondo, lettere e) ed m), della Costituzione, le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e di somministrazione di alimenti e bevande sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

(...)

d-bis) il rispetto degli orari di apertura e di chiusura, l'obbligo della chiusura domenicale e festiva, nonché quello della mezza giornata di chiusura infrasettimanale dell'esercizio;

(...)

I benefici per i consumatori

La misura consente all'operatore commerciale di decidere liberamente quando aprire il suo negozio, va incontro alla domanda dei consumatori, alle loro diverse esigenze e necessità, soddisfa le loro abitudini e bisogni, crea economie esterne, migliora l'allocazione delle risorse, aumenta l'efficienza del mercato e la concorrenza.

La pianificazione degli orari a livello locale c'è già stata in passato e si è rivelata un fallimento. Le riunioni presso i Comuni, con gli scontri tra sindacati, commercianti e

associazioni di consumatori, alla presenza del Sindaco o dell'Assessore al commercio, per decidere se poter far aprire una domenica in più rappresenta il simbolo di un governo dell'economia che ha creato vincoli, aumentato la conflittualità e reso il mercato meno competitivo.

La concorrenza si realizza con un numero alto di negozi che operano nel settore, se c'è informazione e trasparenza e se c'è **mobilità dei fattori**. Ed **il primo fattore a dover essere mobile è proprio il consumatore**, che deve poter passare da un negozio all'altro, premiando il commerciante più bravo. In queste condizioni il mercato diventa più efficiente, i prezzi si abbassano ed il consumatore a vantaggi concreti. **La mobilità del cliente è certamente favorita da una diversificazione degli orari.**

Gli orari liberi contribuiscono quindi a migliorare l'efficienza del mercato, ad avere un'allocazione efficiente delle risorse e ad aumentare la concorrenza.

Orari: un "principio di concorrenza" confermato e avallato dall'Antitrust

Il tema della liberalizzazione degli orari di apertura degli esercizi commerciali si inserisce in un **quadro normativo e "di principio concorrenziale"** definito dalla legge "Salva Italia" e risulta

- **coerente con le indicazioni dell'Unione Europea**
- **confermato dalla Corte Costituzionale**, che ha respinto tutti gli interventi delle Regioni che rivendicavano per se stesse il potere legislativo sulla materia, stabilendone invece la **piena competenza del legislatore nazionale**
- **avallato dall'Autorità per la Concorrenza e il Mercato (Antitrust)**, investita dalla legge "Salva Italia" di poteri di vigilanza ed avendo **l'onere di rendere un parere obbligatorio sui disegni di legge governativi e sui regolamenti che introducono restrizioni all'accesso e all'esercizio di attività economiche e di vigilare sulla reintroduzione di restrizioni contrarie alle regole di concorrenza da parte della Pubblica Amministrazione.**

Il Consiglio dell'Unione Europea

Raccomandazione del 2 giugno 2014 sul programma nazionale di riforma e programma di stabilità 2014 dell'Italia

"IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA, [...]

considerando quanto segue:

*[...] Per creare un ambiente più favorevole alle imprese e ai cittadini **sono stati compiuti progressi il cui impatto è però inficiato dai ritardi***

nell'approvazione finale e dalle carenze a livello di attuazione. Permangono ancora diverse restrizioni alla concorrenza (riserve di attività, regimi di concessione/licenza, ecc.) nei servizi professionali, nelle assicurazioni, nella distribuzione dei carburanti, nel commercio al dettaglio e nei servizi postali.

“RACCOMANDA che l'Italia adotti provvedimenti nel periodo 2014-2015 al fine di:

[...] approvare la normativa in itinere volta a semplificare il contesto normativo a vantaggio delle imprese e dei cittadini e colmare le lacune attuative delle leggi in vigore; promuovere l'apertura del mercato e rimuovere gli ostacoli rimanenti e le restrizioni alla concorrenza nei settori dei servizi professionali e dei servizi pubblici locali, delle assicurazioni, della distribuzione dei carburanti, del commercio al dettaglio e dei servizi postali; [...].

Raccomandazione del 18 maggio 2016 sul programma nazionale di riforma 2016 dell'Italia

Il Consiglio dell'Unione Europea ancora una volta sottolinea che:

“[...] Il commercio al dettaglio si scontra con una serie di inefficienze derivanti dalla rigidità della regolamentazione del mercato”,* pertanto, *“... raccomanda di adottare e attuare rapidamente la legge sulla concorrenza rimasta in sospeso; intervenire ulteriormente per aumentare la concorrenza nelle professioni regolamentate, nei trasporti, nella sanità, nel commercio al dettaglio e nell'aggiudicazione delle concessioni [...].”

La Corte Costituzionale

Sentenza n. 299, 19 dicembre 2012

- Ha ritenuto **non fondati i motivi di illegittimità adottati dalle Regioni, sottolineando come una regolazione delle attività economiche ingiustificatamente intrusiva generi inutili ostacoli alle dinamiche economiche, a detrimento degli interessi degli operatori economici, dei consumatori e degli stessi lavoratori,** recando in definitiva danno alla stessa utilità sociale.
- **L'articolo 31** introduce quindi, secondo la Corte Costituzionale, **misure coerenti con l'obiettivo di promuovere la concorrenza.**
- La Corte evidenzia come nella *"accezione «dinamica» della materia «tutela della concorrenza»*, ricomprendente le misure dirette a promuovere l'apertura di mercati o ad instaurare assetti concorrenziali, mediante la riduzione o l'eliminazione dei vincoli al libero esplicarsi della capacità imprenditoriale e alle modalità di esercizio delle attività economiche -, è

consentito al legislatore statale intervenire anche nella disciplina degli orari degli esercizi commerciali che, per ciò che riguarda la configurazione «statica», rientra nella materia commercio attribuita alla competenza legislativa residuale delle Regioni L'eliminazione degli inutili oneri regolamentari, mantenendo però quelli necessari alla tutela di superiori beni costituzionali, è funzionale alla tutela della concorrenza e rientra a questo titolo nelle competenze del legislatore statale»".

- Sottolinea come **l'eliminazione dei limiti agli orari e ai giorni di apertura al pubblico degli esercizi commerciali favorisce, a beneficio dei consumatori, la creazione di un mercato più dinamico** e più aperto all'ingresso di nuovi operatori e amplia la possibilità di scelta del consumatore.

Sentenze n. 104, 14 aprile 2014, e n. 125, 7 maggio 2014

I principi espressi dalla Corte Costituzionale nella sentenza n. 299, sono stati confermati con le **sentenze n. 104 del 14 aprile 2014 e n. 125 del 7 maggio 2014**, con le quale è stata dichiarata l'illegittimità costituzionale rispettivamente della **Legge regionale della Valle d'Aosta** n. 5/2013 e della **Legge Regionale Umbria** n. 10/2013, nelle parti in cui viene violato il principio della tutela della concorrenza.

L'importanza di queste sentenze sta non solo nel fatto che la Corte Costituzionale interviene per la prima volta a seguito della modifica avvenuta nell'estate scorsa dell'articolo 31, comma 2, ma soprattutto nel richiamo, nella sentenza n. 104, **al parere dell'Antitrust nel quale si afferma che l'introduzione di restrizioni con riguardo alle aree di insediamento delle attività commerciali può avvenire a condizione del rigoroso rispetto dei principi di stretta necessità e proporzionalità della limitazione, oltre che del principio di non discriminazione.** Nella sentenza 125/2014, la Corte consolida i principi contenuti nel **Cresci Italia (D.L. 1/2012)** laddove in linea con l'**art.41 Cost.** e il **Trattato dell'Unione Europea** sancisce l'abrogazione di norme che "impediscono, limitano o condizionano l'offerta di prodotti e servizi al consumatore, **nel tempo nello spazio o nelle modalità [...]**".

Il richiamo operato dalla Corte all'articolo 1 del Cresci Italia consolida l'interpretazione in base alla quale il divieto di porre limiti alle liberalizzazioni comprende anche il divieto di introdurre restrizioni agli orari di apertura delle attività commerciali.

Sentenza n. 165, 11 giugno 2014

Nella sentenza n. 165 dell'11 giugno 2014, la Corte Costituzionale dichiara **illegittima la Legge Regionale Toscana in materia di Commercio** e rileva che il confronto, necessario, fra liberalizzazioni e suoi limiti, deve essere inteso **"sempre in senso sistemico, complessivo e non frazionato, considerando anche che la tutela della concorrenza assume carattere prevalente e funge, quindi, da limite alla disciplina che le Regioni possono dettare in forza della competenza in materia di commercio"**.

Quel che si ricava da questa nuova importantissima decisione è che **è dunque precluso alle Regioni disciplinare aspetti di dettaglio ove questi incontrino il limite (oramai amplissimo) della tutela della concorrenza.**

Illegittimo anche ogni **"ostacolo effettivo alla libera concorrenza nella Regione Toscana, sotto un duplice profilo, interregionale o intraregionale"** e inammissibile ogni discriminazione **"sia interspaziale, fra operatori di Regioni diverse, sia intertemporale, fra operatori già presenti nel mercato e nuovi."**

Sentenza n. 239, 11 novembre 2016

Nella sentenza n. 239 dell'11 novembre 2016 la Corte Costituzionale, pronunciandosi sulla **legge del commercio della Regione Puglia** emanata nel 2015, **dichiara l'illegittimità e incostituzionalità dei punti che prevedono limiti e vincoli al libero espletarsi dell'attività d'impresa e quindi ostacoli alla concorrenza.**

La sentenza della Consulta **afferma con forza il valore della concorrenza, ne ribadisce la competenza esclusivamente statale, conferma la validità dell'impianto del Salva Italia e Cresci Italia.**

La Corte ha ritenuto che **la sola previsione regionale di un Accordo in materia di orari e giorni di apertura degli esercizi commerciali non solo costituisce un esercizio indebito di una potestà legislativa che compete in via esclusiva allo Stato** (dunque, per ciò solo illegittimo), ma nei fatti **consentirebbe intese di contenuto sostanzialmente restrittivo del necessario confronto concorrenziale fra operatori**, privando in ogni caso l'utenza del relativo servizio.

La Corte ristabilisce il principio secondo cui **alle Regioni non è consentito dettare disposizioni di carattere limitativo o discriminatorio fra operatori**, sia in ragione del fatto che la materia è di stretta e necessaria competenza statale, sia perché una disciplina di questo segno produce restrizioni alla libera concorrenza che operano in danno al sistema economico.

Sentenza n. 98, 10 maggio 2017

Nella sentenza n. 98 dell'10 maggio 2017, la Corte Costituzionale dichiara **l'illegittimità costituzionale dell'art. 1 L.R. Friuli Venezia Giulia n. 4/2016 che aveva re-introdotto l'obbligo di chiusura degli esercizi commerciali per 10 festività durante l'anno.**

La Corte Costituzionale ha accolto il ricorso promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri che, su Esposto della Federazione, aveva **censurato la disposizione regionale per violazione dell'art. 31, comma 1 Legge n. 214/2011 e invasione della competenza legislativa esclusiva dello Stato in materia di "tutela della concorrenza".**

L'art. 1 L.R. FVG n. 4/2016 è illegittimo perché "interviene nella disciplina delle giornate di apertura degli esercizi commerciali, ascrivibile alla tutela della concorrenza, di competenza esclusiva dello Stato".

Nella sentenza la Corte afferma che **"la normativa statale volta all'eliminazione dei limiti agli orari e ai giorni di apertura al pubblico degli esercizi commerciali, oltre ad attuare un principio di liberalizzazione, rimuovendo vincoli e limiti alle modalità di esercizio delle attività economiche a beneficio dei consumatori, favorisce la creazione di un mercato più dinamico e più aperto all'ingresso di nuovi operatori e amplia la possibilità di scelta del consumatore. Si tratta, dunque, di misure coerenti con l'obiettivo di promuovere la concorrenza, risultando proporzionate allo scopo di garantire l'assetto concorrenziale del mercato di riferimento relativo alla distribuzione commerciale".**

Il Consiglio di Stato

Sentenze n. 2746 e n. 2747, 27 maggio 2014

Con le pronunce del 27 maggio 2014 (**sentenze n. 2746 e n. 2747**) il **Consiglio di Stato ha confermato la legittimità** delle ordinanze dei comuni di Pioltello e Gessate che avevano dato piena attuazione ai principi di liberalizzazione degli orari degli esercizi commerciali.

In particolare, nelle citate sentenze **il Consiglio di Stato, richiamando la giurisprudenza della Corte costituzionale, ha ribadito come il tema degli orari rientri a pieno nella materia della concorrenza che è di competenza legislativa esclusiva dello Stato. Pertanto nulla può essere deciso sugli orari di apertura degli esercizi commerciali da Regioni ed enti locali.**

I Giudici amministrativi, inoltre, hanno rilevato come la **nozione di concorrenza comprenda anche le misure legislative di promozione**, che mirano ad aprire un mercato o a consolidarne l'apertura, eliminando barriere all'entrata, riducendo o eliminando vincoli al libero esplicarsi della capacità imprenditoriale e della competizione tra imprese, rimuovendo,

cioè in generale, i vincoli alle modalità di esercizio delle attività economiche.

L'Antitrust

Segnalazione del 22 luglio 2013

- L'Antitrust ricorda in premessa come nel corso degli anni ha effettuato diverse segnalazioni al Governo e al Parlamento circa le azioni da promuovere per adeguare ai principi della concorrenza la normativa relativa al settore della distribuzione commerciale, " ... **specificando che anche l'orario di apertura dei negozi costituisce una delle dimensioni, insieme al prezzo ed alle altre caratteristiche del servizio, rispetto alle quali può realizzarsi una concorrenza tra esercenti e proponendo di estendere la liberalizzazione della disciplina degli orari**".
- L'Autorità ricorda come "sulla legittimità costituzionale dell'art. 31, comma 1, del Decreto Salva Italia si è pronunciata anche la Corte Costituzionale che ha ribadito che la "tutela della concorrenza", di cui al secondo comma, lettera e), dell'art. 117 Cost. - **che rientra nelle competenze esclusive del legislatore statale - comprende anche le misure legislative che mirano ad aprire un mercato rimuovendo i vincoli alle modalità di esercizio delle attività economiche e che essa, in quanto «trasversale», può influire anche sulle materie di competenza legislativa, concorrente o residuale, delle Regioni, come appunto la disciplina degli orari degli esercizi commerciali**".
- L'Autorità ribadisce che "... le restrizioni alla libertà degli operatori economici in materia di orari e di giornate di apertura e chiusura degli esercizi commerciali ostacolano il normale dispiegarsi delle dinamiche competitive, riducendo la possibilità degli operatori attivi di differenziare il servizio adattandolo alle caratteristiche della domanda e sono, pertanto, suscettibili di peggiorare le condizioni di offerta e la libertà di scelta per i consumatori, senza peraltro avere una valida giustificazione in termini di efficienza dal punto di vista degli operatori, né tanto meno in particolari interessi pubblici".
- Dopo avere ricordato le pronunce della Corte costituzionale, che ha dichiarato illegittime le previsioni normative delle **Regioni Toscana, Veneto e della Provincia Autonoma di Bolzano**, contrarie alla liberalizzazione degli orari di apertura dei negozi, l'Autorità segnala le diverse disposizioni regionali e locali restrittive (leggi di **Abruzzo, Basilicata, Calabria, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Provincia Autonoma di Trento, Umbria**).
- Tali "**disposizioni devono - secondo l'Autorità - ritenersi contrarie ai principi posti a tutela della concorrenza nella misura in cui contemplano limiti all'esercizio di attività economiche**" che appaiono in evidente contrasto con le esigenze di liberalizzazione di cui all'**articolo 31 del decreto c.d. Salva Italia**. L'Autorità ribadisce infatti che "... le restrizioni alla libertà degli operatori economici in materia di orari e di

giornate di apertura e chiusura degli esercizi commerciali ostacolano il normale dispiegarsi delle dinamiche competitive, riducendo la possibilità degli operatori attivi di differenziare il servizio adattandolo alle caratteristiche della domanda e sono, pertanto, suscettibili di peggiorare le condizioni di offerta e la libertà di scelta per i consumatori, senza peraltro avere una valida giustificazione in termini di efficienza dal punto di vista degli operatori, né tanto meno in particolari interessi pubblici”.

- *“... sebbene gli **esercizi commerciali con superficie medio grande** abbiano usufruito in una percentuale molto elevata dalla possibilità di apertura nei giorni festivi e domenicali, migliorando così le condizioni di offerta a beneficio dei consumatori, essi **hanno riscontrato comunque significativi ostacoli normativi ed amministrativi all’esercizio di tale facoltà disposti a livello regionale e locale**”.*
- *L'Autorità è consapevole dell'esistenza di difficoltà di natura economica all'apertura festiva, soprattutto da parte del piccolo dettaglio (cosa che ha generato le reazioni negative da parte delle associazioni di categoria) tuttavia, “ ... **ritiene che la risposta più adeguata non sia nel ripristino della situazione precedente o nella ricerca di una nuova regolamentazione ma nell'eliminazione dei vincoli che impediscono il pieno realizzarsi della liberalizzazione, lasciando ai singoli soggetti la piena libertà in merito alla scelta di usufruire di tale possibilità secondo la propria convenienza economica**”.*
- *“In questa prospettiva potrebbe essere opportuno procedere nella **ricerca di nuove forme organizzative per le diverse tipologie di commercio, al fine di renderle più coerenti con le esigenze del mercato** sia sotto il profilo della dimensione minima ottimale che dei servizi da rendere. **In questo contesto, in particolare, un ruolo importante può essere svolto anche dalle associazioni di categoria**, ad esempio, attraverso studi di settore finalizzati ad uno sviluppo efficiente della distribuzione al dettaglio”.*

Rassegna giurisprudenziale sul rapporto tra "Tutela della concorrenza" e "Commercio"

Interventi Corte Costituzionale e Interventi TAR

Interventi Corte Costituzionale

<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 14 dicembre 2007 n. 430</i></p>	<p>La Corte Costituzionale ricomprende nella materia "tutela della concorrenza" sia le misure legislative di tutela in senso proprio, sia le misure legislative di promozione che mirano ad aprire un mercato o consolidarne l'apertura, eliminando barriere all'entrata, riducendo o eliminando vincoli al libero esplicarsi della capacità imprenditoriale e della competizione tra imprese.</p> <p>Il conseguimento degli equilibri di mercato non può essere predeterminato normativamente o amministrativamente ma, al contrario, mediante l'eliminazione di limiti e vincoli alle modalità di esercizio delle attività economiche.</p> <p>La prescrizione di un termine di adeguamento costituisce il naturale effetto dell'inderogabilità della norma, una volta ricondotta la materia della tutela della concorrenza.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 24 giugno 2010 n. 232</i></p>	<p>La Corte Costituzionale afferma che l'attribuzione delle misure a tutela della concorrenza alla competenza legislativa esclusiva dello Stato comporta sia l'inderogabilità delle disposizioni nelle quali si esprime, sia che queste legittimamente incidono, nei limiti della loro specificità e dei contenuti normativi che di esse sono proprie, sulla totalità degli ambiti materiali entro i quali si applicano.</p>

<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 21 aprile 2011 n. 150</i></p>	<p>La materia "tutela della concorrenza" non ha solo un ambito oggettivamente individuabile che attiene alle misure legislative di tutela in senso proprio (quali ad esempio quelle che hanno ad oggetto gli atti e i comportamenti delle imprese che incidono negativamente sull'assetto concorrenziale dei mercati e ne disciplinano le modalità di controllo), ma, dato il suo carattere "finalistico", anche una portata più generale e trasversale, non preventivamente delimitabile, che deve essere valutata in concreto al momento dell'esercizio della potestà legislativa sia dello Stato che delle Regioni nelle materie di loro rispettiva competenza.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 7 febbraio 2012 n. 18</i></p>	<p>Il Giudice delle Leggi ha affermato che è illegittima una disciplina regionale che, se pure in astratto riconducibile alla materia commercio di competenza legislativa delle Regioni, produce, in concreto, effetti che ostacolano la concorrenza, introducendo nuovi e ulteriori limiti o barriere all'accesso al mercato e alla libera esplicazione della capacità imprenditoriale.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 20 luglio 2012 n. 200</i></p>	<p>La Corte Costituzionale ha affermato che la nuova disciplina statale si colloca nel solco di un'evoluzione normativa diretta ad attuare il principio generale della liberalizzazione delle attività economiche e, conformemente ai principi espressi dalla giurisprudenza della Corte Costituzionale, prelude ad una razionalizzazione, che elimini, da un lato gli ostacoli al libero esercizio dell'attività economica che si rivelino inutili o sproporzionati e, dall'altro, mantenga le normative necessarie a garantire che le dinamiche economiche non si svolgano in contrasto con l'utilità sociale e con gli altri principi costituzionali.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 19 dicembre 2012 n. 299</i></p> <p><i>Sentenza 22 febbraio 2013 n. 27</i></p> <p><i>Sentenza 12 aprile 2013 n. 65</i></p>	<p>La Corte Costituzionale ha disposto che la materia delle aperture domenicali e la norma in materia di liberalizzazione delle attività commerciali rientrano nella disciplina della tutela della concorrenza e, in quanto tali, sono attribuite alla competenza esclusiva dello Stato e non della Regione.</p> <p>Quest'ultima, per sua natura, non può tollerare anche per aspetti non essenziali, differenziazioni territoriali che finirebbero per limitare o addirittura neutralizzare gli effetti delle norme di garanzia.</p> <p>La Corte Costituzionale conferma, quindi, l'obbligo per le autonomie locali di rispettare i principi statali di liberalizzazione, al fine di evitare rilevanti limitazioni e restrizioni degli orari e delle giornate di apertura e di chiusura delle attività di commercio al dettaglio.</p>

<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 23 gennaio 2013 n. 8</i></p>	<p>Il Giudice delle Leggi ha chiarito che le norme fondamentali delle riforme economico- sociali vincolano i Legislatori regionali e provinciali che sono tenuti a osservarle nell'esercizio di ogni tipo di competenza ad essi attribuita. Per queste ragioni il principio di liberalizzazione delle attività economiche –adeguatamente temperato dalle esigenze di tutela degli altri beni di valore costituzionale- si rivolge tanto al governo centrale quanto a Comuni, Province, Città Metropolitane e Regioni, perché solo con la convergenza dell'azione di tutti i soggetti pubblici esso può conseguire risultati apprezzabili.</p> <p>La Corte Costituzionale giustifica la competenza legislativa statale anche in ragione della necessità di evitare che gli effetti positivi della norma di riforma siano vanificati dalla parcellizzazione dell'Ordinamento in fini discipline regionali/comunali fra loro differenziate.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 15 marzo 2013 n. 38</i></p>	<p>La Corte Costituzionale ribadisce che l'obbligo di rispettare i principi statali di liberalizzazione si estende all'intero sistema delle autonomie locali e che il titolo competenziale delle Regioni a Statuto speciale in materia di commercio non è idoneo a impedire il pieno esercizio della competenza statale.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 24 ottobre 2013 n. 245</i></p>	<p>Il Giudice delle Leggi ha osservato che trattandosi di normativa indiscutibilmente riconducibile alla materia della tutela della concorrenza, spetta alla competenza esclusiva dello Stato la previsione e la correlata disciplina delle ipotesi in cui viene eccezionalmente consentito di apporre dei limiti all'esigenza di tendenziale massima liberalizzazione delle attività economiche.</p> <p>In tale materia sono, quindi, inibiti alle Regioni interventi normativi diretti ad incidere sulla disciplina dettata dallo Stato, finanche in modo meramente riproduttivo della stessa.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 28 ottobre 2013 n. 251</i></p>	<p>Le Regioni non possono intervenire sulla disciplina della VIA poiché essa rientra nella tutela dell'ambiente, di competenza esclusiva dello Stato. Ne consegue l'illegittimità delle disposizioni regionali che restringono l'ambito di applicazione delle norme statali in materia di verifica di assoggettabilità a VIA.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 18 aprile 2014 n. 104</i></p>	<p>La Corte Costituzionale ha ritenuto che l'attribuzione alla Giunta Regionale del potere di adottare indirizzi per la determinazione di obiettivi di equilibrio della rete distributiva in una materia devoluta alla competenza legislativa esclusiva dello Stato a determinare la lesione dell'art. 117, comma 2, lett. e) Cost..</p>

<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 15 maggio 2014 n. 125</i></p>	<p>La Corte Costituzionale dichiara l'illegittimità costituzionale delle disposizioni regionali che reintroducono limiti e vincoli nella disciplina delle attività economiche sia nella parte in cui introducono la definizione di 'polo commerciale' non prevista nella classificazione degli esercizi di vendita operata dal D.L.vo n. 114/1998 (qualifica attribuita in ragione della sola vicinanza o adiacenza e a prescindere dalla volontà degli esercenti di unirsi in un polo commerciale); assoggettano ad autorizzazione gli esercizi di vicinato ricompresi nel polo commerciale e reintroducono vincoli in relazione a distanze minime obbligatorie in violazione dell'art. 3 Legge n. 248/2006.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 11 giugno 2014 n. 165</i></p>	<p>La Corte Costituzionale ha aggiunto un nuovo tassello interpretativo delle riforme statali di liberalizzazione e semplificazione poiché ha rilevato che la tutela dei beni cd. "costituzionalmente protetti" (tutela della salute, del lavoro, dell'ambiente e dei beni culturali) afferisce ad ambiti di competenza statale. Ne consegue che essi non possono essere tutelati dal legislatore regionale attraverso l'esercizio della competenza residuale del commercio, che incontra un limite nella natura trasversale e prevalente della tutela della concorrenza, di competenza esclusiva dello Stato.</p> <p>La Corte afferma, inoltre, che la previsione regionale di oneri ulteriori rispetto a quelli previsti dal legislatore nazionale, determina una duplice discriminazione: sia interspaziale, fra operatori di Regioni diverse, sia intertemporale, fra operatori già presenti nel mercato e nuovi. In tal modo la legislazione regionale impugnata interferisce illegittimamente con la competenza esclusiva statale in materia di tutela della concorrenza, che in riferimento all'esercizio delle attività commerciali trova espressione nell'art. 31, comma 2 Legge n. 214/2011.</p>
<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 11 novembre 2016 n. 239</i></p>	<p>La Corte Costituzionale, con la sentenza 11 novembre 2016 n. 239, ha deciso che la previsione regionale di un Accordo in materia di orari e giorni di apertura degli esercizi commerciali non costituisce solo esercizio di una potestà legislativa che compete in via esclusiva allo Stato (dunque, per ciò solo illegittimo), ma prelude all'adozione di intese di contenuto potenzialmente restrittivo del necessario confronto concorrenziale.</p> <p>La Corte ha anche considerato che l'art 19 Legge n. 241/1990 sostituisce la SCIA a ogni atto di autorizzazione o licenza anche per l'esercizio di un'attività commerciale; si realizzano -in questo modo- le esigenze di semplificazione che rilevano ad un tempo sia come norme di liberalizzazione, sia come livelli essenziali delle prestazioni concernenti diritti civili e sociali.</p>

<p><i>Corte Costituzionale Sentenza 10 maggio 2017 n. 98</i></p>	<p>Nella sentenza n.98 del 10 maggio 2017, la Corte Costituzionale dichiara l'illegittimità costituzionale dell'art. 1 L.R. Friuli Venezia Giulia n. 4/2016 che aveva re-introdotto l'obbligo di chiusura degli esercizi commerciali per 10 festività durante l'anno.</p> <p>L'art. 1 L.R. FVG n. 4/2016 è illegittimo perché "interviene nella disciplina delle giornate di apertura degli esercizi commerciali, ascrivibile alla tutela della concorrenza, di competenza esclusiva dello Stato".</p> <p>La dichiarazione di illegittimità costituzionale deve essere estesa anche alla disciplina dei cd. Comuni turistici (art. 30 L.R. FVG n. 29/2009, come modificato dall'art. 3 L.R. FVG n. 19/2016) "dal momento che in questi, al pari degli altri comuni, dovrà operare la liberalizzazione del commercio senza distinzioni".</p> <p>Nella sentenza la Corte afferma che "la normativa statale volta all'eliminazione dei limiti agli orari e ai giorni di apertura al pubblico degli esercizi commerciali, oltre ad attuare un principio di liberalizzazione, rimuovendo vincoli e limiti alle modalità di esercizio delle attività economiche a beneficio dei consumatori, favorisce la creazione di un mercato più dinamico e più aperto all'ingresso di nuovi operatori e amplia la possibilità di scelta del consumatore. Si tratta, dunque, di misure coerenti con l'obiettivo di promuovere la concorrenza, risultando proporzionate allo scopo di garantire l'assetto concorrenziale del mercato di riferimento relativo alla distribuzione commerciale".</p>
--	---

Interventi TAR

<p><i>TAR Veneto, Sez. III, 20 dicembre 2012 n. 1586</i></p> <p><i>TAR Piemonte, Sez. II 28 febbraio 2012 n. 276</i></p> <p><i>TAR Lombardia, Milano, Sez. I 29 gennaio 2014 n. 326</i></p>	<p>Alla data del 1° Ottobre 2012, trova completa espansione il primo periodo del secondo comma dell'art. 31 Legge n. 214/2011, che non consente il mantenimento di limiti all'apertura di esercizi commerciali, diversi da quelli elencati (limiti connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano, e dei beni culturali).</p> <p>Ne consegue altresì che la data del 1° Ottobre 2012 segna il momento a partire dal quale la materia (di cui al primo periodo del secondo comma dell'art. 31 Legge n. 214/2011) non è più oggetto della disciplina regionale sul commercio, ma della disciplina statale sulla concorrenza. Da ciò discende che è applicabile il principio secondo cui le disposizioni normative regionali vigenti che appartengono alla legislazione esclusiva dello Stato continuano ad applicarsi fino alla data di entrata in vigore delle disposizioni statali in materia.</p>
---	---

<p><i>TAR Lombardia, Milano, Sez. I</i> 14 febbraio 2013 n. 411</p>	<p>Dal diritto dell'Unione Europea non è ricavabile la necessità che le legislazioni nazionali debbano proteggere, attraverso forme di restrizione della libertà di impresa, la categoria dei piccoli e medi esercenti per far sì che questi non vengano danneggiati da forme troppo spinte di liberalizzazione. Al contrario, i principi che emergono dal Trattato vanno nella direzione della eliminazione di ogni forma di vincolo alle attività economiche che non sia giustificato da motivi imperativi di carattere generale fra i quali nessuna sentenza, decisione o direttiva comunitaria ha mai annoverato la tutela dei piccoli esercizi.</p>
<p><i>TAR Lombardia, Milano, Sez. I</i> 10 ottobre 2013 n. 2271</p>	<p>Per effetto degli artt. 31 e 34 Legge n. 214/2011, ricadono nell'ambito delle limitazioni all'attività commerciale vietate (salvo la sussistenza di motivi imperativi d'interesse generale) non solo i piani commerciali che espressamente sanciscono il contingentamento numerico delle attività economiche, ma anche gli atti di programmazione che impongano "limiti territoriali" al loro insediamento; debbono, perciò, considerarsi abrogate le disposizioni di pianificazione e programmazione territoriale o temporale autoritativa con prevalente finalità economica o prevalente contenuto economico, che pongano limiti, programmi e controlli non ragionevoli, ovvero non adeguati ovvero non proporzionati rispetto alle finalità pubbliche dichiarate e che in particolare impediscano, condizionino o ritardino l'avvio di nuove attività economiche o l'ingresso di nuovi operatori economici (art. 1 Legge n. 27/2012).</p>
<p><i>Consiglio di Stato, Sez. V,</i> 20 novembre 2013 n. 5473</p>	<p>Devono ritenersi costituzionalmente illegittime le norme regionali, anche a Statuto speciale e delle Province autonome che, traducendosi nell'introduzione di limitazioni all'apertura di nuovi esercizi di commercio al dettaglio nelle zone produttive, determinano restrizioni alla concorrenza, così invadendo la potestà legislativa esclusiva dello Stato in tale materia.</p>

<p><i>TAR Lazio, Roma, Sez. II-bis, 14 gennaio 2014 n. 455</i></p>	<p>Le disposizioni in materia di liberalizzazione delle attività economiche non hanno una natura meramente programmatica, bensì una forza ed efficacia giuridica di diretta ed immediata attuazione, e pertanto il nostro ordinamento deve conformarsi al predetto principio di libertà, indipendentemente dai regolamenti attuativi della Legge n. 27/2012, mediante il vaglio di costituzionalità delle norme di legge e la disapplicazione in caso di contrasto con il diritto dell'Unione Europea, ed inoltre mediante la caducazione e non applicazione degli atti incompatibili di livello regolamentare o programmatico, anche regionali e comunali, alla stregua di un duplice criterio di gerarchia e di specialità delle fonti, costituendo la concorrenza una materia trasversale di esclusiva competenza statale.</p>
<p><i>Consiglio di Stato, Sez. V, 27 maggio 2014 n. 2746</i></p>	<p>Posto che la disciplina della tutela della concorrenza appartiene alla competenza legislativa esclusiva dello Stato, ogni disposizione normativa regionale contrastante con quella statale è immediatamente incompatibile e pertanto da ritenersi abrogata, a nulla rilevando per converso la potestà della Regione di adeguare le proprie (altre) leggi ai (nuovi) principi fondamentali, adeguamento che evidentemente non può riguardare la legge incompatibile, anche in virtù del principio della non contraddizione in cui verserebbe altrimenti l'ordinamento giuridico (con gravi ricadute anche in tema di immediata applicazione dei principi comunitari e violazione del principio di prevalenza di quest'ultimo sulla normativa nazionale contrastante).</p>
<p><i>Consiglio di Stato, Sez. V, Ord. 18 giugno 2014 n. 2602</i></p>	<p>In applicazione dei principi di immediata applicabilità delle norme di liberalizzazione e semplificazione e della loro prevalenza sulle norme regionali incompatibili, il Consiglio di Stato ha ritenuto abrogata la disposizione della L.R. Lazio che, per i Centri Commerciali, riservava una soglia minima obbligatoria del 30% agli esercizi di vicinato.</p>

<p><i>TAR Friuli Venezia Giulia, Sez. I, 21 luglio 2014, n. 393</i></p>	<p>Le norme statali in tema di liberalizzazione delle attività commerciali hanno immediata efficacia in ambito territoriale regionale, anche in Regioni a Statuto speciale dotate di potestà normativa primaria in materia di commercio e di norme proprie, in ipotesi contrastanti con le sopravvenute disposizioni nazionali, nell'ipotesi in cui le norme statali stesse siano state emesse in applicazione di principi e/o puntuali disposizioni comunitarie e specificamente riferite non alla "materia" del commercio, bensì a quella "trasversale" della "concorrenza", che, a tenore del novellato art. 117, comma 2, lett. e) della Costituzione, appartiene alla competenza esclusiva statale.</p> <p>Ciò significa, in pratica, che ogni disposizione regionale (antecedente o successiva) contrastante con i principi espressi dallo Stato è destinata a recedere rispetto alla norma statale, per il principio di elasticità dei poteri scolpito nell'art. 1 della L. 131/2003 e, in particolare nel suo comma 2, il quale stabilisce che una volta entrata in vigore una norma nazionale in materie riservate alla competenza esclusiva dello Stato essa è destinata a prevalere per così dire per "espansione", sulle eventuali disposizioni regionali contrastanti.</p>
<p><i>TAR Veneto, Sez. III, 29 dicembre 2016, n. 1423</i></p>	<p>Il TAR Veneto annulla l'intero Piano del Commercio comunale per incompetenza della Giunta comunale all'approvazione di un atto di "programmazione".</p> <p>Il TAR giustifica il vizio di incompetenza della Giunta con il valore 'programmatorio' del Piano del Commercio, cogliendo in questo modo l'occasione per confermare che:</p> <p>a) finalità di programmazione territoriale economica ('salvaguardia del sistema economico esistente', divieto di 'alterare l'organizzazione del sistema commerciale esistente') non sono più consentite a seguito delle norme (nazionali e europee) di liberalizzazione;</p> <p>b) le limitazioni territoriali o urbanistiche sono ammesse solo ove proporzionate e giustificate da motivi imperativi di interesse generale, non già per considerazioni di politica economica.</p>

ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

**Allegato 1:
LA LIBERALIZZAZIONE DEGLI ORARI DI APERTURA –
COSA NE PENSANO I CONSUMATORI?**





La liberalizzazione degli orari di apertura.

Cosa ne pensano i consumatori?

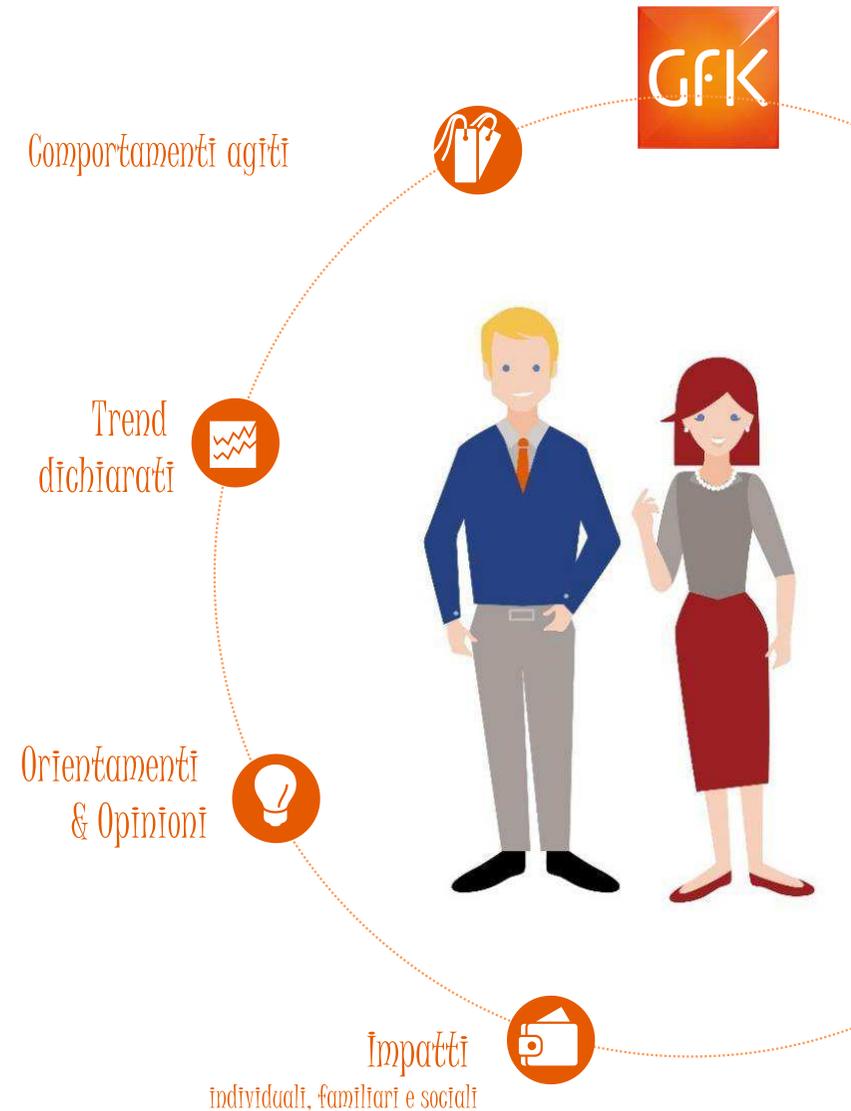
Progetto 37373 -21 Giugno 2018

Elena Cappelletti - GfK Consumer Insights

Obiettivi generali di ricerca

Apertura domenicale. I responsabili acquisto italiani cosa ne pensano veramente?
Con che evoluzioni rispetto al recente passato?

- **DECODIFICA E INTERPRETAZIONE DEL «FENOMENO»**
 - ✓ NATURALE PROCESSO DI EVOLUZIONE SOCIALE O QUALCOSA DI DIVERSO?
- **LIVELLO DI ADESIONE «COMPORAMENTALE»**
 - ✓ QUANTO SPESSO SI FA LA SPESA DI DOMENICA/GIORNI FESTIVI
 - ✓ RISPETTO AL RECENTE PASSATO CON CHE CAMBIAMENTI NELLE PROPRIE ABITUDINI?
 - ✓ LE CATEGORIE MERCEOLOGICHE ACQUISTATE DI DOMENICA, E MOTIVI DELL'ACQUISTO IN QUESTA GIORNATA (INTEGRAZIONE DELLA SPESA SETTIMANALE O SOSTITUZIONE)
- **LE PRINCIPALI MOTIVAZIONI SUL PIANO DELLA GESTIONE INDIVIDUALE E/O FAMILIARE**
 - ✓ TRANQUILLITÀ, CONDIVISIONE IN FAMIGLIA, GESTIONE DEL TEMPO PIÙ DILATATA, EVITAMENTO DEI GIORNI A MAGGIOR AFFOLLAMENTO, ESPLORAZIONE SUPERIORE....
 - ✓ LIVELLO DI SERVIZIO PERCEPITO



Metodologia di ricerca



Campione intervistato

**1 000 CASI DI RESPONSABILI ACQUISTI
(PRODOTTI ALIMENTARI, PRODOTTI PER LA PULIZIA DELLA
CASA, PRODOTTI PER L'IGIENE PERSONALE, CURA CORPO,
ELETTRODOMESTICI, FAI DA TE, PRODOTTI DI ELETTRONICA
(TV, DECODER, TELEFONINI..), ABBIGLIAMENTO
PRODOTTI PER ANIMALI**

***RAPPRESENTATIVI PER AREA GEOGRAFICA INCROCIATA PER
AMPIEZZA DEI CENTRI DI RESIDENZA, QUOTE DI SESSO
INCROCIATE PER FASCIA DI ETÀ. IN FASE DI ELABORAZIONE
VERRANNO RIBILANCIATI ANCHE PER PARAMETRI SOCIO-
CULTURALI: LIVELLO DI ISTRUZIONE, CONDIZIONE
PROFESSIONALE.***



Main findings

75%

**CIÒ CHE CONTA, NEI FATTI PIÙ CHE
NELLE OPINIONI, È CHE GLI ITALIANI
FANNO LA SPESA DI DOMENICA IN
PERCENTUALI QUASI
PLEBISCITARIE**

**LA DOMENICA QUALE FINESTRA ANCHE PER GLI ACQUISTI È DIVENTATA
UN'ABITUDINE INDIVIDUALE E FAMILIARE, CON FREQUENZE NON TRASCURABILI -
QUASI DUE VOLTE AL MESE.**

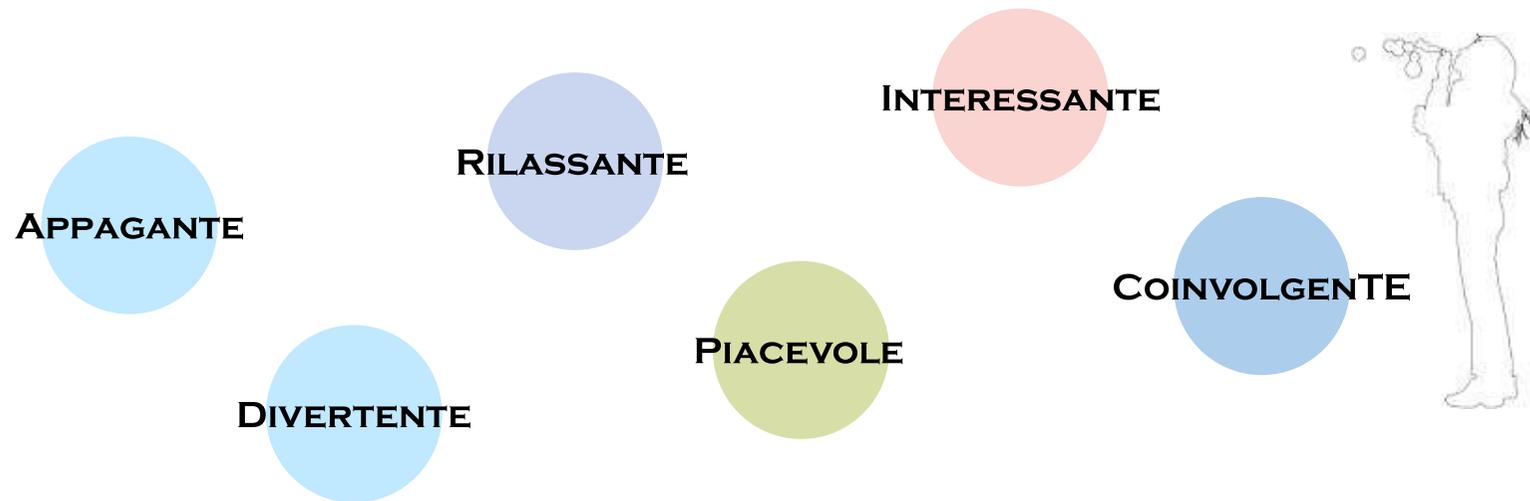
**SI FA E SI PIANIFICA LA SPESA DI DOMENICA COME SI FA E SI PIANIFICA UNA
QUALSIASI ALTRA ATTIVITÀ.**

**'ANDARE AL SUPERMERCATO' RIENTRA IN UNA VISIONE FESTIVA E LUDICA
CHE ACCOMUNA LA SPESA AD ALTRE INIZIATIVE, SINGOLE E/O FAMILIARI,
ATTRATTIVE E RILASSANTI.**

Fare la spesa: un'esperienza ...



**IL LUOGO IN CUI SI FA LA SPESA DI
DOMENICA PUÒ DIVENTARE**



**ESATTAMENTE COME QUALSIASI ALTRA LOCATION IN CUI SI CERCA SVAGO E SERENITÀ.
ED È QUASI UNA RIVOLUZIONE COPERNICANA IL CONSIDERARE 'LA SPESA' NON SOLO COME
UN'INCOMBENZA - CHE RIENTRA QUINDI NELLO SPAZIO MENTALE DEI GIORNI FERIALE - MA ANCHE
UN PIACERE CHE SI SPOSTA QUINDI NELLA NOSTRA MAPPA TEMPORALE E CULTURALE DEL
RIPOSO**

... in trasformazione



ED IL DATO RIVOLUZIONARIO È, SE POSSIBILE, ANCHE ACCENTUATO E VALORIZZATO DAL FATTO CHE I LUOGHI PRIVILEGIATI DI QUESTA 'ESPERIENZA DOMENICALE' RISULTANO ESSERE:

SUPERMERCATI

64%

IPERMERCATI

57%

NEGOZI NELLE GALLERIE DEI CENTRI COMMERCIALI

47%

GRANDI NEGOZI SPECIALIZZATI IN PRODOTTI NON ALIMENTARI

47%

DISCOUNT

42%

È CHE I PRODOTTI ALIMENTARI LA FANNO DA PADRONE TRA CHI FA SPESA DI DOMENICA



E' PROPRIO LA 'SPESA', QUELLA TRADIZIONALMENTE CONSIDERATA COME UNA DELLE PIÙ NOIOSE E SPIACEVOLI INCOMBENZE, A TRASFORMARSI

L'acquirente 'domenicale'



**L'ACQUIRENTE DOMENICALE NON È SOLO COLUI CHE
VUOLE RIEMPIRE UN 'BUCO' NELLE SCORTE DOMESTICHE
E QUINDI HA BISOGNO DI FARE LA SPESA DI DOMENICA.**



**MA, COME EMERGE DALLA RICERCA, ANCHE COLUI CHE DESIDERA FARE CON AGIO
L'ESPERIENZA D'ACQUISTO IN UN MOMENTO E IN UN CONTESTO IN CUI SI POSSA
ESPLORARE E MUOVERSI AL MEGLIO.
QUINDI LA DOMENICA NON SOLO COME 'VALVOLA DI SICUREZZA' MA ANCHE COME
OPPORTUNITÀ CHE LA DISTRIBUZIONE PUÒ SFRUTTARE AL MEGLIO,
OTTIMIZZANDO LA PROPRIA PERFORMANCE.
DOMENICA NON SOLO PER NECESSITA'.
DOMENICA PER CHI VUOLE FARE ACQUISTI SMART.**



La Domenica 'fa la differenza'



LA SPESA DI DOMENICA RISPONDE AD ALCUNI BISOGNI/PIACERI INDOTTI DEL VIVERE CONTEMPORANEO.

IN UN CERTO SENSO, SI FA LA SPESA DI DOMENICA PER **DIFFERENZIARSI.**

DALLA MASSA. DALLA TRADIZIONE. DAL PASSATO.

FARE LA SPESA DI DOMENICA È E FA TENDENZA.

E RISPONDE ANCHE ALLA NECESSITÀ DI ESSERE E/O APPARIRE IN FORMA E IN ATTIVITÀ H24.

L'INDIVIDUO E LA FAMIGLIA DI OGGI SONO ANCH' ESSI, IN FIN DEI CONTI, SEMPRE OCCUPATI.

L'ATTIVITÀ È MISURA DI UNA ÉLITE CULTURALE E SOCIO-ECONOMICA.

ED È ANCORA MISURA DI QUALSIASI TIPO DI **SUCCESSO.**

ANCHE PER QUESTO LA SPESA DI DOMENICA DIVENTA SMART. PERCHÉ È UNA MODALITÀ DI SPESA **AL
PASSO CON I TEMPI E CON IL NOSTRO ATTUALE IMMAGINARIO.**

È UN **PIACERE.**

IL PIACERE DI ACQUISTARE IN SPAZI NON TROPPO AFFOLLATI.

**IL PIACERE DI VIVERE L'ESPERIENZA DI SPESA IN UN CENTRO CITTÀ ANTROPIZZATO MA NON
DISTURBANTE.**

**IL PIACERE DI VIVERE L'ESPERIENZA CON LA FAMIGLIA, SENZA ESSERE STRESSATI DAGLI ORARI. COME
DIVERTIMENTO E APPRENDIMENTO.**

LA DIFFERENZIAZIONE ED IL PIACERE CHE FARE LA SPESA DI DOMENICA CREANO E 'SOSTANZIANO', PASSANO ATTRAVERSO UN' ÉLITE. COMPRARE DI DOMENICA VALORIZZA UN' ÉLITE CHE A SUA VOLTA SI IDENTIFICA PERCHÉ COMPRA DI DOMENICA.

TRA I FAVOREVOLI ALL'APERTURA DOMENICALE DEI NEGOZI,



TROVIAMO IL **63%** DEI LAUREATI

CONTRO UN **49%** DI INTERVISTATI CON LICENZA
ELEMENTARE O NESSUNA LICENZA.

E TRA I **GIOVANI** FINO AI 34 ANNI, LA PERCENTUALE DI

FAVOREVOLI ARRIVA AL **62%**

IL **PROFILO** DEI 'FAVOREVOLI' SEMBRA DUNQUE BEN DELINEATO: GIOVANI E PERSONE CULTURALMENTE ED ECONOMICAMENTE ATTREZZATE. UN PROFILO MOLTO SIGNIFICATIVO E DA LEGGERE COME INDICATORE DI TENDENZE DESTINATE A CRESCERE DI CUI SAREBBE GRAVE NON TENERE CONTO.

IL TREND IN ATTO, CHE SI RISCONTRA ANCHE NELLA PRESENTE RICERCA PER FEDERDISTRIBUZIONE, È CHE 'FARE LA SPESA':

- **NON È SOLO UN DOVERE E UN SACRIFICIO**
 - **È - E DOVRÀ SEMPRE PIÙ ESSERE - UN'ESPERIENZA DIVERTENTE E DI APPRENDIMENTO, DI SOCIALIZZAZIONE E DI SCAMBIO RECIPROCO DI 'SAPERI'**
 - **È COME UNO DEI MOMENTI CHE SI DESIDERA PER SÉ E COME UN MOMENTO DI CONDIVISIONE DI COPPIA O DI FAMIGLIA**
-

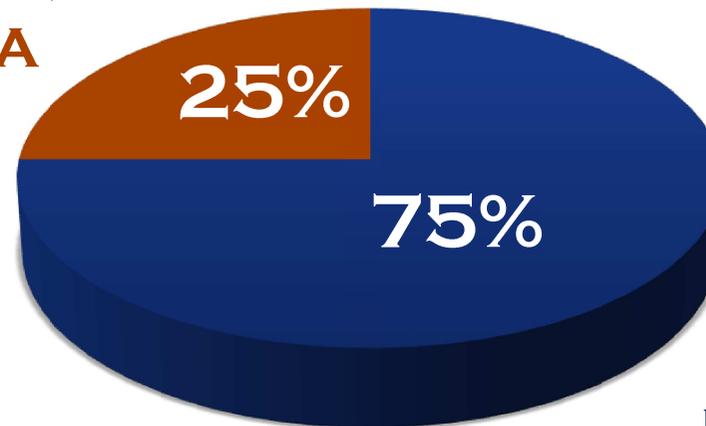
TRA L'ALTRO, COME NON CONSIDERARE CHE L'APERTURA DOMENICALE È IN REALTÀ UNA SEDUCENTE RISPOSTA ALLE COMMERCIALIZZAZIONI ONLINE, CHE POTRANNO DIFFICILMENTE VINCERE RISPETTO AL PIACERE DI UNA BELLA DOMENICA DI ACQUISTI IN REAL-LIFE E IN CONDIZIONI OTTIMALI/NON STRESSANTI?

La spesa di domenica: I comportamenti agiti

Acquisti di domenica: ultimi 6 mesi



**NON FANNO
LA SPESA LA
DOMENICA**



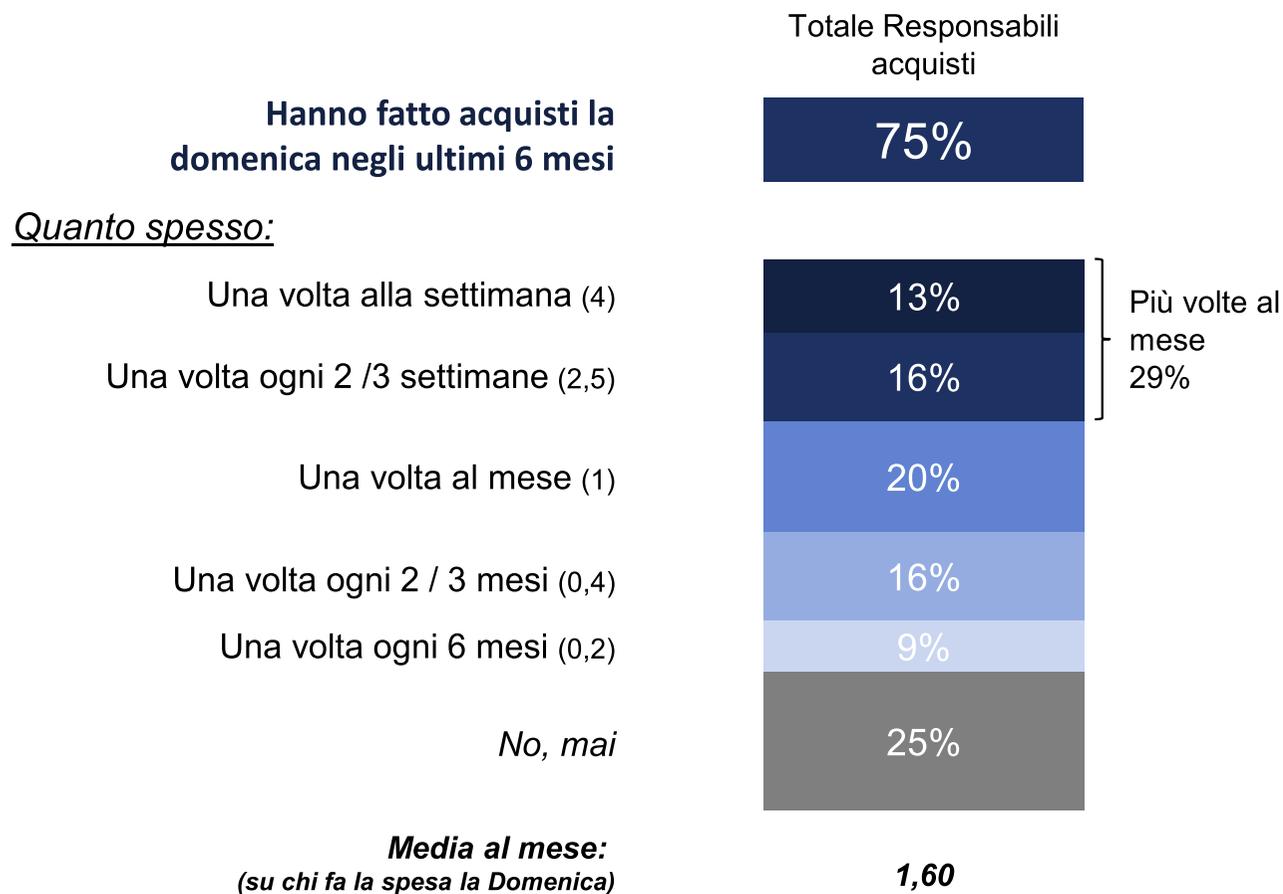
**FANNO LA
SPESA LA
DOMENICA**

BASE: : Responsabili acquisti

Pensando agli ultimi 6 mesi e a tutti i prodotti, non solo quelli alimentari, le è capitato di fare acquisti la domenica?

© GfK 5 ottobre 2018 | La liberalizzazione degli orari di apertura. Cosa ne pensano i Consumatori?

Acquisti la domenica: quanti la fanno e con che frequenza?

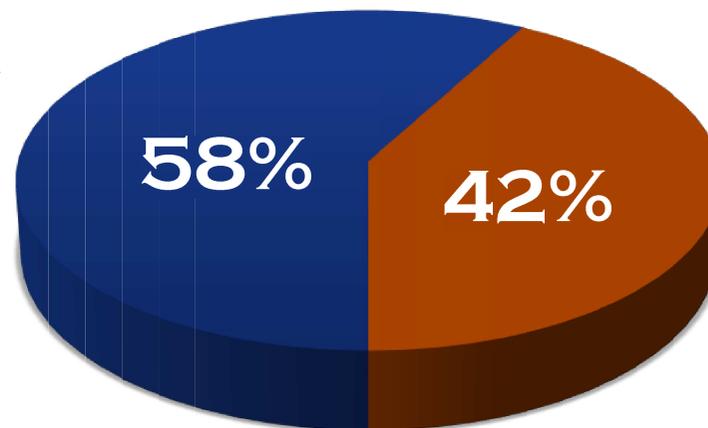


*Pensando agli ultimi 6 mesi e a tutti i prodotti, non solo quelli alimentari, le è capitato di fare acquisti la domenica?
Quanto spesso le capita di fare la spesa la domenica/nei giorni festivi (pensi a tutti gli acquisti, non solo di prodotti alimentari)?*

La spesa domenicale: è diventata un'abitudine?



E' UN'ABITUDINE CONSOLIDATA,
QUALCOSA DI ESTREMAMENTE ATTUALE:
È ENTRATA A TUTTI GLI EFFETTI A FAR PARTE DELLO
STILE DI VITA DEI CONSUMATORI.
NON SI PUÒ PENSARE DI FARE MARCIA INDIETRO.
E' DEL TUTTO NATURALE PENSARE
DI POTER FARE LA SPESA QUANDO SI PREFERISCE



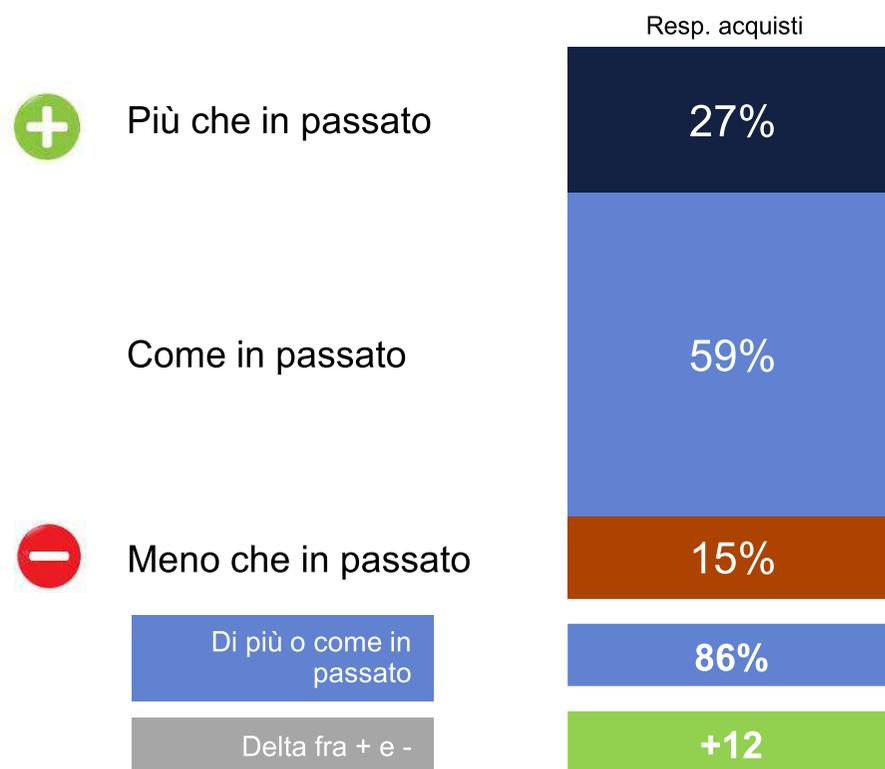
E' QUALCOSA CHE RISCHIA
DI **NON ESSERE PIÙ ATTUALE:**
CI SONO ALTRE POSSIBILITÀ OGGI
PER IL CONSUMATORE PER GESTIRE
CON LIBERTÀ E FLESSIBILITÀ
GLI ACQUISTI (ES. ACQUISTI ON LINE)

BASE: Responsabili acquisti

In generale riguardo alla possibilità di fare acquisti di domenica, in quale di questi due estremi si sente più vicino oggi....

© GfK 5 ottobre 2018 | La liberalizzazione degli orari di apertura. Cosa ne pensano i Consumatori?

La spesa di domenica oggi (rispetto a ieri) - Trend dichiarati



BASE: Hanno fatto acquisti la domenica negli ultimi 6 mesi

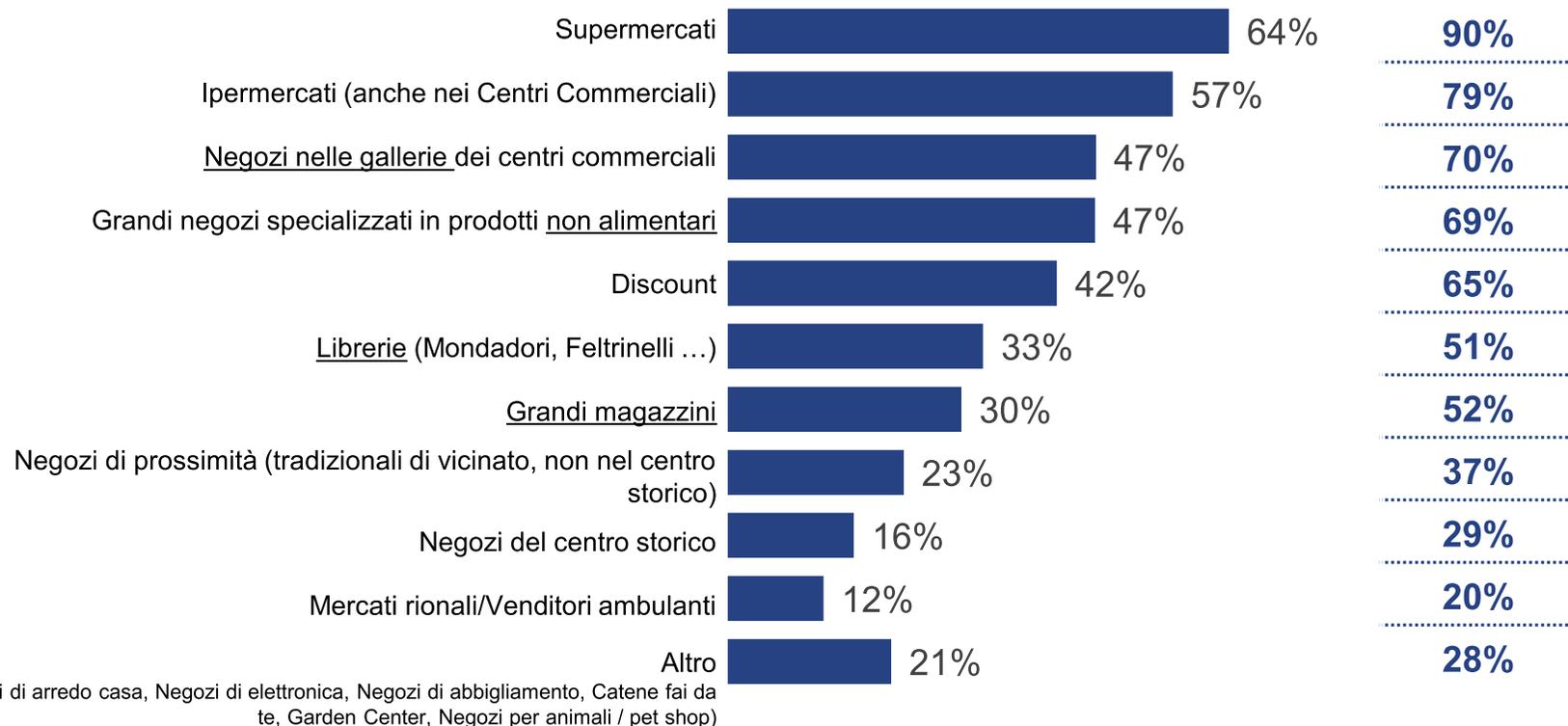
Rispetto a 2/3 anni fa pensando alle sue abitudini in fatto di acquisti, direbbe di fare acquisti (di qualsiasi tipo, non solo alimentare), la domenica ... ?

© GfK 5 ottobre 2018 | La liberalizzazione degli orari di apertura. Cosa ne pensano i Consumatori?

I luoghi di acquisto la domenica



Hanno fatto acquisti la domenica più volte al mese



BASE: Hanno fatto acquisti la domenica negli ultimi 6 mesi

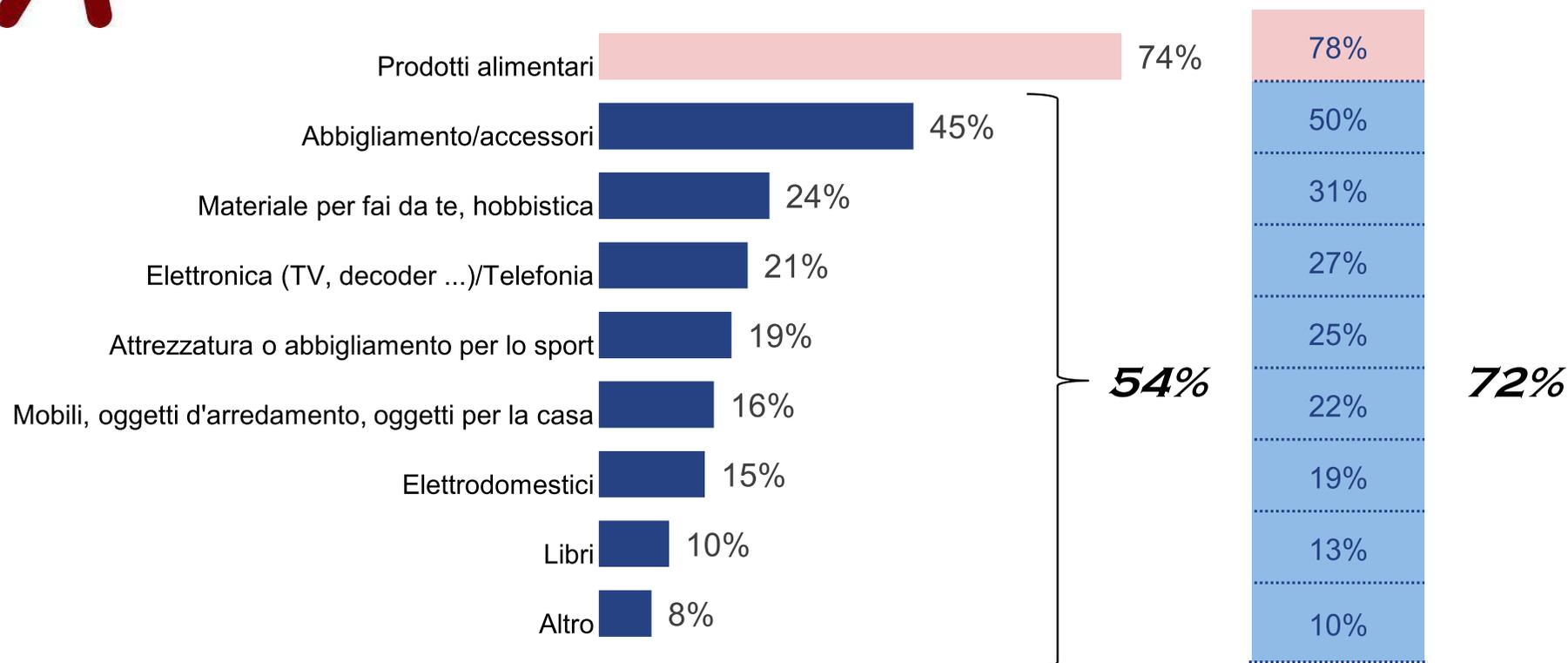
E pensando agli ultimi 6 mesi circa, le è capitato di fare acquisti la domenica o nei giorni festivi in qualcuno di questi luoghi d'acquisto?

La spesa domenicale : categorie merceologiche acquistate



**SUGLI ABITUALI DELLA SPESA
IL PESO FRA ALIMENTARE E NON ALIMENTARE
RISULTA DECISAMENTE BILANCIATO:
78% VS 72% CONTRO UNA MEDIA DI 74% VS 54%**

Hanno fatto acquisti
la domenica
più volte al mese



BASE: Hanno fatto acquisti la domenica negli ultimi 6 mesi

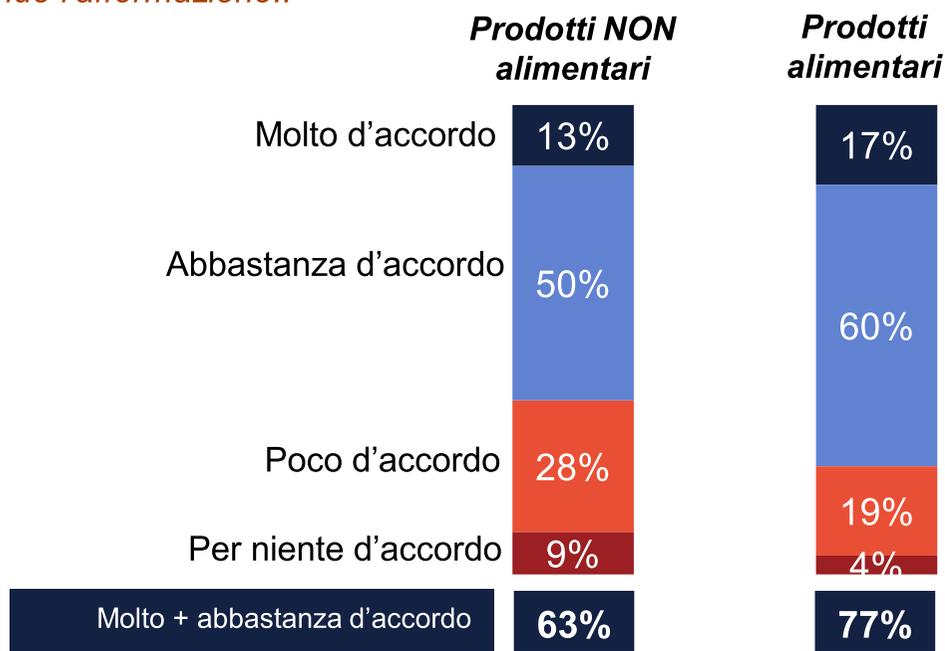
E sempre negli ultimi 6 mesi, quali categorie merceologiche le è capitato di acquistare di domenica o nei giorni festivi? (indica tutte quelle che ti è capitato di acquistare almeno una volta).

La spesa domenicale : è solo un'aggiunta alla spesa settimanale

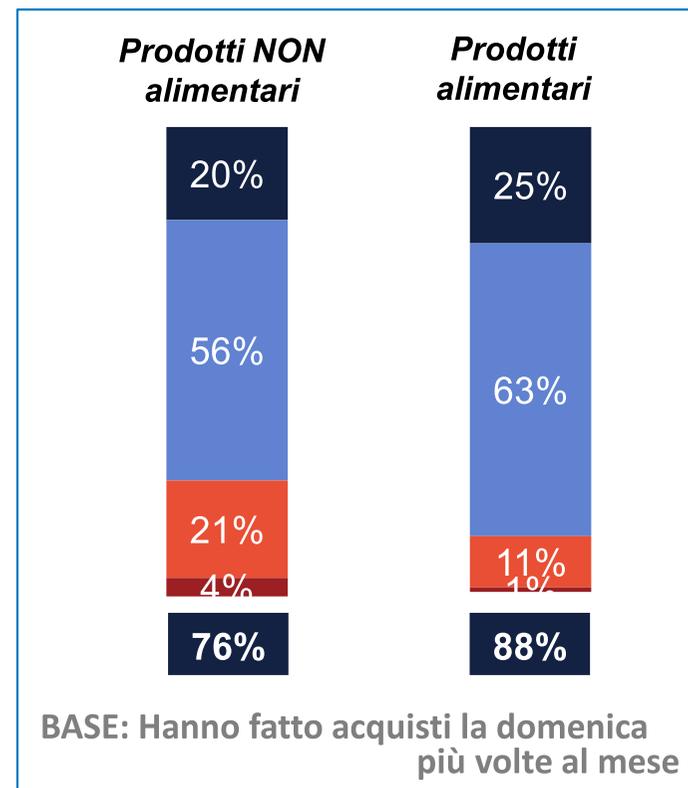


Faccio acquisti di Domenica IN AGGIUNTA alla spesa settimanale, condivide l'affermazione..

o qualcosa di più?



BASE: Hanno fatto acquisti la domenica negli ultimi 6 mesi

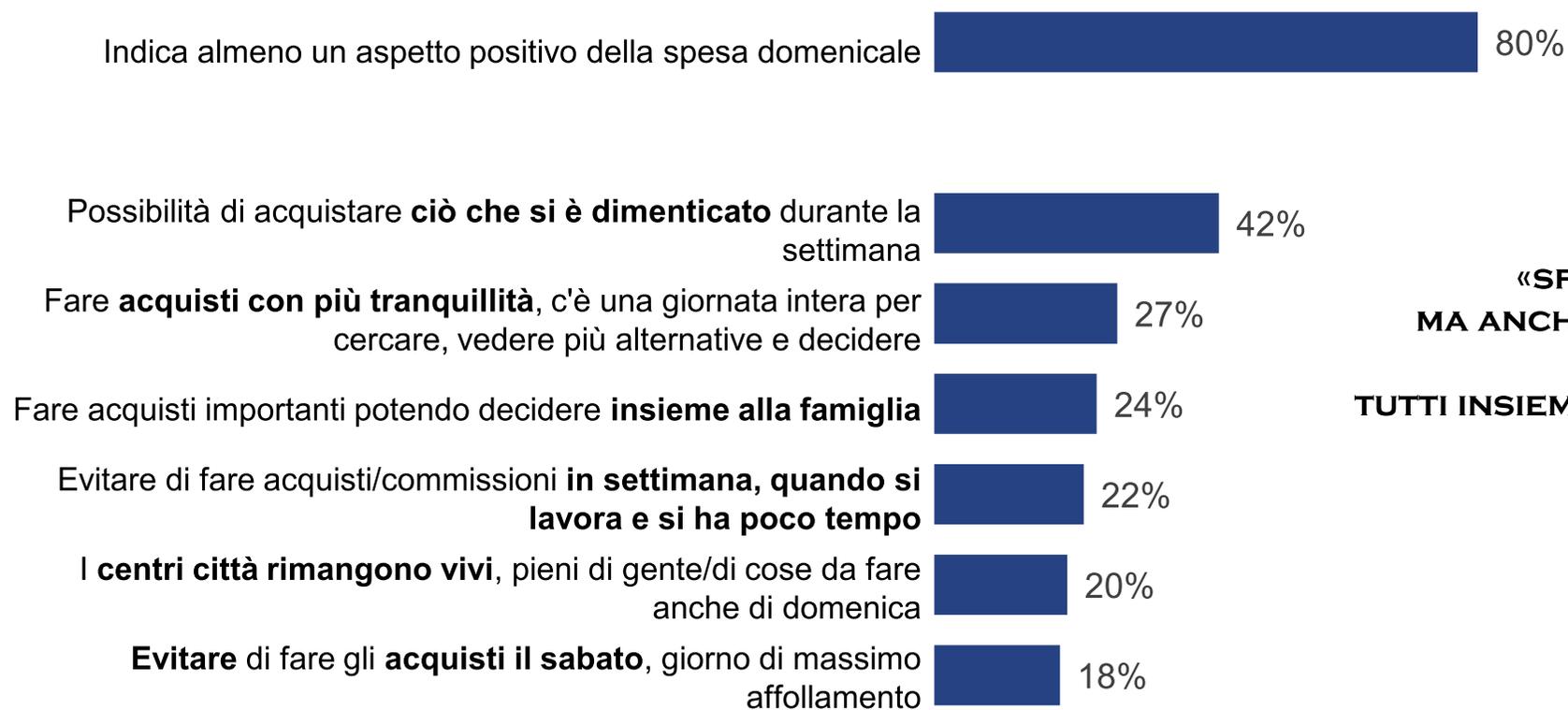


BASE: Hanno fatto acquisti la domenica più volte al mese

Considerando SOLO gli acquisti di prodotti non alimentari, che lei quanto si riconosce in questa affermazione «Faccio acquisti di domenica IN AGGIUNTA a quelli che si possono fare durante gli altri giorni della settimana».

Considerando SOLO gli acquisti di prodotti alimentari, lei direbbe che «Può capitare di fare acquisti di domenica IN AGGIUNTA E/O A COMPLETAMENTO della spesa fatta» durante gli altri giorni della settimana

I perché sì della spesa la domenica



**«SPESA RIPARATORIA»,
MA ANCHE «SPESA GODUTA»:
TRANQUILLITÀ,
TUTTI INSIEME CON LA FAMIGLIA,
EFFICIENZA,**

BASE: Responsabili acquisti

*Pensando sia alla sua esperienza, sia all'idea che si è fatto, se dovesse indicare gli aspetti positivi dell'apertura domenicale dei negozi, cosa direbbe?**

© GfK 5 ottobre 2018 | La liberalizzazione degli orari di apertura. Cosa ne pensano i Consumatori?

ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

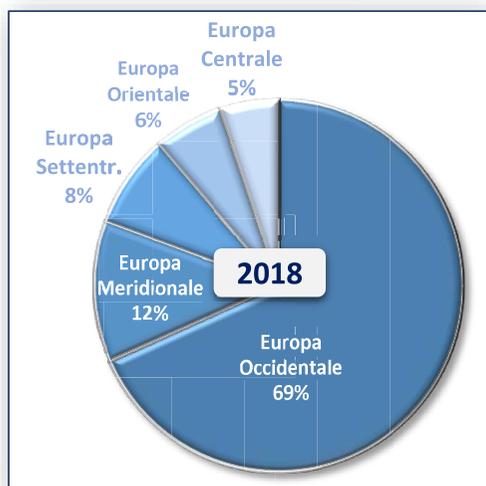
**Allegato 2:
E-COMMERCE**



E-COMMERCE

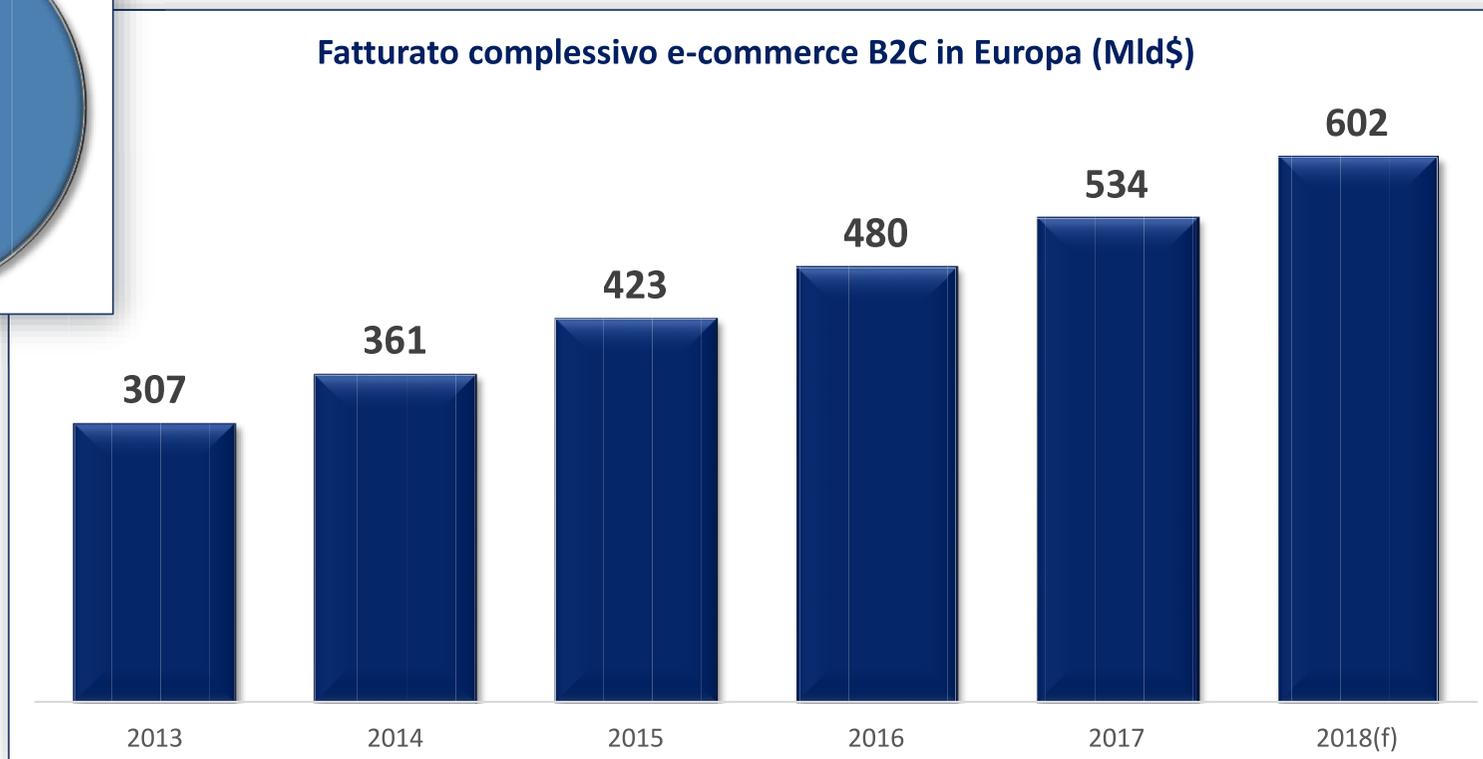


E-commerce B2C in Europa – Fatturato

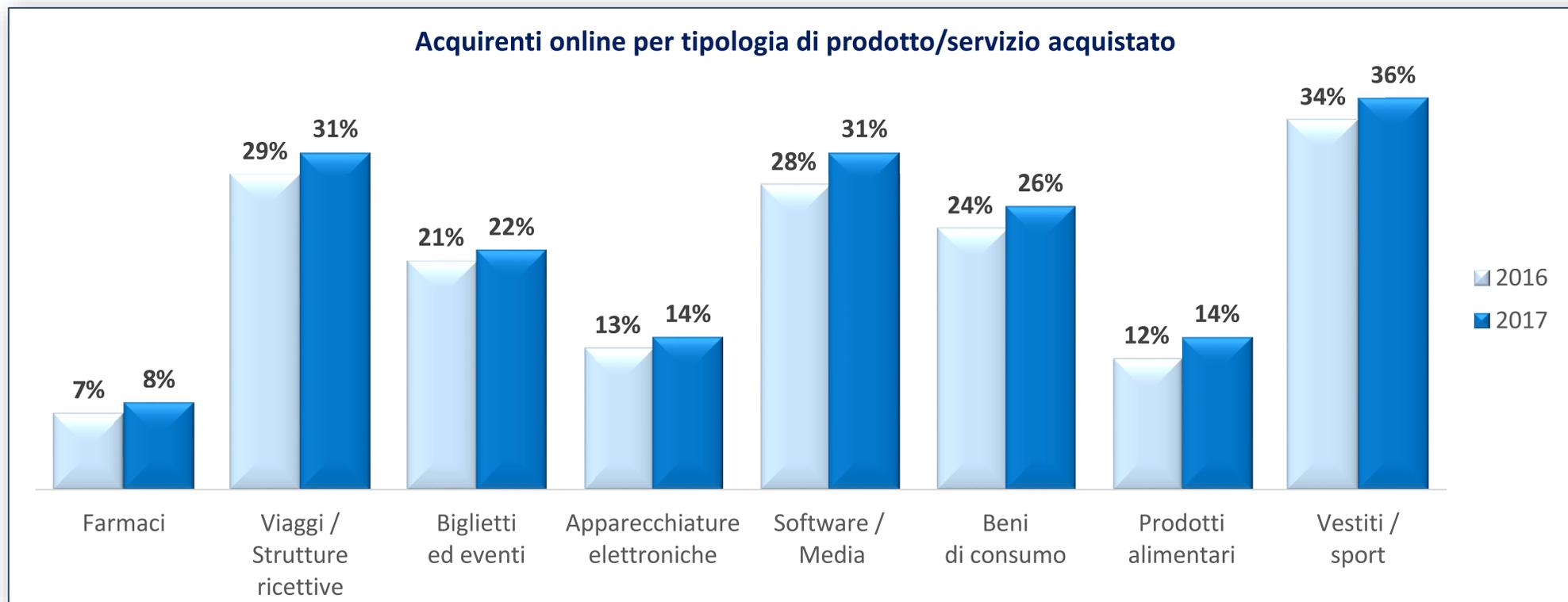


Il fatturato complessivo dell'e-commerce B2C in Europa è atteso essere pari a **\$602 Mld** nel 2018

Fatturato complessivo e-commerce B2C in Europa (Mld\$)



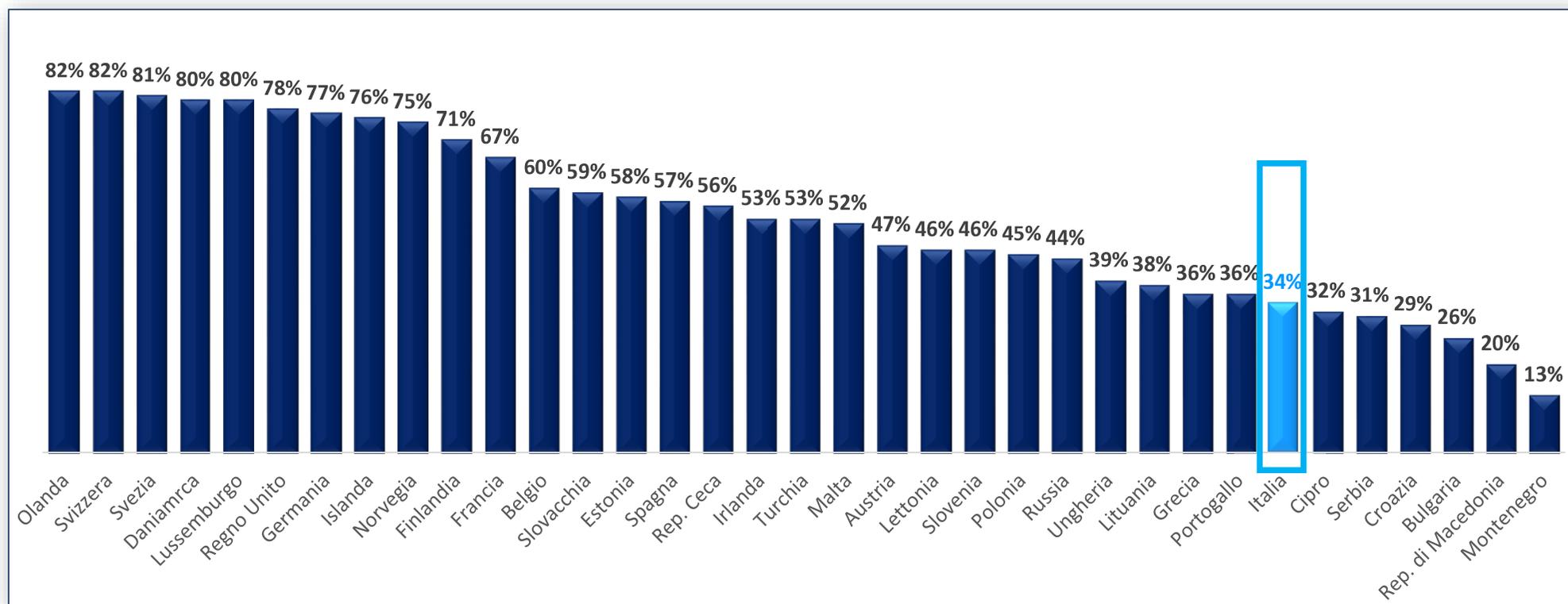
Tra gli articoli più venduti online,
i vestiti e i viaggi



E-commerce B2C in Europa – Quota di acquirenti on-line (2017)

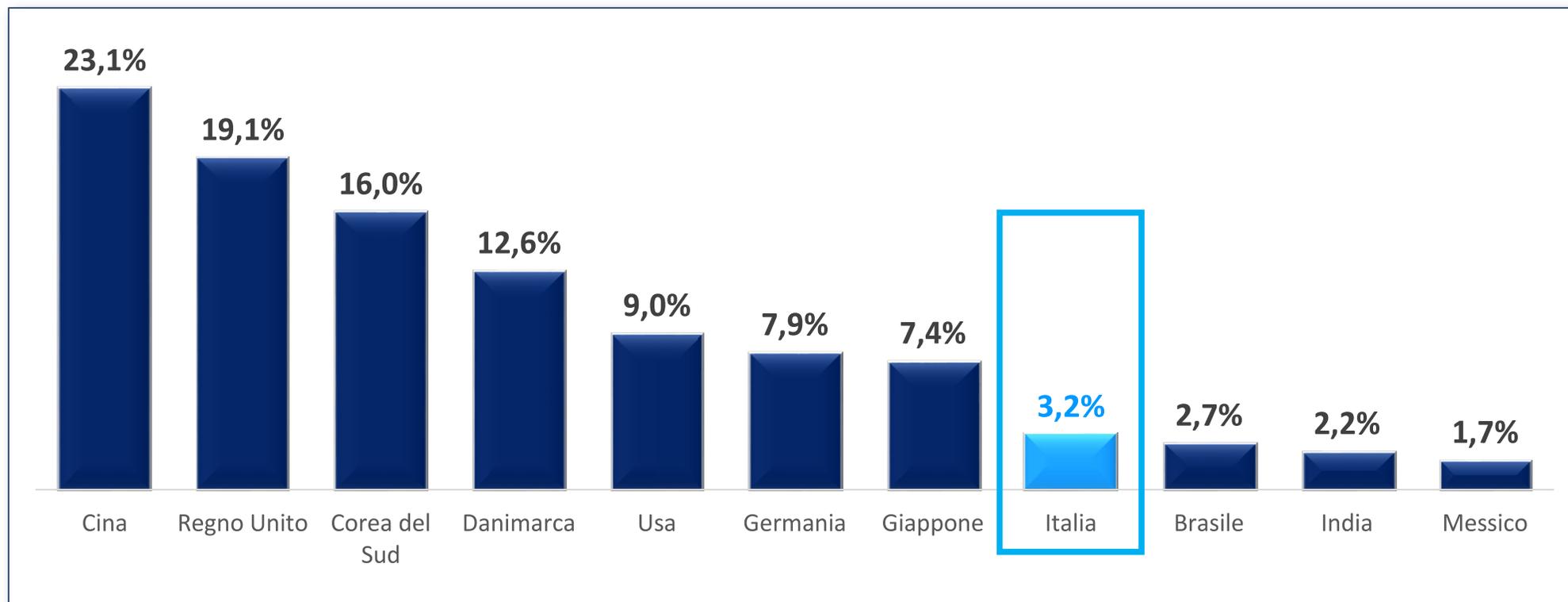
La quota di acquirenti online nei paesi europei varia dall'**82%** al **13%**

L'Italia – con una percentuale del **34%** – si posiziona nelle retrovie



E-commerce nel mondo – Percentuale del valore sul totale delle vendite (2017)

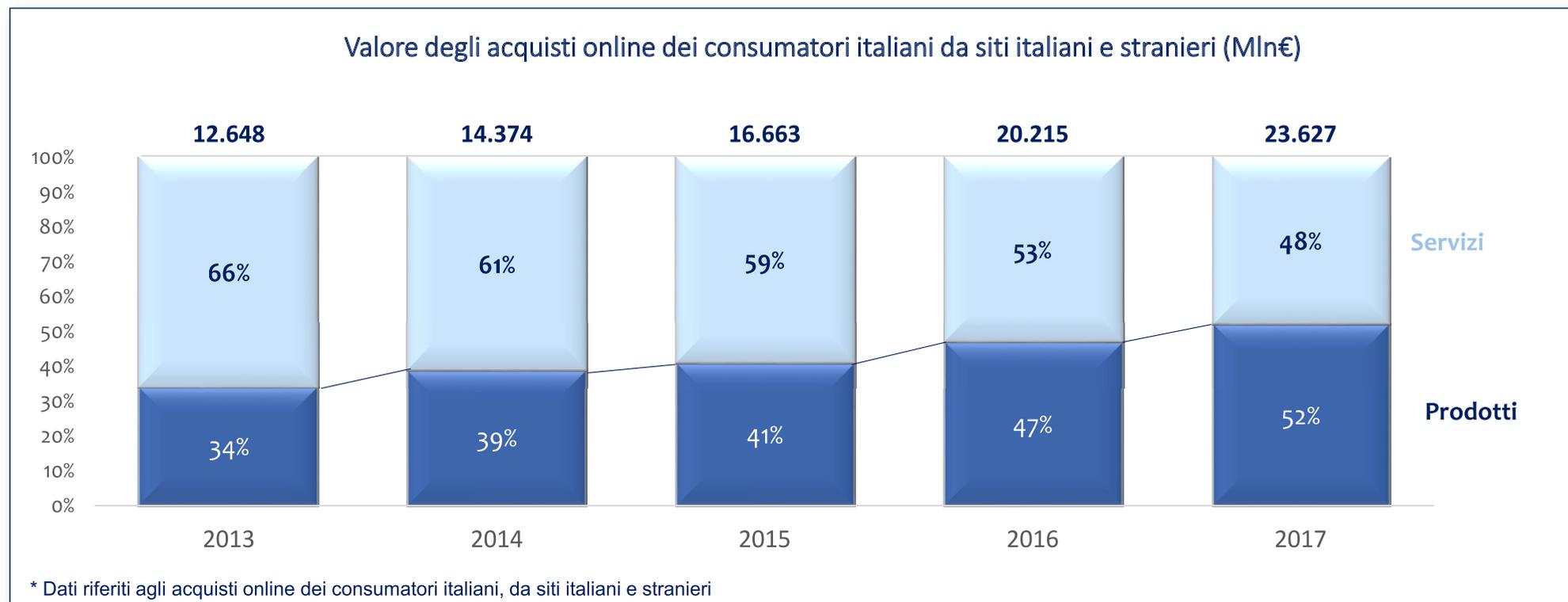
In Italia l'acquisto online non è ancora molto diffuso, soprattutto nel confronto internazionale



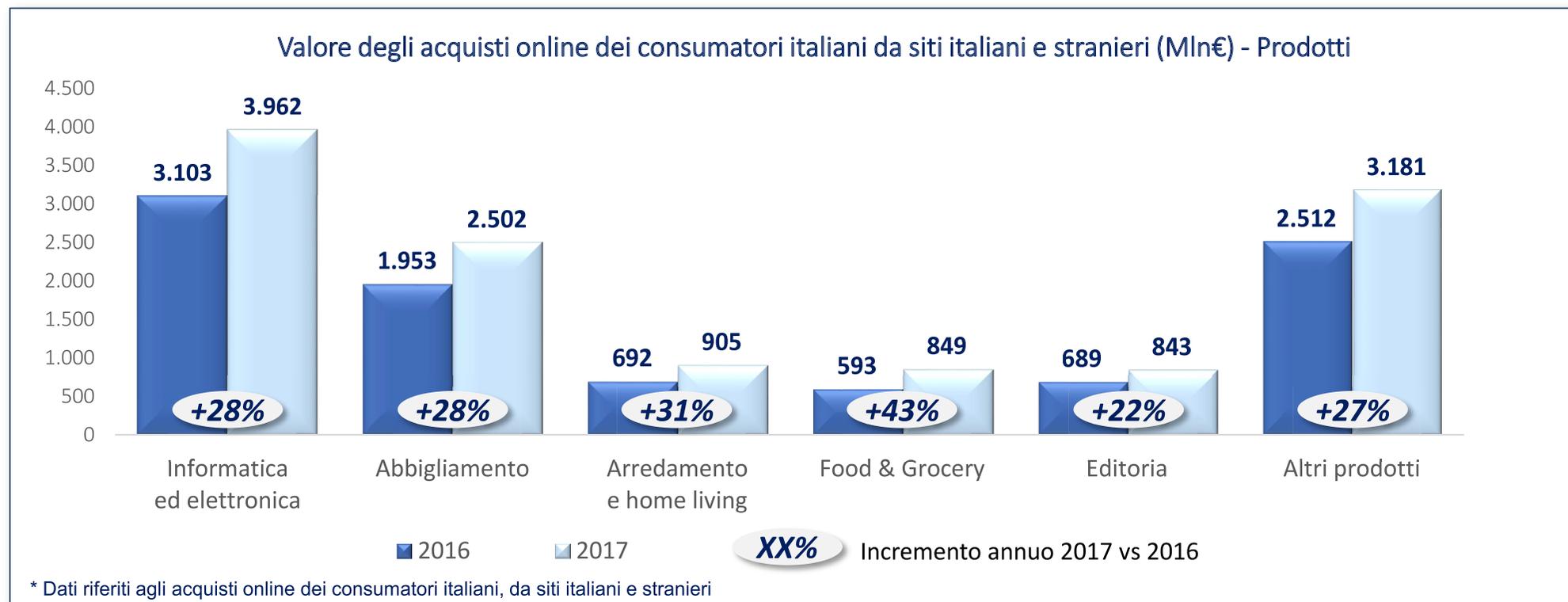
Anche in Italia l'e-commerce continua a crescere velocemente:
nel 2017 valeva **23,6 mld €**



**Nel 2017, gli acquisti online di prodotti crescono del 28%
e superano per la prima volta quelli di servizi**

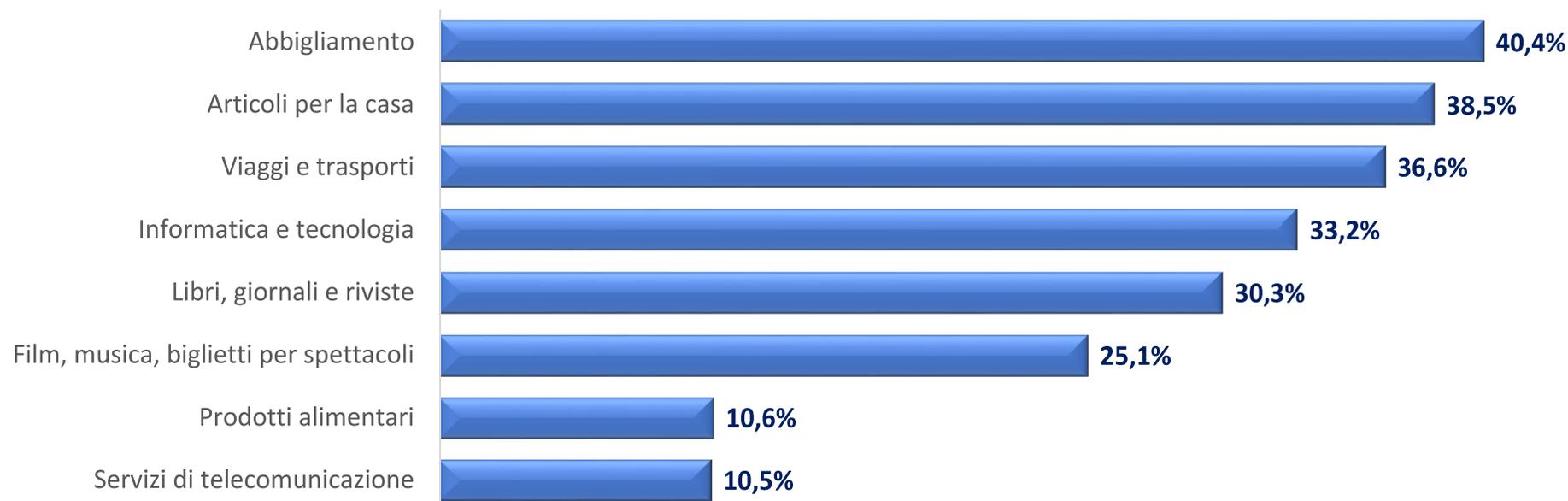


Tra i prodotti, la categoria più acquistata online è quella dell'informatica ed elettronica



In Italia, l'acquisto online di prodotti alimentari non è ancora molto diffuso ...

Persone con più di 15 anni che abbiano mai usato Internet e abbiano comprato online beni e/o servizi
(Valori percentuali per tipologia di beni e/o servizi – Anno 2017)



... ma ha ampi margini di crescita



ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

**Allegato 3:
L'EVOLUZIONE DEL COMMERCIO
NEGLI ANNI DELLA CRISI**



**Il calo dei punti vendita in sede fissa è generalizzato:
impatta sia la DMO che i negozi tradizionali**

	2010	2016	2017	Var. % 2017 vs. 2010	Var. assoluta pdv
Negozi	776.365	747.042	742.881	-4,3%	-33.484
DMO*	62.010	58.603	57.416	-7,4%	-4.594
Tradizionali	714.355	688.439	685.465	-4,0%	-28.890
Ambulanti	170.845	194.583	190.797	+11,7%	+19.952
TOTALE ESERCIZI COMMERCIALI	947.210	941.625	933.678	-1,4%	-13.532

* Compresi Cash & Carry

ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

**Allegato 4:
IL CONTRIBUTO DELLA DMO AL PAESE -
ANALISI DEL «VALORE ESTESO»**





con

FEDERDISTRIBUZIONE – ANCC COOP – ANCD CONAD

In collaborazione con



Il contributo della DMO al Paese. Analisi del «Valore Esteso»

Novembre 2017

Le imprese della Distribuzione Moderna Organizzata sono **fortemente ancorate nel territorio** e radicalmente inserite nel tessuto economico del Paese (**non delocalizzano**)

Nell'ambito dell'operatività quotidiana (60 milioni di persone acquistano nei punti vendita della DMO ogni settimana) e delle azioni di sviluppo attraverso l'apertura di nuove superfici o le ristrutturazioni delle reti commerciali **attivano un importante indotto**

Il contributo che la DMO fornisce al sistema Italia non si limita dunque a ciò che rappresenta direttamente, ma **deve prendere in considerazione anche gli effetti di questa attività di stimolo alla crescita** che esercita nei confronti di tutti i soggetti che entrano in relazione con essa.

Lo scopo dello studio è quello di rappresentare il contributo della DMO al Paese, **valorizzando anche gli impatti che le attività delle imprese che ne fanno parte generano lungo la catena di fornitura** (impatti indiretti) **e attraverso la distribuzione di ricchezza ai dipendenti** che a loro volta spendono i propri stipendi in consumi finali (impatti indotti)

Il perimetro geografico preso in considerazione è **l'intero territorio nazionale** e l'arco temporale a cui fanno riferimento i dati presi in considerazione è il 2015

Con questa finalità sono stati stimati gli impatti in termini di

- **ricaduta occupazionale**
- **contribuzione al PIL nazionale, in termini di Valore Aggiunto**
- **contribuzione fiscale**

Complessivamente dunque lo studio ha valutato gli impatti in termini di

➤ **Impatti diretti**, ovvero

- Numero di collaboratori direttamente occupati nella DMO
- Il Valore Aggiunto direttamente generato dalle aziende che operano nella DMO *
- Le imposte e i contributi versati allo Stato direttamente dalle aziende che operano nella DMO (oneri sociali, imposte sul reddito, contributi sociali e imposte sul reddito da lavoro dipendente versati dai collaboratori diretti)

➤ **Impatti indiretti**, ovvero

Gli impatti in termini di numero di occupati, Valore Aggiunto e contribuzione fiscale generati dalle aziende della DMO attraverso l'acquisto di beni e servizi necessari alla propria attività di business verso fornitori italiani

➤ **Impatti indotti**, ovvero

I posti di lavoro, il Valore Aggiunto e i contributi fiscali generati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati attivati direttamente e indirettamente che, in qualità di consumatori finali, spendono i propri stipendi per l'acquisto di beni e servizi al di fuori della DMO

* Sono stati considerati sia i negozi diretti che quelli affiliati/franchising

	Impatti diretti	Impatti Indiretti	Impatti Indotti
Occupazione	Numero di collaboratori diretti della DMO (rete diretti e affiliati)	N. posti di lavoro attivati indirettamente attraverso gli acquisti e gli investimenti delle aziende della DMO lungo la catena di fornitura	Posti di lavoro attivati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati attivati direttamente e indirettamente, che, in qualità di consumatori finali, spendono i propri stipendi per l'acquisto di beni e servizi al di fuori della DMO
Contribuzione al PIL (Valore Aggiunto)	V.A. generato direttamente dalla DMO (rete diretti e affiliati)	V.A. generato indirettamente lungo la catena di fornitura attraverso gli acquisti e gli investimenti delle aziende della DMO	V.A. generato nei settori attivati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati attivati direttamente e indirettamente, che, in qualità di consumatori finali, spendono i propri stipendi per l'acquisto di beni e servizi al di fuori della DMO
Contribuzione fiscale	Imposte e contributi fiscali e sociali versati dalle aziende della DMO e dai suoi collaboratori (rete diretti e affiliati)	Contributi/imposte fiscali e sociali sul reddito da lavoro versati allo stato nei settori attivati lungo la catena di fornitura grazie agli acquisti e agli investimenti delle aziende della DMO	Contributi/imposte fiscali e sociali sul reddito da lavoro versati allo stato nei settori attivati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati attivati direttamente e indirettamente, che, in qualità di consumatori finali, spendono i propri stipendi per l'acquisto di beni e servizi al di fuori della DMO

60 milioni

di persone acquistano
ogni settimana nei pv
della DMO (1)

Il **72% del Valore Aggiunto** è
redistribuito in remunerazione del personale (2)

Tutela il **potere
d'acquisto**

Il **91 % degli occupati**
ha un contratto a tempo indeterminato (3)

Investe

Segue **logiche
industriali**

Il **91,5%** dei fornitori di MDD sono
imprese italiane

Si sviluppa secondo criteri di
sostenibilità

Di queste il **78% sono PMI** (4)

Opera nella massima

concorrenza

Non delocalizza

Innova e persegue
efficienza

Genera **indotto sui
territori**

Rispetta le **leggi**
Applica i **contratti di lavoro**
E' conforme alle **regole fiscali**

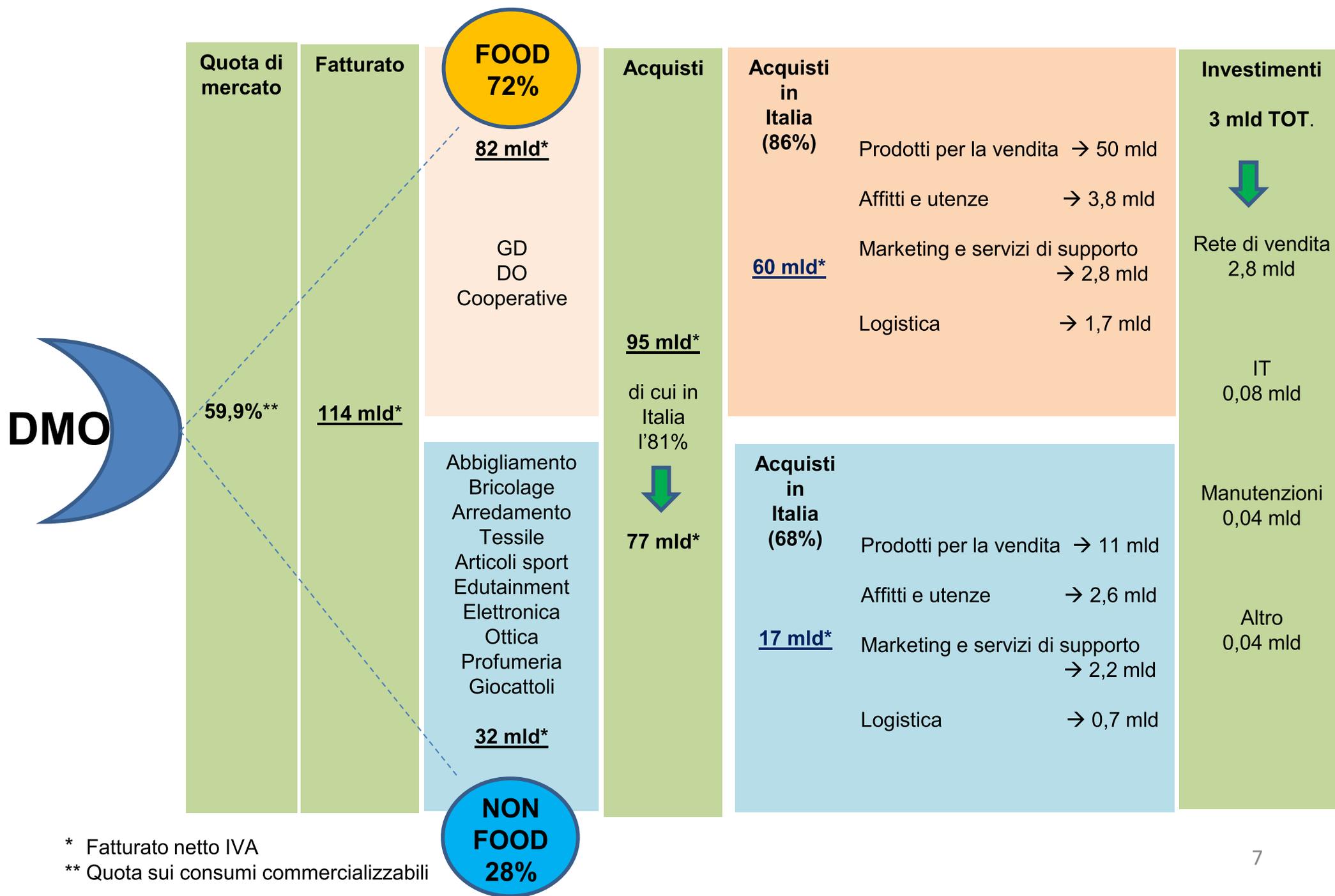
(1) Federdistribuzione: elaborazione su dati aziendali

(2) Trade Lab: Anali Bilanci aziendali - 2016

(3) PwC: «Progetto di supporto alla comunicazione in merito alla gestione delle risorse umane nel Retail» - 2017

(4) Nielsen: elaborazioni su dati aziendali - 2011

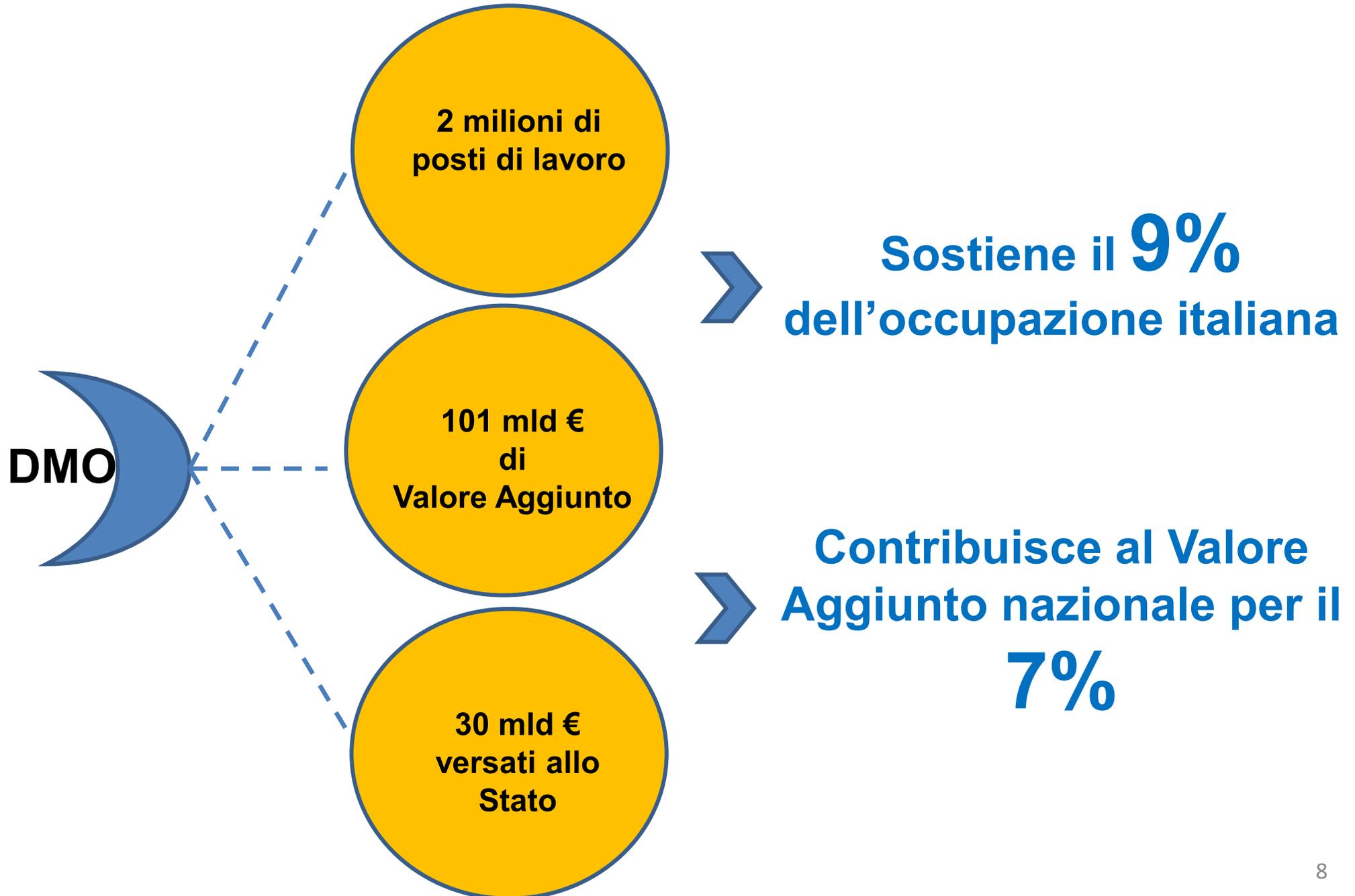
IL VALORE ESTESO DELLA DMO | La DMO in Italia



* Fatturato netto IVA

** Quota sui consumi commercializzabili

Impatti diretti + Impatti indiretti + Impatti indotti



Impatti diretti	460.000 collaboratori direttamente impiegati 18 miliardi di Valore Aggiunto generato direttamente 7 miliardi di imposte e contributi versati allo Stato
Impatti indiretti	1,1 milioni di posti di lavoro attivati indirettamente 63 miliardi di Valore Aggiunto generato indirettamente 17 miliardi di contributi versati indirettamente allo Stato
Impatti indotti	396.000 posti di lavoro attivati 20 miliardi di Valore Aggiunto generato 6 miliardi di contributi versati allo Stato..... nei settori attivati dai consumi finali delle famiglie al di fuori della DMO sostenuti direttamente e indirettamente attraverso la distribuzione di salari e stipendi

IL VALORE ESTESO DELLA DMO | Il contributo «esteso» della DMO in Italia

Impatti diretti + Impatti indiretti + Impatti indotti*

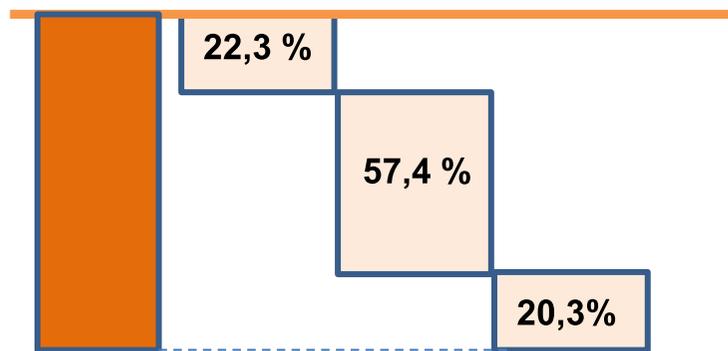


FOOD
72%

75 mld di
Valore
Aggiunto

22 mld
versati
allo Stato

TOTALE DIRETTI INDIRETTI INDOTTI



1,5 milioni di
posti di lavoro

7 mld
versati
allo Stato

23 mld di
Valore
Aggiunto

**NON
FOOD**
28%

0,4 milioni di
posti di lavoro



TOTALE DIRETTI INDIRETTI INDOTTI

(*) Sono esclusi i dati relativi agli investimenti, non divisibili tra Food e Non Food

ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

**Allegato 5:
LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE NEL RETAIL**



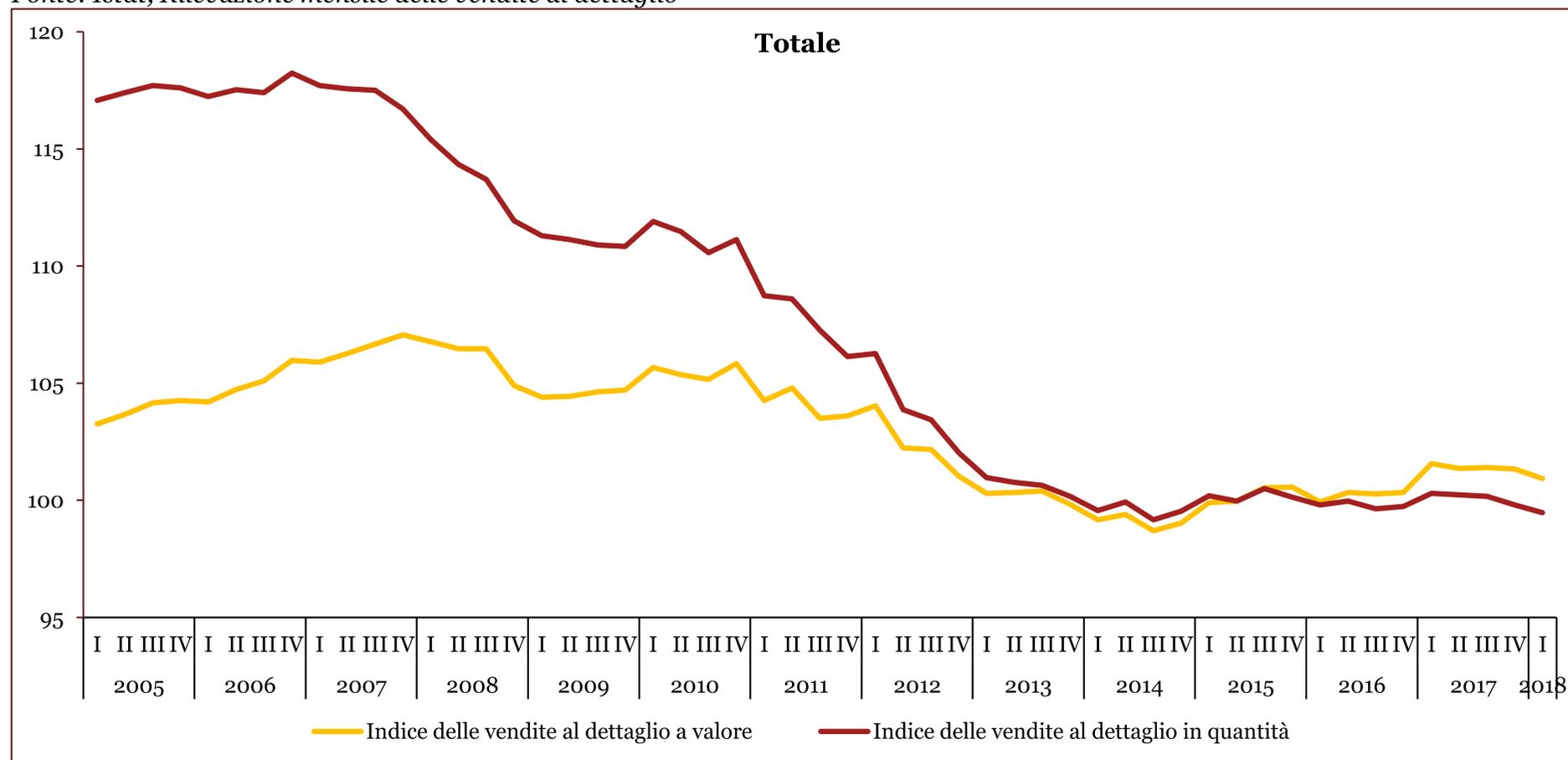
Federdistribuzione

La gestione delle Risorse
Umane nel Retail (dati 2017)
Giugno 2018

Scenario di business – Lo stato del commercio in Italia

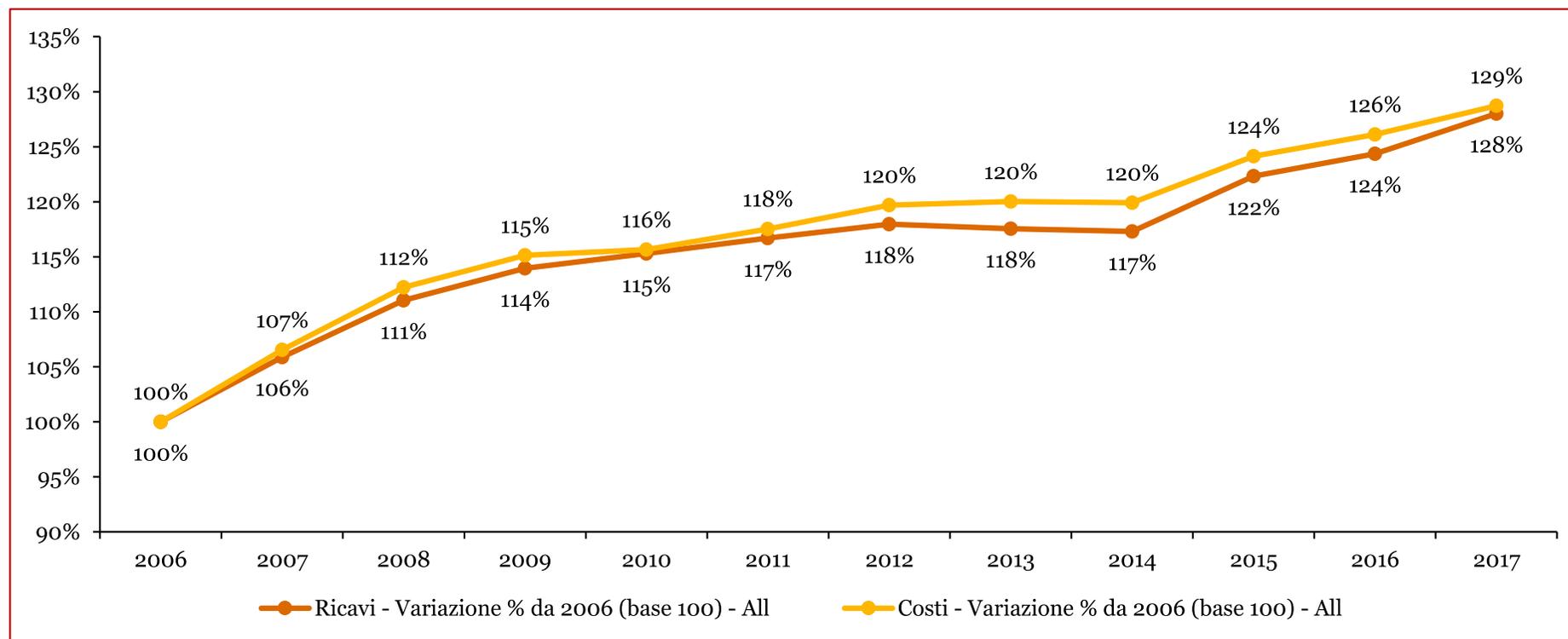
Indice delle vendite ISTAT al dettaglio in valore e quantità - Anni 2005-Aprile 2018 (numeri indice media 2015=100; medie trimestrali su dati destagionalizzati)

Fonte: Istat, Rilevazione mensile delle vendite al dettaglio

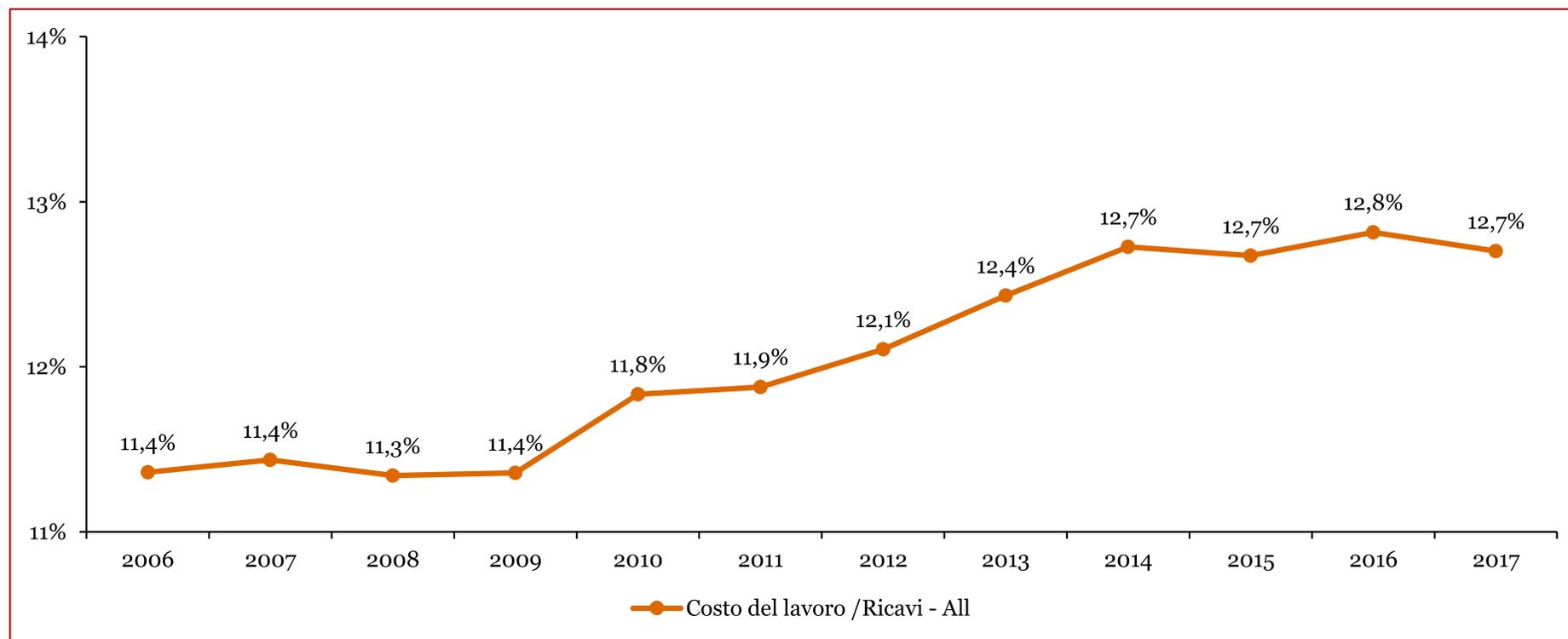


IMPATTO SUL BUSINESS

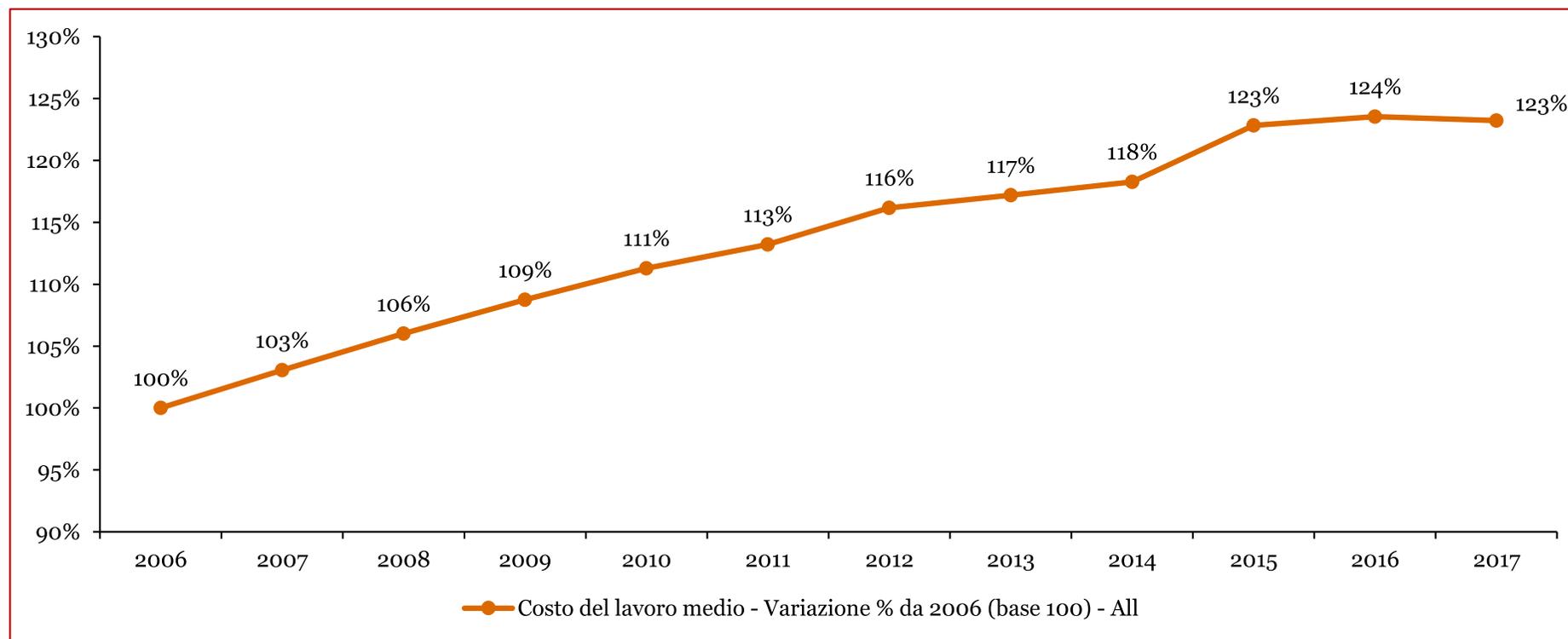
Ricavi totali vs. Costi totali– Variazione % da 2006 (base 100)



Costo del lavoro / Ricavi (%)

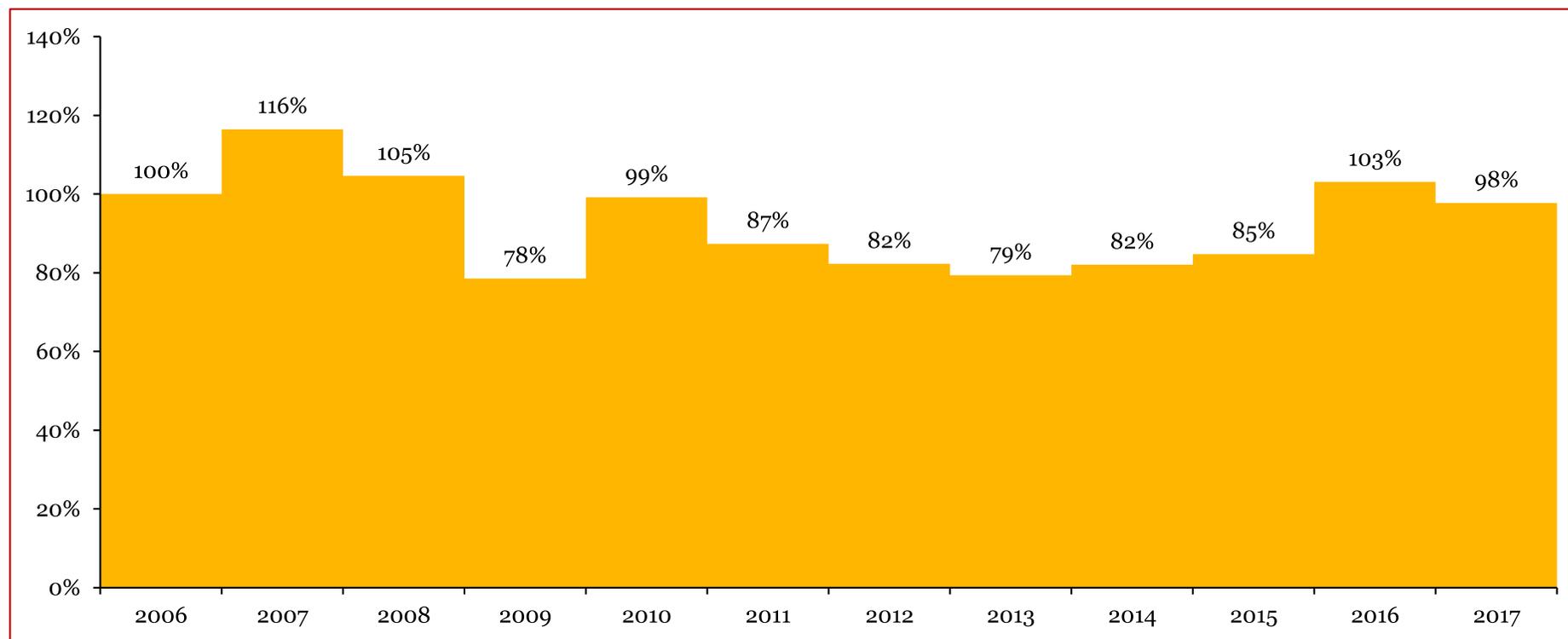


Costo del lavoro per FTE – Variazione % da 2006 (base 100)



DINAMICA DEGLI INVESTIMENTI

Dinamica degli investimenti totali – Variazione % da 2006 (base 100)



Stima investimenti nelle aziende FD

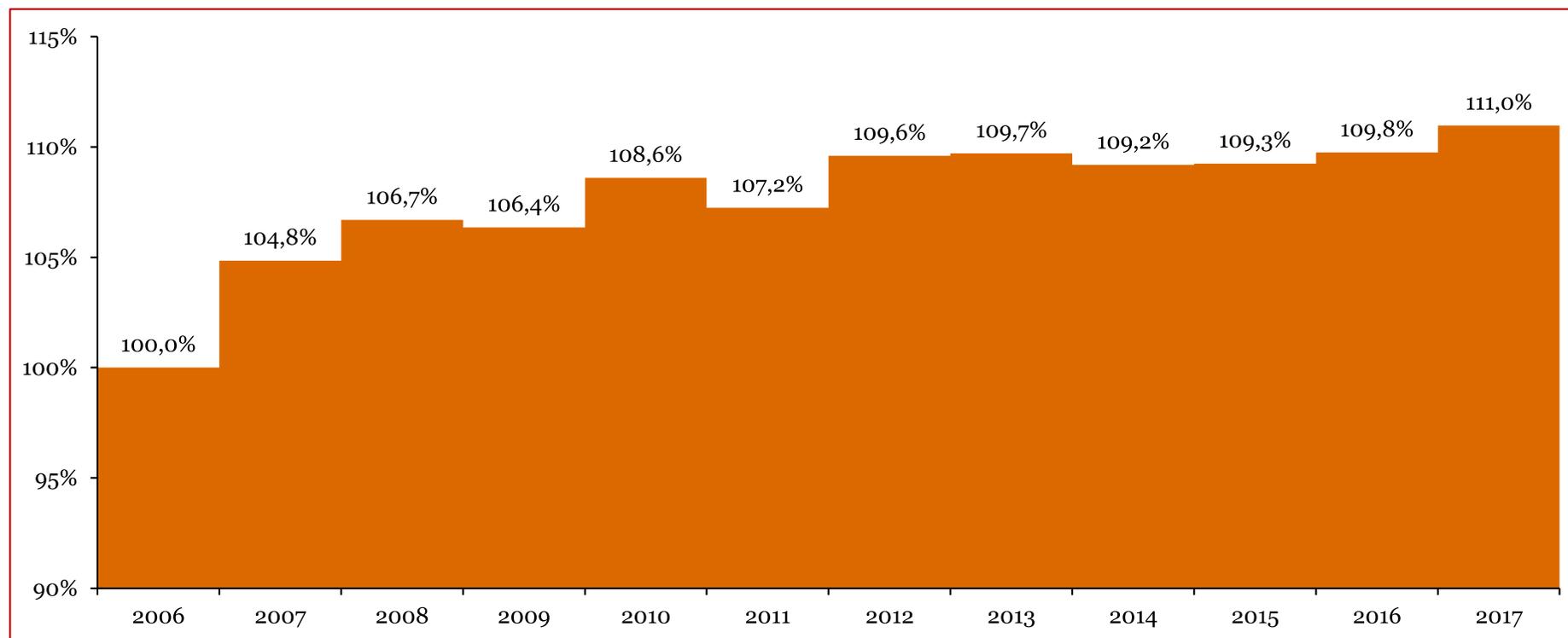
Dati 2017

Totale investimenti

1,6 miliardi euro

STRUTTURA DEL MERCATO DEL LAVORO

Headcount – Variazione % da 2006 (base 100)



Struttura forza lavoro % sul totale forza lavoro

	2006	2017
Contratto a tempo indeterminato	85	89
Contratto a tempo determinato	9	9
Apprendistato	4	1
Stage + altre forme contrattuali	2	1
Addetti > 50 anni	9	20
Addetti 30 - 50 anni	64	63
Addetti < 30 anni	27	17
Addetti con laurea	N.A.	20
Addetti con diploma superiore	N.A.	63
Addetti con licenza scuola media inferiore	N.A.	18
Part time	47	45
Full time	53	55
Occupazione femminile	60	58
Occupazione maschile	40	42

Stima assunzioni nelle aziende FD

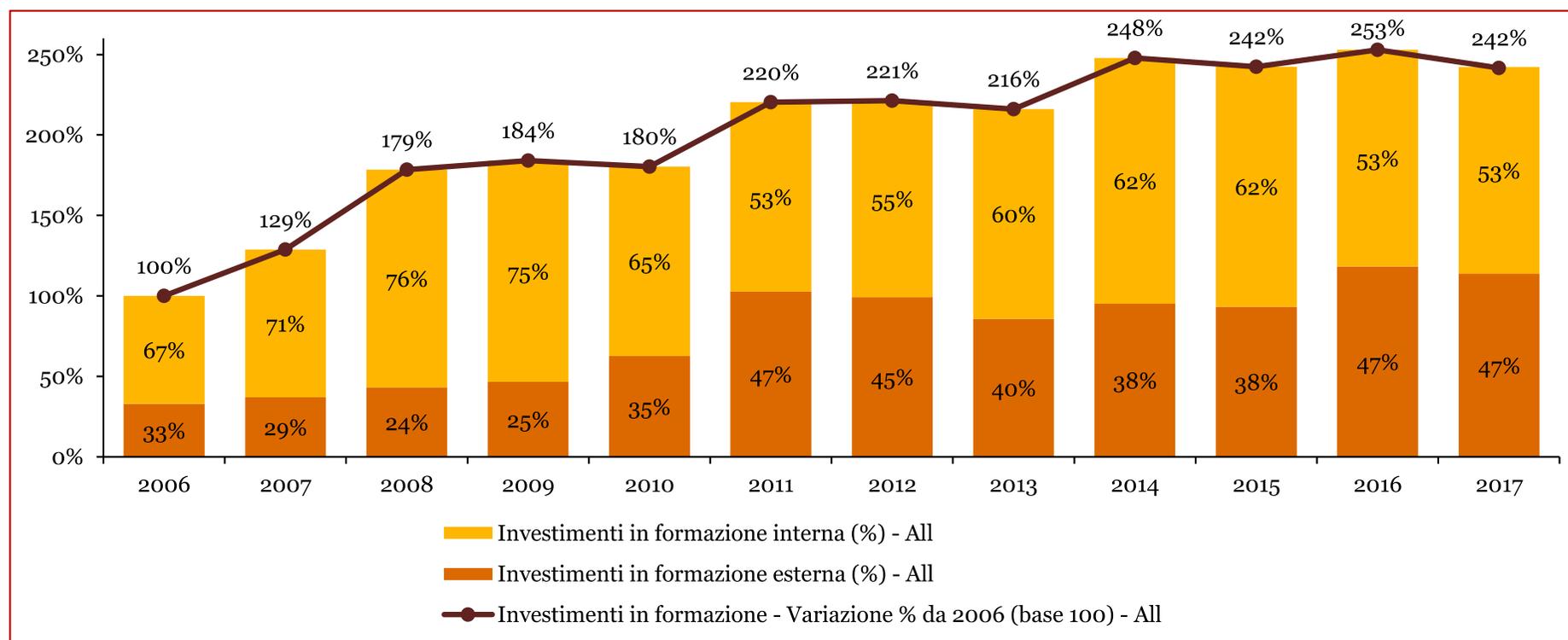
Dati 2017

<i>Totale assunzioni</i>	<i>18.000</i>
<i>full time</i>	<i>33%</i>
<i>part time</i>	<i>67%</i>

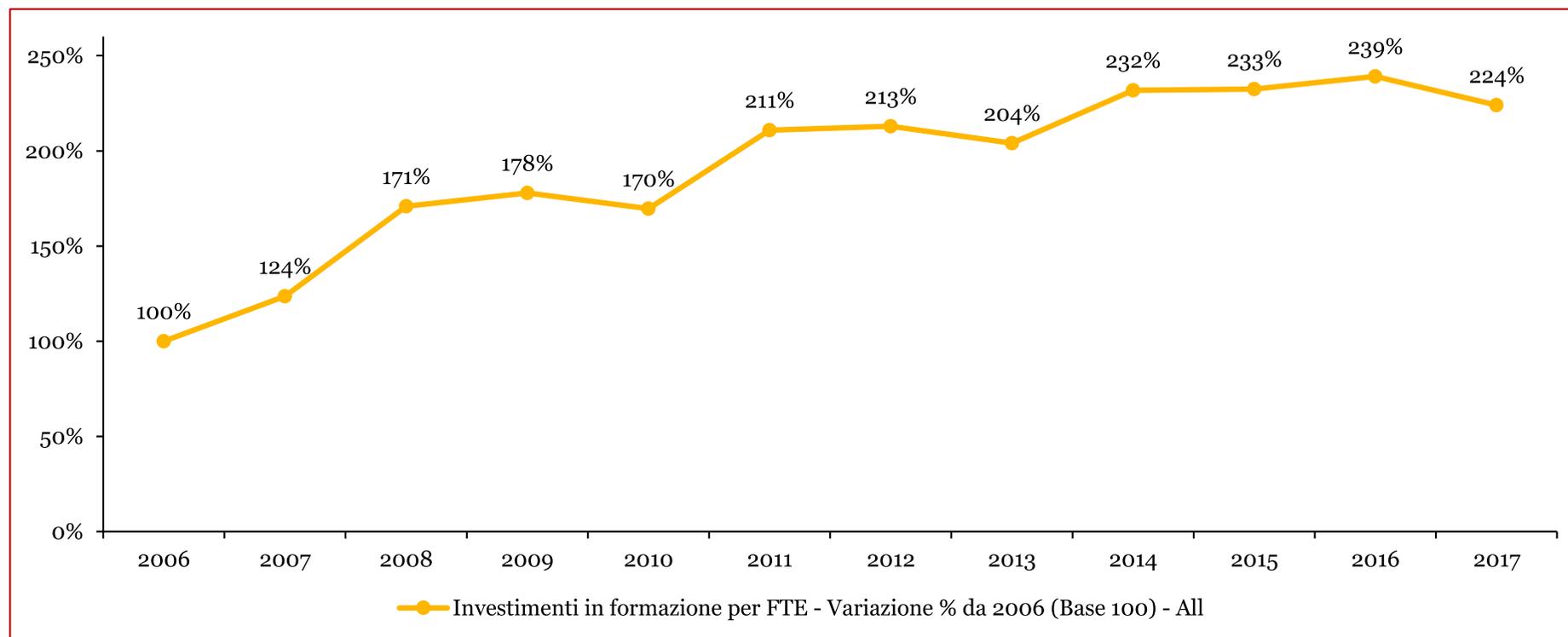
<i>Totale assunzioni</i>	<i>18.000</i>
<i>per nuove posizioni</i>	<i>62%</i>
<i>per sostituzioni</i>	<i>38%</i>

FORMAZIONE

Investimenti in formazione – Variazione % da 2006 (base 100)



Investimenti in formazione per FTE – Variazione % da 2006 (base 100)



Stima investimenti in formazione e ore erogate nelle aziende FD

Dati 2017

Totale investimenti in formazione 31 milioni di euro*

Totale ore di formazione erogata 2,1 milioni di ore

**** Escluso costo orario del dipendente destinatario della formazione → 20,1 milioni di euro (costo valutato per un IV livello)***

PERCORSI DI CARRIERA

Esiste un programma di gestione dello sviluppo professionale? – Dato 2017

