

NOTA CNCC

Proposta Testo Unificato

sulla

DISCIPLINA DEGLI ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI



**Audizione
Camera dei Deputati
X Commissione**

Roma, 16 aprile 2019

Il CNCC - Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali, costituito nel **1983**, è un'Associazione trasversale che riunisce in un unico organismo tutti gli stakeholders – **proprietà, società di servizi e selezionati retailers** – collegati all'industria dei centri commerciali, dei parchi commerciali e dei factory outlets.

Il CNCC è l'**unica Associazione in Italia dei centri commerciali** ed anche l'unica a far parte del network internazionale dell'**International Council of Shopping Center**, l'Organizzazione mondiale del settore centri commerciali presente in 100 diversi Paesi del mondo tra cui anche Francia (Conseil National des Centres Commerciaux), Spagna (Asociacion Espanola de Centros Y Parques Comerciales), Germania (German Council of Shopping Centers).

PREMESSA

Il CNCC ha commissionato uno studio sul settore dei centri commerciali ad un primario Istituto di ricerca riconosciuto a livello nazionale, al fine di identificare il valore reale dell'industria dei centri commerciali in termini di impatti economici e sociali.

In anteprima, in questa Audizione vengono illustrati alcuni primi risultati emersi (alcuni di essi potrebbero subire aggiustamenti in quanto la ricerca è *in fieri*).

E' mio piacere cogliere l'occasione per invitare il Presidente e tutti i membri della Commissione Parlamentare alla presentazione ufficiale della ricerca sul settore che si terrà il prossimo 12 giugno a Roma.

COSA RAPPRESENTIAMO

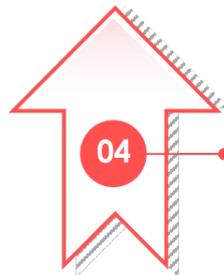
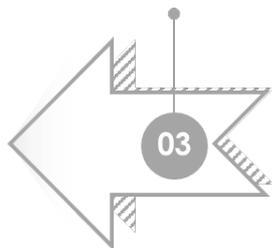
Il CNCC rappresenta un sistema essenziale per il motore economico e sociale dell'Italia:

- **1.254** centri commerciali
- **2 miliardi** di **presenze** annue nei centri, parchi ed outlet commerciali italiani, ovvero la più grande rete e comunità fisica di scambi commerciali, incontri e relazioni
- **36.000 negozi** coinvolti
- **587.000** dipendenti diretti (escluso l'indotto)
- **Luoghi socializzanti** gratuitamente frequentabili
- Potentissimo **motore di sviluppo dei territori**, in cui centri, parchi ed outlet commerciali sorgono e quindi complessivamente del nostro Sistema Italia

IL VALORE DEI CENTRI COMMERCIALI

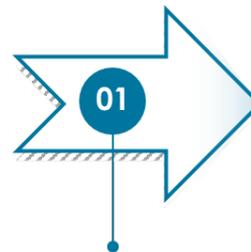
VALORE RELAZIONALE

Contributo all'integrazione sociale, tramite la proposta di nuovi luoghi di aggregazione



VALORE AMBIENTALE

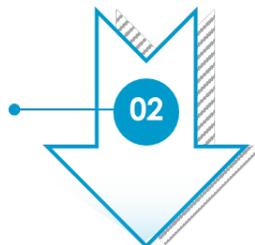
Contributo alla riqualificazione urbana, alla sicurezza delle zone prossime agli insediamenti dei poli commerciali organizzati



INDUSTRY DEI POLI COMMERCIALI IN ITALIA

VALORE SOCIALE

Contributo diretto e indiretto all'occupazione e al benessere delle persone occupate e delle loro famiglie



VALORE ECONOMICO

Contributo diretto e indiretto alla creazione di valore economico e finanziario per il territorio e per il Paese

valore economico
dell'industria dei centri commerciali
e
impatti previsti
del testo di legge in discussione

VALORE ECONOMICO DELL'INDUSTRIA DEI CENTRI COMMERCIALI

Il volume d'affari totale dell'Industria dei centri commerciali è pari a **139,1 miliardi** rappresentando il **8% del PIL** del nostro Paese.



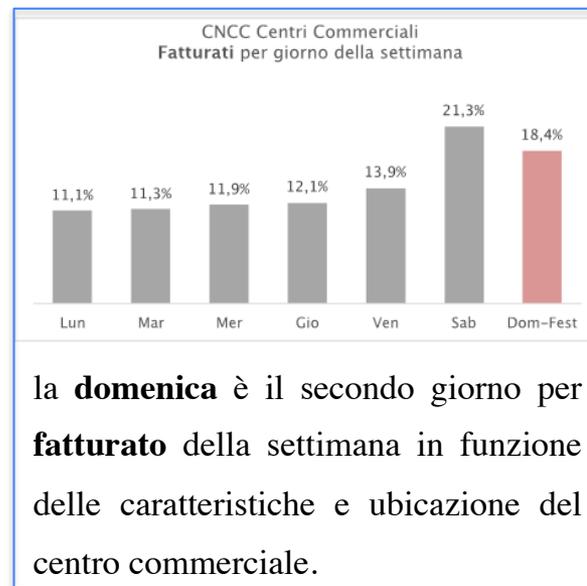
- **Diretto:** Volume d'affari nei centri commerciali italiani (netto iva).
Incidenza del PIL: 4,1%
- **Indiretto:** fatturato collegato agli acquisti in beni e servizi relativi ai rapporti di fornitura richiesti dai centri commerciali.
- **Indotto:** fatturato generato sul territorio su cui insistono i centri commerciali. Le imprese (locali e non) coinvolte direttamente o indirettamente nella filiera.

LA PERDITA DEI CONSUMI E DEI FATTURATI

Ogni azione che tenda a ridurre le aperture domenicali e dei festivi, rispetto alla situazione attuale, comprometterebbe fino al **18% del fatturato** diretto e cioè fino a **12,8 miliardi** di euro, oltre agli effetti indiretti e nell'indotto fino ad **altri 12,1 miliardi** di euro.

Per molte aziende commerciali (dalle grandi catene della GDO ai circa nostri 9.000 negozi a gestione unifamiliare), **potrebbe far la differenza fra la vita e la morte economica.**

Con gli **ulteriori**, conseguenti e drammatici **effetti occupazionali.**



LA PERDITA DI GETTITO D'IMPOSTA

L'industria dei centri commerciali **contribuisce** in modo rilevante all'erario con **27,8 miliardi** di euro di **imposte annue**.

IMPOSTE DIRETTE → **12,2** MLD €

di cui:

● **IMU** → **87,6**
MLN € annui

● **IRES e IRAP** → **12,1**
MLN € annui

IMU: Partendo dal valore della rendita catastale rivalutata al mq dei centri commerciali si è successivamente stimata un'aliquota media di imposta IMU per l'Italia.

IRES e IRAP: Stimato un valore complessivo di imponibile su cui gravano le aliquote dell'IRES (24%) e IRAP (media Italia pari a 4,2%).

IMPOSTE INDIRETTE → **15,6** MLD €

di cui:

● **IVA** → **14,3**
MLD € annui

● **Altre imposte** → **1,3**
MLD € annui

IVA: è stata calcolata considerando il valore di attivazione diretto risultante dalla matrice input output.

Altre imposte: Imposte sui prodotti al netto dei contributi + Imposte sulle importazioni. Calcolate sul valore della produzione al netto di IVA.

le proposte di legge in discussione potrebbero determinare un minor gettito fiscale fino a circa:

2,1 MLD di imposte dirette

2,5 MLD di imposte indirette

IMPATTO OCCUPAZIONALE nei CENTRI COMMERCIALI



587.000 OCCUPATI DIRETTI



159.000 OCCUPATI INDIRETTI



37.000 OCCUPATI INDOTTO

2,3%

**INCIDENZA SULLA
FORZA LAVORO**

29,6%

**INCIDENZA SUGLI
OCCUPATI NEL
COMMERCIO**

Il numero della perdita di posti di lavoro, alla luce della proposta normativa in discussione, viene stimata dal CNCC, all'interno dei soli centri commerciali, fino a: **41.000 addetti diretti**

Le persone interessate alla riduzione di posti di lavoro sarebbero soprattutto **i più deboli nel mercato del lavoro**: occupazione **femminile** (70% dell'occupazione nei centri commerciali) e **giovanile**.

La perdita di occupazione avrebbe delle ripercussioni anche sui dipendenti indiretti e i dipendenti dell'indotto: in questo caso l'ulteriore perdita di posti di lavoro è un dato ad oggi non ancora stimato.

Verrebbero, inoltre, colpiti dalla perdita occupazionale luoghi come le periferie e piccoli Comuni, il sud Italia, che soffrono già della mancanza di adeguata offerta occupazionale sul territorio.

La perdita di consumi e gli effetti negativi conseguenti, *non* verrebbero assolutamente *ridotti* *proporzionalmente* alla riduzione delle chiusure domenicali.

Si ponga infatti attenzione al combinato disposto dei seguenti aspetti:

- Non corrispondenza fra impegni degli utenti con le date di apertura dei centri commerciali
- Della difficoltà/necessità informativa, forte deterrente alla frequentazione
- Semplicemente dell'effetto abitudine che verrebbe a mancare: i cittadini spesso non programmano una visita nel fine settimana del centro commerciale, ma è una decisione «d'impulso»

Dalla ricerca summenzionata inoltre starebbe emergendo:

- la perdita del fatturato domenicale **non verrebbe recuperata negli altri giorni della settimana** (vista anche la tipologia delle abitudini di consumo degli italiani la domenica)
- **A beneficiarne NON** ne sarebbero assolutamente i **negozi del centro città**.

II SETTORE IMMOBILIARE

Il settore immobiliare (escluso il residenziale) nel 2018 ha transato 8,7 miliardi di euro, in leggera flessione rispetto al 2017.

L'asset class **Retail** nel 2018 è risultata essere performante con quasi 2,2 miliardi di euro transati (ovvero, oggetto di compravendita): contribuendo complessivamente alle **transazioni immobiliari** (*volano essenziale per lo sviluppo, bonifiche e trasformazione dei nostri territori urbani*) del settore immobiliare per circa **il 25% del totale**.

Il settore immobiliare commerciale attira per circa **il 70% capitale dall'estero**.

II SETTORE IMMOBILIARE

Transazioni Centri Commerciali
1° trimestre (Q1) a confronto



(1)

Nel 1° trimestre 2019 le transazioni immobiliari di centri commerciali sono state quasi pari a zero:

abbiamo certezza che la mancanza di transazioni nei centri commerciali sia stata fortemente condizionata dal dibattito in corso sulle aperture dei centri commerciali nei giorni festivi/domeniche.

In occasione della ricerca socio-economica da noi commissionata, è emerso che **il centro commerciale rappresenta un punto di riferimento per gli italiani in vacanza** (*vacanze sempre più ridotte nella durata, ma più frequenti*) ed un servizio offerto dalle località turistiche che li ospitano.

Recarsi al centro commerciale è un'abitudine così consolidata negli italiani che il **69% lo frequenta anche quando in vacanza.**

Noto soprattutto l'interesse e l'utilizzo (ancora maggiore) anche da parte dei **turisti stranieri**

Le è mai capitato di ...

CC COME ATTRAZIONE TURISTICA

12% Ha organizzato un viaggio – anche breve – per visitare un CC

30% Ha organizzato una gita per andare in un CC e poi ha visitato la città vicina

42%
HANNO ORGANIZZATO
UN VIAGGIO/GITA PER
VISITARE UN CC

CC PUNTO DI RIFERIMENTO DURANTE LE VACANZE

Ha visitato e acquistato nel CC nelle località in cui trascorre le vacanze

69%

Ridurre le aperture domenicali (anche nella misura massima di 26 aperture) non farebbe da una parte che *favorire il fenomeno della stagionalità turistica* e dall'altra *sfavorire le realtà ad attrattività continuata* come ad esempio le tante città d'arte

**UN DANNO EVIDENTE
AL TURISMO ITALIANO**

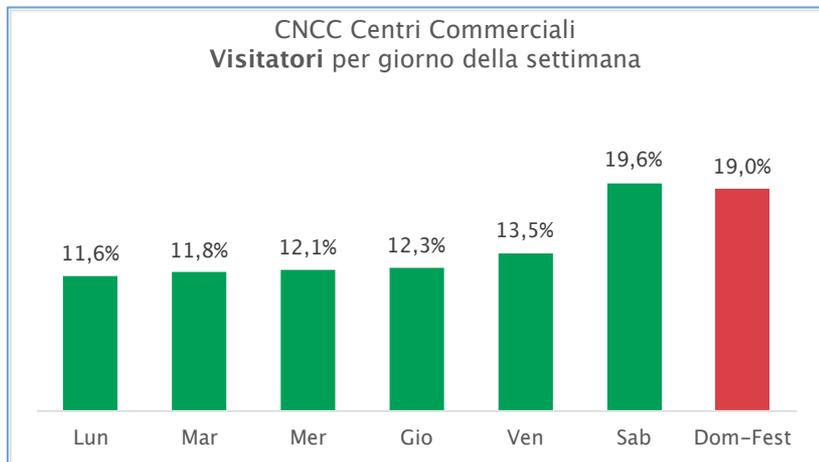
centri commerciali:
valore relazionale e sociale

Secondo Lei, **SE TUTTI I CENTRI COMMERCIALI FOSSERO CHIUSI LA DOMENICA....**



LE NUOVE PIAZZE

In molte periferie italiane i centri commerciali sono l'unica piazza dove le famiglie, soprattutto la domenica, possono trascorrere piacevolmente il proprio tempo libero, essendo un luogo gratuitamente frequentabile, bello, sicuro, popolare, con tante attività.



I centri commerciali diventano un vero e proprio **luogo di aggregazione**, un servizio offerto alla comunità per circa **4 - 6 milioni di visitatori** e la domenica si attesta come il secondo giorno, dopo il sabato, per numero di presenze. Ciò riprova che i nostri clienti di domenica scelgono liberamente di trascorrere il proprio tempo libero nei centri commerciali.

LE NUOVE PIAZZE

Dallo studio che il CNCC ha commissionato è emerso che **il 79% dei visitatori frequenta** il centro commerciale **in compagnia**.

Si va al centro commerciale per stare insieme agli altri.

Il centro commerciale diventa un vero e proprio **social hub**:

- Luogo di incontro e di intrattenimento
- Leva di attrattività sul territorio e di impulso turistico
- Fornitore di un servizio e continuativo (orari prolungati, apertura 7 giorni su 7,)

Il centro commerciale è gratuitamente frequentato da persone di ogni livello culturale e dal nostro studio è emerso che il 56% dei frequentatori possiede un diploma e il 32% possiede una laurea.

PERCHE' TOGLIERE QUESTA OPPORTUNITA' E LIBERTA' AI CITTADINI?

Le domeniche e i festivi sono i giorni in cui si svolgono il maggior numero di **eventi**, per il numero elevato di visitatori e maggior tempo di permanenza all'interno dei centri, non solo di intrattenimento ma anche **a carattere sociale**.

I centri commerciali sono Luoghi di responsabilità sociale e valoriale.

Ogni anno si svolgono oltre **1.600 eventi a responsabilità sociale** all'interno dei singoli centri commerciali.

ATTIVITA' SVOLTE PREVALENTEMENTE LA DOMENICA

ALCUNI ESEMPI DI EVENTI SOCIALI

- tour promosso in collaborazione con la Federazione Italiana per il Superamento dell'Handicap coinvolgendo 19 centri commerciali nell'organizzazione di *incontri tra disabili e visitatori-fruitori* per favorire l'inclusione sociale. Il tema dell'inclusione sociale, anche lavorativa, dei diversamente abili è un tema ricorrente nelle nostre iniziative.
- cicli di appuntamenti all'interno dei centri commerciali per parlare e far parlare del tema della *violenza sulle donne* con l'utilizzo anche di installazioni artistiche, organizzazione di corsi di difesa personale, incontri con le Forze dell'Ordine e psicologi.
- una mostra di animali marini, interamente realizzati con plastica riciclata dal recupero di flip-flop ed altri materiali di scarto raccolti lungo le spiagge di tutto il mondo per sensibilizzare i visitatori sul tema dell'importanza della *salvaguardia ambientale*. Questo è solo un esempio delle tante iniziative legate alla tutela dell'ambiente.
- Campagne educative per *contrastare il Cyberbullismo e il Cybercrime*. Con esempi concreti, coinvolgendo le Forze dell'Ordine ed educatori di varie specialità, con l'obiettivo di educare il maggior numero di bambini e adolescenti sui rischi del web (spesso in collaborazione con le scuole dei territori).

ALCUNI ESEMPI DI EVENTI SOCIALI

- diffuse *visite ambulatoriali gratuite* con la possibilità di check up con specialisti ad esempio dermatologi (per la prevenzione del melanoma) o di esperti per i controlli alla tiroide o screening senologici alle visitatrici dei centri. Ancora più diffusi i test sulla pressione, colesterolo, glicemia, ecc.
- 11 centri commerciali hanno organizzato un tour di camminate non competitive in tutta Italia per sostenere con una raccolta fondi l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti. I partecipanti normo dotati hanno corso con la benda sugli occhi per provare l'esperienza di correre al buio, per imparare ad ascoltare e valorizzare tutti le persone cieche e ipovedenti.
- Molte le iniziative per la *promozione del territori*: una, ad esempio, su più centri, tramite la creazione di appuntamenti in bicicletta per e con le famiglie al fine di promuovere la visibilità del territorio e renderlo turisticamente più attrattivo. La bicicletta quale mezzo di trasporto sostenibile per un turismo sostenibile.
- Eventi organizzati in collaborazione con la *Protezione Civile*. I volontari sono stati a disposizione dei clienti per raccontare le loro attività e far provare ai bambini tante esperienze formative.
- E tanti altri

ALCUNI ESEMPI DI EVENTI SOCIALI

I centri commerciali d'Italia per la Croce Rossa Italiana – le domeniche del 17 e 24 febbraio 2019

Una grande iniziativa di solidarietà con CRI che ha coinvolto **313 centri commerciali in tutta Italia** e **1.800 volontari della Croce Rossa Italiana**.

Obiettivo comuni:

Promuovere i valori umanitari e la cultura della cittadinanza attiva

Promozione di uno stile di vita sano e di formazione di pronto soccorso

Raccolta fondi (donate 8 ambulanze)



Considerazioni finali

CONCORRENZA

Risulta difficile immaginare che i centri città rimarranno aperti mentre i negozi in periferia dovranno chiudere. L'intendimento è rendere le periferie sempre più luoghi abbandonati e non vivibili?

Mentre rimarranno aperti i centri sportivi, aeroporti, stazioni ferroviarie, diventati ormai, e sempre più, veri e propri centri commerciali. Il legislatore vuole imporre così nuovi modelli di commercio, spesso ed in parte esentati dai vincoli normativi di impatto strategico, ambientale, viabilistico?

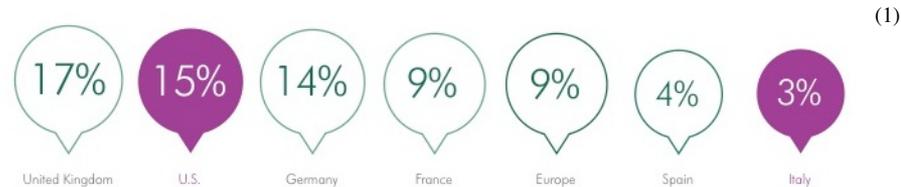
Dov'è poi, nei casi summenzionati, la tutela del «riposo» domenicale?

Ci sembra vi sia un tema importante di tutela della concorrenza,
In una norma ipotizzata sempre più mirata, ci sia consentito, contro i centri commerciali,
luoghi dall'alto valore economico e sociale

FAVORIAMO L'E-COMMERCE?

La tendenza, dal confronto internazionale, non può che portarci che ad una drammatica e
repentina **crescita futura del commercio on line.**

Le aperture domenicali/festivi dei negozi ne sono un valido ostacolo.



FAVORIAMO L'E-COMMERCE?

Qual'è il nostro modello di commercio del futuro? Crediamo che il commercio on line sia la risposta e sia da favorire?

La chiusura dei negozi la domenica favorirà certamente la crescita del commercio on line

Qualche considerazione:

- l'e-commerce favorisce le fonti di prodotti non italiani, mancando completamente di alcun vincolo col territorio;
- la disintermediazione distruggerà un gran numero di posti di lavoro, sui singoli territori. Le valutazioni sono univoche, alcune stime dicono che a parità di fatturato si riesca – quasi incredibile - a ridurre del 90% la manodopera, rispetto a quanto necessario col commercio fisico;
- già determina un'esplosione del settore logistico, che diventa più inefficiente e ambientalmente impattante, dovendo consegnare un singolo pacchetto ad ognuno di noi, riempiendo le nostre strade di furgoni per le consegne porta a porta;
- sul gettito fiscale parlano i numeri, le indagini e le cronache: un enorme gettito fiscale che non si ferma nel nostro Paese, contrariamente a quanto avviene per il commercio fisico, creando quindi a favore dell'on-line un - sospetto - enorme vantaggio competitivo;

FAVORIAMO L'E-COMMERCE?

- l'e-commerce, l'on-line, favoriscono un modello di socializzazione ancora da esplorare, con luci ed ombre;
- il rispetto delle regole e delle norme è un tema che crea grande inquietudine sui macro temi ed un controllo ancora pienamente insufficiente sul loro rispetto, anche quando parliamo della singola transazione commerciale, determinando, questo caso, un vantaggio competitivo improprio;
- l'e-commerce, in sintesi, sottrae risorse a tutto il commercio fisico colpendo in particolare le botteghe più piccole, tradizionali e storiche, che non possono dotarsi di grandi e costose piattaforme, e si è sviluppato maggiormente proprio nei Paesi ove il commercio fisico è soggetto a chiusure domenicali ed è meno diffuso nel territorio. Due peculiarità italiane che andrebbero invece conservate.

NON IMPONIAMO NORME CHE FAVORISCANO L'E-COMMERCE,
SENZA AVERNE UNA VISIONE CHIARA E RELATIVE NORME,
CONTROLLI EFFICACI E PARITA' DI REGOLE D'INGAGGIO CONCORRENZIALE

FAVORIAMO L'E-COMMERCE?

Amazon, di gran lunga il principale attore nel commercio on-line (e bisogna dire quello di gran lunga più affidabile), con il suo trilione di dollari di valutazione di mercato e come global player sarà un soggetto «gestibile» da un singolo Stato?

The screenshot shows the Forbes website interface. At the top, there's a navigation bar with the Forbes logo, 'Speciale ForbesCars', and 'Newsletter'. Below that, a banner for 'BLUERATING + PRIVATE + ASSET 99 EURO' is visible. The main article is titled 'Amazon fa utili per 11 miliardi ma non paga tasse federali. Ecco come è possibile', dated 17 febbraio, 2019. The author is identified as 'di Forbes.it Staff'. Below the article title, there's a navigation menu with 'EUROPA', 'USA', 'AMERICHE', 'MEDIO ORIENTE', 'ASIA E OCEANIA', 'RAPPORTO PAESE', and 'AMERICA E ASIA24'. The article content includes a sub-headline 'Amazon premiata dal fisco Usa: 11,2 miliardi di utili e zero tasse pagate nel 2018' and the author 'di Riccardo Barlaam'.

CORRIERE DELLA SERA / CRONACHE

The screenshot shows the Corriere della Sera website. The article is titled 'Amazon brevetta un braccialetto elettronico che monitora i lavoratori' under the 'TECNOLOGIA' category. The author is 'di Elena Tebano'. The article text states: 'Il sistema è pensato per risparmiare tempo, ma desta preoccupazione per le potenzialità di controllo: «Dipendenti trasformati in robot». Domani l'incontro tra governo e azienda in Italia'. There are social media sharing icons for WhatsApp, Facebook, and Twitter.

Alla luce di quanto esposto sugli impatti relativi a :

- Consumi e fatturato (quindi impatto sul PIL nazionale)
- Occupazione
- Gettito fiscale
- Settore immobiliare

Chiediamo che sia coinvolto il MEF e le altre Commissioni competenti a discutere gli **impatti economici e finanziari** di eventuali riduzioni delle aperture domenicali e dei festivi.

CONCLUSIONE

Manifestiamo ancora una volta la nostra **TOTALE CONTRARIETÀ** ad ogni modifica normativa che **riduca o complichì le aperture nei giorni domenicali e festivi,**

Chiediamo poi, alla luce di quanto ampiamente esposto, che *venga effettuata un'analisi costi benefici*, da parte di una struttura statale, *che certifichi i dati di partenza* (impatti sui consumi, occupazionali e di gettito fiscale in primis, ma non solo) sui quali questa illustre Commissione dovrà assumere le proprie decisioni.

Il CNCC metterà a disposizione tutti i dati in proprio possesso perché l'analisi possa essere più scientifica possibile.