



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

COMUNICAZIONI DELLA COMMISSIONE EUROPEA:

“INDIVIDUARE E AFFRONTARE LE BARRIERE AL MERCATO UNICO” [COM(2020)93]

“PIANO D'AZIONE A LUNGO TERMINE PER UNA MIGLIORE ATTUAZIONE E APPLICAZIONE DELLE NORME DEL MERCATO UNICO” [COM(2020)94]

“UNA STRATEGIA PER LE PMI PER UN'EUROPA SOSTENIBILE E DIGITALE” [COM(2020)103]

E

“TRENTOTTESIMA RELAZIONE ANNUALE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO EUROPEO SULLE ATTIVITÀ ANTIDUMPING, ANTISOVVENZIONI E DI SALVAGUARDIA DELL'UE E SULL'UTILIZZO DEGLI STRUMENTI DI DIFESA COMMERCIALE DA PARTE DI PAESI TERZI NEI CONFRONTI DELL'UE NEL 2019” [COM(2020)164]

CAMERA DEI DEPUTATI

X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo)

Roma, 21 luglio 2020

1. INDIVIDUARE E AFFRONTARE LE BARRIERE AL MERCATO UNICO – COM(2020) 93 – PIANO D’AZIONE A LUNGO TERMINE PER UNA MIGLIORE ATTUAZIONE E APPLICAZIONE DELLE NORME DEL MERCATO UNICO – COM(2020) 94

La prima comunicazione, partendo dalle esperienze e dalle “percezioni” di imprese e consumatori nel mercato unico, individua 13 principali barriere da eliminare a cui sono connesse cinque cause di fondo:

1. scelte normative a livello nazionale e di UE;
2. recepimento, attuazione e applicazione della legislazione;
3. capacità amministrativa e pratiche negli Stati membri;
4. contesto imprenditoriale e di consumo generale;
5. cause di fondo non collegate alla politica pubblica, come la lingua e la cultura.

La causa di fondo n. 2, **l’applicazione della legislazione**, costituisce lo specifico oggetto del *Piano d’azione a lungo termine per una migliore applicazione delle norme del mercato unico (COM 94)*.

Tra le principali barriere segnalate, particolare attenzione è posta sulle norme in materia di accesso al mercato (requisiti di accesso) e le norme di comportamento nella fornitura del servizio (requisiti di esercizio) che sono segnalati dalle imprese come ostacoli di rilievo per la fornitura di servizi transfrontalieri o per l’apertura di filiali in un altro Stato membro.

In particolare, i requisiti di accesso e di esercizio sono segnalati come barriere di rilievo per numerose professioni regolamentate e per i servizi di commercio al dettaglio.

Nell’ambito del commercio al dettaglio la COM 93 afferma che *le imprese possono trovarsi di fronte a norme sproporzionate per l’apertura di negozi fisici e per le loro attività quotidiane* (es. ubicazione dei negozi o gamma dei prodotti venduti), *nonché restrizioni sulle vendite promozionali e sugli sconti*.

La Commissione afferma che le raccomandazioni specifiche per paese del semestre europeo riflettono ampiamente queste questioni e quelle rivolte ad alcuni Stati membri come l’Italia riguardano esplicitamente l’eliminazione degli oneri normativi e amministrativi nel campo dei servizi professionali e del commercio al dettaglio rispetto ai quali la Commissione ha elaborato *indicatori di restrittività i cui risultati suffragano l’esistenza delle barriere incontrate dalle imprese* (cfr. COM 93, Par. I, punto 5, pag. 7).

L’indicatore di restrittività nel commercio al dettaglio (RRI) è apparso nell’ambito della Comunicazione: *Un settore europeo del commercio al dettaglio adeguato al XXI secolo* (COM (2018)219) ed è stato da subito contestato dalla Confcommercio nel metodo e nel merito.

La costruzione dell’indicatore di restrittività per il commercio al dettaglio

L’analisi e la costruzione dell’indicatore di restrittività per il commercio al dettaglio, adottato come parametro di valutazione delle legislazioni dei singoli Stati membri, come specificato nella stessa Comunicazione e più ampiamente illustrato nei documenti di lavoro (predisposti dai servizi interni della Commissione europea) che la accompagnano, si fondano principalmente sui risultati dei lavori di un gruppo di esperti degli Stati membri e di alcune consultazioni pubbliche avviate negli anni precedenti al 2018 nonché, soprattutto, sulla ricerca (i cui dati vengono ripetutamente citati) affidata dalla Commissione ad uno studio legale privato, l’olandese HVG (Holland van Giizen Advocaten), dal titolo "*Legal study on retail establishment through the 28 Member States: Restrictions and freedom of establishment*" definitivamente pubblicato il 4 aprile 2016.

Riguardo quest'ultimo lavoro, Confcommercio evidenzia che già in occasione della presentazione dei primi risultati, avvenuta in occasione di due workshop in sede comunitaria del 7 luglio 2014 e del 3 dicembre 2014, i dati forniti da HVG risultavano evidentemente parziali e/o errati, nonché frutto di una ricostruzione approssimativa, criticata da quasi tutti gli stakeholders presenti ai predetti workshops così come dai rappresentanti dei Governi di diversi Stati membri, tra i quali anche il Ministero dello sviluppo economico italiano.

Quanto al **metodo** utilizzato, a conferma della **scarsa attendibilità dello studio in esame**, si evidenzia che tra le fonti citate viene riportato anche un sito web anonimo e semiconosciuto, di oltremodo dubbia attendibilità (<http://bastacasta.altervista.org/p9866>), i cui contenuti evidentemente non hanno alcun valore scientifico e non potevano certamente costituire una fonte su cui fondare le policy dell'Unione europea.

Sempre riguardo al metodo utilizzato, desta inoltre non poche perplessità la scelta, da parte di HVG, dei soggetti intervistati, che offrono una **rappresentazione meramente parziale**, oltre che (ovviamente) soggettiva della situazione italiana. In particolare, sono stati intervistati i rappresentanti di una società di consulenza/marketing (POPAL ITALIA) e di due multinazionali (Mc Arthur Glen e IKEA) che, naturalmente, forniscono il solo punto di vista della grande distribuzione organizzata mentre non è in alcun modo considerato quello delle PMI e dei retailers indipendenti che costituiscono la maggioranza degli operatori economici italiani.

Anche sul fronte dei soggetti istituzionali la ricerca è limitata a riportare le interviste al responsabile del SUAP di Firenze e ad una funzionaria del Consiglio regionale della Toscana, oltre ai rappresentanti di alcune associazioni di consumatori e di imprese locali (sempre toscane). Al riguardo, oltre alla **singolare concentrazione locale** (tutti i soggetti intervistati operano o hanno operato in Toscana) dei campioni intervistati, che lascia non pochi dubbi sull'effettiva rappresentatività del campione rispetto alle realtà presenti in tutto il territorio nazionale, costituiscono un'evidente anomalia la circostanza che non sia stato consultato il Ministero dello sviluppo economico, che è l'Amministrazione centrale competente in materia di commercio, e che siano stati consultati esponenti di associazioni locali – peraltro della sola regione Toscana – piuttosto che delle associazioni nazionali più rappresentative sul territorio nazionale (come Confcommercio).

Quanto al **merito** dei risultati della predetta ricerca e delle conseguenti conclusioni, è possibile riscontrare, in generale, riferimenti normativi errati o parziali, considerazioni arbitrarie e, soprattutto, ricostruzioni infondate o prettamente strumentali (come nei due casi studio analizzati) ad una tesi preordinata, secondo cui le restrizioni esistenti non sarebbero giustificate da legittimi motivi di interesse pubblico, che si tenta di dimostrare stravolgendo e ribaltando le argomentazioni e le conclusioni adottate dai giudici di merito nazionali.

Come conseguenza, la stessa costruzione del RRI risulta arbitraria.

Esso è infatti attualmente articolato in due pilastri: *establishment restrictions* (restrizioni all'insediamento) ed *operational restrictions* (restrizioni operative) a cui inspiegabilmente vengono assegnati due pesi diversi: il primo pesa infatti per il 60% mentre il secondo pesa solo il 40%.

L'effetto di questa scelta è presto spiegato: anche se l'Italia è l'unico dei cinque grandi Stati membri (Germania, Francia, Spagna, Polonia e Italia) ad avere liberalizzato completamente gli orari dei negozi, poiché questo aspetto rientra nel secondo pilastro, quello delle restrizioni operative, la nostra classifica risulta inesorabilmente condizionata dai risultati del primo che, tra le venti regioni italiane considera quella con il maggior grado di restrittività.

Siamo quindi preoccupati per l'impostazione della Commissione chiaramente sbilanciata verso una *governance* del commercio al dettaglio ritagliata a misura per la grande dimensione, al punto che presso le istituzioni

europee la nozione stessa di “retail” si intende sostanzialmente riferita alla sola distribuzione organizzata, in tal modo rispecchiando la visione dei grandi gruppi multinazionali piuttosto che delle PMI e delle imprese indipendenti.

Al contrario, risulta indispensabile valorizzare il pluralismo delle forme distributive, caratteristica e valore del nostro Paese. Va pertanto salvaguardata la potestà dei singoli Stati membri di effettuare una valutazione in merito all' idoneità delle normative (nazionali e locali) e dei provvedimenti amministrativi adottati dalla P.A. – da sempre soggetti ad una puntuale ed attenta verifica di legittimità da parte degli organismi giurisdizionali nazionali – a perseguire le finalità pubbliche riconducibili ai motivi imperativi di interesse generale, fermo restando il potere di sindacato della Corte di Giustizia UE in merito all' effettiva conformità delle stesse al diritto dell'UE.

Sono infatti i singoli Stati membri, e le rispettive autorità nazionali e locali, gli unici soggetti che, in piena autonomia, sono in grado di definire adeguatamente quali siano gli strumenti più adatti al perseguimento degli interessi pubblici, quali lo sviluppo della rete commerciale in determinate zone (aree montane, rurali, etc.), la riqualificazione della rete distributiva e la rivitalizzazione del tessuto economico sociale e culturale nei centri storici e nelle aree di particolare interesse del proprio territorio, nonché a salvaguardare valori urbanistici e ambientali primari - in considerazione dell' impatto che le medie e le grandi strutture di vendita possono avere sul tessuto urbano – quali ad esempio la mobilità, il traffico e l' inquinamento, la necessità di creare aree di parcheggio, di tutelare il livello occupazionale, etc.

E' attualmente in corso la revisione dell' RRI in vista di una “seconda edizione”.

La Commissione ha elaborato un *discussion paper* sul quale abbiamo trasmesso a giugno le nostre osservazioni al Dipartimento delle Politiche Comunitarie (DPE).

In sintesi abbiamo proposto di eliminare dall' indice tutti gli indicatori che, risultando fortemente correlati tra loro, finiscano per dare evidenza alla medesima situazione e non risultino, quindi, utili ad ampliare l' ambito di esame dell' indice, ma soltanto ad attribuire, surrettiziamente, maggior peso a certi aspetti (cfr. allegato 1).

Inoltre, allo scopo di aumentare la corrispondenza tra il grado di restrittività rilevato tramite l' RRI e la realtà percepibile, abbiamo proposto l' introduzione di un terzo pilastro dedicato alla valutazione degli effetti degli assetti regolamentari vigenti.

Tale pilastro si comporrebbe dei seguenti tre indicatori:

- rapporto tra numero di negozi al dettaglio e popolazione residente;
- rapporto di concentrazione delle vendite (fatturato);
- turn-over delle imprese del commercio al dettaglio.

Sebbene le indicazioni fornite dalla Commissione siano nel senso di considerare soltanto gli aspetti regolatori escludendo le valutazioni di performance, Confcommercio ritiene che l' indice non possa prescindere dalla realtà fattuale, pena il rischio di condurre, se applicato nella sua attuale composizione, a risultati controproducenti e di segno opposto rispetto a quelli desiderati (come ampiamente dettagliato nella nota dell' Ufficio studi Confcommercio del 2018 - allegato 2).

Si propone inoltre di ribilanciare il peso dei tre pilastri attribuendo identica rilevanza a ciascuno dei tre ai fini del calcolo del valore finale dell' indice. La riduzione del numero di indicatori che formano il primo pilastro, unita alla considerazione che le *operational restrictions*, applicandosi durante tutta la vita operativa delle

imprese e non soltanto al momento dell'avvio, possono esercitare un effetto più rilevante, giustifica ulteriormente tale richiesta con riguardo ai primi due pilastri.

Per una spiegazione di dettaglio di tali proposte si rimanda alla nota allegata a cura dell'Ufficio studi Confcommercio (cfr. allegato 1).

Inoltre, è opportuno rilevare che, in Paesi in cui l'assetto costituzionale assegna alle regioni la competenza a legiferare in materia di commercio, il calcolo dell'RRI viene effettuato prendendo in considerazione anche la normativa regionale. Il punteggio di ciascun indicatore viene quindi determinato sulla base del regime più restrittivo individuato. Tale punteggio diviene quello dell'intero Paese.

Considerando di volta in volta le normative più restrittive esistenti nelle diverse regioni, tuttavia, si ottiene un'immagine del Paese non rispondente al vero. Nessuna attività incontrerà simultaneamente tutte le restrizioni considerate, ma soltanto quelle esistenti nella regione in cui si svolge. Al contempo, tale approccio non offre adeguata evidenza dei regimi meno restrittivi eventualmente adottati in altre regioni.

Per tale motivo si propone di basare il calcolo del RRI sull'insieme di regole concretamente applicabili all'avvio di una singola attività e quindi sul regime vigente in una sola regione per ciascun Paese.

Per quanto riguarda il Piano d'azione per la migliore applicazione delle norme del mercato unico (COM 94), oltre alle problematiche dell'RRI, si evidenziano i seguenti profili:

AZIONE 1: sull'aggiornamento del manuale della direttiva servizi va evidenziato che lo stesso è stato immaginato, ormai tredici anni fa, allo scopo di fornire agli Stati membri assistenza tecnica nel corso del processo di recepimento.

È quindi impostato secondo una visione prettamente teorica che dovrebbe invece cedere il passo a un approccio ex post che tenga conto del fatto che il recepimento è ormai avvenuto e si è consolidato.

Per tale ragione, pur senza diventare uno strumento di valutazione dei risultati raggiunti, dovrebbe includere alcuni elementi basati sull'esperienza concreta maturata in questi anni, in modo da poter rappresentare un'utile guida nell'ottica di gestire e mettere a punto la normativa di recepimento adottata.

A tal fine, dovrebbe innanzitutto tenere conto dell'evoluzione normativa e giurisprudenziale intervenuta.

Di questa necessità si trova conferma nel *"Piano di azione a lungo termine per una migliore attuazione e applicazione delle norme del mercato unico"*, ed in particolare, il punto 3 dell'azione 1 del suddetto programma, concernente gli strumenti di orientamento più specifici per le autorità nazionali, prevede un: *"aggiornamento del manuale per l'attuazione della direttiva servizi, per quanto concerne la giurisprudenza recente riguardante gli elementi fondamentali della direttiva e fornendo orientamenti sulle questioni giuridiche connesse ad esempio, alla nascita di nuovi modelli imprenditoriali e nuovi modi di prestare servizi"*.

L'intento manifestato dalla Commissione è, pertanto, quello di procedere ad una revisione del testo che raccolga in sé le pronunce giurisprudenziali riguardanti i principi fondamentali della direttiva. È lo stesso manuale a ricordare come le disposizioni della direttiva si basino, in larga misura, sulla giurisprudenza della Corte di giustizia relativa alla libertà di stabilimento e alla libera circolazione dei servizi.

Nel merito segnaliamo ad esempio la sentenza del 30 gennaio 2018 della Corte europea di Giustizia a Grande Sezione sulla causa C-31/16 che ha deciso della legittimità di un piano regolatore che vieta l'attività di vendita al dettaglio di prodotti non voluminosi in aree geografiche situate al di fuori del centro cittadino e della sua compatibilità con la direttiva servizi.

Oltre che riguardare la giurisprudenza della Corte di giustizia, tale aggiornamento potrebbe inoltre riguardare anche alcune sentenze significative intervenute a livello dei singoli Stati Membri, tra cui ad esempio quella emanata dalla Corte costituzionale 239/2016, in cui si stabilisce che le regioni, gli enti locali possono prevedere *“anche aree interdette agli esercizi commerciali ovvero limitazioni ad aree dove possono insediarsi attività produttive e commerciali”* purché ciò avvenga *“senza discriminazioni tra gli operatori”* e a tutela di specifici interessi di adeguato rilievo costituzionale, quali ad esempio la tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente.

Nella suddetta pronuncia la Corte, in linea con un consolidato orientamento giurisprudenziale ha, infatti, messo in evidenza che la liberalizzazione deve essere effettuata in maniera razionale e che, in ogni caso, deve essere subordinata all'osservanza e al rispetto di interessi costituzionalmente tutelati.

Inoltre, per quanto riguarda le pronunce della Corte di giustizia, sarebbe particolarmente utile focalizzare l'attenzione sull'evoluzione dei motivi imperativi d'interesse generale, al fine di fornire indirizzi alle amministrazioni che, anche a livello locale, sono chiamate a tenerne conto.

Infatti, sebbene a livello nazionale il recepimento della direttiva servizi possa ormai dirsi concluso, a livello sub-statale continuano a essere emanati provvedimenti che incidono sugli aspetti disciplinati dalla direttiva e che hanno generato, negli anni, una grande conflittualità tra Stato e amministrazioni locali.

Potrebbe anche essere utile suggerire l'adozione di un manuale in continuo e costante aggiornamento, consultabile on-line, dove possono essere inserite tutte le novità legislative nazionali e giurisprudenziali, comunitarie e nazionali, legate all'attuazione della direttiva.

Potrebbe essere anche proposto l'inserimento nel manuale di una sezione relativa all'attuazione della direttiva servizi negli Stati membri, mettendo in luce per ogni Stato quali sono state le singole attività economiche interessate dal recepimento della direttiva.

In tale ambito, inoltre, potrebbero essere individuati dei casi studio di attuazione della direttiva o di sue specifiche disposizioni ai fini del loro esame nell'ambito del manuale, nell'ottica di favorire la circolazione delle *best practice* all'interno del mercato unico.

Infine il manuale potrebbe essere integrato con delle schede pratiche di attuazione comparativa, come già predisposte dal Dipartimento politiche europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri, in cui viene inserita una parte relativa agli obiettivi indicati dalla Direttiva ed un'altra dedicata ad analizzare come le disposizioni nazionali hanno attuato le misure comunitarie.

AZIONE 6: il tema del rafforzamento della capacità tecnica delle stazioni appaltanti è da tempo al centro del dibattito in Italia. L'obiettivo dovrebbe essere quello di istituire un sistema di qualificazione delle stazioni appaltanti. Forse qualche risposta potrebbe venire dell'annunciato decreto sulle semplificazioni ma non abbiamo ancora indicazioni di dettaglio. Indichiamo come necessità prioritaria il contrasto al *gold plating* ancora purtroppo ampiamente praticato dal nostro Paese in fase di recepimento della normativa dell'Unione.

AZIONE 11: Sulla direttiva sulle notifiche relativi ai servizi ribadiamo la necessità che siano sottratti agli obblighi di notifica preventiva gli atti amministrativi generali come i piani regolatori anche considerando che non può essere esteso alla Commissione UE un potere di sindacato – peraltro addirittura preventivo - sulle scelte degli Stati membri. Il compito di garantire il rispetto della normativa dell'UE spetta soltanto alla Corte di Giustizia.

In linea generale va sempre evidenziato anche in questo caso che non possono essere scambiate per restrizioni od ostacoli normativi al mercato unico le legittime regolamentazioni adottate dagli Stati membri sulla base dei motivi imperativi di interesse generale.

2. STRATEGIA PER LE PMI PER UN'EUROPA SOSTENIBILE E DIGITALE – COM(2020) 103

2.1. Economia e imprese nella nuova strategia digitale dell'UE

Per quanto riguarda il DESI (Indice di economia e società digitale - Digital Economy and Society Index), segnaliamo l'incongruenza di riportarlo in un documento sulle PMI.

Come abbiamo già rimarcato in passato, infatti, la parte imprese del DESI si basa su dati di imprese da 10 addetti ed oltre. Pertanto, ca. il 93% delle imprese europee, non sono considerate nell'analisi.

Relativamente al pacchetto di proposte per favorire la transizione digitale comprendente la comunicazione quadro in materia "Plasmare il futuro digitale dell'Europa" COM(2020)67, la comunicazione sulla Strategia europea per i dati COM(2020)66 e il Libro Bianco sull'Intelligenza Artificiale COM(2020)65, per assicurare all'UE la sovranità digitale, attraverso lo sviluppo di tecnologie e infrastrutture, reti e competenze digitali europee per ridurre la dipendenza da paesi extra europei, Confcommercio condivide l'ambizione della Commissione di recuperare il ritardo che ancora separa la UE da competitor come Stati Uniti e Cina.

Allo stesso modo, Confcommercio condivide le preoccupazioni della Commissione sulla necessità di affrontare le sfide fiscali derivanti dalla digitalizzazione dell'economia, in particolare relativamente al contrasto di operatori in grado di beneficiare di una tassazione più favorevole in luoghi diversi da quelli dove operano, con effetti distortivi sulla concorrenza. Confcommercio approva anche l'attenzione posta dalla Commissione al potere di alcune piattaforme on line di fungere da controllori privati dell'accesso a mercati, clienti e informazioni e la necessaria attenzione circa l'adeguatezza della normativa dell'UE in materia di concorrenza per l'era digitale.

Per quanto riguarda il posizionamento dell'Italia nel DESI sull'integrazione delle tecnologie digitali da parte delle imprese, Confcommercio non ritiene necessariamente un valore il semplice aumento dell'e-commerce e mette in guardia la Commissione dalla facile ma erronea interpretazione: più e-commerce = più sviluppo digitale = migliore situazione del Paese.

L'e-commerce, infatti, rappresenta un cambiamento epocale nei consumi e, se ben regolato, anche una importante opportunità per le imprese, che possono raggiungere clienti anche molto lontani, e per i consumatori, che aumentano le loro opzioni di acquisto. Tuttavia, con l'affermarsi a livello planetario di piattaforme in grado di eludere le regole di una sana concorrenza tra operatori (e capaci di indurre comportamenti di dumping fiscale tra Stati), non devono essere sottovalutati gli impatti negativi, economici ma anche sociali, sul tessuto dei servizi urbani e sulla qualità della vita di lavoratori, cittadini e turisti.

È già successo in altri Paesi in cui, complice anche una penetrazione dell'online sul totale retail ben superiore a quella italiana, da tempo è stato necessario avviare un animato dibattito sul futuro nell'era digitale dei centri storici e delle strade del commercio, sperimentando programmi governativi per rafforzare o ripensare la funzione dei negozi di prossimità e, con essa, rilanciare i luoghi dove le persone vivono.

Confcommercio vede con estremo favore il sostegno e l'accompagnamento al digitale delle PMI attraverso la rete dei poli dell'innovazione digitale (Digital Innovation Hubs – DIH).

Infatti, l'Italia è, più di altri Paesi europei, una economia formata da un tessuto di impresa diffusa, principalmente operante nei settori dei servizi (che hanno un peso largamente maggioritario in termini di valore aggiunto ed occupazione). Imprese anche di dimensione familiare e che frequentemente occupano persone di una certa età e prive di una istruzione superiore, ma che costituiscono il sostegno all'economia del territorio nel Paese.

Il reale progresso del sistema-paese non può quindi prescindere dalla formazione di un capitale umano in grado di utilizzare al meglio e ottenere risultati validi da quanto viene messo a disposizione sulla rete. Imprenditori e dipendenti dovranno essere formati adeguatamente per poter lavorare in un ambiente digitale sempre in

trasformazione e mettersi allo stesso livello dei colleghi europei, per potersi relazionare e competere con loro su un piano di parità, fruire dei servizi delle PA, acquistare e vendere on line servizi e prodotti. In passato è stata spesso la formazione l'anello debole delle politiche di digitalizzazione e sviluppo delle imprese italiane, perché, per la loro natura, queste imprese hanno bisogno di un vero e proprio "accompagnamento" verso il più corretto sfruttamento dei vantaggi delle tecnologie digitali.

2.2. Economia collaborativa

Il tema dell'economia collaborativa è uno dei temi che la Commissione inserisce all'interno delle politiche destinate alla sostenibilità. Lo fa con un passaggio dedicato al ruolo delle piattaforme di intermediazione di servizi di mobilità e ricettività. Appoggiamo pienamente la linea portata avanti dalle nostre Istituzioni che, in più occasioni, hanno ribadito l'importanza che tali piattaforme - quasi sempre operanti a livello internazionale - osservino pienamente le norme dei Paesi in cui si svolge il servizio oggetto dell'intermediazione e siano soggette alle rispettive imposizioni fiscali. Inoltre, per quanto attiene ai servizi di ricettività, riteniamo fondamentale che quelli forniti nell'ambito di applicazione di economia collaborativa - con specifico riferimento alla citata locazione di alloggi a breve termine - vengano sostenuti e promossi non solo all'insegna dello sviluppo equilibrato e responsabile, ma anche in una logica di parità di regole nello stesso mercato.

2.3. Professioni

Con riferimento alla Comunicazione della Commissione COM(2020) 103 final recante "Una strategia per le PMI per un'Europa sostenibile e digitale", coerentemente con quanto previsto dal documento finale realizzato nel 2014 dal gruppo di lavoro della Commissione europea sulle linee di azione a favore delle libere professioni, la Comunicazione espressamente mette in evidenza che tra le PMI figurano le professioni liberali e le microimprese nel settore dei servizi. **A livello europeo, i liberi professionisti sono infatti equiparati alle PMI come esercenti attività economica, a prescindere dalla forma giuridica rivestita, secondo quanto previsto dall'allegato, titolo I, art. 1 della Racc. 6 maggio 2003, n. 2003/361/CE, come anche dalla giurisprudenza comunitaria.**

Pertanto, fra le aree in cui possono essere intraprese azioni concrete per i professionisti, rileviamo come essenziali anche per le professioni i tre pilastri su cui si basano le azioni proposte: potenziare le capacità e sostenere la transizione verso la sostenibilità e la digitalizzazione; ridurre l'onere normativo e migliorare l'accesso al mercato; migliorare l'accesso ai finanziamenti.

Apprezziamo, quindi, la considerazione che tutte le azioni indicate nella Comunicazione abbiano come destinatari anche i professionisti ed evidenziamo che nel nostro Paese ancora rimangono fuori dalla platea di beneficiari delle misure agevolative previste dal Piano Impresa 4.0 e da altri interventi per la competitività delle imprese.

Riteniamo, tuttavia, che avere come finalità la più ampia diffusione dell'innovazione e digitalizzazione dei processi produttivi ed escludere i professionisti dalle relative agevolazioni, significhi escludere la parte più importante di tutto il mondo dei Servizi alle imprese e alle persone che oggi sconta negativamente un forte *gap* innovativo rispetto al sistema dei Servizi dei principali Paesi Europei ed extra UE.

3. MISURE DI DIFESA COMMERCIALE UE – COM(2020) 164

La Confederazione approva le misure antidumping o antisovvenzioni istituite dalla Commissione e valuta positivamente la significativa diminuzione delle importazioni sleali, senza ripercussioni sulle altre forniture estere. Parallelamente, ribadisce l'importanza di difendere gli esportatori dell'UE oggetto di inchieste di difesa commerciale estere.

In questo contesto, la Confederazione ritiene che le misure di salvaguardia (che si riferiscono a situazioni in cui un settore sia interessato da un aumento recente, netto e repentino delle importazioni dovuto a sviluppi imprevisti) siano uno strumento da maneggiare con cura, perché, se è vero che possono essere attivate in presenza di un grave danno alle imprese dell'UE derivante da distorsioni del mercato, rappresentano anche un potenziale, pericoloso freno all'attività imprenditoriale di imprese importatrici. Si sottolinea quindi la necessità

che l'adozione di tali misure sia comunicata con una tempistica che garantisca alle imprese importatrici di poter pianificare la propria strategia di business ivi inclusa la sottoscrizione di contratti pluriennali di fornitura.

Per quanto riguarda gli accordi commerciali, nel nuovo ambito di negoziati regionali e bilaterali, la Confederazione vede con favore lo sviluppo della nuova generazione di Accordi di libero scambio (ALS) che vanno al di là dei tagli tariffari e degli scambi di merci, e invita la Commissione a replicare accordi come quelli con la Corea del Sud, col Canada, con Singapore, col Giappone e il più recente con il Vietnam. Gli accordi di libero scambio rappresentano un importante veicolo di esportazione (e successiva adozione in quei Paesi) del modello europeo basato sul riconoscimento dei diritti dei lavoratori, sulla sicurezza del consumatore sulla tutela del clima e dell'ambiente.

La Confederazione ritiene, in considerazione del momento storico straordinario causato dal Covid-19, che il ruolo diplomatico commerciale dell'UE sia particolarmente delicato e strategico. Risulta fondamentale il costante lavoro di monitoraggio e consultazione degli Stati membri su alcuni dossier particolarmente caldi in questo ultimo periodo che paventano la possibile adozione di ulteriori barriere commerciali ai danni dell'export europeo.

Tra questi, la gestione della "Future relationship with EU" (ex Brexit, come da nuova definizione del governo britannico) ancora nebulosa e oggetto di continue contrattazioni fra le controparti. Si temono possibili danni importanti alle esportazioni verso la Gran Bretagna, partner commerciale di riferimento per molti Paesi UE inclusa l'Italia, con l'adozione di dazi doganali imposti ai prodotti europei e la contestuale apertura di corsie preferenziali per prodotti simili provenienti da Paesi terzi. Anche le recenti notizie sull'intenzione degli USA ad aggiornare la lista dei beni europei per i quali sono adottate misure restrittive all'importazione destano preoccupazione, per l'impatto importante su alcuni settori strategici anche italiani (vini e spumanti, olio di oliva, pasta, caffè, prodotti lattiero caseari, pelletteria e abbigliamento per citare i principali).