

**Ciclo di audizioni informali  
sul rilancio del commercio alla luce della crisi causata dall'emergenza  
epidemiologica COVID-19**

**X Commissione Camera dei deputati**

**Contributo di Altroconsumo**

**10 novembre 2020**

Altroconsumo, associazione a tutela dei consumatori, membro del CNCU presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ringraziando per l'audizione in oggetto, intende sottoporre a codesta rispettabile Commissione le seguenti istanze e considerazioni.

L'emergenza causata dal Covid-19 ha avuto ripercussioni pesanti su tutta l'economia e sulle entrate delle famiglie. Pochi settori ne sono rimasti indenni dalle restrizioni imposte e dalla chiusura obbligatoria di molte attività.

Attualmente, la propensione al consumo è crollata perché i consumatori sono spaventati, incerti e pessimisti sulle prospettive future, e quindi pospongono i consumi con effetti che si fanno sentire su tutti i settori.

I comparti produttivi più colpiti dalle limitazioni governative, quali cultura, sport e ristorazione, forniscono il 6,1% dell'occupazione, pari a circa 1 milione 430.000 lavoratori, di cui il 41,3% ha meno di 35 anni (dati della *Fondazione studi dei consulenti del lavoro*).

Complessivamente i consumi non alimentari delle famiglie sono crollati del 20%, con punte del 40% per quanto riguarda le spese relative a turismo e somministrazione. Circa 11 miliardi di euro di consumi in meno al mese, ovvero più di 450 euro in meno a famiglia. Ricordiamo che i consumi interni contribuiscono per il 60% al Pil. La ripresa dei consumi delle famiglie è quindi fondamentale per superare l'emergenza.

Va inoltre considerato che le misure restrittive adottate dal Governo per contenere la diffusione del virus hanno colpito più duramente i lavoratori giovani, che in maggioranza hanno lavori precari e meno pagati.

---

**Altroconsumo**

Associazione Indipendente di Consumatori

Via Valassina 22, 20159 Milano

Tel +39 02 66 8901

Fax +39 02 66 8902 88

[www.altroconsumo.it](http://www.altroconsumo.it)

C.F. 97010850150

## Possibili misure per incentivare i consumi

- Ridurre le aliquote Iva per tutto il 2021, temporaneamente, e – nel caso - selettivamente su alcuni settori. Ridurre l'Iva, infatti, è considerato l'intervento più efficace laddove la domanda è sensibile alla variazione del prezzo (autoveicoli, distribuzione moda). Inoltre, la riduzione dell'IVA è una misura che conduce a una maggiore equità: essendo una tassa piatta, pagata in uguale misura da tutti, a prescindere dal reddito, è proporzionalmente più pesante per le fasce più deboli.
- Prorogare il bonus vacanze (in scadenza il 31 dicembre). In considerazione del fatto che la situazione pandemica si protrarrà inevitabilmente anche nel 2021, tale misura potrà essere un sostegno al settore del turismo italiano e ai consumatori alle prese con la crisi economica. Peraltro, si potrebbe ipotizzare di innalzare la copertura dall'attuale 80% al 100% del valore. In base alla normativa in vigore, l'80% del valore del bonus si ottiene come sconto sull'importo dovuto e il restante 20% viene recuperato come detrazione d'imposta nella dichiarazione dei redditi dell'anno successivo. Si potrebbe prevedere un meccanismo più semplice e diretto, con il 100% di sconto direttamente sull'importo dovuto.
- Reintroduzione dei buoni spesa per le fasce più disagiate della popolazione, con particolare attenzione alle fasce giovani, utilizzabili per l'acquisto di generi alimentari presso gli esercizi commerciali del proprio comune.
- Taglio aliquota Irpef . In attesa della riforma allo studio del Governo del valore di circa 10 miliardi e ove questa non dovesse essere varata per il prossimo anno, riteniamo che, a fronte degli effetti della pandemia, si debba intervenire con misure urgenti ancorché temporanee, come la riduzione di 1 punto su tutte le aliquote IRPEF per il 2021 .

E' evidente che lock-down ha fatto crescere moltissimo il giro d'affari dell'e-commerce delle grandi piattaforme, ma non solo. I piccoli commercianti e i negozi di quartiere hanno cercato di adattarsi alle nuove necessità aprendo un loro piccolo sito o mettendosi in rete e integrando l'esperienza online e offline, come nel caso del *click&collect* - (ordini online e poi passi a ritirare presso il negozio la spesa pronta)-, come abbiamo avuto modo di evidenziare nella recente inchiesta curata da Altroconsumo sull'affidabilità dell'e-commerce, pubblicata nel numero di novembre della nostra rivista *InTasca*, che alleghiamo per un'informazione più completa.

Per sostenere la ripresa delle piccole attività, si potrebbe pensare a misure di **accompagnamento dei piccoli esercizi commerciali** nell'adozione delle misure per operare in sicurezza e **digitalizzare la loro attività**, per consegnare a domicilio, pagare digitalmente, e gestire le code attraverso apposite App. Gli esercizi così riorganizzati, almeno nelle città,

possono costituire una sorta di rete dei **Negozi 2.0**, distinti per zona e valorizzabili attraverso i canali web del Comune di appartenenza.

Infine, un'ultima nota su una questione fondamentale che riguarda l'equità della tassazione a cui sfuggono le grandi aziende digitalizzate che hanno le sedi in Paesi diversi da quelli che generano le loro entrate. Una possibile soluzione potrebbe essere quella suggerita da un articolo di **Di Tanno**<sup>1</sup> su *LaVoce.it* e di cui vi riportiamo un estratto:

*"...va preso atto che lo squilibrio fra la tassazione delle imprese digitalizzate rispetto a quelle che non lo sono si è progressivamente accentuato e che il Covid-19 ha ulteriormente accelerato questa inaccettabile evoluzione.*

*L'alternativa è prendere atto che è finita l'era della tassazione del reddito d'impresa misurato in base al bilancio di ciascuna singola impresa: perché portatrice di troppe inaccettabili ingiustizie. Poche tasse sui profitti finanziari, quasi zero per le web companies, tassazione piena per le altre imprese. **Meglio individuare altri parametri quali:***

*a) il gruppo (e non la singola subsidiary) come soggetto passivo d'imposta;*

*b) il volume d'affari;*

*c) l'ammontare e la distribuzione degli investimenti;*

*d) l'indebitamento e la consistenza patrimoniale."*

#### **Allegato:**

Articolo: Shopping on-line, La Classifica dei siti più sicuri. InTasca n.175 – novembre 2020

#### **Per informazioni:**

**Silvia Castronovi** 02 66890470 cell. 39 335 375326

**Marialuisa Villa** 02 66890208 cell.392 9737158

**Public Affairs Department** [pr@altroconsumo.it](mailto:pr@altroconsumo.it)

---

<sup>1</sup> <https://www.lavoce.info/archives/70345/la-difficile-arte-di-tassare-le-imprese-digitali/>