



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

***RILANCIO DEL COMMERCIO ALLA LUCE DELLA CRISI CAUSATA
DALL'EMERGENZA EPIDEMIOLOGICA***

CAMERA DEI DEPUTATI

Commissione X (Attività produttive, commercio e turismo)

Roma, 17 novembre 2020

Una lettura del modello italiano di pluralismo distributivo

Il pluralismo distributivo è un valore indiscutibile per la collettività nazionale e per le comunità locali che la compongono. Rappresenta uno dei più tangibili riflessi della libertà economica. Il commercio al dettaglio, di qualsiasi dimensione, è un'infrastruttura sociale il cui rilievo è largamente legato alla funzione di servizio per la cittadinanza in termini di realizzazione di basilari funzioni quotidiane, come l'approvvigionamento dei beni, generando, inoltre, tangibili esternalità positive correlate alla fruibilità degli spazi urbani in contesti sicuri e di qualità.

La crisi pandemica ha colpito negativamente soprattutto il settore dei servizi e, in particolare, i comparti del commercio non alimentare e la filiera turistica in senso ampio. La condizione del commercio prima della pandemia è riassunta – nella comparazione internazionale – dalla tabella 1. La taglia media secondo il numero di addetti per impresa è più ridotta in Italia, ma crescente tra il 2010 e il 2018. In Germania, prevale la grande distribuzione; in Francia, l'eccesso di "gigantismo" distributivo negli anni '90 e 2000 spinge verso un ritorno alla prossimità, come si vede dalla riduzione della taglia delle imprese commerciali.

In generale, già queste preliminari evidenze empiriche dicono che non esiste un modello distributivo standard e buono - nel senso di preferibile sotto il profilo socio-economico - per tutte le realtà. Conteggi del tipo numero di negozi per cittadino residente o addetti del settore su popolazione o metri quadrati di superficie territoriale tendono a essere fuorvianti, perché la struttura di aggregazione della popolazione richiede tipologie e livelli di servizio differenti.

Tab. 1 - Commercio al dettaglio

	2010			2018		
	Imprese	Addetti	Addetti per impresa	Imprese	Addetti	Addetti per impresa
Italia	644.873	1.893.180	2,9	589.277	1.890.287	3,2
Francia	422.117	1.904.942	4,5	441.125	1.909.574	4,3
Spagna	483.766	1.712.715	3,5	452.284	1.738.217	3,8
Germania	325.083	3.272.856	10,1	326.686	3.661.935	11,2

Elaborazioni USC su dati Eurostat.

Il fenomeno di sotto-regolamentazione che caratterizza il commercio elettronico ha poi certamente influito - assieme alla perdurante stagnazione di prodotto, redditi e consumi - sulla perdita di quasi 56mila imprese della distribuzione nel periodo considerato: una contrazione di tessuto imprenditoriale che colpisce unicamente le micro-imprese (tab. 2).

Tab. 2 - Imprese e addetti del commercio al dettaglio per classi di addetti
var. % cumulate 2012-2018 - Italia

	imprese	addetti	quota % addetti 2018
0-9	-10,1	-8,2	57,6
10-49	8,3	8,4	12,8
50-249	7,8	8,0	5,7
250 e più	13,7	20,8	24,0
TOTALE	-9,7	0,4	100,0

Elaborazioni USC su dati Istat-ASIA.

Il combinato di questi dati segnala - certo - un pericolo di deterioramento dei livelli di servizio commerciale per la cittadinanza: un tema inequivocabilmente presente, soprattutto nei centri storici delle medie città italiane e in particolare nel Mezzogiorno. Ma una frazione della riduzione della numerosità delle micro-imprese della distribuzione commerciale è comunque fisiologica, in quanto risponde ad un processo di crescita dimensionale spinto dalla ricerca di efficienza, con la conseguente riallocazione della domanda tra un numero più ridotto di imprese mediamente di taglia più cospicua.

Pertanto, dal punto di vista delle politiche pubbliche, si tratterebbe di agevolare la ricerca di efficienza - ad ogni livello dimensionale dell'attività d'impresa - mitigando effetti indesiderati di desertificazione commerciale e di riduzione patologica dei livelli di servizio per la cittadinanza. La questione ha anche una rilevanza più generale, atteso che oltre il 57% degli addetti - poco meno di 1,1 milioni - lavora in unità produttive di piccolissime dimensioni.

A proposito di produttività

La bassa produttività - del lavoro e sistemica - si rivela, da ormai venticinque anni, un elemento di debolezza dell'economia italiana.

L'Istat ha di recente certificato come il tasso medio annuo di crescita del prodotto lordo per occupato tra il 1995 ed il 2019 risulti pari, nel nostro Paese, a un modestissimo +0,3%: appena un quarto di quello dell'eurozona, di Germania e Francia; addirittura un quinto di quello del Regno Unito e comunque metà di quello spagnolo.

Il processo di terziarizzazione dell'economia – che procede ormai da decenni e che ha portato a oltre il 70% l'incidenza dei servizi (incluso il commercio) sul valore aggiunto – sembrerebbe essere tra i principali responsabili di questo fenomeno. Tuttavia, nell'ambito dei servizi, la variazione della produttività del lavoro nel lungo termine è piuttosto articolata.

Circoscrivendo l'analisi ai comparti d'interesse, è qui sufficiente rammentare che il prodotto per occupato nei servizi quali commercio, trasporti, magazzinaggio, alloggio e ristorazione è cresciuto esattamente come nella manifattura industriale (+0,8% medio annuo), mentre i servizi di informazione e comunicazione hanno conosciuto performance migliori (+2,0% medio annuo).

Peggiora la condizione del livello e della dinamica della produttività totale dei fattori che, ricorda l'ISTAT, “misura gli effetti del progresso tecnico e di altri fattori propulsivi della crescita, tra cui le innovazioni nel processo produttivo, i miglioramenti nell'organizzazione del lavoro e delle tecniche manageriali, i miglioramenti nell'esperienza e nel livello di istruzione raggiunto dalla forza lavoro”.

Sotto questo profilo, anche il commercio, come la maggior parte dei settori dei servizi e dell'industria, non ha mostrato dinamiche sufficienti: coerenti, cioè, con un'adeguata crescita del benessere economico pro-capite, largamente dipendente proprio dal profilo della produttività multifattoriale.

Questi riferimenti alla produttività di sistema sono necessari per contrastare la lettura del deficit di produttività dei fattori dell'economia italiana come generato dall'elevata presenza di micro-imprese nel suo contesto.

Nella comparazione internazionale, emerge, infatti, che, a parità di taglia, le imprese tedesche attive nei servizi di mercato e nel commercio presentano un valore aggiunto per occupato pari a oltre 44mila euro a fronte del poco meno di 30mila euro delle analoghe micro-imprese italiane.

Questa differenza non può, quindi, essere attribuita a un diverso sfruttamento di economie di scala: è ascrivibile, invece, ai problemi di contesto come la burocrazia, il carico fiscale, il deficit di capitale sociale, le infrastrutture materiali e immateriali e la logistica.

Tali fattori affliggono negativamente tutto lo spettro dimensionale delle imprese, con effetti differenziali negativi per le micro-imprese. Stando così le cose, le principali riforme per rendere più produttive le imprese di minore dimensione, soprattutto nei servizi di mercato e nel commercio, sono quelle che agiscono trasversalmente sui difetti strutturali del sistema economico.

Un intervento specifico sulle imprese più piccole riguarda senz'altro la dotazione tecnologica, la propensione all'innovazione e la copertura del correlato rischio di investimento. Le risorse del Recovery Fund potrebbero aiutare: si dovrebbe, pertanto, predisporre un repertorio dell'innovazione e della digitalizzazione finanziabile attraverso il fondo, perché coerente con le linee guida di accesso al suo intervento. Il biennio 2021-2022 potrebbe, quindi, costituire quel momento di salto in avanti nella dotazione tecnologica delle imprese più piccole necessario per apprezzare, successivamente, miglioramenti significativi nella produttività per classe dimensionale con riflessi positivi sulla produttività dell'intero sistema economico.

Pandemia e consumi

Le diverse componenti della distribuzione commerciale giungono alla prova della pandemia in condizioni di salute piuttosto eterogenee (tab. 3). Nel complesso, rispetto al 2010, nel 2019 l'indice delle vendite al dettaglio aveva perso quasi tre punti. Essi diventano oltre 13 in termini di volume, se si tiene conto che lo stesso indice è valutato a prezzi correnti e nello stesso periodo i prezzi al consumo sono cresciuti di circa dieci punti percentuali.

Questo è un ulteriore modo di valutare la stagnazione strutturale dell'economia italiana: nell'anno prima della pandemia, l'economia non aveva recuperato i livelli del 2007 né in termini di consumi pro capite (-840 euro per abitante), né - ovviamente - in termini di PIL (-2.200 euro a testa), sempre a valori costanti.

Tab. 3 - Indice delle vendite del commercio al dettaglio per forma distributiva Italia 2010=100
grande distribuzione (GD), piccole superfici e commercio elettronico

	totale	GD	GD				GD specializzata	imprese operanti su piccole superfici	commercio elettronico
			GD non specializzata	di cui iper	di cui super	di cui discount			
2010	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	nd	
2015	95,2	100,2	99,2	93,7	100,8	112,0	106,0	91,0	
2019	97,2	105,4	103,7	93,2	103,9	131,2	113,9	88,9	
2020 (*)	86,6	98,4	102,6	87,9	108,0	136,9	83,3	74,9	

(*) media gennaio-settembre

Elaborazioni USC su dati Istat - vendite al dettaglio.

Sempre nel 2019, emergevano con forza le ricomposizioni di lungo periodo che contraddistinguono gli acquisti di un moderno paese in crisi: crescita del commercio elettronico, boom del discount, rinnovamento della grande distribuzione che riscopre la prossimità con i supermercati prevalentemente in franchising, tramonto - almeno relativo - del gigantismo distributivo con la riduzione della quota degli ipermercati e, infine, riduzione della forza della piccola distribuzione per una pluralità di ragioni - fisiologiche e patologiche - di cui si è già detto.

La pandemia del 2020 acuisce, accelera ed enfatizza trend già consolidati. Probabilmente, a consuntivo annuo, le evidenze già consolidate si svilupperanno ulteriormente.

Novembre e dicembre 2020 - tra chiusure parziali delle attività e limitazioni alla mobilità - potrebbero far segnare una straordinaria nuova crescita del commercio elettronico, canale nel quale confluirebbe elettivamente una cospicua quota del risparmio forzoso accumulato negli ultimi nove mesi dalle famiglie italiane. D'altra parte, la propensione degli italiani agli acquisti invernali su piattaforme di e-commerce è passata dal 23% del 2016 al 37% dello scorso anno. Potrebbe superare adesso il 50%.

Tenendo fermo il punto che il commercio alimentare, di qualsiasi tipologia, sta rispondendo bene alle problematiche proposte dalla crisi e che,

comunque, difficilmente potrà non risentire, nel corso del 2021, degli effetti sui consumi che derivano dalle inevitabili perdite di reddito, per la distribuzione non alimentare la situazione appare già molto grave.

Si tratta di avere consapevolezza del fatto che - come risulta già evidente dall'ultima riga della tabella 3 - nel corso del 2020 verranno meno oltre 115 miliardi di euro di consumi - il 10,3% della spesa reale sul territorio - e di questi circa il 23% (cioè 26 miliardi) riguardano importanti e specifici ambiti della distribuzione, in particolare abbigliamento, calzature, mobili, elettrodomestici ed elettronica di consumo. La sopravvivenza di molte imprese, non solo e non necessariamente piccole e piccolissime, è fortemente in discussione.

Pandemia e imprese

Il commercio al dettaglio - in sede fissa e su aree pubbliche - è chiamato, comunque, a una sfida che forse non si era chiaramente e completamente manifestata prima della pandemia: cambiamento dei flussi dentro le città e tra centroidi prossimi e meno vicini, incremento repentino dello smart working e più accesa competizione con il commercio elettronico domandano una revisione delle modalità di scambio tra cittadini e luoghi fisici dell'offerta di beni.

Anche questo enfatizza l'importanza - e, a questo punto, l'urgenza - tanto degli investimenti specifici in capitale produttivo per l'incremento della produttività dei fattori, quanto della rimozione degli ostacoli che deprimono la produttività multifattoriale.

Nel frattempo, si tentano stime sul bilancio di nati-mortalità nel 2020 per il complesso dell'economia e per il commercio in particolare. I dati delle iscrizioni e cancellazioni presso i registri camerali testimoniano due fenomeni.

Il primo riguarda la mortalità delle imprese, fenomeno, al momento, contenuto rispetto al 2019. Al riguardo, occorre tenere conto del rallentamento, nell'attuale fase, delle movimentazioni burocratiche. Inoltre, gli imprenditori stanno provando a cercare nuovi, difficili equilibri in attesa del superamento dei momenti più critici.

In questo contesto, adeguatezza e tempestività di indennizzi, ristori a fondo perduto e misure di supporto in genere sono particolarmente rilevanti per una quota importante di tessuto produttivo vitale ed ancora in equilibrio

economico-finanziario prima della pandemia e delle conseguenti restrizioni alle attività d'impresa. Un'azione efficace potrebbe mitigare significativamente la mortalità. Le previsioni sulle cancellazioni segnalano, comunque, il rischio di una grave recrudescenza del fenomeno con un conseguente riflesso statistico nei dati dei primi due trimestri del 2021.

Se la mortalità reale non è ancora registrata nei dati amministrativi, lo è la denatalità. Nei primi nove mesi del 2020, sono nate 220mila imprese contro le 273mila di un anno "normale" come il 2019. Secondo stime dell'Ufficio Studi Confcommercio, il 70% di questa denatalità è dovuto a cause direttamente e indirettamente legate alla pandemia, mentre sarebbe un errore attribuirle l'intera dimensione del fenomeno posto che la natalità era decrescente già in passato. Secondo l'Istituto Tagliacarne, la denatalità potrebbe superare, a fine 2020, le 70mila unità nell'intera economia.

Considerando la mortalità effettiva, il solo commercio non alimentare, incluso l'ingrosso, potrebbe perdere quasi 134mila imprese delle quali 53mila come conseguenza economica della pandemia. Aggiungendovi l'effetto della denatalità specifica del macro-settore, verrebbero a mancare definitivamente quasi 160mila imprese, pari a circa il 13% degli 1,2 milioni di attive a fine 2019.

Bisogna chiarire che queste sono valutazioni preliminari. Esse sembrano però ragionevoli, essendo basate sulla proporzione di imprese individuali (relativamente le più deboli) all'interno di ciascun settore, sulla durata e sull'intensità delle restrizioni vissute dai diversi settori, sul tasso di mortalità normale specifico, sulla stima della caduta della domanda rivolta a ciascun settore in tutto il 2020.

Oggi le istituzioni e le parti sociali sono chiamate a mitigare l'impatto socio-economico della pandemia. La perdita di PIL è irrecuperabile; quella di reddito si può mitigare e gli interventi che si sono susseguiti negli ultimi mesi vanno in questa direzione.

La distruzione di tessuto produttivo è solo in parte sanabile. La denatalità, per esempio, colpisce la propensione a innovare, gli imprenditori giovani e le donne imprenditrici, categorie particolarmente presenti proprio nel commercio e nella filiera turistica. Sono effetti destinati a durare nel tempo.

L'anno che verrà

Da ciò discende l'urgenza della ripresa a partire dal prossimo anno. Le prospettive, però, sono molto difficili. Le più recenti stime sulla crescita realizzate dalla Commissione europea relegano l'Italia nelle ultime posizioni per variazione cumulata del PIL nel triennio 2020-2022.

Inoltre, a seguito delle ultime restrizioni d'attività, risulta legittimo ipotizzare che, contrariamente alle stime di giugno, l'ultima parte dell'anno possa vedere una nuova contrazione del prodotto lordo su base congiunturale.

La nostra stima preliminare è di una riduzione del 3,9% rispetto al terzo trimestre, che comporterebbe una chiusura del 2020 al -9,1%. In coerenza con le nuove stime del PIL si collocano quelle sui consumi sul territorio, con una perdita del 10,3% rispetto all'anno precedente.

Apparentemente le stime quantitative compensano i migliori dati del terzo trimestre con i peggiori risultati attesi per il quarto. Tuttavia, la revisione delle stime ha impatti notevoli sulle prospettive a breve termine dell'economia italiana. E tali impatti appaiono fortemente peggiorativi.

La caduta del PIL nel quarto trimestre comporterebbe, infatti, un livello del prodotto in entrata nel 2021 sensibilmente più esiguo del previsto. In assenza di un robusto effetto di trascinamento ed anche ipotizzando un nuovo rimbalzo statistico nella prima parte del 2021 (+2%), con tassi di crescita "normali" – cioè attorno allo 0,2% congiunturale – la crescita sarebbe limitata, nel 2021, al 3% circa.

Pertanto, nella media del 2021, la distanza rispetto al 2019 – quando il Paese non aveva ancora recuperato le perdite del periodo 2008-2012 – si misurerebbe attorno ai sei punti percentuali.

Misure urgenti, investimenti e riforme

Questa eventualità va scongiurata poiché implicherebbe molti e troppi anni per recuperare il terreno perduto in termini di benessere economico.

Resta, dunque, confermata la necessità di risposte urgenti: a partire dai settori in cui l'emergenza ha picchiato e picchia in modo più duro, ma tenendo oggettivamente conto di quanto l'impatto dell'emergenza sanitaria, divenuta emergenza economica e sociale, incida trasversalmente sull'intera area dei servizi di mercato.

Servono, dunque, i ristori a fondo perduto (con dotazioni e rimborsi rafforzati, decisamente più inclusivi e fondati sulle diminuzioni di fatturato registrate, piuttosto che su criteri di zonizzazione territoriale e su codici Ateco) le indennità per i lavoratori autonomi ed i professionisti, nonché la prosecuzione del credito d'imposta per le locazioni commerciali e gli affitti d'azienda (oltre che incentivazioni fiscali di intese tra locatori e locatari ed il prolungamento del blocco degli sfratti) e un credito di imposta a favore del commercio per contenere gli effetti negativi sulle rimanenze finali di magazzino nel settore del tessile, della moda e degli accessori.

Servono moratorie fiscali più ampie ed inclusive (tra l'altro, moratoria dei versamenti di novembre anche oltre l'area dei soggetti ISA; moratoria TOSAP; ISA: applicazione facoltativa ed introduzione di correttivi per l'accesso al regime premiale) e strumenti fiscali di supporto al rafforzamento patrimoniale delle imprese ed alle loro aggregazioni.

Servono moratorie creditizie (con vigenza anche oltre il giugno 2021), le risorse per le garanzie finalizzate ad agevolare l'accesso al credito e scelte di regolamentazione bancaria che facilitino, anche in termini di accantonamenti, l'erogazione del credito, a partire dalle PMI.

Servono rifinanziamento e prosecuzione del credito d'imposta per la sanificazione, ma anche abbattimento dei costi di transazione della moneta elettronica, a partire dall'azzeramento per i micro pagamenti, e misure di impulso dei consumi.

Va affrontato il nodo della riduzione del cuneo fiscale e contributivo sul costo del lavoro. E serve la continuità degli ammortizzatori sociali insieme alla consapevolezza della necessità della loro riforma e di una stagione nuova di vere politiche attive per il lavoro e di giusta flessibilità governata e contrattata. Inoltre, va ripristinata l'operatività del Fondo interventi per la razionalizzazione della rete commerciale, presso la Gestione INPS esercenti attività commerciali, quale ammortizzatore di categoria.

Ma, insieme, si conferma anche la necessità del combinato disposto di qualificati investimenti e di interventi strutturali di riforma della macchina pubblica, della giustizia, dell'impalcatura digitale e infrastrutturale del paese, del fisco (archiviando definitivamente ipotesi di "compensazione" tra decrementi delle imposte sul reddito ed incrementi delle aliquote di prelievo sui consumi, con effetti recessivi e regressivi, e mirando alla riduzione della pressione fiscale complessiva).

Bisogna, cioè, mettere in campo le riforme e gli investimenti indispensabili per costruire un ritorno alla crescita stabile e robusto, dando impulso ad innovazione e produttività: anche attraverso il sostegno dell'esperienza dei Digital Innovation Hub, il potenziamento e la strutturalità del credito d'imposta di "Transizione 4.0", il rifinanziamento dei voucher per la digitalizzazione delle MPMI (art. 6, comma 1, d.l. 145/2013) da estendersi anche ai professionisti.

Da questo punto di vista, commercio e turismo, trasporti e logistica, servizi e professioni sono opportunità eccellenti per il buon uso delle risorse di Next Generation EU. Si pensi, ad esempio, alla riqualificazione strutturale e delle competenze nel campo del turismo, alle infrastrutture necessarie per la migliore accessibilità del Paese e dei suoi territori. Ma anche al ruolo ed al contributo dell'economia dei servizi - vera interfaccia con il mondo del consumo - in una corretta strategia per la green economy, che sviluppi la transizione verde del nostro tessuto imprenditoriale con giusta gradualità e preservando tutte le dimensioni della sostenibilità: ambientale, economica e sociale. In questo quadro, sarebbe rilevante rendere accessibile il credito di imposta del 110% per interventi di efficientamento energetico e riduzione del rischio sismico anche da parte di imprese e professionisti.

E si pensi, ancora, ad un approccio integrato che affronti la questione del commercio insieme a quella (indissolubile) delle città e dell'assetto urbano. Temi che non possono essere declinati in termini esclusivamente di rilancio dell'edilizia, ma che richiedono grande attenzione, tra l'altro, alla qualità dell'offerta commerciale.

Il sistema delle regole

Occorre tenere conto del ruolo economico e sociale svolto dai negozi, dal commercio su aree pubbliche e dai pubblici esercizi. Occorre tutelare e promuovere, anche sostenendone l'innovazione, le attività di prossimità.

Occorre rafforzare le condizioni per un mercato sano, contrastando l'abusivismo e la contraffazione, quali fattori distorsivi delle corrette dinamiche concorrenziali.

Dinamiche corrette che vanno salvaguardate anche in riferimento alle vendite dirette degli operatori agricoli, che non possono svolgersi secondo un regime speciale e diverso rispetto al sistema delle regole che disciplina, in generale, tutte le attività commerciali.

Servono, dunque, regole sobrie: nel rispetto dei principi costituzionali di tutela della concorrenza e di utilità sociale. Servono regole certe: anche in materia di concessioni per il commercio su aree pubbliche. E serve un sistema delle regole complessivamente più semplice.

Ma la semplificazione non va confusa con la de-regolazione. Gli interventi che mirano a garantire uno "Stato veloce" devono comunque conciliarsi con la salvaguardia degli interessi pubblici e con il riconoscimento di motivi imperativi di interesse generale, che rendono necessario il mantenimento di regimi autorizzatori. Regimi il cui iter procedurale è, dunque, chiamato a tenere insieme qualità dell'istruttoria amministrativa e rapidità e certezza dei tempi d'esame.

La sfida del digitale tra città, commercio e servizi di prossimità

L'emergenza sanitaria affrontata in questi ultimi mesi ha evidenziato, da una parte, la strategicità per le imprese delle dotazioni tecnologiche per lo svolgimento delle attività lavorative da remoto e, dall'altra, la necessità di colmare le lacune relative alla digitalizzazione dei processi aziendali, in un'ottica di sviluppo della resilienza delle attività imprenditoriali.

L'innovazione digitale deve, però, essere accompagnata tanto da eque regole di trattamento fiscale - è il tema della web-tax e di una determinata iniziativa europea in tal senso, volta ad evitare che sorgano aree deregolate e, dunque, defiscalizzate, in cui vengano prodotti redditi che riescono a sfuggire a qualsiasi forma di tassazione - quanto da processi di innovazione per la riqualificazione e la vivibilità dei contesti urbani.

Ad esempio, l'e-commerce - che rappresenta un cambiamento epocale nei consumi - va ben regolato, affinché possa offrire opportunità interessanti alla più ampia platea di imprese. Va, dunque, garantita una corretta concorrenza e va contrastato il dumping fiscale tra Stati. Al contempo, non possono essere sottovalutati gli impatti negativi - economici ma anche sociali - dello sviluppo del canale del commercio elettronico sul tessuto dei servizi urbani.

Occorre, allora, progettare il futuro di centri storici, distretti e strade del commercio nell'era digitale, investendo sulla funzione di negozi e servizi di prossimità e così rilanciando i luoghi dove le persone vivono.

Serve un progetto che consenta di affrontare e vincere le sfide che oggi impattano sulle imprese del terziario e sullo sviluppo dei distretti commerciali e dei centri storici:

- › un commercio elettronico che cresce in maniera sostenuta, ma concentrata soprattutto sui marketplace nazionali ed internazionali, mettendo in crisi le imprese del commercio tradizionali e sollecitando anche un'azione di supporto al loro rapporto con l'offerta online;
- › lo shopping multicanale ed esperienziale come nuovo paradigma di marketing strategico per promuovere offerta commerciale e conquistare nuovi clienti soprattutto nelle nuove generazioni (millennials e generazione Z), caratterizzate da maggiore familiarità ed utilizzo di comunicazione, media e tecnologie digitali;
- › la distribuzione a domicilio indotta dal commercio elettronico come nuovo modello ed abitudine di acquisto dei giovani, ma anche come fabbisogno emergente delle fasce di popolazione più anziana o residente nelle aree più periferiche rispetto ai centri del commercio.

Chiediamo dunque che, nelle previsioni di utilizzo del Recovery Fund, sia ricompreso il finanziamento di un "Progetto per le città e le economie urbane" dedicato al sostegno di iniziative di rigenerazione urbana, mediante partenariati pubblico-privati tra amministrazioni territoriali ed organizzazioni imprenditoriali e sociali, , in affiancamento all'avvio del c.d. "Progetto rinascita urbana" ("Programma innovativo nazionale per la qualità dell'abitare" previsto dall'art. 1, commi 437-444, della Legge di Bilancio 2020).

Pensiamo a un progetto che - sulla scorta del riconoscimento del valore della tutela di interessi generali quali la salute, l'ambiente e l'ambiente urbano, i beni culturali - persegua il rafforzamento e lo sviluppo delle attività economiche urbane e delle loro aggregazioni, il sostegno alla transizione ecologica delle imprese, il consolidamento di poli urbani e commerciali già esistenti, la mobilità sostenibile - anche attraverso il relativo potenziamento infrastrutturale - e l'abbattimento delle barriere architettoniche, il sostegno agli interventi di riforestazione urbana.

In questo contesto, sarebbero di particolare rilievo scelte di impulso alla predisposizione dei Piani urbani per la mobilità sostenibile (PUMS) ed il finanziamento degli interventi in essi previsti.

È necessario un approccio integrato ed orientato al rafforzamento del servizio di prossimità e del pluralismo delle forme distributive, allo sviluppo di reti territoriali per la valorizzazione turistica ed alla riattivazione delle economie locali, anche delle aree interne e montane e dei piccoli borghi.

Per offrire un sostegno reale a questi processi occorre anche introdurre nuove misure di carattere fiscale. La cedolare secca per le locazioni degli immobili ad uso commerciale potrebbe rappresentare un primo tassello in questa direzione, a condizione che tale misura agevolativa sia finalizzata non solo alla riduzione del prelievo fiscale a carico del locatore dell'immobile, ma anche alla riduzione dei canoni di locazione corrisposti dal conduttore. È necessario, dunque, che il beneficio sia condiviso tra locatore e conduttore attraverso una effettiva riduzione dei canoni di locazione degli immobili ad uso commerciale.

Ulteriori misure, come la riduzione dei tributi locali (IMU, TARI, TOSAP), dovrebbero essere introdotte dalle amministrazioni comunali al fine di incentivare la locazione di immobili sfitti nell'ambito di processi partecipati di rigenerazione economica e sociale delle aree urbane.

Particolare attenzione andrebbe riservata anche ai processi di formazione e riqualificazione degli imprenditori - in particolare, sui versanti della comunicazione e del marketing, delle tecnologie di interazione con i clienti da remoto, della riduzione delle scorte e della modificazione del mix, del ripensamento del posizionamento competitivo - ai fini del rinnovamento organizzativo e strategico del tessuto delle MPMI.

I pagamenti digitali

I sistemi di pagamento sono certamente una delle grandi aree di sviluppo delle tecnologie digitali. Con la manovra di bilancio 2020, la logica sanzionatoria per la mancata accettazione di pagamenti tramite POS è stata superata con un approccio più coerente con la necessità di definire condizioni di convenienza per tutti i soggetti utilizzatori di sistemi elettronici di pagamento, inclusi gli esercenti.

Occorre proseguire su questa linea: escludendo penalizzazioni del legittimo ricorso al contante, incentivando la convenienza per imprese e consumatori, promuovendo una sempre maggiore trasparenza su costi e commissioni legati all'utilizzo della moneta elettronica, stimolando una reale concorrenza fra i diversi sistemi in grado di minimizzare l'impatto economico su consumatori ed esercenti. Anzi, tanto più in considerazione dell'obbligo di legge di accettazione di pagamenti tramite carta, il sistema cashless dovrebbe far proprio il principio della gratuità effettiva dell'uso e dell'accettazione degli strumenti elettronici di pagamento.

Va istituita una sede di monitoraggio della diffusione dei pagamenti digitali e dei loro costi e si rendono necessari, intanto, sia il potenziamento del credito d'imposta a valere sulle commissioni a carico degli esercenti per le accettazioni degli strumenti di moneta elettronica – di cui all'art.22 del d.l. 124/2019 – sia il rinvio della “lotteria degli scontrini” per ritardi e costi di adeguamento dei registratori telematici.

Crediamo, quindi, che la modernizzazione del sistema dei pagamenti del nostro Paese vada perseguita in un contesto di complementarietà tra l'uso delle banconote, i pagamenti elettronici e i servizi digitali.