

Reggio Calabria 4 dicembre 2024

C.a.
Sindaco della Città di Reggio Calabria
e Sindaco Metropolitan
Giuseppe Falcomatà

Documento di approfondimento sulle proposte di Confesercenti Reggio Calabria per affrontare la crisi del commercio nella città e nell'area metropolitana di Reggio Calabria

Premessa

Il commercio rappresenta uno dei settori fondamentali per lo sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità urbane. A Reggio Calabria, come in altre province italiane, la crisi del commercio è stata aggravata da molteplici fattori, alcuni generali, altri specifici del nostro territorio: l'impatto della pandemia, la diffusione dell'e-commerce, lo spopolamento, il potere d'acquisto sempre più risicato delle famiglie, la sfiducia verso il futuro che porta a limitare gli acquisti, il declino delle aree periferiche e le difficoltà legate al contesto burocratico e fiscale. I recenti studi di Confesercenti Nazionale, in relazione a ciò, ci consegnano dati allarmanti: negli ultimi dieci anni oltre 140mila aziende commerciali hanno cessato l'attività. Di contro il fatturato dell'e-commerce continua ad aumentare: nel 2024 è prevista una crescita del 6% rispetto l'anno precedente che già aveva visto incrementi a doppia cifra. Questa situazione richiede un approccio integrato che tenga conto delle specificità del territorio e delle sfide emergenti, puntando su innovazione, sostenibilità e competitività.

Le misure proposte non possono essere considerate come interventi isolati: devono essere adottate in maniera sinergica per creare un ecosistema economico resiliente e dinamico. La creazione dei Distretti Urbani del Commercio (DUC), il potenziamento delle competenze digitali, la revisione dei tributi locali e l'accesso facilitato ai finanziamenti costituiscono i pilastri di una strategia complessiva, mirata non solo alla ripresa del commercio esistente ma anche alla nascita di nuove imprese, alla rigenerazione urbana e al miglioramento della qualità della vita.

In questa ottica, **il coinvolgimento di istituzioni e associazioni di categoria tramite l'istituzione di un tavolo di crisi del commercio** è cruciale per garantire la sostenibilità e l'efficacia delle azioni intraprese. Di seguito, una disamina dettagliata delle proposte, dei riferimenti normativi e delle buone pratiche già implementate in altre realtà italiane.

1. CREAZIONE DEI DISTRETTI URBANI DEL COMMERCIO (DUC)

Motivazioni

I DUC rappresentano uno strumento strategico per rivitalizzare le aree urbane, migliorare l'esperienza d'acquisto e stimolare sinergie tra le attività commerciali. Essi consentono di integrare iniziative di rigenerazione urbana con strumenti innovativi di marketing e promozione turistica, rispondendo alle esigenze dei nuovi consumatori.

CONTESTO NORMATIVO NAZIONALE

1. Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma Bersani)

- **Contenuto rilevante:**
 - Stabilisce il principio della programmazione commerciale a livello locale, prevedendo strumenti per la riqualificazione delle aree urbane e la promozione del commercio.
 - Introduce la possibilità di coinvolgere soggetti pubblici e privati per pianificare e attuare politiche di sviluppo del commercio urbano.
- **Ruolo dei Comuni:**
 - Sono incaricati di definire i piani commerciali e possono promuovere, insieme alle associazioni di categoria maggiormente rappresentative, strumenti come i DUC per supportare le attività commerciali.

2. Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)

- **Missioni rilevanti:**
 - Missione 1: Digitalizzazione e Innovazione, che include interventi per la modernizzazione delle imprese e delle infrastrutture commerciali.
 - Missione 5: Inclusione e Coesione, con fondi destinati alla rigenerazione urbana e al rafforzamento del tessuto economico locale.
- **Implicazioni per i DUC:**
 - Possibilità di finanziare tramite l'istituzione dei Duc la digitalizzazione dei negozi in un quadro di rete, l'adozione di sistemi digitali innovativi e la riqualificazione degli spazi urbani.

3. Legge 29 dicembre 1993, n. 580 (Riordino delle Camere di Commercio)

- Le Camere di Commercio possono partecipare attivamente alla promozione dei DUC, fornendo supporto tecnico e finanziario per l'implementazione di iniziative di sviluppo locale.

CONTESTO NORMATIVO REGIONALE

Le normative regionali rappresentano il cuore del quadro normativo per l'istituzione e la gestione dei DUC, in quanto ogni regione può disciplinare autonomamente la loro struttura e funzionamento.

1. Lombardia

- **Legge Regionale 6/2010:**
 - Istituisce i Distretti Urbani del Commercio come strumenti per promuovere la rigenerazione urbana e lo sviluppo del commercio.
 - Fornisce linee guida per l'accREDITamento dei distretti, che devono essere costituiti da partenariati pubblico-privati.
 - Prevede contributi finanziari per progetti innovativi.

2. Veneto

- **Legge Regionale 50/2012:**
 - Regola i DUC e ne definisce i requisiti, favorendo la collaborazione tra enti pubblici e privati per sviluppare politiche integrate di sviluppo urbano e commerciale.

3. Emilia-Romagna

- **Legge Regionale 41/1997:**
 - Introduce i distretti commerciali come strumenti di sviluppo locale, favorendo l'integrazione tra commercio, turismo e cultura.

4. Calabria (Bozza di Legge sul Commercio)

- **La bozza di legge regionale sul commercio della Calabria prevede i DUC all'articolo 9, riconoscendoli come strumenti innovativi fondamentali per:**
 - Coordinare le politiche locali sul commercio e la rigenerazione urbana.
 - Favorire la cooperazione tra soggetti pubblici e privati.
 - Promuovere l'integrazione con settori produttivi, di servizi e turistici.

CONTESTO NORMATIVO IN ASSENZA DI LEGGE REGIONALE

Le **Città Metropolitane** possono promuovere l'istituzione di **Distretti Urbani del Commercio (DUC)** o organismi simili anche in assenza di una legge regionale, poiché dispongono di competenze proprie che possono essere utilizzate per il coordinamento e la promozione di politiche di sviluppo economico e urbano.

1. Le Competenze delle Città Metropolitane

Secondo il **Testo Unico degli Enti Locali (TUEL)**, il Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267, e la **Legge Delrio (Legge 7 aprile 2014, n. 56)**, le Città Metropolitane hanno il compito di:

- Promuovere lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio.
- Coordinare la pianificazione territoriale, inclusa la rigenerazione urbana.
- Favorire politiche integrate per lo sviluppo del commercio e del turismo.

Queste competenze possono essere utilizzate per avviare iniziative come i DUC, in collaborazione con i Comuni, gli enti del territorio e le associazioni datoriali.

2. Strumenti Normativi Disponibili in Mancanza di una Legge Regionale

a. Regolamenti e Delibere Metropolitane

Le Città Metropolitane possono adottare regolamenti e delibere per:

- Definire le aree di intervento dei DUC.
- Promuovere la collaborazione tra Comuni, enti e associazioni.
- Stabilire criteri e modalità operative per l'attuazione delle iniziative.

b. Protocollo di Intesa

In mancanza di una normativa regionale, i DUC possono essere istituiti attraverso protocolli di intesa o accordi di partenariato tra:

- Città Metropolitana,
- Comuni coinvolti,
- Associazioni di categoria,
- Camera di Commercio.

c. Fondi e Incentivi

Anche in assenza di una legge regionale, le Città Metropolitane possono accedere a fondi nazionali o europei per finanziare i DUC, in particolare attraverso il **PNRR** o i **fondi strutturali europei**.

OBIETTIVI NORMATIVI E STRUTTURALI DEI DUC

1. **Rigenerazione urbana:** Riqualificare spazi pubblici e migliorare l'estetica delle aree commerciali.
2. **Promozione del commercio locale:** Incentivare le reti di negozi e il consumo presso attività locali.
3. **Sviluppo sostenibile:** Integrare soluzioni green, come riduzione dei rifiuti e promozione della mobilità sostenibile.
4. **Innovazione:** Adottare tecnologie digitali per migliorare l'esperienza d'acquisto.

Sintesi Operativa

Il quadro normativo dei DUC è fortemente orientato alla sinergia tra istituzioni e privati. L'istituzione di un DUC richiede:

- **Riconoscimento istituzionale:** In base alle normative regionali o, in loro assenza, alle normative metropolitane.
- **Accordo di partenariato:** Tra soggetti pubblici e privati.
- **Accesso a finanziamenti:** Comunali, provinciali, regionali, nazionali o comunitari, spesso erogati tramite bandi specifici.

Questo modello si configura come uno strumento strategico per favorire la crescita economica e sociale delle comunità urbane, adattandosi alle peculiarità dei territori in cui viene applicato.

Best Practices

- **Treviso:** Ha integrato promozioni online e cashback, attirando visitatori e incrementando le vendite dei negozi locali.
- **Mantova:** Ha realizzato una fidelity card digitale in grado di implementare diversi dispositivi di marketing per stimolare acquisti e fidelizzazione.

Proposte Specifiche

- **Governance:** Redazione di protocollo d'intesa o accordo di partenariato tra Comune interessato, Città Metropolitana, Camera di Commercio e associazioni di categoria. In alternativa ove ci fosse necessità, si può pensare alla costituzione di consorzi o associazioni riconosciute
- **Innovazione digitale:** Creazione di portali web e app per promuovere i negozi, offrire sistemi di cashback e proporre percorsi turistico-commerciali.
- **Rigenerazione urbana:** Investimenti per migliorare l'estetica e la logistica delle aree commerciali tramite fondi regionali e PNRR.

2. FORMAZIONE E ALFABETIZZAZIONE DIGITALE

Motivazioni

La digitalizzazione è una leva cruciale per il rilancio del commercio, soprattutto in un mercato globalizzato. Tuttavia, molti commercianti faticano a utilizzare strumenti digitali per la gestione e la promozione delle loro attività, limitando la loro competitività.

Contesto Normativo

- **Strategia Nazionale per le Competenze Digitali:** Un piano che mira a ridurre il divario digitale e a promuovere l'adozione di nuove tecnologie nel tessuto produttivo.
- **Piano Formazione 4.0:** Prevede crediti d'imposta per le imprese che investono in formazione sulle tecnologie digitali e avanzate.

Best Practices

- **Punti Impresa Digitale (PID):** Iniziativa delle Camere di Commercio che offre formazione gratuita e consulenza personalizzata in molte città italiane.

Proposte Specifiche

- **Percorsi formativi:** Offerta di corsi su strumenti digitali innovativi, gestione degli strumenti web e gestione finanziaria.
- **Sostegno economico:** Incentivi fiscali per le imprese che completano percorsi formativi certificati.
- **Collaborazioni:** Coinvolgimento delle associazioni per la creazione dei piani formativi facendo leva anche su strumenti come i fondi interprofessionali e gli enti bilaterali e di professionisti affermati di levatura nazionale per creare percorsi personalizzati.

3. RIDUZIONE E RIMODULAZIONE DEI TRIBUTI LOCALI

Motivazioni

La pressione fiscale rappresenta una delle principali criticità per le attività commerciali. La rimodulazione dei tributi locali, condizionata al rispetto di regole partecipative può incentivare la ripresa economica, favorendo la creazione di reti, l'apertura di nuovi esercizi e la riqualificazione delle aree meno centrali.

Best Practices

- **Matera:** Ha introdotto esenzioni o riduzioni delle imposte comunali per attività commerciali situate nei Sassi, incentivando la rivitalizzazione di un'area storicamente disabitata.
- **Bologna:** Agevolazioni fiscali per negozi che partecipano a programmi di rigenerazione urbana.

Proposte Specifiche

- **Riduzione mirata:** Sconti sui tributi locali condizionati alla partecipazione a corsi di formazione o adesione a reti di commercio.
- **Incentivi per periferie:** Agevolazioni per attività che aprono o si trasferiscono in aree a rischio desertificazione commerciale.

4. SOSTENIBILITÀ E ACCESSIBILITÀ AI FINANZIAMENTI

Motivazioni

L'accesso al credito è spesso limitato per le piccole attività commerciali, soprattutto in contesti di difficoltà economica. Alleggerire i costi per accedere al Microcredito e a finanziamenti erogati tramite Fondo di garanzia e Consorzi fidi può stimolare investimenti e innovazione, creando un effetto moltiplicatore sul tessuto economico.

Best Practices

- **Regione Lombardia:** agevolazioni per finanziamenti erogati tramite microcredito.
- **Regione Toscana:** sovvenzioni per l'abbattimento degli interessi e delle commissioni su finanziamenti di importo fino a euro 50 mila

Proposte Specifiche

- **Fondo Metropolitano:** Risorse dedicate all'abbattimento degli interessi e delle commissioni
- **Fondo Rotativo:** Per implementare i fondi disponibili erogabili con interessi calmierati

Conclusioni

L'adozione di queste misure integrate e sinergiche rappresenta un'opportunità unica per Reggio Calabria di superare la crisi del commercio e promuovere una rinascita economica duratura. Il modello proposto, ispirato a esperienze nazionali di successo, assicura il rilancio del tessuto commerciale, la valorizzazione delle specificità locali e un maggiore benessere per l'intera comunità.

Cordialmente

Claudio Aloisio

Presidente Confesercenti Reggio Calabria

