

Linee guida per lo sviluppo del commercio: ora un impulso positivo dai lavori della Giunta. Semplificare e superare la contrapposizione tra grandi e piccoli

Milano, 12 novembre 2013 – Le linee guida per lo sviluppo del commercio della Regione Lombardia discusse e approvate oggi in Consiglio Regionale lasciano il sapore amaro di una visione del sistema del commercio poco contemporanea, che individua ancora nella contrapposizione tra grandi e piccoli la chiave di lettura per interpretare le trasformazioni del territorio.

Ci saremmo aspettati una forte spinta all'integrazione di esercizi di ogni dimensione all'interno delle diverse tipologie di polarità esistenti e programmabili, al di fuori di una contrapposizione che non ha più giustificazioni.

E' in atto una progressiva e positiva "industrializzazione" del settore, con riferimento a tutte le classi di superficie di vendita e a tutte le tipologie di negozio. Lo sviluppo del franchising e di grandi imprese che operano con piccole superfici e dei monomarca porta alla coesistenza, gli uni accanto agli altri, di punti vendita di piccola superficie gestiti da indipendenti e da gruppi con estese reti di vendita.

Si apre ora la fase più importante: la Giunta dovrà dare attuazione alle linee guida approvate.

Si presenta dunque l'occasione per la Giunta lombarda di dare un impulso positivo allo sviluppo del commercio, che riteniamo non possa prescindere dal riconoscimento della DMO come fattore di tutela del potere d'acquisto delle famiglie e dei consumatori in genere.

A tal fine ci aspettiamo:

- Una decisa semplificazione delle procedure amministrative, come peraltro previsto sia dalla disciplina dell'Unione Europea che da quella nazionale in materia di concorrenza.
Lo strumento principe è l'introduzione della SCIA (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) per le nuove aperture, le operazioni di trasformazioni di grandi strutture di vendita esistenti, in particolare quelle di accorpamento, variazione del settore merceologico e ampliamento.
- La sperimentazione dei distretti e delle polarità commerciali come aree a zero burocrazia e massima semplificazione dei processi, prevedendo misurazioni periodiche dell'efficacia di ciascun distretto in termini di effettiva attrattività e occupazione.
- L'incentivazione della politica di investimenti in aperture e ristrutturazioni come contributo a sostenere e sviluppare l'occupazione, con particolare riferimento agli interventi di recupero delle aree dismesse.

- Un incentivo allo sviluppo del franchising e in particolare della imprenditoria commerciale come possibile sbocco per i nostri giovani, per sostenere e dare impulso alla medio/piccola iniziativa privata.
- Un reale supporto all'impegno sempre crescente della DMO nel recupero delle eccedenze alimentari.

Federdistribuzione è espressione della Distribuzione Moderna Organizzata e riunisce e rappresenta, nelle sedi istituzionali, locali, nazionali e comunitarie le imprese distributive operanti nei settori alimentare e non alimentare che svolgono la propria attività attraverso le più innovative formule del commercio moderno. Federdistribuzione si compone di quattro associazioni nazionali che rappresentano un universo articolato di imprese e di multicanalità che si differenziano per dimensioni, forme distributive e merceologie trattate. Le imprese associate a Federdistribuzione hanno realizzato nel 2012 un giro d'affari di 63,5 miliardi di euro (comprensivo degli affiliati), con una quota pari al 49,6% del totale fatturato della Distribuzione Moderna Organizzata; hanno una rete distributiva di 16.650 punti vendita (diretti e in franchising) e danno occupazione a 229.000 addetti. Rappresentano, infine, il 29,1% del valore dei consumi commercializzabili.

Per ulteriori informazioni

Federdistribuzione

Stefano Crippa - Relazioni Esterne
Tel. 02 89075150 Cell. 335 5641415
comunicazione@federdistribuzione.it
Ernesto Bonetti – Ufficio Stampa
Tel. 02 89075167 Cell. 3311866359
ernesto.bonetti@federdistribuzione.it