



CONFESERCENTI INCONTRA I CANDIDATI

ALLE ELEZIONI EUROPEE 2024

Una nuova politica europea, a misura dell'economia del territorio

Dei cinque anni trascorsi dalla precedente elezione del Parlamento Europeo, tre sono stati segnati dalla crisi sanitaria ed economica più profonda dal dopoguerra e dai suoi effetti.

L'Unione Europea ha saputo agire, forse per la prima volta in modo coeso, con uno sforzo finanziario senza precedenti, sia per il sostegno ad imprese e cittadini, per permettere loro di affrontare le pesanti conseguenze della pandemia, sia per finanziare investimenti nei campi che costituiscono le grandi sfide future, dalla transizione verso un'economia più sostenibile ai sistemi di sostegno alle popolazioni e alle imprese.

Un percorso di ripresa ancora rallentato dagli scenari che prima l'invasione dell'Ucraina e successivamente la guerra israelo-palestinese hanno determinato: impoverimento e instabilità su vari fronti, a partire da quello energetico, ma anche la risalita dell'inflazione su tutto il territorio dell'Unione e a livello mondiale.

Di fronte al probabile rallentamento del commercio globale sull'onda dell'acuirsi delle tensioni internazionali, **l'Europa deve puntare con più forza sulla resilienza dell'economia del territorio e delle imprese** – alcune grandi, ma milioni di piccole e medie dimensioni – che ne costituiscono l'asse portante.

Nonostante il riconoscimento unanime dell'impegno profuso per fronteggiare le emergenze di questi ultimi cinque anni, in molti campi - specie tra le imprese – la politica dell'Unione è stata vista frequentemente come un peso, un limite al libero dispiegarsi delle attività imprenditoriali, sociali, economiche.

Molto spesso le politiche europee, anziché ridurre gli ostacoli al consolidamento ed alla crescita delle imprese, ne hanno frenato e disincentivato gli sforzi. È mancato anche un supporto per affrontare il cambiamento di paradigma del terziario innescato dal progresso tecnologico: intelligenza artificiale, grandi piattaforme di eCommerce, markets online di servizi sono evoluzioni tecnologiche che rappresentano una grande opportunità per tutti, ma che rischiano anche di indebolire, se non governate, le economie locali 'off-line'.

Serve dunque una nuova politica europea per sostenere le attività economiche del territorio - in grande parte imprese di dimensioni piccole, medie e micro - che getti le basi di un nuovo sviluppo risolvendo le criticità attuali e cogliendo appieno le nuove opportunità.

Burocrazia e credito

La complessità e l'onerosità delle normative europee rimangono un problema significativo per le MPMI, in particolare per quelle di nuova costituzione. La semplificazione delle procedure e la digitalizzazione dei servizi potrebbero ridurre il tempo e i costi necessari per adempiere agli obblighi normativi.

Assolutamente prioritario anche un intervento sul fronte del credito: le imprese di minori dimensioni, infatti, continuano ad avere difficoltà ad ottenere prestiti e finanziamenti.

L'accesso al credito è diventato sempre più difficoltoso, soprattutto dopo un periodo in cui i tassi di interesse hanno toccato livelli record. Tale circostanza ha determinato non solo un problema di accesso al credito, ma anche di sostenibilità dell'indebitamento delle MPMI.

È necessario che l'Unione Europea rafforzi i programmi di finanziamento esistenti e faciliti l'accesso al credito per le micro, piccole e medie imprese, anche attraverso strumenti innovativi.

In particolare, riteniamo sia essenziale:

- Rimettere in circolo risorse già stanziato, ma il cui utilizzo è limitato da tecnostrutture ad oggi non più confacenti con la realtà economica prevalente. Ci riferiamo, *in primis*, alla possibilità di concedere l'autorizzazione alla patrimonializzazione di risorse già presenti nei bilanci di organismi quali i Confidi, in modo da poterle utilizzare concretamente nell'accesso al credito delle MPMI attraverso il rilascio della garanzia consortile;
- Rafforzare gli strumenti alternativi di accesso al credito quali il *crowdfunding*, i Minibond e i FIA (Fondi di Investimento Alternativi);
- Rafforzare gli interventi di Microcredito e Microfinanza in favore delle MPMI in un'ottica di ottimizzazione degli operatori di mercato e per colmare la fascia di finanziamenti che ad oggi non sono erogati dal sistema bancario tradizionale.

In tema di incentivi, il problema principale rimane quello della tempistica di evasione degli interventi e delle richieste di garanzie sugli acconti/importi deliberati. Appare infatti evidente come gli stessi strumenti agevolati concessi in regime di PNRR e Temporary Framework abbiano contribuito al rilancio dell'economia. Parimenti, occorre privilegiare forme di incentivi che siano complementari e non dipendenti dal canale bancario tradizionale, in quanto inserire strumenti agevolativi su procedure bancarie comporta una naturale perdita di efficienza ed efficacia degli interventi. Infine, occorre ristabilire livelli di contributi a fondo perduto da un lato in percentuale congrua rispetto agli investimenti (non meno del 40%) e dall'altro che non mirino unicamente a obiettivi di efficientamento energetico e/o digitalizzazione, bensì valorizzino anche i marchi storici ed i ricambi generazionali del tessuto imprenditoriale.

Pagamenti elettronici, Euro Digitale

Sono inoltre necessarie norme a tutela dei micropagamenti elettronici, che consentano un effettivo sviluppo degli strumenti di pagamento *cashless* mediante una più equa distribuzione degli oneri lungo la filiera degli operatori.

Il tavolo per il taglio delle commissioni, chiuso poco meno di un anno fa, non sta dando i risultati sperati.

Di particolare interesse è **la previsione dell'Euro Digitale** come mezzo di pagamento elettronico accessibile gratuitamente a tutti, su cui occorre accelerare. Questo strumento contribuirebbe ad alleggerire i costi fissi delle imprese del terziario: secondo le nostre stime, le attività italiane pagano circa 5 miliardi di euro l'anno per accettare pagamenti con carte e bancomat.

Il mercato dei servizi di pagamento, oltretutto, è molto concentrato: secondo il Consumer Financial Protection Bureau, nel 2021 – ma le cose non devono essere molto cambiate - Visa deteneva la quota di mercato maggiore, con circa il 48%, sulla base del numero di carte di credito in circolazione (753 milioni), Mastercard il 36%. L'Euro Digitale darebbe dunque un contributo a rafforzare la sovranità monetaria dell'area dell'euro e la concorrenza nel settore europeo dei pagamenti.

Ci sono, però, anche punti da chiarire e possibili criticità. È infatti necessario che sia veramente gratuito per consumatori e imprese, e vigilare che l'operatività della moneta digitale non si traduca alla fine in aggravii operativi ed economici per le piccole e medie imprese del commercio.

Inoltre, l'Euro Digitale potrebbe indebolire gli Istituti bancari: l'Euro Digitale consentirebbe, per la prima volta, di depositare denaro direttamente presso la BCE, in una sorta di conto bancario on line o di portafoglio digitale, al di fuori dei circuiti bancari tradizionali. Non è quindi escluso che questo produca improvvisi spostamenti dai depositi bancari all' Euro Digitale considerato più sicuro specie nei momenti di crisi, creando così una concentrazione di fondi nella Banca Centrale, fondi di cui andrebbe garantita la disponibilità in termini di rimpiego in finanziamenti all'economia reale.

Sostegno per la formazione e il rafforzamento del capitale umano

Le MPMI spesso non dispongono delle competenze necessarie per innovare, digitalizzare i propri processi e competere a livello globale. L'UE dovrebbe investire maggiormente nella formazione e nello sviluppo delle competenze per queste imprese, anche in collaborazione con le istituzioni educative e le associazioni di categoria.

La formazione, sia dei nuovi imprenditori che di quelli già attivi, risulta un fattore centrale per il consolidamento ed il successo di queste attività, soprattutto in questa fase di continua innovazione, di crescita esponenziale della digitalizzazione.

Uno dei problemi principali è quello delle limitate risorse finanziarie a disposizione per la formazione e questo rende difficile l'investimento in programmi di sviluppo professionale e formazione continua.

Per affrontare queste sfide, le MPMI possono adottare approcci strategici come investire in programmi di formazione mirati, sviluppare una cultura aziendale orientata alle persone, migliorare la comunicazione interna e creare un ambiente di lavoro flessibile e stimolante. Inoltre, la consulenza da parte di professionisti delle risorse umane e delle associazioni di categoria può essere preziosa per affrontare specifiche problematiche e implementare pratiche migliori.

Esiste però anche una motivazione di tipo più strutturale: la carenza di competenze manageriali e la ridotta managerialità delle nostre MPMI. Si tratta di sostenere i piccoli imprenditori in un lungo e complesso lavoro di transizione per poter reggere le sfide e restare sul mercato in modo non marginale.

Formazione, quindi, in grado di fornire strumenti per affrontare l'innovazione sia tecnologica che organizzativa, per definire un nuovo modello d'impresa al servizio dei cittadini e delle aree urbane, che funga anche da freno alla desertificazione crescente delle periferie e delle città. Va realizzato un meccanismo di formazione continua degli imprenditori con risorse certe e continuative che, insieme ad incentivi specifici per l'introduzione di nuove tecnologie sia di base che strategiche, possa garantire in modo sistematico e permanente la realizzazione di queste attività. Tali risorse ed incentivi finora sono stati riconosciute solo per i lavoratori dipendenti o per i manager/quadri d'impresa.

Contrasto al Fiscal dumping e tutela delle imprese del territorio

Come è noto, nell'Unione Europea, esistono forti differenze nella tassazione dei redditi, in particolare in quella dei redditi delle società sulle quali alcuni paesi impongono regimi più accomodanti rispetto ad altri. Ciò consente ad alcuni paesi di praticare regimi di tassazione particolarmente favorevoli, creando di fatto i presupposti per un fiscal dumping interno alla Ue. La Commissione li classifica come "paesi fiscalmente aggressivi", ma questo non ha nessuna conseguenza pratica, se non attraverso un generico processo di "name and shame". Si tratta di Olanda, Cipro, Malta, Ungheria, Lussemburgo e Irlanda

I benefici concessi alle società da questi paesi prendono diverse forme:

- l'aliquota di tassazione societaria può essere molto bassa: Cipro e Irlanda hanno un'aliquota del 13 per cento e l'Ungheria del 9 per cento. Si consideri che Italia, Francia e Germania hanno aliquote rispettivamente del 28 (Ires+Irap), 34 e 30 per cento;
- possono essere accordati trattamenti specifici (tax ruling) alle multinazionali. Si tratta di lettere di patronage tramite le quali una multinazionale concorda con un paese il trattamento fiscale da ricevere per un certo periodo. Negli ultimi anni molti tax ruling sono finiti sotto indagine da parte della Commissione Europea come nei casi di Starbucks (2007) per l'Olanda, di FCA (2012) e Amazon (2003) per il Lussemburgo e il caso più noto di Apple per l'Irlanda, dove quest'ultima faceva pagare all'azienda di Cupertino solo lo 0,005 per cento degli utili registrati nel 2014;
- ci possono essere deduzioni che riducono la base imponibile e detrazioni che possono ridurre le tasse effettivamente dovute. Secondo lo studio "Corporate Tax Haven Index 2019" del Tax Justice Network, le aliquote statutarie che ogni paese dichiara in alcuni casi differiscono fortemente dall'aliquota realmente applicata per effetti di deduzioni, detrazioni, e applicazione dei tax ruling.

Per tutte le tasse, comprese quelle sui redditi, l'Unione Europea ha emanato la direttiva contro l'elusione che è entrata in vigore nel 2019 e che ha come obiettivo quello di introdurre i presupposti per l'armonizzazione della base imponibile della tassazione delle società, aumentare il coordinamento a livello europeo e incrementare la trasparenza informativa.

La direttiva è stata implementata a livello nazionale da ogni Stato attraverso le proprie leggi, ma in alcuni paesi ha raggiunto risultati modesti, mentre in altri si dovrà aspettare alcuni anni per valutarne i risultati. In ogni caso, interventi per ridurre l'elusione non rimuovono la causa dell'elusione, ossia le profonde differenze nelle politiche di tassazione dei profitti. Queste andrebbero rimosse o almeno ridotte: le imprese del territorio sono infatti fortemente penalizzate dalla concorrenza sleale da parte di realtà multinazionali che operano in Paesi con normative meno rigide.

Eliminare la distorsione concorrenziale tra *online* e *offline*

Su questo fronte un aspetto centrale, di cui riteniamo che l'Unione Europea debba occuparsi, è quello di un contenimento della distorsione concorrenziale venutasi a creare fra commercio *on line* e distribuzione tradizionale.

La progressiva digitalizzazione rappresenta una sfida significativa per le imprese europee, sia piccole che grandi, che operano nel settore terziario, in particolare nei servizi commerciali e turistici. Questo processo ha facilitato l'ingresso nel mercato di grandi piattaforme multinazionali, che molto spesso non hanno radici in Europa e che, data la loro vasta portata e la capacità di operare a livello globale, tendono a sottrarre ricchezza al territorio. Un fenomeno evidente nel commercio, comparto in cui, da alcuni anni, è emersa la crescita impetuosa dell'e-Commerce (ulteriormente spinta dalle restrizioni del 2020). Una crescita che si accompagna all'aumento di quote di mercato della grande distribuzione, formando una "tenaglia" che rende sempre più difficile per le piccole imprese restare in modo economicamente vantaggioso sul mercato.

Secondo nostre stime, tra un anno la quota complessiva del piccolo commercio sul totale acquisto di beni commercializzati (alimentari e non) si fermerà al 23-24%, riducendosi al 12-13% nel comparto del largo consumo. Parallelamente, la quota del commercio *on line* arriverà a sfiorare il 14%. Questo provocherà la perdita di almeno 15 mila esercizi commerciali, con quasi 20 mila occupati in meno.

Un problema per tutta la collettività. Le imprese sul territorio, infatti, svolgono un ruolo cruciale non solo nell'economia, ma anche nel tessuto sociale: creano ricchezza e occupazione, permettono ai cittadini di accedere facilmente ai servizi e contribuiscono alle finanze locali attraverso il pagamento di tasse e imposte. Un punto, quest'ultimo, da non sottovalutare: secondo le nostre stime, gli esercizi commerciali di piccole dimensioni contribuiscono alla fiscalità per 7,7 miliardi di euro l'anno, di cui la maggior parte – 4,4 miliardi – imposte e tributi locali. Per un confronto, la *web tax* ha fornito all'erario, nel 2022, appena 390 milioni di euro.

In questo contesto, emerge dunque la necessità impellente di sviluppare una nuova politica europea che possa fornire strumenti adeguati e sostegno alle imprese del territorio. Tale politica dovrebbe mirare a creare un ambiente più equo e competitivo, garantendo pari condizioni fiscali e il rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza.

Fisco e *web economy*

La politica, nazionale ed europea, non può sottrarsi al dovere di garantire corretta e leale concorrenza e compensare gli enormi squilibri con interventi di sostegno a favore delle MPMI e

specificamente delle imprese del terziario di mercato e del *retail* di prossimità, squilibri che continueranno nonostante la *minimum tax* del 2024. Ben inteso, l'e-Commerce è un canale di vendita importante anche per gli esercizi fisici, compresi quelli “di vicinato”, che sempre di più, in particolare dopo il *lockdown*, hanno iniziato ad utilizzare le forme di commercio digitali.

È importante arrivare a definire delle norme tecniche di fiscalità della *web economy* che si accompagnino ad un'adeguata infrastrutturazione telematica, resa disponibile dal Paese, a supporto delle MPMI in un sistema multidimensionale che permetta anche a questi esercizi di rivolgersi in maniera competitiva ai nuovi mercati, scongiurando l'asimmetria normativa e concorrenziale tra economia “fisica” e economia “digitale”.

La tassazione delle società a presenza digitale significativa e la tassazione dei servizi digitali è, per la natura stessa del digitale, intesa come attività immateriale a livello globale, una questione che non può essere affrontata da un solo Stato, ma deve essere affrontata in cooperazione a livello transnazionale se si vuole raggiungere un reale risultato significativo.

Valutare le posizioni dominanti

Accanto alla questione della tassazione sul commercio *on line* e della *minimum global tax*, e quindi dei correlati indubbi vantaggi di cui gode il commercio *on line* rispetto a quello tradizionale, il problema enorme che finora nessuno ha mostrato di voler affrontare è quello della posizione dominante sul mercato che, al di là delle percentuali di vendita, hanno assunto le piattaforme internazionali del commercio elettronico, posizione che realizza una sostanziale concorrenza sleale e che pone tali soggetti al di fuori da un sistema di regole e controlli che dovrebbe riguardare tutte le imprese, indifferentemente dalla forma costitutiva e dalla tipologia.

Secondo i dati forniti a Confesercenti dall'Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano, nel 2023 gli acquisti online degli italiani sono cresciuti del 13% rispetto al 2022, superando i 54 miliardi di euro. Ma la torta va soprattutto ai giganti: i primi 20 merchant realizzano infatti il 71% del mercato, e i primi 250 il 95%. Complessivamente, 38 miliardi dei 54 complessivi di valore dell'eCommerce sono assorbiti dalle 20 Piattaforme principali; la coda lunga, ossia l'insieme degli operatori dopo la 250esima posizione, è composta da decine di migliaia di siti eCommerce che insieme fatturano meno di 1 miliardo di euro.

Un grado di concentrazione che non ha eguali negli altri canali distributivi. Ma per il 44% degli italiani le piattaforme sono diventate ormai indispensabili, e le imprese del commercio – come quelle del turismo - sono quindi necessariamente obbligate a servirsene (effetto lock-in).

Le PMI del territorio sono, però, in una posizione di debolezza. I forti vincoli all'attività di impresa imposti dalle piattaforme sono evidenti. Secondo una ricerca INAPP, il margine di intermediazione richiesto è mediamente del 16%, gli incassi intermediati direttamente dalle Piattaforme addirittura il 46%. L'81% dei pagamenti intermediati tramite piattaforma è dilazionato nel tempo, con data fissa nel 46% dei casi, e le Piattaforme impongono clausole contrattuali unilaterali nel 70% dei casi. Solo un terzo delle imprese ha completo accesso ai propri dati se intermediata dalle piattaforme.

L'asimmetria esistente è dimostrata, a nostro avviso, di Black Friday e Boxing Days: eventi tradizionali in paesi di cultura anglosassone, importati e radicati in Italia grazie a fortissimi



investimenti di marketing e senza rispettare le regole sulle vendite promozionali. Ad esempio, in molte Regioni italiane, esiste un divieto di promozione nei giorni antecedenti i saldi per i prodotti soggetti a desuetudine, che viene puntualmente disatteso dalle piattaforme online.

Sostegno ai negozi e misure di contrasto alla desertificazione commerciale. Accelerare sulla Capitale Europea del Commercio di Prossimità

L'istituzione della "Capitale Europea del Commercio di Prossimità", approvata dal Parlamento Europeo nel gennaio 2023, è stato uno dei più significativi atti europei del riconoscimento dell'importanza sociale, oltreché economica, del commercio di vicinato. Confesercenti lo promosso, attraverso "Vitrines d'Europe", sottoponendo la proposta alla Commissione per le petizioni per poi approdare alla sede plenaria come risoluzione.

Lo scopo del progetto è quello di far capire maggiormente anche a livello europeo l'importanza del commercio urbano e di prossimità, non solo dal punto di vista economico, ma anche dal punto di vista sociale, della qualità della vita delle città e della loro vivibilità e sicurezza. Di questi temi se ne parla spesso tra addetti ai lavori e in ambito accademico, ma purtroppo assumono una dimensione pubblica soprattutto quando ci sono situazioni di emergenza, come nel caso della pandemia da Covid-19, in cui viene riscoperto il valore della prossimità, mentre invece dovrebbe far parte del nostro modello di vita se vogliamo città più sostenibili e con un servizio diffuso sul territorio, auspicabilmente a poche centinaia di metri dalle residenze.

La città che sarà designata, di anno in anno e a rotazione, CAPITALE EUROPEA DEL COMMERCIO LOCALE, dovrebbe ospitare una serie di eventi, iniziative culturali e commerciali, workshop, convegni, laboratori per scambi di esperienze, attività formative ecc. che serviranno a diffondere maggiormente la cultura della prossimità e a sensibilizzare ulteriormente le stesse istituzioni dei paesi europei a tutti i livelli.

In questo senso chiediamo a coloro che saranno eletti nel prossimo Parlamento Europeo, di sostenere il progetto dell'istituzione della Capitale Europea del Commercio di Prossimità condividendo e perseguendo gli obiettivi contenuti nella citata risoluzione del Parlamento Europeo del 17/1/2023 che, oltre a sottolineare il ruolo fondamentale del commercio locale nelle zone rurali e nei centri urbani, invita la Commissione e gli Stati membri a sostenere e aiutare attivamente i piccoli dettaglianti in tutte le fasi della loro attività: dall'alleggerimento degli oneri amministrativi, al superamento di ostacoli e difficoltà nella loro trasformazione digitale, al garantire la sostenibilità del settore in un momento particolarmente complesso, anche con fondi e aiuti supplementari per la sopravvivenza del commercio al dettaglio nell'Unione Europea, dove rappresenta l'11,5% del valore aggiunto e impiega direttamente oltre 29 milioni di persone.

Intelligenza artificiale: rischi e opportunità per le PMI

L'intelligenza artificiale (IA) sta rivoluzionando molti settori e le piccole imprese (PMI) non fanno eccezione. L'IA offre alle PMI una serie di opportunità per aumentare la produttività, migliorare il servizio clienti, prendere decisioni migliori, accedere a nuovi mercati,

Tuttavia, per le imprese, piccole e medie in particolare, esistono anche alcuni rischi associati all'adozione dell'IA, a partire dai costi - l'implementazione di tecnologie di intelligenza artificiale può

essere costosa, soprattutto per le piccole imprese con risorse limitate – e dalla mancanza di competenze: potrebbe essere difficile per le PMI trovare dipendenti con le competenze necessarie per utilizzare e mantenere sistemi di intelligenza artificiale.

Ci sono poi preoccupazioni più generali: dall'etica alla privacy, passando per la possibile perdita di posti di lavoro. I sistemi AI possono inoltre essere complessi e difficili da capire, e addirittura discriminatori se vengono addestrati su dati di parte. Ciò potrebbe portare a decisioni ingiuste, come il rifiuto di prestiti o posti di lavoro a determinate persone. Le aziende devono fare attenzione a non diventare troppo dipendenti dall'IA e a non perdere la capacità di prendere decisioni da sole.

In generale, l'IA offre alle piccole imprese una serie di potenziali vantaggi, ma è importante essere consapevoli anche dei rischi. Le PMI dovrebbero valutare attentamente le proprie esigenze e risorse prima di decidere se implementare o meno tecnologie di intelligenza artificiale.

La regolamentazione dell'intelligenza artificiale (IA) è un tema complesso e in rapido sviluppo. Al momento non esiste un approccio unico e universalmente accettato, ma a livello globale si stanno sviluppando diverse iniziative per normare lo sviluppo e l'utilizzo dell'IA. Riteniamo fondamentale, però, che il processo di regolamentazione non diventi uno svantaggio competitivo o un fattore di ritardo nell'adozione dell'IA da parte delle imprese europee. È anzi necessario sostenerne la diffusione nei processi produttivi delle piccole e medie imprese del territorio, con risorse e piani di formazione.

Lavoro. Le sfide dell'innovazione, per un mercato del lavoro europeo

Occorre ragionare sempre di più a livello europeo e non solo guardando a ciò accade in ambito domestico. In questo senso, il mercato del lavoro deve tendere a una dimensione sempre più europea, favorendo l'interconnessione dei bisogni dei datori di lavoro. In questo senso va potenziato il progetto legato **all'*European digital identity wallet***, volto alla creazione di un sistema digitale unitario: con la proposta di Regolamento relativo alla creazione di un framework per una Identità Digitale Europea, la Commissione europea intende introdurre un sistema informatico per la raccolta unificata di informazioni e documenti che i cittadini europei e i residenti nell'Unione europea possano utilizzare per effettuare l'autenticazione quando usufruiscono di servizi digitali pubblici e privati.

Il necessario passo successivo è utilizzare *l'European digital identity wallet anche* per favorire il *matchmaking* tra domanda e offerta di lavoro in ambito europeo, mediante un efficace sistema di *assessment* e di incrocio di dati su competenze e reali bisogni dei datori di lavoro, anche con il supporto delle organizzazioni datoriali attive sui territori. Ciò permetterebbe di allagare le maglie della ricerca di personale, a livello europeo, mediante più moderni strumenti digitali di *matchmaking* e sistemi di registri distribuiti che avrebbero la finalità di raccogliere molto più efficacemente di quanto si possa fare adesso a livello italiano/regionale i dati personali che attengono alla formazione, al lavoro, alla disponibilità alla mobilità territoriale, per poi facilitare l'incrocio con i fabbisogni aziendali del terziario e del turismo di personale qualificato.

In termini di base giuridica, tutto ciò sarebbe altresì ricollegabile alla materia e alla competenza del coordinamento della sicurezza sociale (Reg. 883/2004 e successive modifiche). Con altre parole, al

fine di poter migliorare la totalizzazione dei contributi sociali e l'erogazione delle prestazioni previdenziali, secondo quanto dispone già oggi la norma europea, si dovrebbe introdurre un libretto digitale del lavoratore europeo che permette non solo di registrare i dati concernenti la previdenza sociale (contributi, etc.), ma anche tutto ciò che attiene alla formazione professionale e al lavoro svolto, con una specifica finalità di rendere trasparente sul mercato del lavoro ciò che serve per creare matchmaking tra domanda e offerta di lavoro a livello europeo, superando definitivamente la logica regionalistica a cui oggi ahinoi siamo assoggettati senza alcun vero risultato concreto.

Sussidiarietà

La normativa dell'Unione, per creare condizioni paritarie nell'esercizio delle attività di servizi negli Stati membri non considera le reali situazioni dei territori.

Questo atteggiamento dell'UE, quando si adottano provvedimenti che vanno a detrimento dell'occupazione e dello sviluppo economico, si deve e si può correggere. È il caso, ad esempio, della **Direttiva Bolkestein**, che, con le sue assurde rigidità, si è abbattuta sulle imprese creando un decennio di incertezza. Un intero settore, quello del commercio su aree pubbliche, rischia l'eutanasia; lo stesso si può affermare per il comparto stabilimenti balneari, da anni in attesa di capire se investire o meno.

PNRR, investimenti pubblici e competitività delle MPMI del territorio

La rimodulazione del PNRR determina nuovi oneri a carico della finanza pubblica; ulteriori oneri potrebbero aggiungersi per il rifinanziamento di alcune delle misure escluse, che sono ancora senza copertura. La copertura di questi oneri è avvenuta principalmente attraverso la riduzione di numerosi e importanti capitoli di spesa in conto capitale.

Resta il dubbio sulla effettiva capacità di spesa, ovvero di realizzare interventi (in gran parte legati a lavori pubblici) delle amministrazioni e quindi, nei giorni scorsi, si è di nuovo affacciata l'ipotesi, già portata avanti da Enrico Letta nel 2022, di spostare in avanti di un anno, al 2027, il termine della scadenza del PNRR.

Confesercenti non è pregiudizialmente contraria a tale slittamento, pur nella consapevolezza che così si diluirebbe ulteriormente l'impatto (che per ora non sembra in verità molto elevato) degli investimenti "aggiuntivi" previsti dal Piano nazionale di ripresa e resilienza.

L'obiettivo centrale resta, ovviamente, spendere tutto e bene, in interventi che siano di aiuto al sistema produttivo per superare le strettoie di una crescita asfittica e per affrontare al meglio le sfide della digitalizzazione, realizzare un modello più rispettoso dell'ambiente e di uno sviluppo del ruolo delle piccole e medie imprese di tutti i settori.

Come è noto, l'Italia soffre di un grande deficit infrastrutturale nei confronti dell'Europa, che contribuisce a determinare un divario di competitività che penalizza ormai da anni la nostra economia. Le risorse che affluiranno attraverso il Recovery Fund potranno contribuire a colmare il *gap* infrastrutturale ed è molto probabile che, proprio a tal fine, l'Europa spingerà affinché i fondi siano indirizzati prevalentemente ad investimenti pubblici.

A tal proposito, ci preme richiamare alcune priorità di impostazione. A monte c'è la necessità di muoversi all'interno di un concetto esteso di competitività, avendo presente l'esigenza di calibrare le misure a supporto della competitività anche sulle microimprese e non solo su quelle di maggiori dimensioni a forte vocazione innovativa e generalmente appartenenti all'ambito manifatturiero. Come non esiste una "taglia unica" per l'innovazione e la digitalizzazione, così non esiste una "taglia unica" per la competitività. Specialmente in Italia, dove il numero di MPMI rappresenta la quasi totalità delle Imprese, è necessario stimolare una modernizzazione "dal basso", rendendola più facilmente accessibile a fasce sempre più ampie di imprese di minori dimensioni.

Posto poi che la competitività delle MPMI del settore del commercio e del turismo presuppone la disponibilità di un sistema di collegamento fisico e di una connettività digitale efficiente che rappresentano vere e proprie condizioni abilitanti per l'esercizio di impresa, di grande rilievo è stimolare la nascita di piattaforme con servizi aggregati di comunità in grado di valorizzare l'economia di imprese appartenenti allo stesso settore o agli stessi territori con esternalità positive a beneficio di operatori e clienti.

Transizione Energetica

La sfida della decarbonizzazione è tutta da vincere. L'Unione Europea ha stabilito, legittimamente, l'obiettivo e la tempistica: mancano però, a nostro avviso, politiche per sostenere le imprese in questa transizione non priva di difficoltà, e non solo per il settore industriale. Si pensi – a titolo di esempio – all'impatto che la previsione dello stop ai motori termici ha avuto sulla filiera dell'auto, con conseguenze negative non solo sui produttori, ma anche sui rivenditori. Un impatto negativo amplificato dall'aumento dei tassi di interesse, che ha reso più costosi gli investimenti – inclusi, ovviamente, quelli volti alla riduzione di emissioni.

L'obiettivo della mobilità a zero emissioni è problematico pure per il comparto del commercio su aree pubbliche, anche perché arriva in una fase in cui redditività delle imprese e possibilità di investimento da parte degli imprenditori sono al minimo storico, dopo i dieci anni di incertezza innescati dalla Bolkestein. Perché la transizione energetica abbia successo nel mondo delle piccole attività, bisogna sostenere con politiche e risorse adeguate la capacità di investimento degli operatori. necessario sostenere gli investimenti

In generale, per incentivare gli interventi di efficienza energetica sono assolutamente necessarie anche misure che favoriscano l'aggregazione di PMI. Tantissime sono già riunite in consorzi di acquisto per l'approvvigionamento delle forniture, ma si deve e può fare di più. Un intervento di sostegno ai gruppi di acquisto porterebbe benefici notevoli all'intero sistema della piccola e media impresa italiana.