



COSTRUIRE IL FUTURO DELL'UMBRIA INSIEME

ELEZIONI REGIONALI 2024



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

PREMESSA

La prossima tornata elettorale si presenta come una delle più strategiche degli ultimi anni in quanto l'Umbria si trova in un crinale molto scivoloso, divisa com'è tra luci di ripresa economica che già si intravedono e un rapido declino che alcuni pezzi della propria società stanno vivendo. Siamo usciti da una fase pandemica con le migliori intenzioni ma non necessariamente attrezzati al meglio per quella che è la sfida che ci si para davanti. L'unica cosa certa è la consapevolezza che non basteranno misure, programmi e scelte ordinarie.

L'Umbria si appresta ad affrontare le transizioni gemelle – quella digitale e quella della sostenibilità – non al massimo delle proprie potenzialità perché il combinato disposto dell'invecchiamento della popolazione che avanza a ritmi inesorabili e delle difficoltà a passare da un'economia tradizionale, che finora ha però permesso un certo benessere, ad un'economia più avanzata richiede uno sforzo aggiuntivo per il quale non sarà facile trovare le necessarie energie, risorse e competenze.

La produzione industriale non sta attraversando un momento roseo, il commercio e i servizi più tradizionali stanno vivendo una fase di stagnazione di cui è difficile intravedere la fine e che forse prelude a un cambio radicale nei modelli di consumo. Le guerre alle porte contribuiscono a creare un clima di incertezza nei mercati e nelle aspettative di famiglie e imprese.

Stanno facendo la differenza il turismo e la manifattura che innova ed esporta. Di fronte a questa divaricazione urgono alcune scelte straordinarie, come si diceva: è ovvio che non possiamo permetterci il lusso di assistere passivamente alla perdita di uno stock considerevole di imprese che, anche se impreparate in tutto o in parte ad affrontare le sfide che le attendono, devono comunque essere sostenute in un processo di crescita costante e strutturato che, nei limiti del possibile, le metta in condizione di rimanere sul mercato. Quello che ci attende negli anni a venire è certamente un **approccio binario** attraverso cui, da un lato, occorrerà *salvaguardare* nel migliore dei modi *gli imprenditori e i lavoratori* per evitare che la loro scomparsa generi un **effetto rebound** decisamente insostenibile e, dall'altro, *si punterà sui segmenti economici* che abbiano *maggior traiettoria* e, laddove possibile, sullo sviluppo di nuovi gruppi di imprese con più potenzialità.

In questo sta la maggiore difficoltà dell'Umbria che ci aspetta: resilienza e contemporaneamente sviluppo, sostegno alle fragilità e al contempo spinta a chi può correre.

Il terziario di mercato, che Confcommercio rappresenta, cuba ormai da tempo il 40% del totale del valore aggiunto e dell'occupazione e, a causa della terziarizzazione in atto, è certo che tale percentuale è destinata a crescere con il tempo. Qualunque sia la **governance** che uscirà dalle urne, **Confcommercio** dichiara fin da subito che è sua intenzione essere al suo fianco come un partner autorevole e altamente rappresentativo per le scelte che sarà necessario fare.

Come sempre è avvenuto, Confcommercio c'è e ci sarà per qualsiasi Amministrazione che abbia a cuore il bene di questa regione.



QUESTIONI TRASVERSALI



IL METODO DI LAVORO

Nel clima di incertezza descritto in premessa, il tema della partecipazione assume un connotato ancora più pregnante.

È per questo che Confcommercio mette al primo posto una questione di metodo: occorre abbandonare una volta per tutte e a titolo definitivo ogni forma di disintermediazione nei confronti dei corpi intermedi realizzando finalmente una complicità sana e costruttiva tra pubblico e privato. Non si tratta semplicemente di rispettare i momenti di partecipazione obbligatori per legge: quello che si richiede è un modello diverso rispetto a quanto avvenuto finora perché non può certo dirsi che siano mancate le occasioni ufficiali di confronto sui molti atti regionali ma non in tutti i casi si è trattato di una partecipazione reale. Peraltro, negli ultimi anni le Associazioni di categoria hanno dato prova di grande maturità elaborando in più di un'occasione dei documenti congiunti con osservazioni e proposte concrete su alcuni atti strategici e programmatori prodotti dalla Regione.

Quello di cui si avverte ora la necessità è la **istituzione di un tavolo permanente di condivisione**, che abbia come contenuto di metodo la partecipazione strutturale ed ex ante rispetto ai principali atti di programmazione regionale in modo che i corpi intermedi non siano solo informati a cose fatte, con risicati margini di manovra, ma partecipino alla materiale elaborazione degli atti stessi. Pertanto, a nostro avviso occorre creare un momento partecipativo e di condivisione articolato, istituzionale e non occasionale in cui il confronto non può limitarsi a prendere atto di quanto pensato e scritto dalla Regione ma deve avvenire a monte e riguardare direttamente la visione, la co-creazione e la suddivisione dei ruoli relativamente ad un determinato atto.



Questo nuovo metodo partecipativo, nel contesto di un clima di sussidiarietà orizzontale, deve diventare un'occasione per creare insieme e dal basso le politiche più strategiche per imprese e cittadini. Confcommercio ritiene vi siano le condizioni affinché l'ente regionale crei - a monte e non a valle - momenti di ascolto partecipativo dei corpi intermedi, vissuti come partner di progetto piuttosto che come sabbia nell'ingranaggio amministrativo.

Conseguenza di questo approccio di condivisione ex ante e di co-ideazione dei percorsi è il totale accantonamento dell'idea secondo cui la politica debba parlare direttamente alle imprese disintermediando i corpi intermedi che storicamente svolgono questo compito di sintesi e di mediazione molto utile, soprattutto quando i temi oggetto del contendere si presentano come spinosi e divisivi.

La partecipazione e l'ascolto non debbono essere mere liturgie vuote e prive di costrutto ma vanno tradotte in una modalità ordinaria e strutturata di ricerca della visione congiunta e delle soluzioni strategiche ed operative migliori per la risoluzione di problemi e lo sviluppo dei cittadini e delle imprese.

A corollario di quanto sopra esposto, Confcommercio ha da tempo chiesto di poter essere inserita nel c.d. Tavolo Verde nel quale vengono affrontati, tra gli altri, temi importantissimi per le imprese che rappresenta (ad es., turismo rurale, filiera enogastronomica, promozione delle produzioni locali, vivibilità dei borghi, ecc.) ma finora non vi è riuscita per inspiegabili motivi: proprio in virtù della necessità di un cambio di passo nel segno della partecipazione e della trasversalità, ribadisce fin d'ora il proprio fermo intento di entrare nel novero dei partecipanti al Tavolo in questione.

CRISI DEMOGRAFICA

Il primo tema che merita una presa di coscienza è quello della **crisi demografica**. Stiamo assistendo abbastanza passivamente al declino demografico della nostra regione e in generale del nostro Paese senza considerare che tra poco tempo programmeremo risorse e faremo progetti per una base di popolazione che non esiste più. L'invecchiamento della popolazione va sicuramente affiancato con politiche adeguate che valorizzino le fasce più mature in una logica di silver economy ma i due buchi neri su cui dobbiamo assolutamente mettere le mani - con la massima urgenza anche se nel rispetto delle competenze regionali - sono la denatalità e l'esodo dei giovani: si tratta di due enormi problemi di cui non possiamo far finta di niente e girarci dall'altra parte ma, al di là delle ideologie, è necessario un approccio ambizioso e trasversale che aiuti le nascite e trattenga il più possibile i giovani che sono attualmente in Umbria. Il sostegno alle giovani coppie e alle famiglie, adeguate politiche abitative, l'implementazione di servizi all'infanzia insieme ad un approccio imprenditoriale non ostativo della maternità e pienamente rispettoso dei contratti collettivi sono solo alcuni esempi degli interventi che possono essere messi in campo per contrastare la DENATALITA', nella consapevolezza che si semina oggi per raccogliere nel lungo periodo. Parimenti, occorre un pacchetto di strumenti che spingano i GIOVANI a fermarsi in Umbria, troppo spesso vissuta come luogo di studio e formazione ma non di lavoro e progetti di vita.



Per dargli buone ragioni di permanenza, occorre lavorare non solo sui salari ma anche sulle prospettive di medio-lungo periodo e sulla qualità complessiva della vita in Umbria.

Coerentemente va coinvolta **l'Università** affinché i profili in uscita siano già orientati ad un inserimento locale piuttosto che fuori regione. A titolo di esempio e in attesa di un confronto con la nuova Giunta su questo punto, si suggerisce di adottare:

- **Contributi che premiano i giovani che restino in Umbria dopo il ciclo di studi** attribuendogli una dote spendibile nel proprio inserimento lavorativo, abbattendo così i costi del contratto, o utilizzabile come fondo perduto per l'avvio in proprio di un'attività di impresa o autoimpiego;
- **Contributi alle imprese che adottino piani di welfare aziendale** anche contrattuale.



SOSTENIBILITÀ

Per quanto riguarda il tema della **sostenibilità**, parimenti a quanto detto per l'innovazione in senso stretto, è arrivato il momento di considerarla una sfida aperta a tutti i settori e, quindi, di avere bandi, progetti e strategie che siano alla portata di tutti, incluse le micro e piccole imprese di ogni comparto. Infatti, anche in questo caso negli ultimi anni è successo che, per esempio, i bandi sono stati aperti formalmente a tutti ma in realtà con una taglia e una metrica propria delle imprese più dimensionate. Pertanto, di fatto, è stato estromesso un intero amplissimo segmento di imprenditori che avrebbero voluto, sì, fare investimenti - per esempio in ambito energetico o in CER o nei vari efficientamenti - senza però completamente riuscirci. Questo atteggiamento ad *excludendum* deve cessare perché altrimenti anche in questo ambito avremo imprese a due velocità. Il tema energetico è sempre più emergente anche per imprese meno dimensionate e anche i vari efficientamenti stanno diventando una scelta non più procrastinabile pure per imprese di minori dimensioni.



A row of white wind turbines stands on a grassy hill under a clear blue sky. The turbines are arranged in a line, receding into the distance. The foreground shows a small stream or canal with a concrete culvert pipe. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

Occorre ricordare che *la sostenibilità non riguarda solo le tematiche ambientali* (consumo di acqua ed energia, produzione di rifiuti, riuso di scarti di lavorazione, FER e CER, emissioni, ecc.) *ma anche la governance dell'azienda* (ovvero, la sostenibilità economico-finanziaria che reclamano, per esempio, le banche) e gli aspetti sociali del fare impresa (trattamento salariale e di carriera dei dipendenti, parità di genere, welfare aziendale, bilateralità, sicurezza sul lavoro, ecc.). Questo comporta che per aiutare adeguatamente le imprese in questo processo di avvicinamento alla sostenibilità è necessario agire su più leve (bandi, formazione, consulenza, managerialità, scambio di buone pratiche, ecc.) e, prima ancora, lavorare sulla cultura e sensibilizzazione degli imprenditori e dei cittadini rispetto alle tematiche ESG, ad oggi ancora molto poco conosciute anche nelle loro ricadute positive in termini di risparmio conseguito e potenziale acquisizione di nuovi mercati.





Su questo tema trasversale si rende necessario:

- per prima cosa, spingere sul fronte della **cultura della sostenibilità**, agendo sulla leva della sensibilizzazione delle imprese e della corretta narrazione delle scelte che la sostenibilità stessa comporta;
- **affiancare le imprese nell'acquisizione di una maggiore consapevolezza** delle ricadute sociali della propria azienda relativamente a temi quali sicurezza sul lavoro, parità di genere, trattamento salariale e contrattuale, welfare aziendale, bilateralità, ecc.;
- **aiutare** in particolare **gli imprenditori** a raggiungere una maggiore maturità nella gestione economico finanziaria della propria azienda;
- **aumentare i momenti di scambio** delle buone pratiche in ambito di sostenibilità tra imprese e cittadini;
- prevedere **bandi** che finanzino la consulenza, l'affiancamento e la presenza in azienda di un manager della **sostenibilità**;
- proseguire con **l'azione di scouting** iniziata dalla Camera di Commercio dell'Umbria attraverso bandi della Regione che incentivino non solo l'ulteriormente realizzazione degli studi di fattibilità propedeutici alla costituzione di CER, ma anche misure che coprano le spese di costituzione delle stesse e che finanzino i costi di allestimento delle FER;
- dare quanto prima **avvio alle risorse** per la realizzazione degli impianti da fonti rinnovabili (FER) prevedendo due soluzioni, ossia una per le imprese che decidano di investire individualmente ed una per quelle che invece lo facciano nel contesto di una CER;

- 
- **sostenere gli imprenditori** in tutti i loro investimenti che rendano le imprese più sostenibili sotto il profilo del consumo energetico, idrico e delle materie prime utilizzate nei processi produttivi, inclusi impianti, attrezzature e altri beni strumentali utilizzati in azienda;
 - **premiare le imprese** di qualsiasi settore che avviino processi di recupero dei beni in scadenza, invenduti e a rischio di trasformazione in rifiuto, siano essi alimentari che non alimentari;
 - **prevedere aiuti per le imprese** che si confrontano con percorsi di certificazione ambientale ottenendo in tal modo la possibilità di partecipare con maggiore successo a gare, appalti o di approcciare mercati che richiedano questo tipo attestazioni;
 - **promuovere l'efficientamento energetico** degli immobili strumentali delle imprese, a prescindere dal settore di appartenenza;
 - procedere alla **manutenzione del territorio** quale fattore abilitante ed elemento identitario: verde pubblico, strade, percorsi, itinerari, siti di interesse culturale e storico, ciclovie, ecc.;
 - prevedere un **progetto straordinario di rilancio del lago Trasimeno** che tanto rappresenta per la nostra economia agendo su manutenzione delle sponde, gestione delle alghe, contenimento dei chironomidi, dragaggi, innalzamento del livello dell'acqua con adduzione esogena, miglioramento del sistema dei pontili e degli attracchi, pieno efficientamento della pista ciclabile, regole del Parco che non creino solo vincoli senza alcuna opportunità, ecc.



CAPITALE UMANO

Riguardo al tema del **capitale umano**, va detto che il combinato disposto di scuole, università e formazione non sempre sta raggiungendo l'obiettivo di creare competenze utili alle imprese del nostro territorio. Vanno ripensati alcuni meccanismi di orientamento al mondo del lavoro che appaiono estremamente vetusti soprattutto nel contesto scolastico che considera alcuni lavori di serie B e incentiva l'ingresso dei giovani solo in determinate qualifiche o scelte formative prediligendo percorsi più tradizionali che però si allontanano dai desiderata delle imprese. La formazione professionale, spesso portata avanti dalle sole Associazioni di categoria, non può colmare da sola i gap esistenti tra mondo del lavoro e sistema scolastico-universitario. Occorre un ripensamento complessivo dell'atteggiamento che abbiamo su questo tema uscendo dalle ideologie precostituite.

Il **mismatching tra domanda e offerte di lavoro**, che è in gran parte figlio di questa dicotomia tra ciò che si studia e ciò che sarà oggetto del lavoro, è alto e c'è un rischio di chiusura di molte imprese non tanto per mancanza di fatturato quanto per carenza di personale qualificato o comunque disponibile a svolgere determinate mansioni. Il calo demografico, alcuni mutamenti nelle propensioni dei giovani circa le scelte professionali e di studio, il loro esodo e antichi retaggi fanno sì che oggi le imprese umbre scontino un gravissimo mismatching tra domanda e offerta di lavoro che mette a rischio la sostenibilità dell'intero sistema.



Pertanto, si chiede di:

- **lavorare ad Avvisi pubblici integrati** tra *Orientamento, Formazione, esperienza di tirocinio e politica attiva del lavoro di inserimento occupazionale*, partendo dall'esperienza importante del **Bando Re-Work**;
- integrare i **percorsi di orientamento e di formazione di GOL** con una PAL che dia la possibilità di inserire gli utenti orientati e formati in un tirocinio finanziato (4-6 mesi) presso le imprese richiedenti per consentire alle stesse valutare appieno il soggetto proposto per poi procedere eventualmente ad una stabilizzazione;
- lavorare alla celere uscita dei **Bandi della programmazione PR FSE+ 2021-27** per la formazione di imprenditori e addetti;
- spingere per la **specializzazione dei profili professionali**, in particolare quelli dell'ICT, partendo dall'esperienza positiva degli ITS;
- **sostenere lo sviluppo delle competenze professionali necessarie alle imprese umbre**, anche per profili non elevati e tuttavia essenziali per la vita delle imprese, inclusi i percorsi leFP, i corsi annuali professionalizzanti e quelli di ulteriore specializzazione necessari alla crescita dei profili attuali.



SEMPLIFICAZIONE

Non meno importante e trasversale è il tema della **semplificazione amministrativa** che spesso è stato tradotto dalle pubbliche amministrazioni come una modalità per semplificare il lavoro dei loro dipendenti ed assumersi meno responsabilità. Sicuramente le imprese lo vivono così, tant'è che sempre più frequentemente le stesse invocano un ritorno alle procedure off line e analogiche precedenti. In realtà il fine ultimo della semplificazione deve essere la *facilitazione della vita dei cittadini e la semplificazione operativa delle micro e piccole imprese*: questi sono i veri destinatari degli atti amministrativi di cui gli enti si devono preoccupare. Ne è un esempio il Suape che ha moltiplicato gli adempimenti e i costi a carico delle imprese e ha semplicemente semplificato la vita delle varie amministrazioni coinvolte. Questo approccio pubblico-centrico non è accettabile e va radicalmente modificato a vantaggio delle imprese e dei cittadini.



Operativamente, si propone:

- di creare le concrete **condizioni tecniche** affinché gli Sportelli Unici per le attività produttive decollino pienamente in Umbria anche prevedendo meccanismi di interoperabilità tra i sistemi informativi delle amministrazioni coinvolte, la standardizzazione della modulistica e la mancata richiesta di documenti ulteriori in esecuzione di prassi consolidate o documentazione non attinente al procedimento di riferimento;
- di introdurre definitivamente il principio **once only** onde evitare che le imprese debbano fornire alle PPAA le stesse informazioni più di una volta o informazioni di cui gli Enti siano già in possesso direttamente o che possano acquisire da altre PP.AA., favorendo lo scambio di dati tra gli uffici;
- di **codificare**, ai fini della semplificazione delle procedure ed ottimizzazione dei tempi nella compilazione della pratica, meccanismi che immettano nelle procedure dati già forniti in altre occasioni e che l'Amministrazione già conosce;
- di **omogenizzare le procedure** fra i diversi uffici che curano l'istruttoria dei bandi, in particolare per quanto riguarda le modalità di certificazione dell'avvenuto pagamento delle spese sostenute, la richiesta di tre preventivi e l'utilizzo del click day;
- di **prediligere altre forme di semplificazione** che coinvolgano le associazioni datoriali attraverso lo strumento dell'avvalimento e della sussidiarietà orizzontale;
- di **semplificare la burocrazia delle attività formative e delle PAL**, agendo sulla piattaforma SIRU (es., import/export dei file, inserimento in più maschere degli stessi dati, procedura degli acconti, verifiche delle DDR, rilascio degli attestati e dei registri vidimati, ecc.).



INFRASTRUTTURE

Anche il tema delle **infrastrutture** è centrale ed impone scelte celeri e drastiche che aiutino l'Umbria ad uscire dal cronico isolamento che la caratterizza, creando i presupposti per una crescita dell'intero sistema locale anche sotto il profilo turistico che ne gioverebbe immediatamente. Urgono alcuni investimenti strategici: collegamenti viari e ferroviari, manutenzione stradale, trasporto pubblico, sistema dei parcheggi, piste ciclabili dotate di servizi complementari ecc. auspicabilmente in chiave sostenibile che è l'unica spendibile turisticamente. Infatti, La qualità dell'offerta turistica è fortemente condizionata dalla raggiungibilità della destinazione: gli ostacoli alla mobilità ed alla comunicazione si trasformano, automaticamente, in ostacoli allo sviluppo del settore. Ma le carenze infrastrutturali sono un gravame che pesa su tutti i settori, in primis quello manifatturiero. I disagi provocati ancora troppo spesso dal deficit di infrastrutture, sono amplificati dalla ridotta integrazione tra le stesse e da una insufficiente attenzione alle esigenze del turismo, delle industrie e dell'economia tutta. Non di rado, le decisioni concernenti l'organizzazione delle reti (collegamenti ferroviari, operatività aeroportuale, ecc.) assumono a paradigma di riferimento solo l'obiettivo di ridurre la spesa, senza preoccuparsi dell'impatto che la decisione produce sulla destinazione, che viene privata di un asset strategico. Occorre pertanto sia integrare le diverse forme di trasporto, collegando i principali hub con la rete ferroviaria ad alta velocità, sia migliorare i sistemi di collegamento e le infrastrutture per trasporto e turismo.





Alla luce di quanto detto, occorre accelerare sul fronte delle infrastrutture materiali e immateriali e in particolare su:

- completamento di tutte le infrastrutture immateriali, in primis la banda ultra-larga al servizio dell'intero territorio regionale, incluse le aree più isolate e disagiate;
- Aeroporto San Francesco, incrementando il numero dei voli e degli arrivi per il bene di tutta la regione essendo un aeroporto a servizio dell'Umbria nella sua interezza;
- Nodo di Perugia che, a dispetto del nome, rappresenta una criticità per tutta la regione;
- completamento delle arterie stradali in stallo da anni, il cui elenco è stato più volte reiterato in tutti gli atti di programmazione senza però mai chiudere il cerchio: a titolo di esempio, si cita il completamento della Orte-Civitavecchia ed il miglioramento e messa in sicurezza della Flaminia, specie nel tratto Terni-Spoleto;
- definitiva e celere collocazione della fermata dell'Alta Velocità ferroviaria al servizio dell'Umbria;
- movimentazione delle merci su ferro, intervenendo su tutte le infrastrutture critiche tra cui, per es., la Orte-Falconara;
- collocazione del treno di collegamento tra Perugia e L'Aeroporto direttamente presso l'Aeroporto stesso e non presso il centro commerciale di Collestrada, come si paventava negli ultimi mesi;
- manutenzione della E45 e delle strade regionali di grande comunicazione;
- recupero funzionale e manutenzione di cammini, ciclovie e sentieristica in genere;
- definitiva e celere collocazione della fermata dell'Alta Velocità ferroviaria al servizio dell'Umbria;
- movimentazione delle merci su ferro, intervenendo su tutte le infrastrutture critiche tra cui, per es., la Orte-Falconara;
- collocazione del treno di collegamento tra Perugia e L'Aeroporto direttamente presso l'Aeroporto stesso e non presso il centro commerciale di Collestrada, come si paventava negli ultimi mesi;
- manutenzione della E45 e delle strade regionali di grande comunicazione;
- recupero funzionale e manutenzione di cammini, ciclovie e sentieristica in genere;
- completamento in tempi celeri della Quadrilatero, la cui realizzazione è sempre più essenziale per cittadini ed imprenditori.



TASSE E TRIBUTI LOCALI

Per quanto riguarda il tema delle **tassee tributi locali**, in una prospettiva di auspicata ripresa si segnala anzitutto l'eccessiva penalizzazione in termini di TARI per le attività del terziario (specialmente per quelle turistiche ed in genere per tutte quelle attività economiche che hanno grandi superfici, quali a titolo esemplificativo: concessionarie auto, rivendita di prodotti per l'edilizia, mobiliari, ecc.) rispetto alle altre attività economiche. Le nostre imprese – applicando sempre i coefficienti del **DPR 158/99** – *devono pagare il "vuoto per pieno"* compensando così gli sgravi inopinatamente concessi ad altri settori evidentemente (ma inspiegabilmente) ritenuti più meritevoli! La competenza di questa tassa è ovviamente comunale ma la gestione dei rifiuti e quindi anche il problema dei relativi costi si intreccia con le potestà regionali dal momento che è stato istituito l'AURI che sovrintende anche questo segmento. Poiché i coefficienti applicati hanno un range, si chiede di rivedere le aliquote applicate alle imprese del terziario perequando rispetto a quanto avvenuto fino ad oggi. In particolare, occorre prevedere anche per le attività del terziario percentuali di abbattimento della superficie da tassare, come deciso da alcune Amministrazioni che anche per ristoranti, trattorie, pub, macellerie, generi alimentari, negozi di abbigliamento, calzature e altri di beni durevoli hanno previsto una riduzione di superficie da tassare.

Invoice

Invoice-Nr.
2011042401

Date
24.04.2011

Clerk name/in:
Your Name

Dear Ms Current Name,
I authorize myself to make following Invoice:

Num.	Qty	Units	Article Nr.	Goods/Service	Unit Price	Price
1	1	pcs		Food photography for summer menu. Menu design and printing on glossy cardboard DIN A5 double sided 50 pieces.	273,11 €	273,11 €
1	33	pcs		Single product photo on white background	2,52 €	83,16 €
1	1	pcs		Photo Licenses for Certificates	16,80 €	20,00 €
Total					273,11 €	273,11 €
VAT 19%					51,89 €	51,89 €
Total Amount Paid						325,00 €

Your Name (Privateperson)
USt-IdNr.: 1000000000
Steuer-Nr.: 10000000



Per quanto riguarda invece il **tema dell'ACQUA**, occorre prevedere, laddove non sia già stato fatto, che alle imprese per le quali l'acqua è un bene necessario alla produzione (es., ristorazione, alberghi, retail alimentare, piscine, terme, ecc.) i Comuni, in accordo con l'AURI, concedano fasce tariffarie ad hoc. È infatti scorretto equiparare il consumo d'acqua di un privato (che deve essere incentivato a non sprecarla) con quello di un'impresa per la quale l'acqua è un fattore di produzione e, se ne consuma di più, non lo fa per disattenzione ma per processo produttivo.

Il reperimento delle risorse atte a contenere la fiscalità locale deve avvenire attraverso un'intelligente azione di contenimento delle spese di gestione dell'Amministrazione comunale e la razionalizzazione delle spese correnti e di funzionamento dell'apparato amministrativo, e non a spese dei cittadini e degli operatori economici.

LEGALITA' E SICUREZZA

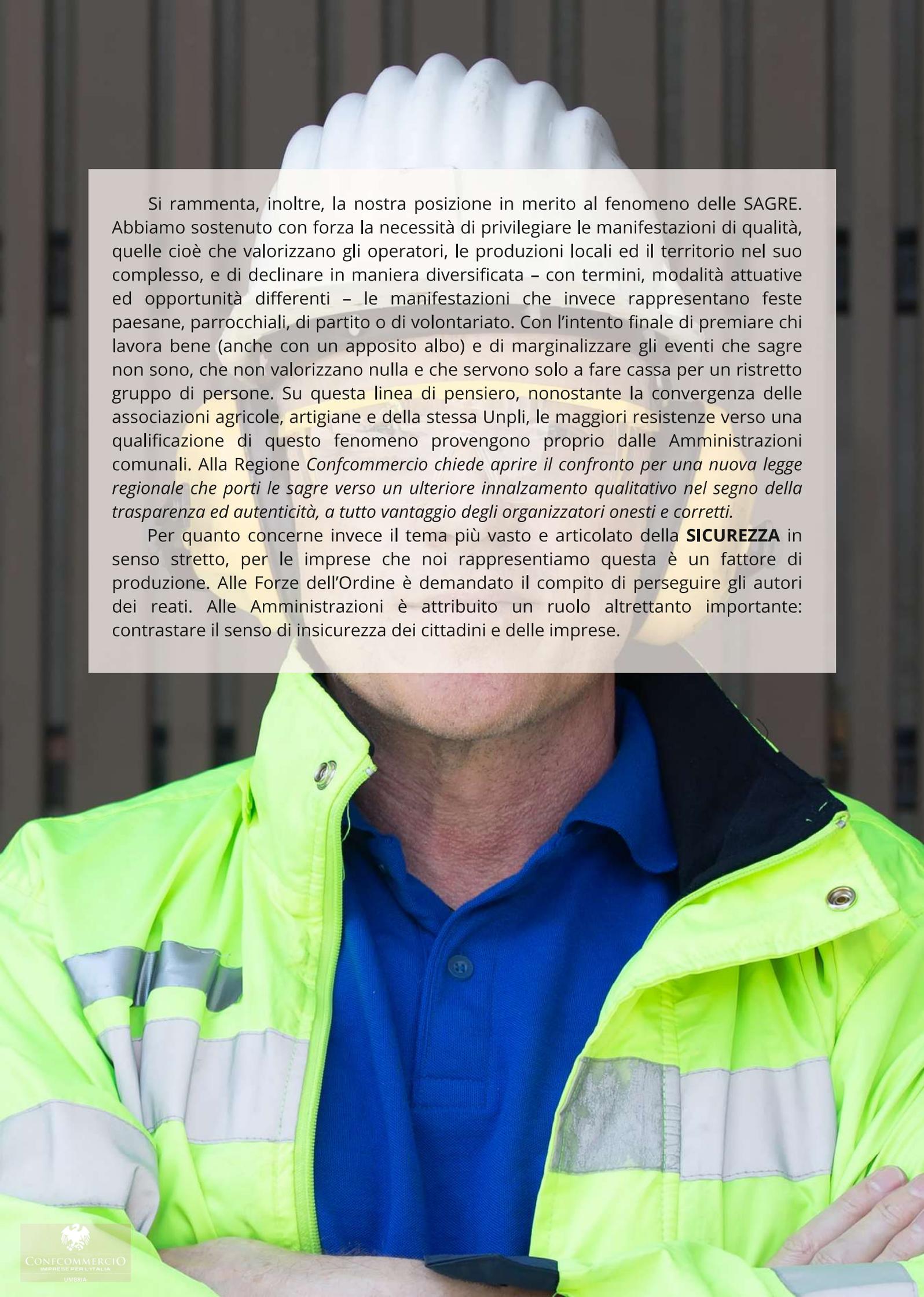
Altra priorità, anch'essa molto trasversale, è quella della **legalità e della sicurezza**. Confcommercio intende puntare il dito in primis sui *fenomeni di ABUSIVISMO* per i quali si chiede agli Amministratori di compiere una scelta di campo: decidere se vogliono un mercato in cui le imprese sono libere di operare e di creare benessere, all'interno di un quadro di regole chiare ed effettive, supportate da un'Amministrazione presente; oppure se vogliono un territorio dove le regole sono solo sulla carta, dove gli operatori economici disonesti o del tutto abusivi sono di fatto incentivati a sovrastare gli operatori onesti, dove il mercato è drogato dalla criminalità. Chiediamo di scegliere, insomma, tra legalità e anarchia, tra mercato e far west. Nel primo caso Confcommercio si aspetta che le Amministrazioni mettano in campo ogni sforzo possibile per garantire i controlli per contrastare l'abusivismo, senza trincerarsi dietro alla scusa della mancanza di uomini e mezzi o risorse: se la tutela delle imprese oneste è una priorità, le risorse si devono trovare. La Regione deve farsi in questo senso garante e promotore di un piano organico dei controlli in analogia a quanto avviene per i controlli ufficiali, ad esempio, igienico-sanitari o in materia di sicurezza sul lavoro. Il principio cardine che deve reggere l'intero sistema deve essere che, a parità di attività svolta, occorre l'applicazione delle stesse regole, altrimenti – oltre ai rischi per il consumatore finale – si creano forme di concorrenza sleale e di dumping che non sono più sostenibili.



A titolo esemplificativo e non esaustivo, le forme più comuni e dannose di abusivismo, cui si chiede di attribuire una priorità nella priorità, sono:

- ambulante privo di qualsiasi autorizzazione;
- agriturismi che, non rispettando i limiti posti dall'attuale legge regionale, organizzano banchetti o fanno attività ricettiva o di vendita superiore alle proprie possibilità;
- macellazioni private abusive;
- circoli privati che somministrano senza il previo tesseramento;
- intermediari abusivi del viaggio, tra cui le false agenzie, prive di un direttore tecnico e di qualsiasi requisito di legge.

Per quanto riguarda l'abusivismo in ambito ricettivo, l'autorizzazione ad accogliere turisti in contesti atipici (case private, locazioni brevi, aziende agricole, ecc.) è solitamente motivata con l'esigenza di integrare il reddito di soggetti economicamente deboli, che dovrebbero poter svolgere le relative attività in via occasionale e comunque accessoria rispetto all'attività principale. Grazie alla sostanziale assenza di controlli, il fenomeno è proliferato in modo indiscriminato, allontanandosi dall'originario principio ispiratore e dando luogo a fenomeni di concorrenza sleale, che danneggiano tanto le imprese turistiche tradizionali quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove forme di accoglienza. Il T.U. sul Turismo conferma in capo ai Comuni le funzioni di controllo. Si chiede che tale attività sia effettivamente svolta con impegno e seguendo eventuali suggerimenti proposti dalle Associazioni come Confcommercio. Occorre infatti garantire la tutela degli ospiti, dei lavoratori, della collettività, assicurando il rispetto delle regole in materia di lavoro, fisco, sicurezza, igiene e sanità e sicurezza pubblica da parte delle attività esercitate in forma imprenditoriale e non. Si chiede anche di istituire delle data room che consentano agli Enti Locali di monitorare in tempo reale i flussi turistici, allo scopo di predisporre i servizi necessari ed eventualmente adottare gli opportuni provvedimenti; ma si chiede anche di sanzionare i portali e gli intermediari che non adempiono agli obblighi di legge concernenti la comunicazione dei dati e la riscossione delle imposte.



Si rammenta, inoltre, la nostra posizione in merito al fenomeno delle SAGRE. Abbiamo sostenuto con forza la necessità di privilegiare le manifestazioni di qualità, quelle cioè che valorizzano gli operatori, le produzioni locali ed il territorio nel suo complesso, e di declinare in maniera diversificata – con termini, modalità attuative ed opportunità differenti – le manifestazioni che invece rappresentano feste paesane, parrocchiali, di partito o di volontariato. Con l'intento finale di premiare chi lavora bene (anche con un apposito albo) e di marginalizzare gli eventi che sagre non sono, che non valorizzano nulla e che servono solo a fare cassa per un ristretto gruppo di persone. Su questa linea di pensiero, nonostante la convergenza delle associazioni agricole, artigiane e della stessa Unpli, le maggiori resistenze verso una qualificazione di questo fenomeno provengono proprio dalle Amministrazioni comunali. Alla Regione *Confcommercio chiede aprire il confronto per una nuova legge regionale che porti le sagre verso un ulteriore innalzamento qualitativo nel segno della trasparenza ed autenticità, a tutto vantaggio degli organizzatori onesti e corretti.*

Per quanto concerne invece il tema più vasto e articolato della **SICUREZZA** in senso stretto, per le imprese che noi rappresentiamo questa è un fattore di produzione. Alle Forze dell'Ordine è demandato il compito di perseguire gli autori dei reati. Alle Amministrazioni è attribuito un ruolo altrettanto importante: contrastare il senso di insicurezza dei cittadini e delle imprese.

I fenomeni più comuni di criminalità - scippi, borseggi, taccheggi, furti, spaccio della droga, ecc. - rischiano di diventare normali e rassegnatamente accettati, anche perché spesso gli interventi di contrasto vengono interpretati come "dittatoriali" e quindi rifiutati. Confcommercio condanna questa visione che edulcora qualsiasi iniziativa di contrasto creando un alone ideologico dietro ogni intervento. Ad ogni buon conto, Confcommercio crede che si possano ottenere risultati veri solo dalla sapiente combinazione tra strumenti di prevenzione ed un sistema di repressione e contrasto efficace ed efficiente. Confcommercio propone nell'immediato che, attraverso un'opera di facilitazione della Regione, i Comuni, nel contesto della **legge regionale 13/2008** e dell'atto di programmazione sulle politiche locali di sicurezza, che dalla stessa scaturisce:

- presentino **Patti Integrati di Sicurezza Urbana** anche richiedendo l'ampliamento delle risorse regionali messe a disposizione, in ciò valorizzando il ruolo delle associazioni di categoria;
- inseriscano - nei suddetti patti integrati - azioni coerenti con quelle poste in essere dalle imprese del loro territorio supportando quelle che installano sistemi che contrastano il senso di insicurezza senza aumentare il livello di allarme sociale: **videosorveglianza interna ed esterna, illuminazione, antitaccheggio, antisfondamento** ecc.

È necessario infine sostenere le imprese che intendano investire in sistemi di sicurezza come la videosorveglianza che tuttora costituisce un efficace mezzo di dissuasione e contrasto ai più comuni fenomeni di criminalità di cui le imprese stesse sono spesso vittime, come quotidianamente i fatti di cronaca ci riportano.



ACCESSO AL CREDITO

Il sistema produttivo italiano è tradizionalmente incentrato sulle **mPMI** che rappresentano la quasi totalità delle imprese e occupano circa l'80% degli addetti. Per questa categoria di soggetti, a causa delle loro peculiarità strutturali, la relazione con il sistema bancario si è da sempre caratterizzata per forti elementi di rigidità e **l'accesso al credito** ha costituito uno dei maggiori fattori di criticità. Nonostante, a livello di sistema, il credito alle mPMI mostri trend positivi, l'analisi sui dati disaggregati per dimensione di impresa evidenzia come il flusso di finanziamenti alle micro e piccole imprese confermi tuttora un andamento negativo. Ciò viene confermato anche dalle rilevazioni svolte e rese note dalla Banca d'Italia. Tali difficoltà sono anzi rafforzate dalla mancanza, per questa categoria di soggetti, di valide alternative al canale bancario. Evidenziare la difficoltà per le mPMI di accedere ai finanziamenti equivale ad affermare che il 99% delle imprese non abbia facile accesso al circuito del credito bancario. Per questi motivi, le misure proposte nell'ambito della politica di coesione dovrebbe strutturarsi su un adeguato sostegno all'accesso al credito delle mPMI, assicurando il necessario flusso di credito. Tale obiettivo può essere raggiunto attraverso due percorsi, non alternativi ma molto spesso complementari fra loro:

- **rafforzare il sistema della garanzia**, anche nella sua componente privata, secondo una logica di sinergia con quella pubblica, rafforzare strumenti già esistenti prevedendone un'accessibilità più agevole per le micro e piccole imprese (es., tranced cover e conto interesse) ed introdurre nuovi (es., voucher di garanzia);
- **assegnare risorse europee in gestione diretta a soggetti professionali**, quali i Confidi vigilati dalla Banca d'Italia, in grado di selezionare adeguatamente - perché capillarmente presenti sui territori - le mPMI meritevoli di essere sostenute nei loro percorsi di crescita e di investimento.

Rispetto al primo percorso, un meccanismo che – ad esempio – incentivi l'utilizzo di garanzie di natura pubblica e privata congiuntamente in una logica di segmentazione del rischio, attraverso meccanismi di “portafogli” di finanziamenti, potrebbe facilitare il sistema bancario nell'erogazione di credito alle mPMI, anche grazie alla semplificazione procedurale che la gestione di meccanismi di questo tipo assicurano. Peraltro, tramite la tecnica dei portafogli di finanziamenti, si consente ad un numero maggiore di imprese di accedere al credito, anche con un profilo di rischio che, con un'operatività ordinaria one-to-one, sarebbe valutato negativamente.

Per quanto concerne, invece, il secondo percorso, l'esigenza nasce dalla presa d'atto che il sistema bancario si sta progressivamente disimpegnando dall'attività di erogazione di credito alle imprese di minore dimensione, e questo a prescindere dal profilo di rischio delle stesse. Le difficoltà vanno ricercate anche nella più rigida regolamentazione di livello europeo in merito ai sempre maggiori requisiti di capitale necessari richiesti per l'attività di credito, che disincentiva le banche ad erogare finanziamenti di importo ridotto alle imprese di minori dimensioni perché attività considerata eccessivamente rischiosa per le difficoltà di valutazione del merito di credito nonché antieconomica a causa dell'eccessiva incidenza dei costi fissi. In questo contesto, il rafforzamento del sistema delle garanzie deve necessariamente essere affiancato da interventi che mettano in condizioni gli intermediari presenti sui territori – e che, per questo, hanno un'approfondita conoscenza delle imprese, che va oltre i meri dati di bilancio – di poter erogare direttamente il credito a queste imprese, grazie a interventi di funding che forniscano le necessarie risorse per questa attività, anche immaginando forme di cofinanziamento a valere sulle risorse proprie degli stessi soggetti gestori.



AZIONI PER LA CITTÀ

Confcommercio ritiene centrale ed urgente affrontare il tema della rigenerazione urbana. Le città non sono mai scomparse dall'agenda politica e programmatica di questa Regione ma finora gli interventi sono stati portati avanti senza una visione unitaria, degli obiettivi comuni e delle strategie condivise tra i vari attori, ma sempre in modo disaggregato. I problemi che affliggono le città umbre sono noti da tempo a tutti e se ne parla sempre più sia in contesti informali, come convegni e seminari, sia nelle sedi ufficiali, come gli atti di programmazione dedicati alle città, ma fino ad oggi non si è mai marcata realmente la differenza rispetto al passato. Infatti, ancora in Umbria non esiste un approccio integrato che abbracci tutte le norme e gli aspetti amministrativi legati alla città, quindi non esiste di fatto una progettazione integrata ma solo interventi indipendenti e privi di una visione unitaria. In molte regioni è stata introdotta una normativa sulla rigenerazione urbana che invece porta a realizzare programmazione delle risorse pubbliche e progettazione tra le parti in modo integrato e sistemico. Questo ha comportato un naturale effetto moltiplicatore delle iniziative perché, quando le varie programmazioni e progettazioni si incrociano, è automatico l'incremento delle opportunità che si generano. Finora invece abbiamo assistito nella nostra regione ad atti di programmazione per le città e nelle città portati avanti in maniera disarticolata sia tra uffici competenti (ad esempio, l'urbanistica opera in totale autonomia rispetto alle attività produttive che a loro volta si disinteressano della mobilità e sosta e così via) sia tra pubblico e privato (investimenti in spazi pubblici o in viabilità del tutto sconnessi dalle dinamiche dei residenti o degli operatori economici).

In questo modo abbiamo perso grandi opportunità. Ne sono un esempio la declinazione umbra dell'**Agenda Urbana**, sia del precedente che dell'attuale settennio, e la programmazione delle **cc.dd. Aree Interne**. Con riferimento al recente passato, stessa cosa può dirsi rispetto all'ITI del Trasimeno. In tutti i casi, si è trattato di atti con al centro gli interventi e le iniziative della pubblica amministrazione e dei servizi pubblici, peraltro tra loro molto sconnessi, senza però mai incrociare i progetti, le iniziative e gli investimenti dei privati che operano in quello stesso contesto. Anche sotto il profilo normativo la situazione è la stessa perché l'unica legge che di fatto ha tentato di avviare in Umbria un processo di rivitalizzazione urbana (dei centri storici, in questo caso specifico) è stata la L.R. 12/2008 che aveva introdotto i Quadri Strategici di Valorizzazione ma questi ad oggi sono rimasti lettera morta e di fatto non sono serviti a nulla.



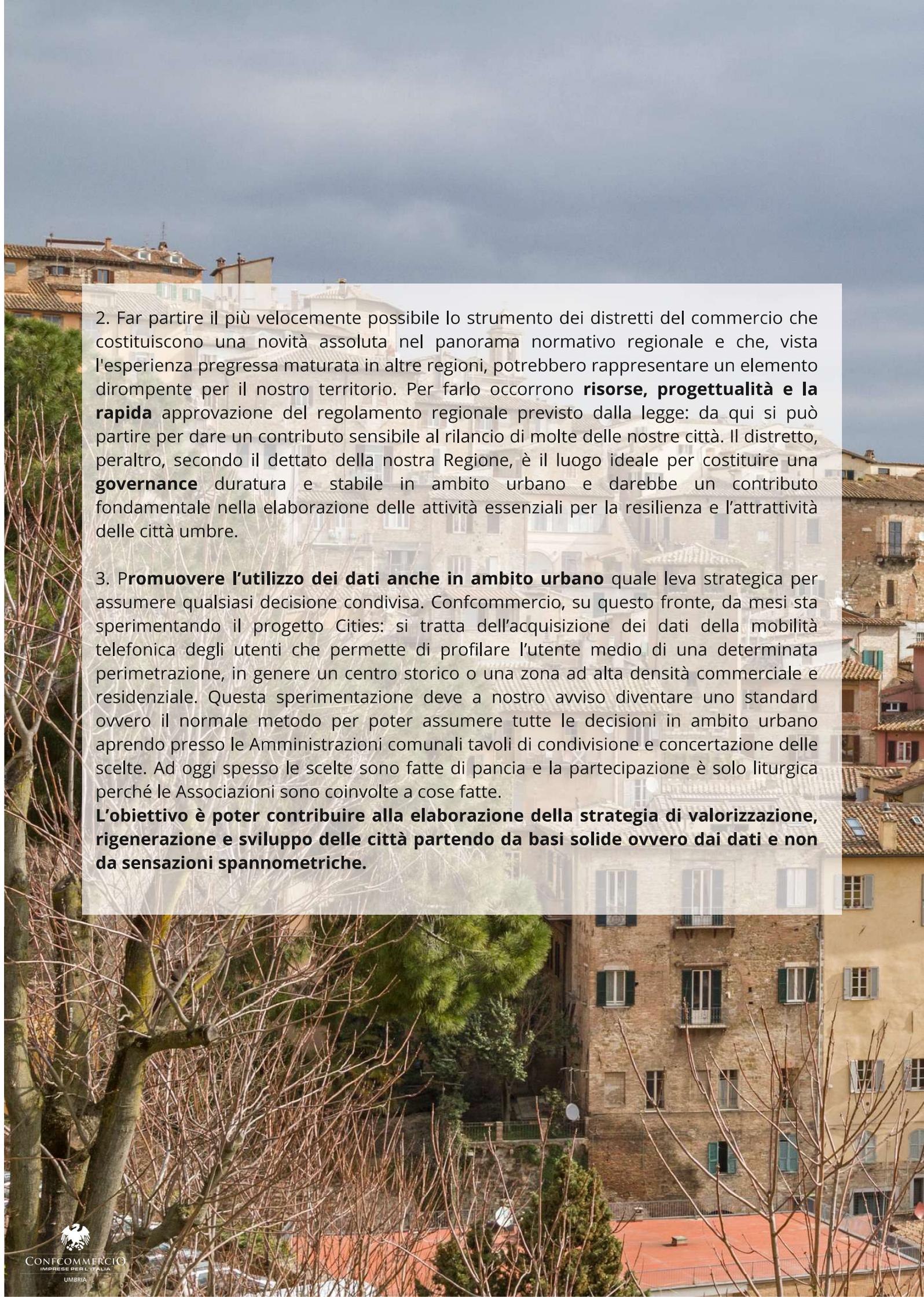
Alla luce di quanto detto, Confcommercio propone di introdurre anche in Umbria il principio della progettazione integrata e sistemica quale cardine da cui ripartire per una legge regionale sulla rigenerazione urbana di cui si avverte l'urgenza ormai da tempo.

A corollario di quanto detto, emerge con sempre maggiore chiarezza che qualsiasi iniziativa di rigenerazione urbana non può prescindere dall'inserire nel palinsesto delle attività necessarie a far vivere una città alcune azioni in favore degli operatori dei servizi di prossimità. Infatti, senza di essi è del tutto inutile pensare a qualsiasi intervento anche se molto importante e ambizioso: la lezione appresa dalla ricostruzione post sisma è proprio che non è sufficiente la riqualificazione di immobili, vie e piazze affinché la vita torni nelle città ma occorre contemporaneamente agire sulla leva strategica dei servizi pubblici e su quella, ancora più strategica, del mantenimento, della crescita anche numerica e dell'innovazione delle imprese che operano nel contesto urbano oggetto di programmazione. La stessa crisi pandemica ci ha lasciato la consapevolezza che, senza i servizi privati di base, le comunità muoiono. Queste certezze portano a dire che l'anima delle città sono le attività che in esso operano e che, come anche recenti indagini confermano, i flussi di residenza si spostano sempre più in ragione della presenza o meno di servizi di prossimità, così essenziali non solo sotto il profilo economico ma anche per quanto attiene la sicurezza, la coesione sociale e il presidio del territorio. Peraltro, va anche ricordato il ruolo che la prossimità svolge nei confronti dei turisti che desiderano trovare luoghi vissuti e non mere esposizioni di opere d'arte, oltre al fatto che le piccole attività urbane sono un servizio indispensabile per la migliore fruizione delle nostre città. Sostenere le imprese che con tanto coraggio e grande fatica decidono di continuare la propria attività in certi contesti urbani o addirittura di avviare una nuova impresa negli stessi è non solo un sostegno all'economia, come banalmente si potrebbe pensare, ma un atto necessitato per il bene delle nostre città e delle famiglie che in esse vivono.

Per certi versi, è in ballo la sopravvivenza stessa delle città e una parte non piccola della qualità della vita di chi vi risiede. È per tali ragioni che Confcommercio ritiene necessario:

1. Elaborare un **piano di resilienza e rilancio della prossimità** in ambito urbano prevedendo un pacchetto di iniziative tra loro modulari, quali a titolo di esempio:
 - agire sulla **leva dei tributi locali** per alleggerire il carico sulle imprese che rappresentano l'ecosistema dei contesti urbani;
 - prevedere **contributi a fondo perduto** soprattutto in zone rurali, montane, in fase di desertificazione e borghi, per la permanenza dei servizi maggiormente essenziali;
 - ripensare l'attuale assetto della sosta in ambito urbano anche attraverso **l'utilizzo di parcheggi pertinenziali** tendenzialmente a condizioni di favore onde colmare uno dei gap maggiori rispetto ai centri commerciali artificiali;
 - **cooperare alla sicurezza urbana** con un maggior presidio delle Forze dell'Ordine e con contributi regionali all'allestimento di sistemi di videosorveglianza, evitando che questo tema sia preda dell'ideologia di turno;
 - sostenere l'avvio di **nuove attività in ambito urbano**, specie di quelle riferite a servizi carenti o mancanti, con agevolazioni straordinarie;
 - sostenere la **polifunzionalità** nei borghi quale misura specifica per le realtà di minori dimensioni che caratterizzano fortemente la nostra regione e che rischiano di procedere sempre più speditamente verso una definitiva desertificazione residenziale e di servizi.





2. Far partire il più velocemente possibile lo strumento dei distretti del commercio che costituiscono una novità assoluta nel panorama normativo regionale e che, vista l'esperienza pregressa maturata in altre regioni, potrebbero rappresentare un elemento dirompente per il nostro territorio. Per farlo occorrono **risorse, progettualità e la rapida** approvazione del regolamento regionale previsto dalla legge: da qui si può partire per dare un contributo sensibile al rilancio di molte delle nostre città. Il distretto, peraltro, secondo il dettato della nostra Regione, è il luogo ideale per costituire una **governance** duratura e stabile in ambito urbano e darebbe un contributo fondamentale nella elaborazione delle attività essenziali per la resilienza e l'attrattività delle città umbre.

3. **Promuovere l'utilizzo dei dati anche in ambito urbano** quale leva strategica per assumere qualsiasi decisione condivisa. Confcommercio, su questo fronte, da mesi sta sperimentando il progetto Cities: si tratta dell'acquisizione dei dati della mobilità telefonica degli utenti che permette di profilare l'utente medio di una determinata perimetrazione, in genere un centro storico o una zona ad alta densità commerciale e residenziale. Questa sperimentazione deve a nostro avviso diventare uno standard ovvero il normale metodo per poter assumere tutte le decisioni in ambito urbano aprendo presso le Amministrazioni comunali tavoli di condivisione e concertazione delle scelte. Ad oggi spesso le scelte sono fatte di pancia e la partecipazione è solo liturgica perché le Associazioni sono coinvolte a cose fatte.

L'obiettivo è poter contribuire alla elaborazione della strategia di valorizzazione, rigenerazione e sviluppo delle città partendo da basi solide ovvero dai dati e non da sensazioni spannometriche.



AZIONI PER IL COMMERCIO

Come abbiamo più volte sottolineato in varie occasioni, è urgente elaborare un nuovo Testo Unico del commercio perché l'introduzione dei distretti di cui sopra, anche se necessaria, non è sufficiente a dare una spinta al settore. Infatti, occorre un pesante restyling perché nei dieci anni di vigenza del testo è cambiato sostanzialmente il mondo della distribuzione commerciale e la norma regionale deve necessariamente adeguarsi introducendo alcuni elementi che tengano conto del mutato assetto del mercato, dei consumi e delle imprese. Nel testo attuale vi sono troppe zone grigie che impediscono di fatto agli Amministratori di governare il settore che, nei fatti, è preda di una sostanziale deregulation, con tutte le ricadute negative che questo comporta in termini di disequilibrio nei format e di consumo del suolo. L'Umbria è ai vertici nazionali per numero di metri quadrati di commercio per abitante ed in una regione a bassa densità di residenti come la nostra si avverte sempre meno l'esigenza di nuove aperture, specie se di maggiori dimensioni, e sempre più l'urgenza di qualificare ed innovare l'esistente, soprattutto introducendo servizi nuovi dedicati ad ampie fasce di popolazione più fragile.

Infatti, l'aspettativa è che la nuova norma, più che introdurre banalmente solo limiti e regole, in alcuni casi necessari ma non più sufficienti, apporti all'intero sistema distributivo regionale elementi di innovazione nei formati, nelle procedure e nelle tecnologie che rendano il commercio sempre più vicino alle esigenze dei cittadini: pertanto, il nuovo testo unico dovrà aiutare il settore distributivo ad innovarsi e ad affrontare le sfide che lo attendono anche in termini di riposizionamento e trasformazione digitale e sostenibile.

Confcommercio ha elaborato una serie di proposte che vanno condivise con la prossima Giunta il più velocemente possibile perché si tratta di un lavoro che nelle nostre intenzioni toccherà trasversalmente molti Assessorati e quindi comporterà un impegno non piccolo anche dal punto di vista temporale: Attività produttive, Infrastrutture e trasporti e Sanità.



Si tratta, da un lato, di introdurre (o reintrodurre in alcuni casi) alcuni paletti necessari per permettere un corretto sviluppo del settore (es., coordinamento con le regole urbanistiche, declinazione dei motivi imperativi di interesse generale, regimi di incompatibilità territoriali con strutture maggiori, poli commerciali, limiti ai temporary store, ecc.) e di proporre, dall'altro, alcuni istituti nuovi che possano sostenere la crescita e la maggiore produttività del settore (es., formazione degli addetti, pianificazione triennale del settore, valorizzazione dei negozi storici, piano degli investimenti innovativi, ecc.).

In conclusione, il commercio, malgrado sia un settore essenziale per le nostre comunità locali e per la loro qualità della vita, sta vivendo una fase di profondissima crisi soprattutto in alcuni segmenti più tradizionali e, se non verrà adeguatamente sostenuto nel suo riposizionamento, rischia di perdere un consistente stock di imprese con tutte le conseguenze negative che questo comporta sotto il profilo occupazionale e della perdita del prodotto interno lordo regionale, oltre che di sicurezza urbana e di servizio ai cittadini. Ogni settore ha bisogno di soluzioni tagliate sulle proprie forme perché le imprese sono tra loro profondamente diverse per tipologia di lavoro, procedure, mercato di riferimento, dimensione e quantità: soluzioni buone per tutti pertanto non esistono! Fino ad oggi abbiamo assistito a bandi aperti a tutti solo a parole ma nei fatti tagliati su misura per le imprese manifatturiere o comunque più strutturate. Sono invece necessari bandi dedicati alle imprese con livelli di innovazione più bassi che però hanno ancora più bisogno delle altre di un upgrade in termini di inserimento di tecnologie digitali e di acquisizione di competenze altrimenti l'Umbria sarà sempre una regione a due marce. In particolare, per quanto riguarda il commercio occorre mutuare le felici esperienze maturate in altri contesti dove sono stati introdotti elementi di innovazione specificamente tarati per il settore distributivo sia digitali e tecnologici sia puramente organizzativi e di formato che portano a sensibili incrementi nelle performance organizzative e di vendita. Peraltro, come i più recenti studi confermano, il retail è il settore nel quale sono avvenuti negli ultimi anni i maggiori incrementi di innovazione a tutto campo e, in prospettiva, il commercio rappresenta il segmento su cui ancora i margini di sfruttamento delle innovazioni sono più alti.

Tenuto conto del valore sociale che questo settore rappresenta, la richiesta è di prevedere un palinsesto di bandi entro la fine del settennio di programmazione dei Fondi Strutturali che garantisca il salto di qualità che lo stesso merita in termini di produttività, gestione, ottimizzazione delle vendite e soddisfazione del consumatore che, peraltro, altro non è che un cittadino o un turista.

In particolare, occorre:

- proseguire sulla strada della spinta alla **innovazione digitale e tecnologica**, intrapresa con il bando Bridge to Digital, che sta per decollare proprio in queste settimane, sul presupposto che il settore sia chiamato ad una rapida crescita nel segno della digital transformation;
- avere **bandi per la sostenibilità ambientale** (efficientamento energetico, produzione di energia da fonti energetiche rinnovabili (FER), efficientamento degli impianti, partecipazione a comunità energetiche rinnovabili (CER), ecc.) pensati per il settore della distribuzione commerciale;
- poter **disporre di misure che incentivino gli investimenti** più semplici quali arredi, attrezzature, layout del punto vendita, rifacimento vetrine, acquisto di hardware, piccole opere murarie, sistemi di sicurezza passiva, e così via.

Tutti interventi che risultano necessari per migliorare la fruizione del servizio erogato e l'esperienza di acquisto, anche se non si tratta di investimenti prettamente tecnologici o innovativi.

Eppure, le imprese, sulla base di una recente indagine svolta da Confcommercio su un campione molto vasto, hanno manifestato questa urgenza perché, a differenza di altri comparti, il commercio innova anche semplicemente rinnovando il proprio punto vendita, analogamente a quanto il settore manifatturiero fa quando riceve finanziamenti per ristrutturare i capannoni industriali.

Pertanto, è urgente reperire le risorse necessarie per un bando avente queste caratteristiche. Il mondo del terziario e dei servizi è rappresentato principalmente da piccole e medie imprese, soggetti molto spesso poco strutturati - in termini di risorse umane, strumentali, organizzative e finanziarie - e di dimensioni troppo piccole per partecipare direttamente a progettualità anche di basso livello di complessità. Diventa per questo fondamentale il ruolo che possono svolgere i Digital Innovation Hub (DIH) e gli ecosistemi digitali per l'innovazione - soggetti costituiti dalle associazioni di categoria nell'ambito del piano nazionale Impresa 4.0 - che possono sopperire alle problematiche derivanti dalla natura dimensionale delle micro e piccole imprese apportando in qualità di corpi intermedi quelle competenze necessarie allo sviluppo di progetti di R&I e necessarie alla costruzione di progetti di rete e partenariati pubblico-privati. Si propone pertanto di promuovere misure di potenziamento dei DIH e degli Ecosistemi Digitali per l'Innovazione, anche in sinergia con il piano nazionale Impresa 4.0, per sviluppare attività di ricerca e innovazione nelle mPMI in particolare nei nuovi filoni tecnologici relativi alla trasformazione digitale (intelligenza artificiale, blockchain, Internet of things, Big data, ecc.). Questo comporta come ulteriore conseguenza anche il fatto di riconoscere i DIH e gli Ecosistemi digitali per l'innovazione tra i soggetti ammissibili proponenti o capofila di progetti di R&I a favore delle PMI. Inoltre, a corollario, occorre promuovere progetti realizzati da aggregazioni di imprese (mediante forme contrattuali di collaborazione, quali, a titolo esemplificativo, il contratto di rete, il consorzio o l'accordo di partenariato) per favorire l'impatto e la scalabilità delle soluzioni a favore delle PMI.

AZIONI PER IL TURISMO

Il turismo, come detto in premessa, è uno dei principali driver dello sviluppo della nostra regione. Il prodotto che propone è complesso per definizione perché non si limita solo all'acquisto di una camera o di un pasto o di un biglietto d'ingresso o di un transfert, come banalmente si potrebbe credere. Il turismo è un ecosistema articolato, modulare e quindi trasversale: se lavorano gli operatori del settore automaticamente si crea ricchezza per molti altri comparti economici e sociali tanto è l'effetto di trascinamento che il turismo garantisce. Fino a poco tempo fa considerato ancillare, oggi il turismo gode di molta considerazione anche alla luce non solo delle ottime performances che sta avendo negli ultimi tre anni ma anche perché ha saputo garantire tenuta sociale ed occupazionale quando molti altri settori nel dopo pandemia faticavano a trovare un equilibrio. Abbiamo nel tempo costruito e consolidato un'immagine credibile e spendibile dell'Umbria sia per il buon lavoro legato al brand, sia per l'offerta oggettivamente cresciuta a livello quantitativo ma anche in qualità, a livello territoriale e di prodotto. Ora, però, l'Umbria del turismo è di fronte ad un bivio: attestarsi sugli attuali livelli, buoni ma non buonissimi, in cui il turismo è importante ma non ancora il settore chiave, oppure puntare decisamente più in alto accrescendo le quote di mercato guadagnate a livello globale e, con un progetto ambizioso, inserire ancora più innovazione e visione nel comparto così da massimizzarne la produttività per tutti gli attori interessati. Confcommercio è orientata verso questa seconda opzione perché ritiene che l'Umbria abbia le carte in regola per fare questo ulteriore salto di qualità. Per farlo, però, sono necessarie alcune precondizioni:

- strutturare la **raccolta e l'analisi integrata dei dati della domanda e dell'offerta**, in una gestione strategica e condivisa;
- **selezionare e ricercare nuovi mercati target in funzione dei loro desiderata e dei trend in continua evoluzione;**
- integrare questi processi nel **Piano di comunicazione** e promozione, adattato ai diversi target dell'offerta;
- articolare l'offerta in prodotti destinazione in ragione dei mercati su cui si è deciso di puntare.



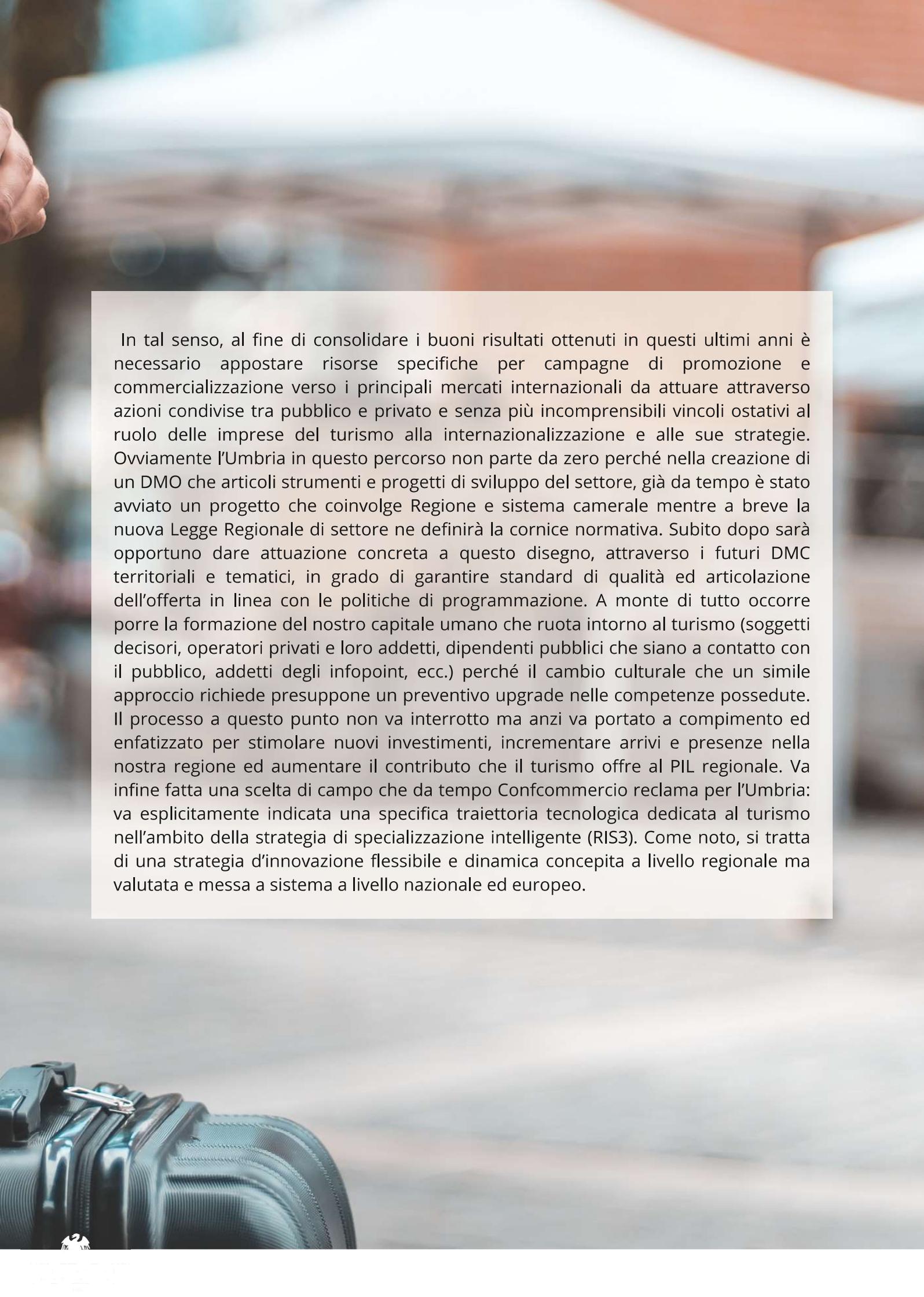
A person wearing a white long-sleeved shirt and blue denim jeans is holding the handle of a black suitcase. The background is blurred, suggesting an outdoor setting. A semi-transparent white box containing text is overlaid on the image.

La logica è come sempre quella del DMO ovvero di una organizzazione manageriale della destinazione che, acquisendo e partendo dai dati delle tendenze turistiche globali, riorganizza la promozione e comunicazione delle nostre eccellenze verso i segmenti di turisti potenzialmente interessati ai nostri prodotti destinazione, sia tradizionali che inesplorati. Il nostro approccio è non partire più dal prodotto che abbiamo, anche se “buono-bello-sempre venduto”, ma partire dai desiderata del turismo globale andando così a intercettare nuove aree di mercato che finora erano per noi inedite perché, attraverso lo studio e l'analisi dei dati sulle tendenze, potremmo scoprire che ci sono nuovi mercati interessati ai nostri prodotti destinazione.

Per fare questo occorrono una serie di fattori abilitanti:

- tecnologie e competenze condivise per catturare ed acquisire i dati sui trend turistici globali, anche in chiave prospettica;
- tecnologie e competenze per analizzare questi stessi dati ed estrarne le informazioni strategiche necessarie ad accompagnare le fasi successive;
- tecnologie e competenze per definire, in base ai trend analizzati, i prodotti destinazione in nostro possesso più spendibili sul mercato globale;
- tecnologie e competenze per definire i mercati (vecchi e nuovi) potenzialmente interessati ai nostri prodotti destinazione;
- tecnologie e competenze per elaborare di un piano di comunicazione, promozione e marketing tarato sui mercati target definiti dall'analisi dei dati;
- risorse per modellare l'offerta in funzione dei desiderata dei turisti oggetto delle campagne di promo-commercializzazione, ottimizzandone la vendibilità globale.





In tal senso, al fine di consolidare i buoni risultati ottenuti in questi ultimi anni è necessario appostare risorse specifiche per campagne di promozione e commercializzazione verso i principali mercati internazionali da attuare attraverso azioni condivise tra pubblico e privato e senza più incomprensibili vincoli ostativi al ruolo delle imprese del turismo alla internazionalizzazione e alle sue strategie. Ovviamente l'Umbria in questo percorso non parte da zero perché nella creazione di un DMO che articoli strumenti e progetti di sviluppo del settore, già da tempo è stato avviato un progetto che coinvolge Regione e sistema camerale mentre a breve la nuova Legge Regionale di settore ne definirà la cornice normativa. Subito dopo sarà opportuno dare attuazione concreta a questo disegno, attraverso i futuri DMC territoriali e tematici, in grado di garantire standard di qualità ed articolazione dell'offerta in linea con le politiche di programmazione. A monte di tutto occorre porre la formazione del nostro capitale umano che ruota intorno al turismo (soggetti decisori, operatori privati e loro addetti, dipendenti pubblici che siano a contatto con il pubblico, addetti degli infopoint, ecc.) perché il cambio culturale che un simile approccio richiede presuppone un preventivo upgrade nelle competenze possedute. Il processo a questo punto non va interrotto ma anzi va portato a compimento ed enfatizzato per stimolare nuovi investimenti, incrementare arrivi e presenze nella nostra regione ed aumentare il contributo che il turismo offre al PIL regionale. Va infine fatta una scelta di campo che da tempo Confcommercio reclama per l'Umbria: va esplicitamente indicata una specifica traiettoria tecnologica dedicata al turismo nell'ambito della strategia di specializzazione intelligente (RIS3). Come noto, si tratta di una strategia d'innovazione flessibile e dinamica concepita a livello regionale ma valutata e messa a sistema a livello nazionale ed europeo.

L'obiettivo generale di valorizzare le eccellenze si traduce, a livello operativo, nel sostegno ai settori che abbiano chiari vantaggi competitivi o determinate potenzialità di sviluppo imprenditoriale. La RIS3 non necessariamente è orientata alla scienza, infatti deve puntare a quei settori che sono in linea con le caratteristiche delle regioni, con le specificità territoriali e con il potenziale tecnologico che le regioni stesse sono in grado di esprimere. Quindi l'attenzione è verso l'intera catena dell'innovazione, dalla ricerca ai processi distributivi delle merci, investendo sulla frontiera dell'innovazione e sulle applicazioni trasversali delle tecnologie. Anche la Commissione Europea ha in più occasioni ribadito che la RIS3 deve puntare sulle eccellenze regionali che, specialmente in una nazione come l'Italia, possono essere turismo, cultura, produzione artistica, ecc. Sarebbe un errore basare la Smart Specialization, per es., solo su alta e nano tecnologia a prescindere dalle specializzazioni presenti sul territorio. Pertanto, occorre una specifica ed autonoma declinazione che metta in chiaro che la Regione punta ad una specializzazione intelligente del turismo per renderlo ancora più competitivo ed in grado di garantire ricchezza ed occupazione.

Il tutto sarebbe in linea con il Trattato di Lisbona che spinge per un'Europa più intelligente e "prima destinazione turistica mondiale". Nello specifico, emerge, tra le altre, una traiettoria di innovazione legata all'utilizzo dei cc.dd. big data da cui può scaturire una lettura predittiva sui flussi che, come detto, potrebbe informare le scelte per il settore. La RIS3 dovrebbe poter includere azioni di ricerca, sviluppo e innovazione di sistema in favore del turismo a monte fortemente basate sull'utilizzo di tecnologie abilitanti in grado di supportare il settore nelle sue strategie. Questo comporta che a valle dell'individuazione di soluzioni tecnologiche di sistema vi sia la necessaria strumentazione di supporto alle imprese del turismo che, oltre al fabbisogno di tecnologia delle singole, hanno necessità di dati sulle caratteristiche e i comportamenti dei turisti, sulla loro età e condizione economica, sulle motivazioni di scelta della destinazione, sulla tipologia di alloggio e sui servizi integrati richiesti, sui megatrend globali a medio termine, ecc.

Questi dati sono strategici per programmare le attività singole e di rete e definire al meglio le strategie commerciali della nostra Regione. Il mercato globale turistico è ormai un segmento da approcciare in modo scientifico, avendo ben chiaro il target di riferimento, che non può essere definito a tavolino, ed in funzione di questo occorre tarare tutta l'offerta regionale nell'ottica secondo cui la nostra regione è una destinazione in cui il turista può fare esperienze e non meramente una mèta in cui dormire, mangiare e vedere qualcosa.

AZIONI PER I SERVIZI

Il settore dei servizi è quello che sta realizzando le migliori performance negli ultimi anni. Infatti, tra le nuove aperture i numeri maggiori ormai non si realizzano più nel settore commerciale in senso stretto o in quello agricolo né tantomeno in quello manifatturiero bensì in modo sempre crescente nel segmento dei servizi, tanto alla persona quanto alle imprese. Confcommercio vanta una rappresentanza estesa e articolata nell'ambito dei servizi e ritiene che questi siano strategici per lo sviluppo socioeconomico della nostra regione.

Tuttavia, malgrado i numeri che lo stesso esprime, il settore sconta un deficit di attenzione da parte della politica perché i servizi sono stati sempre ritenuti importanti ma ancillari rispetto ai settori primario al secondario e allo stesso segmento del commercio-turismo. Ne sono esempio i molti bandi che vengono emanati in favore dell'industria, del turismo e del commercio in cui i servizi sono presenti, sì, ma sempre come strumentali rispetto alle finalizzazioni dei bandi stessi. Praticamente il settore non è mai stato accompagnato con politiche specifiche di sostegno e crescita ma è stato lasciato alle dinamiche di mercato e, laddove è cresciuto, lo ha fatto esclusivamente con le proprie forze. Non si tratta solo di mettere a disposizione risorse economiche perché a volte queste non sono neanche la cosa più necessaria: si tratta piuttosto di iniziare a vedere nel settore dei servizi – e, in particolare, nei servizi avanzati – un segmento strategico per la crescita complessiva del nostro tessuto economico oltre che un indispensabile serbatoio occupazionale soprattutto negli ultimi anni.

In ogni caso, i servizi anche quelli meno innovativi contribuiscono storicamente alla qualità della vita delle persone e delle famiglie e alla professionalizzazione delle imprese, soprattutto quelle di minori dimensioni che necessitano di un supporto esterno non potendo internalizzare tutte le funzioni.

Confcommercio, pertanto, propone alla Regione di adottare un **piano di sviluppo del settore dei servizi** che contempra:

- la *messa a disposizione di risorse dedicate* per effettuare gli investimenti necessari ad un upgrade tecnologico ed innovativo;
- la possibilità di *accedere* anche ai *bandi per la formazione degli imprenditori e degli addetti* per attuare così la necessaria crescita del capitale umano che nelle imprese di servizi rappresenta praticamente il cuore nelle imprese stesse;
- la *previsione di bandi per investimenti* più tradizionali quali *acquisto di beni strumentali, arredi, attrezzature, rifacimento impianti, piccole opere murarie, ecc.*



Da ultimo, ma non per importanza, un tema che riguarda il **settore della sanità** e, trasversalmente, molte imprese rappresentate da Confcommercio.

La Corte costituzionale ha confermato la parziale legittimità del **meccanismo del *payback***, che impone alle aziende che riforniscono di dispositivi medici le Regioni e i loro sistemi sanitari di concorrere allo sfioramento dei tetti di spesa.

Difronte a ciò, il comparto rappresentato dalla nostra associazione entra in una crisi drammatica, con conseguenze dirette sull'occupazione e soprattutto sulla salute dei cittadini.

Le numerose aziende umbre, per lo più piccole e piccolissime, non sono in grado di sostenere le richieste di recupero previste dal meccanismo del *payback*, correndo così il forte rischio di chiusura e/o fallimento. Questo comporterebbe l'impossibilità di continuare a provvedere a quelle forniture di materiali (anche salvavita) come fatto fino ad oggi, con conseguenze facilmente immaginabili per tutti i cittadini, in modo particolare i più fragili.

Si chiede quindi alla Regione di farsi parte attiva per la soluzione di questa problematica.

GRAZIE

