

COMUNICATO STAMPA

CNCC IN COMMISSIONE PARLAMENTARE PER LA SEMPLIFICAZIONE

Le proposte dell'Associazione dell'Industria dei centri commerciali: maggiore flessibilità per temporary store e modifiche merceologiche, semplificazione delle vendite straordinarie, intervento su disparità tra commercio fisico e on-line

Milano, 3 dicembre 2021 – Si è tenuta ieri l'audizione dei rappresentanti del CNCC-Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali in Commissione Parlamentare per la semplificazione, in merito all'indagine conoscitiva sulla semplificazione delle procedure amministrative connesse all'avvio e all'esercizio delle attività di impresa.

Un'occasione importante per l'Associazione dell'Industria dei centri commerciali per **contribuire ad un rafforzamento della competitività di un settore chiave come quello del commercio al dettaglio**, che rappresenta il maggiore settore dell'economia non finanziaria in Italia che incide con il 5,6% del valore aggiunto prodotto e con l'8,6% della forza lavoro.

Un primo aspetto messo in luce ha riguardato l'esigenza di una **maggiore flessibilità per le autorizzazioni in caso di variazione del settore merceologico** (ad esempio, da alimentare a non alimentare e viceversa), spesso condizionate da molteplici vincoli e procedimenti: secondo il CNCC, il processo autorizzativo dovrebbe semplificarsi con una singola comunicazione alle autorità competenti con il solo fine di illustrare il nuovo assetto delle superfici, rendendolo molto più agevole l'iter e favorendo una maggiore flessibilità e dinamicità dell'offerta.

Stessa logica dovrebbe essere seguita per modificare alcune tipologie di locali quali, ad esempio, i servizi dedicati alla salute o altri da inserire al posto di commercio al dettaglio e viceversa.

Anche la possibilità di aumentare la superficie all'interno dei centri commerciali riservata alle **attività temporanee nei mall** dal 5% al 10% per un limitato periodo temporale, senza la necessità di richiedere formali autorizzazioni all'ampliamento o l'adeguamento dei parcheggi, è considerata dall'Associazione una valida opportunità a sostegno del commercio.

Inoltre, la necessità di garantire le medesime condizioni tra gli operatori del commercio fisico e on-line continua ad essere un aspetto cruciale e il CNCC ha ribadito la necessità di **eliminare i vantaggi competitivi, non solo in termini di costi e tassazione, di cui attualmente gode l'e-commerce** e, in particolare, le grandi piattaforme on-line.

Si ricorda, infatti, che mentre il commercio on-line può organizzare in qualunque momento dell'anno vendite promozionali e saldi, lo stesso non avviene per un qualsiasi esercente che opera in un negozio fisico. Si tratterebbe, pertanto, di estendere questa prassi in un'ottica di liberalizzazione delle promozioni e di semplificazione della disciplina delle vendite straordinarie, permettendo anche al commercio fisico di operare degli sconti (in media del 20-30%) su prodotti, senza vincoli temporali, a seconda dell'andamento delle vendite. Un intervento in tal senso, alla luce della ripresa dell'economia del Paese, non solo contribuirebbe a risolvere alcune importanti asimmetrie tra le due forme di commercio, ristabilendo uno scenario competitivo più equo, ma costituirebbe uno stimolo importante per i consumi interni con evidenti ricadute positive sul gettito fiscale.

Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali

Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC) è un'Associazione che riunisce in un unico organismo trasversale tutti gli stakeholders, quali le proprietà, le società di servizi e selezionati retailers, collegati all'Industria dei centri commerciali, dei parchi commerciali e dei Factory Outlets, costituendo l'unica realtà rappresentativa del settore.

Sono 1.260 i poli commerciali presenti sul territorio nazionale che, con i loro 40.000 negozi (di cui 7.500 a gestione unifamiliare), registrano 2 miliardi di presenze annue. Particolarmente importante il volume d'affari totale dell'Industria dei Centri Commerciali che con i suoi 139,1 miliardi di euro (dato 2019) ha un'incidenza sul PIL italiano pari al 7,5% (dato 2019). Dal punto di vista occupazionale, nell'Industria sono occupati fra personale diretto, indiretto e indotto 780.000 persone (dato 2019).

Per ulteriori informazioni:

Image Building

Cristina Fossati, Anna Pirtali, Valentina Corsi

cncc@imagebuilding.it

+39 02 89011300