

## Botteghe sempre aperte

*“Libera domenica in libero stato” è lo slogan coniato dal Foglio per la sua campagna, avviata a febbraio, sulla liberalizzazione degli orari e dei giorni di apertura delle attività commerciali. Economisti e operatori del settore ci hanno spiegato che una piccola grande deregulation come questa ci consentirebbe di recuperare un po' di crescita e occupazione perse per strada. Il ministro del Turismo, Michela Vittoria Brambilla, in un'intervista al Foglio aveva promesso che avrebbe sostenuto questa battaglia nel governo. Così è stato e, al momento, nella manovra correttiva dei conti pubblici, un guizzo liberista c'è.*



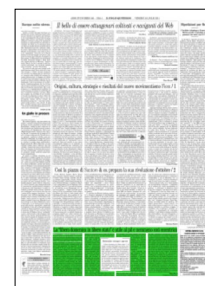
## La "libera domenica in libero stato" è utile al pil e nemmeno così eccentrica

Al direttore - Con la manovra in corso d'approvazione in Parlamento, e in particolare con la misura che liberalizza in via sperimentale orari e giorni di apertura delle attività commerciali nelle città d'arte e in quelle turistiche, il governo ha tenuto il commercio nella giusta considerazione. Ma non è solo questione "di categoria": in Italia infatti il 76 per cento dei consumatori vuole i negozi aperti la domenica. Anche perché, di per sé, il 56 per cento degli operatori medio-grandi del commercio continua a registrare buone performance nonostante la crisi; in proposito mi preme sottolineare che proprio i dati Confimprese fanno capire che la tendenza è positiva non soltanto per gli operatori medio-grandi, ma anche per il commercio a catena e il franchising. Gli ultimi due Rapporti sull'occupazione Confimprese sottolineano la buona tenuta del retail: i soci Confimprese prevedono di creare 5.370 nuovi posti di lavoro nel 2011 e di aprire 1.152 punti vendita in tutta Italia, pari al più 28,2 per cento sul 2010. Questi dati sono utili per dare la misura di come e quanto il commercio sia in grado di generare valore per il paese, ma non devono spingerci a sedere sugli allori, vista anche la congiuntura economica internazionale. Non solo: oltre a essere popolare e necessaria, come ha giustamente sostenuto il Foglio nella sua campagna "libera domenica in libero stato", la norma introdotta dal governo è tutt'altro che eccentrica. Nel 2010, stando alle stime di Cgia, sono quasi 3 milioni i lavoratori dipendenti che hanno lavorato almeno una domenica al mese; poco più di 2 milioni, invece, quelli che lo hanno fatto addirittura due o più volte in un mese. Per questo motivo la mano-

vra correttiva dei conti pubblici che unisce giovani, commercio e città d'arte è un passo importante per sostenere la crescita economica, la creazione di nuovi posti di lavoro, la reputazione, l'immagine, il value for money per il consumatore.

Sono convinto che una maggiore libertà d'impresa possa incentivare i consumi, aumentare l'occupazione, stimolare la produzione industriale, creare ricchezza per esercenti e lavoratori. E abbassare i costi dell'intera filiera, perché ad aumentare sono solo i costi variabili, in particolare quelli del personale. Nei giorni di festa e nelle ricorrenze i turisti, e non solo, spendono e favoriscono la crescita del commercio, ma anche dell'indotto, creando occupazione. Ben venga, dunque, la manovra governativa volta a valorizzare una fetta vitale dell'economia del nostro paese. Ben vengano misure atte alle liberalizzazioni radicali, alla riduzione della burocrazia, alla creazione di una maggiore flessibilità del sistema. L'apertura domenicale dei negozi è uno dei tanti cambiamenti necessari per stare al passo con i tempi e rispondere alle rinnovate esigenze del consumatore. Confimprese sostiene che per tutelare il valore del lavoro e la libertà d'impresa occorre rimuovere vincoli e laccioli non più ragionevoli nell'epoca in cui gli acquisti possono essere fatti in modo virtuale su Internet e televisione, 7 giorni su 7 e 24 ore al giorno. Auspico quindi che la manovra, che oggi stesso sarà licenziata dal Senato per tornare alle Camere, possa rapidamente concludere il suo iter, decretando un ulteriore e concreto passo verso la libertà d'impresa.

**Mario Resca**  
Presidente Confimprese



*Al direttore - In Italia uno tra gli sport più diffusi è la richiesta di una maggiore liberalizzazione del commercio, dimenticando che il settore è già liberalizzato dal 1998. E poco importa che l'Antitrust segnali, invece, che sono poste, ferrovie, banche, assicurazioni e servizi pubblici locali, le aree che hanno bisogno di nuove e più moderne regole per la concorrenza. Fatta questa premessa la contrarietà di Confcommercio al provvedimento sulla liberalizzazione degli orari dei negozi si fonda su tre ragioni: assenza di concertazione con le parti sociali; deficit di competenza (la materia è demandata agli enti locali); mancanza di necessità reale della norma (vige ormai un sistema di deroghe ampiamente utilizzato da tutti gli operatori). E mi pare che su questo non ci sia nessun "lavorio sotterraneo" da parte delle associazioni di categoria. Infatti, in un'audizione al Senato, il portavoce di Rete Imprese Italia ha chiesto lo stralcio di questo provvedimento che va in direzione opposta al federalismo da tutti invocato.*

**Sergio De Luca, direttore centrale comunicazione e immagine di Confcommercio**

