



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

OSSERVAZIONI AL DISEGNO DI LEGGE: “DISCIPLINA DEGLI ORARI DI APERTURA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI”

L'apertura libera dei negozi rappresenta l'unica effettiva e reale liberalizzazione intervenuta dopo il periodo delle cosiddette lenzuolate Bersani. Un qualunque passo indietro rispetto alla totale e completa libertà di apertura rappresenterebbe, quindi, una restaurazione inaccettabile e anacronistica, indicativa di una incapacità di progredire verso un libero mercato, svincolato da restrizioni e regole assurde che certo non perseguono l'interesse dei consumatori.

Innumerevoli sondaggi, infatti, dimostrano che la stragrande maggioranza dei cittadini è favorevole a questa liberalizzazione. A titolo di esempio, si cita quello commissionato nel 2011 all'Ipsos dal Governo stesso, ministero del Turismo, con il 76% degli italiani favorevoli alla possibilità di poter aprire la domenica e nei giorni festivi e con il 71% degli intervistati che era d'accordo ad estendere il provvedimento a tutti i comuni italiani (all'epoca era riservato solo ai comuni a vocazione turistica). Una fonte che si spera sia considerata *super partes*. Dati confermati da tutti i sondaggi successivi, anche recenti.

Le modifiche proposte, inoltre, dimostrano una concezione non liberale dello Stato. Il Parlamento, infatti, dovrebbe limitarsi a legiferare per regolare i rapporti tra gli uomini, a fronte di un conflitto, per dirimerlo, garantendo la pacifica convivenza tra i consociati e non intervenire a priori, limitando la libera iniziativa economica (art. 41 Cost.) e le sfere di libertà nelle quali si autodetermina lo sviluppo della personalità dell'individuo (art. 2 Cost.). Tanto più laddove l'utilità sociale è proprio in direzione di una maggiore e non certo minore apertura dei negozi. Non c'è alcun conflitto tra commerciante, libero di aprire quando vuole, e consumatore, libero di andare a fare acquisti quando più lo desidera.

Rispetto ai lavoratori, spesso usati in modo strumentale, è evidente che, in questo periodo di grave disoccupazione, negozi più aperti sono sinonimo di mantenimento dei livelli occupazionali e, anche, di nuova occupazione e di contratti di lavoro part-time di tipo verticale, ad esempio per il week-end.

A tal proposito si citano i dati di Federdistribuzione, secondo i quali la liberalizzazione degli orari, incrementando mediamente le ore lavorabili del 5% e determinando maggiore livello dei salari erogati pari a 244 milioni su base annua, ha reso necessario coprire queste ore lavorabili con nuovo personale, 2.500 nuove assunzioni part time. Dati che portano Federdistribuzione a stimare, per l'intero settore della Distribuzione Moderna Organizzata, 400 mln

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

annui di maggiori salari erogati e 4.200 nuove assunzioni.

Anche per i dipendenti già assunti, aumentare le ore di apertura dei negozi risponde alla loro impellente necessità di poter fare straordinari per arrotondare uno stipendio che non consente più di arrivare a fine mese. Insomma, interesse del lavoratore non è certo la riduzione dell'offerta di lavoro, ma il contrario. Negozi più aperti non sono sinonimo di sfruttamento ma di stipendio maggiore.

Rispetto all'ipotesi di possibili prevaricazioni nei confronti dei dipendenti, costretti a lavorare loro malgrado, è evidente che per risolvere eventuali eccezioni non si può modificare una norma generale, che risponde alla fisiologia del mercato, danneggiando la collettività, per risolvere singoli episodi patologici: sarebbe ben assurdo che in epoca di riforme del mercato del lavoro sulla flessibilità anche rispetto alla possibilità dell'imprenditore di poter licenziare più facilmente, si impedisse poi a quello stesso imprenditore di aprire la sua azienda quando preferisce, solo perché il legislatore o i sindacati non sono in grado di regolare il rapporto facendo rispettare il diritto del dipendente alle ferie, ad avere un orario di lavoro congruo e rispettoso della dignità umana, al sacrosanto riposo settimanale.

Le anomalie e le eccezioni in tal campo vanno perseguite con strumenti propri, peraltro già esistenti, e i diritti dei lavoratori vanno fatti valere nelle sedi preposte (a livello di contrattazione o Ispettorati del lavoro). Semmai, il legislatore, se questi meccanismi non funzionassero, dovrebbe intervenire regolando meglio i diritti dei lavoratori e le loro tutele, non l'apertura dei negozi.

I negozi più aperti, al di là del fatto che la stragrande maggioranza di questi sono a conduzione familiare, non sottintendono lo sfruttamento del lavoratore. Ecco perché, se è questo il problema che si pensa di dover risolvere, bisognerebbe intervenire sulle regole del mercato del lavoro, non su quelle del commercio, curando, cioè, la possibile patologia, non impedendo il normale e corretto funzionamento delle attività commerciali.

Sarebbe il colmo, insomma, se in un settore come quello della distribuzione, che richiederebbe urgenti misure di liberalizzazioni, invece di discutere dei passi avanti che sarebbero necessari per andare nella direzione di maggiore concorrenza, ci si attardasse a discutere di fare un passo indietro, revocando l'unica misura che in questi anni ha rappresentato un progresso. Invece di rimuovere barriere e vincoli, si cerca di reintrodurre i vecchi.

Ricordiamo, a titolo di esempio, tra le decine di misure che sarebbe urgente introdurre nel commercio, che questo è un paese nel quale, mancando la

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

definizione di prezzo anomalo, non si riescono a perseguire i truffatori che ingannano persone anziane, mentre in compenso è vietato vendere sottocosto (l'art. 1 comma 4 e 5 del DPR n. 218 del 6 aprile 2001 prevede, infatti, che non si possono fare vendite sottocosto per più di 3 volte all'anno, per una durata superiore a 10 giorni, per più di 50 prodotti, se non sono passati almeno 20 giorni dall'ultima vendita sottocosto, e, come se non bastasse, che lo si deve pure comunicare al sindaco!!!).

Dare al commerciante la libertà di scegliere quando aprire il suo negozio va incontro alla domanda dei consumatori, ossia alle loro diverse esigenze e necessità, soddisfa i loro gusti e bisogni, crea economie esterne, migliora l'allocazione delle risorse, aumenta l'efficienza del mercato e serve ad aumentare la concorrenza.

Prima della liberalizzazione c'erano interi categorie di persone, come i pendolari e i commercianti stessi, che erano impossibilitati a fare acquisti in settimana perché tutti chiudevano prima delle 20, spesso alle 19,30 o alle 19. Ma l'apertura di un punto vendita 24 ore su 24 o nei giorni di festa, al di là degli aspetti economici, rappresenta, in primo luogo, una comodità per le famiglie, un segno di modernità o forse dovremmo dire di normalità, considerato che negli altri paesi si può fare da tanti anni.

Oggi, nella società moderna, nelle economie avanzate, gli acquisti si fanno 24 ore su 24. Basti pensare all'e-commerce, la nuova frontiera degli acquisti, contro la quale i negozianti tradizionali devono poter competere, ad armi, se non pari, almeno non spuntate. Poter acquistare comodamente da casa, durante le feste, di notte, quando più fa comodo, quando si ha un momento libero, nei ritagli di tempo. E' questa la chiave del successo dell'e-commerce, a dimostrazione di come la flessibilità dell'orario di apertura e la comodità del negozio sempre aperto, la praticità, paga ed è un'esigenza sentita dal consumatore. In tal senso si allegano (cfr. allegato) alcuni dati sull'E-commerce e sulla crescita esponenziale del fatturato.

Una città chiusa, con le serrande abbassate, è una città senza vita, senza anima, poco appetibile. Per questo siamo favorevoli anche alle aperture domenicali e festive. D'altronde lo stesso legislatore, in passato, se ne rendeva implicitamente conto, distinguendo una normativa per i comuni belli, quelli a vocazione turistica e le città d'arte, privilegiati rispetto agli altri, ed una per i paesi "meno belli" e poco visitati, e quindi danneggiati e con meno diritti. Un distinguo, ovviamente, assurdo, discriminatorio, con lo Stato che dava le stelletto ai comuni per consentire maggiore libertà al commerciante.

E' evidente che il passaggio di questa competenza, in nome del principio di sussidiarietà, a Regioni o Comuni, non risolve il problema ma lo trasferisce

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di
consumatori in Italia. Diffusa
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del
Consumo e componente del
CNCU - Consiglio Nazionale
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione
sociale presso il Ministero del
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member

soltanto dal livello centrale a quello periferico. In pratica resta la vecchia concezione di uno Stato che, pur se federalista e meno centralista, attraverso le sue diramazioni, gli enti locali, continua ad occuparsi delle stesse identiche cose di prima, a legiferare troppo e sulle stesse materie, ad interessarsi di regole che andrebbero lasciate al libero incontro della domanda e dell'offerta, al libero mercato e alla libera iniziativa privata.

Credere ancora che dall'alto si possa, attraverso articoli, commi, decreti e norme attuative, regolare la vita del cittadino, dettando i tempi della sua vita, riuscendo a prevedere tutte le casistiche, in modo che tutto sia normato e pianificato è un esercizio di presunzione, oltre che una riduzione della sfera di libertà del cittadino e, dal punto di vista economico, un peggioramento nell'allocazione delle risorse.

La pianificazione, in questo ambito, c'è già stata, è quella che si aveva in precedenza e si è rivelata un fallimento. Le riunioni presso i Comuni, con gli scontri tra sindacati, commercianti e associazioni di consumatori, alla presenza del sindaco o dell'assessore al commercio, per decidere se poter far aprire una domenica in più, sono un capitolo passato che speriamo possa non riaprirsi, il simbolo di un'economia dirigistica che ha solo creato vincoli, aumentato la conflittualità: è evidente, infatti, che se sull'apertura del 1 maggio o del 25 aprile a decidere non è il singolo commerciante, sulla base di valutazioni commerciali, ma diventa una scelta politica del sindaco, è inevitabile che si aprano polemiche, da una parte e dall'altra. E stesso discorso si potrebbe fare per la scelta di aprire durante le festività religiose.

Qualunque imposizione statale, in un senso o nell'altro, finirebbe per essere una scelta etica, da Stato etico, o irrispettosa dei valori cristiani o, viceversa, irrispettosa dei principi della laicità dello Stato. La neutralità rispetto a questa questione, invece, ossia la separazione tra la sfera politica e quella religiosa, personale, demandata alla scelta del singolo commerciante, garantisce il pluralismo ed il diritto di libertà. Ogni singolo commerciante, in relazione alle sue convinzioni, secondo un principio di libertà e di autonomia intellettuale e morale, sceglie, in base al proprio progetto di vita ed in base al valore dell'autodeterminazione, se restare aperto a Natale oppure no.

Al di là della difesa corporativa delle associazioni di categoria dei commercianti, che semplicemente temono che i loro aderenti si facciano la guerra, i commercianti, quelli veri in carne ed ossa, sono ben contenti di poter aprire il negozio quando vogliono, e, perché no, di poterlo anche chiudere prima.

Libertà di aprire, infatti, significa anche libertà di chiudere. Non si capisce perché nelle polemiche intervenute in questi anni sulla liberalizzazioni degli orari si sia sempre parlato esclusivamente della maggiore apertura e non della

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

minore apertura. Anche ridurre gli orari può significare un'allocazione più ottimale delle risorse: mamme commercianti felici di poter chiudere prima la mattina per poter andare a prendere i figli a scuola e poter fare un po' di più le casalinghe. Negozianti che, in questo periodo di crisi, non vendendo nulla in certe fasce orarie, invece che passare il tempo in noiosa ed inutile attesa, hanno ridotto gli orari di apertura ai periodi di maggiore afflusso e così via. In tal modo possono occupare il tempo in modo più efficiente e produttivo.

In conclusione, una città a misura d'uomo, significa poter ridisegnare i nostri orari, diversificarli, renderli più flessibili, secondo le nostre necessità personali. Poterlo fare sul lavoro, nelle scuole e nei negozi, vuol dire avere una città ed una vita più a misura delle nostre esigenze, oltre che strade meno intasate da persone che si spostano tutte nello stesso momento per fare le stesse identiche cose, con vantaggi indubbi per la collettività, anche in termini di riduzione di traffico e di inquinamento.

Ecco perché il legislatore non dovrebbe intromettersi, se non per consentire maggiore libertà e margini di manovra, ad esempio liberalizzando le vendite sottocosto: la concorrenza si realizza con un numero alto di negozi che operano nel settore, se c'è perfetta informazione e trasparenza e se c'è perfetta mobilità dei fattori. Ed il primo fattore a dover essere mobile è proprio il consumatore, che deve passare da un negozio all'altro, premiando il commerciante più bravo e abbandonando quello che pratica i prezzi più alti o vende merce di minore qualità. In queste condizioni il mercato diventa più efficiente, i prezzi si abbassano ed il consumatore spende meno.

Ebbene, la mobilità del cliente è certamente favorita da una diversificazione degli orari. Troppi italiani vanno sempre nel solito negozio, magari sotto casa o nel solito supermercato, magari solo perché più vicino. E' uno sbaglio. Il confronto dei prezzi è fondamentale per risparmiare. Trovare l'esercizio sotto casa già chiuso può far scoprire al consumatore un commerciante più onesto, magari 300 metri più in là o anche solo un negoziante più competente, capace di dare consigli migliori.

* * *

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Rispetto al ddl attualmente in discussione, nessuna proposta sembra accettabile dal punto di vista del consumatore. Né la solita trovata burocratica e formalista che, per restare aperti, bisogna perdere tempo per darne preventiva comunicazione al sindaco, né la logica di vietare 12 date, salvo poi concedere 6 deroghe (e perché non 8 o 4 ?), né la solita esigenza di moltiplicare le competenze e le sovrapposizioni, per cui bisogna attendere l'ennesimo decreto attuativo, tanto per cambiare, di qualche ministero, in questo caso dello Sviluppo economico, previo parere, ovviamente, di qualcuno, nella

Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori
twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

fattispecie l'Anci. Insomma la solita complicazione, burocratica e statalista.

Gli accordi territoriali, poi, non si capisce quale utilità abbiano e perché debbano essere fatti, non essendo vincolanti e non potendo derogare alle nuove restrittive norme proposte. Accordi che ripropongono il vecchio superato e fallito schema di consultazione (organizzazioni dei commercianti, lavoratori e consumatori), riunioni dove si sa già ora perfettamente cosa ognuno andrà a dire, visto che lo hanno detto per anni.

Bizzarro e paradossale, poi, appare il ricorso alla consultazione della popolazione residente: da un lato ci si rivolge al popolo sovrano, dall'altro si stabilisce a priori, per legge, che il popolo non conta nulla, sia perché l'accordo non è vincolante, sia perché i cittadini non possono decidere nulla di quello che vorrebbero, ossia negozi aperti 365 giorni all'anno, dato che non si può derogare all'art. 3, comma 1, lettera d-bis del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223 nella sua nuova formulazione.

Assurdo e del tutto inutile anche l'osservatorio regionale, che non si capisce cosa debba osservare, visto che ci sono già decine di anni di osservazioni rispetto alla situazione precedente alle liberalizzazioni, che ora si ripropone di restaurare in modo esattamente identico e con la stessa formula e schema, come le convocazioni della parti presso il Comune.”

In conclusione: inutili complicazioni per una cosa che sarebbe tanto semplice lasciare così com'è....

Roma, 13 aprile 2016

Mauro Antonelli

Centro studi UNC

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it
sicurezzalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori
 twitter.com/consumatori



UNC
CONSUMATORI.IT

ALLEGATO: FATTURATO E-COMMERCE

Tabella: Fatturato E-commerce (dati in milioni di euro)

	Fatturato Tot	Turismo	Abbigliamento	Informatica	Assicurazioni	Editoria
2006	4107	1889,22	123,21	410,7	369,63	82,14
2007	5032	2666,96	150,96	503,2	402,56	100,64
2008	5754	3049,62	230,16	575,4	460,32	115,08
2009	5772	3001,44	346,32	577,2	461,76	173,16
2010	6779	3525,08	542,32	677,9	610,11	203,37
2011	8081	3878,88	808,1	808,1	808,1	242,43
2012	9565	4304,25	1052,15	956,5	1052,15	286,95
2013	11305	4748,1	1469,65	1243,55	1130,5	339,15
2014	13278	5311,2	1858,92	1593,36	1195,02	398,34

Via Duilio 13
00192 Roma
info@consumatori.it
Tel. 06 32 60 02 39
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583
P.IVA 09840461009

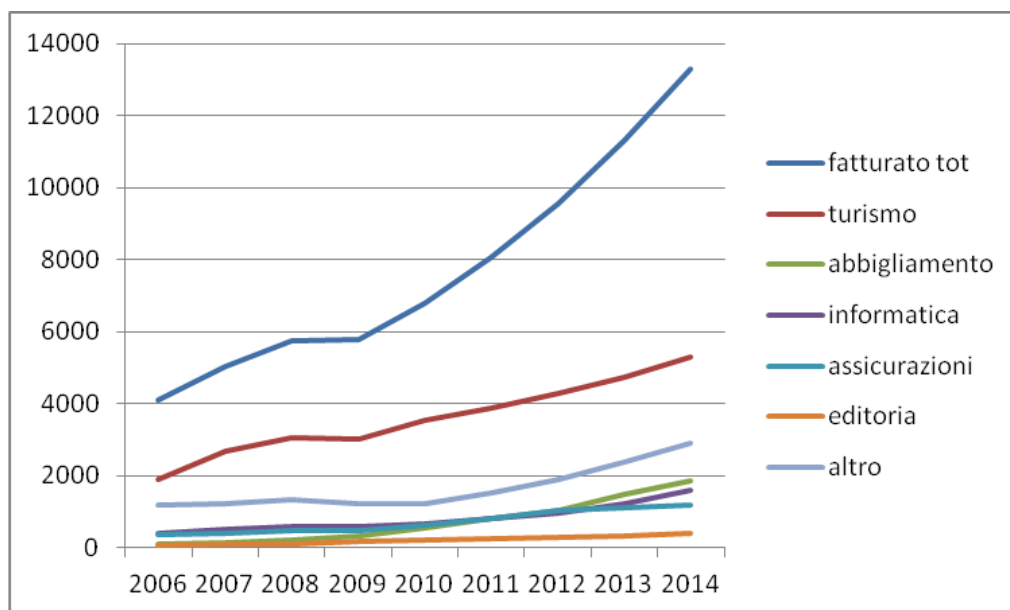
Fonte: dati "Osservatorio eCommerce B2c" elaborati da Unione Nazionale Consumatori

Unione Nazionale Consumatori
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.



Seguici

consumatori.it
sicurezzaalimentare.it

classaction.it
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori
twitter.com/consumatori