



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

MANDAMENTO PERUGIA E COMPENSORIO

ELEZIONI AMMINISTRATIVE 2024

LE PROPOSTE DI CONFCOMMERCIO MANDAMENTO PERUGIA

Via Settevalli 320, 06129 Perugia
Tel. 075.506711-5067184
perugia@confcommercio.umbria.it
www.confcommercio.umbria.it

PREMESSA E SCENARIO

Il Terziario per le città Pag. 2-3

IL METODO

La concertazione Pag. 4

Innovazione urbana, Smart City
e utilizzo dei dati Pag. 4-5

LE RICHIESTE

Centro storico Pag. 6-7

Periferia Pag. 7-8

Assessorato al Terziario
e al Centro Storico Pag. 8-9

Turismo Pag. 9-10

Eventi e manifestazioni Pag. 10-11

Tasse e Tributi locali Pag. 11

Abusivismo Pag. 12-13

Sagre Pag. 13-14

Sicurezza Pag. 14

Politiche sociali Pag. 14-15

PREMESSA E CONTESTO

IL TERZIARIO NELLE CITTÀ

Anche in Umbria **le città sono un elemento trainante del processo di crescita** e di sviluppo, in esse l'occupazione è cresciuta di circa il 10%.

Le città producono servizi, sono motori di crescita e di sviluppo, anche in chiave turistica, e sono i **“laboratori” dell'innovazione**.

Nelle città vive oltre il 50% della popolazione (nel 2030 tale quota salirà al 75%), viene prodotto più del 50% del Pil e viene consumato circa il 90% delle risorse prodotte. Questo deve rafforzare le politiche per le città e deve informare le azioni di chi le amministra.

In questo contesto, la sfida resta quella di **ripensare le città come spazi densi di relazioni produttive e sociali**, in cui ci si senta sicuri e dove sia fondamentale l'attenzione alla sostenibilità. Con un approccio al territorio integrato e dal basso, che tenga insieme le **ragioni della vitalità economica, della riqualificazione ambientale e del miglioramento della qualità della vita**.

In **Umbria**, come in Italia, **le città ospitano il 70% delle attività del terziario** (commercio, turismo e servizi): qui si concentra una analoga percentuale della domanda di mobilità, a fronte di una dotazione infrastrutturale spesso insufficiente.

Oggi più che mai **il tema della mobilità urbana diventa strategico per lo sviluppo della città**, ed è per questo che occorre superare la logica degli interventi emergenziali che hanno caratterizzato il recente passato.

La strada che si dovrebbe perseguire, invece, è **potenziare una strategia di intervento di medio – lungo periodo nel campo della mobilità urbana, delle persone e delle merci**, che sappia integrare le politiche settoriali dei trasporti con quelle più generali relative alle modalità d'uso del territorio.

Il Comune di Perugia rappresenta un territorio dalle diverse specificità ancora non espresse al massimo. Perugia ha tutte le caratteristiche per **tornare ad essere luogo in cui si produce ricchezza**, a patto di agire in una visione integrata che metta insieme tutte le funzioni urbane, creando così effetti moltiplicatori, in una ottica di gestione condivisa tra pubblico e privato della città.

Per farlo, **occorre una ulteriore accelerazione verso politiche di sviluppo sostenibile**.

Confcommercio Mandamento di Perugia ha il dovere, oltre che il diritto, di porre

all'attenzione delle Istituzioni e di chi si candida a governare la città **le proprie considerazioni e valutazioni sul futuro del territorio, sulle strategie di sviluppo sostenibile**, sull'utilizzo delle risorse finanziarie e del patrimonio pubblico, sulle priorità degli investimenti, sulla ripartizione dei nuovi fondi comunitari di sostegno alle imprese, sull'efficienza ed efficacia della gestione pubblica dei servizi.

Di seguito, dunque, **le nostre richieste**, partendo da alcuni **temi e questioni strategici per il nostro territorio**, per aprire un confronto sia sulle criticità che sui punti di forza, ed intraprendere **percorsi partecipati che portino a soluzioni condivise**.



IL METODO

LA CONCERTAZIONE

Chiediamo in primis **regole strutturate di relazione e confronto tra nuova Amministrazione comunale ed Associazioni di rappresentanza delle imprese.**

Ci aspettiamo pertanto che **qualsiasi atto di programmazione abbia i caratteri dell'integrazione tra pubblico e privato**, smarcandosi rispetto a quanto avvenuto finora inclusa l'Agenda Urbana, in vista di una visione aperta, inclusiva e stimolante e sfruttando le risorse in arrivo come una grande occasione per il rilancio urbano del nostro territorio.

Il sistema economico cittadino è composto prevalentemente da imprese di piccole dimensioni del terziario, ed è per questo che Confcommercio è l'associazione più rappresentativa di questo territorio.

Insieme ad altre organizzazioni datoriali, pur nel rispetto della propria autonomia, **Confcommercio chiede l'avvio di un Patto di Consultazione interassociativo** finalizzato all'implementazione di un vero sistema di concertazione, che vada oltre la semplice partecipazione che ha caratterizzato fino ad oggi il rapporto con l'Amministrazione, ovvero mera comunicazione di scelte già fatte e maturate.

È necessario che la politica passi alla **co-progettazione pubblico-privato**, partendo dalla **definizione congiunta delle priorità e dalla condivisione a monte delle scelte strategiche per il territorio**. Lavorare congiuntamente come organizzazione su questo obiettivo è strategico per il futuro di Perugia e, conseguentemente, delle nostre imprese.

UTILIZZO DEI DATI, INNOVAZIONE URBANA E SMART CITY

La visione di Confcommercio Mandamento di Perugia è quella della **"città come fabbrica di servizi"**.

La dimensione immateriale assume nelle città un ruolo fondamentale: **è il terziario**, dal commercio al turismo ai servizi tradizionali e innovativi, **che nelle città produce reddito, occupazione, benessere.**

Le città producono servizi e generano a loro volta domanda di servizi, sia alle imprese che alle persone. E i servizi sono un tutt'uno con la città, che ne diventa fattore di produzione unico e non riproducibile.

Ecco che **occorre quindi pensare alle cc.dd. Smart Cities**, non solo in termini di grandi investimenti infrastrutturali o industriali ma anche come modello di valorizzazione del territorio urbano.

Puntare allo sviluppo delle Smart Cities significa infatti mettere insieme città, imprese e cittadini con l'unico obiettivo di migliorare la qualità della vita attraverso l'ideazione di soluzioni integrate basate sull'utilizzo dell'ICT.

Le azioni idealmente costituite da **un progetto sulle Smart Cities** nascono dalla fusione di due forme di investimento: quelle di sistema ad opera degli enti pubblici e quelle poste in essere dalle imprese, da cui scaturiscono servizi positivi per i cittadini residenti, turisti ed utenti in genere, che devono **tradursi in qualità della vita, maggiori servizi, più informazioni, sostenibilità ambientale, semplificazione** e maggiori opportunità di accesso al mercato.

In tale contesto ed in vista delle prossime modifiche al T.U. del commercio, **l'ecosistema costituito dal tessuto imprenditoriale in ambito urbano può e deve assumere le forme di un vero e proprio distretto urbano del commercio (DUC)**, sulla falsariga di quanto già sperimentato con successo in altri contesti.

I luoghi del commercio, incastonati nel patrimonio architettonico e artistico delle nostre città d'arte, possono diventare l'elemento portante ed emblematico per realizzare le Smart cities all'italiana: luoghi dove sperimentare nuove tecnologie come le reti mobili di nuova generazione e i contenuti digitali, la sensoristica per i vari monitoraggi (ambientale, dei flussi, del traffico, della sicurezza, ecc.), i sistemi innovativi di illuminazione, le fonti energetiche alternative.

I Distretti Urbani del commercio possono diventare luoghi di sperimentazione perenne di nuove soluzioni tecnologiche, trasformando le aree commerciali più interessanti in veri e propri living labs urbani.

Occorre che la nuova Amministrazione spinga fortemente sul tema dell'innovazione, anche tecnologica, una delle poche leve per agganciare la ripresa economica regionale. Un'innovazione legata sempre di più al mondo del terziario, come ormai riconosciuto in molti atti di programmazione regionale, quindi di processo, di format ed organizzativa.

È per questo che **occorre sfruttare i dati per una programmazione delle città data driven**.

I dati diventano uno strumento indispensabile per programmare e fare le scelte giuste in ambito urbano, ma per farlo occorre un provider che fornisca i dati, una adeguata sensoristica cittadina che ne arricchisca i contenuti, una piattaforma di elaborazione in grado di restituire dashboard in tempo reale e profili tecnici adeguati a governare tutto il processo.

Si tratta di **investimenti indispensabili se si vuole uscire dall'autoreferenzialità** e si vogliono prendere decisioni ponderate su elementi oggettivi.

Inoltre, gli stessi dati possono essere utilizzati per orientare le imprese e le loro reti o aggregazioni verso scelte consapevoli anche in ordine alla promozione ed all'offerta sul mercato che deve essere sempre più profilata sul consumatore reale.

Anche il **Comune di Perugia deve giocare un ruolo in questo senso**, ad esempio con il proprio **Digipass**, che diventa un importante interlocutore per le Associazioni che, come Confcommercio, operano da tempo sul fronte dell'animazione digitale e del supporto nei processi di trasformazione delle piccole imprese: pertanto ne auspichiamo in tempi brevi una ramificazione sul territorio.

LE RICHIESTE

CENTRO STORICO

Perugia ed il suo centro storico sono un patrimonio da preservare e rilanciare e i servizi, in primis il commercio, giocano un ruolo fondamentale in questa partita.

Ecco perché occorre **vincere un pregiudizio di fondo**: spesso le Amministrazioni vivono il commercio solo come vincoli, luminarie del Natale, orari, varianti al PRG e volumetrie. In realtà **il commercio è molto di più**: sicurezza, coesione, attrattiva urbana, animazione, occupazione, innovazione, ecc.

Per questo **le imprese vanno aiutate a restare sul mercato anche con incentivi indiretti**, per esempio con la fiscalità locale laddove occorra mantenere o reintegrare alcune funzioni che si sono perse ma anche incentivare la creazione di nuove imprese.

Confcommercio Mandamento di Perugia ritiene **fondamentale considerare il centro storico come risorsa vitale e strategica per l'intera città** e, in base a tale assunto, le priorità sono:

- **progettazione integrata in linea con la filosofia dei Quadri Strategici di Valorizzazione (QSV)**. Il centro storico va pensato non in termini di sola riqualificazione edilizia (contenitori) o solo come luogo degli eventi, ma come **mix di funzioni**: servizi, residenzialità, turismo, cultura, coesione sociale.

Gli interventi devono essere complessivi, integrando tutte le riflessioni: mobilità, sosta, trasporto pubblico, opere strutturali ed infrastrutturali, servizi pubblici e privati a residenti e turisti, uso degli spazi pubblici, promozione e marketing, immagine e comunicazione, sicurezza, coesione, reti di imprese, ecc.;

- superare l'attuale strabismo dilagante per cui con un occhio si è guardato con attenzione alle criticità del centro storico e con l'altro si sono fatte politiche (commerciali, residenziali, funzionali, ecc.) della città fuori dai centri stessi che spesso sono totalmente antitetici con le prime;
- **definire un atto di programmazione condiviso**. La legge regionale 10/2014 ed il Regolamento regionale 1/2018 prevedono che i Comuni, al fine di migliorare la funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali, adottino un atto di programmazione dopo aver valutato le caratteristiche e le tendenze della distribuzione commerciale, nel rispetto del regolamento e dell'atto di indirizzo regionale e previa concertazione con le categorie interessate. In fase di progettazione e di realizzazione degli interventi Confcommercio rivendica il ruolo di partner qualificato.
- **individuare nel Piano Regolatore comunale le aree c.d. "sature"**, tenuto conto delle condizioni di sostenibilità ambientale, dello stato delle infrastrutture, della logistica e della mobilità. Ed occorre individuare aree c.d. "destinabili" alla

potenziale localizzazione di medie e grandi strutture di vendita: in sostanza, il Comune deve dotarsi della cornice amministrativa necessaria che comprende analisi e scelte di programmazione e l'eventuale indicazione di criteri qualitativi, passando per l'adeguamento dello strumento urbanistico condotto attraverso opportune limitazioni e con le specifiche procedure del governo del territorio.

Strettamente connesso al tema della rivitalizzazione del centro storico vi è quello delle **politiche residenziali**, perché la città vive se al suo interno vivono residenti. **Non basta la città degli eventi o dei beni storico-artistici che si accende e si spegne come un presepe** ma, per essere appetibile commercialmente e turisticamente, occorre che un centro storico sia pulsante e vitale 365 giorni l'anno. Per questo vanno pensate una serie di **politiche di sostegno e supporto al mantenimento della residenzialità esistente e al suo incremento**.

Proponiamo dunque, nello specifico, che la nuova Amministrazione preveda **esenzioni TARI e IMU per i primi tre anni per coloro che, essendo già residenti da almeno 5 anni nel Comune, trasferiscono la propria residenza in centro storico**.

Sotto il profilo strettamente commerciale, va fatto un lavoro intelligente di **analisi dell'attuale rete degli operatori del centro storico**, per valutare la qualità e l'articolazione del mix merceologico offerto e capire se sia opportuno o meno intervenire con alcuni strumenti che, da un lato, sostengano il ritorno di merceologie carenti, funzionali ai fabbisogni di residenti, utenti e turisti, e, dall'altro, aiutino a mantenere i servizi esistenti qualora la loro permanenza sia messa in discussione dalle difficoltà di contesto.

Proponiamo in questa ottica:

- **ACCORDO QUADRO PER L'APPLICAZIONE DI CANONI CALMIERATI:** che prevede per gli immobili di categoria commerciale (C1), sfitti da almeno 6 mesi, riduzioni delle aliquote IMU E TASI;
- **CONTRIBUTI IN CONTO CAPITALE** per le imprese del commercio e del terziario in generale che nel centro storico avviano nuove iniziative imprenditoriali.

PERIFERIA

L'attenzione al centro storico non deve sminuire l'importanza della periferia urbana, dove normalmente lavora una parte sostanziale degli operatori economici e vive la maggioranza dei residenti.

Il proliferare dei centri commerciali indebolisce il tessuto economico comunale in diversi modi: il centro storico perde il ruolo di luogo di incontro della comunità; le attività dei quartieri più densamente popolati soffrono la concorrenza delle grandi strutture, soprattutto se insediate negli stessi territori.

Sotto questo profilo:

- si ritiene opportuno **programmare politiche di rivitalizzazione** accanto a interventi per la qualità urbana e contro il degrado: dagli arredi alla pulizia, alla cura degli spazi verdi;
- è inoltre necessario **non ripetere gli errori del passato** che hanno visto, in taluni casi, lo sfruttamento della periferia **in termini di cementificazione e urbanizzazione sfrenata e disordinata**.

Al di là dei vincoli posti dalla normativa regionale sul governo del territorio, occorre sposare la tesi secondo cui **il territorio è un bene non ripetibile e non un bancomat per l'Amministrazione e che esso costituisce il principale fattore di produzione per un settore come il terziario che con il territorio vive in simbiosi**.

Nello specifico, occorre uscire dall'impostazione spesso in uso per cui il PRG è un atto di mero indirizzo, suscettibile di continue varianti, frutto delle richieste dei privati, che ne depauperano il valore ordinatorio di governo del territorio soprattutto quando si tratta di istanze relative ad insediamenti di dimensioni importanti aventi impatti sul territorio molto sensibili;

- tenuto conto che il regolamento attuativo del T.U. del commercio dispone espressamente un divieto, **è essenziale l'atto di indirizzo per l'insediamento delle nuove medie e grandi strutture di vendita**.

Questo permetterà di completare il quadro di riferimento a livello locale mettendo gli investitori in condizione di sviluppare il proprio business nella certezza del diritto.

Ad esempio **il progetto della nuova stazione Aeroporto-Collestrada, lungo la linea ferroviaria Foligno-Perugia-Terontola**, presentato nei giorni scorsi, ci vede d'accordo se si colloca in una strategia di potenziamento dei collegamenti dell'aeroporto umbro San Francesco d'Assisi con Perugia.

Ma non può e non deve diventare il pretesto per ampliare le superfici commerciali di Collestrada con nuove aperture. Su questo chiediamo una presa di posizione chiara da parte della prossima Giunta.

ASSESSORATO AL TERZIARIO E AL CENTRO STORICO

Il terziario di mercato, al netto della P.A. e dei servizi finanziari assicurativi, rappresenta ormai circa il 45% del PIL regionale (e nazionale).

Confcommercio vede nella terziarizzazione in atto uno scenario futuro dinamico e moderno. Con ciò non si vuole affatto disconoscere il fondamentale apporto garantito da agricoltura e industria, di cui si auspica una sempre consistente e qualificata presenza anche in Umbria.

Tuttavia **fatichiamo ancora a far decollare questi concetti chiave e nei soggetti decisori riscontriamo tuttora forme di resistenza**. Ne sono prova le **forti**

sperequazioni in termini di politiche dedicate, risorse economiche, capitale umano, collaborazioni e progettazioni che al manifatturiero e alla agricoltura sono riservati rispetto a quanto avviene per il terziario.

Manca una riflessione profonda e costante sulle dinamiche e sui valori identitari propri del terziario e questo non giova perché non permette ai soggetti decisori di elaborare proposte ed interventi mirati ed efficaci.

Si chiede pertanto di istituire l'Assessorato al Terziario e al centro storico, nel cui ambito confluiscano risorse umane e materiali dedicate al commercio, al turismo ed ai servizi di mercato. Sarebbe un atto importantissimo di riconoscimento e assimilazione di quella "identità di specie" che rende il settore meritevole di un'attenzione altrettanto specifica.

TURISMO

Il turismo rappresenta uno dei due motori autonomi dello sviluppo della nostra economia ed è l'unico settore che ha la capacità di creare benefici concreti per tutti gli altri comparti economici, avendo una dinamica assolutamente trasversale. Confcommercio Mandamento di Perugia chiede ai candidati di far proprio questo assunto e di lavorare in modo congiunto per **delineare l'identità turistica su cui la nostra città** deve puntare, ossia quella caratteristica che, da un lato, è meglio spendibile turisticamente e che, dall'altro, meglio rappresenta l'anima della città.

La sfida è pertanto quella di **lavorare per la creazione di un vero e proprio brand turistico di Perugia** e attuare **un'azione costante ed efficace di promozione-commercializzazione**, ovviamente nel contesto della più generale azione regionale che rimane l'imprescindibile cornice di riferimento per tutti.

A tal fine Confcommercio ritiene essenziale che il **Comune utilizzi le risorse derivanti dalla tassa di soggiorno a favore delle sopracitate iniziative** attraverso il metodo concertativo, che declini in modo chiaro la destinazione degli introiti.

Le caratteristiche proprie del comparto turistico, la sua trasversalità rispetto agli altri comparti economici ed i suoi effetti incrementali rispetto agli andamenti economici territoriali, i nuovi orientamenti emergenti sui mercati, pongono al centro della riflessione la necessità di un approccio integrato alle tematiche legate al settore, che superi un modello di "competenze strette".

Il fronte su cui occorre convergere tutti è quello dello **sviluppo dei prodotti turistici legati all'identità del territorio e della città**. "Prodotti" che vadano oltre l'offerta consolidata e che si richiamino ai concetti di turismo "sostenibile" e "responsabile". In questo quadro di ripartizione delle competenze, occorre che l'Amministrazione preveda:

- **agevolazioni tributarie e riduzione dell'occupazione di suolo pubblico** per le iniziative a cui abbia conferito il proprio patrocinio;

- **facilitazioni per occupazioni temporanee del suolo pubblico** a favore di iniziative ed eventi realizzati da soggetti privati terzi, anche in convenzione con la stessa Amministrazione, che comunque abbiano l'effetto di produrre ricadute positive sul territorio del comune e sulle attività imprenditoriali;
- **commisurare il peso dell'IMU e della TARI al numero dei giorni in cui la struttura ricettiva è aperta e al tasso di effettiva occupazione;**
- applicazione alle attività ricettive che producono rifiuti assimilati a quelli urbani della **tariffa rifiuti prevista per le utenze domestiche**, considerando unicamente le superfici di vendita;
- **ampliamento del regime di deducibilità per gli ammortamenti** degli immobili strumentali, degli interessi passivi, ecc.;
- **la disapplicazione per le strutture alberghiere del principio del "vuoto per pieno"**, prevedendo una riduzione del tributo fondato sulla presenza o meno della clientela, come già deliberato da alcuni Comuni.

Quanto alla **tassa di soggiorno**, la nostra posizione resta di **contrarietà**, ma in subordine questa **deve essere utilizzata come un'ulteriore leva di sviluppo turistico ed imprenditoriale del territorio**, e gestita in modalità e con obiettivi condivisi con le rappresentanze del settore.

Inoltre si segnala la necessità di **istituirla anche nei confronti delle locazioni brevi, indipendentemente dal fatto che si tratti di affitti turistici o meno**.

Tale modifica permette di ridurre il gap relativo alla **concorrenza sleale tra le strutture alberghiere ed il fenomeno degli affitti turistici** esploso in maniera esponenziale in questi ultimi anni, oltre a garantire una parità di trattamento tra i turisti. Non per ultimo porterà maggiori risorse al Comune da destinare al finanziamento di interventi in materia di turismo, ivi compresi quelli a sostegno delle strutture ricettive, nonché interventi di manutenzione e recupero dei beni culturali ed ambientali della nostra città.

Anche il tema dei **Punti di accoglienza e di promo-commercializzazione turistica** è centrale per la città: alla luce di quanto emergerà dall'articolato dell'imminente T.U. del turismo, sarà necessario con la nuova Amministrazione aprire un confronto su questo aspetto non marginale.

EVENTI E MANIFESTAZIONI

Va spesa una parola anche sul tema degli eventi. La **creatività e le buone idee vanno sostenute ed incentivate**, soprattutto quando un evento realizza la sintesi tra valorizzazione del territorio e raggiungimento di obiettivi economici importanti, attraverso la messa a sistema delle risorse ambientali, storiche ed artistiche della nostra regione.

Occorre **valutare quali eventi portano un reale beneficio al territorio e quali no** e, contestualmente, **evitare le sovrapposizioni** che limitano la portata degli stessi. Gli eventi possono essere un grande volano ma diventano una vera perdita di risorse se sono mirati a fattori non trainanti per il territorio. Quindi è necessaria la massima condivisione e partecipazione prima di programmare e realizzare.

TASSE E 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, mobiliari, ecc.) rispetto alle altre attività economiche.

Le nostre imprese – applicando sempre i coefficienti del DPR 158/99 – **devono pagare il “vuoto per pieno”**, andando così a sopportare l'onere degli sgravi inopinatamente concessi invece ad altri settori evidentemente (ma inspiegabilmente) ritenuti più meritevoli! Poiché detti coefficienti 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;
- prevedere che le **imprese per le quali l'acqua è un bene necessario alla produzione** (es., ristorazione, alberghi, ecc.) siano inserite in **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.

- concedere **sgravi e incentivi in termini di tasse e tributi locali per le nuove imprese** che aprano in zone urbane depresse sulle quali esiste un progetto di riqualificazione complessiva nonché, per un tempo determinato, per le nuove imprese con titolari giovani o donne.

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 dei commercianti!

ABUSIVISMO

Sul tema dell'abusivismo si chiede alla futura Amministrazione di compiere **una scelta di campo**: decidere se voglia 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 voglia 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 l'Amministrazione comunale **metta in campo tutte le forze necessarie a 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.

Il Comune 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:

- ambulanzato privo di qualsiasi autorizzazione;
- agriturismi che, non rispettando i limiti posti dall'attuale legge regionale, organizzano banchetti;
- 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, aziende agricole, etc.) 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 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 **DDL Regionale sul Turismo**, in procinto di essere discusso in consiglio regionale, **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 Federalberghi/Confcommercio Umbria.

Occorre infatti **garantire la tutela degli ospiti, dei vicini di casa, 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 non imprenditoriale.

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.

SAGRE

In merito al fenomeno sagre, sono anni e anni che sosteniamo con forza la necessità di **privilegiare le manifestazioni di qualità**, quelle che cioè 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**.

L'intento è premiare chi lavora bene (anche con un apposito albo), e 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 sono venute fino ad oggi proprio dalle Amministrazioni comunali**, spesso dipese da insostenibili situazioni di comodo.

Chiediamo ai candidati e alla futura Amministrazione di assumere una posizione netta e di schierarsi in modo concreto a favore della legalità e della tutela dei posti di lavoro veri, quelli che ogni anno sono messi in serio pericolo dalle centinaia di sagre regionali mai controllate e sempre protette da tutti. Su questo

tema la nostra base associativa non è più disposta ad accettare compromessi e scelte al ribasso.

SICUREZZA

Per le imprese che noi rappresentiamo la sicurezza è da considerare un fattore di produzione.

Alle forze dell'ordine è demandato il compito di perseguire gli autori dei reati.

Al Comune è attribuito il ruolo, altrettanto importante, di 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 fenomeni normali e rassegnatamente accettati.

Confcommercio Mandamento Perugia crede che si possano ottenere risultati veri solo grazie alla **sapiente combinazione tra strumenti di prevenzione ed un sistema di repressione e contrasto efficace ed efficiente.**

Confcommercio propone nell'immediato che la nuova Amministrazione, nel contesto della legge regionale 13/2008 e dell'atto di programmazione sulle politiche locali di sicurezza che dalla stessa scaturisce:

- lavori per un **Patto Integrato di Sicurezza Urbana**, anche richiedendo l'ampliamento delle risorse regionali messe a disposizione, in ciò valorizzando il ruolo delle associazioni di categoria;
- inserisca nel suddetto Patto Integrato 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.

POLITICHE SOCIALI

In materia di politiche sociali, è nota la spiccata sensibilità che il nostro territorio ha da sempre dimostrato verso questi temi.

Ne sono prova gli atti di programmazione che disciplinano questo ambito e che si sono contraddistinti per la profondità delle analisi svolte e la conoscenza del tessuto sociale regionale.

Confcommercio Mandamento di Perugia, rappresentando il terziario ed avendo a che fare con le persone prima ancora che con utenti e consumatori, rappresenta un settore d'impresa che è fortemente ancorato con le tematiche del sociale in tutti i suoi risvolti.

Si chiede quindi che il terziario, per il tramite delle proprie rappresentanze, sia

coinvolto in maniera più incisiva e previa nel contesto dell'elaborazione e declinazione delle politiche sociali, anche in virtù del principio di sussidiarietà di cui sopra.

Si ricorda infine che le iniziative volte al potenziamento delle reti sociali, alla coesione sociale, all'inclusione e alla integrazione degli immigrati, dovrebbero coinvolgere la rete delle attività commerciali.

È una parte della comunità che conosce i bisogni dei territori sui quali è inserita, in cui opera ogni giorno da anni e per i quali diventa un punto di riferimento. Un capitale sociale fatto di persone e imprese fortemente radicate nel tessuto dei quartieri e dei paesi e che già oggi si trova, suo malgrado e senza strumenti, a confrontarsi con realtà di emarginazione e disagio.

MOBILITÀ

Il Comune di Perugia ha sviluppato da quasi 5 anni un progetto di mobilità urbana (PUMS) che affronta il tema della mobilità in chiave di concorrenza tra mobilità pubblica e auto private.

Solo rendendo la mobilità pubblica più conveniente in termini di tempi e costi si riuscirà a ridurre l'utilizzo dell'auto privata. L'alternativa è il proliferare di restrizioni che penalizzeranno, come sta avvenendo da tempo, le aree più difficili da raggiungere.

In attesa che la Regione Umbria metta a bando la gara per il trasporto pubblico regionale (sono più di 10 anni che è in proroga), che speriamo recepisca il progetto del Comune di Perugia, diventano necessari alcuni interventi urgenti soprattutto per il centro storico:

- prolungamento del Minimetrò in orario notturno o in alternativa servizio navetta tra Centro storico e Pian di Massiano in orario notturno
- politiche di riduzione significativa dei prezzi nei parcheggi gestiti da SIPA , sempre più vuoti, almeno per i residenti in Umbria.