



S. 2469

Legge annuale per il mercato e la concorrenza 2021: memoria Confimprese

Milano, 24 febbraio 2022

A decorative graphic at the bottom of the page consists of numerous thin, light gray wavy lines that create a sense of movement and depth, starting from the bottom left and extending towards the bottom right.



Confimprese- Breve presentazione

- Confimprese rappresenta marchi italiani ed internazionali del Retail, in totale per l'Italia:
350 brands
oltre 40mila punti vendita
700mila addetti
200 miliardi di euro di giro d'affari
- I nostri Associati sono l'espressione del commercio a catena (grandi catene e imprenditori locali in franchising) che non trovano un'adeguata rappresentanza dei propri interessi da parte delle confederazioni storiche del commercio in Italia, fortemente legate al dettaglio tradizionale.

Lo status quo del retail

- Il retail, con un fatturato di 445 miliardi di euro, 1 milione 290 mila imprese e 3,4 milioni di occupati, è un motore dell'economia e un serbatoio occupazionale decisivo per il Paese. (Rapporto Censis Confimprese 2020)
- Fin dall'inizio dell'emergenza covid-19 il settore del commercio al dettaglio di beni "non essenziali" è stato tra quelli maggiormente penalizzati dai provvedimenti restrittivi, registrando ingenti perdite.
- Osservatorio Consumi Confimprese-EY: andamento gennaio 2022 vs 2020
 - si evidenzia una nuova battuta d'arresto nel mese di gennaio 2022, che chiude a **-25,1%** rispetto a gennaio 2020, mese in cui non era ancora scoppiata la pandemia e che permette un confronto significativo e realistico. A pesare la spinta inflazionistica.



- **Abbigliamento-accessori** continuano a perdere terreno con una chiusura mese a **-38,5%** rispetto al gennaio 2020 non compensata dal periodo dei saldi.
- Trend negativo anche per la **ristorazione** a **-18%**.
- I **centri commerciali** sono in flessione del **-33%**, le **high street** del **-30,9%**. Migliore la tenuta dei negozi di prossimità **-12,9%**.

Osservazioni sul provvedimento S.2469

Confimprese esprime apprezzamento per le misure contenute nella *Sezione VII "Concorrenza, rimozione degli oneri per le imprese e parità di trattamento tra gli operatori"*, con particolare riferimento agli articoli 24 e 25.

L'art.24 delega il Governo ad adottare uno o più decreti legislativi per semplificare, rendere più efficaci ed efficienti e coordinare i controlli sulle attività economiche, ed in particolare, eliminare gli adempimenti non necessari, favorire la programmazione dei controlli per evitare duplicazioni, sovrapposizioni e ritardi al normale esercizio dell'attività di impresa, consentire l'accesso ai dati e allo scambio delle informazioni da parte dei soggetti con funzioni di controllo, anche attraverso l'interoperabilità delle banche dati. Confimprese, da sempre impegnata sui temi della semplificazione del dialogo tra Imprese del retail e P.A. auspica che quanto prima il Governo avvii un confronto con le associazioni più rappresentative del commercio per identificare le esigenze specifiche del settore. Sono infatti ancora numerosi gli adempimenti che rallentano sia la nascita che la gestione ordinaria delle attività commerciali, determinando costi non più sostenibili visto anche l'andamento negativo del mercato a causa della pandemia ancora in corso.

L'art. 25 interviene sulla disciplina della comunicazione unica per la nascita dell'impresa, riducendo da sette a quattro giorni il termine entro cui le



amministrazioni competenti comunicano, per via telematica, all'interessato (e al registro delle imprese i dati definitivi relativi alle posizioni registrate.

Tale articolo ci dà l'occasione per riproporre alla vostra attenzione il tema dell'identificazione degli operatori in franchising all'atto della comunicazione per la nascita dell'impresa.

Il Franchising è infatti una formula distributiva che ha avuto grande sviluppo nel mondo dimostrando che può costituire una reale opportunità per lo sviluppo di pmi e dell'occupazione. In questo periodo di grande criticità per l'economia italiana, il settore del franchising è stato uno dei pochissimi settori che ha continuato a dimostrare una performance positiva nel 2021 resistendo alla pandemia con un giro di affari in crescita del 3,5% ed un aumento anche dell'occupazione, che segna +4,8%.

Con un giro d'affari oltre 27 mld € e oltre 850 insegne operative in Italia, il franchising presenta una serie di plus: è una forma di imprenditorialità protetta, una valida alternativa al lavoro subordinato e canale di collocamento per i giovani e ricollocamento per chi è uscito dal mondo lavorativo, in cui il franchisor si fa carico della formazione degli imprenditori affiliati al network. A ciò si aggiunga che è utilizzato per la riconversione di negozi al dettaglio e tradizionali, al fine di creare economie di scala e value for money per il consumatore grazie anche alla riconoscibilità del brand.

In particolare si propone quanto segue:

Nonostante la crescente rilevanza di questa formula commerciale, ad oggi la rilevazione della consistenza del fenomeno è lasciata all'iniziativa delle associazioni, di centri di ricerca universitari e di società private. Per questo si propone di prevedere



una variazione dei dati da caricare nel Registro delle Imprese presso le Camere di Commercio, affinché gli operatori in franchising – siano essi franchisor o franchisee – possano essere identificati.

Infine, è importante evidenziare che tale proposta non comporta maggiori oneri per le casse dello stato, in quanto si tratta solo di modificare la modulistica del registro delle imprese, tramite l’inserimento di un flag per gli operatori in franchising.

Relazione illustrativa delle motivazioni:

CHIAREZZA E TRASPARENZA SUL SETTORE

Lo sviluppo del franchising in Italia si è realizzato in assenza di un inquadramento normativo fino al 2004 e questo ha favorito il proliferare di “franchisor improvvisati” che hanno minato la buona reputazione di questa formula commerciale, creando diffidenza nei piccoli imprenditori italiani. Una volta che la legge 129\2004 definisce chiaramente gli elementi costitutivi della formula, cosa debba intendersi per know how e gli obblighi del franchisor, riteniamo che un’identificazione inequivocabile e obbligatoria degli operatori in franchising – sulla base di certezze contenute nella normativa di riferimento - possa servire a dare maggiori garanzie di tutela ai piccoli imprenditori, specialmente in una fase nella quale il piccolo imprenditore si sente isolato nel contesto di un mercato sempre più aspro e competitivo e più di prima può vedere nel franchising una soluzione alle proprie difficoltà.

Dati ufficiali e inequivocabili potrebbero inoltre essere utili agli istituti di credito che si trovano a valutare l’opportunità di finanziare lo sviluppo di progetti in franchising.



Le stesse istituzioni competenti – sia centrali che locali - potrebbe avere informazioni certe per valutare l'attenzione da riservare al franchising, nell'ambito delle politiche di sostegno allo sviluppo.

L'ANALOGIA CON LE RETI D'IMPRESA

Il franchising ha molte similitudini con il contratto di rete, entrambi sono a metà tra il contratto e l'organizzazione. Il D.Lgs. 122\2010 all'art. 42 comma 2-bis prevede infatti che con il contratto di rete più imprenditori perseguono lo scopo di accrescere, individualmente e collettivamente, la propria capacità innovativa e la propria competitività sul mercato e a tal fine si obbligano, sulla base di un programma comune di rete, a collaborare in forme e in ambiti predeterminati attinenti all'esercizio delle proprie imprese ovvero a scambiarsi informazioni o prestazioni di natura industriale, commerciale, tecnica o tecnologica ovvero ancora ad esercitare in comune una o più attività rientranti nell'oggetto della propria impresa.[.....]

Il comma 2-ter recita poi "Il contratto di rete è soggetto a iscrizione nella sezione del registro delle imprese presso cui è iscritto ciascun partecipante e l'efficacia del contratto inizia a decorrere da quando è stata eseguita l'ultima delle iscrizioni prescritte a carico di tutti coloro che ne sono stati sottoscrittori originari".

Analogamente si ritiene che anche l'esistenza di un contratto di franchising debba essere patrimonio di conoscenza del Registro delle Imprese.

ACCESSO AL CREDITO



Sempre per le reti d'impresa il D.Lgs. 122\2010 all'art. 42 comma 2 recita che “ Alle imprese appartenenti ad una delle reti di imprese riconosciute ai sensi dei commi successivi competono vantaggi fiscali, amministrativi e finanziari, nonché la possibilità di stipulare convenzioni con l'A.B.I. nei termini definiti con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 3, della legge n. 400 del 1988 entro quarantacinque giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto”. Si riterrebbe particolarmente utile per lo sviluppo di imprese e di occupazione nel nostro Paese che anche il franchising, che soffre la fatica dell'accesso al credito, potesse godere di opportunità analoghe a quelle riconosciute alle reti di imprese. Passaggio fondamentale è però che l'attività in franchising sia riconosciuta e dichiarata al Registro delle Imprese.