

ASSEMBLEA

2018



RELAZIONE DEL COMMISSARIO

Giancarlo Deidda



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ROMA

Buongiorno e ben trovati,

sono Giancarlo Deidda, ristoratore (sardo) da anni impegnato nell'attività sindacale come vice presidente nazionale di Fipe e già presidente di Confcommercio territoriale e Camera di Commercio.

Voglio anzitutto richiamare i valori a cui mi ispiro che considero la bussola per orientarmi in un contesto doppiamente complesso: per il tempo in cui viviamo e per la città in cui operiamo. Pochi valori ma chiari e forti: rispetto delle regole, responsabilità, legalità, servizio.

Con questi presupposti e con questo spirito ho assunto l'incarico di Commissario di Fipe Confcommercio di Roma consapevole delle difficoltà organizzative, politiche e di sistema con le quali il nostro settore deve misurarsi ogni giorno.

Il mio obiettivo di oggi è fare un primo bilancio di questi mesi di lavoro per valutare insieme a voi le cose fatte ma soprattutto le cose che vorremmo, anzi dobbiamo fare.

Ho voluto ribaltare il paradigma della nostra attività sindacale mettendo al primo posto i bisogni reali delle imprese anziché la relazione con la politica e con le Istituzioni.

E' evidente che non siamo distratti o lontani dalle dinamiche della politica ma ritenevamo necessario un segno di discontinuità perché parlando con tanti imprenditori la prima domanda è: cosa fa l'associazione per la mia impresa?

Abbiamo maturato la consapevolezza che anche a Roma, e sottolineo anche, spendere l'associazione solo in termini di relazioni con la politica e con le Istituzioni abbia sempre meno *appeal* nei riguardi degli imprenditori che, non dimentichiamolo, sono tali prima di essere soci.

Da qui siamo partiti per impostare l'azione sindacale lungo tre direttrici:

- 1. strumenti e servizi per le imprese**
- 2. *reputation* del settore**
- 3. posizionamento "politico" dell'associazione**

Il **primo** punto ci è sembrato fondamentale anche per marcare la linea di confine tra soci e non soci. Ritengo che questo sia un terreno importante per la sfida della rappresentanza e la "convenienza" ad associarsi. Dobbiamo fare un'associazione che è tanto più forte, anche politicamente, tanto più è capace di essere utile alle imprese che rappresenta. Sotto questo profilo il sistema Confcommercio, di cui

Fipe è risorsa fondamentale sia in termini reali che potenziali, ha a disposizione strumenti che nessuno dei nostri competitor è oggi in grado di mettere in campo.

Vanno in questa direzione la stesura del nuovo contratto di lavoro per i pubblici esercizi, l'app per la gestione del lavoro intermittente che con un semplice click da smartphone consente di inviare la comunicazione certificata all'Inps, il software sugli allergeni per essere in regola con la normativa ed evitare pesanti sanzioni, il check up aziendale per valutare la compliance dell'attività, l'assistenza legale sui buoni pasto, l'accordo con Banca Intesa per il fallimento di Qui!Group, l'assistenza sulle nuove regole sulla privacy e quella che presenteremo a breve sulla fatturazione elettronica. Ma non trascurerei neppure l'attività di assistenza e formazione sull'innovazione digitale sviluppata in questi mesi e che continuerà nei prossimi.

Insomma un'associazione di servizio e di servizi.

Sul **secondo** punto ritengo decisivo puntare al miglioramento della *reputation* delle imprese come prerequisito per qualsiasi azione di riposizionamento politico dell'associazione e del settore. Se non godiamo, come si dice, di *buona stampa* è difficile o almeno è più difficile far passare le istanze di nostro interesse. Su questo aspetto abbiamo agito su un doppio binario. Da un lato valorizzando il settore sia nella sua funzione sociale di servizio alle persone e alla città, sia nel ruolo che riveste nel turismo e nella filiera agroalimentare. La tavola rotonda di oggi va in questa direzione e serve a dare testimonianza della nostra centralità nel primo, il turismo, come nel secondo, l'agroalimentare. Siamo, per ricchezza prodotta, il primo comparto di questa filiera. Al netto del valore aggiunto della distribuzione commerciale rappresentiamo oltre la metà della ricchezza dell'intera filiera agroalimentare regionale. Per dare l'idea delle grandezze economiche di cui parlo ricordo che valiamo più del doppio dell'agricoltura e quattro volte l'industria alimentare. Senza sviluppo della ristorazione non c'è, dunque, sviluppo dell'agroalimentare del nostro territorio.

Ma sulle filiere del turismo e dell'agroalimentare abbiamo potenzialità straordinarie che dobbiamo cogliere meglio e sfruttare di più e ci auguriamo lo facciamo con noi i protagonisti degli altri settori e delle Istituzioni.

Tuttavia, dobbiamo aumentare il tasso di trasparenza perché non è accettabile che nel 2018 ci siano turisti che parlano male di noi per non aver avuto la possibilità di consultare un banalissimo listino dei prezzi. Non sono ammissibili nella Capitale d'Italia rozzi espedienti che impediscono ai clienti di essere pienamente informati.

Ma la *reputation* si migliora anche entrando nei problemi della città secondo le sensibilità del tempo. Nei prossimi giorni lanceremo anche a Roma una bella

iniziativa contro lo spreco alimentare nei ristoranti. Anche questo serve alla nostra buona causa.

Sul **terzo** punto non abbiamo mancato di far sentire la voce di Fipe su tutti i temi più rilevanti per la città e per le imprese rappresentate. Dagli arredi all'occupazione di suolo pubblico, dalla tari alla nota questione della mala-movida.

Volevo spendere qualche parola in più sugli arredi e sui piani di massima occupabilità. I pubblici esercizi, bar e ristoranti, sono tra le prime cose della città che i turisti maggiormente apprezzano. Il binomio cibo-piazza è un driver vincente dell'offerta e noi dobbiamo poter dare ai turisti ciò che desiderano. Non è pensabile che in una città come Roma i turisti non abbiano la possibilità di sedersi nei dehor di un bar o di un ristorante per consumare un caffè o un piatto.

I piani devono essere rivisti non tanto e non solo nel nostro interesse ma nell'interesse della qualità complessiva dell'offerta della città.

Nei giorni scorsi l'amministrazione ha presentato una proposta di revisione del regolamento per l'esercizio delle attività commerciali e artigianali nel territorio della Città Storica approvato lo scorso 17 aprile.

Il superamento dei vincoli su arredi e stoviglie utilizzabili e quelli relativi al consumo sul posto di bevande alcoliche per esercizi di vicinato ed artigiani ci vedono assolutamente contrari. In questo modo svanisce definitivamente la differenza tra pubblici esercizi ed attività commerciali e artigianali in barba al principio "stesso mercato, stesse regole".

Siamo dinanzi ad un gigantesco paradosso. Da un lato ci sono limiti all'apertura di pubblici esercizi nelle zone del centro storico, dall'altro si consente a tutti di fare, sotto mentite spoglie, attività di somministrazione privilegiando, peraltro, micro-attività senza spazi, senza servizio e senza personale. In questo modo non si rivalifica né il tessuto commerciale né il centro storico. Ma soprattutto, e questo è il vero nodo del problema, non si argina il grave fenomeno della mala-movida che proprio nell'abuso del consumo di alcol ha il punto di maggiore criticità.

Sulla questione abbiamo detto e diciamo anche oggi all'amministrazione che non temiamo la concorrenza ma chi vuole fare la nostra attività deve farla a parità di regole a cominciare dalla disponibilità di bagni all'interno dell'esercizio e magari anche sottostando alle misure previste dal TULPS se si somministrano, solo per citarne una, alcolici ai minori.

Nell'ambito del progetto di riforma del codice del commercio attualmente in discussione alla Regione teniamo identica posizione nei riguardi della possibilità che agli alberghi sia consentito di aprire i ristoranti ai non alloggiati in deroga ai

provvedimenti sulle aperture assunti dai comuni per determinate aree della città. Non è accettabile che nelle zone dove non si possono aprire ristoranti e bar si possano aprire, invece, ristoranti e bar negli alberghi per dare il servizio a tutti, alloggiati e non.

Torno sul tema della cosiddetta mala-movida. Anche questo fa parte del pacchetto delle buone regole. Da una parte le ordinanze anti-alcol, dall'altra la continua liberalizzazione dei luoghi dove si può bere.

Noi restiamo convinti che si debba tornare ad un controllo più serio delle attività dove si consuma alcol senza speculare sulla citata ambiguità tra consumo sul posto e somministrazione. Qualsiasi persona di buon senso capisce che tra i due non passa neppure un filo di differenza in particolare quando si tratta del consumo di bevande alcoliche. Nei prossimi giorni saremo in audizione presso la commissione Capitolina alle Pari Opportunità proprio per approfondire il tema della mala-movida e per ribadire alcune evidenze di buon senso che dovrebbero trovare tutti d'accordo nel ridurre i luoghi dove si consuma alcol di sera e di notte anziché aumentarli.

Insomma i fronti aperti sono tanti. Ci sono quelli per regolare il mercato e quelli per svilupparlo ben sapendo che gli uni sono collegati agli altri.

Siamo attenti e vigili su tutto ben consapevoli che un settore come il nostro meriti un supplemento di attenzione anche sul piano organizzativo perché i problemi e le imprese sono entrambi numerosi. Questa è la richiesta che facciamo alla Confederazione perché abbiamo la presunzione di credere che senza sviluppo della Fife Roma non c'è sviluppo della Confcommercio Roma.

Nei prossimi mesi continueremo su questa strada anche con l'obiettivo di riportare la normalità nella dialettica associativa con il ripristino degli organi. Dateci una mano.

Grazie.