

Economia cittadina Delineata la strategia nel prossimo quinquennio

Confcommercio Trieste: Paoletti riconfermato

Affrontare le sfide del momento rilanciando la progettualità dell'Associazione di categoria

Sarà ancora Antonio Paoletti il timoniere della Confcommercio provinciale per il quinquennio 2021-2026. A sancirlo, all'unanimità, è stata l'Assemblea elettiva nell'ambito della quale è stato anche rinnovato il Consiglio dell'associazione di categoria.

Paoletti, in apertura del suo intervento, ha dapprima ringraziato dirigenti, associati e struttura per il forte spirito di collaborazione emerso nel difficile periodo dell'epidemia e del relativo blocco alle attività economiche. Paoletti ha da subito delineato le priorità operative che si svilupperanno in tre direzioni: l'incremento del numero di imprese aderenti e il potenziamento dei servizi, l'accompagnamento delle aziende nell'utilizzo dei prossimi strumenti, normative ed opportunità, di varia derivazione e il consolidamento di iniziative già in essere che saranno affiancate da altre progettualità.

A seguire, Paoletti ha poi "fotografato" peculiarità e componenti dell'attuale base associativa, costituita da 2.145 imprese, con un incremento del 13% rispetto a cinque anni fa e che sono fonte occupazionale per oltre 13 mila addetti, con la rappresentatività più consistente legata a commercio e turismo (rispettivamente 900 e 550 aziende).

Obiettivo dei prossimi anni quello di ampliare ulteriormente il bacino associativo, avvicinando al sistema Confcommercio attività di vari segmenti, dalla sanità, ai professionisti, agli amministratori di condominio, alle auto-scuole, alle attività extra-alberghiere correlate al turismo, alle unità produttive non ancora associate di logistica, trasporti e spedizioni operanti in ambito portuale e retroportuale. Un obiettivo questo, fermo restando una costante attenzione per le grandi imprese del terziario avanzato, che sarà perseguito aumentando e migliorando i servizi, moltiplicando i momenti di ascolto, potenziando la raccolta delle esigenze, sviluppando le opportunità di *business* tra gli operatori economici aderenti e intensificando i rapporti e sinergie tra i vari Gruppi interni alla struttura". Tra le priorità individuate anche il rafforzamento dei rapporti, ad ogni livello, con istituzioni, amministrazioni, organizzazioni sindacali, mondo del credito, replicando quelle capacità di sintesi e cooperazione messa in campo da Confcommercio in occasione dell'emergenza sanitaria dalle quale sono derivati strumenti e risorse a beneficio del terziario e nuovi investimenti nell'associazione, sia in termini infrastrutturali che per quanto concerne il personale, per aumentarne professionalità e competenze.

Spostando il *focus* sulle opportunità derivanti dal *Next Generation EU*, il presidente di Confcommercio ha poi evidenziato il ruolo essenziale che l'associazione dovrà avere nella declinazione legislativa e progettuale degli interventi a livello locale in quanto, va-



rie linee programmatiche, sono di forte interesse per il terziario stesso. Paoletti ha anche auspicato che le future politiche di sviluppo siano incentrate sulle potenzialità del territorio emerse nel corso dell'ultimo Forum Ambrosetti "Venezia Giulia 2025 – Strategie e azioni per la competitività". Ricca anche l'agenda per quanto concerne le future iniziative dell'associazione. Oltre al miglioramento di quelle già in essere – tra cui *Buon Anno Trieste* e il *Mercatino di Natale* – sono allo studio nuove progettualità, talune peraltro caratterizzate da un significativo connotato sociale a beneficio di realtà locali del Terzo Settore. Ulteriori impegni saranno l'istituzione di un *Convention Visitor Bureau*, la cui *mission* sarà la promozione e la commercializzazione del "brand Trieste", l'avvio, a Gorizia, di un programma di Alta Formazione che offrirà competenze specifiche alle imprese del comparto della logistica e di segmenti affini, lo sviluppo di nuove sinergie con la stessa Confcommercio isontina e l'organizzazione di percorsi formativi specializzati indirizzati alle imprese del settore turistico.

Il capitolo delle iniziative è arricchito anche dal rafforzamento dello Spin (Sportello Innovazione di Confcommercio) per supportare la digitalizzazione delle aziende, dalla diffusione della cultura del *welfare aziendale* e della bilateralità, dalla definizione di contributi concreti ai processi di rigenerazione urbana e da una rinnovata attenzione alle esigenze ambientali e ai processi di transizione ecologica da tradurre in azioni ad ampio spettro.

La nuova progettualità

Convention Visitor Bureau la cui *mission* sarà quella di promuovere e commercializzare il "brand Trieste" per contribuire a migliorare e potenziare l'offerta turistica del nostro territorio sul mercato interno ed estero.

Scuola di Alta Formazione, che offrirà competenze di formazione specifica su vari rami di sicurezza marittima e sull'utilizzo di attrezzature e macchinari in forza agli addetti negli hub portuali e non solo.

Corsi di alta formazione per il Turismo: corsi di alta specializzazione per le imprese turistiche.

Welfare aziendale e bilateralità: diffondere le conoscenze e le opportunità alle imprese, assistendole nell'implementazione di tali processi in impresa.

Rigenerazione e riqualificazione dei centri urbani attraverso l'istituto dei Distretti Commerciali istituito dalla Legge Sviluppo Impresa.

Confcommercio Green, politiche di sensibilizzazione dei collaboratori e dei dirigenti sull'importanza del rispetto dell'ambiente e investimenti in struttura per rendere l'ambiente ospitale ed accogliente attraverso le piante.

Il nodo dell'e-commerce

Continuerà l'azione, pienamente appoggiata dallo stesso presidente di Confcommercio nazionale, Carlo Sangalli, per un'adeguata imposizione fiscale ai colossi dell'*e-commerce*.

Un primo passo importante è stato fatto da parte dei Paesi del G7 attraverso la definizione della *Global Tax*, per ora non ancora vincolante, che dovrebbe permettere alle grandi multinazionali di tutto il mondo di corrispondere una tassazione fissa nei paesi in cui generano profitti.

Si parla di una percentuale del 15% sui propri guadagni, percentuale che può salire al 20% nel caso in cui gli utili dovessero superare il 10% dei profitti.

Un impegno incessante, questo, e ineludibile, preso atto che, tali realtà, stanno dilagando in settori altamente strategici per il nostro Paese, per economia e occupazione, quali il commercio e il turismo, con riflessi fortemente negativi per le piccole e medie imprese dei due settori.

Realtà, quelle meno strutturate, che oltre a costituire bacino preponderante e punto di riferimento essenziale per la nostra associazione, nonostante siano fonte di ricchezza, valore aggiunto e lavoro per il territorio, sono penalizzate da un ingiustificato protezionismo fiscale di cui godono appunto, almeno sino ad oggi, le multinazionali del *web*.

Parallelamente sarà comunque importante continuare a sostenere i nostri imprenditori nell'affrontare la trasformazione digitale, ormai componente fondamentale in tutti i settori economici.

Siamo già partiti con una prima fase di analisi sulla propensione delle imprese ad utilizzare piattaforme per integrare le vendite tradizionali con risultati non troppo positivi ed abbiamo al contempo analizzato le opportunità in termini di piattaforme di *marketplace* da sostenere per le nostre imprese: sono state analizzate tre proposte di piattaforme e sono state condivise anche con il Comune.