

**Parere del Comitato economico e sociale europeo in merito alla «Relazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni — Esercizio di sorveglianza del mercato nel settore del commercio e della distribuzione «Verso un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficace e più equo all'orizzonte 2020»»**

COM(2010) 355 definitivo

(2011/C 84/04)

Relatore: **ALMEIDA FREIRE**

La Commissione europea, in data 5 luglio 2010, ha deciso, conformemente al disposto dell'articolo 262 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, di consultare il Comitato economico e sociale europeo in merito alla:

*Relazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - Esercizio di sorveglianza del mercato nel settore del commercio e della distribuzione «Verso un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficace e più equo all'orizzonte 2020»*

COM(2010) 355 definitivo.

La sezione specializzata Mercato unico, produzione e consumo, incaricata di preparare i lavori del Comitato in materia, ha formulato il proprio parere in data 6 gennaio 2011.

Alla sua 468<sup>a</sup> sessione plenaria, dei giorni 19 e 20 gennaio 2011 (seduta del 20 gennaio), il Comitato economico e sociale europeo ha adottato il seguente parere con 192 voti favorevoli, 4 voti contrari e 4 astensioni.

## 1. Conclusioni e raccomandazioni

1.1 Il Comitato economico e sociale europeo (CESE) riconosce l'importanza del settore del commercio e della distribuzione nel mercato unico e il suo contributo all'insieme dell'economia europea. Il Comitato, in considerazione della natura specifica di questo settore, accoglie con favore l'approccio olistico sviluppato dalla Commissione nella relazione all'esame e condivide l'idea che sia necessario evitare di concentrarsi su singoli sotto-settori.

1.2 Il CESE si rammarica per l'insufficiente attenzione rivolta alle PMI che svolgono un ruolo fondamentale in termini di occupazione, creazione di valore e nella vita delle zone rurali e dei centri cittadini. In conformità con lo *Small Business Act* si dovrebbe dare priorità alle PMI e incoraggiarle a svilupparsi e a creare posti di lavoro.

1.3 Esiste in tutta Europa una concentrazione di grandi distributori che attirano un maggior numero di clienti grazie alla forza della loro offerta (nel 2005, i cinque principali distributori di prodotti alimentari occupavano più del 70 % del mercato). Analogamente, si registra un'elevata concentrazione in una serie di mercati di prodotti, specialmente per prodotti irrinunciabili che i distributori non possono permettersi di non offrire nei loro negozi.

1.4 L'esercizio del potere di contrattazione da parte di tutte le imprese, siano esse imprese agricole, imprese che raccolgono e trasformano i prodotti delle prime, imprese fornitrici o imprese di distribuzione, è una pratica generale in un'economia di mercato. Il CESE esprime preoccupazione per le misure adottate in alcuni paesi dirette a controllare i livelli di prezzo o i margini

e che sono contrarie ai principi della libera concorrenza e di un mercato unico funzionante.

1.4.1 Per ragioni sociopolitiche importanti, ad esempio in campo sociale o ambientale, tali regolamentazioni possono essere necessarie a garantire la coesione sociale o la protezione dell'ambiente.

1.5 Si registrano notevoli differenze di prezzo tra gli Stati membri per prodotti analoghi in seno al mercato interno. Il CESE raccomanda che qualsiasi studio sui prezzi si concentri sulla trasmissione dei prezzi e dei margini attraverso tutta la catena d'approvvigionamento.

1.6 Il CESE ricorda che i mercati del commercio e della distribuzione e le relazioni contrattuali nel settore sono, per natura, nazionali, con caratteristiche giuridiche, economiche, politiche e culturali differenti. Prendendo atto dell'importanza della catena di approvvigionamento alimentare, il CESE chiede che si analizzino e si risolvano in modo appropriato i problemi delle pratiche manifestamente non eque che si verificano nell'intera catena di approvvigionamento alimentare.

1.7 In modo più specifico, il CESE esorta la Commissione a studiare come «relazioni contrattuali non eque» vengano trattate a livello nazionale, comprese le misure volte ad assicurare il rispetto delle norme. Inoltre, il CESE richiama l'importanza, in tempi di crisi, di assicurare l'osservanza della legislazione esistente e ricorda che si tratta di una responsabilità degli Stati membri, evidenziando dove è necessario intervenire e a quale livello, in conformità dei principi di sussidiarietà e proporzionalità

1.8 L'occupazione nel settore del commercio e della distribuzione è importante ed è spesso il punto d'ingresso nel mercato del lavoro per molti lavoratori giovani, con scarsa o nessuna specializzazione. Il settore in questione offre anche notevoli opportunità per gli imprenditori.

1.9 Il CESE chiede alla Commissione di sostenere la promozione del lavoro autonomo, l'imprenditorialità e lo sviluppo delle competenze come strumenti per affrontare la crisi e facilitare l'ingresso o la reintegrazione delle persone nel mercato del lavoro.

1.10 La Commissione individua giustamente settori di azione prioritaria. Il CESE chiede inoltre l'adozione tempestiva di proposte in questo campo e invita la Commissione europea ad accelerare il suo processo decisionale in un ambito che richiede interventi urgenti, pratici e tangibili. In particolare, il rinnovato Forum ad alto livello per un miglior funzionamento della filiera alimentare dovrebbe diventare il cardine delle nuove politiche emergenti nel settore agroalimentare, di cui fanno parte anche relazioni più equilibrate lungo tutta la catena di approvvigionamento.

1.11 Il CESE invita la Commissione a verificare l'attuazione della direttiva Servizi e ad adottare opportuni provvedimenti nei confronti degli Stati membri interessati. Il CESE esorta inoltre la Commissione a intervenire sulle commissioni interbancarie che rappresentano un'imposta nascosta per i consumatori.

## 2. Introduzione

2.1 La Commissione europea riconosce l'importante ruolo svolto dal settore del commercio e della distribuzione nel mercato unico. Infatti, l'importanza che tale comparto riveste per l'Unione europea sotto diversi aspetti (4,2 % del PIL dell'UE, 17,4 milioni di addetti e 20 % delle PMI europee, cui si aggiungono gli stretti legami esistenti con numerose attività economiche) spiega il motivo per il quale tale settore sia stato selezionato per l'esercizio di sorveglianza.

2.2 La relazione sull'esercizio di sorveglianza del mercato nel settore del commercio e della distribuzione e il documento di lavoro dei servizi della Commissione che la accompagna forniscono un'analisi dei problemi che incidono, dal punto di vista del mercato unico, sui risultati economici, sociali o ambientali delle imprese attive nel settore del commercio e della distribuzione. La relazione e il documento di lavoro prendono in esame le prestazioni del settore, le recenti tendenze e l'impatto della modernizzazione sui concorrenti, individuando i problemi che incidono sulle prestazioni dei commercianti anche dal punto di vista dei loro interlocutori nei mercati a monte e a valle.

2.3 L'analisi del settore contenuta nella relazione si basa sull'esame delle interazioni tra i commercianti e i loro fornitori (mercati a monte) e tra i commercianti e i consumatori (mercati a valle). La Commissione riconosce in tal modo la complessità delle interazioni che i commercianti sviluppano per garantire ai consumatori la disponibilità del prodotto giusto nel posto giusto, al momento giusto e al prezzo migliore.

2.4 La relazione annuncia che la Commissione definirà una serie di misure per migliorare il funzionamento del mercato

interno nel settore del commercio e della distribuzione sulla base di una consultazione, affinché i commercianti possano trarre pieno profitto dal mercato unico e migliorare le loro prestazioni sociali, economiche e ambientali.

## 3. Osservazioni generali

3.1 Con la presente relazione, la Commissione europea riconosce l'importanza del settore del commercio e della distribuzione nel mercato unico, nonché il suo contributo alla crescita, all'occupazione e alla sostenibilità. Poiché spesso la percezione del settore si basa su una visione semplicistica del commerciante come colui che acquista dagli agricoltori e rivende ai consumatori, l'approccio adottato nella relazione sottolinea la complessità della filiera dell'approvvigionamento e delle interazioni dei commercianti con i loro interlocutori. La relazione, inoltre, chiarisce come i commercianti assolvano la loro funzione di fornitura ai consumatori del prodotto giusto, nel posto giusto, al momento giusto e al miglior prezzo e quali siano le sfide che sono chiamati ad affrontare.

3.2 La relazione riconosce il contributo reso dalla modernizzazione del settore del commercio e della distribuzione alla lotta contro l'inflazione negli ultimi cinquant'anni e all'ampliamento della scelta dei consumatori. L'accresciuta concorrenza e il consolidamento del settore hanno determinato una diminuzione dei prezzi, una scelta più ampia per i consumatori e margini comparativamente ridotti (rispetto ad altri settori, tra cui quello manifatturiero), con un impatto sui concorrenti, sugli agricoltori, sui fornitori, sui dipendenti ecc.

3.3 Il CESE si rammarica del fatto che la relazione appaia incentrata soprattutto sul settore del commercio e della distribuzione alimentare e di conseguenza non consenta di cogliere l'importanza delle PMI (che rappresentano oltre il 95 % delle aziende nel settore del commercio e della distribuzione e impiegano 11 milioni di lavoratori), le loro esigenze e difficoltà specifiche, compresi i servizi di post-vendita, il loro ruolo nella vita dei centri cittadini, delle zone rurali o suburbane, la loro dipendenza dai grandi produttori e la concorrenza con i fornitori che creano le proprie reti di distribuzione.

3.4 La relazione non riconosce neanche l'importanza del modello imprenditoriale cooperativo, in particolare nel settore del commercio e della distribuzione alimentare nella forma delle cooperative di consumo.

3.5 La relazione analizza le prestazioni del settore del commercio e della distribuzione rispetto agli obiettivi di politica pubblica: accessibilità e prezzi contenuti. Nella realtà, tuttavia, i commercianti operano in un ambiente altamente competitivo, nel quale le aziende tentano di attirare i clienti e offrire loro un buon rapporto qualità-prezzo. Le decisioni assunte dai commercianti in merito ai loro insediamenti commerciali e ai servizi offerti, pertanto, rispondono a dinamiche di mercato, anziché a obiettivi di politica pubblica. Effettuare una valutazione comparativa delle prestazioni dei commercianti rispetto a tali obiettivi non tiene conto del fatto che essi svolgono un'attività commerciale che, per sopravvivere in un'economia di mercato, deve mantenersi redditizia. È possibile trarre conclusioni analoghe per qualsiasi altra attività di mercato.

3.6 La domanda dei consumatori è divenuta più sofisticata nel corso del tempo e non può essere considerata omogenea. Ciò, insieme all'importanza della concorrenza nel commercio, spiega la complessità delle forze del mercato e la ragione per cui, nella realtà, coesistono diversi modelli di commercio e distribuzione, con differenti servizi di post-vendita. Ciò vuol dire che modelli di minori dimensioni possono risultare efficaci se forniscono un servizio specifico a un tipo specifico di consumatori. Gli europei che hanno un posto di lavoro in una PMI che opera nel settore del commercio al minuto sono oltre 11 milioni. È essenziale, pertanto, promuovere ulteriormente lo sviluppo delle PMI, soprattutto tramite un contesto normativo migliore e oneri amministrativi ridotti.

#### 4. Osservazioni specifiche

##### 4.1 *Un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficaci e più equo per i consumatori*

4.1.1 L'attività essenziale dei commercianti consiste nel fornire ai consumatori un'ampia gamma di prodotti che soddisfino i requisiti di qualità e di sicurezza, al prezzo migliore. La modernizzazione del settore del commercio al minuto nell'arco degli ultimi 20 anni si è tradotta in un rapido processo di concentrazione in grandi catene di distribuzione multinazionali - operanti in diversi paesi dell'UE e in paesi terzi e all'origine della saturazione dei mercati dell'UE -, nell'integrazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e nella globalizzazione, inclusa l'espansione in altri mercati e l'accesso a una scelta più ampia di prodotti a un prezzo inferiore per i consumatori (prezzi contenuti).

4.1.2 Il CESE e la Commissione concordano sul fatto che gli squilibri in termini di accessibilità dei punti vendita e la necessità di preservare zone rurali piene di vita sono questioni chiave da affrontare. I commercianti tendono a stabilirsi nei centri urbani o nei centri commerciali suburbani, pertanto è necessario garantire l'accessibilità dei fornitori ai centri cittadini. Le persone che vivono nelle zone rurali si affidano sempre più all'uso dell'automobile per i loro acquisti quotidiani, con un conseguente impatto ambientale, mentre coloro che non possono permettersi un'automobile o non guidano hanno un limitato accesso ai servizi del commercio e della distribuzione.

4.1.3 Le decisioni dei commercianti in merito ai loro insediamenti commerciali dipendono da numerosi fattori, uno dei più importanti dei quali è la necessità di massimizzare il *foot flow* (traffico pedonale). Tale fattore è già di per sé sufficiente a spiegare perché le zone scarsamente popolate siano luoghi di insediamento meno ambiti per i commercianti rispetto ai centri cittadini o alle zone commerciali create ex novo nella periferia. I problemi di accessibilità dovrebbero essere quindi affrontati sulla base di un'accurata comprensione dell'ambiente in cui operano i commercianti.

4.1.4 La difficoltà per i consumatori di accedere a una scelta più ampia di negozi dipende da fattori economici e non economici, anche di natura normativa, come la pianificazione urbanistica e l'accesso dei commercianti al mercato immobiliare. Vi sono poi fattori quali l'esistenza di regolamentazioni locali che impongono barriere all'ingresso per determinate attività o taluni tipi di negozi, e di procedure di autorizzazione che, mal-

grado la direttiva Servizi, talvolta sono ancora eccessivamente complesse e discrezionali. Inoltre, le regolamentazioni che riservano la vendita esclusiva di prodotti farmaceutici da banco a taluni monopoli limitano la concorrenza e quindi l'accesso dei consumatori a prodotti farmaceutici dal prezzo contenuto.

4.1.5 Negli ultimi vent'anni le persone a basso reddito hanno beneficiato ampiamente dell'accesso a una scelta più ampia di prodotti e di prezzi migliori per effetto della modernizzazione, dell'accresciuta concorrenza e della globalizzazione. Lo sviluppo di marchi privati, che in media hanno un prezzo inferiore del 30 % rispetto ai prodotti di marca, ha contribuito in modo determinante a tale processo.

4.1.6 Dato il modello imprenditoriale del settore del commercio e della distribuzione, i prezzi al dettaglio riflettono costi operativi e un margine piuttosto ridotto rispetto ad altri settori che operano con margini più elevati. Il CESE considera preoccupanti le misure adottate in alcuni paesi volte a controllare i livelli dei prezzi o i margini. A causa dell'importanza sociopolitica di questo settore, tali regolamentazioni possono essere necessarie a garantire la coesione sociale e prevenire la povertà

4.1.7 Nel mercato interno sono state osservate notevoli differenze di prezzo per prodotti simili tra gli Stati membri. Il CESE raccomanda che qualsiasi studio sui prezzi si incentri sulla trasmissione dei prezzi e dei margini, in tutta la catena di approvvigionamento. Il CESE concorda inoltre con la Commissione sul fatto che vari fattori influiscono sulla formazione del prezzo. Oltre ai costi operativi, vi sono il reddito medio disponibile delle famiglie, l'IVA, i costi di trasporto, i costi degli affitti, i costi salariali, il quadro regolamentare, il livello di concorrenza o le pratiche commerciali quali i limiti territoriali dell'offerta e le pratiche abusive applicate lungo tutta la catena d'approvvigionamento. Il CESE invita la Commissione ad analizzare l'impatto di queste pratiche e ad adottare misure affinché i commercianti possano rifornirsi in altri Stati membri e i consumatori possano beneficiare di prezzi inferiori, di una migliore scelta, di una qualità più elevata, di prodotti alternativi, ecc.

4.1.8 Il CESE osserva che dai sondaggi tra i consumatori è emersa l'esigenza di creare fonti d'informazione comparative indipendenti sull'offerta commerciale.

4.1.9 Il CESE concorda sul fatto che il commercio elettronico potrebbe contribuire a rafforzare la concorrenza in alcuni settori, con una conseguente riduzione dei prezzi, ed esprime preoccupazione per la lenta diffusione del commercio elettronico, soprattutto nelle operazioni transfrontaliere. Il CESE rileva che la mancanza di norme comuni in materia di tutela dei consumatori in Europa rappresenta uno degli ostacoli allo sviluppo del commercio elettronico transfrontaliero, soprattutto per le PMI, ed esorta le istituzioni europee ad adottare rapidamente una direttiva sui diritti digitali dei consumatori basata sul

concetto di «armonizzazione completa mirata» nella forma più avanzata. Tale direttiva non dovrà impedire ad alcuno Stato membro di mantenere o di introdurre misure di protezione più rigorose per i consumatori ai sensi dell'articolo 169, paragrafo 4, del TFUE.

#### 4.2 *Un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficace e più equo per i commercianti*

4.2.1 Il CESE condivide la seguente affermazione: «Un mercato interno del commercio e della distribuzione [...] deve permettere ai commercianti competitivi, indipendentemente dalle loro dimensioni, di coesistere sul mercato».

4.2.2 L'ubicazione è un fattore determinante ai fini dell'apertura di un nuovo esercizio commerciale e talvolta i commercianti devono attendere diversi anni prima di poter aprire un nuovo negozio in una determinata zona e creare quindi occupazione. Le difficoltà d'ingresso nel mercato e alla questione dell'accesso al mercato immobiliare sono annoverate tra i possibili ostacoli allo sviluppo del piccolo commercio e necessitano di un'ulteriore analisi. L'analisi potrebbe essere condotta sulla base di informazioni facilmente disponibili che tengano conto del punto di vista dei consumatori (scelta del posto in cui si fanno gli acquisti), degli aspetti della politica dei consumatori, della sussidiarietà e della proporzionalità.

4.2.3 La direttiva Servizi, che tutti gli Stati membri dell'UE avrebbero dovuto recepire entro il 31 dicembre 2009, è volta a eliminare le pratiche discriminatorie connesse al rilascio di un'autorizzazione per un insediamento commerciale. In pratica, tuttavia, si assiste alla creazione di nuove barriere e vi sono casi di regolamenti sulla pianificazione urbanistica utilizzati in modo improprio al fine di controllare la concorrenza e favorire l'insediamento di determinate forme di commercio o di impresa. Il CESE invita la Commissione a verificare l'attuazione della direttiva Servizi e ad adottare opportuni provvedimenti nei confronti degli Stati membri interessati.

4.2.4 Un altro problema per i commercianti è l'assenza di un mercato interno sufficientemente concorrenziale per i sistemi di pagamento. Le attuali pratiche relative ai sistemi di pagamento tramite carta sono anticoncorrenziali e violano uno dei principi fondamentali del mercato interno. Le commissioni interbancarie costituiscono un'imposta nascosta per i commercianti, soprattutto per quelli più piccoli. Dato che le commissioni interbancarie sono al centro del sistema, l'Area unica dei pagamenti in euro (SEPA) porterà all'abolizione di sistemi nazionali di carte di debito efficienti e a basso costo. Pertanto, il mercato delle carte si ridurrà a un duopolio, con un conseguente innalzamento delle commissioni interbancarie, a danno dei consumatori. Il CESE invita la Commissione ad adottare provvedimenti in merito alle commissioni interbancarie che rappresentano un'imposta nascosta per i consumatori.

#### 4.3 *Un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficace e più equo per i fornitori*

4.3.1 In qualità di prestatori di servizi, i commercianti consentono ai fornitori di entrare nella loro rete di distribuzione, sia che si tratti di un unico negozio oppure di punti vendita in tutta l'UE. I servizi offerti includono, per esempio, il posizionamento dei prodotti sugli scaffali, l'attività di commercializzazione e logistica ecc. Ciascuno di tali servizi ha un costo, che spesso assume la forma di commissioni.

4.3.2 Il commercio è solo uno dei vari canali di distribuzione a disposizione dei fornitori. Senza i commercianti, soltanto pochi fornitori sarebbero in grado di creare reti per la grande distribuzione, mentre per i consumatori la scelta dei prodotti si ridurrebbe e i prezzi aumenterebbero. Tuttavia, ciascun anello della catena d'approvvigionamento è importante dato che senza materie prime non vi sarebbe trasformazione di prodotti e senza processi di trasformazione non vi sarebbe commercializzazione. Il CESE ritiene pertanto che l'UE debba definire i meccanismi necessari per garantire un equilibrio effettivo nella catena di commercializzazione e di distribuzione dei prodotti.

4.3.3 Esiste in tutta Europa una concentrazione di grandi distributori che attirano un maggior numero di clienti grazie alla forza della loro offerta (nel 2005, i cinque principali distributori di prodotti alimentari occupavano più del 70 % del mercato). Analogamente, si registra un'elevata concentrazione in una serie di mercati di prodotti, specialmente per prodotti irrinunciabili che i distributori non possono permettersi di non offrire nei loro negozi. L'elevata concorrenza tra i commercianti esercita una spinta verso il basso sui prezzi e sui margini nella filiera di approvvigionamento. Esercitare il proprio potere contrattuale è pratica comune per qualsiasi azienda in un'economia di mercato aperta, compresi i commercianti e i loro fornitori, ma essa va eliminata quando diventa abusiva. Per quanto concerne i beni di primaria necessità, i commercianti, anche i grandi commercianti, non hanno potere negoziale nei confronti dei produttori, piccoli o grandi che siano. Del pari, i fornitori di piccole e medie dimensioni non hanno potere negoziale nei confronti dei grandi distributori per certe categorie di prodotti. Secondo quanto segnalato, gli operatori della catena di approvvigionamento non possono esprimere lagnanze per timore di rappresaglie. Il CESE esorta i piccoli commercianti a costituire gruppi d'acquisto, al fine di rafforzare il loro potere di contrattazione nei confronti dei fornitori, ottenere condizioni migliori e offrire un servizio più efficiente ai consumatori. I casi di abuso di potere d'acquisto devono essere sanzionati e il CESE invita ad applicare in modo corretto le norme in materia di concorrenza a tutti gli operatori della filiera di approvvigionamento.

4.3.4 Il Comitato economico e sociale europeo ha emesso due pareri sul funzionamento della filiera d'approvvigionamento alimentare <sup>(1)</sup>, raccomandando l'adozione di un codice di buone

<sup>(1)</sup> NAT/460 - Migliore funzionamento della filiera alimentare in Europa, relatori: NARRO e KAPUVARI; CCMI/050 - Evoluzione della grande distribuzione e impatto sui fornitori e sui consumatori, relatrice: SHARMA.

prassi al livello degli Stati membri e la nomina di un mediatore che intervenga in caso di necessità. Il Parlamento europeo, la presidenza spagnola dell'Unione europea e la Commissione europea <sup>(2)</sup> hanno adottato una serie di raccomandazioni per un miglior funzionamento della filiera alimentare. Il CESE apprezza anche l'istituzione del Forum di alto livello <sup>(3)</sup> per un migliore funzionamento della filiera alimentare, che istituisce una piattaforma di parti direttamente interessate per le pratiche contrattuali tra imprese in tutta la catena di approvvigionamento alimentare.

4.3.5 Il CESE rammenta che i mercati del commercio e della distribuzione - e le relazioni contrattuali in tale settore - sono, per natura, nazionali e hanno caratteristiche giuridiche, economiche, politiche e culturali diverse. Le relazioni commerciali vengono di solito trattate a livello nazionale, attraverso la normativa, la giurisprudenza e/o i codici di buone pratiche. Molti Stati membri hanno cercato di disciplinare talune pratiche. In molti casi, tuttavia, tali tentativi hanno comportato l'insorgere di nuove barriere, limitando la capacità delle aziende straniere di stabilirsi in un determinato paese, violando quindi i principi del mercato interno. Il CESE chiede che i problemi di pratiche manifestamente non eque che si verificano nell'intera catena di approvvigionamento siano analizzati e risolti in modo adeguato. Più in particolare il CESE invita la Commissione a realizzare uno studio sul modo in cui le «relazioni contrattuali non eque» sono affrontate a livello nazionale, anche in termini di misure dirette ad assicurare l'osservanza delle norme. Tale studio dovrebbe illustrare l'efficacia delle pratiche nazionali, nonché indicare se sia necessaria un'azione e quale sia il livello più adatto, conformemente ai principi di sussidiarietà e proporzionalità. Il CESE rammenta altresì che in momenti di crisi è importante garantire un'appropriata applicazione della legislazione vigente e che tale compito spetta agli Stati membri.

4.3.6 Al fine di garantire la scelta per i consumatori e allo scopo di mantenere intatta la propria individualità e rafforzare la propria immagine locale, i commercianti hanno ideato dei prodotti con marchio privato, per i quali assumono la responsabilità del produttore. Il successo di tali prodotti è dovuto all'ampio consenso dei consumatori, poiché quasi l'80 % dei consumatori europei <sup>(4)</sup> ritiene che i marchi privati dei supermercati siano una valida alternativa ad altre marche.

4.3.7 Le linee di prodotti con marchio privato sono realizzate in collaborazione con i fornitori, che nella maggior parte dei casi sono PMI. La Commissione europea riconosce che tali partenariati, basati su un rapporto di subappalto, si sono spesso dimostrate le relazioni più stabili e durature. I fornitori otten-

gono diversi benefici: l'accesso ai dati dei consumatori, incentivi per all'innovazione e l'accesso a un mercato più ampio. Tuttavia, sono stati espressi timori in merito all'impatto di tali partenariati sull'innovazione, sulla concorrenza, sullo sviluppo delle PMI e sulla scelta dei consumatori. Il CESE invita la Commissione a studiare l'impatto dei prodotti con marchio privato sui fornitori, la concorrenza, l'innovazione e le scelte dei consumatori.

#### 4.4 *Un mercato interno del commercio e della distribuzione più efficace e più equo per i lavoratori dipendenti*

4.4.1 Il settore del commercio e della distribuzione costituisce una delle principali fonti di occupazione ed è spesso la porta d'ingresso al mercato del lavoro per molti giovani o per persone poco o non qualificate. Tale settore ricorre ampiamente alla flessibilità del lavoro per poter soddisfare la domanda dei consumatori nel corso della giornata, della settimana e delle stagioni. La forte concorrenza sui prezzi è fonte di pressioni per una flessibilità dell'orario di lavoro degli addetti che è diventata incompatibile con l'organizzazione della loro vita personale. Pertanto la legislazione e la contrattazione collettiva dovrebbero individuare le flessibilità che siano compatibili sia con le necessità organizzative dell'impresa che con le esigenze delle persone per raggiungere un effettivo equilibrio tra la loro vita professionale e quella privata. A tale proposito, la partecipazione femminile nel settore del commercio e della distribuzione è più elevata che quella in qualsiasi altro settore e anche il lavoro a tempo parziale vi assume considerevole importanza. Tale settore offre notevoli opportunità anche agli imprenditori.

4.4.2 Il CESE invita la Commissione a sostenere la promozione del lavoro autonomo, l'imprenditorialità e lo sviluppo delle competenze quali strumenti per affrontare la crisi e per facilitare l'ingresso o la reintegrazione delle persone nel mondo del lavoro. Il CESE esorta le aziende del settore ad applicare le norme nazionali e comunitarie in materia di pari opportunità e uguaglianza di genere per sostenere lo sviluppo qualitativo e quantitativo dell'occupazione femminile nel settore.

4.4.3 L'attuale crisi finanziaria e il contenimento dei consumi hanno comportato in tutti i paesi europei processi di chiusure, riorganizzazioni, fusioni e acquisizioni delle attività commerciali. Permane pertanto elevato il rischio per le persone di rimanere disoccupate per lunghi periodi. Il CESE invita la Commissione a sostenere la promozione del lavoro autonomo e lo sviluppo delle competenze professionali degli addetti quali strumento per affrontare la crisi e permettere la reintegrazione delle persone nel mercato del lavoro.

4.4.4 Esiste una lunga tradizione di contrattazione collettiva nel commercio, sia a livello europeo che nazionale. Le differenze esistenti tra i paesi derivano dalle diverse culture e tradizioni delle relazioni sindacali, pertanto qualsiasi misura proposta in tale ambito dovrebbe rimanere soggetta al principio di sussidiarietà. Il CESE invita gli Stati membri e i paesi candidati a sviluppare il dialogo sociale tra le parti e un sistema di relazioni industriali nel settore.

<sup>(2)</sup> COM(2009) 591 definitivo - *Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - Migliore funzionamento della filiera alimentare in Europa.*

<sup>(3)</sup> Decisione della Commissione del 30 luglio 2010 che istituisce il Forum di alto livello per un migliore funzionamento della filiera alimentare (2010/C 210/03) (GU C 210 del 3.8.2010, pag. 4).

<sup>(4)</sup> Studio AC Nielsen *Consumer attitudes towards private labels* (Atteggiamenti dei consumatori nei confronti dei marchi privati), 2005.

4.4.5 Il lavoro nero e l'economia sommersa costituiscono un grave problema che deve essere affrontato urgentemente poiché genera sia concorrenza sleale tra imprese a causa dell'evasione fiscale e contributiva, che conseguenze negative sulle condizioni di lavoro degli addetti, specie per quanto riguarda la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori. Il CESE invita la Commissione e gli Stati membri ad adottare misure volte a semplificare e ridurre gli oneri amministrativi soprattutto per le piccole imprese e le microimprese, e a sensibilizzare ulteriormente l'opinione pubblica in merito ai vantaggi del lavoro regolare.

4.4.6 Il CESE chiede un dibattito aperto con le parti sociali sul franchising e insiste con gli Stati membri perché rafforzino le misure volte a lottare contro l'economia sommersa, poiché essa è fonte di ulteriore discriminazione e di concorrenza sleale a danno delle PMI.

4.4.7 La modernizzazione, lo sviluppo tecnologico e la diffusione delle TIC nel commercio hanno prodotto un crescente scollamento tra le competenze richieste dalle aziende e quelle offerte dal personale nel settore del commercio. Il CESE richiama l'attenzione della Commissione sulla necessità di dotare i lavoratori di migliori competenze durante i loro percorsi professionali o la loro vita lavorativa. In questo senso, il CESE chiede anche alle parti sociali del settore del commercio di approfondire la loro attuale cooperazione nell'affrontare lo sfasamento tra le competenze richieste dalle imprese e quelle offerte dai lavoratori trovando soluzioni per settore e mezzi per anticipare e gestire l'impatto delle nuove tecnologie sulle competenze e l'occupazione.

4.4.8 Nel settore del commercio e della distribuzione vi è una lunga tradizione di responsabilità sociale delle imprese. Da molti anni, infatti, le aziende che operano nel commercio promuovono e attuano numerose pratiche responsabili, che riguardano non soltanto le questioni sociali e ambientali, ma anche la salute, la sicurezza dei prodotti, gli aspetti connessi alle filiere d'approvvigionamento o l'impegno a livello locale.

4.4.9 Il CESE concorda con la Commissione che è indispensabile affrontare il tema della concorrenza sui prezzi che genera una forte pressione sui costi salariali e sugli orari di lavoro dei dipendenti. A questo fine il CESE propone alla Commissione di realizzare uno specifico studio sull'impatto degli orari di apertura degli esercizi commerciali, anche quelli domenicali, sullo sviluppo economico e sociale locale, sul livello del servizio offerto ai consumatori, sulla qualità della vita degli addetti.

4.4.10 Nel settore permangono fenomeni importanti di concorrenza sleale e dumping sociale tra aziende commerciali, in-

dependentemente dalla loro dimensione, in quanto il diritto del lavoro e la contrattazione collettiva che differiscono da paese a paese generano diverse politiche di investimento e diversi modelli economici e di sviluppo. Il CESE invita le parti sociali ad avviare nell'ambito del dialogo sociale europeo un confronto per individuare quali politiche mettere in campo per contribuire alla coesione economica, sociale e territoriale e rimuovere quegli ostacoli che impediscono uno sviluppo armonioso e una concorrenza leale nel settore in Europa. La Commissione a questo fine dovrebbe offrire un sostegno a questa iniziativa e assumere le opportune iniziative per eliminare i comportamenti che impediscono la realizzazione e il buon funzionamento di un mercato interno equo, efficace e promotore di sviluppo.

4.4.11 La partecipazione finanziaria dei lavoratori svolge un ruolo sempre più importante nel settore del commercio e della distribuzione, in particolar modo nelle imprese europee del settore di maggiori dimensioni, consentendo ai lavoratori stessi di avere maggior voce in capitolo per quanto concerne la qualità dell'occupazione, la motivazione e le condizioni di lavoro. La Commissione dovrebbe esaminare tale strumento nel quadro del suo esercizio di sorveglianza del settore.

#### 4.5 *Un mercato interno del commercio e della distribuzione più equo per le generazioni future*

4.5.1 Il CESE riconosce l'importanza del settore del commercio nel promuovere modelli di produzione e di consumo più sostenibili nell'UE. Inoltre, rammenta che l'impatto diretto delle operazioni commerciali è stato di per sé sopravvalutato, ma che il settore del commercio può fornire ad ogni modo un importante contributo indiretto poiché rappresenta l'anello di collegamento immediato tra produttori e consumatori. Il CESE apprezza l'istituzione del Forum della distribuzione, il cui ruolo consiste nel promuovere la condivisione delle buone pratiche tra i commercianti e tra il settore del commercio e i soggetti interessati su questioni specifiche. Il CESE prende inoltre atto del lavoro della tavola rotonda sul consumo e la produzione sostenibili.

4.5.2 Il CESE richiama l'attenzione della Commissione sulla necessità di garantire la coerenza nell'elaborazione delle politiche tra gli obiettivi della politica ambientale e quelli di altre politiche, per esempio il mercato interno. Negli ultimi anni sono sorti conflitti e accade ormai sempre più spesso che i principi di base del mercato interno non siano rispettati per ragioni di protezione ambientale. Il CESE mette altresì in guardia contro un possibile trasferimento di responsabilità dai produttori ai commercianti.

Bruxelles, 20 gennaio 2011

*Il presidente*  
*del Comitato economico e sociale europeo*  
Staffan NILSSON