



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

MANDAMENTO ASSISI E VALFABBRICA

Assisi Città Universale

Proposte ai candidati sindaco

Elezioni Amministrative Assisi

Ottobre 2021

PREMESSA

Confcommercio e la politica

La Confcommercio di Assisi intende prima di tutto ribadire il suo forte impegno nella vita politica cittadina, perché ritiene che è attraverso la politica che si costruiscano gli elementi indispensabili per salvaguardare le conquiste della democrazia, della civiltà e per incrementare il progresso economico e sociale.

Il ruolo dei partiti

La Confcommercio di Assisi riafferma altresì il valore dei partiti come soggetto insostituibile nella costruzione della politica, a patto che siano autentico luogo di elaborazione culturale, in cui possano confluire esigenze ed aspirazioni, per essere tradotte in orientamenti ed indirizzi atti a cogliere gli interessi generali della collettività, alla luce della propria originale e specifica ispirazione.

Il rapporto di Confcommercio con i partiti e le liste civiche

Confcommercio di Assisi conferma che il proprio rapporto con partiti, coalizioni, liste civiche, movimenti e candidati non vuole essere quello di volano o cinghia di trasmissione **ma di soggetto attivo** che traduce in proposte concrete le esigenze delle imprese rappresentate, sottoponendole poi alla attenzione delle varie forze politiche.

Nonostante, infatti, la prima formula possa apparire la strada più semplice per ottenere risposte immediate (di tipo corporativo) al settore, la seconda consente di mantenere autonomia (nel senso che si può rescindere il "contratto") e garantisce all'organizzazione quel ruolo che gli è proprio nello scenario economico-sociale.

Di fatto questa scelta comporta di non ottenere subito riscontri, anche parziali, ma conferisce alla nostra organizzazione una forte identità che non crea situazioni di sudditanza e che nel medio-lungo termine consente di essere il riferimento autorevole e riconosciuto della cultura (e quindi non solo degli interessi) dei settori rappresentati.

L'identità e la personalità ci vengono garantiti dal patrimonio intellettuale, di valori, di conoscenze, di atteggiamenti maturati, elaborati e condivisi dalla base associativa.

IL METODO DI LAVORO

In questo documento sono sintetizzate per punti le riflessioni via via maturate nella nostra Associazione, secondo i criteri ispiratori sopra riportati relativi ad alcuni punti chiave della vita della città di Assisi e del suo comprensorio.



Il metodo che proponiamo è quello di un rapporto dialettico, costruttivo e propositivo. Ci aspettiamo che partiti, movimenti, liste civiche, coalizioni e candidati aprano un confronto su questi argomenti, e che nei programmi e nel dibattito della campagna elettorale vengano fornite valutazioni, considerazioni o scelte funzionali.

In un'ottica di scambio dialettico, siamo pronti a recepire, accogliere e valutare attentamente eventuali «scostamenti» rispetto alle proposte da noi avanzate, a confrontarci su quanto dovesse essere ritenuto poco congruo rispetto ad obiettivi generali o più semplicemente rispetto alle risorse.

Faremo attenta opera di vigilanza, chiedendo verifiche periodiche sulle singole problematiche e sulle azioni attuate.

L'esigenza fondamentale per tutto il sistema Confcommercio è quella di instaurare un tavolo di lavoro decisionale ed istituzionale condiviso, nel quale gli imprenditori possano essere parte attiva nelle decisioni sulle tematiche in cui operano e che li riguardano direttamente.

VOGLIAMO CERTEZZE, OGGI PIU' CHE MAI!

Alla luce della situazione storica ben nota, le imprese hanno assoluta necessità di **avere un quadro di certezze attraverso la stesura di un PROGETTO INTEGRATO**, onde poter orientare le scelte in modo chiaro e definito.

L'elaborazione da parte dell'amministrazione comunale – di concerto con tutte le realtà istituzionali, sociali, economiche, associative – di precise risposte ai problemi è quanto chiediamo, in un'ottica di assoluta trasparenza.

La predisposizione e definizione di un **progetto per la città** esige, a nostro avviso, che vengano seguite alcune linee direttive di base:

- 1- la diversificazione delle **analisi** del territorio in ragione delle diverse realtà e vocazioni presenti nello stesso: le prospettive di sviluppo, le strategie di intervento, riguardanti il centro storico di Assisi e l'area territoriale di sua più stretta pertinenza non devono essere unificate a quelle del resto del territorio comunale;
- 2- la definizione dei **Piani**: della Viabilità, delle Infrastrutture e dei Servizi, del Commercio e dell'Artigianato, dell'Industria, dell'Agricoltura e, soprattutto, del Turismo e della Cultura.

Tutti questi atti di programmazione hanno un impatto complessivo su larghe porzioni del terziario e fanno fare un salto di qualità all'ecosistema in cui le imprese operano. Non va dimenticato, infatti, come il *prodotto* delle imprese del terziario e la loro redditività dipenda dal modo con cui vengono organizzati i vari aspetti della vita urbana.



Quale contributo alla definizione di un progetto per la città, la Confcommercio si propone alla nuova amministrazione come interlocutore attento e disponibile, sollecitando l'avvio di un rapporto di concertazione e di confronto che possa diventare sistemico in funzione degli interessi del territorio di Assisi.

Lo scopo è quello di creare le condizioni per un sostegno diretto al tessuto delle imprese commerciali, turistiche e dei servizi.

Pertanto si evidenzia la necessità di un confronto che si articoli su due livelli:

1. interventi ed azioni sulla città e il suo territorio con carattere immediato o comunque **a breve termine**, perché non particolarmente gravosi né sul piano progettuale, né su quello finanziario ed operativo;
2. atti di programmazione per lo sviluppo della città, di tipo economico-commerciale, urbanistico, sociale, turistico, culturale. Si tratta di **operazioni più complesse**, ma comunque urgenti, rispetto alle quali è necessario avviare subito una fase di consultazione con tutti i soggetti interessati e stabilire un programma di lavoro che presti particolare attenzione a cogliere ogni opportunità di finanziamento, specie di tipo comunitario.

I NODI FONDAMENTALI

RIVITALIZZAZIONE DEL TERRITORIO

- Necessità di **politiche attive per il centro storico**, attraverso:
 - la rivalutazione dell'area come "distretto urbano del commercio";
 - incentivi all'apertura di nuove attività del commercio (mediante sgravi nelle tassazioni locali, forme di finanziamento agevolato, etc.);
 - agevolazioni per potenziamento delle attività esistenti;
 - incentivi al rafforzamento dei servizi e dell'artigianato.
- **Coordinamento tra gli Assessorati** all'Urbanistica, al Commercio e al Turismo. Il dialogo e la concertazione di questi tre Assessorati per l'Associazione è di vitale importanza, in quanto abbiamo constatato in questi anni in molte occasioni che gli stessi non si confrontassero tra loro in maniera sufficiente e soddisfacente. Tante volte l'uno non sapeva cosa progettava l'altro o quando questo avveniva era già troppo tardi per decidere quale fosse la soluzione che avrebbe dato risultati migliori o minori problemi alla comunità.
- Creare vantaggi reali per coloro che già vivono e che intendono stabilirsi nel centro storico con un **potenziamento dell'offerta di servizi** rivolti ai residenti attraverso opportune politiche di incentivazione. Per mezzo di



adeguate strategie di reinsediamento della popolazione residente, il centro storico potrebbe tornare a vivere anche dal punto di vista commerciale.

PARCHEGGI, TRAFFICO, SERVIZI PUBBLICI, SEGNALETICA

- Creazione di **parcheggi liberi**: nella programmazione dei posti auto in Assisi non si è mai progettata e di conseguenza realizzata la creazione di parcheggi liberi, gratuiti e facilmente individuabili dai residenti e turisti. Una delle strategie alla base del rilancio di un centro storico collinare è l'esistenza di parcheggi gratuiti ed accessibili a tutti. La realizzazione di tutto ciò in spazi di proprietà comunale, permetterebbe di ridurre il costo per gli utenti e rafforzare l'immagine di Assisi come città dell'accoglienza.
- Vanno attivate iniziative per migliorare l'**accessibilità** e la mobilità delle persone disabili. Che siano esse cittadine o turisti, debbono essere messe in condizione di poter usufruire di servizi e percorsi ad essi dedicati.
- La viabilità è di fondamentale importanza per tutto il tessuto economico. Individuare delle soluzioni a problemi che insistono da anni su alcune aree della città e non solo, sarà di fondamentale importanza per renderla vivibile dai cittadini e fruibile dal turista.
- C'è la tendenza a sottovalutare l'importanza della **segnaletica nella città**, quando invece essa è uno dei primi strumenti dell'accoglienza, direttamente percepito e valutato dal visitatore; essa deve essere adeguata, precisa, elegante e almeno bilingue e deve concorrere a creare un'immagine ordinata della città e a snellire gli spostamenti.

TURISMO

- Occorre lavorare sul fronte dei **dati open, small e big legati ai flussi turistici**, da un lato, per profilare il turista già presente e conoscerne meglio ogni aspetto quali-quantitativo e, dall'altro, per intercettare i *desiderata* del turista globale potenziale ovvero quali sono i principali elementi di interesse mondiali che possono trasformarsi in motivazione di viaggio: da qui, nella logica della gestione manageriale della destinazione (DMO), scaturiscono i prodotti-destinazione che non possono più essere calati dall'alto o dati per scontati in base a impressioni o sensazioni "a pelle" (es., i turisti vengono ad



Assisi perché è bella o ricca di storia e spiritualità, ecc.) ma basati sull'analisi dei dati dei flussi (es., le motivazioni globali di viaggio del 2021 sono A, B e C ed Assisi possiede un prodotto-destinazione di tipo B) con ciò rovesciando il modello di valutazione sottostante alle azioni di promo-commercializzazione tradizionali. In pratica, non si parte più da ciò che si ha pensando che comunque vada piacerà sicuramente, ma si parte da ciò che il turista desidera e su questo costruire tutta l'offerta, se necessario anche rivoluzionando assetti apparentemente consolidati. Per fare questo passaggio, occorre non solo la disponibilità – e quindi la capacità di cattura attraverso sistemi ICT - di dati ma anche una serie di tecnologie abilitanti in vista dell'analisi dei dati stessi e la contestuale crescita del capitale umano diffuso (imprenditori, addetti, funzionari pubblici) in grado di affrontare questa sfida.

- **L'accoglienza** deve diventare sempre più la cultura di base ad Assisi e non essere affidata allo spontaneismo o all'improvvisazione: è un discorso questo che coinvolge tutti e su cui occorre investire essendo il turismo la prima fonte di ricchezza dell'area. Migliorare l'accoglienza, anche dal punto di vista della comunicazione con il turista internazionale, investendo sulla formazione del personale pubblico che maggiormente interagisce con esso.
- Occorre un **Piano di marketing integrato** (pubblico/privato) che attivi un processo guidato di miglioramento, tale da coinvolgere tutta la filiera del turismo. Non riteniamo sufficiente, in sintesi, un semplice piano promo-pubblicitario perché parziale e serve solo a comunicare, magari anche bene, un territorio. È necessario un coordinamento tra i vari enti pubblici e privati preposti alla promozione, affinché vengano massimizzate le risorse disponibili.
- Occorre rafforzare le azioni di contrasto ai fenomeni dell'**abusivismo** e le varie forme di concorrenza sleale che si ravvedono in tutti i settori commerciali, ma in particolare nel settore turistico e dei servizi ad esso collegati.
- Realizzazione di un biglietto unico d'ingresso a tutti i **musei** della città che possa diventare strumento di valorizzazione dell'offerta culturale della città, capace di integrare l'offerta dei musei civici e diocesani.

TASSE E TARIFFE LOCALI

La maggior parte dei Comuni umbri, Assisi compresa, si segnalano nel confronto con altre realtà italiane di analoghe dimensioni per l'applicazione di livelli



elevatissimi di tasse e tariffe locali, in particolare per quanto riguarda IMU, TARI E TASI a carico delle imprese. È necessaria una inversione di tendenza su questo fronte agendo, da un lato, sull'abbattimento del peso economico che grava sulle attività e sui cittadini e, dall'altro, sulla maggiore efficienza e quindi redditività del servizio.

È prioritario aprire un tavolo istituzionale tra Comune e Catasto per la revisione delle rendite catastali. Oggi l'aspetto legato alla tassazione locale è un devastante peso finanziario per le aziende commerciali proprietarie di immobili. L'albergo, il ristorante, l'esercizio commerciale di vicinato, gli uffici sono dei beni strumentali essenziali per fare impresa, non è più tollerabile fare discriminazioni impositive di tipo federativo territoriale.

EFFICIENTAMENTO DELLA SPESA PUBBLICA

Chiediamo un bilancio trasparente con una rappresentazione analitica delle entrate e delle uscite suddivise per tipologia di spesa. L'obiettivo del programma di un'amministrazione attenta ai bisogni della città è di rendere lo strumento pubblico vicino al cittadino con risposte sempre più veloci e con meno oneri burocratici, gravosi ed impegnativi sia per la pubblica amministrazione che per il cittadino e l'impresa. Snellire le procedure aiuta l'ufficio competente e l'utenza ad avere una reciproca soddisfazione nel risolvere gli adempimenti amministrativi.

INCENTIVI ALLE IMPRESE

Quello che chiediamo è di incentivare la creazione di **nuove imprese** e di aiutare allo stesso tempo **quelle già operanti** nel territorio.

Chiediamo l'esenzione completa per il primo triennio di attività dal pagamento dei tributi locali per tutte le attività commerciali, turistiche e di servizi, che decideranno di investire sul territorio insediandosi, nei centri storici della Città di Assisi, Santa Maria degli Angeli e nelle frazioni.

Chiediamo la possibilità per le attività economiche di utilizzare in maniera più fluida tutti gli spazi pubblici.

Proponiamo altresì di destinare annualmente un **contributo a fondo perduto** per sostenere lo sviluppo delle piccole e medie imprese del commercio, turismo e servizi che attuino progetti imprenditoriali aventi carattere di miglioramento e ammodernamento ed innovazione tecnologica delle proprie attività.



Dalle suddette riflessioni nasce l'esigenza di porre all'attenzione dei candidati sindaco le seguenti domande:

1. Cosa prevede il suo programma nei primi 100 giorni per le nostre imprese e la città? E come intenderà coinvolgere Confcommercio?
2. Come pensate di intercettare le opportunità offerte da incentivi pubblici regionali, nazionali ed europei? Come pensate di rendere più performante la macchina pubblica locale?
3. Quali sono gli interventi pensati per rivitalizzare e rendere sinergiche le periferie e le frazioni?
4. Qual è il vostro piano strategico turistico per i prossimi anni? Da dove iniziare?
5. Tra dieci anni si parlerà di voi come sindaco: per cosa vi piacerebbe essere ricordati?



www.confcommercio.umbria.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

UMBRIA

MANDAMENTO ASSISI E VALFABBRICA

Confcommercio Umbria - Mandamento Assisi e Valfabbrica

Piazza Matteotti, 13 06081 Assisi

Tel. 075.813280 – 346.1301115

assisi@confcommercio.umbria.it