

CARTA DI ROMA

17 MAGGIO 2010

Il IX Convegno Europeo del Commercio urbano, svoltosi a Roma il 16-17 e 18 maggio 2010, promosso da “VITRINES D’EUROPE” e ANCESTOR, dopo un ampio dibattito tra rappresentanti di imprese, di Enti pubblici, esperti e studiosi, sui temi del rilancio delle città europee, del commercio urbano e delle altre attività economiche che vi operano, ha deciso di condividere i seguenti obiettivi che si traducono in altrettante richieste ai decisori pubblici:

- Rilanciare le città come motori di crescita economica e occupazionale dell’Europa, come centri di sapere, innovazione, di risorse culturali, storiche, ambientali, luoghi di relazioni umane e coesione sociale; le città europee sono una “risorsa” particolarmente in questa fase in cui occorre favorire la ripresa economica. In questo ambito commercio e turismo possono svolgere un ruolo fondamentale;
- Ripensare le città con un’ottica di maggiore sostenibilità con una forma definita, senza un’espansione urbanistica incontrollata, con assetti compatibili con lo spazio e le persone che le abitano, le frequentano o vi svolgono attività economiche e culturali; città in cui le varie funzioni abitative, sociali, culturali ed economiche possono integrarsi in modo ottimale, senza che sia premiata la rendita immobiliare a scapito della gestione e del rischio d’impresa;
- Investire maggiormente per la qualità delle città, per l’accessibilità, i trasporti (senza blocchi del traffico ma con investimenti strutturali), l’ambiente, la sicurezza, perché solo con città attrattive e dinamiche possano prosperare il commercio, il turismo e le altre attività economiche urbane;
- Ritornare alle città, riscoprire la dimensione urbana sia dal punto di vista sociale che da quello commerciale, superando la cultura dell’espansione quantitativa delle reti commerciali delle grandi e grandissime dimensioni, il cui ruolo è messo attualmente in discussione, valorizzando invece il servizio di prossimità e quello specializzato fornito dalle piccole e medie imprese dei centri urbani e dei centri storici, assecondando una tendenza già in atto; valutare lo sviluppo del settore commerciale non solo in termini di PIL, ma particolarmente dal punto di vista della qualità e del servizio al consumatore;
- Puntare sullo sviluppo del turismo, della cultura, delle città europee come hub della conoscenza, mettendo in valore tutto il grande patrimonio storico, architettonico, culturale, ma anche di civiltà, democrazia e qualità della vita delle nostre città;

- Combattere ogni forma di illegalità, criminalità economica, abusivismo commerciale, contraffazione, sfruttamento delle persone, che hanno raggiunto livelli preoccupanti anche nei Paesi europei, che danneggiano pesantemente le persone, le imprese, la leale competizione commerciale e lo sviluppo economico;
- Chiedere ai Governi, alle Regioni europee, agli Enti locali e alla stessa Unione Europea di aumentare le risorse da mettere in campo per gli investimenti delle p.m.i. per la riqualificazione strutturale, il credito, l'assistenza tecnica e l'incentivazione all'aggregazione fra imprese (gestione coordinata dei centri urbani, centri commerciali naturali, distretti di sviluppo commerciale, reti di imprese);
- Prevedere una legislazione specifica per la piccola e media impresa favorendone l'evoluzione ed evitando che la "Direttiva Europea Servizi" (la cosiddetta *Bolkestein*) risulti penalizzante e venga interpretata come possibilità di totale deregulation del settore, considerando che le p.m.i. commerciali e turistiche sono un fattore determinante del "capitale sociale territoriale" per la loro funzione sociale di servizio diffuso al consumatore, il contributo alla qualità della vita, alla sicurezza, alla vitalità degli spazi urbani e alle relazioni sociali;
- Attuare concretamente i 10 principi contenuti nello "*Small Business Act*" della Commissione Europea per guidare la formulazione delle politiche sia a livello UE che degli Stati membri:
 - I. Dar vita a un contesto in cui imprenditori e imprese familiari possano prosperare e che sia gratificante per lo spirito imprenditoriale;
 - II. Far sì che imprenditori onesti, che abbiano sperimentato l'insolvenza, ottengano rapidamente una seconda possibilità;
 - III. Formulare regole conformi al principio "Pensare anzitutto in piccolo";
 - IV. Rendere le pubbliche amministrazioni permeabili alle esigenze delle PMI;
 - V. Adeguare l'intervento politico pubblico alle esigenze delle PMI: facilitare la partecipazione delle PMI agli appalti pubblici e usare meglio le possibilità degli aiuti di Stato per le PMI;
 - VI. Agevolare l'accesso delle PMI al credito e sviluppare un contesto giuridico ed economico che favorisca la puntualità dei pagamenti nelle transazioni commerciali;
 - VII. Aiutare le PMI a beneficiare delle opportunità offerte dal mercato unico;
 - VIII. Promuovere l'aggiornamento delle competenze nelle PMI e ogni forma di innovazione;
 - IX. Permettere alle PMI di trasformare le sfide ambientali in opportunità;
 - X. Incoraggiare e sostenere le PMI perché beneficino della crescita dei mercati