

Consiglio regionale: Irap sull'e-commerce, non passa PdL di Luv

Con 26 voti contrari e 16 favorevoli il Consiglio regionale del Piemonte ha respinto la proposta di legge 123, primo firmatario **Marco Grimaldi** (Luv), che incrementava l'Irap dello 0,92% per le grandi aziende dell'e-commerce con un valore di produzione netta superiore al milione di euro.

“Anche in Piemonte la pandemia ha avuto effetti quantitativi paragonabili alla grande crisi finanziaria del 2007-2008”, ha detto **Grimaldi** presentando il provvedimento. “E' cresciuto il rischio di povertà per le famiglie e sono anche cresciuti gli utili di alcune aziende. Amazon fa 85 miliardi di euro di utili nel mondo, più di 4,8 solo in Italia, eppure per l'Irap dichiara un valore di produzione di poco più di 18 milioni, che consente al colosso di pagare solo 710.352 euro di IRAP e unicamente in Lombardia. Nel dilagare dell'ingiustizia sociale, vorremmo un po' di giustizia fiscale. Aumentare l'Irap ad Amazon sarebbe una goccia nel mare dei suoi profitti e un gesto dovuto”.

Motivando il no al provvedimento, l'assessore al bilancio **Andrea Tronzano** ha sostenuto che “l'aumento dell'Irap, così come proposto, colpirebbe anche altre aziende e non avrebbe le caratteristiche di equità. L'Irap è già stata modificata dallo stato ed è in progetto un suo completo superamento. Avendo poi noi approvato una diminuzione dell'aliquota Irap per chi assume, la proposta risulta contraddittoria con la linea politica della maggioranza. L'aumento dell'aliquota nella sostanza colpirebbe solo l'occupazione e non darebbe benefici concreti di fronte a un problema, quello della Webtax, che oggettivamente va trattato nelle sedi europea e nazionale, non a livello locale”.

A favore della proposta di legge, considerata equa, “anche per pareggiare l’aumento dei profitti dell’e-commerce di fronte alla chiusura dei negozi durante il lockdown”, si sono espressi molti esponenti dell’opposizione: **Sergio Chiamparino**, **Domenico Rossi e Maurizio Marelli** (Pd), **Sean Sacco** (M5s), **Silvio Magliano** (Moderati), **Mario Giaccone** (Monviso).

Esprimendo la sua posizione contraria, **Alberto Preioni** (Lega) ha sottolineato che “La Regione si è già mossa sul tema, presentando in Parlamento una proposta di legge sulla Webtax. Noi difendiamo davvero il piccolo commercio e le partite Iva, lo abbiamo dimostrato con i bonus durante la pandemia. Ma non possiamo dare segnali contrastanti, dobbiamo essere attrattivi per le aziende”.

E-commerce, CCAA Torino: una guida digitale per tutte le imprese

Da oggi è online il nuovo sito ecommerceguide.to.camcom.it, realizzato dal Punto Impresa Digitale della Camera di commercio di Torino, in collaborazione con il Laboratorio Chimico camerale, per le imprese che desiderano avvicinarsi al mondo del commercio digitale o che vogliono migliorare le proprie performance sul web.

*“Le imprese torinesi che vendono on line sono cresciute del 68% negli ultimi 5 anni e del 25% in quest’ultimo anno pandemico – spiega **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio di Torino. – Con questo nuovo portale e con gli appuntamenti formativi che abbiamo costantemente in programma vogliamo fornire strumenti concreti alle nostre aziende che devono scegliere il digitale non solo come una risposta all’emergenza, ma come una strategia*

irrinunciabile di crescita".

Il nuovo portale

Il sito propone una guida completamente digitale pensata per le imprese che:

- vogliono vendere online, ma non conoscono gli adempimenti e la normativa di riferimento
- intendono approfondire le strategie di vendita in Italia e all'estero
- pur facendo già commercio digitale, sentono la necessità di migliorare le loro prestazioni e di tenersi aggiornate sulle ultime novità.

Il sito raccoglie le indicazioni e gli approfondimenti di esperti (sotto forma di schede, presentazioni, video e podcast) utili ad aiutare qualunque tipologia di utente: dalla PMI che si affaccia timidamente al mondo del digitale al player con significativa esperienza commerciale sul web.

Guidato da un sistema ad alberatura di immediata interpretazione e di facile utilizzo, l'utente, rispondendo alle domande proposte e scegliendo tra gli step consigliati, troverà le indicazioni per orientarsi tra gli aspetti produttivi, legali, organizzativi e di digital marketing. Il tutto con il tutoraggio del **Punto Impresa Digitale** della Camera di commercio di Torino, i cui servizi gratuiti potranno essere raggiunti da qualunque pagina del sito e prenotati con un click.

La formazione

Oltre al nuovo portale, le imprese torinesi avranno a disposizione un ricco calendario di appuntamenti formativi gratuiti e on line.

Si parte **lunedì 7 giugno 2021** con il webinar da titolo **"eCommerce a portata di mano"**, per proseguire tutto il mese con diversi appuntamenti su temi specifici:

▪ Giovedì 10 giugno 2021

Vendite on-line sicure. **Etichette corrette per elettrodomestici** affidabili
Etichettatura, imballaggio, indicazioni energetiche obbligatorie per chi

fabbrica e per chi vende.

▪ Martedì 22 giugno 2021

Marketing del vino

Dagli errori più comuni alle indicazioni fondamentali per comunicare con successo su Facebook e Instagram la propria etichetta.

▪ Martedì 29 giugno 2021

Storytelling & storyselling

Le potenzialità dello storytelling come tecnica di marketing e di comunicazione per ottenere visibilità, interazioni online e nuove vendite. Il programma dei seminari, in costante aggiornamento è su www.to.camcom.it/ecommerce-impresa40

E-commerce tra le imprese torinesi

Al primo trimestre 2021, le imprese torinesi attive nel commercio al dettaglio on line risultano essere **1.069**. Nell'ultimo quinquennio hanno registrato un aumento del **68,6%** a fronte di un andamento negativo dell'intero comparto del commercio al dettaglio che, nello stesso periodo, ha visto diminuire la consistenza del **-9,8%**.

Se si considera il solo periodo pandemico la variazione dello stock rispetto al primo trimestre 2020 è stata del **+25%**, evidenziando come la scelta di puntare sull'online abbia permesso alle attività commerciali di superare le limitazioni settoriali e di mobilità vigenti durante l'emergenza sanitaria.

Inoltre, se al mondo delle imprese attive che svolgono le vendite su internet come loro attività primaria o prevalente, si aggiungono quelle che presentano l'e-commerce come attività secondaria, il numero triplica, raggiungendo le **3.500** unità (3.561).

Secondo l'indagine sulle **spese delle famiglie torinesi 2020**, risulta che nell'ultimo anno si è acquistato on line nel **12,5%** dei casi a fronte del **7,9%** dell'anno precedente. Gli acquisti si riferiscono principalmente a **generi non alimentari**, in primis giochi, giocattoli e videogiochi (**25%**), arredamento

(20%) e abbigliamento e calzature (19%). Ma crescono anche le spese on-line in generi alimentari: nel 6% l'e-commerce rappresenta la scelta d'acquisto preferita.