

DATI NEGATIVI «La chiusura dei negozi del centro è l'anticamera del degrado urbano e sociale. Tranne turismo e auto, le vendite sono al palo»

«Se aumenta l'Iva, bruciamo 12 miliardi»

L'allarme del leader di Confcommercio Sangalli: «L'Europa deve concederci flessibilità sul deficit, altrimenti il rialzo dell'imposta sarà un boomerang: i consumi crolleranno e saranno penalizzate le famiglie povere»



PREOCCUPATO

Carlo Sangalli, 79 anni, è da dieci anni al vertice della Confcommercio
[LaPresse]



ANTONIO CASTRO

Una mazzata per le famiglie «da oltre 12 miliardi di euro». La sola ipotesi di un aumento dell'Iva fa suscitare a Piazza Belli. Per la Confcommercio l'impegno assunto dal presidente del Consiglio Matteo Renzi in occasione dell'Assemble-

ma della Confederazione nel giugno scorso («Prendo l'impegno a non aumentare l'Iva nel 2017»), aveva scandito replicando dal palco), resta la pietra miliare delle garanzie. Certo - chiosa Carlo Sangalli - se poi la sterilizzazione delle clausole di garanzia dovesse fallire sarebbe «un boomerang», che ricade «sulla testa di tutti e, per di

più, in modo regressivo penalizzando soprattutto le famiglie più povere».

Presidente Sangalli lei da dieci anni guida la Confederazione. Ne ha viste di finanziarie e manovre. E di promesse mancate. Il



governo ora è a caccia di 18 miliardi di euro per scongiurare l'aumento Iva. C'è da stare tranquilli?

«Speriamo sia confermata l'indiscrezione secondo cui la ~~Commissione euro-~~ ~~pea~~ sarebbe intenzionata a concedere all'Italia una flessibilità di mezzo punto sul deficit, pari a circa 8 miliardi di euro. Un segnale che renderebbe le rassicurazioni del governo su questo

tema ancora più convincenti. Comunque voglio ricordare che lo stesso premier Renzi alla nostra assemblea ha promesso che le clausole non sarebbero scattate. E noi ci crediamo».

Avete fatto un calcolo dell'impatto derivante dall'aumento delle aliquote Iva?

«Secondo le stime del nostro Ufficio Studi, l'aumento dell'aliquota ordinaria dal 22 per cento al 24 per cento e di quella ridotta dal 10 per cento al 12 per cento, supponendo che l'intero aumento venisse trasferito sui consumatori, si ripercuoterebbero sui consumi con una contrazione di oltre 12 miliardi».

Sarebbe un disastro visto come vanno i consumi. E però la "caccia al tesoro" del ministro Pier Carlo Padoan (tra tagli e richieste a Bruxelles), dovesse fallire almeno in parte?

«Siamo convinti che il governo farà tutto il possibile per reperire le necessarie risorse. Un aumento dell'Iva è come un boomerang, ricade sulla testa di tutti e, per di più, in modo regressivo penalizzando soprattutto le famiglie più povere».

I consumi, chiarisce bene l'Istat, languono o addirittura retrocedono.

Dobbiamo preoccuparci?

«L'ultima fotografia dell'Istat sulle vendite è molto negativa perché certifica come, ad eccezione del turismo nei mesi estivi e delle vendite di auto, il crollo della fiducia dei consumatori sta contagiando i comportamenti di spesa. Insomma, la situazione si è fatta più incerta e complessa e ci sono i primi segnali tangibili di un nuovo rallentamento della nostra economia».

I saldi estivi non sembrano essere andati benissimo. Prolungare le offerte a tutto l'anno può essere un escamotage?

«In realtà l'abbigliamento e la pelletteria sono tra i comparti che sono andati meglio. E poi guardi, le vendite promozionali sono ormai diffusissime e in alcune regioni sono consentite anche nel periodo immediatamente precedente i saldi. Il problema è che quello dell'abbigliamento è da anni un comparto in forte sofferenza».

E allora come si possono rilanciare i consumi?

«Servono segnali forti e politiche di rilancio dei consumi. Anche per scongiurare il fenomeno della "desertificazione commerciale" che ha colpito i centri storici e i piccoli borghi e molte periferie delle aree metropolitane, e che è l'anticamera del degrado urbano e sociale».

La legge di Stabilità/Bilancio avrà margini molto stretti. Qual è la priorità per tornare a crescere?

«La strada è obbligata: serve una concreta e generalizzata riduzione della pressione fiscale su famiglie e imprese. Un'operazione che si può e si deve fare cominciando a sforbiciare, con determinazione, sprechi e inefficienze della spesa pubblica. Solo così si potrà ricostituire la fiducia di famiglie e imprese, rilanciare i consumi e dare una prospettiva di crescita al Paese».