

Sangalli: la terapia giusta è dare ossigeno al Pil

Nicoletta Picchio

ROMA

Tutto dipende dalla crescita: se l'Italia rimarrà ancora ad un risicato aumento del Prodotto interno lordo intorno allo 0,7%, se va bene, o addirittura dello 0,3%, come ha detto recentemente il presidente di Confindustria, Luca Cordero di Montezemolo, la gente continuerà a sentirsi più povera, non tanto per l'aumento dei prezzi, quanto per il peso crescente sulle retribuzioni delle cosiddette "spese obbligate", e cioè affitti, bollette, carburante, assicurazioni e servizi finanziari.

E così non si spende e non si compra. In Confcommercio, dopo aver letto i dati dell'Istat di ieri sulle vendite a dicembre e nel 2007 (si veda l'articolo in basso) hanno lanciato l'allarme: se i consumi non aumentano, è evidente che sarà la crescita complessiva del Paese ad esserne condizionata in negativo. Ma è un cane che si morde la coda: «Solo una maggiore crescita è una terapia giusta per risolvere i problemi legati anche all'inflazione e al potere d'acquisto delle famiglie», commenta il presidente, Carlo Sangalli.

Senza un miglioramento della ricchezza, secondo il Centro studi dell'organizzazione, la stagnazione dei consumi diventa una prospettiva realistica per la prima parte del 2008, se non per tutto l'anno. E ciò accadrà, dice il Centro studi dei commercianti, «a prescindere dal tasso di inflazione».

Di fronte alla polemica sui prezzi, e a quel 4,8% indicato dall'Istat come inflazione sui prodotti di acquisto più frequente, la Confcommercio replica con altri dati e soprattutto con diverse considerazioni: ci si sente più poveri perché non ci sono prospettive di aumento della ricchezza. «Negli anni passati abbiamo avuto periodi in cui l'inflazione era a due cifre, ma non ci si preoccupava troppo dei prezzi perché la ricchezza cresceva veloce-

mente, in media al 4% e c'erano prospettive positive per il futuro», dice Mariano Bella, responsabile del Centro studi.

La sensazione di sfiducia è aumentata dal peso delle spese obbligate sul reddito disponibile, fenomeno più grave per le famiglie di operai, grave per commercianti e artigiani, me-

SECONDO CONFCOMMERCIO

Per riuscire a ridare fiducia alle famiglie bisogna tagliare la spesa pubblica e rimodulare la pressione fiscale

VENDITE AL DETTAGLIO

Stagnazione dei consumi nel 2007

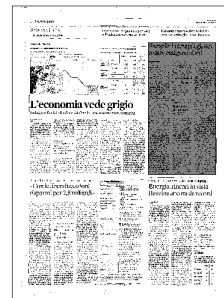
Vendite al dettaglio in netta frenata a fine 2007, il periodo dell'anno che è maggiormente votato allo shopping a causa delle festività natalizie. A dicembre l'Istat ha rilevato una flessione tendenziale dello 0,6%, determinata da un lieve aumento delle vendite di alimentari (+0,2%) e da una flessione marcata per i prodotti non alimentari (-1,1%). Le vendite di prodotti alimentari, a livello mensile, sono aumentate dello 0,1% mentre quelle di prodotti non alimentari sono risultate a crescita zero.

Il 2007 ha fatto rilevare un aumento dello 0,5% delle vendite al dettaglio. Nella grande distribuzione la crescita è stata pari all'1% mentre le imprese commerciali di minori dimensioni hanno accusato un calo dello 0,1%. Nello stesso periodo le vendite di prodotti alimentari e le vendite di prodotti non alimentari hanno registrato aumenti, rispettivamente, dello 0,9 e dello 0,2%.

no grave per imprenditori e liberi professionisti. Quanto all'inflazione, la Confcommercio ha calcolato le variazioni dei prezzi dal 2001 al 2007: le voci dei principali generi alimentari, acqua, gas, benzina, assicurazioni è aumentata, mentre sono calati i prezzi dei prodotti hi-tech. A fronte di una crescita complessiva dell'inflazione del 17,2% nel periodo considerato, ci sono stati rincari del 52,1% per l'acqua, del 38,1% per le assicurazioni, del 30,3% per l'olio d'oliva, del 60% per le patate, del 24% per i trasporti urbani e il pane, del 28,1% per ristoranti e pizzerie. In flessione invece i telefoni (-60%), i computer (-57,5%), i servizi telefonici (-11,1%). Bella sottolinea che l'inflazione italiana complessiva e quella dei generi alimentari, è inferiore alla media europea (3,1% contro 2,8% a dicembre 2007).

«Il problema però è combattere la povertà e non la ricchezza», continua Bella. In Italia la disuguaglianza sociale è elevata, è più forte nei redditi bassi, e non si è attenuata con le politiche di welfare. Quindi bisogna alimentare la crescita. E per far questo, ha insistito ieri Sangalli, «bisogna risolvere il corto circuito tra aumento della spesa pubblica e pressione fiscale. È il primo impegno bipartisan che chiediamo alle forze politiche: creare le condizioni per far ripartire la domanda interna che è il 70% del Pil».

Ma c'è un altro aspetto: bisogna investire sulle risorse umane, migliorare il livello di istruzione degli italiani, a tutti i livelli scolastici e universitari. «Se non si aumenta la qualità del capitale umano ci ritroveremo tra dieci anni ad affrontare gli stessi problemi», continua Bella. Che non nasconde le sue perplessità sull'efficacia di "Mister Prezzi", il Garante voluto dal Governo per una supervisione sugli aumenti incontrollati dei prezzi: si tratta, a giudizio di Bella, di una decisione demagogica, che non risolve i problemi.



CONFCOMMERCIO