

SANGALLI (CONFCOMMERCIO) AL "PICCOLO": «RIPRESA SOLO NEL 2010»

# Sangalli: crisi lunga, ripresa solo nel 2010

Nel settore del commercio hanno chiuso 30mila imprese. L'Italia cresce meno della media Ue

## L'INTERVISTA

### LA CRISI

A Natale e Capodanno consumi in calo ma non c'è stato il tracollo  
I saldi danno segni di vitalità

Per la Confcommercio servono misure anticicliche che rimettano in moto la domanda interna, che è il vero tallone d'Achille dell'economia italiana, e restituiscano fiducia alle famiglie di fronte a una forte frenata dei consumi

### I PROVVEDIMENTI DEL GOVERNO

Alcune misure del decreto anticrisi vanno nella giusta direzione come il bonus straordinario e il riordino degli ammortizzatori sociali

di GIULIO GARAU

**Presidente Sangalli, il Fmi ha rivisto al ribasso le stime di crescita, parla di recessione fino al 2010 mentre sul lato dei consumi la Fiat lancia l'allarme e parla di 60 mila a rischio senza aiuti. Lei ha parlato di una crisi lunga, ma senza picchi fino al 2010, non le pare di essere stato (eufemisticamente) troppo cauto?**

Siamo iscritti d'ufficio al partito dei realisti e, quindi, pure in presenza di una crisi profonda e strutturale che durerà fino al 2010 e che avrà pesanti ricadute anche sull'occupazione, sui redditi e sugli investimenti, siamo convinti che la nave-Italia reggerà la tempesta. Questo senza voler negare in nessun modo che la crisi c'è ed è forte, soprattutto nel commercio settore che ha già visto ridurre nel 2008 lo stock di imprese di oltre 30 mila unità. La crisi sarà meno acuta ma più prolungata perché l'Italia beneficerà in maniera più debole e in ritardo della ripresa internazionale che dovrebbe verificarsi nella seconda metà del 2010.

**Per far ripartire l'economia il settore auto chiede nuovamente aiuti, ma del resto anche altri paesi europei si stanno muovendo in questa direzione. E' una buona**

Certamente, l'elevato numero di posti di lavoro a rischio nel settore e l'importanza del comparto auto per l'intera economia del nostro paese impongono un'attenzione particolare al problema e la necessità di misure strutturali e straordinarie. Ma il problema vero che bisogna aggredire è quello della bassa crescita di tutta l'economia e che ha origini lontane. Basti pensare che l'Italia negli ultimi cinque anni ha avuto una crescita media del Pil dell'1,1%, mentre nel resto d'Europa si cresceva a ritmi doppi. Quindi, bene gli interventi spot a sostegno di settori ma immaginiamo anche a interventi che possano dispiegare gli effetti anche dopo l'emergenza.

**Come stanno andando invece gli altri consumi, in particolare abbigliamento e alimentari? I saldi partiti in anticipo hanno dato qualche risposta?**

Gli ultimi dati in nostro possesso confermano le previsioni di una flessione dei consumi nel periodo tra Natale e Capodanno ma senza quel crollo che alcuni avevano annunciato. Analogo discorso per i saldi che stanno avven-

strategia?



do un andamento discreto, soprattutto nelle grandi città dove si registra anche un leggero incremento delle vendite rispetto all'anno scorso nell'ordine del 3%. Certo, dovremo aspettare i dati di febbraio dell'Istat e del nostro Indicatore dei Consumi per avere un quadro più completo e, soprattutto, certificato di come sono andate le vendite.

**Arrivano notizie sempre più drammatiche sull'aumento dei disoccupati, secondo lei c'è davvero il rischio di toccare la fatidica soglia dell'8%, il bivio in discesa che porterebbe a un calo dei redditi e dunque all'ulteriore crollo dei consumi?**

Nell'ultimo rapporto sui consumi del nostro Ufficio Studi abbiamo previsto 1,9 milioni di disoccupati, nel 2009, come picco massimo, in aumento, quindi, rispetto a poco più di 1,5 milioni registrati nella media del 2007. Ma l'acuirsi della crisi e delle incertezze

non ci fa escludere, però, un peggioramento delle condizioni del mercato del lavoro. Se questo accadesse, e cioè avessimo molti più disoccupati di quelli previsti, la situazione diventerebbe veramente drammatica perché questo avrebbe effetti immediati sul reddito disponibile delle famiglie.

**Molte realtà produttive e commerciali stanno chiudendo, i lavoratori con posto fisso vanno in cassa integrazione, quelli con contratto a termine vengono licenziati. E forse svanita tutta quella nuova occupazione (i famosi milioni di nuovi posti di lavoro) di cui molti si vantavano di aver creato?**

Il comparto delle piccole e medie imprese è e resta un asset fondamentale della nostra economia contribuendo per il 70% alla formazione del Pil e per l'80% all'occupazione. Certamente, gli effetti della crisi finanziaria internazionale, che cominciano a farsi sentire sull'economia reale, investono indistintamente tutti i settori, anche quelli che hanno maggiormente sostenuto la crescita occupazionale del nostro Paese. E questa non è certo una buona notizia, né per il commercio, che nel 2008 ha subito un forte ridimensionamento con la chiusura di oltre 95mila imprese, né per il sistema delle imprese nel suo insieme.

**Non ci sono ammortizzatori sociali per tutti, i precari non sono tutelati. Si sono fatte varie ipotesi per sostenere le famiglie, quale potrebbe essere a suo giudizio una strada da percorrere?**

Alcune misure sono già previste dal decreto anticrisi e vanno nella giusta direzione, come il bonus straordinario per chi è più in difficoltà e il riordino degli ammortizzatori sociali che ricomprende anche la riedizione degli indennizzi pensionistici per le aziende commerciali in crisi e l'estensione degli assegni familiari ai lavoratori autonomi. Credo sia, dunque, giusto rafforzare ulteriormente il sistema di tutele previsto dagli ammortizzatori e su questo registriamo già la disponibilità del

Governo per lo stanziamento di risorse aggiuntive.

**Questa crisi farà "pulizia" anche nei vostri settori e manterrà in vita solo le aziende sane?**

Il settore distributivo è l'unico veramente liberalizzato - sin dal 1998 con il Decreto Bersani - e l'elevato turnover di aperture e chiusure che si registra al suo interno (oltre mezzo milione di esercizi commerciali hanno chiuso negli ultimi 10 anni) dimostra proprio l'elevata competitività tra le imprese del settore. Insomma, non c'è spazio né per rendite di posizione, né tanto meno per imprenditori "improvvisati".

**Il ribasso del costo del petrolio dovrebbe aver dato respiro al suo settore, soprattutto nei trasporti. Perché i cittadini non lo hanno percepito e i prezzi hanno continuato a crescere?**

In realtà, gli ultimi dati confermano una diminuzione dei prezzi delle materie prime ed energetiche che gradualmente si stanno trasferendo sui prezzi al consumo. E poi dobbiamo considerare due aspetti molto importanti: il primo, che spesso l'aumento degli alimenti è legato anche ad una serie di costi - logistici, energetici, di imballo - che seguono una dinamica inflattiva costante; il secondo, che i prezzi al consumo non seguono con la stessa velocità quelli all'origine. Detto questo, va ricordato che il settore della distribuzione ha sempre svolto una funzione calmieratrice non riversando mai per intero sui prezzi finali gli aumenti registrati alla produzione comprimendo, laddove possibile, i propri margini. E anzi, in alcuni casi, addirittura assorbendo per intero l'aumento dei costi.

**Quali sono le priorità da attuare subito per il Paese?**

Servono misure anticicliche che mettano in moto la domanda interna, che è il vero "tallone d'Achille" dell'economia italiana, e stimolino gli investimenti delle imprese. E la via per raggiungere quest'obiettivo è praticamente obbligata: al rigore sui conti pubblici deve corrispondere anche la riduzione della pressione fiscale e della spesa pubblica, controllandola e riqualificandola. È necessario, inoltre, proseguire nel recupero di evasione ed elusione e rafforzare la spesa per investimenti e innovazione. Solo così si potranno liberare risorse per rispondere presto e bene all'emergenza economica.



## Il numero uno di Confcommercio

Carlo Sangalli dal 1995 è presidente dell'Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano e dal 1996 dell'Unione Regionale Lombarda del Commercio del Turismo e dei Servizi. Dall'agosto 1997 Carlo Sangalli è anche presidente della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Milano. Il 10 febbraio 2006 assume la presidenza di Confcommercio.