

CONFCOMMERCIO

Sangalli alla Marittima
«Meno tasse per
rilanciare i consumi»

FIUMANÒ A PAGINA 9

L'INTERVISTA
IL COMMERCIO

«Siamo l'unico settore liberalizzato in Italia. Le chiusure domenicali? Bisogna trovare soluzioni flessibili tutelando i piccoli negozianti»

Sangalli: 20 mila imprese in meno nel 2009

«Il peggio della crisi non è passato. Meno tasse per rilanciare i consumi delle famiglie»

di PIERCARLO FIUMANÒ



Carlo Sangalli



Il convegno di **Confindustria** ieri a Trieste

TRIESTE Carlo Sangalli, presidente di **Confindustria**, lancia l'allarme da Trieste: «Il peggio della crisi è passato ma la ripresa rischia di non durare senza rilanciare i consumi. A settembre abbiamo già perso 137 mila posti di lavoro».

Presidente Sangalli, riparte al crescere dell'inflazione in Italia e in Europa. Vi preoccupa?

Dal 2000 al 2008 i consumi in media in Italia sono aumentati dello 0,5%. Questa stagnazione dei consumi rischia di diventare strutturale. Servono misure adeguate per consolidare la crescita altrimenti la situazione diventa preoccupante.

Quali?

Il governo deve decidere provvedimenti fiscali sui redditi da lavoro e sulle imprese. Misure compatibili con la tenuta dei conti pubblici come ad esempio for-

me di detassazione sui premi di risultato e incrementi salariali di secondo livello. Il nostro Sistema Paese si regge sul capitale delle famiglie e sulla flessibilità delle piccole e medie imprese. Soltanto rilanciando i consumi si rafforzano questi due punti di forza dell'Italia. Bisogna contrastare la spirale pericolosa che deriva dalla crisi dei consumi e dall'aumento della disoccupazione.

Presidente, Confindustria si è battuta per detassare le tredicesime ma dal governo non sono arrivate risposte...

È vero. Capisco le ragioni del governo quando si preoccupa del debito pubblico. Tuttavia bisogna coniugare le esigenze di risanamento con lo sviluppo e la crescita. **Confindustria** ha chiesto una detassazione delle tredicesime parziale e selet-

tiva sui redditi medio-bassi proprio per sostenere la domanda.

Tremonti dice di non avere sufficienti risorse.

Il governo incasserà dallo scudo fiscale circa 4 miliardi. È giusto destinare questi soldi alla sicurezza sociale, al fondo centrale di garanzia che alimenta i consorzi fidi, alla scuola. Ma bisogna



pensare anche allo sviluppo e al rilancio dei consumi.

Il pacchetto anti-crisi del governo è sufficiente a rilanciare i consumi come chiede Confcommercio?

Condividiamo le misure prese dal governo soprattutto per quanto riguarda gli ammortizzatori sociali. Questi strumenti di protezione sociale vanno rafforzati. Occorre però insistere nell'accelerare i pagamenti della pubblica amministrazione nei confronti delle imprese che vantano crediti verso lo Stato, aumentare la dotazione del Fondo centrale di garanzia e detassare gli incrementi salariali.

Le piccole e medie imprese soffrono la stretta sul credito dopo aver pagato un prezzo molto alto alla recessione.

Serve un patto con il governo e le parti sociali per sconfiggere definitivamente la crisi e affrontare la ripresa. L'Italia è come un malato in convalescenza e il rischio di ricadute è ancora alto.

Il commercio si prepara a subire un prezzo pesante sul fronte dell'occupazione. Soltanto a Trieste in nove mesi hanno chiuso 345 imprese di servizi.

Stiamo soffrendo. Nel 2009 il nostro ufficio studi prevede un saldo negativo di ventimila imprese, la stessa cifra registrata lo scorso anno. A settembre nel settore del commercio sono state 137 mila le persone che hanno perso il posto.

Per la prima volta in Italia, secondo una recente indagine Confcommercio, i servizi valgono più della metà del totale dei consumi.

Bisogna valorizzare l'economia dei servizi nel nostro Paese. Non dimentichiamo che questo settore vale più del 40% del Pil e della occupazione in Italia. Bisogna avviare un processo fondamentale nel nostro Paese. In primo luogo aumentando la gamma dei beni sottoposti a misure di detassazione. Oggi sul mercato si compete solo attraverso la ricerca, la formazione, l'innovazione. E un processo che non deve riguardare solo il settore manifatturiero.

Quanto conta la forza del marchio in una società dei servizi sempre più low cost? Più servizi al consumatore significa anche prezzi più bassi?

Il nostro patrimonio più importante sono i consuma-

tori. Attraverso le vendite promozionali abbiamo sempre cercato di non disperderlo.

Come contrastare la sparizione dei piccoli negozi?

Sono necessarie programmazioni commerciali in grado di tutelare piccoli, medi e grandi negozi. Il pluralismo distributivo è un requisito strutturale di democrazia economica. Il piccolo negoziante oggi si trova in grande difficoltà perché ha meno difese di fronte alla crisi e soprattutto soffre lo scarso accesso al credito.

Chi garantisce il miglior rapporto qualità-prezzo: i piccoli negozietti o i grandi ipermercati?

Il piccolo negozio è in grado di garantire una altissima qualità del servizio se riesce a rinnovarsi. Ma soprattutto adempie a una funzione sociale importante. Essere piccoli non significa pensare in piccolo. Una città illuminata dalle insegne da un senso di sicurezza e di gioia. E non faccio poesia.

Negli Stati Uniti la crisi ha messo in ginocchio grandi catene come Wal Mart che con le loro insegne sono presenti nelle grandi città e nelle periferie rurali. Qual è il modello ideale per il consumatore italiano?

In Italia, come dicevo, serve una programmazione che tenga conto delle esigenze di tutti. Certo, oggi soffrono molto i piccoli che meritano una particolare attenzione e tutela.

I grandi ipermercati chiedono flessibilità sugli orari. Lei è favorevole alle aperture domenicali?

Lei trova le banche aperte di domenica?

No. Ma ma non pensa che le troppe restrizioni diano l'immagine di un'Italia chiusa per turno?

Pensiamo prima a uscire dalla crisi. E il nostro primo obiettivo. A Milano abbiamo varato una legge regionale aumentando le aperture domenicali, attraverso un dimezzamento dei Paesi a vocazione turistica, ma tutelando anche i piccoli negozi che avranno a disposizione alcune domeniche di apertura esclusiva.

Liberalizzare in Italia è difficile?

Il commercio è stato l'unico settore liberalizzato in Italia. Come ha detto di recente l'ex ministro Bersani (che diede il suo nome a quella legge) "il commercio ha già dato".