

Le imprese alzano la voce

L'unica ricetta per il rilancio è tagliare Iva e tasse sul lavoro

L'INTERVENTO

Il presidente Sangalli chiede al governo azioni incisive, altrimenti 270mila imprese rischiano di non alzare più le serrande

Meno tasse per ripartire

La ricetta del rilancio secondo **Confcommercio**: semplificazione, spending review e più digitale

Criticità

Vanno contrastati abusivismo commerciale e contraffazione, patologie profondamente distorsive della concorrenza

Settore

Per il commercio un nuovo approccio che sostenga e promuova il pluralismo distributivo

DI **CARLO SANGALLI** *

È ormai davvero lunga la sequenza delle previsioni che cercano di misurare l'impatto dell'emergenza sanitaria, divenuta emergenza economica e sociale, sulla crescita e sull'occupazione, sugli investimenti e sui consumi. Tra le stime più recenti e più severe vi è, ad esempio, quella del Fondo monetario internazionale, che giunge a prevedere, per l'anno in corso, una contrazione del Pil del nostro Paese del 12,8%. Sul versante dei consumi, poi, l'indicatore

di **Confcommercio** segnala a maggio una caduta nel confronto annuo del 29,4%. E la caduta dei consumi si presenta particolarmente rilevante nella filiera turistica, nei trasporti ed in larga parte del commercio. Bastano, così, pochi dati a confermare la necessità e l'urgenza di misure che sostengano i consumi e la domanda interna nel complesso, anche attraverso provvedimenti di riduzione delle aliquote Iva. E bastano, ancora, questi dati a motivare l'ulteriore nostra richiesta di rafforzare una strategia di sostegno pubblico al settore produttivo incentrata su indennizzi robusti da riconoscere in maniera proporzionale alle perdite subite ed accompagnata da congrue moratorie fiscali, da meccanismi realmente efficaci di accesso al credito, da misure di supporto per gli affitti commerciali.

In questo contesto siamo a fianco delle imprese più penalizzate dall'emergenza sanitaria. Aziende per la maggior parte di piccole e medie dimensioni

che rischiano di essere stritolate tra gli impegni assunti con i loro fornitori e la difficoltà di tornare a fatturare dopo il lockdown. In particolare sottolineiamo l'importanza degli indennizzi a fondo perduto e dei prestiti garantiti dallo Stato per permettere a queste imprese un percorso di sopravvivenza fino al ritorno di una nuova normalità.

Misure più robuste e misure più tempistiche: ecco cosa serve. Perché nel commercio, nel turismo, nei trasporti sono a rischio chiusura circa 270 mila imprese e perché la «pressione» della criminalità si fa intanto sentire sul 10% delle micro e piccole imprese del commercio e dei pubblici esercizi. Insomma, l'emergenza economica e sociale non è certo cessata. Ma, accanto alla risposta all'emergenza ed in coordinamento con essa, è già tempo di progettare ed agire con più ampia prospettiva. Lo abbiamo detto in occasione degli «Stati Generali»: occorre reagire ed avanzare affrontando l'agenda delle riforme necessarie per rafforzare produttività e crescita, occupazione e coesione sociale e territoriale. È, in altri termini, l'agenda delle regole e delle politiche che vanno messe in campo per un'Italia che funzioni meglio e che investa meglio, mettendo a frutto le opportunità del «Recovery Fund». I titoli generali sono noti: maggiore agibilità dei contratti a termine e del lavoro occasionale e riduzione del cuneo fiscale e contributivo sul costo del lavoro; semplificazioni e una efficace spending

review per investire in conoscenza ed in digitalizzazione, in infrastrutture, trasporti e logistica. Il tutto secondo un approccio che tenga saldamente insieme sostenibilità ambientale e sostenibilità economica e sociale. E, ancora, una riforma del fisco che, riaffermando principi e valori dello statuto dei diritti del contribuente, persegua una progressiva riduzione del carico della tassazione, un'accorta azione selettiva di contrasto e recupero di evasione ed elusione e, con un'azione europea determinata, il varo di un'equa web tax.

Di queste regole e di queste politiche si gioverebbero i «giacimenti» di cui il nostro Paese dispone: dalla ripartenza del turismo e dalla resilienza del made in Italy e dell'*Italian way of life* alla riorganizzazione delle nostre città in collegamento con la valorizzazione del commercio e dei servizi di prossimità, giusto per fare qualche esempio. Per il commercio, in particolare, serve un nuovo approccio. Un approccio che tenga conto del suo ruolo economico e sociale e che tuteli e promuova, anche sostenendone l'innovazione e il rapporto



con il digitale, le attività di prossimità e il modello italiano di pluralismo distributivo. Un approccio che miri a rafforzare le fondamenta di un mercato sano, contrastando abusivismo commerciale e contraffazione, patologie profondamente distorsive della concorrenza. Ce la possiamo fare: contrastando l'emergenza e mettendo in campo tutta la responsabilità che occorre, ad ogni livello ed in ogni ruolo, per fare decollare, con obiettivi e percorsi chiari e condivisi, il progetto per l'Italia che verrà.

* *Presidente* Confcommercio



Carlo Sangalli
 È il presidente di Confcommercio, l'associazione dei commercianti e delle piccole imprese



Lavoro
 Serve più agibilità dei contratti a termine e il taglio del cuneo fiscale



Tasse
 Ora un'azione europea per il varo di una equa web tax