

Carlo Sangalli Il presidente di **Confcommercio**

«Il grande gelo, reddito giù del 7%»

MILANO — Gli ultimi dieci anni sono stati segnati da tre grandi eventi: l'introduzione dell'euro; la progressiva affermazione della grande distribuzione, nel campo alimentare di matrice soprattutto straniera; la diffusione dell'e-commerce. Secondo **Carlo Sangalli** «tutto il sistema distributivo ha risposto con vitalità» a queste sfide. «Ma — sostiene il presidente di **Confcommercio** — le nostre imprese sono esasperate da anni per gli ingenti sacrifici per rimanere sul mercato e fronteggiare eccessiva pressione fiscale e aumento dei costi di esercizio, innanzitutto, ma anche i mali cronici che affliggono le famiglie: una riduzione del reddito disponibile di oltre il 7% tra il 2007 e il 2011; l'aumento delle spese obbligate, dal 35% a quasi il 40% del totale dei consumi negli ultimi 10 anni; consumi pro capite in calo di oltre 3 punti dall'inizio della crisi ad oggi. Sono diventate condizioni insostenibili e per molte imprese questo è stato esiziale».

A distanza di 10 anni i commercianti si sentono più ricchi o più poveri?

«La redditività d'impresa tra il 2008 e il 2010, cioè durante la recessione, è scesa di oltre 2/3 attestandosi a meno di 3 centesimi per ogni euro investito nelle piccole imprese di servizi, incluso il commercio. E, nei primi 9 mesi del 2011, hanno chiuso quasi 80.000 esercizi commerciali. Le prospettive non sono certo rosee: abbiamo rivisto al ribasso le previsioni di Pil e consumi per il 2012 rispettivamente a -0,6% e -0,3%».

Fa più paura l'outlet fuori porta o l'ipermercato?

«Il pluralismo distributivo è una caratteristica del nostro Paese che, grazie alla compresenza di imprese di piccola, media e grande dimensione, garantisce un adeguato livello di servizio in termini di prez-

zi e di offerta. E indispensabile, però, che tutti rispettino le regole».

Quanto pesa il commercio elettronico per il retail tradizionale?

«Oggi tutto il commercio elettronico fattura circa 14 miliardi. Un canale in crescita e non in contrapposizione con la rete tradizionale, semmai un'opportunità anche per raggiungere target specifici di consumatori».

I commercianti notoriamente dichiarano redditi molto bassi, sospettati spesso di evasione fiscale. Nell'ultimo decennio i redditi dichiarati sono aumentati o diminuiti? E, se sono aumentati, crede che sia per minore evasione o maggiori guadagni?

«L'evasione è un fenomeno trasversale che abbraccia tutta la società e i settori della nostra economia. Chi evade non solo mina alle fondamenta il patto di cittadinanza, ma agisce anche contro la crescita e lo sviluppo del Paese. Viceversa, occorre procedere con determinazione e con una sempre più mirata capacità d'accertamento per contrastare e recuperare evasione ed elusione. Detto questo, il dato medio dichiarato dalle imprese del commercio sulla base degli studi di settore risulta costantemente crescente».

Quali sono le strategie per «sopravvivere» alla crisi?

«La via dell'innovazione, della creatività e anche del coraggio è l'unica per rimanere competitivi e sviluppare la propria attività assecondando le diverse esigenze dei consumatori, il vero asset delle nostre imprese. E questo, tutto il sistema della distribuzione lo ha capito da tempo, a differenza di altri settori non ancora liberalizzati».

Giuliana Ferraino

twitter: @16febbraio

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chi è

Il presidente di **Confcommercio**, **Carlo Sangalli**, lancia l'allarme sui consumi

