

SANGALLI
CARO PRODI,
FACCIAMO
I CONTI

ECONOMIA & POLITICA CARLO SANGALLI TRA FINANZIARIA, FISCO E CONSUMI

Caro Prodi, facciamo i conti

- FABIO DE ROSSI

Kaká ha vinto il Pallone d'oro. Il Milan è campione del mondo per club. Pato ha segnato un gol all'esordio in serie A. E Carlo Sangalli si è aggiudicato una partita, giocata in casa con i tecnici della Confcommercio. Ha fatto installare un marchingegno nel suo ufficio milanese: aprendo la porta scattano le note dell'inno rossoneri. Che si aggiungono alle maglie di Seedorf e del fuoriclasse brasiliano incorniciate all'ingresso. Sangalli è fatto così: lavoro (tanto) e tifo (altrettanto). Da quasi due anni è l'allenatore delle oltre 820 mila imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti che fanno capo alla confederazione di piazza Belli a Roma. Con un modulo tattico chiaro: «trasparenza e partecipazione» per recuperare in pieno «credibilità», insieme alla totale «rappresentanza degli interessi degli associati». Il presidente della Confcommercio, settant'anni compiuti lo scorso anno (a vederlo, però, nessuno glieli darebbe), spiega che l'organizzazione «è un soggetto politico autonomo, ma non per questo indifferente o appiattito su posizioni pregiudiziali. Con il governo, poi, ci si deve confrontare e dialogare». «Anche se», sottolinea nello studio di presidente della Camera di commercio di Milano (per cui chi scrive non è stato costretto a sciopparsi le note di *Milan! Milan!*),

«per rispetto ai nostri associati dobbiamo comunque dare un giudizio».

Domanda. E quale sarebbe?

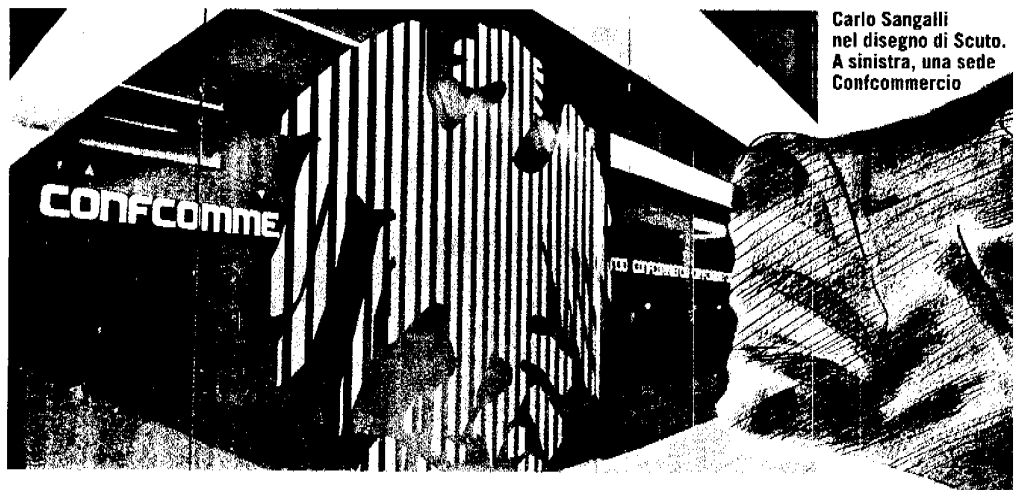
Risposta. Premesso che finora il presidente Romano Prodi, e gliene va dato atto, è riuscito a operare una sintesi politica difficilissima. La nostra valutazione, tuttavia, è che questa sintesi ha avuto prezzi pesanti per le anime centrista e riformista della maggioranza. Ma, soprattutto ha avuto prezzi pesanti per il Paese. Basti pensare alla finanziaria 2008. Si è detto che è una manovra leggera e di tregua fiscale. Sarà anche così. Però è anche debole: perché non migliora l'andamento della finanza pubblica e non affronta il nodo del cortocircuito tra una pressione fiscale comunque troppo elevata e una spesa pubblica che andrebbe posta sotto controllo, profondamente riquilibrata e anche ridotta. Intanto la ri-

presina è sfumata, la crescita attesa per il prossimo anno si fa lentissima, l'inflazione riprende a crescere per l'effetto congiunto dei prezzi del petrolio e di quelli di alcune materie agricole dovuta a un forte aumento della domanda su scala mondiale.

D. Ha una ricetta, in particolare?

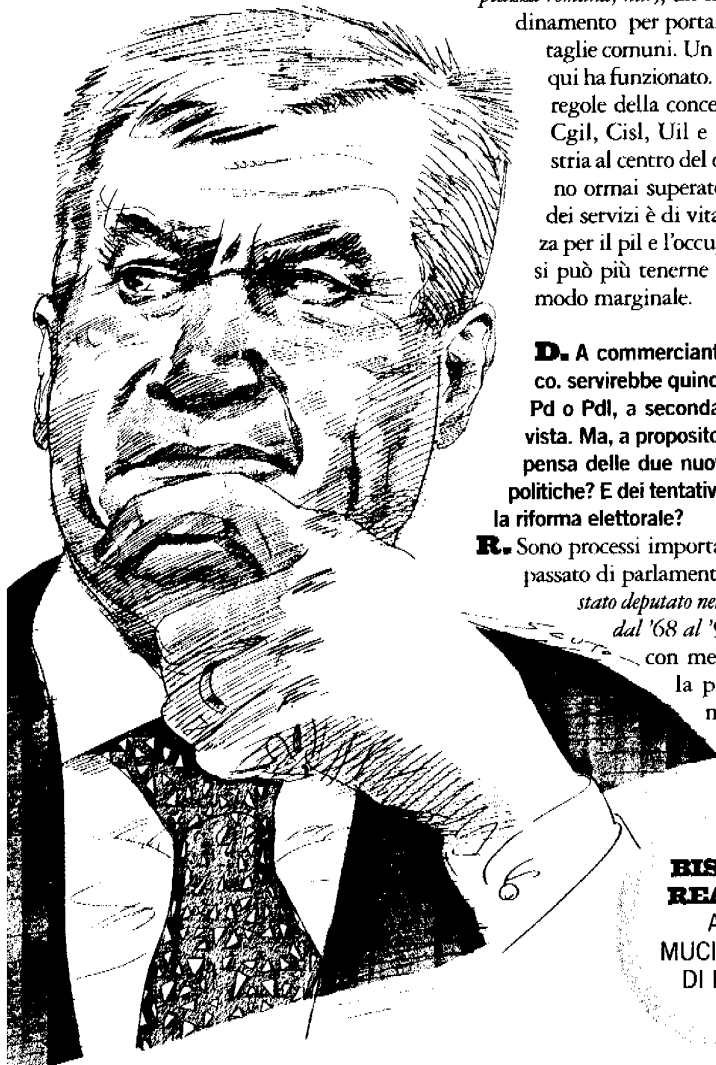
R. Ci vuole una risposta rapida e decisa. Servirebbe in particolare un accordo di lungo termine tra governo e parti sociali incentrato sui temi della crescita e della produttività, della quantità e della qualità della spesa pubblica, della riduzione della pressione fiscale sui redditi delle famiglie. Noi lo chiediamo da tempo e siamo pronti a parlarne con tutti. Anzitutto con Prodi.

D. Ma quando vi sedete al tavolo con l'esecutivo, non vi sembra che la vostra rappresentanza sia un po' in saldo, frammen-



Carlo Sangalli nel disegno di Scuto. A sinistra, una sede Confcommercio

Il presidente della Confcommercio chiede al governo più voce in capitolo nei tavoli di concertazione. E lancia l'idea di un'unica rappresentanza per il popolo delle partite Iva



tata tra la miriade di sigle che riuniscono il popolo delle partite Iva? Non sarebbe il caso di superare il fattore C e provare a presentare come soggetto unitario le varie Confcommercio, Confesercenti, Confartigianato, Cna, Casa, Confagricoltura e via elencando?

R. È vero. Arrivare a un processo federativo sarebbe importante. Anzi, fondamentale. Visto poi che artigiani e commercianti, tanto per fare un esempio, hanno esigenze e interessi identici. Ma sarà un processo lungo e difficile. Un primo passo è stato fatto con il tavolo di Capranica (dal nome di un ex cinema nell'omonima piazza romana, ndr), un tavolo di coordinamento per portare avanti battaglie comuni. Un tavolo che fin qui ha funzionato. Certo è che le regole della concertazione, con Cgil, Cisl, Uil e la Confindustria al centro del confronto, sono ormai superate. L'economia dei servizi è di vitale importanza per il pil e l'occupazione. Non si può più tenere conto solo in modo marginale.

D. A commercianti, artigiani & co. servirebbe quindi una sorta di Pd o Pdl, a seconda dei punti di vista. Ma, a proposito, che cosa ne pensa delle due nuove formazioni politiche? E dei tentativi di intesa sulla riforma elettorale?

R. Sono processi importanti. Dal mio passato di parlamentare (Sangalli è stato deputato nelle file della Dc dal '68 al '92, ndr) porto con me una lezione: la predisposizione al dialogo,

la cultura della mediazione sono le vere arti della politica. Per questo guardo alla costruzione dei due partiti a vocazione maggioritaria come l'occasione per irrobustire, al loro interno, le ragioni del «centro». Il sistema proporzionale con sbarramento può così incentivare la costruzione di un robusto soggetto al centro dello schieramento politico.

D. Basta questo per assicurare la governabilità?

R. No. Non va smarrito il principio di fondo della chiara e preliminare indicazione agli elettori dei programmi, delle alleanze attraverso cui si intendono realizzarli e anche del candidato alla carica di presidente del Consiglio. Aggiungo anche che sarebbe giusto restituire ai cittadini la possibilità di scegliere i propri rappresentanti in Parlamento, attraverso il voto di preferenza. In definitiva, non penso che le leggi elettorali risolvano tutto, ma certo possono aiutare e non poco. Condividere le regole del gioco aiuterebbe, intanto, il passaggio dal bipolarismo muscolare, perché fragile, al bipolarismo dialogante, perché forte. Il proporzionale rispetta le identità e le culture politiche differenziate proprie della storia del nostro Paese, mentre adeguate soglie di sbarramento evitano frammentazioni estreme delle rappresentanze parlamentari.

D. Ma lei, che pure in passato ha frequentato a lungo Montecitorio, è sorpreso dalla crisi della politica?

R. Io la penso così: serve una politica più ambiziosa per reagire alla mucillagine di massa. Occorrono scelte importanti e coraggiose per far crescere l'Italia di più e meglio, perché soltanto una crescita più robusta e di miglior qualità consente di perseguire insieme sviluppo, risanamento della finanza pubblica, ed equità sociale. Ma per fare questo è necessaria una politica forte, meno dominata dalla dittatura del breve termine, dalla ricerca del consenso immediato. Insomma, una politica che non indulga né alla retorica del declino, né sopravvaluti i segnali ciclici della ripresa. Una politica, invece, che faccia i conti e che faccia fare i conti al Paese con la realtà delle cose: abbiamo un debito pubblico che ci

**BISOGNA
REAGIRE
ALLA
MUCILLAGINE
DI MASSA**

costa ogni anno più di 70 miliardi di euro di interessi e, nonostante questo, la spesa pubblica continua a crescere. Abbiamo un bisogno vitale di rafforzare le infrastrutture e il capitale umano, attraverso la scuola e l'università, per generare ricerca e innovazione. Ma su questi versanti gli investimenti pubblici languono, perché la spesa pubblica è troppo assorbita dalle spese correnti. Abbiamo una pressione fiscale intorno al 43% e, nonostante questo, si stenta a mettere in campo un progetto serio, tanto per la sua riduzione, quanto per un realistico contrasto dell'evasione e dell'elusione.

D. Come la mettiamo con la convinzione comune che i primi a non pagare le tasse per intero sono proprio i commercianti?

R. Intanto ricordo che la Confcommercio si è sempre battuta e si batte ancora per combattere l'evasione e l'elusione. Questa è la strada maestra da seguire. E la vecchia regola «far pagare meno per far pagare tutti» è sempre valida. Di fronte, ripeto, a una pressione fiscale eccessiva, diventa difficile assicurare comportamenti virtuosi dal punto di vista fiscale.

D. Il presidente del Consiglio ha recentemente assicurato che per i salari e i redditi bassi arriverà una riduzione del carico fisco-

le. È una promessa da marinaio?

R. Per far scendere veramente la pressione fiscale, e cioè con riduzioni strutturali delle aliquote, bisogna risparmiare e quindi incidere in maniera rigorosa sui grandi aggregati della spesa pubblica corrente, promuovendo efficienza nei consumi intermedi delle pubbliche amministrazioni, riqualificando la spesa sociale e assicurando una stretta correlazione tra produttività e dinamica salariale del pubblico impiego.

D. A proposito di dinamica salariale, a che punto è la trattativa per il rinnovo del contratto del commercio? O, meglio, del terziario?

R. Credo che sia interesse comune, nostro e dei sindacati, chiudere al più presto il contratto, anche perché siamo disposti a discutere di aumenti salariali senza pregiudiziali e siamo anche pronti a entrare nel merito dei problemi, a condizione che il confronto sia depurato da approcci ideologici. Insomma, secondo me non sarà difficile trovare un punto di equilibrio tra le richieste salariali e le esigenze di produttività e flessibilità delle imprese.

D. Tomando alla politica, ma a quella interna all'organizzazione. Come convivono le di-

verse anime della Confcommercio dopo la vicenda Billè e il ciclone Michela Vittoria Brambilla?

R. Credo di aver attuato una rivoluzione dolce, facendo quadrare i conti e ispirandomi ai principi di trasparenza e partecipazione dal basso. L'obiettivo è quello di consolidare le realtà periferiche della Confederazione. Bisogna essere presenti sul territorio, come faccio spesso, per capire le necessità e le aspettative delle organizzazioni locali. È necessario evitare a tutti i costi che la Confcommercio sia un gigante sì, ma dai piedi di argilla. Anche la riforma dello statuto va in questa direzione, con il limite a non più di due mandati consecutivi per le cariche di vertice, l'ampliamento della base di rappresentanza, l'adozione di un codice etico e di regole trasparenti per la definizione dei diritti e dei doveri all'interno del sistema. C'è anche una valorizzazione dei ruoli e delle funzioni regionali, con il conseguente riconoscimento dell'elettorato attivo nell'assemblea confederale. E poi maggiore attenzione al gruppo Giovani imprenditori.

D. Con i saldi i commercianti riescono ancora a fare soldi? Oppure lo stop dei consumi incide anche sulle vendite a sconto?

R. Per le nostre imprese il periodo dei saldi è molto importante. Ma è del tutto evidente che i risultati positivi di questa prima parte della stagione non compensano certo la frenata dei consumi, anche perché i saldi riguardano quasi esclusivamente un settore, quello dell'abbigliamento, che contribuisce ai consumi totali per non più del 10%. Gli ultimi dati che abbiamo elaborato con l'Icc, l'Indicatore dei consumi Confcommercio, segnalano a novembre 2007 una sostanziale stagnazione, con una variazione dello 0,1% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Nel periodo gennaio-novembre gli acquisti, in termini di quantità, hanno registrato un aumento tendenziale dello 0,9%, inferiore all'1,5% dell'analogo periodo del 2006. E anche quest'anno ci aspettiamo una tendenza al ridimensionamento della domanda da parte delle famiglie, per la quale stimiamo una variazione intorno all'1,3%.

**TASSE,
FAR
PAGARE
MENO
PER PAGARE
TUTTI**



Nella foto in alto, da sinistra, Romano Prodi e Carlo Sangalli