

# «Ma non c'è gelata per lo shopping»

*Fiducioso Sangalli, presidente Confcommercio*

di ELENA COMELLI

— MILANO —

**UN MILIONE di cassintegrati, buste paga sempre più leggere per tutti e adesso anche il maltempo: rischiamo il flop dei consumi di fine anno?**

«Le rispondo con una battuta e le dico che la gelata è solo metereologica e non riguarda i consumi. Certo, con un'economia ancora in convalescenza è evidente che non sarà un Natale brillante, ma le previsioni non sono nemmeno di crisi. Non ci saranno, dunque, eccessi e dovremmo avere un Natale sostanzialmente in linea con quelli precedenti» risponde il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli (*nella foto Prisma*).

**Regali sotto l'albero, cosa dicono le vostre previsioni aggiornate agli ultimi giorni?**

«Due sono le indicazioni che emergono con maggiore evidenza: la prima è che la tradizione del regalo, quest'anno, sarà circoscritta soprattutto ai familiari e meno ad amici e conoscenti; la seconda è che quasi la metà degli italiani spenderà per gli acquisti natalizi tra i 100 e i 300 euro».

**Quali sono i settori che andranno meglio e quali peggio?**

«Preferisco dire quelli che andranno bene, e sono soprattutto l'alimentare, con un incremento rispetto allo scorso Natale intorno al 3%, e il comparto dell'utenileria per la casa e ferramenta. Per gli altri settori ci auguriamo che possano emulare queste tendenze per recuperare, almeno in parte, il lungo periodo di sofferenza».

**Come cambiano le scelte di spesa: la battaglia quotidiana per restare a galla porta gli italiani sempre più**

**verso i consumi low-cost o c'è ancora uno zoccolo duro che punta sulla qualità?**

«Sgombriamo il campo da luoghi comuni: la sobrietà e l'attenzione alla qualità non sono aspirazioni che mutano in funzione della congiuntura economica. Certo, oggi la richiesta di prodotti e servizi con il miglior rapporto qualità-prezzo è più stringente rispetto alla struttura dei consumi prevalente negli anni '80».

**Dove si sente di più il rallentamento dei consumi, al Nord o al Sud, o è uguale dappertutto?**

«La crisi economica ha colpito in misura diffusa tutte le aree del Paese, come segnala la riduzione registrata, già nel 2008, dal Pil e dai consumi. D'altra parte siamo di fronte ad una crisi globale che colpisce sia i sistemi a vocazione esportativa, come il Nord, sia le economie più dipendenti dalla do-

manda interna, come il Meridione».

**Quali potrebbero essere le misure più efficaci per sostenere il potere d'acquisto degli italiani, e quindi per ravvivare i consumi?**

«La ricetta è sempre la stessa e cioè la riduzione strutturale della pressione fiscale sia sui redditi da lavoro che sulle imprese. Un obiettivo possibile e realizzabile tagliando e ristrutturando la spesa pubblica improduttiva, combattendo e recuperando evasione ed elusione, riducendo progressivamente le aliquote fiscali».

**Come si profila l'anno che viene?**

«Il buon andamento di alcuni indicatori congiunturali negli ultimi mesi - e mi riferisco al Pil, alla domanda per consumi delle famiglie e al clima di fiducia di famiglie e imprese - ci hanno fatto rivedere al rialzo le nostre stime che indicano una crescita dell'1,0% e consumi a +0,7%, mentre nel 2011 entrambi gli indici dovrebbero attestarsi intorno al +1,1%».

