

INTERVISTA A LIBERTÀ - Il presidente di Confcommercio domani all'assemblea provinciale

«Meno tasse per uscire dalla crisi»

La denuncia di Sangalli: troppe saracinesche abbassate a Piacenza

PIACENZA - Per uscire dalla crisi la strada è quella di ridurre la pressione fiscale complessiva, sia a carico dei lavoratori dipendenti sia per le imprese. Lo ha detto **Carlo Sangalli**, presidente di **Confcommercio**, intervistato da "Libertà". Sangalli sarà presente domani alla 64ª assemblea della confederazione che inizierà alle 17 nella prestigiosa sede del Collegio Alberoni, nella Sala Arazzi. Sangalli apprezza la strada intrapresa a Piacenza per il sostegno del commercio e delle botteghe storiche, una strada che può aiutare a contrastare il fenomeno delle troppe saracinesche abbassate nel pur ricco Nord.

A PAGINA 12 ►►

Sangalli: meno tasse per rialzare la testa

Domani a Piacenza il presidente **Confcommercio**

■ **Carlo Sangalli**, presidente nazionale di **Confcommercio**, conferma la sua fedeltà a Piacenza dove torna anche quest'anno per la 64ª assemblea di **Confcommercio** che si svolge domani dalle 17 nella prestigiosa sede del Collegio Alberoni (Sala Arazzi). Dopo la relazione del presidente dell'Unione Commercianti di Piacenza, Francesco Meazza, il saluto delle autorità e l'intervento di Ugo Magrini e prima delle tradizionali premiazioni ai maestri del commercio, Sangalli terrà una relazione a tutto campo sui problemi del commercio. Al presidente abbiamo rivolto alcune domande per anticiparne i temi più salienti.

Presidente Sangalli in quale stato di salute si trova il commercio in Italia e in particolare nel "ricco"

Nord?

«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 domanda interna, come il Meridione. Tutto questo si è tradotto in una stagione di grande sofferenza per gli esercizi commerciali: nei primi nove mesi del 2009, in tutta Italia, hanno abbassato la saracinesca più di 50 mila esercizi al dettaglio con una riduzione dello stock di oltre 12

mila unità, un quarto delle quali tra Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna».

A Piacenza, città di frontiera tra Emilia e Lombardia, a subire le conseguenze della crisi so-



no soprattutto i piccoli negozi. Come contrastare lo strapotere della grande distribuzione?

«L'esistenza di una pluralità di formule distributive e dimensionali non solo risponde alle mutate esigenze dei consumatori e ai loro stili di vita, ma è anche la testimonianza dell'elevata concorrenza che c'è nel nostro mercato. Certo, il mantenimento di un equilibrio tra i diversi format di vendita, contestualmente alla salvaguardia e al rilancio dei centri urbani, richiede programmi e progetti integrati anche per il mantenimento delle opportunità occupazionali e lo svolgimento delle attività sociali».

Tra le strade intraprese a Piacenza a sostegno del commercio, una è quella della valorizzazione dei negozi storici. Che ne pensa?

«Un'iniziativa certamente importante sulla quale **Confcommercio**, insieme alle sue organizzazioni territoriali, ha posto, da tempo, grande attenzione. E', infatti, anche alle organizzazioni di categoria che spetta un ruolo fondamentale di stimolo e di impulso nel campo della formazione, nell'aggregare le imprese su progetti di marketing urbano, nel favorire e sostenere iniziative promozionali e commerciali».

Ci sono altre iniziative simili?

«Oltre alla valorizzazione delle botteghe storiche, ogni azione che miri, ad esempio, alla riqualificazione di strade storiche per lo shopping, alla creazione di itinerari turistico-commerciali e a "percorsi d'acquisto" nei

centri urbani è da perseguire. **Confcommercio** ha costituito un'apposita commissione consiliare per le Politiche sulle Aree Urbane».

Un ruolo importante spetta anche alle amministrazioni locali.

«Certo, anche le istituzioni locali, regionali e nazionali devono fare la propria parte perché si realizzi un progetto complessivo, efficace e condiviso di rilancio del settore che tenga conto non solo degli aspetti legati al patrimonio storico, artistico e culturale, all'offerta commerciale, turistica, di ristorazione e di intrattenimento sul territorio, all'offerta di servizi, ma anche di altri fattori, ugualmente impor-

tanti e imprescindibili, come la sicurezza pubblica, la pulizia delle strade, la qualità dell'assetto e dell'arredo urbano, la mobilità e l'accessibilità».

Il vostro legame con le associazioni dei consumatori ha vissuto momenti di profonda crisi. Che garanzie potete dare loro oggi, in un momento in cui la crisi riduce i consumi?

«In questo periodo di crisi il commercio ha sofferto molto, a tutte le latitudini e ad ogni livello dimensionale, anche nella grande distribuzione che negli ultimi mesi ha registrato un sensibile calo nelle vendite. Ciononostante, il settore distributivo - l'unico veramente liberalizzato già dal 1998 per effetto della Legge Bersani - ha sempre svolto una funzione calmieratrice non riversando mai per intero sui prezzi finali gli aumenti registrati alla produzione comprimendo, laddove possibile, i propri margini e, in alcuni casi, addirittura assorbendo per intero l'aumento dei costi. Insomma, un comportamento "virtuoso" con una costante attenzione alla valorizzazione di competenze, professionalità, servizio e mix di offerta per non perdere l'unico vero "asset" di cui si dispone: il cittadino-consumatore».

Ma qual è la vostra ricetta per la ripresa dell'economia?

«Non c'è dubbio sulla necessità di ridurre nel nostro Paese la pressione fiscale complessiva tanto a carico dei redditi da lavoro quanto a carico delle imprese. E alludo alla proposta di alleggerimento del prelievo fiscale sui premi e sugli incrementi salariali derivanti dalla contrattazione aziendale di secondo livello. Inoltre, per un aiuto immediato e concreto alle famiglie e al sostegno della domanda e dei consumi, abbiamo proposto la detassazione delle tredicesime. Un'operazione da condurre, però, non in maniera generalizzata, su tutti i redditi, ma in maniera parziale e selettiva per favorire i redditi medio-bassi».

Contraffazione e commercio abusivo: due nemici storici dei vostri associati. Cosa vi aspettate per fronteggiare queste emergenze?

«Si tratta di fenomeni che "dopano" il mercato e la concorrenza - solo la contraffazione muove, oggi, in Italia un giro di affari di oltre 7 miliardi di euro - e che costituiscono spesso fonte di grandi guadagni con pochi rischi per la criminalità organizzata. Ad essi bisogna, dunque, rispondere con un rafforzato presidio del territorio, con una sempre più stretta collaborazione tra pubblico e privato, con l'ade-

guamento della normativa penale in tema di produzione e vendita della merce contraffatta, e delle procedure di sequestro e confisca, con più applicabili sanzioni amministrative a carico degli acquirenti e con campagne di informazione e sensibilizzazione sul tema».

Quanto può rappresentare nel futuro delle vostre attività, anche in città piccole come Piacenza, il commercio on-line?

«E' una formula che diverse realtà del nostro sistema hanno già adottato e che consente, soprattutto ai piccoli esercizi al dettaglio, di superare i limiti dimensionali dei negozi tradizionali in termini di possibilità di stoccaggi ed esposizione dei prodotti oltre, ovviamente, ad una maggiore facilità di farsi conoscere. Certo, oggi sono soprattutto i marchi delle grandi catene a ricorrere all'e-commerce ma questo non ne esclude un utilizzo diffuso anche nel commercio di prossimità dei nostri centri urbani consorziano, ad esempio, più esercizi insieme per dare un senso anche culturale all'operazione».

Oggi lei consiglierebbe a un giovane di investire aprendo un'attività commerciale?

«E' una sfida certamente impegnativa ma che comunque mi sento sempre di proporre a chiunque abbia un valido progetto imprenditoriale e, soprattutto costanza, passione e voglia di fare impresa».

G. L.



Carlo Sangalli, presidente nazionale di **Confcommercio**, sarà a Piacenza per l'assemblea dell'Unione Commercianti