

L'intervento
Commercianti,
sì alle riforme
se sono per tutti

Intervento Sì alle riforme sul commercio, ma valide per tutti

di **Carlo Sangalli**

Presidente di **Confcommercio**

Paolo Del Debbio, nell'articolo pubblicato ieri dal *Giornale* a commento dell'indagine sui consumi presentata

da **Confcommercio**, chiede cosa possono fare i commercianti per favorire la ripresa economica, oltre che rilanciare giustamente la questione della riduzione della pressione fiscale. E, in particolare, Del Debbio ci chiede di misurarci con l'agenda delle liberalizzazioni.

Raccolgo con piacere l'invito di Del Debbio, perché è indubbio che la questione delle liberalizzazioni fa parte di quell'ampio ventaglio di azioni, di politiche, di riforme necessarie per rafforzare la produttività e la crescita del nostro Paese. Azioni, politiche e riforme necessarie ieri e ancora più necessarie oggi. In un tempo, cioè, segnato dall'esigenza pressante del perseguimento del risanamento strutturale della finanza pubblica, e in particolare della riduzione del debito pubblico. In un tempo, dunque, in cui siamo tutti consapevoli del fatto che più produttività, più crescita e più occupazione dipendono anzitutto dalla capacità di definire «una piattaforma delle regole» (ricorro qui a una definizione di Giulio Tremonti) che accompagni e spinga l'impegno quotidiano del mondo delle imprese e del lavoro.

Liberalizzazioni, allora. Da questo punto di vista, credo che si possa davvero dire che, a partire dalla riforma del '98, il vento delle liberalizzazioni ha soffiato in maniera impetuosa nel mondo della distribuzione commerciale italiana. Anche a prezzo di ristrutturazioni silenziose e socialmente dolorose, i mercati sono stati sempre più aperti e la concorrenza si è fatta sempre più intensa. Il servizio reso ai consumatori è stato costantemente migliorato e il pluralismo distributivo - ossia la vitale compresenza di imprese commerciali piccole, medie e grandi - ha anche recato un importante contributo al controllo dell'inflazione.

Si può fare di più? Siamo pronti a parlarne. A cominciare dal tema della liberalizzazione delle vendite promozionali.

Ma è evidente che efficienza e produttività del sistema commerciale dipendono anche e largamente dal tasso di liberalizzazione dei servizi di cui le imprese della distribuzione si avvalgono al pari di qualsiasi altra impresa: si tratti di servizi finanziari, di prestazioni professionali o di quant'altro.

Insomma, ci vogliono liberalizzazioni ben preparate e senza asimmetrie. Ci vogliono liberalizzazioni che inneschino - come ha scritto Mario Monti - «un disarmo bilanciato dei privilegi di tutte le corporazioni, non solo di alcune».

Lo chiediamo da tempo. Perché siamo proprio noi che, da tempo, abbiamo posto la questione di una politica per il commercio e per l'intero sistema dei servizi. che si inte-

gri con la politica industriale.

Una politica per il commercio, il turismo e i servizi, quindi, che ha, come suo obiettivo fondamentale, la maggiore produttività di quell'economia dei servizi di mercato, che, già oggi, contribuisce per ben più del 50% alla formazione del valore aggiunto e dell'occupazione del nostro Paese.

Un dato che potrebbe rapidamente e significativamente crescere. Attraverso le liberalizzazioni, come ci ricorda Del Debbio. Ma anche attraverso più innovazione, più formazione, più infrastrutture, più efficienza della pubblica amministrazione. E con il decollo di una nuova architettura della contrattazione, che valorizzi gli impegni condivisi delle imprese e dei lavoratori per la costruzione di maggiore produttività e di maggiore crescita, anche grazie a buone scelte di detassazione del salario di risultato.

Questa è la nostra agenda. Nostra e da tempo. Un'agenda che guarda in avanti, al futuro del Paese e ai suoi interessi generali.

