



La disoccupazione rimane a livello record, i giovani sono i più colpiti
FOTO MATTEINI/ TM NEWS - INFOPHOTO

L'aumento Iva fa tremare consumatori e commercianti

● La stangata per ogni famiglia andrà dai 207 ai 349 euro all'anno ● Carburanti al rialzo: la verde sale a 1,807 e il gasolio a 1,732 euro al litro ● Le vendite al dettaglio in discesa del 3%

LUIGINA VENTURELLI
MILANO

Le ricadute dell'aumento dell'Iva scattato dalla mezzanotte di ieri - il secondo nel giro di due anni - sono talmente estese che nessuna stima può ritenersi davvero definitiva. Secondo le associazioni dei consumatori, la stangata andrà dai 207 a 260 euro all'anno a famiglia, la Coldiretti azzarda un costo complessivo di 10 milioni di euro al giorno, per Confcommercio ci sarà un incremento generale dei prezzi dello 0,4% solo tra ottobre e novembre, mentre il Codacons immagina un ulteriore calo dei consumi del 3%. Stavolta, però, si tratta di previsioni ipotizzate nel migliore dei casi, quasi nella speranza di fissare un tetto massimo all'impatto del passaggio al 22% dell'imposta.

Impresa difficile, visto che l'Iva si applica sulla quasi totalità delle vendite al dettaglio di beni e servizi: dalla gran parte dei generi alimentari, ai capi d'abbigliamento, dalle sedute da parrucchiere, alle visite mediche specialistiche, dai mobili ed elettrodomestici per la casa, alle spese di trasporto. Carburanti compresi, che già hanno visto lievitare tutti i prezzi di listino con aumenti pressoché generalizzati di circa 1,5 centesimi al litro per la benzina, 1,4 per il diesel e 0,7 per il Gpl. Salvo eccezioni volute come quella dell'Eni, che ha deciso di attenuare l'impatto dell'imposta rispettivamente a 0,9 e 0,6 centesimi al litro per verde e gasolio, tenendo immediatamente conto del ribasso registrato dai mercati internazionali, le medie nazionali della benzina e del diesel si aggirano a 1,807 e 1,732 euro al litro. E le stesse

automobili, secondo il calcolo effettuato dall'Unrae, costeranno mediamente 150 euro in più.

GLI EFFETTI RECESSIVI

Il che lascia facilmente capire gli incrementi di prezzo che subiranno tutte le merci autotrasportate, vale a dire l'88% del totale, anche quelle non direttamente colpite dall'incremento Iva, quali gli alimentari di prima necessità come pane e latte. Ed ancor più facilmente temere gli effetti recessivi che questo avrà sui già depressi consumi nazionali, tanto più in una fase economica come quella attuale.

«Le imprese e le famiglie sono stremate da una crisi senza precedenti» ha affermato il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli. «Di qui alla fine dell'anno questo aumento costerà 1 miliardo di euro alle famiglie italiane, mentre per agganciare la ripresa bisogna rilanciare la domanda interna,

che vale l'80% del Pil tra investimenti e consumi. Ecco perché dobbiamo cominciare a sospendere questo aumento fino al 2014». Pe il momento, secondo un'analisi della Coldiretti, solo nel primo giorno di applicazione l'incremento dell'aliquota è costato circa 10 milioni di euro alle famiglie italiane.

In particolare, stimano Adusbef e Federconsumatori, la stangata andrà dai 207 a 260 euro all'anno, pari ad un aggravio dello 0,8% del tasso di inflazione, di cui 130,43 euro per l'aumento diretto dei prezzi dei prodotti soggetti all'Iva al 22% e 76,58 euro per quello di tutti i prezzi e le tariffe (anche quelli soggetti ad un'imposta al 4% o al 10%) dovuto all'aggravio dei costi di trasporto, ai maggiori costi energetici, a ritocchi ed arrotondamenti. E non si dimostra più ottimista il Codacons, per il quale la riduzione generale dei consumi sarà del 3% con una stangata per le famiglie fino a 349 euro all'anno.

Per questo l'associazione rivolge un appello a tutte le organizzazioni dei commercianti e alla grande distribuzione, affinché blocchino i prezzi e non applichino la maggiore aliquota almeno fino al prossimo 31 dicembre, per salvare almeno le spese natalizie dall'ennesimo flop: «Per una volta consumatori e commercianti sono sulla stessa barricata» ha spiegato il presidente Carlo Rienzi. «La maggiore aliquota determina una stangata per le famiglie ma anche un danno tangibile per gli esercenti, in quanto causerà una vera e propria ecatombe nel settore del commercio, già stremato dalla crisi economica in atto». È necessario dunque che tutto il settore del commercio assorba per il momento il rincaro dell'imposta - come già deciso ed annunciato da alcuni grandi gruppi come Ikea, Coop, Esselunga e Crai - a favore dei consumatori finali. «Solo così, infatti, sarà possibile annullare gli effetti dirompenti che la nuova Iva avrà sui consumi», ha concluso il Codacons.

CONTI PUBBLICI

In salita il fabbisogno statale: 4,1 miliardi in più

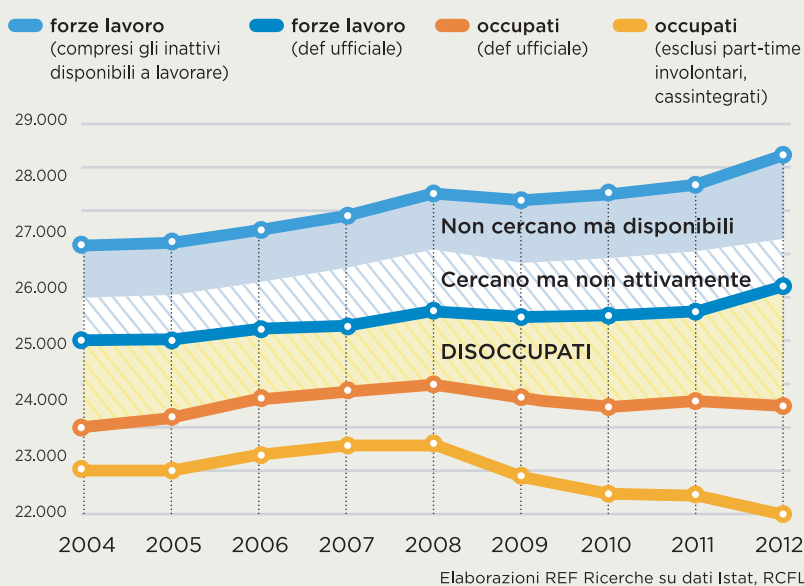
Il fabbisogno dello Stato a settembre è salito a 15,5 miliardi rispetto agli 11,4 miliardi di un anno fa. Il ministero dell'Economia sottolinea tuttavia che «i dati ancora provvisori sulle entrate fiscali fanno stimare un andamento del gettito migliore di quello atteso». Il miglioramento del fabbisogno per circa 4,1 miliardi «è dovuto per circa 2.400 milioni all'accelerazione dei pagamenti dei debiti della Pa, per 400 milioni a rimborsi fiscali in aumento e, per 1.500 milioni, ai maggiori interessi per la diversa calendarizzazione delle emissioni rispetto allo scorso anno».

...
Codacons: «Esercenti e grande distribuzione blocchino i prezzi almeno fino al 31 dicembre»

L'EMERGENZA LAVORO

dati in migliaia

Disoccupati, scoraggiati, cassintegrati e part-time involontari (età 15-64)



...
Confcommercio: «Imprese e famiglie stremate. Il rincaro va sospeso fino al 2014»

«Senza domanda interna non ci sarà la ripresa»

LAURA MATTEUCCI
MILANO

«Vedremo nei prossimi giorni che cosa succederà. Ma se il governo dovesse restare in piedi con una certa forza e qualche prospettiva di stabilità, sarebbe opportuno ritrasse il provvedimento. In Italia la tassazione indiretta è già abbastanza alta: peggio di noi, in Europa, ci sono solo Svezia e Polonia». Il presidente di Coop Italia, Marco Pedroni, ci spera ancora: il giorno in cui l'aliquota Iva, a causa della crisi di governo aperta da Berlusconi, è passata dal 21% al 22%, vorrebbe fosse il primo di pochi. Perché «non s'è mai visto un Paese che cresce senza che crescano i consumi, e in cui il ceto medio, invece che arricchirsi, soffre e si impoverisce».

Voi avete già una stima degli effetti dell'aumento dell'Iva: si parla dello 0,4% sull'inflazione, giusto?

«Gli effetti sono chiari ed evidenti: lo 0,4% è la stima relativa all'inflazione generale di beni e servizi, ed è anche il peso che l'aumento avrà sul potere d'acquisto delle famiglie. E temo sia un dato ottimistico. Mentre si iniziano ad intravedere cauti segnali di ripresa, e tutti gli indicatori segnalano l'idea di un'ulteriore riduzione dei consumi nel

L'INTERVISTA

Marco Pedroni

Il presidente Coop Italia: «Avrei evitato di togliere del tutto l'Imu, ma un provvedimento che penalizza i consumi è da fuggire come la peste»



2014, aumenta un'imposta che per sua natura pesa su tutti i nuclei familiari, ma in particolare su quelli a reddito medio e basso. Perché certo non colpisce solo i consumi di fascia alta. E oltretutto ha un impatto permanente».

Voi però, come anche altre società, cercate di contenere l'aumento.

«Cercheremo di non applicarlo *tout court*, o di farlo in modo diluito e parziale. È uno sforzo non indifferente che, per essere efficace, dovrà coinvolgere tutti i soggetti interessati. Mi spiego: a breve affronteremo la partita dei rinnovi dei contratti nell'industria, quindi bisognerà capire come intendono muoversi i fornitori, sui quali pesa sicuramente una spinta inflazionistica. Chiederemo a tutti uno sforzo straordinario, perché il primo obiettivo dev'essere di difendere il potere d'acquisto delle famiglie, che è in continuo crollo da anni. Qualche dato, giusto per chiarire: il potere d'acquisto reale degli italiani nel 2012 era identico a quello del 1986, nel 2013 uguale a quello del 1983. Ad oggi, le stime ci dicono che per recuperare il livello del 2012 dovremo aspettare il 2020. Se tutto va bene».

Eppure l'ultimo rapporto sulla fiducia dei consumatori, di qualche giorno fa, la dava in risalita. Non è così?

«I rapporti sono molti, e tutti contradd-

ditto. Io rimango al nostro, fatto a giugno: oltre il 50% considerava che la propria situazione sarebbe peggiorata, e questo per il quarto anno di fila. Sono convinto che senza interventi di sostegno alla domanda interna e di redistribuzione di un reddito che negli ultimi 20 anni si è gradualmente e fortemente polarizzato, per l'Italia non ci sarà alcuna reale ripresa».

Quindi anche i consumi sono previsti in ulteriore calo?

«Quest'anno siamo sul meno 2,2% per gli alimentari e sul meno 3% per gli altri. Le stime per il 2014 indicano i consumi di alimentari sostanzialmente fermi - per la verità con un calo dello 0,5% - e per gli altri il dato è meno 6%. Ma si tratta di stime calcolate prima dell'aumento dell'Iva».

Ma se l'Iva non fosse aumentata adesso, sarebbe comunque accaduto il primo gennaio: insomma, si sarebbe trattato solo di un rinvio di tre mesi. E comunque c'è sempre stato il problema delle coperture finanziarie.

«È chiaro che l'aumento sarebbe stato un grave errore anche a gennaio. Questo è un tipo di imposta che non può aumentare, punto. Io avrei evitato di eliminare interamente l'Imu, l'avrei tenuta almeno su una parte delle abitazioni, di sicuro quelle di lusso. Ma avrei evita-

to come la peste un provvedimento che penalizza ancora di più la domanda interna. Certo non possiamo sperare nella ripresa basandoci solo su quella estera. E nemmeno su operazioni più o meno efficaci sul mercato del lavoro. Tra l'altro, anche la stima del gettito che deriverebbe dall'aumento, circa 4 miliardi, è del tutto ipotetica, perché calcolata su consumi invariati, il che non è affatto scontato».

Oltre ad ammortizzare il rialzo, che strategie pensate di mettere in campo per favorire i consumatori?

«Difendere il potere d'acquisto, lo dicevo prima, è il nostro primo obiettivo: stiamo lavorando in questo senso sui consumi fondamentali, il che ad esempio comporterà iniziative promozionali di lungo respiro. Ma poi c'è un fenomeno che stiamo osservando ormai da mesi: gli italiani la spending review la fanno davvero, e si difendono dalla crisi da un lato razionalizzando, sprecando meno, acquistando di più i prodotti a marchio Coop, ma dall'altro con la tendenza a sacrificare al prezzo finale qualità e sicurezza. Ecco, per noi questo non è accettabile. E infatti stiamo lavorando molto sul rapporto qualità-prezzo, con prodotti che abbiano standard di qualità e sicurezza irrinunciabili e però siano alla portata di tutti».