

«Dobbiamo essere realisticamente ottimisti»

Parola di Carlo Sangalli

La fiducia del presidente di **Confcommercio** «La scienza risponde all'emergenza l'Europa stanZIA fondi. Crediamo alla ripresa»

di Annamaria Lazzari



IL virus che persiste e la fiammata dell'energia, l'inflazione che rialza la testa. Per le imprese del terziario «i motivi di forte preoccupazione non mancano» dice **Carlo Sangalli**, presidente di **Confcommercio** di Milano, Lodi e Monza Brianza. Ma le armi sempre più sofisticate contro il Covid - «vaccini ma anche cure» - unite alle risorse imponenti del Pnrr aprono prospettive positive per il vicino avvenire: «Siamo realisticamente ottimisti» scandisce **Sangalli**.

Quali sono le maggiori criticità attuali del commercio?

«L'emergenza sanitaria provocata dal Covid continua ad essere l'origine di questa crisi epocale. Rispetto a due anni fa abbiamo i vaccini e le cure sono migliorate ma la pandemia non è risolta. Poi c'è il rialzo senza precedenti dei costi dell'energia che impatta su un milione di imprese del terziario di mercato. L'aumento delle bollette dell'elettricità passa da 7,4 miliardi di euro del 2021 a 13,9 miliardi del 2022. Quelle del gas raggiungono quota 6 miliardi, rispetto ai 3,9

dello scorso anno. La quotazione del petrolio è arrivata a 87 dollari al barile, circa il 60% in più rispetto al 2021. E questo aumento ha impattato fortemente sul prezzo del gasolio con un maggior costo annuale di oltre 7 miliardi di euro. Se a ciò si aggiunge l'aumento dell'inflazione e il calo dei consumi, i motivi di forte preoccupazione non mancano. In particolare la filiera turistica rimane la più colpita dalle restrizioni».

Le bollette alle stelle rischiano di alimentare una spirale inflattiva?

«Se non si interviene subito con soluzioni anche strutturali è inevitabile. Per il mese di gennaio il nostro Ufficio Studi ha calcolato un aumento dei prezzi al consumo dell'1,5% su base mensile e del 4,7% su base annua».

Ci sono già segnali di rallentamento dei consumi?

«La variante Omicron ha frenato pesantemente le attività. Per i consumi, il nostro Ufficio Studi ha calcolato una crescita dell'8,4% nel 2021, insufficiente per recuperare quanto perso nel 2020. Il confronto con il 2019 è ancora più pesante con una flessione media del 7,7%».

Il Governo ha però stanziato di recente un pacchetto di misure.

«Il nuovo decreto per il sostegno alle imprese è una risposta insufficiente. Il limite per gli indennizzi per il commercio al dettaglio - previsti solo per imprese con fatturato 2019 non superiore ai due milioni - è troppo restrittivo. Così come appare incomprensibile la decisione di bloccare un nuovo ciclo di «cassa integrazione Covid» indispensabile per evitare pesanti ripercussioni occupazionali. Bene, invece, l'estensione del credito d'imposta sulle rimanenze di ma-

gazzino del settore moda. Per il caro energia la riduzione degli oneri di sistema per il primo trimestre 2022 è un piccolo passo in avanti ma resta l'urgenza di un piano d'azione strutturale, soprattutto per quello che riguarda la dipendenza dalle forniture estere. Nel complesso serve al più presto uno scostamento di bilancio per rafforzare le risorse anche sul versante delle moratorie fiscali e creditizie».

Un bilancio dei saldi invernali? E dell'obbligo di Green pass nella maggior parte dei negozi dal primo febbraio che ne pensa?

«Per i saldi c'è stato un iniziale ottimismo con una crescita nel primo week end del 10% e poi decisa frenata per la recrudescenza della pandemia. Quanto al green pass è una soluzione che abbiamo condiviso a patto che non sia una complicazione aggiuntiva per le imprese e che il suo utilizzo sia strettamente ricordato all'andamento della pandemia. Non dimentichiamo che alcuni Paesi europei l'hanno abolito o lo stanno abolendo».

Come sarà il 2022?

«Le prospettive dipenderanno dagli sviluppi dell'emergenza sanitaria. Tuttavia siamo realisticamente ottimisti. La scienza sta rispondendo al virus con armi sempre più efficaci, non solo in termini di vaccini ma anche di cure. L'Europa è stata capace di trovare soluzioni inedite e strategiche come NextGenerationEu. Soprattutto sulla capacità di investire i fondi del Pnrr il nostro Paese potrà determinare la sua rinascita economica e sociale e dunque il suo nuovo futuro».



[Carlo Sangalli](#), presidente di [Confcommercio](#) di Milano, Lodi e Monza Brianza

