

Ripresa e pressione fiscale

L'aumento dell'Iva umilia i cittadini e i consumi

di **Carlo Sangalli**

Mi pare che le buone ragioni per evitare il prossimo aumento dell'Iva non solo siano ampiamente condivise dai partiti che sostengono il governo "di servizio al Paese" ma che vi sia anche il convincimento che questa misura provocherebbe ulteriore contrazione dei consumi e chiusura di esercizi commerciali.

Mi domando allora se sia maturato il momento di riconoscere senza più attenuanti e definitivamente che una pressione fiscale contabile oltre il 44%, cui corrisponde un carico effettivo prossimo al 55%, è incompatibile con qualsiasi pur moderata ipotesi di ripresa. Ne consegue che l'ultima cosa da fare, dunque, è proseguire nell'aumento delle tasse, come previsto a luglio.

E, guardando ai dati della pressione fiscale italiana nel lungo termine, emerge qualcosa che forse è ancora trascurato dai responsabili dell'economia e della politica. Una cosa nuova che credo non abbia dispiegato ancora tutti i suoi effetti negativi,

purtroppo. Dal 1990 al 2006 la pressione fiscale si è mossa oscillando attorno al 40-41 per cento. Dal 2007 al 2011 è stata, invece, costantemente sopra il 42%: non può essere un caso che questo abbia rappresentato uno dei periodi peggiori della nostra storia economica in termini di riduzione di prodotto lordo, di redditi e di consumi. Dal 2012 e per gli anni a venire, secon-

LE RISORSE

È possibile risparmiare l'1% degli 801 miliardi di spesa pubblica e utilizzare i fondi della lotta all'evasione

do gli ultimi documenti ufficiali, il carico fiscale salirà stabilmente oltre il 44 per cento. Il nostro paese può sopportare questo cambio di regime? La risposta dell'economia italiana nel 2012 dice, senza dubbio, di no. Allora è necessario, da adesso, invertire la tendenza, evitando, per cominciare, proprio l'aumento dell'Iva.

La nostra richiesta, quindi,

è coerente con quell'obiettivo ambizioso dichiarato dal governo di non peggiorare la situazione e dare da subito un segnale modesto ma concreto che il governo sta cambiando passo.

Ma l'aumento dell'Iva produrrebbe effetti distorsivi e fortemente negativi che forse meritano di essere sottolineati. L'incidenza dell'imposta sul reddito dei poveri è superiore all'incidenza dell'Iva sui redditi dei ricchi. Secondo le valutazioni del nostro Ufficio studi, il 20% di famiglie più povere sopporta il 10,1% di pressione Iva mentre il 20% di famiglie più ricche sopporta il 7,3% di pressione, circa il 30% in meno. Questo effetto, al di là di considerazioni sull'equità del sistema d'imposizione, è pernicioso per i consumi e quindi per la sopravvivenza delle imprese impegnate nella filiera produttiva. Le famiglie meno abbienti hanno, infatti, una propensione al consumo più elevata e quindi reagiscono peggio all'inevitabile incremento dei prezzi di vendita.

Le risorse. Mi limito ad indicare la via più facilmente

percorribile: la spesa pubblica vale 801 miliardi di euro. È possibile risparmiare, diciamo da domani, l'1%, cioè 8 miliardi? Direi proprio di sì, perché è un taglio che qualsiasi impresa e qualsiasi famiglia può fare al proprio bilancio senza traumi. E poi si potrebbero utilizzare parte delle maggiori risorse derivanti dalla lotta all'evasione e all'elusione. Si parla di 12 miliardi di euro. Fossero solo un quarto basterebbero per l'Iva e ne avanzerebbero.

Per concludere, sono contrario all'assalto alla diligenza, come se ci fosse davvero un tesoretto (che non c'è) da spartirsi. Ma in sede europea varrà la pena di testimoniare che dietro il -4,3% dei consumi nel 2012 ci sono 25,4 milioni di famiglie che ne hanno patito le conseguenze, con dignità e senso di responsabilità, le quali ora andrebbero, non dico premiate, ma neppure umiliate con il nuovo incremento d'imposta. Ecco, l'ho scritto. L'incremento dell'Iva è, prima di tutto, umiliante per i cittadini e i lavoratori italiani. La flessibilità di bilancio frutto della disciplina deve, in qualche modo, andare subito a beneficio di chi ci ha riportati dentro il novero dei paesi virtuosi: gli italiani, con il loro impegno e i loro sacrifici.

Carlo Sangalli è presidente di Confcommercio-Imprese per l'Italia

© RIPRODUZIONE RISERVATA

