angelo.frigerio@tespi.net

Cara Confcommercio, datti una mossa

L'Italia che non cresce, i consumi che ristagnano, la necessità di investimenti che non impattino sul deficit ai fini della finanza pubblica, il completamento dell'unione bancaria, la messa in campo di un'efficace Web Tax Europea. Così si possono riassumere le 'lamentele' e le proposte espresse – durante il recente Forum, svoltosi a Cernobbio il 22 e 23 marzo – dal presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli.

Troppo poco. Troppo tardi. Soprattutto il contrasto deciso e pressante alla totale deregulation dell'e-commerce sembra non essere fra le priorità dell'associazione.

Sono stato al Forum e ho assistito a quasi tutte le presentazioni. Era tutto un micio micio bau bau. Con politici di vario calibro e spessore, sindacalisti o ex (leggi Camusso), professori emeriti e altro ancora. Con le rispettive corti dei miracoli annesse e connesse: parole, parole, parole. Mancava solo Mina…

Al contrario, serve un salto di qualità. Un'azione più forte e a tutto campo. Che veda schierata tutta la Confcommercio. Ma proprio tutta, stavolta. Per fare la voce grossa: ovunque. Non solo nei piani alti delle istituzioni o della politica. Perché il tema delle vendite su Internet non é un problema soltanto di un settore del commercio italiano. Ormai, l'e-commerce è diventato invasivo e pervasivo, è sempre più difficile da governare. Sottrae risorse economiche rilevanti, alle casse pubbliche e private. I suoi effetti colpiscono ad ampio spettro e senza esclusione di colpi. In ballo non c'è soltanto la resistenza – anziché la competizione sana, come dovrebbe essere - di un'azienda.

C'è in ballo anche la vita dei suoi imprenditori. Che arrivano addirittura al punto di perderla, fino al suicidio, come ha fatto, a inizio marzo nel padovano, Emanuele Vezzù, grossista di ricambi di elettrodomestici, schiacciato dal nuovo business su Internet. Una tragedia, che si aggiunge ad altre che hanno segnato la cronaca degli ultimi anni. Quelli di una crisi dura che è stata inasprita dall'e-commerce e dai suoi effetti distorsivi.

Lo ribadisco: come scriviamo da anni, nessuno vuole riportare indietro le lancette dell'orologio, immaginando un presente o un futuro senza il commercio online. Ma è inaccettabile che questa situazione possa durare ancora a lungo. Le regole servono. Punto. Non si discute. E vanno fatte rispettare.

Lo sanno bene dall'altra parte dell'oceano. Negli Stati Uniti l'onda lunga dell'e-commerce ha colpito duro. Andate a vedere la tabella che ospitiamo a pagina 81. Mostra in maniera drammatica tutte le catene che sono fallite dal 2016 a oggi. Una ecatombe di marchi, punti vendita, dipendenti.

A tutto vantaggio del signor Jeff Bezos e dei suoi amichetti on line. E a chi dice che le vendite via internet producono occupazione (leggi magazzinieri) rispondo con due semplici osservazioni. La prima è che per ogni occupato nell'e-commerce se ne perdono sei nel tradizionale. La seconda è che il futuro non sarà dei magazzinieri ma dei robot che li sostituiranno in tutto e per tutto.

Ecco perché l'appello a Confcommercio e alle organizzazioni di categoria si fa sempre più pressante. Il problema, risottolineo, sono le regole. Uguali e certe per tutti.

In ballo ci sono aziende e posti di lavoro. Non solo: un intero tessuto sociale è a rischio. Occorre prenderne atto e agire. Al più presto. Anche perché il contesto entro cui si muove il commercio in Italia è problematico. Pesano la stasi dell'economia, la domanda debole, le incertezze sulla manovra 2019. E si riaffaccia lo spettro dell'aumento dell'Iva il prossimo anno. Che andrebbe a ricadere nuovamente sui consumi. A oggi, secondo gli ottimisti, a fine anno il Pil del nostro Paese potrebbe assestarsi intorno allo 0,3. I pessimisti parlano invece di un valore negativo intorno allo 0,2. Sarebbe recessione allo stato puro. Con tutte le conseguenze del caso. "Siamo in un cul de sac", ha sottolineato Carlo Cottarelli, economista dell'università Cattolica di Milano, nel corso di un recente convegno. "Per uscirne ci vuole proprio un sac de cul".

Angelo Frigerio

Tutti per uno, gusto al cubo per tutti!

A Tuttofood 2019 lo spettacolo si fa in tre.

Vi aspettiamo dal 6 al 9 maggio, padiglione 6, stand E01-F06.

GUSTO 3 AL CUBO

TUTTOFOOD MILANO WORLD FOOD EXHIBITION

ceucasale.com

CAPANNA PROSCIUTTI
capannaprosciutti.com

MENABREA BIELLA ITALIA
birramenabrea.com

FORMAGGI Botalla BIELLA 1947
botallaformaggi.com