

Effetto Iva, altalena dei prezzi

Su la benzina, giù la frutta. Blocco in negozi e supermercati

■ Alle pagine 4 e 5

Super Iva, per ora prezzi quasi bloccati Anche i negozi sulla scia delle catene

Ascom: «Ma presto dovranno salire: è un'altra gelata sulla ripresa»

di ANGELA BALDI

L'AUMENTO dell'Iva dal 21 al 22% che è entrato in vigore ieri è l'ennesima tegola che cade sul commercio. Ecco perché è prevedibile che molti commercianti assorbiranno l'aumento dell'aliquota cercando di non gonfiare i prezzi. Almeno per il momento. Tanti infatti sono i settori che già soffrono come moda e arredamento, ecco perché la tendenza aretina sarà quella di stringere i denti. O almeno questa è la previsione di Confcommercio. Le imprese infatti in questo momento di crisi devono cercare di far ripartire i consumi non aumentando i prezzi. E già le grosse catene dell'alimentare si sono schierate dalla parte di consumatori e famiglie rifiutando l'applicazione dell'imposta memori del fatto che già il passaggio dal 20 al 21% aveva portato un calo dei consumi.

Sono di questo avviso Esselunga e Coop che avevano fatto sapere nei giorni scorsi di non aver intenzione di modificare la propria politica aziendale di contenimento dei prezzi, obiettivo salvaguardare il potere d'acquisto dei clienti. Ma le famiglie saranno comunque gravate dal passaggio dell'iva al 22%.

Un altro duro colpo in sostanza per occupazione, imprese e consumi, secondo Confcommercio. E così se la crisi di governo non ha consentito di far slittare l'aumento a gennaio, ora sulla stangata iva si levano le grida di dolore di commercianti e consumatori.

L'aumento riguarda infatti il 70% dei prodotti e costerà 207 euro an-

nui a famiglia, portando consistenti rincari nel settore dell'abbigliamento (+81 euro), nell'acquisto di scarpe (+25 euro) e bevande alcoliche, vino compreso, e gasate (+12 euro). Con conseguenti effetti recessivi e depressivi per l'economia reale.

«Nessuno in questo momento ha interesse ad alzare i prezzi, soprattutto perché l'aumento dell'iva colpisce prodotti e settori i cui consumi sono già in forte contrazione, come arredamento o moda - dice Franco Marinoni direttore Confcommercio Arezzo - È presumibile quindi che alcune imprese anziché ritoccare il listino assorbano l'aumento dell'iva tagliando ancora i propri margini, almeno finché potranno. Ma la situazione non potrà durare a lungo e l'aumento dei prezzi a cascata sarà inevitabile.

È vero, prodotti di largo consumo come gli alimenti hanno l'iva al 4%, altri al 10%, ma per produrli e portarli sugli scaffali dei negozi c'è bisogno di una serie di servizi che rientrano nel campo di applicazione dell'aliquota al 22%. Così, l'aumento sarà purtroppo servito. Far quadrare i conti dello Stato continuando ad agire sulla leva delle entrate per l'incapacità di intervenire con decisione sugli sprechi della spesa pubblica è una scorciatoia che non può essere



percorsa oltre. Le conseguenze saranno drammatiche, la ripresa dei consumi tanto attesa si allontnerà ancora. Confidiamo in un rapido ravvedimento e nell'immediata sospensione del provvedimento».

E INTANTO arriva l'appello di Codacons Toscana a tutte le organizzazioni dei commercianti e alla grande distribuzione locale, chiedendo di bloccare i prezzi e non applicare la maggiore aliquota fino al 31 dicembre.

«La crisi ha già stremato famiglie e imprese – dice la presidente della Confcommercio aretina Anna Lapini – questo aumento darà un altro duro colpo all'occupazione, alle imprese e ai consumi, ma po-

trebbe essere anche l'inizio di una nuova grandinata fiscale insopportabile per il Paese. A frenare lo sviluppo in Italia non è tanto la tassazione sul patrimonio quando l'insostenibile peso fiscale su lavoro, produzione, crescita e consumo». Un'analisi dell'ufficio studi di Confcommercio evidenzia i pesanti effetti del provvedimento: l'incremento inciderà negativamente sulle spese del mese di dicembre e delle festività, momento nel quale invece avrebbero dovuto concretizzarsi i segnali di ripresa. Il calo dei consumi, potrebbe comportare poi una riduzione dell'occupazione di 10mila posti di lavoro.

«I consumi già previsti in calo,

per quest'anno di 2 punti si ridurranno di altri 3-4 punti - dice Mario Checcaglini direttore Confesercenti - l'incertezza politica allontana la possibilità di uscire dalla crisi. Confesercenti di fronte a una situazione così difficile chiede che si apra un confronto serio tra le forze politiche: non c'è più tempo da perdere».

COSI' I SUPERMERCATI

Sia Esselunga che Coop hanno deciso di non far pesare l'1% sui consumatori

L'ALLARME DEI COMMERCANTI

“



FRANCO MARINONI

«Un pasticcio all'italiana»

«Un'altra occasione in cui le inefficienze della classe politica sono scaricate sulle spalle dei cittadini».

“



ANNA LAPINI

«Duro colpo all'occupazione»

«A frenare lo sviluppo non è tanto la tassazione sul patrimonio quando il peso fiscale su lavoro».



COLPITO IL 70% DEI PRODOTTI L'AUMENTO COSTERÀ 207 EURO ANNUI A FAMIGLIA, RINCARI IN VARI SETTORI

CAMBIA IL CARRELLO

In un anno il prezzo della spesa è decisamente salito: però nell'ultimo trimestre si è registrato un continuo calo di prezzi sul fronte alimentare, frutta e verdura in testa

