

Confesercenti: “Le imprese non vogliono più promesse”

Pubblicato: Lunedì 17 Ottobre 2011



E' partita con un grande assente l'assemblea dei 40 anni di Confesercenti, che si è svolta questo pomeriggio – 17 ottobre 2011 – a ville Ponti. Una assenza pesante, per la carica simbolica che essa attira su di sé. **A mancare**, infatti, trattenuto a Roma dai gravi eventi del weekend è stato il ministro **Roberto Maroni**, atteso dai partecipanti fino all'ultimo, e poi evocato nei discorsi di chi è intervenuto al dibattito.

Non è mancato però il confronto per un argomento che rappresenta la più spinosa attualità: le piccole imprese, il commercio e la crisi che perdura. «Per almeno tre volte ho cominciato il mio saluto e la mia relazione all'assemblea annuale di Confesercenti parlando della crisi – ricorda uno degli ospiti, il sindaco di Varese **Attilio Fontana** – ogni volta nella speranza di essere usciti dal tunnel. Ora non oso più dirlo».

Quelle che negli anni scorsi erano speranze e promesse concrete, infatti, suonano ormai false e poco credibili: «Vogliamo individuare obiettivi reali, possibili e raggiungibili in tempi accettabili – ha così affermato, nella sua relazione, il presidente di Confesercenti Varese, **Cesare Lorenzini**– Le imprese non vogliono più promesse, ma fatti che siano utili allo sviluppo ed al benessere diffuso. Siamo stufo di un dibattito stagnante, spesso strumentale e ideologico, che produce solo parole che rimangono ferme sul piano dei principi».



Le parole non bastano in un momento difficile come questo, dove il principale rischio è cedere le armi: «Stiamo attraversando uno dei periodi più difficili degli ultimi decenni – ha sottolineato il presidente della Camera di Commercio **Bruno Amoroso** – E penso che l’atteggiamento giusto sia rispondere con forza, senza farsi prendere dallo sconforto. Ma sono anche consapevole di come non basti costruire un modello valido, se agli operatori non è data la possibilità di agire in maniera efficace».

Come si può fare allora? Usando bene i – pochi – soldi che ci sono: cosa che non sempre avviene. «Mettendo a confronto le provincie di Brescia e di Varese emerge questa sostanziale differenza: Brescia spende, per la promozione turistica, circa 1milione 200mila euro all’anno ottenendo una presenza annua di circa 8 milioni e 500mila turisti. Varese ne spende oltre 1milione e 400mila e registra una presenza poco superiore ai 1milione e 800mila turisti l’anno – segnala, impietosamente ma concretamente, il direttore di Confesercenti **Gianni Lucchina** – E per noi turismo non significa solo alberghi, ma l’intera filiera che lo compone: dall’albergo al ristorante, dal negozio al museo, dai trasporti alle banche. Basti pensare che un turista quando arriva in una località spende il 40% del proprio budget per il pernottamento il resto lo spende in ristoranti, negozi, musei eccetera . Non si può parlare di sviluppo turistico senza il pieno coinvolgimento di commercio e servizi».

Per uscire dall’emergenza, però, non basta e non serve un rialzo dell’Iva, che fa solo male a tutti. E’ arrivato il momento di razionalizzare le spese, di ridurre gli sprechi. Il che significa, innanzitutto: «Una drastica riduzione della spesa pubblica – spiega senza mezzi termini **Marco Venturi**, presidente nazionale Confesercenti e prossimo presidente di Rete Imprese Italia – Siamo in una spirale per cui si spende sempre di più e c’è sempre più bisogno di finanziare il debito che si crea, reindebitandosi sempre di più. Dobbiamo uscirne».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it