



FEDERDISTRIBUZIONE
LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA



ASSOCIAZIONE NAZIONALE
COOPERATIVE DI CONSUMATORI



ASSOCIAZIONE
NAZIONALE
COOPERATIVE
DETTAGLIANTI
CONAD

AUMENTO DELL'IVA? NO, GRAZIE

Il tema della riforma fiscale "non in deficit" è una priorità del Governo e molto se ne discute. Da più parti, come fonte di finanziamento per la riduzione di Irpef o Irap, viene proposto un aumento dell'Iva, in alcuni casi "lieve" (è l'indicazione di Confindustria che parla di aumento di un punto sulle aliquote del 10 e del 20%) in altri casi più significativo (Assonime ipotizza di uniformare le aliquote del 4 e del 10% al 20%, con conseguenti possibili rialzi dei prezzi tra il 9 e il 15%).

Il settore della Distribuzione Moderna è del tutto contrario all'aumento dell'Iva, per i suoi inevitabili impatti sui prezzi e sui consumi.

L'evoluzione dei consumi è, infatti, il cuore del problema. La spesa delle famiglie ha subito negli ultimi anni un drastico ridimensionamento e, di fronte al continuo calo del potere d'acquisto reale, non ha certo bisogno di essere ulteriormente intaccata da manovre fiscali! Noi siamo d'accordo sulla diminuzione dell'Irpef, ma non capiamo perchè debba essere finanziata attraverso un freno ai consumi. Il rilancio dell'economia del Paese non passa solo dall'export: i consumi e la domanda interna ne sono la parte preponderante, senza la quale non c'è ipotesi di sviluppo!

Anche solo con la "lieve" manovra sull'Iva ritenuta accettabile da Confindustria, la componente fiscale del prezzo dei prodotti (cioè l'Iva stessa) aumenterebbe dal 5 al 10%, incremento che si andrebbe ad aggiungere, in molti casi, agli effetti provocati dall'innalzamento delle materie prime, innescando così una corsa al rialzo dei prezzi su prodotti essenziali per la vita delle famiglie, come sono i prodotti alimentari, i detersivi, i prodotti per la cura della persona, l'abbigliamento, i giocattoli, ecc.

Perché, questo deve essere chiaro, l'aumento dell'Iva, di qualsiasi entità esso sia, non potrà essere assorbito dalle filiere produttive o dalla distribuzione, ma si riverserà interamente sui prezzi finali. Il contenimento delle spinte inflazionistiche a tutela del potere d'acquisto dei consumatori negli anni della crisi è già costato molto al commercio, intaccandone sensibilmente la redditività. I 6,5 miliardi di aumento Iva ipotizzati da Confindustria, l'ipotesi più cauta che è stata proposta, peseranno come un macigno sui portafogli delle famiglie italiane, senza peraltro poter essere compensati adeguatamente da riduzioni dell'Irpef, se queste, nel ragionamento complessivo di riforma fiscale, dovranno giustamente essere "mediate" con diminuzioni dell'Irap o dell'Ires.

E' giusto, quindi, che tutti i cittadini abbiano piena consapevolezza di ciò che sta avvenendo. Ogni settimana i punti vendita della distribuzione moderna servono oltre 60 milioni di persone: sarà nostro compito dare una informazione chiara e trasparente sugli eventuali aumenti dell'Iva e sui loro effetti, attraverso comunicazioni specifiche negli spazi dei negozi o sugli scontrini. Sempre per avere la massima chiarezza.

La crescita del Paese non può avvenire senza che le famiglie recuperino potere d'acquisto. La riforma fiscale può essere uno strumento potente in questo senso ma non può essere finanziata con un aumento dell'Iva, a maggior ragione in questa fase di flessione dei consumi. Occorre pensare al recupero dell'evasione e alla razionalizzazione della spesa pubblica, interventi da affiancare a una reale politica di liberalizzazione di settori ancora protetti.

FEDERDISTRIBUZIONE - ANCC-COOP - ANCD-CONAD
