

# Due su tre non si recheranno alle urne secondo l'indagine condotta da Confesercenti Swg

## Gli imprenditori lucani snobbano il voto



A PAGINA 4

Al centro del sondaggio i titolari di piccole e medie imprese. Il 25% deserterà le urne, un altro 20% si dice indeciso

## Due imprenditori su tre non votano

*Verso le elezioni, l'indagine condotta da Confesercenti Swg sulle intenzioni di voto*

di ARTURO GIGLIO

POTENZA - Due imprenditori su tre bocchiano le proposte dei partiti contenute nei programmi elettorali; il 25% di titolari di imprese, ad oggi, è intenzionato a non votare, mentre un ulteriore 20% si dice ancora indeciso. Sono alcune delle indicazioni che emergono da un'indagine condotta da Confesercenti SWG sulle attese e le intenzioni di voto dei titolari di piccole e medie imprese. Un corpo elettorale che fa la differenza tenuto conto che le imprese iscritte alle Cciao di Potenza e Matera al 31 dicembre 2017 sono 60.284 e per la stragrande maggioranza ditte individuali o familiari. La situazione di incertezza nel mondo imprenditoriale e per alcuni aspetti di diffidenza dalla politica è an-

cora più palpabile da un dato: il 36% afferma di voler rimandare a dopo le elezioni la decisione se procedere o meno con gli investimenti già programmati. E se l'insoddisfazione del tessuto imprenditoriale rischia anche di dare una spinta all'astensionismo, ad allontanare dalle urne è soprattutto la sensazione di non essere considerati adeguatamente da nessun partito o movimento politico, motivazione indicata dal 62% degli imprenditori che non votano che sono ancora indecisi. Ma pesa anche una generale sfiducia nel sistema elettorale (segnalata dal 18%) e la mancanza, ad oggi, di programmi convincenti (17%). La questione del programma, invece, è di massimo rilievo: il 33% degli imprenditori, infatti, am-

mette di dare il suo voto proprio a chi presenta le proposte più convincenti. Una quota di quasi dieci punti superiore sia a quel 24% che, di norma, sceglie chi lo rappresenta di più dal punto di vista politico, sia agli imprenditori che invece credono nel voto utile (27%) e sono pronti a dare la preferenza anche a chi li rappresenta solo parzialmente, ma ha maggiori possibilità di formare un governo stabile. Minoritaria, invece, la quota di chi orienta il proprio voto in base al carisma dei leader politici (13%). Tra le risposte



che le imprese attendono dalla politica, spicca la questione fiscale. Il 56% degli intervistati, infatti, ritiene che la riduzione del peso delle imposte debba essere la priorità della prossima legislatura. Ma si cerca anche più sostegno alla piccola impresa (39%), semplificazione burocratica (30%), riduzione del costo del lavoro (28%) e un accesso al credito più semplice e meno costoso (18%). Richieste avanzate da anni dal mondo della piccola e media impresa italiana, ma fino ad ora mai soddisfatte pienamente.

“In questa prima fase della campagna elettorale si è parlato spesso di piccola e media impresa; ma al di là dei soliti riferimenti rituali, le proposte finora avanzate assomigliano più a slogan che a progetti ben definiti: restano infatti da chiarire le modalità di applicazione e le coperture”, commenta Giorgio Lamorgese, presidente Confesercenti Potenza. Patrizia De Luise, Presidente nazionale aggiunge: “dal sondaggio emerge comunque un certo pragmatismo degli imprenditori, come dimostra l’ampia richiesta di stabilità, necessaria alle imprese per investire e progredire. Questo, però, non vuol dire che non si cerchino risposte. Anzi: dopo an-

ni di vuoto, la richiesta si è fatta ancora più pressante. E adesso, che siamo ad un mese dalle elezioni ed il tempo stringe, le imprese vivono un’incertezza ed uno sconforto sempre più palpabili di fronte a proposte che, da chi vuole stringere ancora la cinghia a chi promette mari e monti, paiono comunque inadeguate. Serve un’inversione di tendenza, è necessario dare alle PMI il sostegno di cui hanno bisogno per agganciare finalmente e completamente la ripresa. Occorre – dice ancora De Luise - mettere in campo proposte credibili, mirate e realizzabili per dare ossigeno alle imprese. In particolare alle micro-attività urbane, che vivono un problema di sostenibilità che sta aumentando il degrado delle nostre città, ma che viene ignorato da tutte le forze politiche. Noi abbiamo elaborato un piano in dieci punti – dal tax credit per le attività di vicinato all’accesso al credito, dalle misure per il recupero degli immobili sfitti al sostegno del turismo – che riteniamo possa dare uno shock positivo alle PMI”.

Da parte di [Confcommercio](#) - che il 13 e 14 febbraio incontrerà i segretari dei partiti in vista delle elezioni politiche

per rafforzare il dialogo con la politica e per avere un confronto aperto sui programmi- la lettura della situazione porta a ritenere che la ripresa nel 2017 c’è stata ma la prima parte di quest’anno potrebbe rivelare segnali di rallentamento dei consumi e della produzione. Servono due certezze – dice il presidente [Carlo Sangalli](#) – stop all’iva e meno pressione fiscale. Bisogna ridurre e qualificare la spesa pubblica; ogni centesimo di euro di risparmio della spesa pubblica e di recupero dell’evasione deve essere restituito a contribuenti attraverso uno dei tanti fondi a questo scopo creati e mai utilizzati. L’istituzione dei distretti alimentari – aggiunge il Presidente [Confcommercio](#) Potenza Fausto De Mare – è tra le proposte rivolte ai partiti che da noi in Basilicata ha un significato particolare per la ricchezza di produzioni alimentari tipiche e di qualità da valorizzare e rendere più remunerativi in tutta la sua filiera. Quanto al piano strategico per il turismo del Ministro Franceschini sul quale crescono le aspettative anche degli operatori lucani dobbiamo registrare – dice ancora De Mare – che non è stato stanziato nemmeno un euro.



**Una cabina elettorale**