

IL RAPPORTO DI CONFCOMMERCIO: IN 10 ANNI PERSI BEN SETTIMILA POSTI DI LAVORO

Giù consumi e occupati lucani

È un quadro sconcertante quello dipinto da **Confcommercio** Basilicata sul fronte dei consumi: crollano con le aziende che chiudono, persi una barca di posti.

■ A PAGINA 5

ECONOMIA IL REPORT ALLARMANTE DI **CONFCOMMERCIO** SULLA MORTALITA' DELLE AZIENDE LUCANE

Basilicata, giù consumi e occupati

«In dieci anni persi 7 mila posti di lavoro (6 mila a Potenza, mille a Matera)»

La nati-mortalità annuale di imprese, specie nel settore commercio, in Basilicata pari a 340 unità (222 in provincia di Potenza e 118 a Matera), con l'accentuazione per il commercio al dettaglio (261 esercizi di cui 178 a Potenza e 83 a Matera) va di pari passo con il calo dei consumi che in Basilicata, al 2018, è pari a 75,7 (Italia uguale 100). Sono le indicazioni più significative a livello territoriale del rapporto "Nord Italia verso l'Europa, Sud altrove" presentato oggi a Roma dall'Ufficio Studi **Confcommercio**. Altro indicatore negativo è l'occupazione. L'Italia centrale e settentrionale hanno già raggiunto l'obiettivo di Lisbona 2020 di un tasso di occupazione del 67%. Il Sud è ancora al 48,2% nel 2018, con meno di metà delle persone tra i 24 e i 64 anni occupate. In dieci anni (2008-2018) la Basilicata perde 7 mila occupati (6 mila a Potenza e mille a Matera). Il peso occupazionale dei comparti commercio-ristorazione-alberghi da noi è pari al 18,9% con piccole percentuali di differenza tra le due province. Il di-

vario nelle opportunità di lavoro contribuisce a fare del Sud, con le parole del direttore dell'ufficio studi, **Mariano Bella**, "un luogo di passaggio per chi ha la possibilità di andare altrove". Tra il 2015 e il 2018 la popolazione al Mezzogiorno è diminuita di oltre 222 mila unità (19 mila in Basilicata). Questo spopolamento è destinato ad aumentare nei prossimi 20 anni quando l'Italia perderà un milione di persone, in base alle dinamiche demografiche registrate dall'Istat, un problema che secondo **Confcommercio** è "sottovalutato per le città e per il commercio". «Un'economia ferma e senza una vera prospettiva di ripresa aggrava i problemi strutturali del mezzogiorno allontanandolo sempre più del resto del Paese», afferma il presidente nazionale **Confcommercio Carlo Sangalli**. Nel quadro complessivo dell'Italia la media è di un Pil pro-capite 2018 a quota 26.100 euro a testa, indietro del 5,2% rispetto ai 27.500 euro del 2008. Il Nord-Ovest arretra del 4,3% a quota 32.300 euro (nel 2018) e il Centro dell'8,4% a 28.100 euro

a persona. Al Sud il reddito medio procapite nel 2018 è di 17.100 euro, nel Nord-Est di 31.400 euro. Occorre individuare delle priorità tra i molti obiettivi segnalati dall'esecutivo, perché l'indebitamento andrà comunque tenuto sotto controllo. La priorità assoluta rimane il disinnescamento delle clausole IVA da 23 miliardi di euro nella costruzione della prossima finanziaria. Se vi vuole ridurre il carico fiscale la prima cosa da fare è non aumentarlo. Quindi, prima disinnescare le clausole, poi procedere, compatibilmente con gli equilibri di bilancio negoziati con la controparte europea, a eventuali operazioni di riduzioni di aliquote. Due i temi di medio termine da affrontare per tornare a crescere. Il primo: sviluppare tenacemente investimenti e innovazione per accrescere la produttività,



in primis quella del lavoro, e quindi perseguire politiche orientate alla crescita. Il secondo: disegnare un percorso credibile di riduzione del rapporto debito PIL, un'ipoteca sul futuro che il Paese non può più sopportare nella misura attuale.

In chiave territoriale il presidente provinciale di Potenza di Confcommercio Fausto De Mare insiste: "Occorre sostenere ancora la vitalità imprenditoriale, fondamentale per tamponare l'emorragia demografica, pur consapevoli che la sfida è quella di permettere alle aziende di restare sul mercato, contribuendo così alla stessa crescita occupazionale. Ci preoccupano il clima di sfiducia e le aspettative di famiglie e imprese, oltre all'andamento dei consumi. Una situazione di estrema incertezza verificata in questa stagione di saldi che non attirano i consumatori con vendite al di sotto delle aspettative. Noi continuiamo a credere - dice ancora De Mare - che i titolari delle pmi lucane devono rafforzare ogni sforzo per valorizzare al massimo e subito le opportunità che si stanno presentando per indirizzare la regione e il Paese lungo un sentiero di crescita. Siamo inoltre convinti -continua - che senza il sostegno attivo dell'imprenditoria locale la difesa dell'autonomia regionale e della nostra identità, che è basata sulla specifica ed originale cultura di impresa, a livello istituzionale e politico avrà meno possibilità di riuscita soprattutto perché quando si abbassa definitivamente una saracinesca e si spegne la luce dell'insegna di un negozio è un pezzo di comunità che viene meno".

