

Cedolare secca, un flop Buco di cinque miliardi

Ma Confedilizia contesta i dati della Cgia di Mestre

VENEZIA - Un milione di affitti in nero e la stima di un «buco» di 5 miliardi di euro rispetto al gettito previsto dalla cedolare sugli affitti: l'analisi è della Cgia di Mestre che è giunta al risultato partendo dal numero delle famiglie che vivono in affitto, circa 4,8 mln per l'Istat. Dati che però vengono contestati dall'associazione della proprietà edilizia: per la Confedilizia il flop della cedolare è noto, ma il minor gettito incassato, che è frutto anche di emersione, non può essere considerato «mancato gettito». Inoltre - secondo Confedilizia - è arduo calcolare il numero delle locazioni in nero, come per ogni fenomeno relativo al sommerso.

Per la Cgia, la stima del mancato introito è il punto finale di una analisi dell'associazione degli artigiani che parte dell'ipotesi che ognuna delle famiglie risieda in una distinta unità abitativa. È stato tolto il numero delle case che i locatori dichiarano di affittare (2.700.000), le unità immobiliari legate all'edilizia pubblica (800.000) e quelle date in affitto dalle società (350.000). Totale 950.000 unità. Una cifra che, secondo la Cgia, è sottodimensionata, visto che non tiene conto dei contratti riferiti al milione e mezzo di universitari. Dal 2011, anno di entrata

della «cedolare secca», il legislatore si era prefissato di inasprire la lotta contro gli affitti in nero attraverso «agevolazioni» sul piano fiscale che andavano a vantaggio del locatario e del locatore.

Per la Cgia sia l'eventuale ricorso volontario alla «cedolare secca» da parte del proprietario sia l'autodenuncia del conduttore sono stati un flop con mancati incassi erariali. «È l'ennesima dimostrazione - ha detto Giuseppe Bortolussi, segretario della Cgia - che il con-

trasto di interessi non funziona. La gente preferisce non pagare nulla piuttosto che pagare poco».

La cedolare secca prevede l'applicazione di un'aliquota fissa sugli affitti degli immobili ad uso abitativo. Con la cedolare la tassazione avviene sull'intero canone di affitto con un'aliquota del 21% (nessuna deduzione forfetaria) che si riduce al 19% nel caso di affitti a canone concordato.

Nel 2011, il gettito incassato dalla cedolare secca è stato di



Offerte di appartamenti in affitto a Roma

675 mln di euro contro 3.194 mln attesi e nel 2012 a fronte di 3,5 miliardi previsti, il fisco ne ha presi 976 mln: totale meno 5 mld in due anni. Le registrazioni degli inquilini dei contratti di locazione in nero

sembrano essere 3 mila. Ma la Confedilizia contesta i dati. Di fatto il mancato gettito rispetto alle previsioni può significare che i proprietari hanno invece scelto di pagare le tasse con l'Irpef.

Confindustria, in quattro punti la proposta di riforma fiscale

ROMA - «Tagli del prelievo sui fattori produttivi, rilancio degli investimenti, semplificazione e competitività, equità del sistema»: Confindustria articola in «quattro grandi aree» la sua proposta di riforma fiscale.

Chiede di usare questa leva per «riprescindere la crescita» ma anche per «migliorare l'equità del sistema»: una ricetta che parte dal «ridurre i cunei fiscali su capitale e lavoro», anche con un taglio per i redditi più bassi, «esigenza non rinviabile, anche per motivi di equità distributiva».

Proposta illustrata da Andrea Bolla, che nella squadra di Giorgio Squinzi, al vertice di Confindustria, è il presidente del comitato tecnico per il fisco. Le imprese, sottolinea, «meritano un sistema fiscale che le sostenga e che non le opprime con costi e oneri, anche burocratici, che i nostri principali concorrenti stranieri non conoscono». Ed è oggi «fondamentale disinnescare la spirale viziosa che si è creata tra misure fiscali restrittive e depressione economica». Si rivolge quindi a chi vincerà le le-

zioni: «Adesso serve un governo che sia in grado di agire in maniera efficace, che sappia prendere le decisioni di cui questo Paese ha bisogno».

La formula proposta da Confindustria è «coniugare attentamente rigore e sviluppo»: va attuata «mantenendo l'equilibrio dei conti pubblici e adottando politiche fiscali che alleggeriscano la pressione fiscale su capitale e lavoro, finanziandola con il taglio delle spese improduttive e la razionalizzazione di altre voci di spesa e di entrata», spiega An-

drea Bolla. Siamo - ricorda il responsabile per il fisco di viale dell'Astronomia - «ai primi posti in Europa per pressione fiscale complessiva, probabilmente al primo se si prende a base il Pil al netto del sommerso»; «Il total tax rate sulle imprese è al 68,5%, il livello più elevato» tra i Paesi europei, dove «siamo l'unico tra quelli che nel Duemila avevano una pressione fiscale sopra la media che negli ultimi 10 anni non ha ridotto, ma al contrario ha ulteriormente aumentato, il prelievo». Il cuneo tra salario netto e costo del lavoro «supera di oltre 10 punti la media dei paesi Ocse»: Confindustria chiede quindi di «eliminare completamente la componente costo del lavoro dalla base imponibile Irap.

Nata a Mumbai Nordmeccanica India

Taglio del nastro nel cuore della città, presenti autorità e imprenditori

MUMBAI - È nata, dopo Nordmeccanica America e Nordmeccanica Cina, Nordmeccanica India. È stata inaugurata ieri - dal presidente di Nordmeccanica Group Antonio Cerciello e dai suoi figli Vincenzo e Alfredo - la nuova sede di Mumbai presenti autorità indiane, tanti imprenditori e rappresentanti dell'Italia. «Alla festa - ci ha detto un raggiano Antonio Cerciello - hanno partecipato più di cento clienti e imprenditori delle più grandi aziende indiane e multinazionali, come Ashok Lakhani della Chairman Positive Packaging, Suresh Gupta, Ceo della PPL - Huhtamaki group e Ashok Chaturvedi, chairman della Uflex». La suggestiva cerimonia è stata aperta dal taglio del nastro della sede effettuato dal presidente di Nordmeccanica



Group assieme al console generale italiano a Mumbai, Giampaolo Cuttillo e al direttore dell'ICE Augusto Di Giacinto.

Dopo il taglio del nastro Antonio Cerciello ha dovuto rompere una noce di cocco sul pavimento della sede come da beneaugurante tradi-

zione indiana.

La sede di Normercanica India è ubicata nel cuore di Mumbai, nel centro commerciale «Phoenix Mills», uno dei più grandi centri commerciali in Mumbai.

«Dopo l'inaugurazione - ci ha detto ancora Cerciello - abbiamo festeggiato con gli

A sinistra: Antonio Cerciello con i figli Vincenzo e Alfredo, il direttore generale di Nordmeccanica India, Umang Vakharia e tutto il personale indiano della sede. A destra: Antonio Cerciello e il console italiano in India, Giampaolo Cuttillo, inaugurano la nuova sede



ospiti nell'hotel Shangri-La. Li abbiamo accolti con bevande e cibo italiano, come da nostra tradizione, ascoltando sia musica indiana che musica tribale africana».

«Nordmeccanica India - ha concluso Antonio Cerciello - ha una struttura di 16 persone indiane attraverso la qua-

le daremo un servizio di vendita, assistenza tecnica, tecnologica e pezzi di ricambio alle 250 macchine (90% del mercato indiano) già installate sul territorio indiano in questi anni». Il direttore generale di Nordmeccanica India è un ingegnere indiano, Umang Vakharia.

»dalla prima pagina

Una lezione che arriva dagli Stati Uniti

Ma che a lungo ha rischiato di restare un mero gesto di buona volontà: troppa la paura delle elezioni, da parte dei conservatori, che sulla strategia del pugno duro avevano puntato parecchio. Poi, proprio nell'ultima campagna elettorale, qualcosa è cambiato. E l'immigrazione, da minaccia, è diventata un'opportunità: merito soprattutto degli ispanici, che da soli costituiscono circa un sesto dell'elettorato.

E così, nelle rispettive convenzioni, democratici e repubblicani hanno dato voce ai migranti di successo: Charlotte fu inaugurata dal discorso di Julián Castro, sindaco democrati-

co di San Antonio e nipote di una colf messicana, mentre a Tampa prese la parola Marco Rubio, senatore repubblicano della Florida, figlio di immigrati cubani. Entrambi raccontarono il sogno agognato dai propri antenati e portato a termine da loro: quel sogno che non è solo un acronimo della legge oggi in discussione a Washington - Dream sta per Development, Relief and Education for Alien Minors - ma soprattutto un simbolo dell'America stessa come terra delle opportunità, anche nel mezzo di una crisi economica. Per amore o per calcolo, insomma, l'ultima campagna

elettorale ha segnato una possibile inversione di tendenza nel dibattito politico: l'immigrazione non più agitata come un mero spauracchio, ma addirittura indicata come esempio positivo.

Qualcosa si sta muovendo anche da noi, pur lentamente. Il prossimo Parlamento avrà più nuovi italiani di quello attuale, e - forse è questa la novità principale - arriva finalmente a Montecitorio la generazione che ha studiato nelle nostre scuole e che, avendo vissuto sempre in Italia, non può certo considerarsi immigrata. La necessità di una riforma della legge sulla cit-

tadinanza - scritta nel 1992, quando nascevano meno di 3 mila bambini stranieri all'anno - ha fatto breccia anche nella cultura di destra: da Fini a Grana, da Pecorella ad Alessandra Mussolini, già nella scorsa legislatura in molti hanno affermato pubblicamente che i minori nati nel nostro Paese o arrivati da piccoli e cresciuti in Italia hanno il diritto di essere riconosciuti italiani ben prima dei 18 anni. Ma prima l'ipoteca della Lega sul governo Berlusconi e poi la debolezza politica del governo Monti hanno reso impossibile l'approvazione di una riforma bipartisan firmata da

50 deputati di diversi schieramenti.

Ora si ricomincia, con qualche speranza in più: la coalizione di Centrosinistra ha posto la riforma della cittadinanza come priorità, e anche se non riuscisse a vincere da sola avrebbe comunque il sostegno dei possibili alleati di Centro. Eppure, il timore di perdere voti rischia di far passare sotto silenzio anche un tema così importante come quello dei confini di una nazione: come se l'immigrazione si gestisse con la pancia, mentre invece - lo hanno capito anche i repubblicani negli Usa - è un tema da affrontare solo con la testa.

Andrea Sarubbi

»dalla prima pagina

Queste strane elezioni d'inverno

Questa incertezza totale è assolutamente atipica rispetto ai meccanismi di funzionamento delle grandi democrazie occidentali.

Questa prima anomalia ha strettamente a che fare con la seconda: questa campagna elettorale sarà ricordata per la presunta scomparsa dei «faccioni». In effetti ci sono molti meno manifesti politici stradali, i 6 metri per tre, rispetto al passato.

Questo tipo di formato è stato storicamente utilizzato dai candidati (soprattutto prima del Porcellum, quando c'era bisogno di ottenere consenso in prima persona) per la propria comunicazione personale, assai spesso accompagnata dal volto del politico che così cercava di accrescere la sua popolarità. In questa campagna elettorale i faccioni sembrano essere scomparsi. Per capire le ragioni di questo scarto col passato non bisogna dimenticare le regole sulla comunicazione elettorale: è impossibile acquistare manifesti 6x3 politici nei trenta giorni precedenti alle elezioni.

Alla scomparsa dei volti dei politici sui manifesti non è seguita una coerente riduzione della loro presenza sui mezzi di comunicazione di massa. Al contrario, ogni canale televisivo generalista ospita grosse quantità di dibattiti in questi frenetici giorni prima del voto: la personalizzazione della politica non è, quindi, messa in discussione.

La terza anomalia, a sua volta collegata alle prime due è probabilmente la più clamorosa: si vota in inverno. Questo accade per la prima volta nella storia recente ed è impensabile che questo cambio di stagione (e di condizioni climatiche) sia irrilevante nei meccanismi di formazione dell'opinione pubblica e, dunque, nel comportamento elettorale. Una campagna in inverno, per fare un esempio, riduce e di molto la voglia e la possibilità di organizzare comizi all'aperto rispetto a una classica campagna primaverile. Una buona presenza sui mezzi di comunicazione di massa è quindi ancora più decisiva per far conoscere le proprie idee al grande pubblico.

Quarta e ultima anomalia, a sua volta collegata alle precedenti: è una campagna decisamente a basso budget. Obama, nel 2012, ha speso un miliardo di dollari per comunicare a circa 250 milioni di elettori; in Italia nessun partito ha dichiarato più di dieci milioni di spese (un centesimo del budget di Obama) per comunicare a circa 50 milioni di persone (un quinto dell'elettorato americano). Dentro queste anomalie ci sono tutte le grandi novità di questa campagna rispetto al passato, e anche moltissime ambiguità interpretative: i faccioni sono scomparsi per una scelta strategica, di riduzione dei costi o solo perché le coalizioni si sono formate troppo tardi? La riduzione del numero dei comizi è dovuto solo al freddo o anche alla paura di fare flop? E soprattutto: chi può vantare una forte presenza televisiva e sui grandi media (sia grazie alle proprie capacità che al proprio potere) può essere avvantaggiato dalle elezioni invernali? A queste domande, forse, si riuscirà a rispondere fra poco più di venti giorni.

Dino Amenduni