



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Sangalli, serve un approccio fiscale che favorisca investimenti e innovazione

Per il presidente di **Confcommercio** il fisco non deve *«penalizzare l'imprenditore e il contribuente»*. *«Chi mantiene fortissima la voglia di fare impresa e ambisce ad una maggiore competitività dell'intero sistema-Paese, deve poter contare su condizioni ambientali idonee e strumenti di supporto adeguati»*.

«Se vogliamo trasformare la debole ripresa di oggi in una robusta e diffusa crescita per i prossimi anni, la strada da percorrere è obbligata: meno sprechi pubblici e meno tasse. È questo il paradigma da applicare senza deroghe». Così il presidente di **Confcommercio**, Carlo Sangalli, nel suo intervento agli "Stati Generali del Vending" organizzati a Roma da **Confida**. Sangalli ha chiesto in particolare *«un approccio fiscale che favorisca e non penalizzi l'imprenditore e il contribuente, che favorisca gli investimenti e l'innovazione»*, sottolineando poi il *«grande senso di responsabilità»* degli operatori del vending che tra pochi mesi saranno chiamati a trasmettere telematicamente i corrispettivi all'Agenzia delle Entrate. Per cercare di attenuare i costi relativi, ha detto il Presidente di **Confcommercio**, *«abbiamo presentato delle proposte emendative alla legge di bilancio affinché le vostre imprese possano usufruire dell'iperammortamento del 250%. Sarebbe un vantaggio non solo fiscale ma anche economico di un certo rilievo. Speriamo che il Governo ed il Parlamento capiscano le nostre e le vostre buone ragioni ed accolgano questa richiesta»*. Questo perché *«occorre che chi, come voi, mantiene fortissima la voglia di fare impresa e ambisce ad una maggiore competitività dell'intero sistema-Paese, possa contare su condizioni ambientali idonee e strumenti di supporto adeguati all'attività imprenditoriale»*. Sangalli ha concluso sottolineando che *«il comparto della distribuzione automatica è di particolare importanza e rilievo per l'economia nazionale, non solo perché 30 milioni di italiani utilizzano i distributori automatici, ma soprattutto perché, anche negli anni della crisi, è riuscito a rimanere vitale adeguando la sua offerta alle tendenze del mercato a alle mutate esigenze dei consumatori»*.