

SONDAGGIO MISURE DI RILANCIO

INDICE

[Identificazione](#)

[Efficacia riduzione IRPEF](#)

[Efficacia riduzione cuneo fiscale consumi](#)

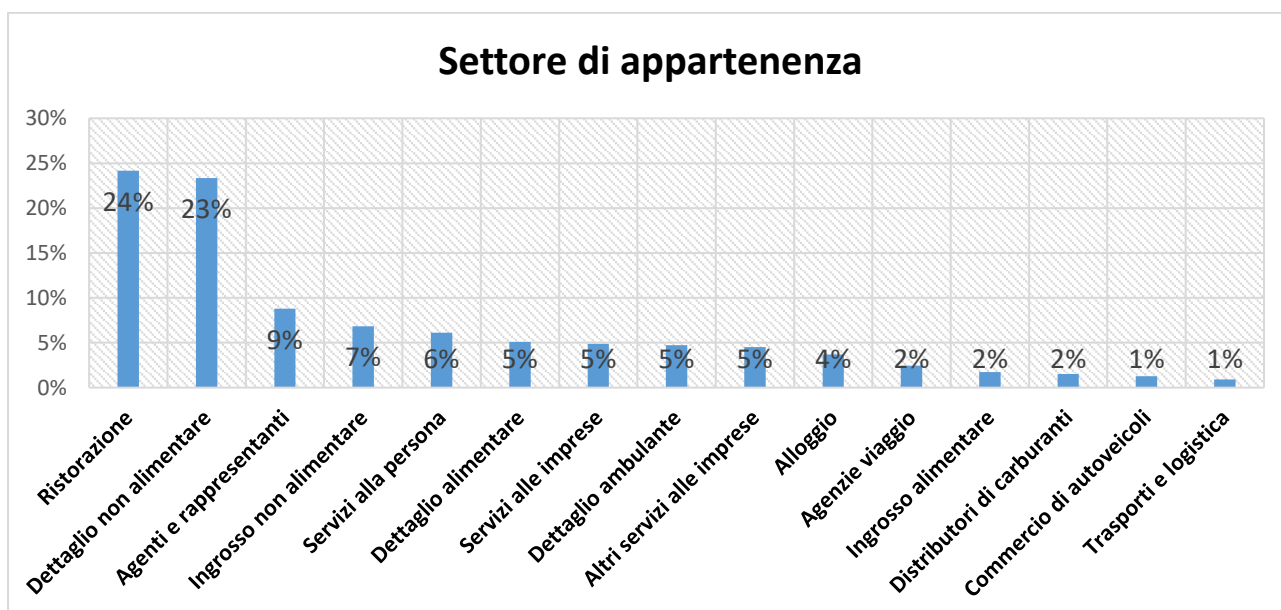
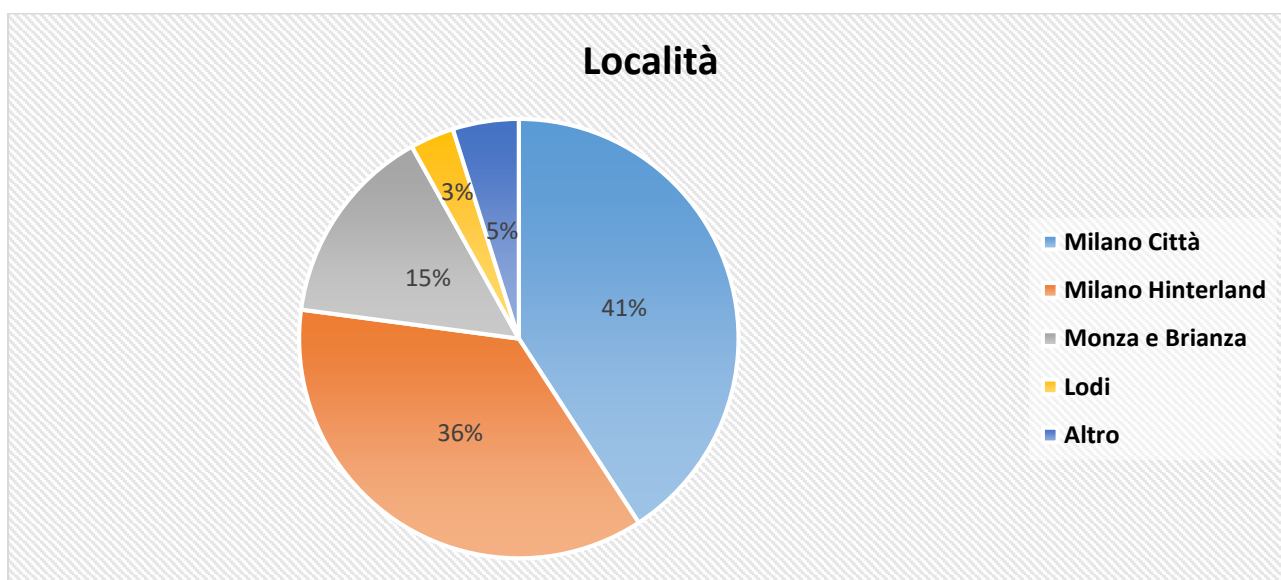
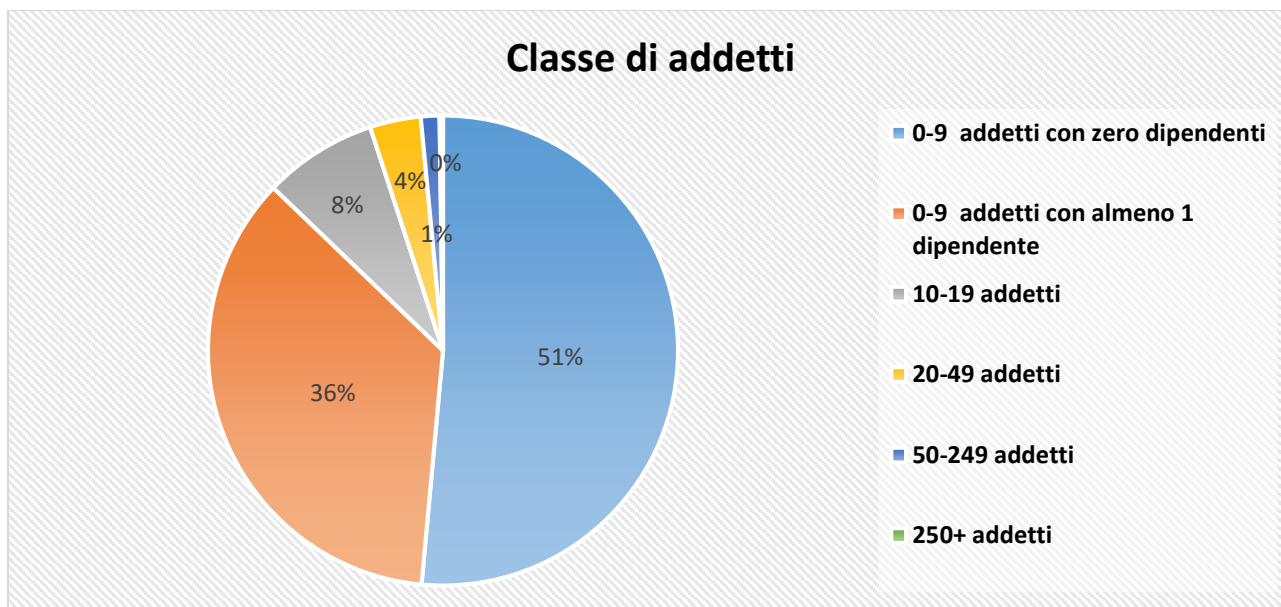
[Efficacia riduzione cuneo fiscale redditività imprese](#)

[Efficacia riduzione IVA](#)

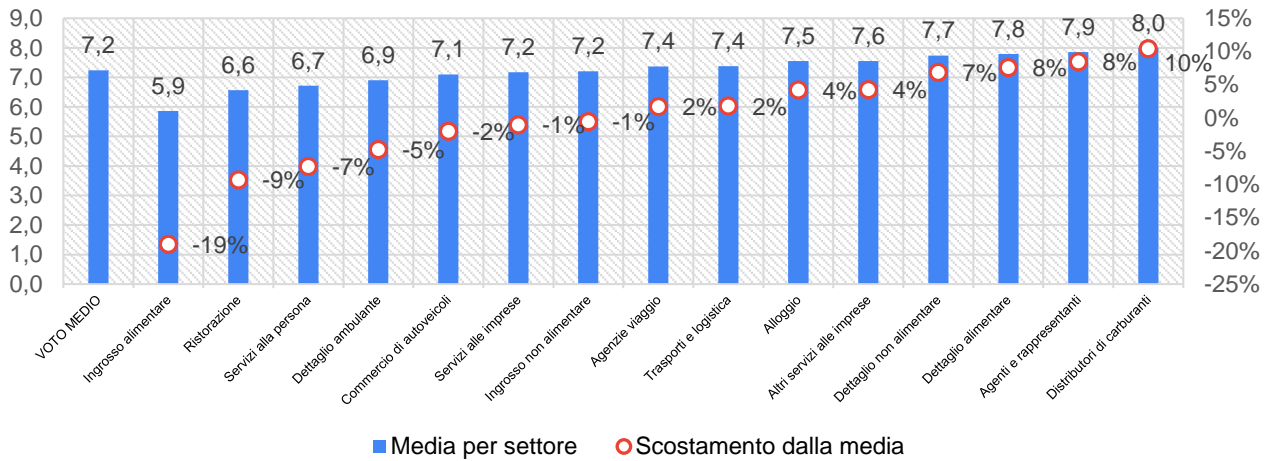
[Flat Tax](#)

[Misure di rilancio](#)

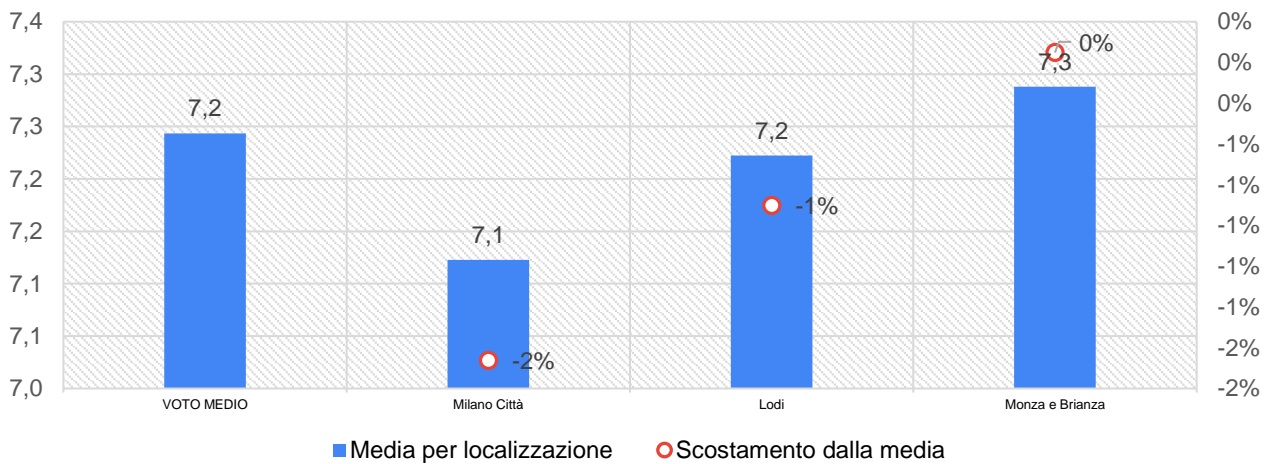
## IDENTIFICAZIONE



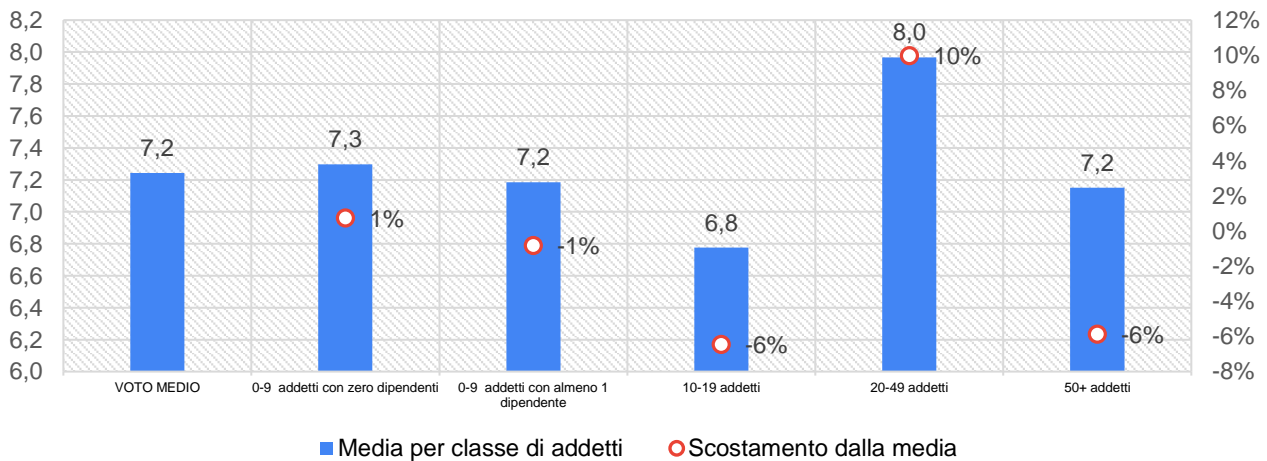
## Come valuta l'efficacia di una riduzione delle aliquote IRPEF sui consumi finali?



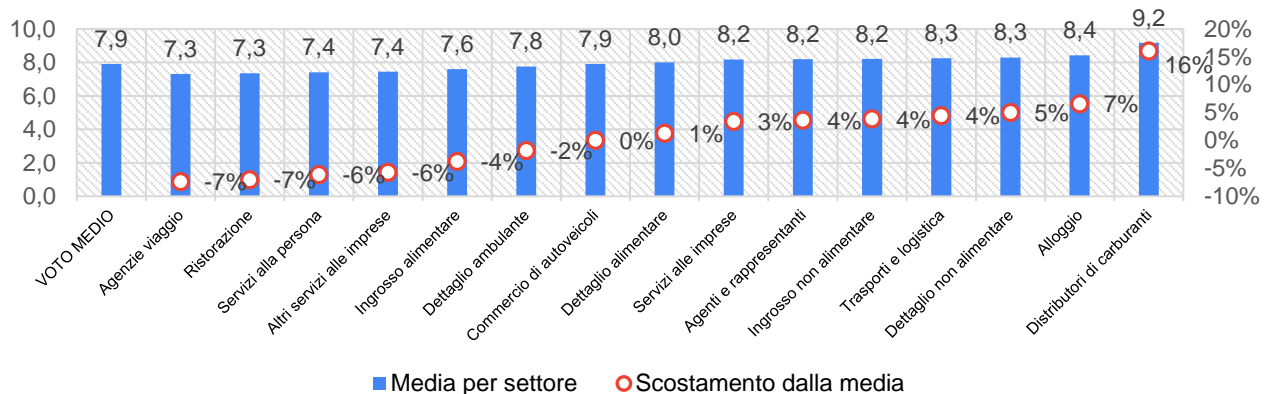
## Come valuta l'efficacia di una riduzione delle aliquote IRPEF sui consumi finali?



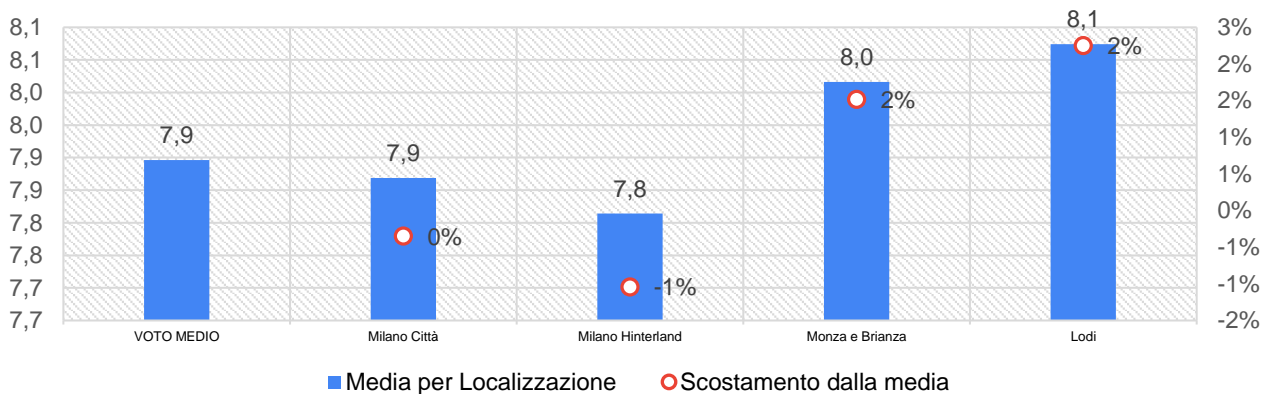
## Come valuta l'efficacia di una riduzione delle aliquote IRPEF sui consumi finali?



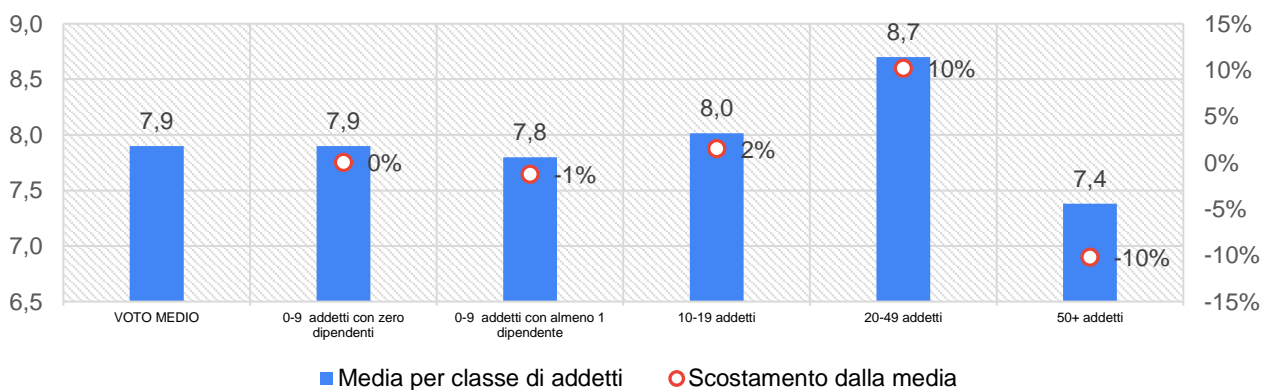
**In Italia le imposte e i contributi previdenziali gravano sul costo del lavoro nella misura del 47%, come valuta la riduzione di questo cuneo fiscale sulla capacità di spesa dei lavoratori?**



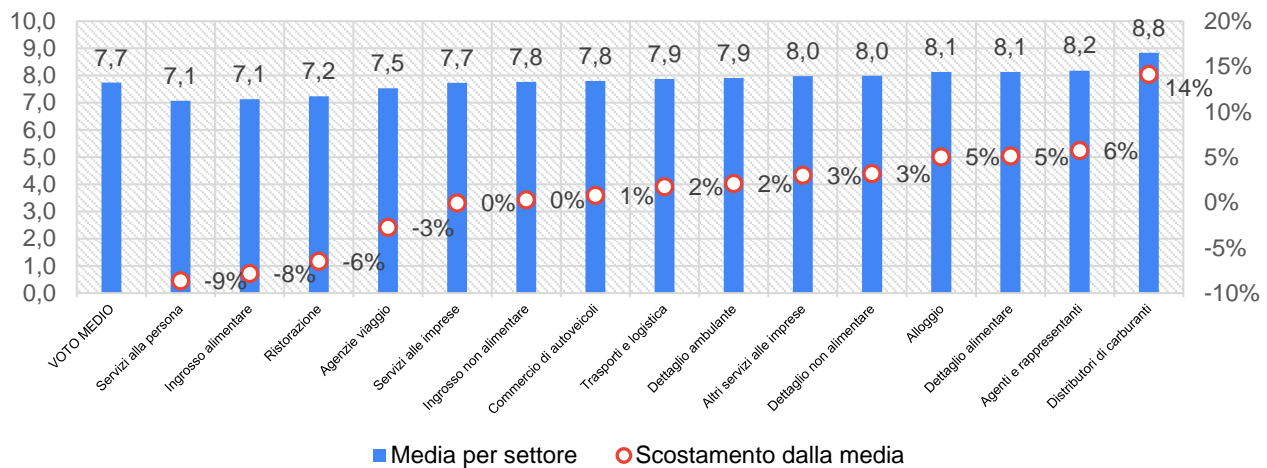
**In Italia le imposte e i contributi previdenziali gravano sul costo del lavoro nella misura del 47%, come valuta la riduzione di questo cuneo fiscale sulla capacità di spesa dei lavoratori?**



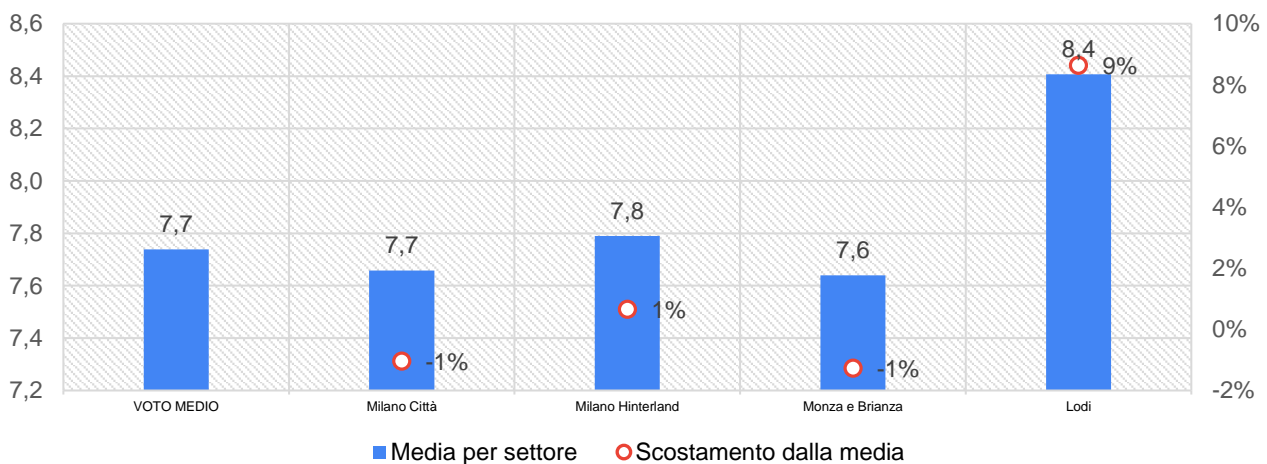
**In Italia le imposte e i contributi previdenziali gravano sul costo del lavoro nella misura del 47%, come valuta la riduzione di questo cuneo fiscale sulla capacità di spesa dei lavoratori?**



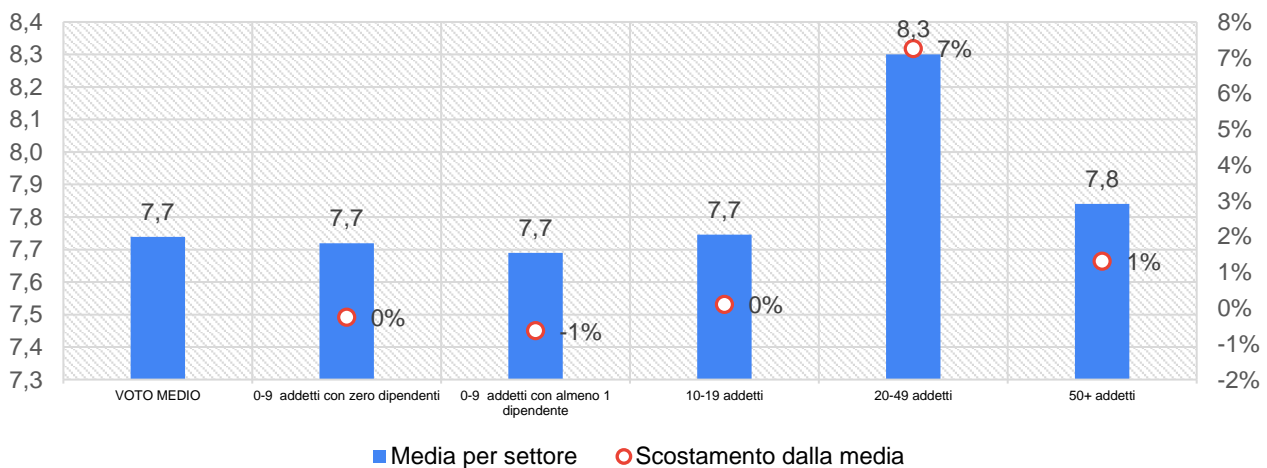
### Come valuta la riduzione di questo cuneo fiscale sulla redditività e produttività delle imprese?



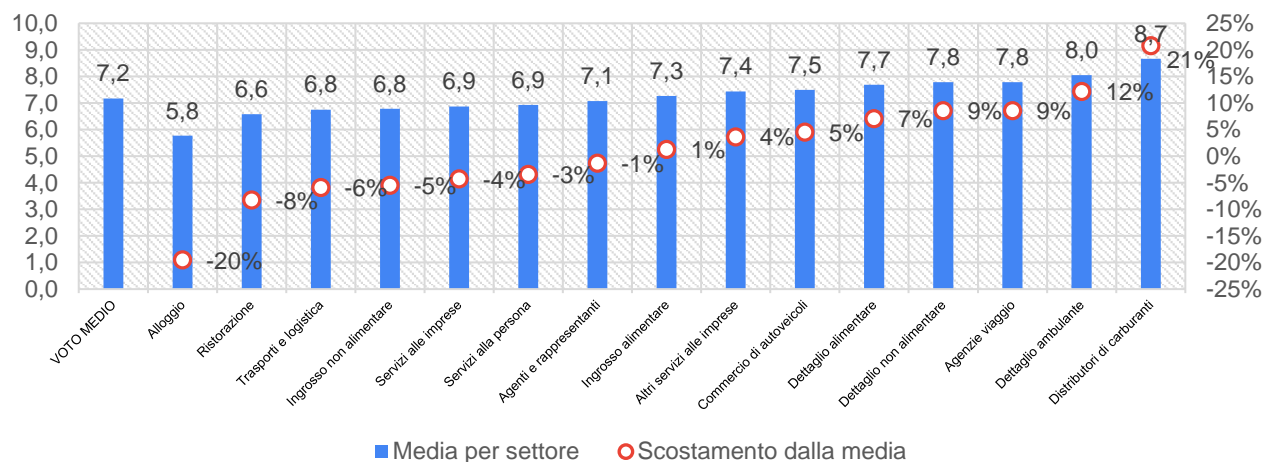
### Come valuta la riduzione di questo cuneo fiscale sulla redditività e produttività delle imprese?



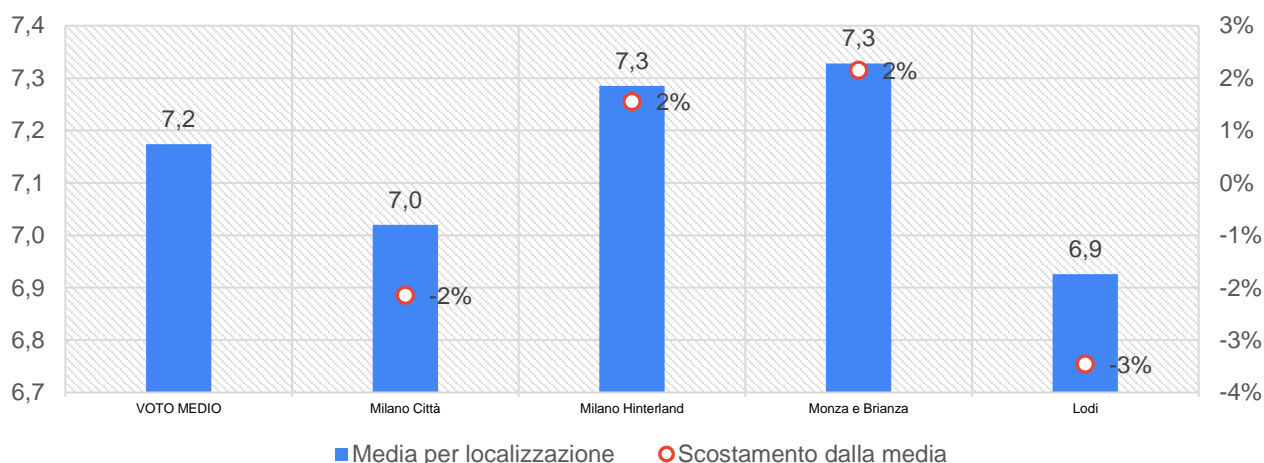
### Come valuta la riduzione di questo cuneo fiscale sulla redditività e produttività delle imprese?



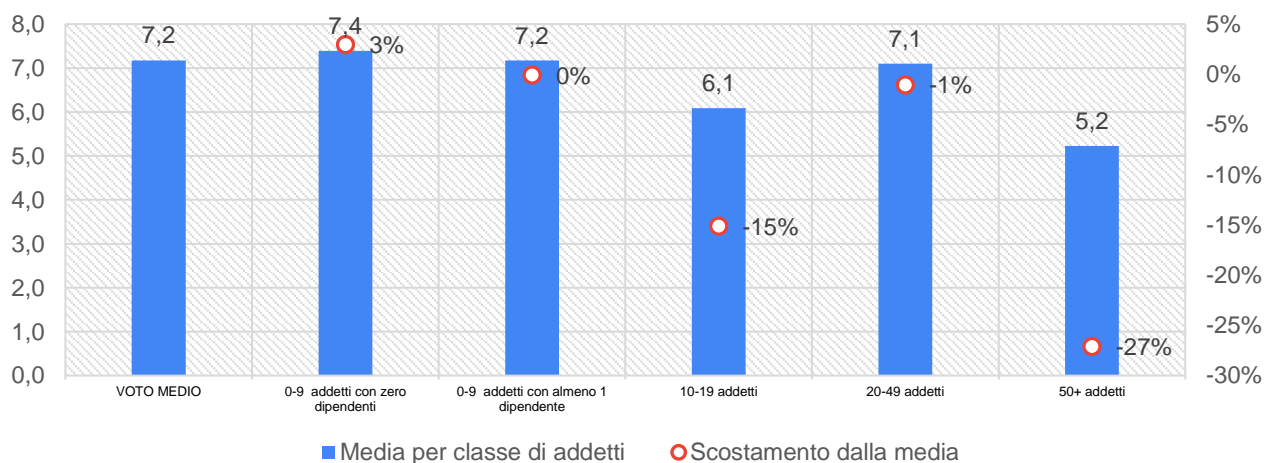
## Come valuta l'efficacia della riduzione dell'IVA sui consumi finali?



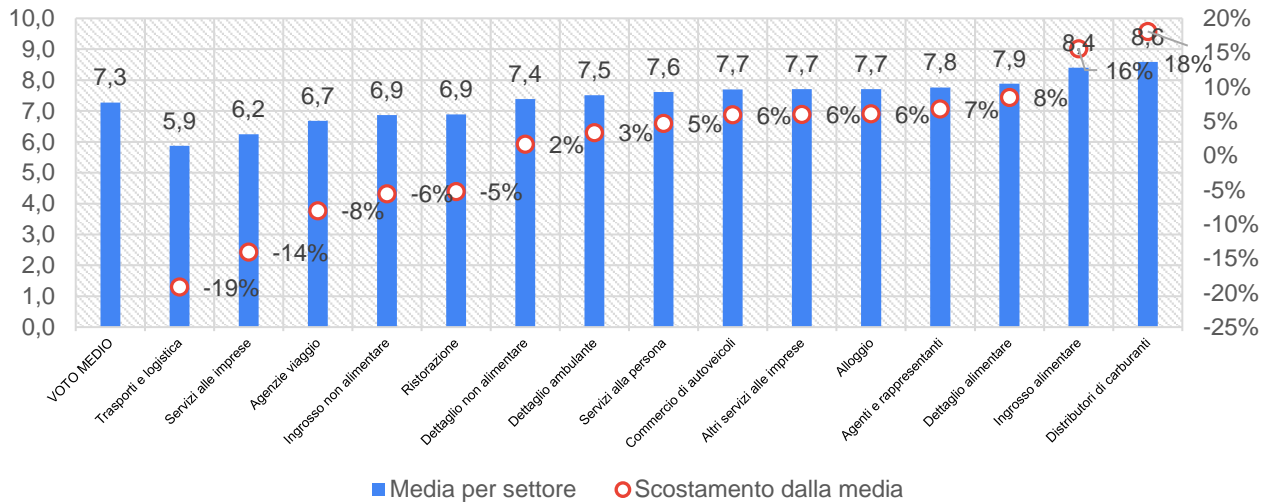
## Come valuta l'efficacia riduzione dell'IVA sui consumi finali?



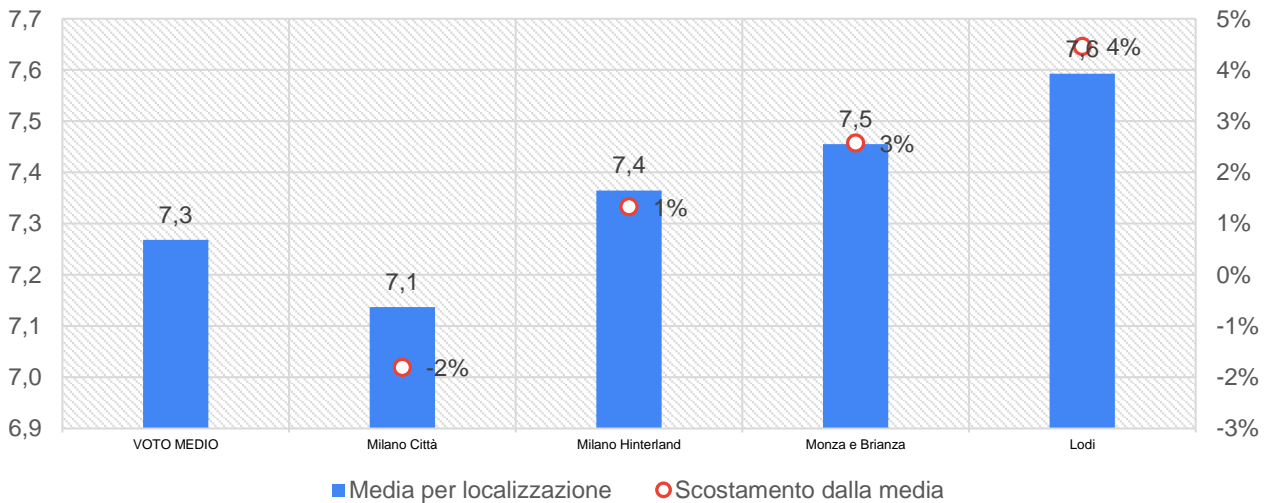
## Come valuta l'efficacia riduzione dell'IVA sui consumi finali?



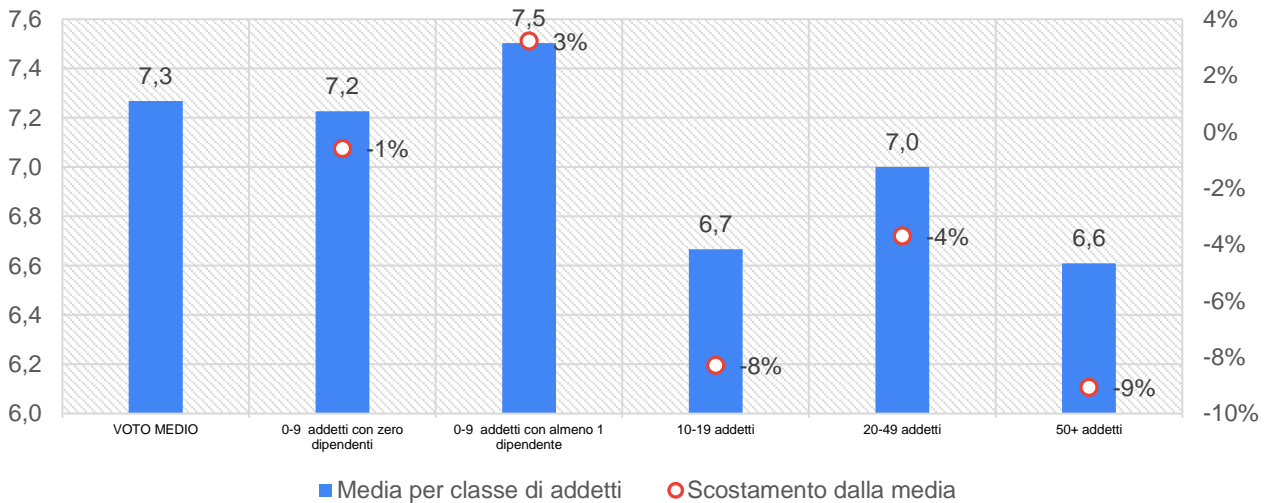
## Che valutazione dà alla flat tax?



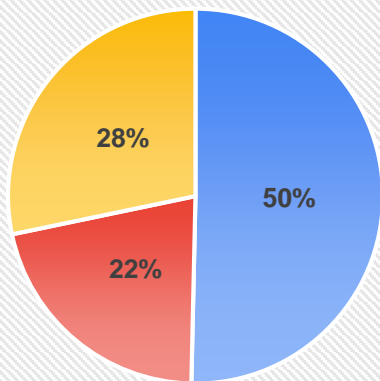
## Che valutazione dà alla flat tax?



## Che valutazione dà alla flat tax?

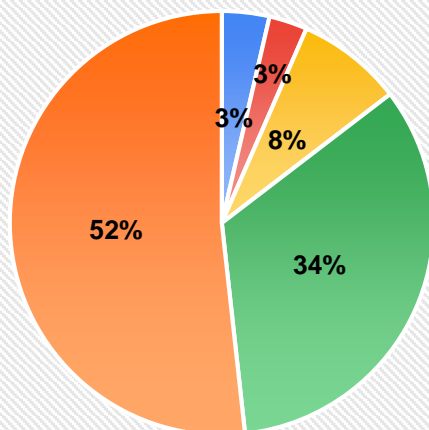


## In relazione alla sua specifica attività quale tra queste tre misure di rilancio della domanda ritiene più efficace?



- Riduzione del cuneo fiscale
- Riduzione dell'IVA
- Taglio dell'Irpef

## A fronte della necessità di stimolare la domanda finale in tutti i settori è preferibile?



- Utilizzare solo il taglio dell'Irpef
- Utilizzare solo la leva della riduzione dell'IVA
- Utilizzare solo la riduzione del cuneo fiscale
- Utilizzare un mix di misure che contempli le due più efficaci
- Utilizzare un mix di misure che contempli tutte e tre le leve



# Sondaggio CAWI su misure di rilancio dell'attività del terziario di mercato nella città metropolitana di Milano e nelle province di Lodi e Monza Brianza

Milano, luglio 2020

## Struttura del campione

Nel mese di luglio Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza ha lanciato un sondaggio CAWI per conoscere il parere di imprese e professionisti del terziario di mercato sulle misure di rilancio che il governo sta considerando per accelerare il percorso di recupero delle vendite dopo la loro drastica riduzione patita durante il lockdown e nella difficile ripartenza dei mesi successivi.

Il sondaggio ha garantito il diritto all'anonimato della persona fisica e giuridica partecipante all'indagine e la raccolta delle informazioni. Hanno risposto 865 attività.

Il campione è stato stratificato per classe di addetti, ambito territoriale e settore di attività economica.

Classe di addetti	Numero	Quota %
0-9 addetti con zero dipendenti	441	51,5%
0-9 addetti con almeno 1 dipendente	306	35,7%
10-19 addetti	67	7,8%
20-49 addetti	30	3,5%
50-249 addetti	11	1,3%
250+ addetti	2	0,2%
Totale	857	100,0%

Fonte: US Confcommercio MI LO MB

L'87% delle imprese intervistate appartiene alla classe di addetti 0-9 e, in particolare, il 51% opera senza dipendenti, avvalendosi solo del proprio lavoro o di quello di soci o collaboratori familiari; il segmento delle aziende 10-19 addetti conta 67 elementi pari al 7,8% del campione e quello delle imprese 20-49 addetti annovera 30 unità pari al 3,5% del totale. Oltre la soglia dei 50 addetti solo 13 risposte, che complessivamente rappresentano l'1,5% del campione.

Localizzazione	Numero	Quota %
Milano Città	353	42,9%
Milano Hinterland	314	38,2%
Monza e Brianza	128	15,6%
Lodi	28	3,4%
Altro	42	5,1%
Totale	823	100,0%

Fonte: US Confcommercio MI LO MB

L'81% delle aziende è ubicato nella città metropolitana di Milano e il 42,9% all'interno dei confini del comune capoluogo, mentre la provincia di Monza esprime una quota del 15,6% e quella di Lodi una quota del 3,4%; come sempre un limitato gruppo di operatori esercita la sua attività al di fuori del territorio della nostra Organizzazione.

Settore di attività	Numero	Quota %
Ristorazione	209	24,2%
Dettaglio non alimentare	202	23,4%
Agenti e rappresentanti	76	8,8%
Ingrosso non alimentare	59	6,8%
Servizi alla persona	53	6,1%
Dettaglio alimentare	44	5,1%
Servizi alle imprese	42	4,9%
Dettaglio ambulante	41	4,7%
Altri servizi alle imprese	39	4,5%
Alloggio	32	3,7%
Agenzie viaggio	21	2,4%
Ingrosso alimentare	15	1,7%
Distributori di carburanti	13	1,5%
Commercio di autoveicoli	11	1,3%
Trasporti e logistica	8	0,9%
TOTALE	865	100%

*Fonte: US Confcommercio MI LO MB*

Su 865 imprese che hanno partecipato a sondaggio tutte quante hanno indicato il settore economico di appartenenza secondo la ripartizione per tipologia di attività rappresentata in tabella. Poco meno della metà appartiene a soli due settori, ristorazione con 209 elementi (24,2%) e dettaglio non alimentare con 202 elementi (23,4%).

Al terzo posto gli agenti rappresentanti, 76 unità (8,8%), quindi il commercio all'ingrosso non alimentare con 59 unità (6,8%), i servizi alla persona con 42 unità (4,9%), il dettaglio ambulante con 41 unità (4,7%), e via via gli altri 7 settori con quote che variano dal 4,7% all'0,9%.

La numerosità degli elementi è superiore alle 30 unità per il 92,1% del campione e, quindi, solo nei settori di agenzie viaggio, ingrosso alimentare, distributori di carburante, commercio di autoveicoli, trasporti e logistica il numero delle risposte non supera le 20 unità.

## Sintesi dei principali risultati emersi

Il quadro generale offre per ciascuna delle quattro misure considerate, riduzione del cuneo fiscale o dell'IVA, taglio dell'Irpef, flat tax, un punteggio nettamente al di sopra della sufficienza.

Alcune sono poste sullo stesso piano, una sola è considerata migliore delle altre.

Nello specifico ottengono lo stesso identico voto (7,2) riduzione delle aliquote Irpef, riduzione dell'Iva e applicazione della flat tax, mentre il punteggio assegnato alla riduzione del cuneo fiscale sulla spesa dei lavoratori è pari a 7,9 e si attesta a 7,7 per quella che andrebbe a vantaggio della redditività e produttività dell'impresa.

La riduzione del cuneo fiscale è, infatti, considerata la misura di rilancio più efficace dal 50% degli operatori interpellati, mentre la quota di coloro che attribuiscono questo primato al taglio dell'Irpef scende al 28% e addirittura al 22% per quanto attiene alla riduzione dell'IVA.

La disaggregazione di questo risultato per settore di attività mostra come la riduzione del cuneo fiscale sia la misura più efficace tra le tre proposte per 13 casi su 15.

Solo in quattro segmenti di attività, Dettaglio non alimentare, Dettaglio ambulante, Commercio di autoveicoli motoveicoli, Distribuzione di carburanti l'importanza della riduzione del cuneo fiscale viene attutita dal ruolo che le imprese assegnano alla riduzione delle aliquote IVA.

La preferenza accordata allo strumento dell'IVA come misura di rilancio dei consumi riflette il fatto che in questi specifici segmenti del mercato la domanda è particolarmente sensibile alla variazione del prezzo, come lo studio di US Confcommercio MI LO MB ha dimostrato, applicando l'analisi di correlazione alla dinamica dei consumi reali e dell'indice NIC dei prezzi.

L'ultimo quesito posto alle imprese e ai professionisti del terziario di mercato del nostro territorio riguarda l'alternativa tra mettere in campo una sola misura o considerare una combinazione di strumenti da adottare contemporaneamente.

Quest'ultima soluzione è stata scelta dal 86% dei rispondenti, mentre solo il 14% delle aziende interpellate ha, infatti, suggerito di concentrarsi su un solo strumento di rilancio.

## Risultati

Nell'articolazione del questionario sono state considerate le quattro principali misure di rilancio oggetto dell'attualizzato dibattito di politica economica, applicazione della flat tax e riduzione di aliquote Irpef, IVA e Cuneo fiscale, chiedendo alle imprese ed ai professionisti di esprimere la loro valutazione su ciascuna di esse con un voto compreso tra 0 e 10, un scala strettamente associata al voto scolastico e, quindi, al concetto di insufficiente da zero a cinque, sufficiente con il punteggio di 6, discreto con quello di sette, buono con quello di otto e ottimo con punteggi superiore a otto.

In relazione alla riduzione del cuneo fiscale la valutazione richiesta ha riguardato, da un lato, la capacità di spesa dei lavoratori, dall'altro, il beneficio sulla redditività e produttività dell'impresa.

La superiorità della cuneo fiscale sulle altre misure si rafforza quando alle imprese e professionisti si chiede di esprimere un giudizio su quali di esse sia più efficace.

Domande sulle misure di rilancio	Voto Medio
Come valuta l'efficacia di una <b>riduzione delle aliquote IRPEF</b> sui consumi finali?	7,2
In Italia le imposte e i contributi previdenziali gravano sul costo del lavoro nella misura del 47%, come valuta la <b>riduzione di questo cuneo fiscale</b> sulla capacità di spesa dei <b>lavoratori</b> ?	7,9
E come valuta la <b>riduzione di questo cuneo fiscale</b> sulla redditività e produttività delle <b>imprese</b> ?	7,7
Come valuta l'efficacia <b>riduzione dell'IVA</b> sui consumi finali?	7,2
Che valutazione dà alla <b>flat tax</b> (aliquota fissa di prelievo sui redditi non superiore al 24%)	7,2

*Fonte: US Confcommercio MI LO MB*

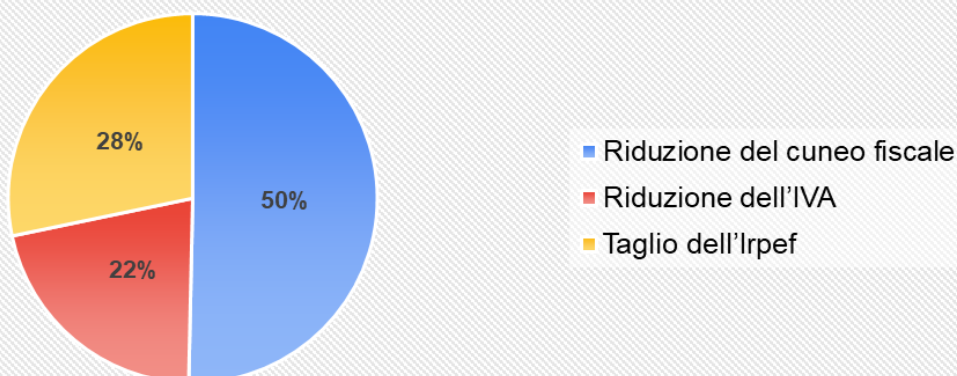
Il quadro generale offre per ciascuna dei quattro strumenti di stimolo della domanda un punteggio che si colloca nettamente al di sopra della sufficienza, segno inequivocabile che le imprese del terziario nel mercato ritengono tutte queste misure di rilancio importanti, capaci di svolgere un'azione benefica rispetto all'obiettivo che viene loro assegnato.

Alcune misure sono poste sullo stesso piano, una sola è considerata migliore delle altre.

Nello specifico ottengono lo stesso identico voto (7,2) riduzione delle aliquote Irpef, riduzione dell'Iva e applicazione della flat tax, mentre il punteggio assegnato alla riduzione del cuneo fiscale sulla spesa dei lavoratori è pari a 7,9 e si attesta a 7,7 per quella che andrebbe a vantaggio della redditività e produttività dell'impresa.

La superiorità del cuneo fiscale sulle altre misure, evidente nella tabella appena commentata, si rafforza quando a imprese e professionisti si chiede di esprimere un giudizio su quali di esse sia più effice.

**In relazione alla sua specifica attività quale tra queste tre misure di rilancio della domanda ritiene più efficace?**



*Fonte: US Confcommercio MI LO MB*

La riduzione del cuneo fiscale è, infatti, considerata la misura di rilancio più efficace dal 50% degli operatori interpellati, mentre la quota di coloro che attribuiscono questo primato al taglio dell'Irpef scende al 28% e addirittura al 22% per quanto attiene alla riduzione dell'IVA.

La disaggregazione di questo risultato per settore di attività mostra come la riduzione del cuneo fiscale sia la misura più efficace tra le tre proposte per 13 casi su 15 (settori sono elencati nella tabella per quota decrescente di coloro che assegnano il primato proprio a questo strumento).

L'alleggerimento delle imposte dei contributi previdenziali che gravano sul lavoro è considerato meno efficace delle altre due misure in due segmenti di attività; gli operatori dell'ingrosso alimentare ritengono, infatti, che il taglio dell'Irpef sia la misura più adatta per stimolare la domanda, mentre quelli della distribuzione di carburanti ritengono più efficace la riduzione dell'aliquota IVA.

L'alleggerimento del cuneo fiscale, misura capace di generare benefici sia sulla spesa dei lavoratori, sia sulla redditività delle imprese, è quindi preferita dalla stragrande maggioranza delle imprese del terziario di mercato, ma secondo un'intensità che varia da segmento a segmento.

La frequenza decrescente dei valori della prima colonna lo evidenzia bene.

Settori di attività	Riduzione del cuneo fiscale	Riduzione dell'IVA	Taglio dell'Irpef
Ristorazione	64,7%	12,1%	23,2%
Trasporti e logistica	62,5%	12,5%	25,0%
Dettaglio alimentare in sede fissa	59,1%	13,6%	27,3%
Ingrosso non alimentare	57,6%	11,9%	30,5%
Servizi alla persona	53,7%	14,6%	31,7%
Dettaglio ambulante	51,2%	31,7%	17,1%
Alloggio	48,4%	12,9%	38,7%
Altri servizi alle imprese	46,2%	23,1%	30,8%
Servizi alle imprese	45,3%	11,3%	43,4%
Agenti e rappresentanti	42,1%	22,4%	35,5%
Agenzie viaggio (agenzie viaggio, tour operator, guide turistiche)	42,1%	15,8%	42,1%
Commercio di autoveicoli e motoveicoli, ricambi e accessori	40,0%	40,0%	20,0%
Dettaglio non alimentare in sede fissa	39,8%	35,8%	24,4%
Ingrosso alimentare	33,3%	20,0%	46,7%
Distributori di carburanti per autotrazione	25,0%	58,3%	16,7%

*Fonte: US Confcommercio MI LO MB*

Ai vertici della scala Ristorazione (64,7%) e Trasporti e Logistica (62,5%), seguite da quattro settori con valori superiori al 50%, che sono nell'ordine Dettaglio Alimentare in sede fissa, Ingrosso non alimentare, Servizi alla persona, Dettaglio ambulante, mentre il primato di questa misura è confermato su frequenze più contenute per Alloggio, Altri servizi alle imprese, Agenti Rappresentanti, Agenzie di viaggio, Commercio di autoveicoli motoveicoli, Dettaglio non alimentare in sede fissa.

Molto interessanti sono anche i risultati evidenziati dai valori della seconda colonna, quelli della preferenza accordata alla riduzione dell'IVA, dove le frequenze non superano il 15% in diversi segmenti di mercato considerato, che sono Ristorazione, Trasporti e Logistica, Dettaglio Alimentare in sede fissa, Ingrosso non alimentare, Servizi alla persona, Alloggio Servizi alle imprese.

La superiorità del cuneo fiscale come misura di stimolo della domanda sarebbe risultata nel complesso del campione nettamente superiore al 50%, se anche il Dettaglio non alimentare in sede fissa, che ha lo stesso peso della ristorazione, avesse evidenziato una frequenza superiore al 45% come è avvenuto in nove casi su 15.

Per questo settore, così come per Dettaglio ambulante, Commercio di autoveicoli motoveicoli, Distribuzione di carburanti l'importanza della riduzione del cuneo fiscale viene attutita dal ruolo che le imprese assegnano alla riduzione delle aliquote IVA.

Solo in questi quattro segmenti del mercato tale misura viene considerata di primaria importanza in perfetta sintonia con lo studio che US Confcommercio MI LO MB ha condotto sulla correlazione tra dinamica dei consumi reali di vestiario calzature, mobili ed elettrodomestici, trasporti e corrispondente dinamica dei prezzi finali.

In effetti proprio nei capitoli di spesa presidiati dai tre settori di offerta citati la variazione dell'indice dei prezzi NIC (intera collettività) è correlata inversamente alle quantità consumate.

COD	CONSUMI PER TIPOLOGIA	Riduzione temporanea aliquota IVA	Q (Coefficiente di correlazione)	Quota 2019	Delta reale 2020 su 2019
1	Alimentari e bevande non alcoliche	NO	-27,1%	12,4	4,6
2	Bevande alcoliche, tabacco	SI	-74,1%	3,5	-0,4
3	Vestitario e calzature	SI	-55,7%	5,4	-9,3
4	Abitazione, acqua, elettricità, gas	NO	53,1%	21,6	0,3
5	Mobili, elettrodomestici, articoli casa	SI	-44,0%	6,2	-8,6
6	Sanità	NO	84,4%	3,3	1,9
7	Trasporti	SI	-68,4%	12,4	-15,7
8	Comunicazioni	NO	-88,5%	2,9	2,5
9	Ricreazione e cultura	NO	34,5%	7,7	-26,5
10	Istruzione	NO	-29,9%	1,2	-8,0
11	Alberghi e ristoranti	NO	95,8%	11,1	-37,0
12	Beni e servizi vari	NO	51,0%	12,2	-6,1

Fonte: US Confcommercio MI LO MB

Il segno del coefficiente di correlazione è, infatti, negativo evidenziando come una diminuzione del prezzo sia associata ad un aumento delle quantità consumate secondo un grado di intensità rilevante, Vestiario e calzature (-55,7%), Mobili elettrodomestici articoli casa (-44%), Trasporti (-68,4%), voce quest'ultima che contempla suo interno la vendita di autoveicoli motoveicoli e la distribuzione di carburante per autotrazione.

In definitiva la preferenza assegnata allo strumento dell'IVA dalla distribuzione di moda, beni della casa e auto, moto, ricambi accessori e carburante riflette il fatto che in questi segmenti del mercato la domanda è particolarmente sensibile alla variazione del prezzo.

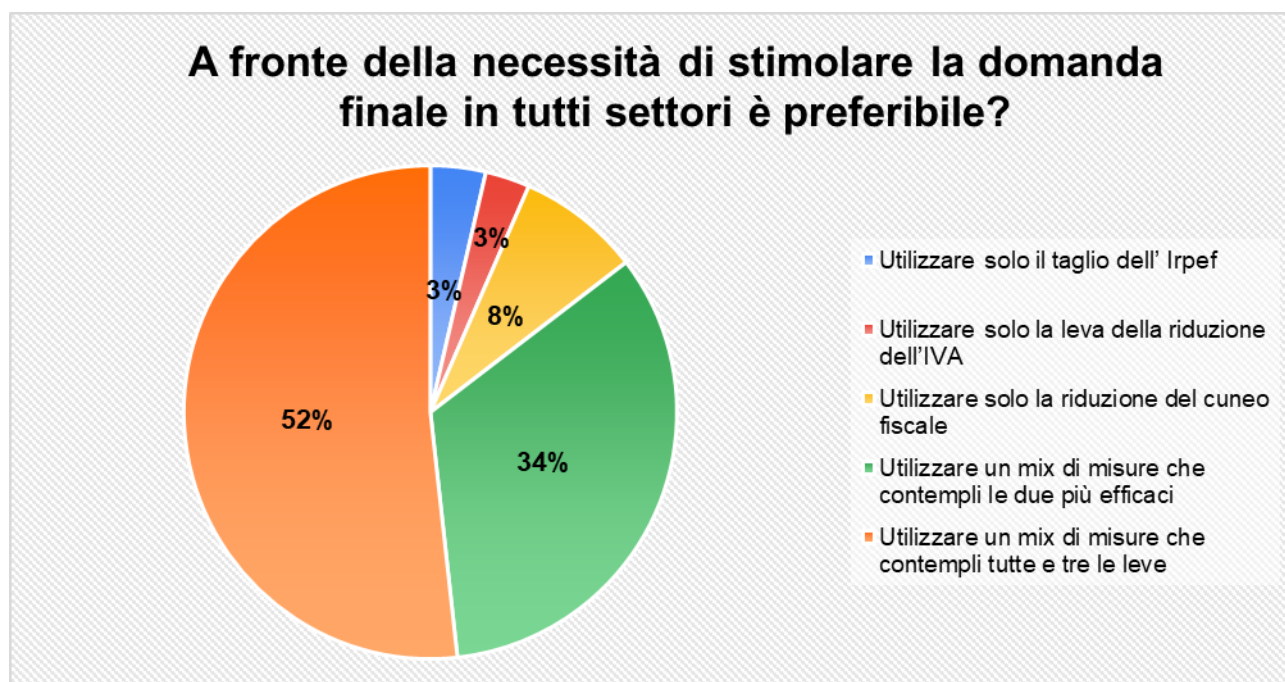
L'assenza di correlazione inversa (valori positivi del coefficiente) e la sua debolezza (valori assoluti inferiori al 35%) spiega, d'altro canto, lo scarso interesse che le imprese attribuiscono alla misura di rilancio dell'IVA, come in effetti accade per Alberghi e Ristoranti, Beni e Servizi Vari, Alimentare al dettaglio in sede fissa, tutti e tre con poche imprese, meno del 15%, orientate a questa misura rispetto a quella della riduzione del cuneo fiscale che riscuote un consenso molto più ampio.

La preferenza per la misura del taglio dell'Irpef presenta valori di frequenza nettamente inferiori alla riduzione del cuneo fiscale, ma allo stesso tempo migliori di quelli attribuiti alla riduzione delle aliquote IVA.

Le imprese che indicano questo strumento come quello più efficace sono la maggioranza solo in un settore, ingrosso alimentare (46,7%), ma le frequenze sono considerevoli in diversi ambiti di attività: Servizi alle imprese (43,4%), Agenzia viaggio (42,1%), Alloggio (38,7%), Agenti Rappresentanti (38,7% e via dicendo).



Solo per Dettaglio ambulante e Distributori di carburanti scende al di sotto del 20% la quota di aziende che indica il taglio dell'Irpef la misura di rilancio più efficace.



Fonte: US Confindustria MI LO MB

L'ultimo quesito posto alle imprese e ai professionisti del terziario di mercato del nostro territorio riguarda l'alternativa tra mettere in campo una sola misura o considerare una combinazione di strumenti da adottare contemporaneamente; in particolare le cinque possibili opzioni di scelta lasciate agli operatori contemplano l'utilizzo esclusivo di una delle tre leve, taglio dell'Irpef, riduzione dell'IVA, riduzione del cuneo fiscale, oppure la combinazione dei due strumenti più efficaci, oppure ancora un mix di tutti e tre.

Quest'ultima soluzione è stata scelta dal 52% dei rispondenti, mentre la combinazione di due misure più efficaci è stata indicata dal 34% delle imprese e, quindi, nel complesso l'86% degli intervistati ritiene essenziale varare una politica economica che agisca su più fronti, solo il 14% ha, infatti, suggerito di concentrarsi su un solo strumento di rilancio.