

LA RICETTA DI CONFAPI**L'e-commerce per la ripresa
«Tassazione scenda al 25%»**

Puntare sull'e-commerce e sulle reti d'impresa settoriali per smuovere la stagnazione delle piccole imprese sul mercato italiano. Nonostante la Grande Crisi stia progressivamente chiudendo i rubinetti alla capacità di un'impresa ad essere commercialmente competitiva sul mercato nazionale, le piccole imprese padovane credono ancora nella potenzialità del mercato interno per quanto riguarda la promozione, lo sviluppo e il consolidamento del proprio business commerciale. Ma per essere più incisive puntano su nuovi modelli di business: in *pole position* l'e-commerce e, subito dopo, la forza delle aggregazioni fra imprese appartenenti allo stesso comparto merceologico.

È inoltre fondamentale una politica economica che rilanci il mercato interno. Per questo le piccole imprese lanciano al governo Letta tre priorità: portare la tassazione delle imprese al 25% reale; obbligo di garantire l'accesso al credito da parte di istituti bancari dopo avere verificato garanzie reali e storiche con lo Stato come garante; facoltà di versare l'Iva dopo averla incassata. È questa la fotografia scattata dall'indagine conoscitiva sui nuovi modelli di business promotion-Italia, legata al progetto "Fabbrica Padova", avviato da Confapi Padova con il contributo della Camera di Commercio di Padova, coinvolgendo 52 piccole imprese locali attive da anni sul mercato interno italiano per focalizzare le loro esigenze imprenditoriali nell'ottica di definire nuove ed efficaci strategie di sviluppo commerciale in Italia. I risultati

**Davide D'Onofrio**

evidenziano come le piccole imprese siano ancora commercialmente ancorate al mercato nazionale. Il 50% delle aziende opera con il mercato interno italiano con un peso superiore al 71% rispetto al totale del loro fatturato. Dal 2008 ad oggi il 37,5% delle aziende dichiara di avere ridotto la presenza sul mercato nazionale, mentre un 34% l'ha mantenuta stabile e quasi 3 imprese ogni 10 l'hanno aumentata. Per il direttore di Confapi Padova, Davide D'Onofrio, "questa crisi sta azzerando la forza del mercato interno nazionale per la competitività commerciale delle nostre piccole imprese, ma grazie agli innovativi e pratici strumenti di vendita dell'e-commerce e delle reti d'impresa settoriali i nostri imprenditori sono convinti che si può ripartire ed ottenere gradualmente maggiore forza per riuscire a presidiare e vendere i loro prodotti lungo lo Stivale».

