

Leggendo il resoconto giornalistico del discorso del presidente del Consiglio Nazionale Claudio Siciliotti pronunciato all'Assemblea di categoria dello scorso 26 maggio si vede che c'è stato spazio per parlare di tutto, del debito pubblico, di statuto del contribuente, di immagini forti, come quelle dei giovani che attendono sul divano l'ora dell'aperitivo. Siciliotti si chiede come si combatte l'evasione e snocciola dieci punti, ben argomentati, ma estranei alla determinazione della ricchezza.

Tassare di meno i redditi da lavoro, smettere di privilegiare le rendite e l'irrazionalità del Irap, deduzioni e detrazioni, il rango costituzionale dello statuto del contribuente, riguardano il trattamento della ricchezza già determinata. Lo spesometro e il redditometro, i mezzi di pagamento elettronici, sono un ottimo tranquillante politico, non è autosufficiente nella determinazione della ricchezza. Anche "Lasciare all'Agenzia il compito di elaborare le informazioni" ed escludere "da misure cautelari chi per obbligo o per opzione si sottopone ad una certificazione fiscale" sono passaggi estranei alla determinazione della ricchezza.

Sono tutti messaggi subliminali che fanno breccia, ma i punti veri per la determinazione della ricchezza sono invece "punti freddi" che non entusiasmano le masse. Sono quelli di cui si parla su questo sito, tipo estendere il contrasto di interessi laddove può arrivare, utilizzare le segnalazioni delle aziende rispetto a tutto il mondo del lavoro autonomo, una piccola sanzione per il compratore che non chiede la fattura sui grossi importi (non certo sanzionare il piccolo consumatore che non chiede uno scontrino fiscale di importi irrisori), magari negandogli le azioni giurisdizionali, superare il mito della determinazione ragioneristico-contabile della ricchezza nascosta, cercare di valutarla presuntivamente, non estendere alla fase dell'accertamento la precisione contabile che si riesce ad ottenere attraverso le aziende. Sono discorsi logici e sistematici, sono tutti punti che funzionano, ma che non trascinano e non entusiasmano la platea composta da iscritti all'associazione, commercialisti sfiduciati che si vogliono sentire rappresentati da qualcuno carismatico e da questi rassicurati.

Il mestiere del presidente è quello di suscitare consenso, di rendere coesa la categoria. Dopotutto tutte le associazioni vivono di coesione e di consenso, interno ed esterno. Servono discorsi motivazionali per gli iscritti, toccando i loro punti sensibili, possono aiutare anche nella determinazione dei concetti. Ma non possono farsene carico al posto di qualcun altro.