



Associazione
Nazionale
Aziende di
Cartellonistica
Stradale dal 1974

Via Larga, 13 20122 Milano - tel 02 89952430

Osservazioni e proposte su Decreto Legge n.104 del 14.8.2020, disegno di legge di conversione AS 1925 e crisi del Settore della Pubblicità Esterna per Coronavirus

Le scriventi associazioni AAPI e ANACS che rappresentano una larga parte del settore della pubblicità esterna, un comparto che genera oltre 700 milioni di euro di fatturato annuo e che occupa direttamente oltre 4000 addetti a cui debbono essere aggiunte altre migliaia di addetti dell'indotto (agenzie, componentistica, stampa ecc.) ,subisce , come è stato esposto in numerose occasioni alle competenti commissioni parlamentari , agli enti locali e ai rappresentanti del governo , un rilevantissimo danno economico dall'attuale situazione determinata dalla diffusione delle infezioni da Coronavirus.

La nostra attività si esplica essenzialmente nei luoghi pubblici ossia lungo le strade , all'interno dei centri abitati, sui mezzi di trasporto pubblico, negli aeroporti, in metropolitana, nelle stazioni ferroviarie ecc. tutti ambiti che sono stati duramente colpiti dall'epidemia e per una lunga durata.

Tali ambienti sono ancora oggi solo parzialmente utilizzati, per ovvie ragioni di sicurezza sanitaria, e non esiste neppure la certezza che in autunno la ripresa e la frequentazione dei centri abitati sarà la medesima del periodo antecedente all'epidemia.

Le nostre imprese non hanno avuto introiti per il periodo del cosiddetto "lockdown" ossia della chiusura delle attività perchè non hanno potuto fare alcunchè e anche in occasione della riapertura non si è ancora avuto un pieno ristabilimento della mobilità delle persone e da un certo punto di vista è opportuno che ciò non si verifichi.

Il nostro settore sulla base dei dati Nielsen, di cui alleghiamo copia, ha perso nel periodo compreso tra il mese di gennaio e il mese di giugno del 2020 il 58% del proprio fatturato. Questo valore è estremamente rilevante e ci vorrà molto tempo per recuperare questi valori e ripristinare la situazione precedente, sempre che le nostre aziende riescano a sopravvivere a queste ingenti perdite, fatto che non è assolutamente sicuro e forse neppure probabile.

Vorremmo infatti sottolineare che il comparto dei servizi sulla base delle informazioni e delle previsioni raccolte dai principali centri studi sarà quello maggiormente colpito dalla crisi economica conseguente alla pandemia.



Associazione
Nazionale
Aziende di
Cartellonistica
Stradale dal 1974

Via Larga, 13 20122 Milano - tel 02 89952430

Il nostro settore appartiene a questo ambito e molti dei suoi clienti svolgono la loro attività nei servizi o nella ristorazione o infine nel turismo e ciò comporterà una difficile ripresa se non si pongono in essere gli opportuni correttivi economici.

Questa situazione determina quindi un'evidente difficoltà a corrispondere i costi fissi rappresentati dai canoni di concessione, dalle imposte locali in particolare l'imposta comunale sulla pubblicità, i canoni occupazione suolo pubblico, la tassa occupazione suolo pubblico e il canone sostitutivo dell'imposta sulla pubblicità da parte delle nostre imprese.

Tali oneri fiscali e tributari, contrariamente ad altri tributi indiretti, rimangono costanti nel tempo e non sono commisurati all'andamento del mercato. Essi infatti sono dovuti indipendentemente dalla possibilità di collocare gli impianti pubblicitari alla clientela, di svolgere le campagne di affissioni ed in più sussiste l'obbligo del pagamento anticipato dell'imposta annuale suddivisa in rate trimestrali a prescindere dallo svolgimento dell'attività.

Le imprese del settore della pubblicità esterna, a differenza delle altre attività commerciali ed imprenditoriali nazionali, anche se cessano la propria attività devono paradossalmente continuare a corrispondere i tributi.

Questi costi fissi non possono essere coperti con il semplice ricorso al credito, anche se garantito dallo stato, perché sono irrecuperabili e certamente non copribili col debito e la ripresa dell'attività non consentirà mai di recuperarli integralmente, essi si tramuteranno in pure e semplici perdite certamente non dipendenti dalla volontà o dalla capacità delle imprese.

Ciò certamente determinerà la chiusura di molte imprese del nostro comparto e la perdita per gli enti locali di decine di milioni di imposte.

Questa situazione economica richiede pertanto dei correttivi da parte delle istituzioni affinché tali prelievi fiscali siano rideterminati in base al reale andamento del mercato e all'effettiva audience. Le imprese chiedono pertanto che le istituzioni operino affinché almeno questo costo fisso venga ridotto senza gravare sulle finanze degli enti locali che sono i beneficiari di questo prelievo fiscale e che non possono ridurre i loro servizi al cittadino.

Ora il governo ha operato sia con l'art.106 del decreto legge n.34 ora convertito nella legge n.77 del 2020 sia con l'art. 39 dell'attuale decreto legge n.104 oggetto del disegno di legge di conversione al vostro esame un ristoro per gli enti locali delle minori entrate fiscali a causa del covid.

Tali minori entrate sono, sulla base delle indicazioni contenute nell'allegato A del decreto di ripartizione dei fondi di cui all'art.106 predetto, costituite anche da quelle



Associazione
Nazionale
Aziende di
Cartellonistica
Stradale dal 1974

Via Larga, 13 20122 Milano - tel 02 89952430

riferite al nostro settore e stimate in una perdita del 30,46% delle entrate afferenti l'imposta sulla pubblicità e tributi assimilati. L'importo viene indicato in tale documento del MEF in oltre 130 milioni di euro.

Questo dato ci dice che si sono già considerate le perdite relative al nostro settore e quindi è ben possibile operare in una riduzione di questi costi fissi per le nostre imprese poiché le perdite sono state contabilizzate e coperte dallo stato.

Gli enti locali infatti per il momento si sono limitati a disporre in molti casi il rinvio delle scadenze, ma non hanno rimodulato i tributi perchè in assenza di una disposizione legislativa nazionale che gli consenta di operare in questa direzione temono di determinare possibili difficoltà nella valutazioni dei loro bilanci da parte dei loro revisori contabili e della Corte dei Conti. Inoltre una interpretazione dell'attuale normativa limita, a giudizio degli enti locali, le loro possibilità d'intervento e di esenzione per un determinato periodo le imprese del nostro comparto e quindi pur essendo consapevoli della situazione di grave crisi del nostro settore non possono procedere sui tributi predetti.

E' quindi necessario un provvedimento legislativo per risolvere questi ostacoli e consentire un giusto equilibrio nei conti di tutte le parti.

Precisiamo inoltre che le nostre imprese contribuiscono, mediante il versamento di specifici canoni, al sostegno sia delle imprese del trasporto pubblico in tutte le sue forme, all'arredo urbano, alla gestione dei servizi aeroportuali, alla manutenzione e gestione delle strade ed anche questi costi fissi non sono comprimibili.

Le nostre imprese retrocedono a tali enti locali e statali oltre il 45% del loro fatturato a cui si aggiungono i tributi ordinari che su di esse ricadono.

Osserviamo che contrariamente ad altri settori e alle dichiarazioni fatte dal governo il nostro settore non è stato minimamente considerato, forse in ragione delle sue peculiari caratteristiche che non ne consentono un agevole inquadramento.

Esso è stato quindi abbandonato al suo destino ossia alla sua futura morte quando sarebbe bastato intervenire sui costi fissi, rendendosi conto dell'assenza dei presupposti dei tributi locali.

Il nostro settore, infatti è l'unico comparto della pubblicità a corrispondere un tributo specifico ed indipendente come detto dal proprio fatturato. Esso contrariamente alla stampa e alla televisione, alla radiofonia e agli stessi canali digitali non ottiene alcun beneficio o vantaggio economico o trasferimento da parte dello stato ed infine non ottiene neppure alcun credito d'imposta. Il nostro è in sostanza il settore più percosso e colpito da tassazione e oneri rispetto ad ogni altro comparto mediatico, anche se svolge una chiara funzione di comunicazione.



Associazione
Nazionale
Aziende di
Cartellonistica
Stradale dal 1974

Via Larga, 13 20122 Milano - tel 02 89952430

Il nostro settore ha infatti nella prima fase della pandemia , prima che la sua attività venisse inibita , una funzione di comunicazione e di sostegno alla popolazione, ma questa funzione non le è stata riconosciuta dalle istituzioni.

Riteniamo che in sede di conversione in legge del decreto rilancio sia ancora possibile intervenire da parte del parlamento e quindi chiediamo di considerare anche il nostro comparto negli interventi a favore delle imprese disposti in tale decreto e non si metta a repentaglio e in via definitiva la occupazione dei dipendenti (un numero equivalente ad Alitalia o all'Ilva di Taranto) e la stessa sopravvivenza delle nostre imprese.

Rileviamo infine che il nostro settore, malgrado abbia più volte esposto la propria situazione in tutte le sedi istituzionali , non è stato neppure preso in considerazione per l'utilizzo di un credito d'imposta per investimenti pubblicitari che invece sono stati assicurati all'editoria, al settore radiofonico al settore televisivo nazionale, malgrado il nostro comparto abbia subito al pari del cinema, che pure ha ottenuto alcuni interventi a suo favore, gli effetti più devastanti di questa crisi.

Si tratta quindi di intervenire urgentemente e non consentire che scomparendo si abbiano ulteriori perdite future per tutti gli enti locali , le società del trasporto pubblico locale, l'Anas, gli aeroporti, le stazioni, le ferrovie.

Riteniamo che se lo scopo dei provvedimenti è quello di garantire al paese una ripresa è necessario che un settore come la pubblicità esterna possa proseguire la propria attività e non essere di fatto cancellato, perchè così le nostre città perderanno le pensiline e le paline di fermata autobus, il sistema di bike sharing, l'arredo urbano di molte città e gli introiti futuri delle amministrazioni locali senza che possano essere rimpiazzati e con costi per la collettività.

Confidiamo quindi che codesta commissione voglia considerare le nostre proposte normative e voglia apportare i necessari correttivi al decreto legge n.34 del 2020 in occasione della conversione in legge.

Vi ringraziamo per l'attenzione e inviamo i nostri migliori saluti.











Il Presidente di AAPI

ANACS

Il Presidente

Franco MERONI

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Giu.2019	Giu.2020	Var. %
TOTALE PUBBLICITÀ		456.152	372.994	-18,2
	Quotidiani ¹	48.284	37.020	-23,3
	Periodici ¹	27.649	13.575	-50,9
	TV ²	257.332	236.883	-7,9
	Radio ³	41.267	29.078	-29,5
	Digital ⁴	40.795	36.828	-9,7
	Outdoor ⁵	7.651	3.830	-49,9
	Transit	12.698	3.337	-73,7
	Go TV	17.041	12.445	-27,0
	Cinema	1.057	-	*
	Direct mail	2.377	-	*

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove sono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove sono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare (comprensiva c.a.).

¹ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.
Per i dati dei Quotidiani Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

² Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

³ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSORADIO











⁴ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOINTERNET

⁵ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di AUDIOOUTDOOR

* **Dato giugno 2020 non disponibile**



STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Giu.2019	Gen./Giu.2020	Var.%	
TOTALE PUBBLICITÀ		3,042,950	2,228,337	-26.8	
	Quotidiani ¹	266,273	195,206	-26.7	
	Periodici ¹	170,618	97,151	-43.1	
	TV ²	1,899,444	1,476,123	-22.3	
	Radio ³	220,511	138,039	-37.4	
	Digital ⁴	219,243	184,589	-15.8	
	Outdoor ⁵	44,713	19,473	-56.4	
	Transit	68,945	27,924	-59.5	
	Go TV	10,019	2,290	-77.1	**
	Cinema	10,587	4,058	-61.7	**
	Direct mail	132,598	83,484	-37.0	

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove sono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove sono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare (comprensiva c.a.).

¹ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.
Per i dati dei Quotidiani Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

² Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

³ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSORADIO

⁴ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOINTERNET

⁵ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di AUDIOOUTDOOR

** Dati da marzo a giugno 2020 non disponibili