



Giunte e Commissioni

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

n. 30

*N.B. I resoconti stenografici delle sedute di ciascuna indagine conoscitiva seguono una numerazione indipendente.*

**10<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE** (Industria,  
commercio, turismo)

INDAGINE CONOSCITIVA SULLA CONDIZIONE COMPETITIVA  
DELLE IMPRESE INDUSTRIALI ITALIANE, CON PARTICOLARE  
RIGUARDO AI SETTORI MANIFATTURIERO, CHIMICO,  
MECCANICO E AEROSPAZIALE

226<sup>a</sup> seduta: mercoledì 6 luglio 2011

Presidenza del presidente CURSI

**I N D I C E****Audizione di rappresentanti del Tavolo della Filiera della carta**

|                    |              |                    |           |
|--------------------|--------------|--------------------|-----------|
| * PRESIDENTE ..... | Pag. 3, 7, 8 | COLOMBO .....      | Pag. 4, 7 |
|                    |              | * CULICCHI .....   | 3, 6, 7   |
|                    |              | DALLA CHIESA ..... | 6         |
|                    |              | POLILLO .....      | 5         |

---

*N.B. L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.*

*Sigle dei Gruppi parlamentari: Coesione Nazionale-Io Sud: CN-Io Sud; Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; Unione di Centro, SVP e Autonomie (Union Valdôtaine, MAIE, Verso Nord, Movimento Repubblicani Europei, Partito Liberale Italiano): UDC-SVP-AUT:UV-MAIE-VN-MRE-PLI; Misto: Misto; Misto-Alleanza per l'Italia: Misto-ApI; Misto-Futuro e Libertà per l'Italia: Misto-FLI; Misto-MPA-Movimento per le Autonomie-Alleati per il Sud: Misto-MPA-AS; Misto-Partecipazione Democratica: Misto-ParDem.*

*Intervengono, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, per Assografi, il presidente Giovanni Battista Colombo, accompagnato dal membro del consiglio direttivo Marco Spada; per l'AIE, il presidente Marco Polillo; per l'ASIG, il presidente Giulio dalla Chiesa, accompagnato dal direttore Salvatore Curiale; per Assocarta, il presidente Paolo Culicchi, accompagnato dal direttore generale Massimo Medugno e dal responsabile relazioni esterne Stefano Vinciguerra; per la FIEG, il responsabile dell'ufficio studi Federico Megna e il responsabile rapporti istituzionali Arcangelo Iannace.*

*I lavori hanno inizio alle ore 14,45*

#### PROCEDURE INFORMATIVE

##### **Audizione di rappresentanti del Tavolo della Filiera della carta**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sulla condizione competitiva delle imprese industriali italiane, sospesa nella seduta del 22 giugno scorso.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e del segnale audio e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non vi sono osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

Oggi è in programma l'audizione di rappresentanti del Tavolo della Filiera della carta.

Do subito la parola al dottor Paolo Culicchi, presidente di Assocarta, ringraziandolo per la sua presenza.

*CULICCHI.* Desidero ringraziare, innanzitutto, il Presidente e tutti i componenti della Commissione per l'opportunità offertaci di intervenire in questa sede.

Il Tavolo della Filiera della carta comprende le otto maggiori associazioni (Assocarta è il primo anello di questa catena sinergica), di una filiera che conta 230.000 addetti – il 5 per cento della forza lavoro manifatturiera – e ne coinvolge circa 500.000 nell'indotto.

Siamo stati convocati in questa sede anche in altre occasioni, ma ritengo che, dopo una crisi come quella che ha attanagliato il nostro settore, sia giusto ripresentarsi con proposte nuove e diverse.

In sostanza, ciò che chiediamo non sono ingenti contributi; auspichiamo piuttosto misure di politica industriale mirate allo sviluppo dei consumi interni, a beneficio, quindi, della collettività.

Comparando i dati relativi al 2007 (anno in cui non si avvertivano ancora i riflessi della crisi) e quelli riguardanti il 2010 (anno in cui riteniamo che in parte la crisi abbia cominciato a stemperarsi, anche se non si è definitivamente risolta), il fatturato della nostra filiera è passato da 42,5 a 36,3 miliardi di euro, con una perdita di oltre 5 miliardi di euro e di 21.000 posti di lavoro. Tuttavia, ciò che mi preme rimarcare è che il saldo della bilancia commerciale di tutta la filiera ha registrato un incremento di 2,9 miliardi di euro: un aumento, quindi, di 400 milioni di euro rispetto al periodo precedente alla crisi. Ciò è dovuto essenzialmente ad un calo della domanda al livello nazionale perché tra il 2007 e il 2010 i consumi apparenti sono diminuiti. Al contempo, però, sono aumentate notevolmente le esportazioni e il rapporto tra *export* e fatturato ha raggiunto un valore superiore al 27 per cento, mentre in passato si attestava intorno al 22-23 per cento. Questo è l'elemento che in parte ci ha salvato. Pur tuttavia, torno a sottolineare che le misure che chiediamo per aumentare i consumi sono mirate a risollevarne la domanda interna, affinché i consumi apparenti si riportino su valori normali.

Il dottor Colombo, presidente Assografici, interverrà specificamente sul tema della detassazione degli investimenti pubblicitari, che è uno dei punti essenziali delle misure che auspichiamo.

*COLOMBO.* Onorevoli senatori, se il nostro settore è riuscito a difendersi all'estero, dimostrando grinta e vitalità, altrettanto non è riuscito a fare all'interno. La situazione di crisi dei consumi interni è a tutti nota e per fronteggiarla riteniamo che occorra agire su due fronti. Se è vero – come è vero – che la pubblicità è l'anima del mercato, diventa allora necessario difendere i livelli pubblicitari sui mezzi di comunicazione di massa. Ciò significa che la proposta non riguarda solo la carta, ma tutti i mezzi di comunicazione di massa, in quanto riteniamo che un siffatto intervento costituisca la spinta per far ripartire i consumi interni. Due sono le modalità per realizzare tale spinta e rilanciare gli investimenti. Nello specifico: da un lato, premiare le aziende che hanno conservato i livelli di investimento precedenti la crisi con un *bonus* fiscale sul reddito d'impresa pari al 20 per cento del valore degli investimenti per l'anno precedente; dall'altro, premiare le imprese disposte ad aumentare gli investimenti nel campo pubblicitario con una detassazione del 50 per cento della parte incrementale. È chiaro che questo potrebbe rappresentare inizialmente un costo, ma riteniamo che il volano che si metterebbe in moto con il rilancio dei consumi interni produrrebbe un vantaggio di gran lunga superiore ai costi derivanti; dall'applicazione complessiva delle due detassazioni. È una scommessa, ma forse è il momento di scommettere anche su di noi, sulla nostra professionalità e sul rilancio dei consumi interni.

*POLILLO.* Signor Presidente, onorevoli senatori, come presidente dell'AIE mi soffermerò sul tema delle promozioni culturali e delle detassazioni fiscali per le famiglie.

L'ipotesi elaborata ci sembra particolarmente interessante perché sebbene abbia riflessi secondari nei confronti delle imprese della filiera, ne potrebbe avere di molto significativi sulle famiglie e sullo sviluppo del Paese.

L'Italia, come è noto, è un Paese di retroguardia per quanto riguarda l'acquisto di libri e, soprattutto, la diffusione della lettura. Ciò è noto anche a livello governativo tanto è vero che circa un anno e mezzo fa il Ministero per i beni e le attività culturali diede vita ad un istituto denominato «Centro per il libro e la lettura», il cui compito principale è quello di individuare soluzioni atte a incrementare la diffusione sia della lettura, intesa in senso ampio (quindi, non soltanto i libri, ma anche i quotidiani e i periodici), sia dei libri.

Come dicevo, l'Italia purtroppo, su questo fronte è un Paese di retroguardia. Nonostante nella classifica europea ci collochiamo al quarto posto dietro l'Inghilterra, la Francia e la Germania, in realtà la percentuale di penetrazione della lettura nel nostro Paese è estremamente bassa. Risulta, infatti, che meno del 50 per cento della popolazione adulta italiana legge un libro l'anno e che il numero di lettori assidui si attesti fra il 10 ed il 15 per cento, mentre per la restante parte si tratta di lettori marginali. Questo dato si riflette negativamente anche sul percorso scolastico dei nostri giovani che, disabituati a sfogliare un libro, perdono anche l'abitudine a riflettere, a considerare, a cercare di capire che cosa succede nel mondo e ad apprendere conoscenze utili per il futuro.

Proponiamo dunque di prevedere, come avviene in altri Paesi (per esempio, in Francia), una detrazione per l'acquisto di libri, periodici e quotidiani, soprattutto per quelli che hanno riflessi nell'età scolare, onde consentire un allargamento della personale base culturale. Naturalmente tali detrazioni potranno essere indicate nella misura che verrà ritenuta utile e necessaria dal Parlamento e dal Governo, tenuto conto che una iniziativa di tal genere potrebbe rappresentare un piccolo passo iniziale per cercare di motivare la famiglie ad investire di più in questo campo; spesso e volentieri, infatti, le famiglie non sono incentivate a farlo perché ritengono che i libri abbiano costi elevati o che l'acquisto giornaliero del quotidiano vada oltre le proprie possibilità. Sotto questo profilo prevedere detrazioni fiscali di tale natura, a nostro avviso sarebbe di grande utilità. Oltretutto, il Parlamento ed il Governo hanno già concesso delle detrazioni fiscali in certi settori. Ricordo, ad esempio, che le spese per la frequenza di corsi di istruzione secondaria e universitaria sono, in parte, detraibili, come lo sono le spese sostenute per le iscrizioni di bambini e ragazzi alle strutture sportive proprio perché in queste attività si riconosce qualcosa che serve a migliorare sin dall'inizio le qualità delle persone. Secondo noi, quindi, questa ipotesi, inserendosi in un disegno più generale, avrebbe dei riflessi molto positivi in una prospettiva futura ed altri relativi, magari non imme-

diati, anche per i soggetti e le società che fanno parte della filiera e che si troverebbero ad operare in un mercato in crescita.

*CULICCHI.* Prendo nuovamente la parola soltanto per segnalare che la terza ed ultima misura che proponiamo è quella relativa alle disposizioni attuative del credito d'imposta sugli acquisti della carta che verrà di seguito illustrata dal dottor Dalla Chiesa, presidente dell'ASIG, ma anche membro del consiglio federale della FIEG.

*DALLA CHIESA.* Illustrerò brevemente come la crisi economica ha colpito il settore dell'editoria giornalistica sia quotidiana che periodica andando ad aggravare un fenomeno già in atto e dovuto alle trasformazioni tecnologiche in corso.

Nell'ultimo triennio, infatti, i quotidiani hanno registrato una contrazione delle vendite superiore al 7 per cento nel primo anno, del 4 per cento nel secondo e del 2 per cento nei primi mesi dell'anno in corso. Si tratta di molti milioni di copie perse cui si è andato ad aggiungere, per i quotidiani, un forte calo degli introiti pubblicitari, che sono scesi progressivamente del 16 per cento nel primo anno, del 3 per cento nel secondo e del 5 per cento nell'anno in corso.

A questa crisi non si è sottratta neanche l'editoria periodica che ha registrato un decremento di 2 milioni di copie rispetto agli anni precedenti con cali del 7, del 5, del 4 per cento rispettivamente nei tre anni presi in considerazione.

Tale situazione è aggravata dall'andamento delle vendite dei mensili che hanno perso quasi 3 milioni di copie, registrando un decremento del 5 per cento nel primo anno del triennio considerato e dell'8 negli ultimi due anni. Siamo quindi di fronte ad una crisi strutturale aggravata.

Nel 2010, grazie ad uno sforzo di razionalizzazione compiuto da tutte le aziende, si intravede di nuovo l'equilibrio economico e a livello macro si può parlare di una leggera ripresa del settore. Siamo però sempre di fronte alla ricerca di un modello di *business* che non sta più in piedi sia a causa delle varie competizioni, sia degli ulteriori sforzi che le aziende sono state chiamate ad effettuare.

Precisiamo che le aziende giornalistiche italiane hanno effettuato dei pesantissimi investimenti aziendali negli anni immediatamente precedenti la crisi per favorire il *full colour* e la pubblicità. Oltre a ciò, sono state introdotte più di 100 rotative per una spesa complessiva di quasi un miliardo di euro. Si tratta di investimenti recenti che devono ancora essere ammortizzati e che, quindi, hanno potenzialità non espresse.

Sono stati inoltre varati alcuni strumenti che allo stato sono in fase di attuazione. La legge di stabilità 2011 ha previsto di destinare 30 milioni di euro per il credito d'imposta per l'acquisto della carta, vale a dire il 10 per cento della spesa per l'acquisto del materiale. Si tratta di un provvedimento in fase di attuazione e dunque auspichiamo che le misure attuative, dopo le necessarie approvazioni a livello comunitario, vengano al più presto rese disponibili; il nostro au-

spicio è di poter immaginare un'estensione della suddetta misura, almeno per un altro biennio, magari elevando, ove possibile, l'importo già indicato. Ricordo che una misura analoga, finanziata per oltre 90 milioni di euro, fu già assunta nel periodo compreso tra il 2004 ed il 2005 e vi parteciparono più di 587 aziende. Si tratta quindi di una misura che incide direttamente sui conti economici delle aziende dove quello per l'acquisto di carta rappresenta circa il 15 per cento dei costi generali. A tal proposito desidero anche sottolineare che il costo della carta negli ultimi mesi ha subito una forte impennata a causa di fenomeni diversi, tra cui la raccolta della carta da macero dei Paesi dell'Est asiatico che ha sottratto materia prima al nostro Paese.

Auspichiamo quindi, oltre ad una sollecita approvazione delle misure attuative, che il limite di spesa di 30 milioni possa essere elevato a 90 milioni, come in passato, e che questo provvedimento possa essere reiterato nel prossimo biennio.

**PRESIDENTE.** Ringrazio gli auditi per la concretezza e la sinteticità delle proposte, peraltro illustrate nel documento che avete consegnato agli atti della Commissione.

Credo di interpretare il pensiero dei colleghi della Commissione assicurando gli ospiti che, in occasione dell'esame del decreto-legge recante la manovra finanziaria, la Commissione valuterà attentamente le indicazioni oggi ascoltate, ritenendole importanti e opportune per risollevere un settore così delicato per il nostro Paese, del quale dobbiamo difendere il prodotto. Si pensi soltanto alla spaventosa contrazione delle vendite di libri, quotidiani e periodici e allo scarso livello di conoscenza dei nostri studenti, come si evince anche dai recenti sondaggi effettuati.

**COLOMBO.** Desidero rivolgere, a nome di tutti i nostri associati tipografici che si aspettavano un orecchio attento da parte della politica, un ringraziamento al Presidente e a tutta la Commissione. Potremo riferire di aver ricevuto la vostra gentile e squisita accoglienza e dare rassicurazioni sulla base di quanto poc'anzi affermato da lei, signor Presidente, e cioè che le preoccupazioni della base sono ascoltate al vostro livello.

**CULICCHI.** Anch'io ringrazio, a titolo personale e dei miei colleghi presidenti delle varie associazioni, l'intera Commissione per l'attenzione prestata alle nostre osservazioni e per l'invito che ci avete esteso, nella consapevolezza che potrete difendere le misure che abbiamo proposto che – ripeto – non sono troppo impegnative e sono tese ad incrementare i consumi interni. Il recupero del settore manifatturiero passa soprattutto attraverso una ripresa della domanda. Gradualmente ne intravediamo i segni, anche se molto lenti. Pertanto riteniamo siano necessari alcuni interventi in grado di risvegliare la nostra economia.

PRESIDENTE. Ringrazio nuovamente gli ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.

Rinvio infine il seguito dell'indagine conoscitiva in titolo ad altra seduta.

*I lavori terminano alle ore 15,15.*