

editoriale

Meno 3 per cento nel 2008 ma non scoraggiamoci!

di Roberto Fronzuti

La crisi economica, che ha investito l'economia dei cinque continenti, non poteva non coinvolgere anche il nostro Paese e conseguentemente un settore trainante qual è quello grafico. Pur nella consapevolezza riguardante una crisi globale, come non si era mai manifestata negli ultimi 80anni, occorre dare una dimensione al problema (non farsi prendere dal panico), che nel caso specifico si traduce in un calo della produzione del 3% calcolato sull'intera filiera -dalla fabbricazione della carta al confezionamento-.

Le otto associazioni di settore che, ai vari livelli, costituiscono il settore grafico ed editoriale (Acimga che riunisce i costruttori italiani di macchine grafiche; l'Argi che associa i rappresentanti di case estere di macchinari che operano in Italia; la Fieg, Federazione editori giornali; l'Aie, editori libri; l'Anes, editoria periodica specializzata; Asig, stampatori di giornali; l'Assocarta, i cui associati producono 10 milioni di tonnellate di carta; Assografici che raggruppa industrie grafiche e cartotecniche) si sono rivolte al governo esprimendo la grave preoccupazione per il quadro recessivo, che negli ultimi mesi ha caratterizzato la nostra economia. In base alle stime elaborate, a fine 2008, il settore dovrebbe chiudere con un meno 3%.

Recentemente, i vertici del nostro settore hanno tenuto a Roma un convegno al quale sono intervenuti l'economista Alessandro Nova e l'industriale Giancarlo Cerutti. Nelle relazioni esposte, è stata messa in rilievo l'importanza del comparto grafico nel panorama economico italiano, con il 6,5% di esportazioni di macchinari e attrezzature e il 5% di occupazione. Al governo si chiede di ripristinare il credito agevolato e il credito d'imposta per rilanciare gli investimenti.

Il settore grafico ed editoriale necessita con urgenza di rinnovare tecnologicamente i propri impianti; condizione indispensabile per fronteggiare la crisi attraverso incrementi della produttività, tali da poter essere concorrenziali, a fronte di un mercato sempre più internazionalizzato.