

Filiera

Carta, editoria, stampa e trasformazione

Creare «valore» attraverso **attività produttive reali**

La filiera della carta rappresenta un settore strategico per l'Italia che oggi ha delle «criticità» sul piano delle politiche industriali. In un convegno a Roma, il 9 ottobre scorso, è stata presentata un'attenta analisi della filiera e le possibili soluzioni.

Carta, stampa ed editoria: quali le criticità della filiera? Questa è la domanda che si sono posti i principali attori del settore discutendo circa la situazione della filiera della carta che se negli ultimi anni ha seguito dinamiche simili a quelle della migliore industria manifatturiera del nostro Paese sul lungo periodo, oggi mostra qualche segno di cedimento. La filiera della carta possiede complessivamente un fatturato di oltre 42,3 miliardi di euro nel 2008, e occupa circa 830 mila addetti. Questi sono stati i primi dati

utilizzati da Alessandro Nova – professore di economia industriale presso l'Università Bocconi – nell'analisi della filiera che ha caratterizzato la prima parte dell'iniziativa. «Le notizie di questi giorni circa la crisi dei mercati finanziari mondiali danno un'indicazione netta: è necessario tornare a creare valore attraverso attività produttive reali e la filiera della carta è in grado di fare ciò». Ha esordito così Nova specificando, subito dopo, alcuni dati sul settore. «Il fatturato complessivo del 2007 è stato di 42,7 miliardi di euro, con un incremento del 2,3% rispetto all'anno precedente e che nel 2008 è stimato leggermente in discesa, meno 0,8%». Si tratta di un risultato del settore significativo vista la flessione produttiva generalizzata che ha investito l'economia mondiale», ha continuato Nova. «Per quanto riguarda l'occupazione complessiva, il settore conta circa 254mila addetti, il 5,1% di tutta l'industria manifatturiera, ai quali bisogna aggiungere i 578mila dell'indotto, per un totale di 830mila se si considera il complesso delle attività collegate alla filiera, mentre è positivo il saldo della bilancia commerciale che viene stimato intorno a 2,9 miliardi di euro, grazie all'espansione delle esportazioni e al contenimento delle importazioni».



Giancarlo Cerutti, presidente e amministratore delegato del Il Sole 24 Ore

«
CREARE UN
AMBIENTE
FAVOREVOLE CHE
STIMOLI TUTTI
GLI OPERATORI
A INVESTIRE SIA
NELLE ATTIVITÀ
TRADIZIONALI,
SIA IN QUELLE
PIÙ INNOVATIVE
»

● Sergio Ferraris



Alessandro Nova, professore di economia industriale, Università Bocconi

TORNARE A CREARE VALORE ATTRAVERSO ATTIVITÀ PRODUTTIVE REALI

Punti forti: stabilità e continuità nella crescita

Sono due i punti di forza della filiera. Il primo è rappresentato dalla continuità nella crescita, sia sul lungo periodo (1990-2007), sia su quello breve (2000-2007), mentre il secondo è caratterizzato dalla stabilità nella crescita, cosa che ha consentito una buona tenuta dei livelli occupazionali e un'altrettanto buona mitigazione del rischio d'impresa negli anni passati. Nel complesso la filiera rappresenta circa il 2,5% del prodotto interno lordo, ma negli ultimi anni ha avuto un trend di crescita in diminuzione, anche per la minore propensione al consumo, fenomeno che vista l'attuale congiuntura economica dovrebbe accentuarsi, mentre la centralità della filiera non è dovuta solo a questioni economiche, ma anche al fatto che poiché al suo interno troviamo l'editoria giornalistica, quella libraria e quella specializzata, la stessa possiede una valenza sociale con rilievo costituzionale, con un ruolo importante nella salvaguardia dell'informazione e nella diffusione della conoscenza.

Criticità: i contesti sfavorevoli

I contesti sfavorevoli relativi alla crescita e alla tenuta competitiva hanno ridotto i margini di profitto delle aziende, cosa che ne condiziona pesantemente le azioni, specialmente per ciò che riguarda gli

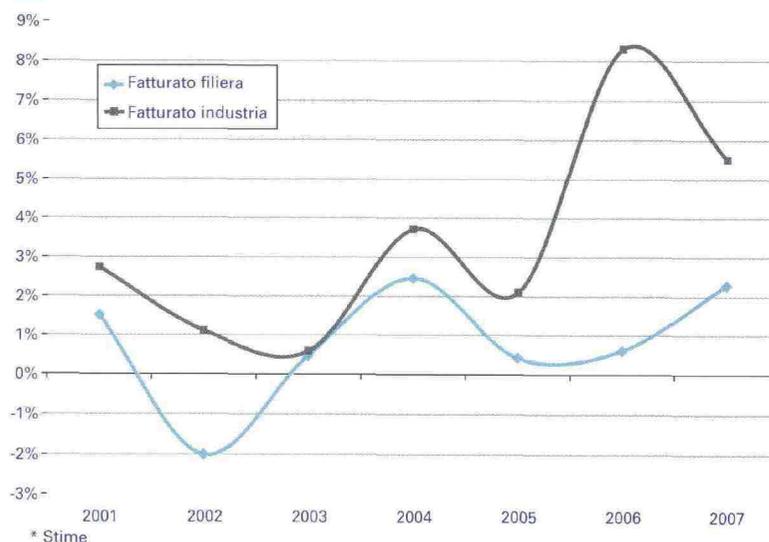
investimenti, tutte questioni che in settore dove si stanno affacciando nuovi media e sinergie tra quelli esistenti, possono diventare rapidamente fattori di perdita della competitività. In poche parole la riduzione dei margini è uno dei freni all'innovazione, senza la quale non ci può essere crescita, in primo luogo per le aziende editoriali, ma a cascata per tutta la filiera. «Oltre alla fase congiunturale ci sono altri elementi di criticità», prosegue Nova, «come lo svantaggio strutturale di alcune variabili a livello nazionale, come il costo dell'energia, quello del lavoro, quello della burocrazia e la pesante normativa fiscale, tutti elementi che uniti alla scarsa razionalizzazione del sistema di filiera e alla frammentazione del sistema produttivo rappresentano un fardello pesante che le imprese faticano sempre più a sostenere» 2.

Soluzioni possibili: credito agevolato e credito l'imposta

Analizzate le criticità, il dibattito si è orientato sugli interventi possibili, dal

punto di vista delle politiche industriali che sono necessari per uscire da questa fase di stallo. «Come prima cosa bisogna dire con chiarezza che per sviluppare i vari comparti della filiera è necessario creare un ambiente favorevole che stimoli tutti gli operatori a investire sia nelle attività tradizionali, sia in quelle più innovative», ha affermato Giancarlo Cerutti, presidente e amministratore delegato del Il Sole 24 Ore. «Questo compito indispensabile, anche se non semplice, spetta alla politica che deve prima di tutto creare un sistema efficiente di regolazione e d'intervento che disegni un futuro certo per tutto il settore. Per scendere nel concreto è necessario che sia varato un pacchetto di misure precise e mirate, come la riattivazione del credito agevolato e del credito d'imposta per gli investimenti nelle innovazioni tecnologiche e naturalmente queste misure devono essere unite a una semplificazione dell'iter burocratico, per accedere ai fondi: pena lo scarso utilizzo degli stessi».

1 La crescita del fatturato rispetto all'industria italiana



Filiera

Carta, editoria, stampa e trasformazione

Le misure per limitare i costi nelle industrie

Sempre Cerutti ha puntato il dito su un settore critico per il nostro Paese: quello dell'energia. E per limitare i costi nelle industrie del settore «energy intensive»

ha indicato misure come l'esenzione dal pagamento delle accise sul gas utilizzato in campo industriale e la promozione, magari con incentivi in conto capitale, della cogenerazione, settore ora troppo poco appetibile da parte dell'industria poiché gode

solo, come incentivazione, dei poco appetibili Certificati bianchi. Per quanto riguarda gli interventi diretti a favorire l'espansione del mercato e della domanda sia Nova, sia Cerutti si sono espressi a favore della reintroduzione dei crediti d'imposta sugli acquisti della carta e di un miglioramento del sistema distributivo dei prodotti editoriali. Le possibilità d'intervento secondo i due relatori sono, però, maggiori. Si può partire, infatti, da un maggiore supporto alle aziende esportatrici, fino a una riduzione del carico fiscale per le imprese ad alta intensità lavorativa, come quelle editoriali, passando per la tutela del valore dei contenuti, attraverso una più efficace applicazione delle leggi sul diritto d'autore.

Interpretazioni restrittive delle normative

Successivamente si è svolto un dibattito sui temi legati alla filiera. «Il settore della carta soffre sicuramente dell'alto prezzo dell'energia nel nostro Paese che deve diminuire se si vuole essere competitivi, ma c'è anche dell'altro», ha affermato Giuseppe Lignana, presidente onorario di Burgo Group. «Anche le cose semplici alle volte nel nostro Paese diventano difficili. È il caso di Enti di controllo che nel mancare di tenere in considerazione la più consolidata interpretazione normativa, seppure applicata da anni, vanno a frapporre ostacoli ingiustificati a obiettivi ambientali condivisi a livello europeo e strategici per il nostro Paese, come per esempio il riciclo della carta da macero». Energia ma anche logistica sono stati al centro dell'attenzione anche degli editori. «Se da un lato ci sono i problemi, per così dire storici, come quello dell'energia e dei vettori postali, dall'altro è necessario che tutti i punti della filiera siano ottimizzati, perché nel settore è facilissimo sprecare risorse», ha affermato Carlo Malinconico Castriota Scanderbeg, presidente della Federazione Italiana Editori Giornali. «Il punto cruciale, per quanto ci riguarda, è e rimane la distribuzione che in Italia ha ancora ampi margini di miglioramento».

2 La dinamica delle macrovariabili della filiera [Mln di euro]

| VALORI | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008** |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Fatturato* | 40.165 | 40.349 | 41.340 | 41.512 | 41.762 | 42.713 | 42.379 |
| Vendite interne | 32.566 | 32.829 | 33.484 | 33.408 | 33.291 | 34.042 | 33.524 |
| Export | 7.599 | 7.520 | 7.856 | 8.104 | 8.471 | 8.671 | 8.855 |
| Import | 5.805 | 5.243 | 5.395 | 5.557 | 5.853 | 5.983 | 5.969 |
| Consumo apparente | 38.371 | 38.072 | 38.879 | 38.965 | 39.144 | 40.025 | 39.493 |
| Saldo bilancia commerciale | 1.794 | 2.277 | 2.461 | 2.547 | 2.618 | 2.688 | 2.886 |
| Export/fatturato | 19% | 19% | 19% | 20% | 20% | 20% | 21% |
| Import penetration | 15% | 14% | 14% | 14% | 15% | 15% | 15% |
| Addetti | 261.907 | 260.236 | 258.755 | 257.045 | 257.831 | 255.932 | 254.276 |
| VARIAZIONI | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008** |
| Fatturato | -2,0% | 0,5% | 2,5% | 0,4% | 0,6% | 2,3% | -0,8% |
| Vendite interne | -2,4% | 0,8% | 2,0% | -0,2% | -0,4% | 2,3% | -1,5% |
| Export | -0,3% | -1,0% | 4,5% | 3,2% | 4,5% | 2,4% | 2,1% |
| Import | -2,6% | -9,7% | 2,9% | 3,0% | 5,3% | 2,2% | -0,2% |
| Consumo apparente | -2,4% | -0,8% | 2,1% | 0,2% | 0,5% | 2,3% | -1,3% |
| Addetti | -0,4% | -0,7% | -0,4% | -0,2% | -0,5% | -0,7% | -0,6% |

Fonte Uffici Studi Associazioni di filiera.

* Valori aggregati

** Stime

3 Il modello di sviluppo del fatturato della filiera

