



## **SENATO DELLA REPUBBLICA**

**10<sup>a</sup> Commissione permanente Industria, commercio, turismo**

\*\*\*

*Audizione informale relativamente all'Affare sulle iniziative di sostegno ai comparti dell'industria, del commercio e del turismo nell'ambito della congiuntura economica conseguente all'emergenza da COVID-19 (n. 445)*

**Memoria dell'Associazione Aziende Pubblicitarie Italiane - AAPI**

5 giugno 2020



## **Premessa**

L'Associazione Aziende Pubblicitarie Italiane - AAPI - è la principale Associazione di categoria delle maggiori società operanti nel settore della pubblicità esterna che, al pari di altri comparti produttivi, hanno subito un rilevantissimo danno economico determinato dall'emergenza da Covid-19.

L'attività delle imprese del settore si esplica essenzialmente nella diffusione di comunicazioni commerciali 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., pertanto, la fase di *lockdown*, che ha determinato la drastica riduzione della circolazione e un azzeramento dell' audience, ha provocato la mancata pianificazione di campagne pubblicitarie e l'annullamento di quelle già previste, con perdite di ordini di oltre l'80%. Nonostante l'allentamento delle misure restrittive e una ripresa della mobilità, le imprese del comparto continuano a risentire fortemente di tale situazione in quanto i budget delle imprese si sono ridotti e i primi tagli sono proprio per il nostro comparto.

Inoltre, anche per la programmazione pubblicitaria di lunga durata, si stanno manifestando notevoli criticità, dal momento che numerosi clienti hanno deciso di interrompere i contratti di collaborazione oppure non sono in grado di adempiere correttamente alla prestazione, generando ritardi nei pagamenti.

I danni subiti sono quindi gravissimi: come evidenziato anche dalla Nielsen Italia, il solo settore dell'Out-of-Home, nei primi mesi del 2020, ha ridotto la propria capacità in investimenti pubblicitari del 27,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e le previsioni per il secondo trimestre sono ben peggiori. Tale situazione potrà portare alla chiusura di molte imprese, con la conseguente perdita di migliaia di posti di lavoro, se non dovessero essere trovate delle adeguate soluzioni a sostegno.

È opportuno evidenziare, altresì, che la pubblicità esterna rappresenti anche uno strumento funzionale alla ripresa sociale e turistica del paese, attraverso la promozione delle bellezze storico-artistiche e paesaggistiche dell'Italia. La tutela del turismo, infatti,



passa anche attraverso la comunicazione nelle sue varie forme, ed in particolare nei sistemi di comunicazione territoriali.

## **Proposte**

Alla luce di quanto premesso, si chiede di intervenire con urgenti misure a sostegno del comparto della pubblicità esterna, attraverso:

- l'estensione del credito di imposta sul valore totale degli investimenti pubblicitari alle imprese che operano nel settore dell'Out-of-Home, anche attraverso il ricorso alle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, di competenza della Presidenza del Consiglio dei Ministri e del Ministero dello sviluppo economico;
- la sospensione dell'imposta comunale sulla pubblicità, nonché della maggiorazione delle tariffe, in quanto a seguito delle misure di contenimento per il diffondersi del Covid-19, non è stato consentito alle persone di muoversi liberamente, impedendo così alle imprese pubblicitarie di poter svolgere normalmente la propria attività.

L'adozione delle misure elencate, che prevedono benefici fiscali a fronte delle ingenti perdite registrate nei primi mesi del 2020, permetterebbe di assicurare al settore il mantenimento dell'occupazione, la prosecuzione delle attività imprenditoriali e anche la continuità dei contratti con le Pubbliche Amministrazioni.

Garantire un credito d'imposta e ogni possibile intervento di sostegno alla comunicazione commerciale con investimenti nel comparto della pubblicità esterna consentirà, quindi, non solo, di garantire uno slancio alla ripresa delle attività economiche del settore in questione, ma permetterà altresì di salvare altre imprese altrettanto penalizzate dalla epidemia.