

Confesercenti a congresso il 6, 7, 8 febbraio a Roma

«Diventeremo un'associazione anche scomoda»

ROMA. Piccola e media impresa al centro dello sviluppo del paese. Questo è lo slogan con il quale i Confesercenti si troveranno a partire da sabato prossimo fino al lunedì successivo. Crediamo che questo avvenimento non sia assolutamente di routine proprio per le profonde modificazioni che stanno piombando (ed in parte è già avvenuto) sul settore e alle quali la organizzazione imprenditoriale (250 mila aziende su tutto il territorio nazionale) dovrà dare una risposta propositiva. Gli elementi di dibattito certo non mancheranno. Dall'annosa questione della riforma del settore distributivo (a quando la legge quadro?) per passare, poi, alla questione fiscale. Ma tra i temi che accentreranno l'attenzione dei congressisti e degli invitati all'assise nazionale, che si svolgerà a Roma all'Hotel Hilton, certo non potrà mancare la spinosa questione delle locazioni commerciali come d'altronde nemmeno quella dei rapporti con il mondo della informazione. Su questo tema, infatti, sono note le polemiche. Le accuse che si rivolgono alle aziende commerciali sono quelle di scarsa efficienza e produttività, di un non proprio cristallino rapporto con il fisco, per non dimenticare quella di essere lo zoccolo duro per una ulteriore discesa della inflazione.

Su questi temi, ma anche su quelli più specifici del turismo e delle imprese dei servizi, pubblichiamo qui accanto un intervento di Marco Venturi responsabile economico e membro della segreteria della Confesercenti.

MARCO VENTURI

Migliaia di operatori del commercio e del turismo hanno partecipato a centinaia di assemblee e congressi periferici della Confesercenti dimostrando la vitalità e la legittimità di questa organizzazione che ha ormai consolidato il proprio ruolo tra le maggiori confederazioni del mondo imprenditoriale. La vivacità è soprattutto una caratteristica delle categorie del settore che non si limitano a una presenza passiva, ma vogliono condizionare le decisioni della loro organizzazione e intendono partecipare alle scelte economiche, politiche e sociali del paese.

Non a caso lo slogan del V Congresso nazionale, che si svolgerà a Roma dal 6 all'8 febbraio, «La piccola e media impresa al centro del sistema economico», rappresenta un ulteriore passo avanti rispetto al congresso precedente.

Mentre lo slogan «Dalla bottega all'impresa» coglieva la prepotente esigenza di portare al centro del dibattito la modernizzazione del settore, pur in presenza di un vistoso indice di cambiamento rappresentato dalle decine di migliaia di negozi del settore alimentare che hanno chiuso i battenti, la nuova parola d'ordine congressuale coglie la necessità di collocare l'impresa e il ricomposto bisogno di innovazione all'interno di un sistema istituzionale, amministrativo, economico e sociale che sia complessivamente più efficiente e più equo. Le piccole e medie imprese sono infatti tra i soggetti che scontano più decisamente le disfunzioni e le incongruenze

Legge finanziaria alle strette
Il governo si abbarbica
contro lo sviluppo della
piccola e media impresa

Non sanno che produce ricchezza?

Piccola e media impresa alle strette con la legge finanziaria. Rispetto alle aspettative le proposte del governo sono lacunose e i tentativi della opposizione comunista, nonostante alcuni successi strappati nel faticoso dibattito, si sono infranti contro la completa indifferenza del governo. Su questi temi ospitiamo un articolo del vicepresidente della commissione Attività produttive della Camera.

ALBERTO PROVANTINI

Nel vivo del confronto parlamentare sulla Finanziaria abbiamo presentato recentemente un pacchetto nutrito di proposte sulla piccola impresa. Si comprenderà meglio che i nostri emendamenti alla Finanziaria non sono numeri, gesti rituali o improvvisati. La grande impresa, che ha

tato l'occupazione, invece, di 400mila unità.

Chi vuole fare gli interessi generali del paese non può non prendersene atto. Anche da queste considerazioni discende la scelta che noi proponiamo a sostegno della piccola impresa.

Ma ci troviamo dinanzi a due linee di segno opposto: alla ricchezza delle nostre proposte di legge corrisponde l'assenza di progetti di legge governativi e la pochezza delle risorse della Finanziaria '88.

Siamo il quinto paese industrializzato del mondo, ma il ministero dell'Industria non dispone neppure di un quartocentesimo delle risorse e di un trentesimo del Bilancio dello Stato. Come non bastasse, vi è un taglio di 1.192 miliardi per la piccola impresa.

Nella passata legislatura non si è colta l'occasione irripetibile della congiuntura economica internazionale favorevole per intervenire e sostenere sul terreno della innovazione la piccola impresa. In questo avvio di legislatura il governo continua nella linea del passato, tanto più grave perché ci troviamo dinanzi ad una situazione diversa, a minacce di segno recessivo.

I pochi provvedimenti varati negli anni scorsi sono il risultato delle nostre proposte: dalla legge quadro per l'artigianato al Fondo per l'artigianato, dalla parificazione dei minimi di pensione per gli artigiani e commercianti alla indennità di maternità per le lavoratrici autonome, dal fondo del commercio al credito agevolato per l'artigianato, il commercio, alle misure sugli sfratti e sulle locazioni di immobili adibiti a laboratori artigianali o negozi commerciali.

Per quanto riguarda la legge finanziaria '88, dopo i risultati conseguiti al momento con l'elevamento del finanziamento al credito agevolato, agli investimenti, all'artigianato, al commercio (120 e 150 miliardi) e alla cooperazione produttiva (30 miliardi) ha fatto seguito una ulteriore chiusura del governo che ha respinto tutti i nostri emendamenti, e della maggioranza che ha ritirato i propri che andavano nella stessa direzione da noi indicata.

Le nostre proposte coincidono in larga misura con quelle delle associazioni della piccola impresa. Del resto contro

la finanziaria del governo vi sono state mobilitazioni non solo con lo sciopero generale ma con le iniziative unitarie delle 4 associazioni artigiane e con le posizioni espresse da quelle del commercio e turismo e della piccola industria. Nonostante questo arroccamento del governo, che ha imposto la riduzione di 1192 miliardi di interventi a sostegno della piccola e media impresa, alcuni positivi risultati sono stati strappati. Si è ottenuto un aumento di stanziamenti di 360 miliardi: 100 in più per il credito all'artigianato, 100 per quello del commercio, 50 per la piccola industria, 30 per il fondo artigiano (che viene elevato a 130 miliardi), 40 per i consorzi, e, infine, 30 per la cooperazione relativa alla legge ex Marcora.

Proposte Pci Come fare punto per punto

Fondo regionale per l'artigianato. Propone di dotare il fondo istituito con la legge n. 399 dell'87 con mille miliardi nel triennio al fine di consentire l'attuazione piena della legge-quadro per l'artigianato.

Definizione di piccola e media impresa e norme per l'accesso alle agevolazioni pubbliche. È una proposta di legge-quadro che definisce dimensioni e caratteristiche della piccola e media impresa, riordina i parametri ai quali fare riferimento per questa definizione: il capitale investito e gli occupati.

Istituzione dell'agenzia per la promozione ed il trasferimento dell'innovazione alle piccole e medie imprese. Propone la costituzione di una struttura nazionale (una Spa con una maggioranza di capitale pubblico e la partecipazione di Imi, Enca, Cnr, imprenditori, associazioni di categoria, istituti di credito) per promuovere l'innovazione e accelerare il suo trasferimento alle imprese minori.

Interventi per sostenere l'innovazione nelle piccole e medie imprese e nell'artigianato e per favorire l'espansione della base produttiva. Si propone tre obiettivi: sostenere l'ammodernamento del sistema delle piccole e medie imprese e dell'artigianato, consolidare le imprese esistenti; facilitare la nascita di nuove imprese favorendo la riapertura di quelle dismesse sia attraverso strumenti finanziari (un apposito fondo nazionale) che fiscali.

Norme per la riforma del credito a commercio e per il commercio e per il sostegno dell'innovazione ed il trasferimento dell'innovazione alle piccole e medie imprese. Modifica della legge sul credito a commercio introducendo una netta distinzione fra le funzioni di indirizzo della programmazione nazionale e regionale e il ruolo del sistema creditizio. Istituisce un fondo per l'innovazione e lo sviluppo delle attività commerciali di 500 miliardi l'anno.

Norme per le nomine nelle Camere di commercio. Propone norme che consentano una rappresentanza democratica, espressione delle categorie per la nomina dei Presidenti e delle Presidenze delle Camere di commercio.

Modifiche della disciplina sulla contribuzione e sulle prestazioni pensionistiche di artigiani e commercianti. Propone la riforma del sistema previdenziale dei lavoratori autonomi modificando il meccanismo contributivo attuale e introducendo un metodo per la determinazione della contribuzione basata sul reddito di impresa ai fini dell'Irpef.

Semplificazioni per alcuni contribuenti soggetti ad I-irpef Iva, modificazione delle norme per la determinazione del reddito in regime di contabilità semplificata e nuovi limiti per la tenuta della contabilità ordinaria. Propone la riforma della contabilità per piccole e medie imprese basata su elementi di razionalizzazione (nessuna dichiarazione dei redditi per i lavoratori autonomi a regime forfettario al di sotto dei 18 milioni di volume d'affari); di maggiore obiettività (le imprese con ricavi da 18 a 300 milioni con contabilità semplificata non possono dichiarare affari inferiori a determinati standard pena l'accertamento); di semplificazione (è prevista una «contabilità intermedia» per le imprese da 300 a 780 milioni di ricavi).

Fiscalizzazione dei contributi sanitari, abrogazione dell'articolo 31 della legge 41 dell'86. Propone di fiscalizzare integralmente i contributi per il Servizio sanitario nazionale (tra cui compresa la «tassa sulla salute», sostituendoli con una imposta regionale sul valore aggiunto a larga base imponibile e base aliquote.

Una indagine del Censis mette in rilievo lo scarso apporto della pubblicità nel settore delle minori aziende

Mio caro spot non ti conosco proprio

Poche leggi, pochi sostegni pubblici ed ora, scoperti da una indagine del Censis, anche pochi accessi alla pubblicità. Stiamo, ovviamente, parlando delle piccole e medie aziende del nostro paese che dopo la grande abbuffata dei primi anni 80 si sono viste espulse nei fatti dagli spot, dalla pubblicità sulla carta stampata nazionale e da quella locale. Vediamo assieme perché.

MASSIMO FILIPPINI

ROMA. Quando si parla di piccola e media impresa nel nostro paese molto spesso ci si lancia in spericolate lodi per la sua flessibilità, per la sua capacità di reggere sul mercato anche in tempi bui per i profitti. Insomma l'immagine che ne salta fuori è di un complesso economico sempre con i nervi saldi e con i finanziamenti pronti in tasca. La realtà, al di là della retorica, è ben altra. Mancano leggi di supporto al settore, manca un interesse reale del mondo finanziario, nella sostanza queste migliaia di aziende sono lasciate allo stato brado senza il benché minimo supporto pubblico.

Tra i vari handicapp c'è anche quello dell'accesso alla pubblicità. Tutto questo lo si evince abbastanza chiaramente da una ricerca svolta

dal Censis per conto della Fininvest/Pubbitalia non solo relativa al mezzo radiotelevisivo. Che cosa salta fuori da questo studio? Innanzitutto che dopo l'abbuffata dei primi anni 80 nei quali anche la piccola e media impresa ha giocato il proprio ruolo per la moltiplicazione dei mezzi pubblicitari e per i costi molto contenuti, si è cominciato a stringere la ghinghia. Ragione per cui la determinazione di un limite di affollamento (specialmente sul mezzo televisivo) «se da un lato ha garantito - spiega l'indagine del Censis - una maggiore efficacia degli investimenti pubblicitari, dall'altro ha determinato una notevole lievitazione delle tariffe, con conseguente selezione dei potenziali utenti». Leggasi insomma: maggiori difficoltà

per le piccole e medie aziende.

Le cifre a questo punto sono chiarificatrici. Se dividiamo le aziende per classi di fatturato ci accorgiamo che per 60 imprese che investono 40 miliardi fuori dall'opportunità pubblicitaria se sono all'interno dei 2 miliardi di fatturato; cresce la penetrazione, invece, se si innalza il fatturato: con 20 miliardi di aziende che investono sono 70. Ma su che cosa investono le aziende? La netta preferenza è per la stampa (63,3%) e per i periodici (49,7%). La quota residua viene succhiata dai mezzi di diffusione locale (10%) e dalla pubblicità esterna (12,23%). La linea di confine tra piccola e media impresa per il mezzo pubblicitario è segnata da una sola cifra: 1 miliardo. Al di sotto del quale qualsiasi investimento sembra destinato a finire nel nulla.

D'altronde se la quota per investimenti pubblicitari - secondo la indagine del Censis - non supera il 3 per cento del fatturato è facile comprendere come gran parte delle piccole imprese siano tagliate fuori dai più importanti circuiti del settore.



Distribuzione delle aziende che investono in pubblicità per classi di fatturato (valori percentuali)

Classi di fatturato (in milioni)	fino a 2.000	2.000-6.000	6.000-20.000	20.000-50.000	da 50.000 in su
Investono	59,5	66,1	63,4	73,2	79,7
Non investono	40,5	33,9	36,6	26,8	20,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis.

Nonostante le preoccupazioni della vigilia pieno successo della Fiera internazionale di Vicenzaoro

Dollaro debole, operatore Usa numeroso

Alla grande manifestazione orafa di Vicenza, Vicenzaoro, tutto è filato liscio nonostante le preoccupazioni della vigilia. Gli stand sono apparsi vacillanti sotto le masse dei visitatori (oltre 15 mila operatori). Un aumento in percentuale, rispetto alla stessa manifestazione dello scorso anno, di circa il 40 per cento. Meraviglia espressa anche dal segretario generale della Jewellers of America.

GILDO CAMPESATO

VICENZA. I produttori orafi (l'Italia è il maggior trasformatore al mondo del prezioso metallo) tirano un respiro di sollievo. Vicenzaoro, primo grande appuntamento della stagione, è andata bene, oltre ogni aspettativa, tanto che le stesse strutture della fiera vicentina in certi momenti sono state invase da una massa di visitatori imponente: 15.500 operatori accreditati contro i 10.600 dell'anno precedente, con un incremento, dunque, del 43% tra buyers, grossisti e compratori. Ne è rimasto colpito lo stesso segretario generale della Jewellers of America: «Per un carattere così differente, Vicenza e New York sono sullo stesso piano di importanza», notando una inversione di tendenza rispetto ai raccolti del 1987. Tuttavia, è ancora molto lontano il boom conosciuto dalle esportazioni orafe

verso gli Usa tra il 1984 e il 1985. Come da attese, invece, la crescita della richiesta tedesca, anche se essa non è riuscita a compensare i cali conosciuti lo scorso anno dal mercato statunitense. Sempre più interessati sembrano i giapponesi, mentre i paesi arabi, grandi compratori al momento dell'ignizione di petrodollari, confermano una débacle ormai consolidata.

Anche se tra gli operatori sembra tornata un po' di tranquillità, permangono tuttavia molte incertezze come conferma l'andamento dell'export dell'oreficeria italiana nel 1987 reso noto dal «Club degli orafi». Nei primi 7 mesi dello scorso anno le importazioni totali di oro fino da lavorare sono diminuite, in peso, dell'11% rispetto allo stesso periodo del 1986, scendendo da 133,4 a 115,6 tonnellate. Ma l'import in temporena, quello cioè destinato all'export dopo la trasformazione, è calato nello stesso periodo di quasi un quarto, passando da 50 a 38,7 tonnellate. Come dire che la tendenza al ribasso è stata contenuta soltanto dalla crescita del mercato interno. Anche i dati in valore, nonostante la crescita del prezzo dell'oro, parlano in gergo: calo del 14% dell'import com-

pleso di oro e riduzione del 21% per quanto riguarda il metallo importato in temporena.

Il dato non cambia se invece dell'oro consideriamo le esportazioni di gioielli: 1.813 miliardi nei primi 7 mesi del 1987 rispetto ai 2.056 miliardi dello stesso periodo dell'anno precedente. Una flessione,

cioè, del 12%. In testa alla lista dei «traditori» sono gli Stati Uniti che hanno segnato un calo del 24% (da 819 a 619 miliardi) mentre i paesi arabi continuano a ridurre gli acquisti: -18% l'Arabia Saudita, -7% gli Emirati Arabi e addirittura -57% il Kuwait che da terzo cliente dell'Italia è diventato addirittura il dodicesimo.

Note più positive vengono invece dalla Germania Federale (+30%). Addirittura +51% il Giappone e +40% Hong Kong. Il mercato, comunque, rimane in una situazione di incertezza anche se il buon andamento della recente fiera di Vicenza ha contribuito ad alimentare qualche speranza.

Quando, cosa, dove

Oggi. «Lo Stato come investitore» è il tema del seminario organizzato dal Centro studi della Confindustria in collaborazione con l'Associazione industriali di Bari. Interverranno, tra gli altri, Luigi Abete, Carlo Scognamiglio, Innocenzo Cipolletta. Bari - Sala Aldo Moro della facoltà di Giurisprudenza.

Organizzato dal gruppo lombardo dell'Associazione imprenditori dirigenti europei si tiene un incontro con il presidente dell'Associazione delle piccole e medie industrie di Milano che parlerà su: «Quale strategia per le piccole e medie imprese».

Milano - Hotel Excelsior Gallia.

Viene presentato il «Nuovo osservatorio del mercato immobiliare» elaborato da Nomisma. Milano - Camera di commercio.

ricerche sui mercati dell'Università Bocconi in collaborazione con l'Associazione tecnica delle società finanziarie di leasing e di factoring. Milano - Aula Magna dell'Università Bocconi.

Giovedì 4. Promossa dall'Istituto per la ricerca e la programmazione delle attività tributarie si svolge una tavola rotonda dedicata a: «Quale futuro per il sistema esattoriale italiano». Roma - Residenza di Ripetta.

Venerdì 5. Organizzato dall'Ordine dei dottori commercialisti di Genova e dalla Cassa di Risparmio di Genova e Imperia si tiene un incontro di studio dedicato a «Le innovazioni in tema di reddito di impresa». Genova - Auditorium della Fiera internazionale.

L'affissione: l'effetto moltiplicatore» è il tema del convegno dell'Associazione delle aziende pubblicitarie. 5 e 6 febbraio. Milano - Hotel Principe di Savoia.

Domani. «Marketing dei servizi parabanca» è il titolo del convegno promosso dal Centro

Le scadenze fiscali di febbraio

Venerdì 5
Iva - I contribuenti con volume di affari superiore a 480 milioni di lire devono, entro oggi, versare, qualora il debito superi le 50 mila lire, mediante delega bancaria l'imposta dovuta per il mese di dicembre ed annotare la liquidazione nei registri Iva (delle fatture dei corrispettivi).

Martedì 9
Imposte dirette - Versamenti diretti in Esattoria - Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti all'Esattoria a mezzo del c/c postale delle ritenute operate nel mese di gennaio su: 1) redditi di lavoro dipendente (ritenute operate da datori di lavoro agricoli); 2) redditi di lavoro autonomo; 3) provvigioni inerenti i rapporti di commissione, agenzia, mediazione e di rappresentanza di commercio; 4) dividendi.

Imposte dirette - Versamenti diretti in Tesoreria - Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti in Tesoreria a mezzo c/c postale delle ritenute operate nel mese di gennaio su: 1) redditi derivanti da interessi, premi e altri frutti; 2) redditi di capitale; 3) premi e vincite.

Mercoledì 10
Riscossione esattoriale - Inizia da oggi la riscossione, mediante versamenti allo sportello esattoriale, dei tributi e contributi vari iscritti nella rata di febbraio.

Sabato 13
Imposte dirette - Versamento diretto in Esattoria - Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti in Esattoria a mezzo c/c postale (modello unificato) delle ritenute operate da datori di lavoro non agricoli nel mese di gennaio su: 1) retribuzioni, pensioni, trasferte, mensilità aggiuntive e relativo conguaglio; 2) emolumenti corrisposti per prestazioni stagionali; 3) compensi corrisposti a soci di cooperative.

Lunedì 15
Imposte dirette - Versamenti diretti in Esattoria e in Tesoreria - Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti allo sportello esattoriale e della Tesoreria delle ritenute considerate nella scadenza di martedì 9.

Iva - Termine ultimo per registrare la scheda carburante relativa al mese di gennaio.

Giovedì 18
Riscossione esattoriale - Termine ultimo, senza incorrere nell'indennità di mora, per pagare allo sportello esattoriale le imposte, tasse e contributi vari iscritti nella cartella esattoriale con scadenza 10 febbraio.

Sabato 20
Imposte dirette - Versamenti diretti in Esattoria - Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti allo sportello esattoriale delle ritenute considerate nella scadenza di sabato 13.

Lunedì 29
Iva - Termine ultimo per emettere e registrare le fatture (fatturazione differita) per le cessioni di beni la cui consegna o spedizione risulta da bolle di consegna, enumerate progressivamente emesse nel mese di gennaio.

Terminano gli adempimenti per registrare le fatture d'acquisto delle quali si è venuti in possesso nel mese di gennaio.

a cura di Girolamo Ielo