



**12022** [www.uilcom.it](http://www.uilcom.it)

Anno XXX (161)  
Poste Italiane SpA  
Spedizione in abbonamento  
postale 70% Roma - DCB Roma

Settore Emissioni  
**Il mercato Radio-TV**

Settore Telecomunicazioni  
**Gruppo TIM:  
Un piano industriale  
che non comprendiamo**

Settore Produzione Culturale  
**Cine-audiovisivo  
al contratto unico di filiera:  
un obiettivo più vicino**



# IL FUTURO NELLE TUE MANI

TESSERAMENTO 2022



PERSONE

SICUREZZA

LAVORO

TUTELE

# sommario



- 3** Editoriale  
**Salvatore Ugliarolo**
- 4** Settore Emittenze  
**Pierpaolo Mischi**  
Il mercato Radio-TV
- 12** Settore Telecomunicazioni  
**Luciano Savant Levra**  
Gruppo TIM:  
un piano industriale  
che non comprendiamo
- 16** Settore Telecomunicazioni  
**Fabio G. Gozzo**  
L'Ispettorato del Lavoro  
sanziona la Cooperativa  
che non applica la Clausola Sociale
- 18** Settore Grafici-cartai-cartotecnici  
**Roberta Musu**  
Risorse umane:  
patrimonio o mero costo del lavoro?
- 20** Settore Grafici-cartai-cartotecnici  
**Roberto Retrosi**  
Palladio Group  
da piccola impresa locale  
a solida realtà internazionale
- 22** Settore Produzione Culturale  
**Giovanni Di Cola**  
Cine-audiovisivo  
al contratto unico di filiera:  
un obiettivo più vicino
- 26** UILCOM  
**Fulvio Tranquilli**  
Legge di Bilancio  
e Decreto Milleproroghe  
per Famiglie ed Imprese



Pubblicazione trimestrale della Unione Italiana  
Lavoratori e Lavoratrici della Comunicazione  
n. 1/2022, Anno Anno XXX (161)

Autorizzazione Trib. di Roma n. 118-93 - Reg. della Stampa 22-3-93,  
spedizione in abb. post. D. l. 353/2003 (Conv. L. 27/02/2004 n. 46)  
art. 1 Comma 1 - Dcb Roma

Direttore responsabile  
Marco Trozzi  
Direttore editoriale  
Salvatore Ugliarolo  
Editor  
Elsa Gnata  
E-mail  
contatto@uilcom.it

Redazione  
Giovanni Di Cola, Fabio G. Gozzo, Rossella Manfrini,  
Pierpaolo Mischi, Roberta Musu, Luciano Savant Levra  
Hanno collaborato  
Roberto Retrosi, Fulvio Tranquilli, Alessandra De Carolis  
Redazione e amministrazione  
c/o Comunicazione Lavoro Srl  
Servizi - Ricerche - Promozioni  
00198 Roma, largo A. Ponchielli, 4  
Tel. 06 45686880 - Fax 06 85353322

Amministratore delegato  
Rossella Manfrini  
Sito web  
www.uilcom.it  
E-mail  
uilcom@uilcom.it

Progetto grafico e impaginazione  
Studio Ruggieri Poggi - www.ruggieripoggi.it

Stampa  
C.S.R. srl  
00131 Roma, Via di Salone, 131

**SAVE  
THE DATE**

**14\_15\_16**

settembre

# **CONGRESSO NAZIONALE**



Terrasini - Palermo



## #NOWAR

Non è bastata una pandemia ancora in corso nonostante siano trascorsi due anni... adesso si è pensato bene di fare una guerra.

L'aggressione della Russia a guida Putin contro l'Ucraina è comunque, un attacco all'Europa.

Bene la prima risposta dell'Europa nel mettere immediatamente in atto azioni sanzionatorie dure, contro Putin.

Questa guerra, insieme a quanto già fatto dalla pandemia, le debolezze dell'Europa, il tema della dipendenza energetica – così come di molte altre materie continuerà a tenere prigionieri del sistema molti paesi e l'Italia, purtroppo, in primis, un Paese che mostra la sua incapacità nell'aver lavorato, ricercato soluzioni utili per evitare la dipendenza nei confronti di altri stati – Russia tra le principali.

Tutto questo ci dovrebbe portare a lavorare per ricercare tutte le soluzioni per fronteggiare il tema energetico andando anche a rivedere i piani in atto, ad esempio, rispetto al tema delle trivellazioni degli idrocarburi dei quali l'Adriatico rappresenta un grande serbatoio.

Purtroppo, in questi ultimi anni abbiamo dovuto assistere al populismo di una parte della politica – che anche in alcuni casi ha cercato di fermare azioni propedeutiche per affrontare alcuni dei temi che – anche a causa di questa guerra sono affiorati.

Speriamo che tutto questo possa consentire, malgrado tutto, di individuare i giusti indirizzi per aiutare il nostro Paese a recuperare gli errori del passato.

**Salvatore Uglierolo**

## Gli Investimenti pubblicitari FY-2021: si torna ai livelli pre-pandemia

a cura di Pierpaolo Mischi

## Il mercato **Radio TV**



Il settore delle Televisioni e delle Radio, vivendo una piacevole sorpresa per le stesse Emittenti nazionale e locali, nel 2021 ha raggiunto risultati molto positivi riguardo la raccolta pubblicitaria, tanto da recuperare i livelli pre-pandemia.

RadioTV chiude l'anno trascorso sopra i 4 miliardi (+14,0%) di ricavi pubblicitari. Crediamo sia giusto, grazie all'apporto dei dati Nielsen e dell'osservatorio nazionale del settore costituito da Uilcom dalle altre organizzazioni sindacali insieme a Confindustria TV, di provare a

esaminare, anche attraverso i crudi numeri i dati sugli investimenti pubblicitari che riguardano l'intero settore ed oltre. Occorre comunque precisare che tali progressi non si vanifichino purtroppo nell'anno in corso, a seguito di questa ulteriore crisi politico ed economica generata del conflitto Russo-Ucraino con il vertiginoso aumento delle materie prime, dei prodotti energetici e non ultimo il pericolo di un ritorno della "stagflazione" (alta inflazione insieme a crescita economica bassa o ferma) proprio come negli anni '70 (austerità).



Nel corso degli ultimi anni lo scenario dei media è cambiato molto. Il mercato pubblicitario ha attraversato due crisi finanziarie e una sanitaria che hanno determinato forti scossoni in termini di comportamenti sociali/mediali. La presenza sempre più ampia e rilevante degli operatori globali Over The Top – OTT (Google, Facebook, Amazon, Netflix...) all'interno del territorio nazionale, ha riconfigurato anche gli assetti dei mezzi pubblicitari con l'ascesa del Digital su quelli più «tradizionali» (nel 2020 Internet supera la Televisione). Il mercato degli investimenti pubblicitari in termini di perimetro «esteso», ovvero inclusivo delle componenti di Internet e degli OTT, nonostante la stagnazione dell'economia nazionale, ha mostrato negli ultimi anni un andamento in crescita (al netto della variabile pandemica) riavvicinandosi ai livelli pre-crisi del 2007.

Fonte: elaborazioni su dati Nielsen. Il perimetro «esteso», monitorato da Nielsen, include i mezzi classici e Internet (Total Digital), comprensivo dei cosiddetti over The Top.

### Appena usciti dall'ultima crisi

Nell'ultimo anno il mercato registra 8,9 miliardi di euro circa, in crescita del 13,5% rispetto all'anno precedente (+1,1 miliardi di euro circa). Rispetto all'anno disastroso della pandemia, si conferma la ripresa (+12,8% rispetto al 2020) anche nella componente solo "tradizionale" con un valore complessivo pari a 5,6 miliardi di euro (+640 milioni di euro). Tuttavia, nel 2021, se l'impatto della crisi pandemica sulla raccolta pubblicitaria è stato ampiamente recuperato in termini di perimetro cosiddetto "esteso" (+1,2% rispetto al 2019) **quello "tradizionale", nonostante la crescita a doppia cifra, mostra ancora un importante gap da colmare (-4,2% pari a -250 milioni di euro circa rispetto al 2019).**

INTERNET, sia in termini di Total DIGITAL (+12,8%) che di universo FCP (+15,4%), seguito dalla TELEVISIONE (+3,5%), sono gli unici due mezzi che hanno contribuito positivamente al recupero dei valori pre-pandemici. la RADIO rimane invece al di sotto dei valori 2019 del 17,2% (pari a -75 mi-

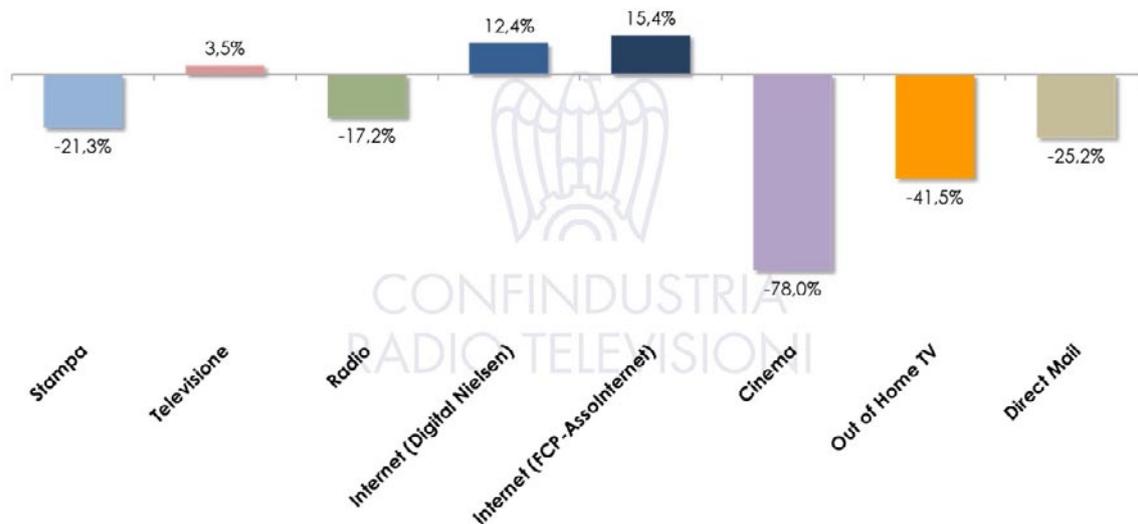
lioni), la STAMPA (Quotidiani e Periodici) registra -21,3% (-186 milioni), il comparto OOH (Outdoor, Transit, GO Tv) -41,5%, Direct Mail -25,2% e il Cinema -78,0%.

Tra i mezzi classici, nell'ultimo anno, la **STAMPA** (Quotidiani + Periodici) registra una raccolta inferiore a 700 milioni (+4,1% rispetto al 2020) con un peso sull'intero mercato "esteso" che si riduce all'8% (era al 37% nel 2007). La **TELEVISIONE**, dietro **INTERNET** (Total DIGITAL = stime Nielsen + FCP) per il secondo anno consecutivo, chiude con una raccolta netta pari a 3,72 miliardi di euro (+14,4%) e una quota del 41,9% (era al 51% nel 2007); la **RADIO** con 363 milioni di euro (+10,4% rispetto al 2020), si assesta invece al 4% sul totale mercato.

**Questi dati, a nostro parere confermano la continua contrazione degli investimenti pubblicitari, nella carta stampata, mentre la TV e la Radio, nonostante i continui avanzamenti delle nuove piattaforme continuano a mantenere un buon posizionamento tra i cosiddetti perimetri tradizionali.**

## Investimenti pubblicitari: singoli Mezzi/Piattaforme, confronto pre-pandemia 2021/19

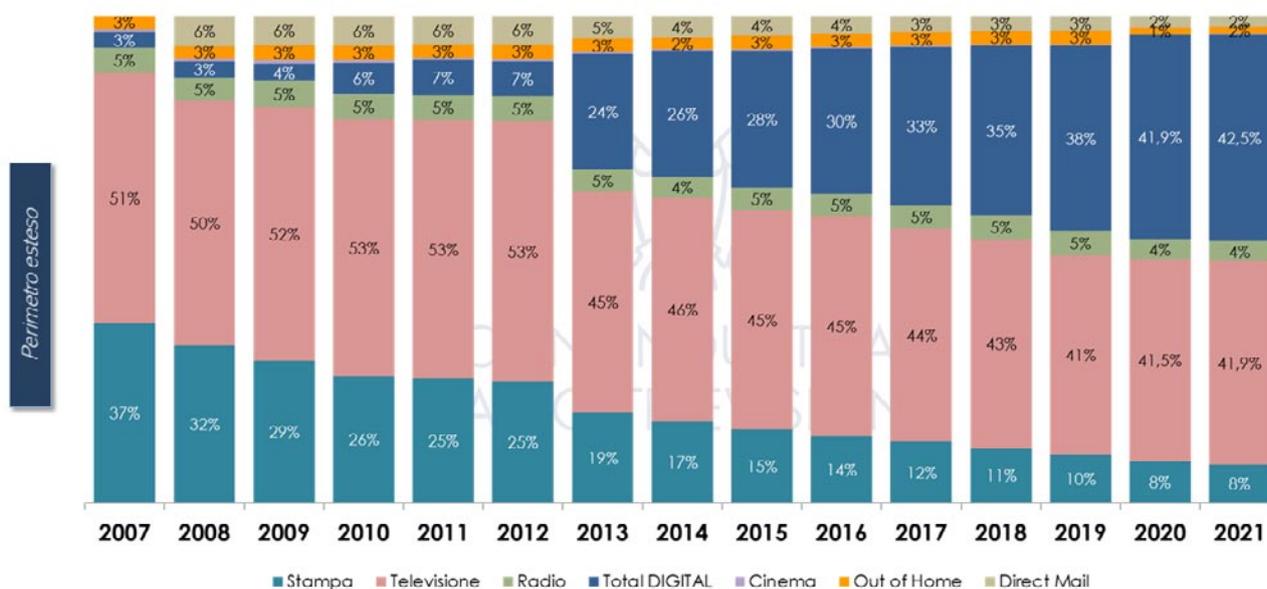
(%YoY mensile 2021/19, perimetro esteso vs tradizionale)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen.

## Investimenti pubblicitari: quote Piattaforme negli ultimi 15 anni (2007-2021)

(% su totale mercato, perimetro esteso)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Il perimetro «esteso», monitorato da Nielsen, include i mezzi classici e Internet (Total Digital), comprensivo della a stima search, social, classified e degli Over The Top.

Nel complesso il comparto RADIOTV cumula un valore circa 4,1 miliardi di euro (+14,0% rispetto all'anno precedente) e una quota di mercato pari al 45,9%. INTERNET, in termini di Total DIGITAL (inclusiva delle componenti di Internet e dei cosiddetti Over The Top), registra nel 2021 un valore pari a circa 3,8 miliardi di euro (+15,1% rispetto al 2020) con un peso che raggiunge il 42,5% (era al 3% nel 2007).

## Come cresce il Digital

Dal 2013, anno in cui Nielsen ha allargato il perimetro di INTERNET inserendo la stima delle componenti relative alle piattaforme OTT, il mezzo (Total DIGITAL) è cresciuto in maniera costante (unica eccezione nel 2020) arrivando a registrare nel 2021 un valore più che raddoppiato (+105,8% rispetto al 2013). Nello stesso periodo, il perimetro limitato alle concessionarie aderenti a FCP-AssolInternet [4] (524 milioni di euro nel 2021) è cresciuto del 12,9% con una

quota all'interno del Total DIGITAL pari al 14,0% circa (465 milioni di euro con un peso del 25,3% nel 2013).

Nell'ultimo anno la differenza tra il perimetro Total DIGITAL e l'universo FCP-AssolInternet, ovvero il valore corrispondente alle componenti *search, social e classified* di Internet e dei cosiddetti Over The Top (OTT) è pari a 3,25 miliardi di euro. Secondo le stime elaborate dall'istituto di ricerca, gli OTT, in nove anni (2013-2021), hanno complessivamente raccolto oltre 20 miliardi di euro (circa 2,3 miliardi di euro all'anno).

Investimenti pubblicitari: quadro complessivo 2021. Anche nel 2021 la Total Digital (Internet inclusiva e dei cosiddetti OTT) si conferma il primo mezzo in Italia, seguito a breve distanza dalla Televisione. Insieme i due mezzi pesano per oltre 4/5 del mercato. Facendo riferimento al "perimetro Nielsen esteso", le piattaforme tradizionali che recuperano maggiormente nel 2021 sono il Cinema (+37,6%

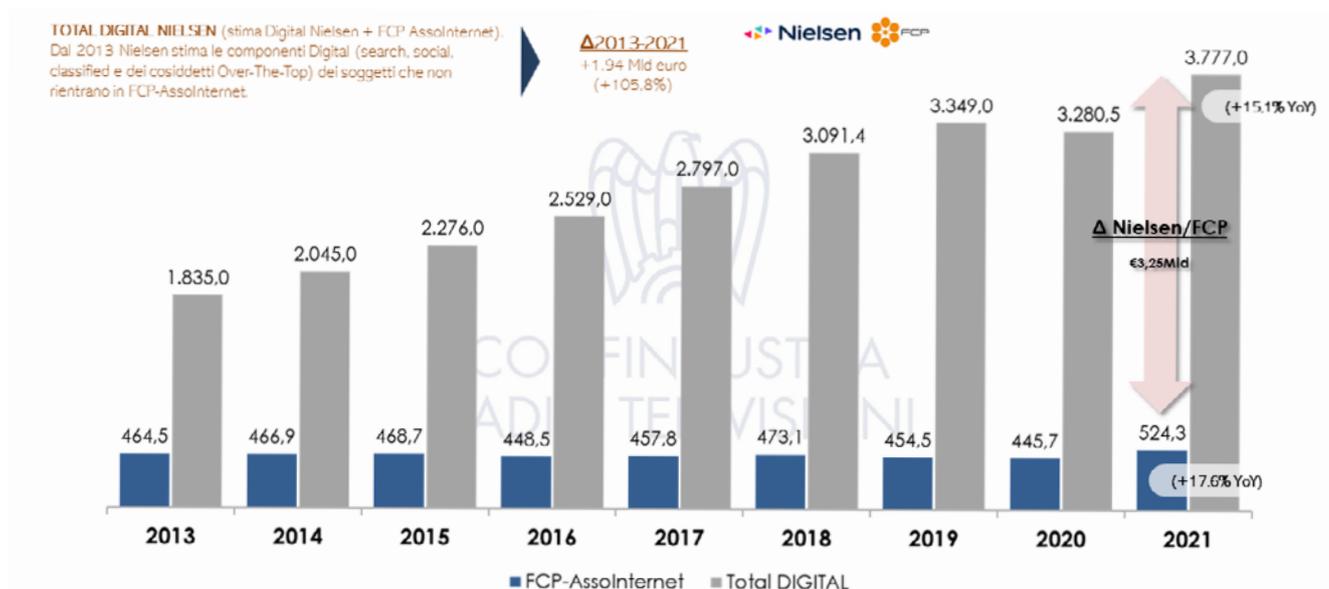
rispetto al 2020) e l'aggregato Out Of Home (+18,2%) che insieme alla Stampa (+4,1%) e al Direct mail (+6,0%) cumulano complessivamente il 12,0% circa del mercato. La Televisione (+14,4%) si ritaglia una quota del 41,9% che insieme alla Radio (+10,4% rispetto al 2020) è pari al 46%. Questi ultimi dati confermano il nostro parere, ovvero una sostanziale tenuta delle due piattaforme/mezzi nel contesto della torta pubblicitaria.

La Total Digital si incrementa sull'intero anno del 15,1% raggiungendo una quota sul totale mezzi pari al 42,5% (41,9% nel 2020). La Stampa diminuendo complessivamente del 24,1% (in particolare i Quotidiani registrano -16,2% e Periodici -36,6%), accresce la perdita accumulata nel corso degli ultimi anni e si attesta ad una quota ormai pari all'8% circa (30% nel 2008).

**Investimenti pubblicitari: l'andamento nei 12 mesi del 2021.** Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia registra nell'ultimo anno un valore complessivo al

## Investimenti pubblicitari: FCP-AssolInternet vs TOTAL Digital (2013-2021)

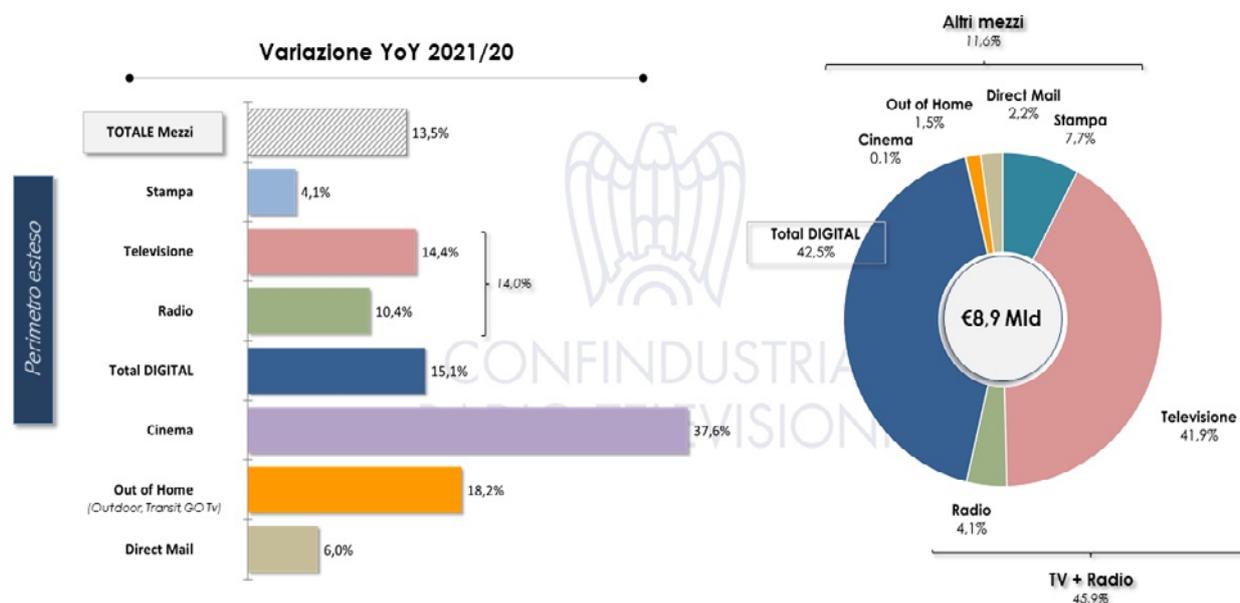
(milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Il perimetro «esteso», monitorato da Nielsen, include i mezzi classici e Internet (Total Digital), comprensivo della stima search, social, classified e dei cosiddetti Over The Top (OTT).

## Investimenti pubblicitari: quote Piattaforme/Mezzi e variazione annuale 2021/20

(%YoY 2021/20, perimetro esteso)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Il mezzo Out of Home include Transit, Outdoor e GO TV.

di sopra dei 5,6 miliardi di euro, con un incremento del 12,8% (+640 milioni di euro) rispetto al 2020. Si tratta delle stime pubblicate da Nielsen relativamente al cosiddetto perimetro "tradizionale" nel 2021, caratterizzati ancora in parte dalle misure restrittive adottate dal Governo per l'emergenza sanitaria.

Nel singolo mese di dicembre 2021, il dato si attesta a 549 milioni di euro circa, con un decremento del 2,8% rispetto ai valori dello stesso mese nel 2020. Qualora si consideri il **perimetro NIELSEN "esteso"**, includendo le componenti di Internet e degli OTT, il totale degli investimenti pubblicitari nazionali, nello stesso periodo, è pari a circa 8,9 miliardi di euro (+13,5% rispetto al 2020).

### Investimenti pubblicitari: totale Mezzi/Piattaforme, variazione 2021/20

Questo risultato ha permesso al mercato nella sua dimensione "estesa" di recuperare ampiamente nella seconda metà dell'anno (grazie anche al posticipo degli eventi sportivi) il gap rispetto ai valori pre-pandemici (+108 milioni di euro, +1,2%).

Differentemente il perimetro "tradizionale" continua a rimanere in una situazione di protratta incertezza. A fine anno 2021, la differenza tra i due perimetri risulta essere pari a circa 3,25 miliardi di euro (negli anni passati tale scostamento non superava la soglia dei 2,9 miliardi di euro).

### Investimenti pubblicitari

Come riporta la nota NIELSEN "anche per il mercato della pubblicità il 2021 è stato un anno di chiaro recupero. Le imprese sono tornate ad investire, seguendo la ripresa economica, secondo le strategie e le modalità consuete. Non sono mancate le novità, se ci riferiamo all'evoluzione tecnologica che sta cambiando il modo di comunicare e di raggiungere il pubblico: live streaming, connected TV, crescita dell'e-commerce, podcasting sino ad arrivare alla meta-realtà di cui si discute molto in questi ultimi tempi. Archiviato il 2021 positivamente, ci aspettiamo un 2022 comunque in crescita, seppur fisiologicamente più contenuta nel solco della crescita di medio periodo, in linea con gli altri paesi europei dove le crescite sono previste tornare in tale alveo. Molto dipenderà dall'evolversi delle crisi affacciate in questi ul-

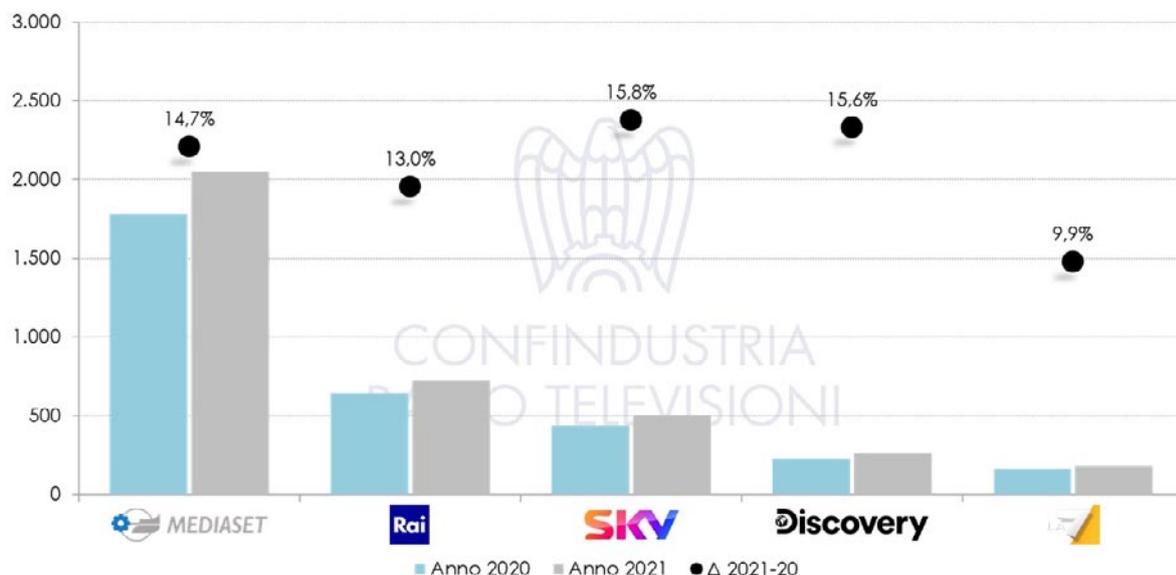
timi mesi che sono tra loro concatenate: crisi Ucraina, aumento dei costi delle materie prime ed energia ed il paventato pericolo della stagflazione che l'Europa farebbe fatica a gestire. Accanto a ciò abbiamo gli eventi trainanti come Mondiali soprattutto, ma anche Olimpiadi invernali, che da sempre sono una buona occasione di comunicazione per le aziende e i loro brand".

### Investimenti pubblicitari: RADIOTV

Il settore radiotelevisivo totalizza nei dodici mesi dell'ultimo anno un investimento complessivo superiore ai 4,0 miliardi di euro, in crescita del 14,0% rispetto all'anno scorso (3,58 miliardi di euro). Dopo una primavera in forte crescita, il comparto torna a contrarsi a partire dal mese di agosto. Nel singolo mese di dicembre il valore degli investimenti registra 365 milioni di euro circa in flessione dell'8,8% rispetto al 2020. Nonostante il calo nella seconda parte dell'anno, complessivamente, il settore Radiotelevisivo chiude l'anno al di sopra dei valori pre-pandemici di circa 50 milioni di euro (+1,2% rispetto al 2019).

## Investimenti pubblicitari: raccolta degli operatori televisivi

(milioni di euro, %YoY 2021/20)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni/Osservatorio Nazionale su dati Nielsen

### Investimenti pubblicitari: TELEVISIONE

La Televisione chiude l'anno 2021 dopo una stagione autunnale caratterizzata da una sostanziale incertezza. Positivo invece l'andamento del mezzo rispetto ai valori pre-pandemici con +124 milioni di euro (+3,5%), nonostante un leggero calo degli ascolti. Va inoltre ricordato che nel mese di dicembre, la Televisione registra una diminuzione del 10,8%, totalizzando su base annua 3,7 miliardi di euro circa con una crescita complessiva del 14,4% (+467 milioni di euro rispetto al 2020).

Nel dettaglio, Mediaset totalizza una raccolta di oltre 2,0 miliardi circa (+14,7%), Rai 730,0 milioni di euro circa (+13,0%), Sky Italia-Comcast 500,0 milioni circa (+15,8%), Discovery Italia 265,0 milioni (+15,6%) e La7-Cairo 180,0 milioni (+9,9%).

### Investimenti pubblicitari: RADIO

La Radio, dopo l'incertezza mostrata nei precedenti mesi, mostra un finale di anno positivo e a doppia cifra. A dicembre il mezzo cresce dell'16,0% rispetto al 2020 con un valore di 36 milioni di euro circa,

portando gli investimenti complessivi del periodo considerato a 363 milioni circa (+10,4% rispetto al 2020). Nonostante questo, il mezzo rimane al di sotto dei valori pre-pandemici 2019 di 75 milioni rispetto (-17,2%).

### Investimenti pubblicitari: TOTAL DIGITAL

Internet, relativamente al perimetro rilevato da FCP-AssolInternet, registra sull'intero anno un incremento del 17,6%, attestandosi a 524 milioni di euro circa. Allargando il dato al perimetro stimato da Nielsen (inclusivo delle componenti search, social e classified e dei cosiddetti Over The Top), il mezzo chiude i dodici mesi dell'anno al di sopra di 3,7 miliardi di euro, con un incremento del 15,1%. Si ricorda che la differenza tra i due perimetri (FCP AssolInternet e TOTAL Digital Nielsen), pari a circa 3,25 miliardi di euro, è riferibile alla raccolta degli operatori globali (OTT) sul territorio nazionale (nel 2020 la differenza era di 2,8 miliardi). Nel 2021, circa l'86% del valore degli investimenti pubblicitari online (stima Digital Nielsen) può essere riferibile a tali operatori globali, principalmente Google, Facebook e Amazon.

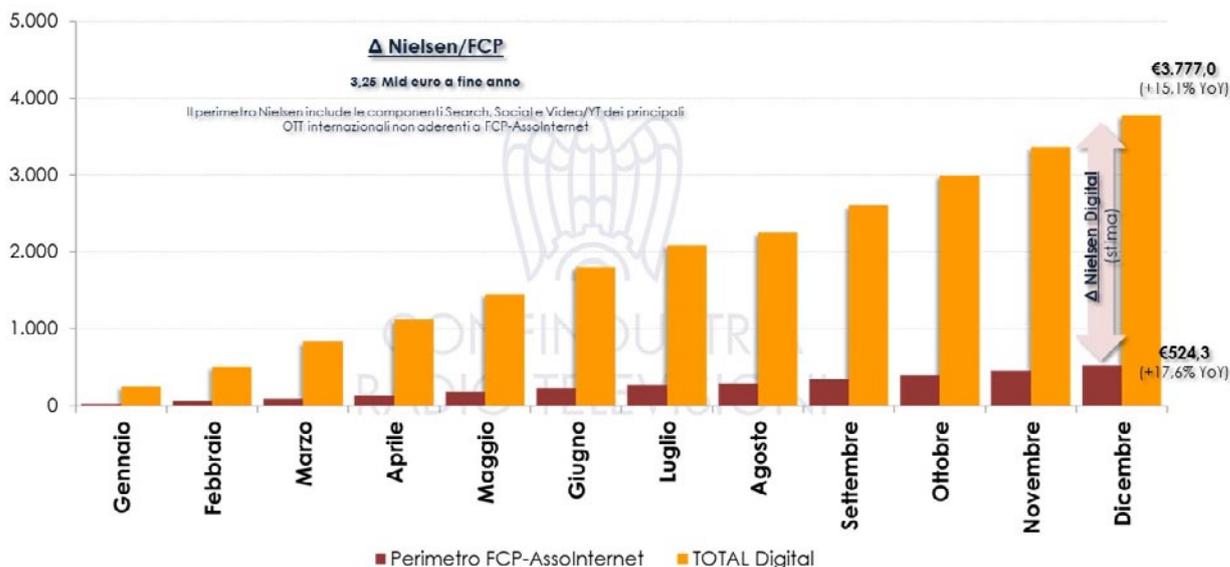
Il mezzo nella sua dimensione TOTAL Digital risulta cumulare una quota di mercato sul perimetro «esteso» pari al 42,5%, la Televisione insieme alla Radio mantengono una quota del 45,9%.

### Investimenti pubblicitari: SETTORI MERCEOLOGICI

A livello di categorie merceologiche, nel mese di dicembre sono 13 i settori merceologici in crescita: il contributo maggiore è portato da Media/Editoria (+48,8%), Bevande/Alcolici (+36,1%) e Cura Persona (+14,6%). In sensibile calo invece gli investimenti di Finanza/assicurazioni (-57,1%), Telecomunicazioni (-30,1%) e Farmaceutici/Sanitari (-23%). Relativamente ai comparti con una maggiore quota di mercato, si evidenzia, nel periodo gennaio-dicembre 2021, l'andamento positivo di Distribuzione (+32,8%), Bevande/Alcolici (+26,3%), Media/Editoria (+31,7%) e Cura Persona (+21,5%). I primi cinque comparti (Alimentari, Automobili, Farmaceutici/Sanitari, Distribuzione, Bevande/Alcolici) rappresentano il 46,0% del totale mercato pubblicitario coprendo un valore di poco inferiore ai 2,6 miliardi di euro: Alimentari e Distribuzione confermano le prime posizioni, con una quota, rispettivamente, del 14,2% e 10,9%.

## Investimenti pubblicitari: FCP-AssolInternet vs TOTAL Digital nei 12 mesi

(milioni di euro; perimetro FCP-AssolInternet vs TOTAL Digital)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV)/Osservatorio Nazionale su dati Nielsen, FCP-AssolInternet

**Conclusioni: tale spaccato, vista l'elaborazione Confindustria Tv su dati Nielsen, come possiamo tradurla dal punto di vista Sindacale: Il 2022 è l'anno in cui dovremo rinnovare il contratto di settore; un anno in cui l'inflazione torna a correre ed invece l'economia comincia a rallentare soprattutto, in queste ultime settimane a causa del conflitto militare Russo/Ucraino.**

**La nostra posizione, come Uilcom è e sarà quella di comprimere le tempistiche e chiudere la rinnovazione contrattuale in tempi brevi evitando tatticismi inutili che indebolirebbero il confronto nel suo complesso ma in particolar modo per i lavoratori e le lavoratrici ci saranno inevitabilmente forti erosioni sui salari.**

### Memo

[1] In Europa, il Digital è ormai il primo mezzo in tutti i principali Paesi (Big-5). Secondo le stime elaborate dai differenti istituti locali (Warc, Zaw, IRAP, InfoAdex) e sulla base dei dati IAB Europe, risulta primo dal 2011 nel Regno Unito, dal 2014 in Francia, dal 2018 in Spagna e Germania.

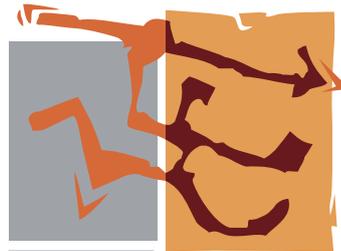
[2] Il "perimetro esteso" integra i dati Internet forniti da FCP-AssolInternet con una survey (Nielsen Digital Survey) condotta su un campione rappresentativo del mercato italiano della pubblicità.

[3] L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen, ad eccezione dei QUOTIDIANI dove vengono utilizzati i dati FCP-Assoquotidiani (Locale, Rubricata e Di Servizio) e per la RADIO quelli di FCP-Assoradio (Extra Tabellare). Per i PERIODICI le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP-Assoperiodici, per INTERNET di FCP-AssolInternet mentre per l'OUTDOOR quelli di AudiOutdoor.

[4] Le aziende aderenti a FCP-AssolInternet sono: 4w MarketPlace, Cairo Media, Class Pubblicità, Editoriale Domus, Edizioni Condé Nast, Hearst Italia, ITALIAONLINE, A. Manzoni & C. (GELE), Mediamond (Gruppo Fininvest), Piemme, Rai Pubblicità (RAI), SKY Media, Società Pubblicità Editoriale e Digitale (Speed), Società Pubblicità e Media (SPM), Sport Network, System 24 (Gruppo Sole24Ore), Subito, TGAdv, Taboola Italy, Teads Italia. 🟡



**fondo nazionale  
p e n s i o n e  
c o m p l e m e n t a r e**



**FONDO  
TELEMACO**

**per i lavoratori delle  
telecomunicazioni**

**PROTEGGI IL CAMMINO DELLE PERSONE CHE AMI**

**Grazie a Telemaco  
puoi richiedere l'iscrizione  
dei tuoi familiari  
fiscalmente a carico**

Visita il sito  
**[www.fondotelemaco.it](http://www.fondotelemaco.it)**  
e scopri i vantaggi  
che l'adesione comporta

## I nostri interessi sono limpidi: la difesa del lavoro

a cura di **Luciano Savant Levra**

# Gruppo TIM: Un piano industriale che non comprendiamo



Il 2 marzo scorso è stato presentato al CdA di TIM il Piano d'Impresa 2022-2024, i vertici approvandolo all'unanimità hanno definitivamente scelto di imboccare la strada della "DEMOLIZIONE" del Gruppo SIP-TELECOM oggi TIM, erede dell'ex monopolista.

Il piano prevede la nascita di una società di rete ed una di servizi.

Nella società "**NetCO**" dovrebbero confluire l'asset di rete fissa, le attività di wholesale e la società Sparkle.

Nella società "dei servizi", di fatto ci saranno 28 milioni di clienti, a partire dal mercato dei grandi clienti "**Enterprise** - Top e Business", "**Consumer** - Retail e Small-Medium", la "**Telefonia Mobile**", tutta la gestione e sviluppo del cloud, a partire dal progetto del "**Cloud Nazionale**", "l'**IOT** - Internet delle Cose" con i progetti di smart cities, la "**Cyber Security**" e "**Tim Brasil**".

Un iniziale "spezzatino" dove la società dei servizi si appresterebbe ad essere il veicolo attraverso il quale l'azionista di riferimento "Vivendi" mira a rientrare delle perdite finanziarie fino ad oggi accumulate. Un'azienda del genere, focalizzata su queste linee di business, è particolarmente appetibile per i fondi d'investimento e come base clienti per il mercato dei contenuti. Si presterebbe poi ad essere ulteriormente "divisa" perché attuando la valorizzazione di alcune specifiche parti di essa (Cloud, Iot, Cybersecurity) si potrebbe realizzare, nel breve e medio periodo, ulteriori ed interessanti profitti.



La società della rete appare invece una mera azienda che venderà connettività all'ingrosso mentre i servizi a valore aggiunto saranno realizzati da altri. Tra l'altro ad oggi, è un soggetto industriale incompiuto, perché sarebbe davvero folle pensare di avere nel Paese due società "wholesale only", la NETCO e la OPEN FIBER, quest'ultima già a diretto controllo pubblico.

Quindi ci si appresta ad avere un'azienda nella quale occorrerà concentrare nei prossimi anni ingenti capitali sapendo che, una volta terminata la costruzione dell'infrastruttura in fibra, sarà limitata ad erogare connettività ed essere manutentore della RETE. Da evidenziare con grande attenzione che tale Infrastruttura di RETE, con le tecnologie attuali e future, potrà essere in gran parte "gestita centralmente" superando l'attuale configurazione territoriale nella quale oggi sono impegnati migliaia di lavoratrici e lavoratori.

Questa impostazione, riteniamo, che difficilmente potrà garantire lo sviluppo ma-

niera omogenea ed inclusiva di una rete ad alta velocità in tutta la nazione, per chiarezza una infrastruttura univoca che possa dare un servizio paritetico all'intero Paese senza disuguaglianze geografiche e territoriali.

Tutto ciò perché l'implementazione dell'intelligenza della rete sarà lasciata molto probabilmente al libero mercato ed alla convenienza che i competitor avranno nel portare servizi innovativi esclusivamente nelle aree profittevoli a discapito di quelle dove l'investimento non è commercialmente appropriato.

Si profila quindi una società che sebbene possa essere a controllo statale non avrà prospettive di sviluppo e non risolverà il problema "pubblico" del DIGITAL DIVIDE. Se i numeri che circolano in questi giorni sono veritieri, si parla di 25/30.000 persone che possano transitarvi, un'azienda che entro il 2026 avrà finito la progettazione dell'infrastruttura di base per poi limitarsi a gestirne la manutenzione e la

vendita all'ingrosso della larga banda non è una dinamica che tranquillizza, sia sotto il profilo della tenuta occupazionale che per la qualità del lavoro che dovrà svolgere. Il tutto con il gravoso peso dell'ingente debito pregresso di Tim e di quanta parte ne verrà assegnato alla nuova società di rete.

In questo contesto, già di per se problematico, si arriva a dichiarare anche la vendita immediata dell'ultima parte di INWIT, azienda strategica nel settore delle infrastrutture per le telecomunicazioni elettroniche e chissà, magari domani, prospettare la cessione del Brasile privando così definitivamente l'Italia di un'azienda di sistema.

Siamo di fronte ad un tentativo di socializzazione delle perdite e privatizzazione degli utili con annessi e conseguenti danni alle lavoratrici ed ai lavoratori che pagheranno pesantemente i costi delle scarsissime prospettive industriali di questo progetto. Al Paese si accolleranno i costi del debito di Tim senza avere un ritorno in



dove il motore fondamentale del GRUPPO TIM, composto dalle/dai 43.000 lavoratrici e lavoratori in esso occupate/i, per UILCOM UIL valore imprescindibile, espressione di professionalità, competenze e dedizione, all'arrivo delle molteplici Governance alternatesi vorticosamente in questi anni, venga da prima arringato con una mirabolante retorica motivazionale per raggiungere gli obiettivi prefissati salvo poi, causa il fallimento delle strategie dei vertici aziendali e dei dirigenti preposti ad applicarle, finire in secondo piano ed addirittura diventare un problema di costo.

termini di miglioramento dell'infrastruttura e non avendo visibilità di cosa si farà per preservare, dati ed apparati, legati alla sicurezza nazionale, elemento fondamentale in questo drammatico e tremendo periodo.

Basta guardare la reazione dei mercati dove il titolo langue ai minimi storici, per capire che questo progetto non trova la rispondenza adeguata per rilanciare il Gruppo Tim ed aumentare il suo valore. In tutto ciò nelle possibili dinamiche di consolidamento delle TELCO, che si stanno sviluppando a livello europeo, l'Italia rischia di non avere alcuna voce in capitolo perché è in procinto di disgregare il leader nazionale delle telecomunicazioni.

Gli alti rappresentanti dei maggiori partiti e movimenti politici che stiamo incontrando esprimono una generale convergenza sui nostri temi ma il Governo, che ha in mano la gestione della situazione, continua a tacere sull'intera vicenda, inopportuno pensando che lo scorporo della RETE sia la soluzione del problema al ritardo infrastrutturale del Paese. C'è un

assordante silenzio che ondeggia tra l'indifferenza o, peggio ancora, utile a non disturbare il manovratore.

Viene da chiedersi allora quali siano gli interessi in campo. I nostri interessi sono limpidi: la difesa del lavoro, in Tim come in tutto il settore delle TLC, l'integrità e la stabilità del Gruppo TIM.

Il tutto passa attraverso la messa in discussione di scelte sbagliate che, lo ribadiamo, hanno poco di industriale e moltissimo di finanziario.

Mentre andiamo in stampa è arrivata la notizia che i vertici di TIM hanno parzialmente aperto all'offerta di KKR, fondo americano tra i più importanti al mondo, azione che avviene dopo circa 4 mesi dalla manifestazione di interesse avanzata dal fondo per acquisire l'intero Gruppo, una mossa che guardiamo con attenzione anche in merito al fatto che accade a ridosso del 7 aprile, data in cui è convocata l'assemblea dei soci.

L'impressione che emerge è quella di essere dentro ad un gigantesco gioco dell'oca

**Ci troviamo di fronte ad un percorso lungo, pieno d'incognite, irto di difficoltà quindi, rispetto ad un piano industriale che con la sua applicazione si appresta a distruggere definitivamente l'ex monopolista, la UILCOM UIL con i suoi iscritti e simpatizzanti, le lavoratrici e lavoratori del Gruppo Tim, riafferma che in questo contesto gli attuali livelli occupazionali non si toccano e tantomeno si possono chiedere ulteriori sacrifici alle lavoratrici e lavoratori del Gruppo TIM!** ●



**DIFENDERE L'AMBIENTE È UN DOVERE VERSO LA VITA**



## “Obbligatorietà nel reimpiego del personale dell'appaltatore uscente da parte di quello subentrante”

a cura di **Fabio G. Gozzo**

# L'Ispettorato del Lavoro sanziona la Cooperativa che non applica la **Clausola Sociale**



“Importante pronunciamento dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro (INL) che a Messina ha verbalizzato e sanzionato nei mesi scorsi la Cooperativa sociale Asso di Cesena, aggiudicataria della gara per il servizio di call center del CUP Ospedaliero cittadino, per non aver applicato ai fini contributivi il CCNL delle Telecomunicazioni previsto per i lavoratori addetti a quel tipo di attività.

Secondo l'INL, Asso non ha rispettato la “Clausola sociale per cambio appalto nei Call Center” di cui all'art. 1, comma 10 legge 11/2016 né del CCNL TLC che la regola né financo il bando di gara della committenza. Ma non solo. Tale suo comportamento ha configurato

una minore contribuzione previdenziale per i lavoratori da lei impegnati sulla commessa che come tale, anche con effetti di retroattività, deve essere oggetto di sanzione e di recupero delle somme relative.

È stata la UILCOM UIL di Messina, d'intesa con la Segreteria regionale, a denunciare il caso alle autorità preposte investendo, a livello politico, la VI Commissione Sanità dell'ARS (Assemblea Regionale Siciliana) seguendo attivamente ogni fase di questa vertenza.

Così, dopo le interlocuzioni politiche regionali, si è attivata una serie di azioni culminate con la verifica ispettiva dell'INL che con l'accertamento ha provveduto al corretto inquadramento dell'attività svolta dalla Cooperativa Sociale Asso, sulla base dell'attività descritta dal codice Ateco 82.20.00, ovvero “call center in entrata che rispondono a chiamate dell'utente tramite operatore”, cui corrisponde il codice Statistico Contributivo 70708. Conseguentemente a tale inquadramento l'INL ha provveduto ad individuare il contratto collettivo applicabile nel contratto delle TLC, stipulato tra le organizzazioni comparativamente più rappresentative del settore, considerando valida a tutti gli effetti l'anzianità di servizio già maturata e non è stabilendo una nuova imposizione contributiva secondo le aliquote proprie del settore. A questo punto è interessante ripercorrere alcuni aspetti



di impresa di cui all'art. 2070 c.c. rileva pertanto sia per l'inquadramento aziendale ai sensi della l. n. 88/1989, sia per il calcolo della contribuzione obbligatoria sugli importi delle retribuzioni previste dai contratti collettivi c.d. leader nella categoria di riferimento.

In merito al corretto inquadramento dell'azienda è noto che l'art. 49, c. 1, l. n. 88/1989 prevede che la classificazione dei datori di lavoro disposta dall'Inps abbia effetto "a tutti i fini previdenziali ed assistenziali". La norma individua quindi sei settori di riferimento (industria, artigianato, agricoltura, terziario, credito assicurazione e tributi, a cui si aggiungono le attività varie) e, per ciascun settore, le attività che vi sono ricomprese. Attualmente, dopo l'adozione di una nomenclatura unica delle attività economiche basata sulla codifica ATECO 2007, l'Istituto tendenzialmente si limita a ricondurre al codice ATECO indicato dall'impresa alla Camera di Commercio uno specifico codice contributivo statistico, che determina l'inquadramento previdenziale. Tale procedura automatizzata non modifica però la possibilità per l'Inps di attribuire ai datori di lavoro una classificazione nel settore di riferimento in relazione all'attività effettivamente esercitata con i dipendenti assunti (cfr. Circolare Inps n. 80/2014).

L'inquadramento stabilito dall'Inps pertanto fa stato nei confronti di ogni altro ente. Tale previsione normativa è stata ripetutamente confermata dalla dottrina e dalla giurisprudenza, quale emanazione di un atto tipico, destinato a produrre effetti non limitati all'ordinamento interno dell'INPS e alla determinazione dei suoi crediti, ma valido erga omnes nell'intero ordinamento previdenziale e assistenziale".

In definitiva questa vicenda con i suoi conseguenti sviluppi segna un punto da mettere sul tavolo e da far valere anche in analoghe situazioni, sempre più frequenti, di appalti pubblici (vedi gara Consip) nei quali l'inservanza della Clausola Sociale sembra acquisita nella indifferenza delle Istituzioni. Il nostro Sindacato continuerà a battersi in tutte le sedi a favore della sua totale applicazione perché la Uilcom ha fortemente voluto questa norma per i lavoratori dei Call Center, fino a farla diventare legge dello Stato nel 2016, e crede che essa vada sempre difesa convintamente da tutti in ogni circostanza. 🟡

tecnico/giuridici dell'atto sanzionatorio dell'INL che chiariscono i presupposti di diritto con cui l'Ispezzione ha inteso procedere.

Un primo importante principio è il richiamo alla "obbligatorietà nel reimpiego del personale dell'appaltatore uscente da parte di quello subentrante, considerato che esso dovrà avvenire a parità di condizioni di appalto mantenendo l'anzianità pregressa e tutti i trattamenti salariali ed i diritti normativi (cfr. CCNL TLC - Call Center), compresa la continuità della storia disciplinare dei lavoratori e la tutela ex art. 18 dello Statuto dei Lavoratori, ciò anche in ossequio alle linee guida dell'ANAC secondo le quali "l'applicazione delle clausole sociali deve in ogni caso avvenire in armonia con la disciplina recata dalle disposizioni dei contratti collettivi di settore". Ebbene, se è vero che le clausole sociali non possono comprimere l'autonomia imprenditoriale di cui all'art. 41 Cost., è parimenti vero che la clausola sociale non può essere il mezzo per ridurre le tutele dei lavoratori. Pertanto, come ribadito da una recente pronuncia del Consiglio di Stato, "l'elasticità di applicazione della clausola non può spingersi fino al punto

da legittimare politiche sociali di dumping sociale, in grado di vanificare gli obiettivi di tutela del lavoro" (Cfr. Consiglio Stato, sezione V, n. 3885/2019).

**Altro fondamentale punto affermato si riferisce all'inquadramento previdenziale dell'impresa nell'ambito delle attività del CCNL Telecomunicazioni** conclusione cui l'INL è pervenuta attraverso i passaggi che si riportano integralmente nel seguito.

"L'Ispezzione Nazionale del Lavoro ha fornito apposite istruzioni operative con l'emanazione della circolare n. 1 dell'11 marzo 2020 e si è pronunciato anche sull'individuazione del contratto collettivo di riferimento per determinare la retribuzione imponibile ai fini previdenziali.

Secondo la circolare, la classificazione previdenziale dei datori di lavoro effettuata dall'Inps in base all'attività svolta ha delle ricadute anche sull'individuazione del C.C.N.L. applicabile per determinare la retribuzione da assoggettare a contribuzione ai sensi dell'art. 1, c. 1, d. l. n. 338/1989. La categoria dell'attività

**Non basta dire che il mondo  
è cambiato, bisogna accompagnare  
e gestire il cambiamento,  
con i fatti, non con le parole**

a cura di **Roberta Musu**

## Risorse umane: **patrimonio o mero costo del lavoro?**



Negli ultimi due anni, abbiamo (spero) assunto la piena consapevolezza di quanto l'informazione di qualità sia elemento fondamentale e strutturale in un paese democratico.

L'informazione rende consapevoli, partecipi, e soprattutto liberi di scegliere, a questo si aggiunge il valore della cultura, patrimonio inestimabile per qualsiasi società che si reputi "civile".

Il 2022 è iniziato, in mezzo ai dati della pandemia che oltre alla salute, sta logorando animi, pensieri e finanze e da qualche settimana soffiano anche i venti di guerra.

In questo scenario l'era del digitale, la trasformazione di processi secondo le nuove tecnologie, prosegue, con maggiori incertezze sul futuro e con orizzonti indeterminati.

Il settore Editoriale si sta riorganizzando, il 2021 e questo inizio 2022 sono stati e continuano ad essere scanditi da piani di riorganizzazione dei più grandi gruppi, investimenti sul piano digitale, implementazione dello smart working in forma strutturale e gravi problemi sul piano dei costi dell'energia, problemi già esistenti e fortemente acuiti dalla guerra in corso.

Tra dati di contagio e stati di emergenza, bombardamenti su persone inermi, ree semplicemente di essere nate e di vivere in una determinata zona geografica del mondo, il nostro paese fa i conti con una politica che anziché confrontarsi nel merito con le Organizzazioni Sindacali, si affida ai proclami, quando va bene.



Le Organizzazioni Sindacali di categoria, da tempo richiedono un tavolo di confronto istituzionale con il Sottosegretario all'Editoria, che parla con tutti tranne con chi rappresenta i bisogni delle persone, nonostante un laconico tweet risalente a marzo 2021 dove affermava che avrebbe incontrato "tutti gli esponenti del settore editoria e informazione" con un bellissimo ma esclusivamente decorativo "hashtag" #nessunoescluso.

Sentiamo spesso dire, dalla politica, che il Sindacato deve fare proposte (mica possiamo solo lamentarci eh), ma a chi rivolgere le proposte quando dopo mesi e mesi di reiterate richieste di incontro, non arriva nessuna risposta?

Una situazione che è il sintomo di una politica ornata di litigiosità, in costante e infinita campagna elettorale, i cui esponenti - uomini e donne - caracollano su posizioni acchiappa like a seconda di dove "tira" il consenso. Tutto per un like, anche il consenso è diventato "digitale", ma quanto è vero questo presunto consenso?

Ai posteri l'ardua sentenza, e mentre nel mondo virtuale tutto procede tra inventati esperti, dati contrastanti e inflazione galoppante, fuori dai monitor c'è la vita reale. Quella fatta di persone che ogni giorno devono fare i conti, nel vero senso della parola, per poter far fronte alle esigenze, spesso primarie. La vita fatta delle necessità quotidiane: nutrirsi, pagare affitto/mutuo, bollette (tasto dolente, anzi dolentissimo), vestirsi, eccetera.

E per fare tutto ciò serve il lavoro, sul quale, ad oggi mancano adeguate politiche, a partire da una inesistente struttura di incrocio tra domanda e offerta, orientamento, inserimento - con buona pace del Job Act che doveva essere la panacea di tutti mali.

Lavoro difficile da trovare, lavoro precario e lavoro che viene considerato quasi un privilegio per chi ce l'ha, lavoro da cui ripartire per poter delineare orizzonti più concreti.

Perché non basta dire che il mondo è cambiato, bisogna accompagnare e gestire il cambiamento, con i fatti, non con le parole.

Evoluzione non significa solo cambiare il nome a cose o ruoli, Human Resource può sembrare più chic di Risorse Umane, ma al di là dello sfoggio di vocaboli inglesi (fa tendenza), la verità è che in gran parte dell'approccio industriale, le risorse umane sono costo del lavoro e non risorse.

Costo del lavoro da ridurre, espellere se con anzianità di servizio elevate, ovviamente sostituito con nuove - ma minori - "risorse" alle quali pagare meno salario e garantire meno diritti possibili.

Vengono decantate le esigenze di nuove professionalità, ma in molte aziende non esiste una mappa delle competenze, e non si investe sulle persone, meglio la politica del ricambio.

Si parla dei giovani, ma a loro spesso è relegato il ruolo di comparsa attraverso stage non pagati o contratti precari.

Abbiamo bisogno di un confronto che metta al centro le persone, perché le risorse umane sono fonte di intelligenza, qualità, produttività e competenze, e per consolidare, innovare e aggiornare le competenze serve una politica strutturale di formazione e riconversione professionale e sino a quando il paradigma non cambierà e parte del mondo imprenditoriale continuerà a considerarle costo e non valore, avremo una società schizofrenica che viaggia a velocità diverse.

A questo dovrebbe servire la politica - dal greco politikè, arte di governare gli stati - lo dice la parola stessa!

In una evoluzione sana e responsabile, tutti i soggetti coinvolti sono chiamati a dare un contributo, e in un'ottica di evoluzione delle Relazioni Industriali, il confronto è fatto anche di ascolto, ma non c'è peggior sordo di chi non vuol sentire, perché rispondere ai bisogni significa anche mettersi a disposizione e provare a trovare soluzioni insieme.

Noi vogliamo essere protagonisti, non antagonisti, ma per farlo bisogna essere in due ed è su questo principio che si svolgerà la sfida più grande. 🌟

**Azienda leader in Italia  
e tra le più affermate realtà  
in Europa nel settore  
del packaging secondario  
per l'industria farmaceutica**

a cura di **Roberto Retrosi**

## Palladio Group da piccola impresa locale a solida realtà internazionale



Una storia iniziata nel 1946, quando Antonio Marchi decise di seguire le orme del padre Girolamo rilevando una piccola tipografia nel cuore di Vicenza. Un momento storico, il dopoguerra, in cui si tornava a guardare con fiducia al futuro proprio grazie a questa visione, a un approccio innovativo e a un forte orientamento ai risultati, iniziò uno straordinario processo di crescita che portò l'azienda a diventare, da piccola impresa locale, una solida realtà internazionale sinonimo di qualità e affidabilità.

Oggi, dopo oltre 70 anni, Palladio Group conta oltre 800 collaboratori impiegati in otto stabilimenti dislocati tra l'Italia, l'Irlanda, la Serbia e la Russia, in grado di soddisfare ogni giorno le esigenze dei clienti con prodotti personalizzati e servizi all'avanguardia, risorse da coltivare ogni giorno. Da sempre il Gruppo crede nel valore delle persone e nell'importanza di investire quotidianamente in attività di formazione che creino grandi opportunità di crescita per i suoi collaboratori. Dal desiderio di coltivare la cultura dell'apprendimento e di condividere il know-how aziendale.

La ricerca dell'eccellenza è da sempre nel DNA dell'Azienda, riesce a garantirla ogni giorno solo grazie all'impegno e alla passione del suo team, a cui dedica ogni successo raggiunto in questi anni. Il Gruppo pone i suoi obiettivi su ricerca, qualità, precisione, basi solide che lo hanno portato a diventare oggi l'Azienda leader in Italia e tra le più affermate realtà in Europa, nel settore del packaging secondario per l'industria farmaceutica.



Grazie a un know-how consolidato, ogni giorno i suoi esperti si dedicano a progettare la miglior soluzione per ogni business, al fine di instaurare rapporti non solo di fornitura ma anche di collaborazione, fondamentali in un'ottica di innovazione. Scegliendo Palladio Group, non ci si affida unicamente a un produttore preciso ed efficiente, ma a un vero e proprio partner per il packaging.

L'Azienda mira ad essere riferimento del mondo Healthcare, anticipando le esigenze dei suoi partner con soluzioni innovative di valore, garantendo il rispetto di programmi e iniziative sostenibili dal punto di vista ambientale, sociale ed economico.

La sua mission è quella di fare dell'eccellenza il suo standard, prestando grande attenzione all'innovazione e alla completa sostenibilità dei processi. Altro punto di vanto è la Palladio Academy un programma formativo d'eccellenza, definito come "un nuovo modo di conoscere la conoscenza". Un progetto di formazione incentrato sullo sviluppo delle competenze

dei dipendenti attraverso corsi di formazione sviluppati ad hoc sulla base del livello professionale. Palladio Academy è guidata da dieci fondatori che si avvalgono dell'aiuto di più di 35 formatori che, con grande impegno e costanza, portano avanti l'obiettivo di mantenere sempre alto lo standard di formazione in qualsiasi stabilimento del Gruppo.

Per diffondere il know-how aziendale, Palladio Academy ricorre inoltre a preziosi strumenti come Palladio Wiki, una vera e propria enciclopedia del sapere di Palladio Group. La conoscenza è una risorsa comune per questo, ogni dipendente o collaboratore può accedere a Palladio Wiki e consultarla per trovare informazioni, aggiornamenti o approfondimenti su tutto ciò che riguarda il mondo di Palladio Group.

I prodotti lavorati offrono al cliente più soluzioni, astucci, blister e display box, in cartoncino teso, micro-onda e riciclato, ognuno di essi realizzati in differenti forme, colori e misure il Gruppo progetta e realizza packaging che possono essere totalmente personalizzati in base alle necessità del cliente. Con il suo ampio know-how, offre soluzioni di stampa con tecnologia offset con vernice UV e base d'acqua, flexo e digitale.

Negli anni ha sviluppato una straordinaria esperienza nel campo dei fogli illustrativi, servendosi di impianti all'avanguardia, produce fogli in bobina singola, doppia e tripla, stesi, piegati e pre-piegati, fogli con perforazione, outsert con etichette di chiusura e outsert chiusi con colla a freddo.

Realizza etichette autoadesive in bobine su diverse superfici carta, materiale trasparente o compostabile. La produzione include inoltre etichette multi pagina, con testo Braille, peel-off, etichette tamper evident arricchite anche con sistemi di anti contraffazione e ulteriori etichette speciali.

Da sempre investe in ricerca e sviluppo, con l'obiettivo di realizzare prodotti e servizi fortemente innovativi, capaci di rispondere alle crescenti esigenze di clienti e consumatori finali. PhutureMed nasce come risposta alla medicina del futuro. Un programma sviluppato per creare una soluzione di smart packaging innovativo in

grado di supportare i pazienti nel monitoraggio e nell'osservanza della terapia. PhutureMed prevede molteplici soluzioni di packaging intelligente, tra cui Memo Solution e PluggyMed.

Un sistema completo per la produzione in 24 ore e la consegna "Just in Time" di packaging secondario per l'industria farmaceutica. Dotato di linee con tecnologia di stampa digitale e integrate con sistemi automatici di ispezione visiva al 100%, P24 consente la produzione on demand di astucci, foglietti illustrativi ed etichette. Produzione in 24 ore con drastica riduzione dei tempi di consegna. Eliminazione dei controlli in ingresso grazie all'ispezione visiva 100%. Gestione delle richieste in tempo reale e immediata risposta ad eventuali variazioni normative, con zero rischi di obsolescenza.

Zero scorte di materiali di packaging con riduzione del TCO (Total Cost of Ownership). Estrema flessibilità dell'ordine e possibilità di gestire piccoli lotti sino alla singola confezione personalizzata

InFact è uno speciale sistema di approvvigionamento basato su una piattaforma logistica integrata che, attraverso l'utilizzo della tecnologia RFID, consente la gestione della tracciabilità in tempo reale delle consegne al cliente.

Palladio Group può contare sull'esperienza decennale di Pharma Partners, che offre due divisioni interconnesse e separate Officina Farmaceutica e consulenza. L'Officina Farmaceutica è specializzata nei servizi di Serializzazione e Track & Trace. È autorizzata a svolgere l'attività di certificazione del lotto per farmaci sterili e non sterili e, inoltre, al confezionamento secondario di farmaci ad uso umano e animale, di farmaci stupefacenti, di dispositivi medici e di integratori alimentari. La divisione consulenza opera invece nel regolatorio del settore cosmetico.

Combinando progettazione grafica, pre-stampa e controllo di qualità a più livelli, il team di The Phactory fornisce file pronti per la stampa di alta qualità, personalizzati in base alle esigenze del cliente.

Il gruppo pur producendo packaging applica il contratto dei grafici una particolare eccezione per questo settore. ●

**Un contenitore unico  
che comprenda le varie componenti  
del set e le industrie di produzione,  
post-produzione  
e cosiddette tecniche**

a cura di **Giovanni Di Cola**

## Cine-audiovisivo al contratto unico di filiera: **un obiettivo più vicino**



I rinnovi dei CCNL del settore cine-audiovisivo sono tutti in corso. La novità è il contratto di filiera, un contenitore unico che vuole comprendere le varie componenti del set e le industrie di produzione, post-produzione e cosiddette tecniche. Come UILCOM è un obiettivo che perseguiamo da tempo, che ora è stato condiviso dalle Parti e quindi già oggetto di un verbale a monte dell'apertura dei rinnovi in discussione.

Lo scorso autunno, pur nella complicata fase pandemica, non ancora conclusa, e della gestione del relativo protocollo specifico per i set, abbiamo condiviso fra OO.SS. e Associazioni Datoriali di addivenire a un contratto di filiera, una cornice armonizzata per tutto il settore, con la previsione, fra l'altro, di estendere la regolamentazione alle figure oggi escluse, a partire da attrici e attori e stunt e di realizzare una bilateralità che consenta di strutturare degli strumenti in tema di rappresentanza e sicurezza sui luoghi di lavoro. Sono elementi, a nostro avviso, imprescindibili per garantire inclusività - un punto che un Organizzazione Sindacale confederale non può che considerare un suo patrimonio - ed esigibilità e consequenzialmente una capacità di "governo" delle dinamiche del settore.

Nel momento in cui scrivo, abbiamo raggiunto l'accordo per il rinnovo del CCNL dei Generici (le ex comparse, per intenderci) e stiamo terminando la stesura per la sottoscrizione di quella che sarà, a fine corsa, una sezione del contratto del cine-audiovisivo (naturalmente la decorrenza interverrà da subito).



In questa intesa ci sono risultati sia sul fronte specifico che su quello di filiera. C'è un aumento economico importante, a partire dal 10% circa, e un allineamento di istituti alle troupes cinematografiche e audiovisive, quali maggiorazioni di festivi, straordinari, ecc. e quantificazione forfettaria percentuale di TFR, ferie, tredicesima e quattordicesima, ecc. (corrisposte contestualmente alla retribuzione, giornaliera o settimanale), che supera una storica distinzione, discriminante. C'è inoltre, nella "prosecuzione" di questo allineamento, una prima base, anche per altri contratti-sezioni del settore, di parte comune e di armonizzazione. Parte comune non consisterà solo in un denominatore comune minimo di alcuni articoli, ma avrà norme, delle prime materie di bilateralità, trasversali quale gli strumenti di gestione del contenzioso - di particolare nota per la prevalente discontinuità dei rapporti di lavoro.

Abbiamo già presentato una proposta completa per gli Stunt, una categoria allo stato priva di regolamentazione contrattuale. Nella logica e nel percorso del con-

tenitore unico, la bozza tratta gli articoli specifici e quindi passa ai rimandi alla prossima parte comune ovvero in via transitoria, per quanto non previsto, ai contenuti del CCNL dei Generici con gli allineamenti già concordati con il CCNL delle Troupes e al termine alla regolazione complessiva, comune del settore.

Nello specifico la proposta per gli stunt vuole essere una fotografia della realtà, una trascrizione, per quanto possibile, delle buone prassi - essendo una prima normazione di queste professionalità.

Quanto alla bozza per le Attrici e gli Attori la ratio, e di conseguenza l'impianto, sono i medesimi, anche se in questo caso si dovrà tenere conto di alcune diversificazioni presenti e stratificate nel tempo relative alla natura del rapporto di lavoro, non univoco. Qui non va dimenticata la possibilità di fare uso, con le opportune modifiche in caso, del protocollo di accordo per la regolamentazione sul lavoro a tempo determinato e sul lavoro autonomo sottoscritto dalle Parti più di tre anni fa, che

rappresentava un primo tentativo di "governare" tali particolarità, in ambito generale, del cine-audiovisivo. Fra l'altro, il protocollo in questione potrà essere anche una modalità per comprendere o determinare in modo più definito altre figure, che potrebbero andare, per dare un'idea, dalla fonia del doppiaggio al video-making, da prevedere in "sezioni" già esistenti della contrattazione di settore.

Un altro punto, fondamentale, contenuto nell'accordo sui generici è l'estensione del campo di applicazione a tutti i vari prodotti audiovisivi a seguito dell'evoluzione, e della crescente domanda, degli ultimi anni. Una necessaria rivisitazione del campo di applicazione che accomuna, va da sé, anche il CCNL delle Troupes e il CCNL dell'industria Cine-audiovisiva (che spazia dalla produzione alla post, dai teatri di posa alle aziende tecniche).

Siamo all'eterno contratto troupes, scaduto da ben più di quindici anni. Più volte anche recentemente è parso vicino il raggiungimento di un accordo. Le riflessioni fatte in



questa fase di rinnovi, complessivamente, in discussione ci portano a concentrarci su alcuni elementi dirimenti quali orario di lavoro, classificazione e formazione.

Le innovazioni tecnologiche e di mercato hanno modificato le modalità e le competenze di produzione dei contenuti. Le scadenze della programmazione e la forte competizione di carattere internazionale comprimono i tempi e aumentano l'orario con conseguenze importanti sul recupero psico-fisico e la conciliazione vita-lavoro. La classificazione va rivista, aggiornata e ordinata, e parallelamente appare opportuno valutare come garantire i percorsi di formazione, di sviluppo, trasmissione e mantenimento delle competenze. L'opzione praticabile quindi, per la chiusura di un'intesa fra le Parti, è quella di una sperimentazione su questi punti, oltre naturalmente all'aumento economico dei minimi tabellari per un adeguato riconoscimento e recupero economico.

Per il contratto delle imprese di produzione, post e aziende tecniche, escluso il tema

dell'orario, trattandosi di una "sezione" più tradizionale (è la sola con una natura strutturale di rapporti a tempo indeterminato nel settore), i punti sono gli stessi: classificazione, formazione e apprendistato, retribuzione ed inoltre un approfondimento in materia di conciliazione vita-lavoro e istituti sindacali, che consenta miglioramenti a situazioni ferme da tempo.

Last but not least, il CCNL del Doppiaggio. Il nodo, che si trascina da tempo, è come gestire l'evoluzione, che c'è stata negli scorsi anni, della diversificazione dei prodotti, nella crescita della domanda di contenuti e nell'ingresso di nuovi soggetti internazionali. Così da garantire un equo riconoscimento economico della prestazione resa (qui di natura autonoma).

A questo punto ci possiamo soffermare sulla parte comune del "costituendo" contratto di filiera. Come detto, non è solo un minimo comune denominatore delle sezioni derivanti dai CCNL in essere e dagli accordi sulle figure oggi non regolamentate - che rappresenta comunque

un'importante semplificazione (da 7 fra contratti e accordi, già esistenti o comunque discussi, a 1 contratto), un superamento di eccessi di corporativismo e una virata verso l'inclusività e la centralità del lavoro tutto, nel cine-audiovisivo. Non necessariamente in coda alla discussione delle "sezioni" e pertanto anche attraverso un protocollo specifico, che sia trasversale, abbiamo condiviso di sostenere una bilateralità di settore che dovrà comprendere un quadro ampio, nel quale sviluppare percorsi e strumenti di rappresentanza, sicurezza, formazione e contenzioso. Sarà decisivo determinare un adeguato finanziamento, a partire dalla quota fin qui definita (sul primo rinnovo, quello dei generici, è lo 0,30% della retribuzione) perché il proposito e l'obiettivo di una partecipazione delle Parti che sia incisiva e sistemica non restino solamente sulla carta.

L'obiettivo che ci siamo dati è più vicino, una regolamentazione moderna e un ruolo della nostra Organizzazione Sindacale, anche alla luce della dei risultati in termini di crescita, più organico e articolato. 

P A C E



## Novità dalla Legge di Bilancio e Decreto Milleproroghe

a cura di **Fulvio Tranquilli**,  
*Dottore Commercialista e Revisore Contabile*

# Legge di Bilancio e Decreto Milleproroghe per Famiglie ed Imprese



**LEGGE DI BILANCIO:**  
**Legge 30 dicembre 2021, n. 234.**  
**Bilancio di previsione dello Stato**  
**per l'anno finanziario 2022 e bilancio**  
**pluriennale per il triennio 2022-2024.**  
**(21G00256) (GU Serie Generale n.310**  
**del 31-12-2021 - Suppl. Ordinario n. 49)**

Anche per l'anno 2022 la consueta "Legge di Bilancio" (ovvero la legge 30/12/2021 n.234) ha introdotto unitamente alla "Manovra 2022" (costituita sostanzialmente dal "Decreto fiscale" (Decreto legge 21/10/2021 n.146) e dal

"Decreto PNRR" (decreto legge 06/11/2021 n.12)) importanti disposizioni nel campo fiscale. Nel presente elaborato vengono riassunte le principali novità di prevalente interesse sia per le famiglie che per le imprese, che hanno riguardato:

- Le modifiche alla struttura dell'Irpef;
- La esclusione dell'IRAP per i lavoratori autonomi;
- La proroga delle detrazioni edilizie e della opzione del credito/sconto in fattura;
- La proroga della sospensione (anche per il 2021) delle quote di ammortamento dei beni strumentali;
- La proroga con modificazioni del credito d'imposta per investimenti in beni strumentali nuovi e del credito d'imposta in ricerca e sviluppo;
- Il rifinanziamento degli incentivi per l'acquisto di veicoli meno inquinanti.

Più avanti sono trattate le suddette disposizioni normative distinguendone la relativa tematica ed in alcuni capitoli sono stati introdotti ulteriori argomenti la cui trattazione è stata ritenuta di particolare utilità e di necessario approfondimento, anche alla luce del c.d. "Decreto Mille-





abituale un'attività autonoma organizzata diretta alla produzione o allo scambio di beni o alla prestazioni di servizi.

La Legge di Bilancio 2022 modifica la soggettività passiva dell'IRAP, stabilendo appunto che a decorrere dal 2022 l'irap (D.lgs. 15/12/1997 n.446), non è dovuta dalle persone fisiche esercenti attività commerciali ed esercenti arti e professioni.

A tale esclusione risultano comprese anche: le Imprese familiari; le imprese in liquidazione sia volontaria che giudiziaria e concorsuale. È bene ribadire che (rif. Sentenza Corte di Cassazione Sez. riunite del 14/04/2016 n.7371) l'attività esercitata da società semplici o associazioni senza personalità giuridica costituite fra persone fisiche per l'esercizio in forma associata di arti e professioni è sempre soggetta ad IRAP a prescindere dalla sussistenza dell'autonoma organizzazione.

**La proroga delle detrazioni edilizie e della opzione del credito/sconto in fattura.**

La Legge di Bilancio 2022 ha introdotto anche la proroga delle detrazioni spettante alle persone fisiche che investono nel miglioramento dei propri immobili.

#### **Per il recupero dei patrimoni edilizio**

Infatti per le spese sostenute fino al 31/12/2024 spetta una detrazione del 50% delle spese sostenute sino ad un limite di spesa di €96.000,00. Tale agevolazione si riferisce ad: 1) interventi edilizi (manutenzione ordinaria su parti comuni, manutenzione straordinaria, ristrutturazioni, restauro e risanamento conservativo) ed interventi specifici (eliminazione barriere architettoniche); 2) acquisto di box e posti auto pertinenziali.

Poi è stata previsto che dal 01/01/2025 si tornerà alla disciplina a regime a suo tempo prevista, ovvero detrazione del 36% nel limite di spesa di €48.000,00 per unità immobiliare.

#### **Per l'acquisto di mobili e grandi elettrodomestici (bonus arredo)**

La normativa vigente nel corso del 2021

(DL 04/06/2013 n.63) prevede la detraibilità del 50% delle spese sostenute (per il 2021 sino ad €16.000,00) per l'arredo degli immobili oggetto di interventi di recupero del patrimoni edilizio. La legge di bilancio 2022 ha prorogato sino al 31/12/2024 tale detrazione ovvero del 50% della spesa riducendone gli importi ai seguenti limiti: €10.000,00 per il 2022, ed €5.000,00 per il 2023 ed il 2024.

Il bonus arredo richiede che:

- le lavatrici, lavasciugatrici e lavastoviglie siano di classe non inferiore alla E;
- i frigoriferi e congelatori siano di classe non inferiore alla E;
- i forni siano di classe A.

#### **Detrazione per risparmio energetico (eco bonus)**

È stata prorogata sino al 31/12/2024 la detrazione per gli interventi di risparmio energetico, confermando le seguenti percentuali: 65% sulle spese sostenute per la generalità degli interventi; 50% sulle spese sostenute per specifici interventi, quali acquisto e posa in opera di finestre ed infissi, schermature solari; del 70-75% o del 80-85% sulle spese sulle parti comuni degli edifici condominiali.

#### **Detrazione per interventi antisismici (sisma bonus)**

È stata prorogata sino al 31/12/2024 la detrazione del 65% (con un limite massimo di spesa di €96.000,00) sulle spese per interventi di adozione di misure antisismiche effettuati sugli immobili danneggiati da eventi sismici o finalizzati alla riduzione del rischio sismico.

#### **Detrazione per interventi sulle facciate degli edifici (bonus facciate)**

È stata prorogata al 31/12/2022 la detrazione per le spese sostenute per interventi di recupero e restauro della facciata esterna degli edifici ubicati nelle zone del centro storico e nelle zone di completamento, riducendone tuttavia la percentuale di detrazione dal 90 al 60%. Viene confermato che non è previsto alcun limite di spesa agevolabile e che la detrazione è rateizzata in 10 quote.

### Detrazione per sistemazione a verde di aree scoperte (bonus verde)

È stata prorogata al 31/12/2024 la detrazione del 36% sulle spese sostenute (con un massimo di €5.000,00 per unità immobiliare ad uso abitativo) per la sistemazione a verde di aree scoperte private di edifici esistenti, per la realizzazione di pozzi e di impianti di irrigazione, di coperture a verde e di giardini pensili. Una delle condizioni per fruire di tale detrazione è che i pagamenti siano effettuati tramite strumenti idonei a consentire la tracciabilità. La detrazione è ripartita in n.10 quote di pari importo a decorrere dall'anno in cui è stata sostenuta la spesa.

### Modifiche alla disciplina del superbonus 110%

La Legge di Bilancio 2022 ha introdotto importanti modifiche al testo previgente, riguardante la maxi detrazione del 110%. Secondo tale nuova disciplina la detrazione spetta per le spese sostenute entro il

31/12/2025 nelle seguenti percentuali:

- 110% per le spese sostenute entro il 31/12/2023;
- 70% per le spese sostenute entro il 31/12/2024;
- 65% per le spese sostenute entro il 31/12/2025.

Tale meccanismo di riduzione è prevista sia per le spese sostenute dai condomini, sia dalle persone fisiche al di fuori dell'esercizio di attività di impresa, arte o professione, e sia dagli enti del terzo settore ONLUS e APS.

Per le persone fisiche la detrazione del 110% spetta alle spese sostenute entro il 31/12/2022 e che al 30/06/2022 siano stati effettuati lavori per almeno il 30% dell'intervento complessivo.

La Legge di Bilancio 2022 ha inoltre precisato alcuni aspetti in materia di adempimenti specifici per la fruizione delle detrazioni. In particolare ha esteso l'obbligo dell'apposizione del visto di conformità che dovrà attestare il rispetto dei

requisiti richiesti per la maxi detrazione del 110% anche in caso di utilizzo diretto in dichiarazione dei redditi (tale adempimento era richiesto solo per la cessione del credito o sconto in fattura del superbonus). Il visto di conformità che prevede una valutazione formale (c.d. visto leggero) è rilasciato dai soggetti autorizzati alla trasmissione telematica delle dichiarazioni.

### Cessione del credito e sconto in fattura

La Legge di Bilancio 2022 ha esteso sino al 31/12/2024 la possibilità di optare alternativamente per la cessione del credito o per uno sconto in fattura sul corrispettivo richiesto dal fornitore in luogo dell'utilizzo diretto della detrazione.

Sia lo sconto in fattura (recuperabile dal fornitore che ha effettuato l'intervento sotto forma di credito d'imposta) che il credito d'imposta possono essere oggetto di successiva cessione ad altri soggetti compresi gli istituti di credito e gli altri intermediari finanziari.

	Nuovo termine	
<b>Generalità dei soggetti (interventi ecobonus e sismabonus)</b>		
Condomini ONLUS, OdV, APS  Persone fisiche "unico proprietario"	<b>31/12/2023 (110%)</b> <b>31/12/2024 (70%)</b> <b>31/12/2025 (65%)</b>	Compresi interventi effettuati: da persone fisiche da persone fisiche su singole unità immobiliari all'interno dello stesso condominio o stesso edificio; su immobili oggetto di demo-ricostruzione Persone fisiche che al 30/06/2022 hanno eseguito il
30% dell'intervento complessivo	<b>31/12/2022</b>	
IACP ed enti assimilati	<b>31/12/2023</b>	Se al 30/06/2023 è stato effettuato almeno il 60% dell'intervento complessivo. Compresi interventi effettuati da persone fisiche su singole unità immobiliari all'interno dello stesso edificio. Cooperative di abitazione a proprietà indivisa
Installazione impianti fotovoltaici	<b>Stessa scadenza</b>	
temporale intervento "trainante"	<b>Installazione infrastrutture di ricarica</b>	periodo, 4-bis, 5, 6 e 8, art. 119, D.L. n. 34/2020. Interventi effettuati in comuni:
Interventi "trainati" di cui ai commi 2,4, secondo	<b>Interventi "trainati"</b>	
31/12/2015 (110%) in territori colpiti dal sisma dal 1° aprile 2009; in cui è dichiarato stato d'emergenza	<b>In tutti i casi disciplinati dal comma 8-bis, art. 119 D.L. n. 34/2020.</b>	Compresa maggiorazione del 50% limiti di spesa.
ASD/SSD per interventi su spogliatoi	<b>30/06/2022</b>	Soggetti non menzionati nelle proroghe della Legge di Bilancio 2022.

Inoltre sono stati inseriti altri due nuove tipologie di interventi, per i quali è possibile optare per la cessione del credito o per lo sconto in fattura in luogo dell'utilizzo della detrazione, ovvero:

- la realizzazione di autorimesse e/o posti auto pertinenziali anche a proprietà comune;
- la realizzazione di opere volte al superamento ed eliminazione di barriere architettoniche.

Nella legge di bilancio 2022, sono stati inoltre inasprite le misure antifrode, per contrastare le richieste di crediti che purtroppo nella seconda parte del 2021 in alcuni sono risultati inesistenti. Tali interventi restrittivi risultano finalizzati: a) ad inasprire i controlli preventivi; b) ad estendere il visto di conformità sia nel caso di fruizione del superbonus direttamente dalla dichiarazione dei redditi, sia in caso di cessione/sconto delle detrazioni fiscali c) a prevedere l'obbligo di asseverazione della congruità (e della veridicità) delle spese a tutti gli interventi edilizi cedibili; c) al rispetto della normativa anticiclaggio di cui al D.lgs.231/2007.

### Proroga bonus acqua potabile

La legge di Bilancio 2022 ha prorogato sino al 31.12.2023 l'agevolazione del credito d'imposta del 50% sulle spese sostenute per l'acquisto e l'installazione di sistemi di filtraggio, mineralizzazione, raffreddamento e addizione di anidride carbonica E290 per il miglioramento qualitativo delle acque destinate al consumo umano erogate da acquedotti. Tale beneficio è concesso solo sulle menzionate spese sostenute per immobili posseduti o detenuti con idoneo titolo. Il limite di spesa agevolabile è fissato in €,1,000,00 per ciascuna unità immobiliare per le persone fisiche c.d. private, ed in €,5.000,00 per ciascuna unità immobiliare per le attività commerciali e/o similari.

Se per l'agevolazione sopramenzionate erano interessate tutte le categorie reddituali, persone fisiche e non, la Legge di Bilancio 2022 ha previsto agevolazioni anche per le sole attività commerciali e professionali, che da qui in avanti cercheremo di riassumere.

### Credito d'imposta per investimenti in beni strumentali nuovi

La legge di bilancio consente alle imprese (che non si trovino in liquidazione) ed ai professionisti, una agevolazione sotto forma di credito d'imposta per le spese sostenute a titolo di investimenti in beni strumentali nuovi effettuati dal 16 novembre 2020 al 31.12.2022. Condizione necessaria per il riconoscimento di tale agevolazione è la cosiddetta regolarità contributiva (ovvero al rispetto delle norme in materia di sicurezza sul lavoro e al corretto adempimento degli obblighi di versamento dei contributi assistenziali e previdenziali) in sostanza la disponibilità di un DURC in corso di validità. Gli investimenti agevolabili sono inerenti i beni materiali ed immateriali nuovi e strumentali.

Il credito d'imposta è riconosciuto a seconda sia della tipologia del bene (materiali Industria 4.0, immateriali 4.0 o materiali e immateriali generici) e della data di cui viene sostenuta la spesa.

Qui di seguito viene riportata una tabella riferibile ai soli investimenti in beni materiali e immateriali generi, ovvero alle categorie più accessibili anche in relazione ai relativi importi.

### Credito d'imposta

Investimento 16.11.2020 - 31.12.2021 (o 30.06.2022*)	Investimento 01.01.2022 - 31.12.2022 (o 30.06.2023 **)
10%	6%
15% per investimenti in strumenti tecnologici destinati dall'impresa per la realizzazione di forme di lavoro agile	

Limite massimo di costi ammissibili  
€ 2.000.000 (beni materiali)  
€ 1.000.000 (beni immateriali)

\* a condizione che entro il 31/12/2021 il relativo ordine risulti accettato dal venditore e sia avvenuto il pagamento di acconti in misura almeno pari al 20% del costo di acquisizione

\*\* a condizione che entro il 31/12/2022 il relativo ordine risulti accettato dal venditore e sia avvenuto il pagamento di acconti in misura almeno pari al 20% del costo di acquisizione.

Tale credito d'imposta è fruibile solo in compensazione con il modello F24.

### Misure per la cultura ed il cinema

La legge di bilancio 2022 ha previsto il rifinanziamento di una serie di fondi per promuovere lo sviluppo del cinema, della cultura e dell'editoria libraria.

In particolare:

- è stato portato a 750 milioni di euro annui il fondo, usufruibile anche sotto forma di agevolazioni fiscali, destinato allo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell'audiovisivo;
- È stato rifinanziato ad un importo di euro 20 milioni per ciascuno degli anni 2022 e 2023 il fondo per gli investimenti finalizzati alla tutela e conservazione, restauro, valorizzazione, innovazione e digitalizzazione del patrimonio culturale materiale ed immateriale;
- È stata prevista ed autorizzata una spesa di 30 milioni di euro per ciascuno degli anni 2022 e 2023 per promuovere la lettura e sostenere la filiera dell'editoria libraria
- È stato disposto l'incremento di 10 milioni di euro per ciascuno degli anni 2022 e 2023 dell'autorizzazione di spesa relativa al c.d. **"credito d'imposta librerie"** spettante agli esercenti commerciali di vendita al dettaglio di libri (sia nuovi che usati), parametrato sulle imposte e sui canoni di locazione relativi alle attività commerciali stesse.

### Misure per gli editori di quotidiani e periodici

La legge di bilancio 2022 ha esteso anche per gli anni 2022 e 2023 alle imprese editrici di quotidiani e periodici (iscritte nel registro degli operatori di comunicazione ROC) il credito d'imposta per le spese sostenute per l'acquisto della carta utilizzata per la stampa di quotidiani e periodici. Tale credito d'imposta è fruibile: a) nella misura del 30% delle spese sostenute negli anni 2021 e 2022; b) entro il limite di 60 milioni di euro per ciascuno degli anni 2022 e 2023. Il credito d'imposta deve essere utilizzato solo in compensazione nel modello F24 a scomputo dei debiti erariali e previdenziali.

## Sospensione degli ammortamenti 2021

All'art.1 comma 711 la legge di bilancio 2022 prevede, in relazione all'evoluzione della situazione economica conseguente alla pandemia da Sars-Cov-2, la facoltà di sospensione degli ammortamenti relativi al 2021 solo per i soggetti che nell'esercizio non avevano effettuato 2020 (nella misura del 100%) gli ammortamenti sulle immobilizzazioni materiali ed immateriali. Ciò comporta che per le società che si avvalgono della sospensione in esame, dovranno destinare ad una riserva indisponibile di utili per un importo corrispondente alla quota d'ammortamento non effettuata.

## Decreto Mille Proroghe

Decreto-legge 30 dicembre 2021, n. 228 (in Gazzetta Ufficiale - Serie generale - n. 309 del 30 dicembre 2021), coordinato con la legge di conversione 25 febbraio 2022, n. 15 (in questo stesso Supplemento ordinario), recante: «Disposizioni urgenti in materia di termini legislativi». (22A01375) (GU Serie Generale n.49 del 28-02-2022 - Suppl. Ordinario n. 8)

Oltre alle summenzionate novità introdotte dalla Legge di Bilancio 2022, non possono essere trascurate quelle contenute nel cosiddetto decreto mille-proroghe (D.L. 228/2021), recentemente approvato dal Senato. In particolare quelle ritenute di interesse, sono qui riassunte:

### Rateazioni: nuovi termini per i decaduti

Sono stati riaperti i termini per presentare la richiesta di rateazione a favore dei contribuenti con piani di dilazione per i quali, prima dell'8 marzo 2020 (21 febbraio 2020 per i contribuenti della zona rossa), sia intervenuta la decadenza dal beneficio. La richiesta può essere presentata dal 1° gennaio 2022 fino al 30 aprile 2022.

### Termini agevolazione prima casa

È stata prorogata al 31 marzo 2022 (essendo prima prevista fino al 31 dicembre 2021) la sospensione dei termini che condizionano l'applicazione di alcune agevolazioni fiscali relative all'acquisto o al riacquisto della prima casa.

## Limite all'uso del contante

Il limite per la circolazione del contante torna ad essere quello di € 2.000,00 o (con possibilità, quindi, di trasferimenti in contanti fino ad € 1.999,99) fino al 31 dicembre 2022, per ridursi nuovamente ad € 1.000,00 dal 01 gennaio 2023.

### Visto e asseverazione per gli interventi edilizi "minori"

È stato precisato che per le spese sostenute dal 12 novembre 2021 fino al 31 dicembre 2021 per interventi edilizi agevolabili (bonus edilizi diversi dal superbonus, ad eccezione del bonus facciate) in edilizia libera o di importo complessivo non superiore ad € 10.000,00 non ricorre l'obbligo del visto di conformità e dell'attestazione della congruità delle spese.

Proroga versamento dell'Irap sospesa

È stato nuovamente posticipato al 30 giugno 2022 il termine per il versamento, senza sanzioni e interessi, dell'Irap non versata e sospesa ai sensi dell'articolo 24 D.L. 34/2020, in caso di errata applicazione delle disposizioni relative alla determinazione dei limiti e delle condizioni previsti dalla Comunicazione della Commissione europea sul "Quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza del Covid-19

### Effetti delle perdite di esercizio nelle società di capitali

Per le perdite emerse nell'esercizio in corso alla data del 31 dicembre 2021 non si applicano:

- gli articoli 2446, commi 2-3, 2482-bis, commi 4-6, i quali dispongono che qualora il capitale sia diminuito di oltre un terzo in conseguenza di perdite, gli amministratori o il consiglio di gestione, e nel caso di loro inerzia il collegio sindacale ovvero il consiglio di sorveglianza, devono senza indugio convocare l'assemblea per gli opportuni provvedimenti. Se entro l'esercizio successivo la perdita non risulta diminuita a meno di un terzo, l'assemblea ordinaria o il consiglio di sorveglianza che approva il bilancio di

tale esercizio deve ridurre il capitale in proporzione delle perdite accertate. In mancanza gli amministratori e i sindaci o il consiglio di sorveglianza devono chiedere al tribunale che venga disposta la riduzione del capitale in ragione delle perdite risultanti dal bilancio. Il tribunale provvede, sentito il pubblico ministero, con decreto soggetto a reclamo, che deve essere iscritto nel registro delle imprese a cura degli amministratori;

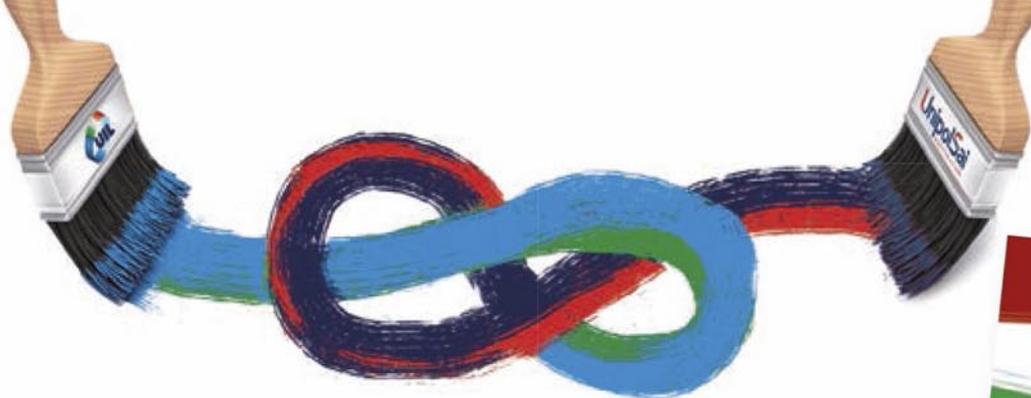
- gli articoli 2447 e 2482-ter, i quali dispongono che se, per la perdita di oltre un terzo del capitale, questo si riducesse al di sotto del minimo legale, gli amministratori o il consiglio di gestione e, in caso di loro inerzia, il consiglio di sorveglianza devono senza indugio convocare l'assemblea per deliberare la riduzione del capitale e il contemporaneo aumento del medesimo ad una cifra non inferiore al detto minimo, o la trasformazione della società.
- gli articoli 2484, comma 1, n. 4), e 2545-duodecies c.c., relativo all'obbligo di scioglimento della società per riduzione o perdita del capitale sociale.

In concreto: il termine entro il quale la perdita deve risultare diminuita a meno di un terzo è posticipato al quinto esercizio successivo.

### Credito d'imposta beni strumentali: proroga dei termini per l'effettuazione degli investimenti

Trova applicazione la favorevole disciplina prevista per il credito d'imposta beni strumentali nell'anno 2021 anche per gli investimenti effettuati entro il 30 dicembre 2022 (e non solo fino al 30 giugno 2022), sempre a condizione che entro la data del 31 dicembre 2021 il relativo ordine risulti accettato dal venditore e sia avvenuto il pagamento di acconti in misura almeno pari al 20 per cento del costo di acquisizione.

Si auspica che nell'elencazione, anche se non esaustiva, delle summenzionate novità fiscali, possano individuarsi spunti di interesse, indirizzando l'adozione di scelte più appropriate nella quotidianità del corrente anno. ●



**UILCOM** e Laborfin, Agente Generale UnipolSai Assicurazioni, hanno riservato per gli iscritti UILCOM alcune garanzie assicurative **gratuite**.



#### PROTEZIONE

#### In quale ambito

Infortunio professionale ed extra professionale

#### Per quali spese

Sarà corrisposta una indennità di **€ 60,00** (Euro sessanta) per ogni giorno di ricovero a seguito d'infornuto e per la durata massima di giorni 55 per ogni ricovero

#### Garanzia Aggiuntiva

#### **Indennità di immobilizzazione con mezzi inamovibili.**

La diaria per ingessatura viene corrisposta per il periodo di guarigione prescritto dall'Istituto di Cura, anche qualora all'iscritto sia stata accertata radiologicamente una frattura al bacino, al femore, al coccige, alle costole: **€ 20,00** (Euro venti) per giorno e per massimo 20 giorni

#### Garanzia Aggiuntiva

#### **Indennità forfettaria di immobilizzazione con mezzi amovibili.**

L'indennità viene corrisposta anche qualora all'iscritto sia stata accertata radiologicamente una frattura alle vertebre: **€ 80,00** (Euro ottanta)

#### Garanzia Aggiuntiva

#### **Assegno Funerario**

Nel caso di morte a seguito di infornuto professionale, la Compagnia liquiderà agli eredi dell'assicurato una somma di **€ 2.000,00** (Euro duemila), entro 90 giorni dalla data di presentazione della relativa documentazione

#### Dove

**In tutto il mondo**

#### Franchigia

**1 giorno** per la garanzia diaria da ricovero  
**3 giorni** per la diaria da gesso

In caso di infornuto consulta il sito [www.laborfin.it/coperture-iscritti-uil](http://www.laborfin.it/coperture-iscritti-uil) per la descrizione dei contenuti di polizza e per le modalità di denuncia dei sinistri

**La presente scheda tecnica ha un valore puramente indicativo e non può essere intesa quale documento contrattuale.**



IL SINDACATO DEI CITTADINI

CONVENZIONE UIL - UNIPOLSAI



# Il salto di qualità con UIL!

VANTAGGI E OFFERTE ESCLUSIVE DEDICATE AGLI ISCRITTI E AI LORO FAMILIARI



## la tua mobilità

Scegli **YOU KMSICURI** e scopri **Unibox** che ti fa risparmiare fino al **30%** su RC Auto.

**-6%**  
per autovetture, ciclomotori e motocicli

fino al **-10%**  
per gli Iscritti UIL/UILP

RATE MENSILI  
**TASSO ZERO**

**DA OGGI LA TUA POLIZZA AUTO LA PAGHI ANCHE A RATE MENSILI A TASSO ZERO!\***



## la tua casa

Con **YOU CASA**, tutela la tua casa con garanzie complete per la totale serenità della famiglia.

fino al **-30%**

CASA + INFORTUNI  
**-5% EXTRA\***

## la tua protezione

Oggi con **YOU INFORTUNI** puoi proteggere il bene più importante: la salute.



fino al **-30%**

\*Per premi minimi di € 250 al netto dello sconto di Convenzione



## il tuo risparmio

Per **investire** in modo sicuro, proteggere i tuoi **risparmi** e dare stabilità ai tuoi cari abbiamo risposte su misura!

**MENO COSTI**

**UnipolSai**  
ASSICURAZIONI

Divisione **Unipol**

**Laborfin**

**ROMA**  
Via Castelfidardo, 43/45  
Tel. 06 86324764 - Fax 06 86329456  
laborfin@agenzie.unipolassicurazioni.it

\*La rateizzazione del premio potrà essere effettuata tramite un finanziamento di Finitalia S.p.A., società del Gruppo Unipol, a tasso zero (TAN 0,00%, TAEG 0,00%). Esempio: importo totale del credito € 500,00 - TAN 0,00% - Commissioni di acquisto 0,00% - importo totale dovuto dal consumatore € 500,00 in 10 rate mensili da € 50.

Il Cliente non subirà alcun costo aggiuntivo, fino alla prima scadenza annuale di polizza, in quanto tutti gli oneri saranno a carico di UnipolSai Assicurazioni. La concessione del finanziamento è subordinata all'approvazione della finanziaria. Messaggio Pubblicitario. Prima di aderire all'iniziativa leggere la documentazione prevista per legge da richiedere in agenzia e consultabile sui siti [www.finitaliaspa.it](http://www.finitaliaspa.it) e [www.unipolsai.it](http://www.unipolsai.it).

# CAMPAGNA **20** TESSERAMENTO **22** **UIL**: IL SINDACATO DEL TERZO MILLENNIO



## TESSERAMENTOUIL2022

Far parte della UIL vuol dire essere al centro del più grande cambiamento che un sindacato abbia mai realizzato. Terzo Millennio è la prima piattaforma per partecipare, con idee e proposte all'attività sindacale che raccoglieremo e porteremo avanti in ogni sede per essere al servizio di tutti. La UIL mette le persone al centro, Terzo Millennio parla con le persone.

