

CAMERA DEI DEPUTATI
X COMMISSIONE ATTIVITA' PRODUTTIVE
INDAGINE CONOSCITIVA SUL MADE IN ITALY

Nota scritta a margine dell'audizione del 17 Febbraio 2023

Introduzione

Dismamusica è l'Associazione del Sistema Confcommercio che rappresenta produttori, importatori, editori, artigiani, negozianti di strumenti ed edizioni musicali.

Nel corso della sua attività Dismamusica ha realizzato moltissime iniziative, tra le quali ricerche, fiere di settore, festival, aventi lo scopo principale di promuovere la pratica musicale in Italia e sostenere il mercato degli strumenti musicali.

La Mission di Dismamusica è infatti quella di aiutare le imprese associate e incentivare la “musica attiva” anche a livello amatoriale, valorizzandone l'importanza sociale, formativa ed educativa.

Dismamusica si pone oggi 3 priorità:

1. **Sostegno agli associati.** Realizzato attraverso iniziative specifiche e reso possibile grazie all'appartenenza al Sistema Confcommercio.
2. **Monitoraggio del mercato.** Attraverso studi, indagini, ricerche in grado di fornire adeguati strumenti di conoscenza e di analisi dei trend di mercato. Ogni anno l'Associazione promuove la realizzazione di un “Osservatorio sul mercato degli strumenti musicali in Italia”.
3. **Relazioni con le istituzioni.** Necessarie per perseguire gli scopi associativi e per individuare le migliori opportunità per lo sviluppo della pratica musicale e delle sue fondamentali valenze culturali e formative.

La produzione di strumenti musicali in Italia

I dati qui presentati sono stati ricavati dall'ultimo “Osservatorio sul mercato degli strumenti musicali 2022 (dati 2021)” realizzato per Dismamusica dalla società di ricerca Format Research di Roma. In Italia vi sono circa 1.000 produttori di strumenti musicali, il 40% dei quali risiede nel nord-ovest, comprendendo anche il settore della liuteria cremonese.

Una buona parte, quasi il 25%, è localizzato nel centro Italia; nelle Marche in particolare si registrano numerose storiche imprese che dal dopoguerra producono audio, tastiere, fisarmoniche, strumenti a fiato, chitarre e liuteria in genere.

Il tessuto delle imprese costituito prevalentemente da piccole e piccolissime realtà: oltre il 95% delle imprese ha meno di 9 addetti, e quasi il 70% ha 1 solo addetto, si tratta spesso di alta liuteria artigiana.

La ricerca riporta che il fatturato di Sell-In, B2B, delle imprese che producono strumenti musicali, è circa 140 milioni di euro, in crescita del 6% rispetto al 2020 quando si registravano circa 132 milioni di euro. Il 59% di queste imprese realizzano ricavi per circa 74 milioni di euro all'estero, dato in crescita di quasi il 6% rispetto al dato 2020.

Case History

La produzione di strumenti musicali è un qualificato settore di nicchia, espressione ancora oggi del saper fare e della creatività degli italiani.

Per dare un'idea di quella che è la natura delle piccole imprese italiane che producono strumenti musicali voglio citare i dati ricavati dalla AMMA - Associazione Music Marche Accordions - l'associazione che rappresenta le famose fisarmoniche di Castelfidardo.

Costituita nel 1997 comprende 18 soci e 65 subfornitori per un totale di poco più di 600 addetti. I soci hanno un fatturato di Sell-In, B2B, di circa 30 milioni di euro.

Vengono prodotte circa 14.000 fisarmoniche di cui il 95% è destinato all'export. Sebbene questo numero possa sembrare interessante va tuttavia paragonato alle quasi 100.000 unità annue esportate negli Stati Uniti negli anni d'oro della fisarmonica.

I punti di forza e debolezza del settore

Vogliamo sottolineare i motivi per cui il vero punto di forza è proprio il "Made in Italy":

- Il punto di forza del settore della produzione di strumenti musicali è il "Made in Italy", un "brand" riconosciuto a livello globale come sinonimo di qualità assoluta e che deve essere ulteriormente sviluppato e incentivato soprattutto verso i mercati esteri.
- il "Made in Italy" permette di vendere prodotti "Premium" di grande livello che hanno valore aggiunto e contribuiscono con marginalità interessanti alla sostenibilità delle imprese
- I principali mercati di sbocco delle nostre esportazioni sono quello europeo, statunitense, giapponese e medio orientale.

I punti di debolezza che vogliamo qui segnalare sono legati a difficoltà che le imprese vivono e che ne limitano gli investimenti e quindi frenano l'aumento delle esportazioni.

Le grandi criticità individuate sono:

- La difficoltà di accesso al credito e di interlocuzione col sistema bancario.
- La difficoltà nel reperire manodopera. In molti settori, ad esempio, non esiste una scuola di formazione professionale specializzata che formi personale, si va “a bottega”.
- La mancanza di una “rete” di sistema che rende difficoltoso reperire fornitori di buon livello qualitativo, che possano essere adatti alle produzioni di nicchia a costi contenuti.
- La recente pandemia, la guerra intra-europea, la crisi economica, l’impennata inflazionistica, l’aumento dei costi dell’energia, di trasporto, delle materie prime e dei semiconduttori hanno amplificato le difficoltà del settore.

Le proposte per il rilancio

In considerazione del fatto che il “Made in Italy” è già un brand forte e riconosciuto nel mondo le aree da potenziare sono:

- a. la ricerca & sviluppo e la produzione
- b. la manodopera e la formazione del personale
- c. il sostegno all'export
- d. il recupero del mercato interno

a. la ricerca & sviluppo e la produzione

- I. La ricerca e sviluppo così come la produzione necessitano di investimenti in tecnologie e risorse umane in particolar modo per lo sviluppo di prodotti innovativi ad alto valore aggiunto. Va assicurato **l’accesso agevolato al credito** per le imprese che generano ricavi prevalentemente con prodotti made in Italy.
- II. Si segnala l’importante contributo già in atto relativo **agli incentivi “Industria 4.0”**, che vanno ulteriormente incrementati e finalizzati.
- III. Altro aspetto importante è il sostegno alla creatività degli imprenditori, attraverso la concretizzazione di un supporto tecnico gratuito alle nostre PMI nella **registrazione di marchi e brevetti**, magari prevedendo forme di detassazione fiscali per abbattere i costi di registrazione. Capita infatti che i nostri artigiani non proteggendosi in tal senso, vedono copiate le loro idee innovative di prodotto senza poter beneficiare degli sviluppi commerciali.
- IV. Sono importanti **contributi pubblici per la realizzazione di impianti per energie rinnovabili**, accelerando così il processo di sostenibilità ambientale dei processi produttivi che tanto distinguono le aziende che si rivolgono al mercato globale, potendo realizzare un prodotto carbon free.

b. la manodopera e la formazione del personale

- I. Servono **politiche di sgravio fiscale per l'assunzione di tecnici ed ingegneri** per la ricerca e sviluppo e **di manodopera** per la produzione. Attualmente non esistono scuole di formazione per questo settore, le imprese sostengono da sole i costi della formazione professionale specializzata. un investimento molto importante con potenziali rischi di abbandono durante il percorso. Il problema del ricambio generazionale in alcuni settori dell'artigianato è fortemente sentito e se non adeguatamente gestito può causare la perdita di competenze uniche in settori tradizionali ad alto tasso di artigianalità estremamente specializzata come ad esempio quello delle fisarmoniche dove l'Italia è da sempre riconosciuta come leader mondiale.
- II. Formazione del personale sulle strategie di Internazionalizzazione e Bandi che promuovano progetti strutturati, anche attraverso l'Istituto Commercio Estero

c. il sostegno all'export

- I. Il **sostegno all'export** è di fondamentale importanza. Ad oggi purtroppo restano solo due fiere mondiali nel settore degli strumenti musicali: il NAMM che si svolge negli Stati Uniti (California) ed il Musikmesse di Shanghai. Oltre che un sostegno economico per partecipare ai suddetti eventi, proponiamo la **realizzazione di fiere del "Made in Italy"** promosse dal governo italiano, dove più settori di impresa possano essere rappresentati anche attraverso l'Istituto Commercio Estero, **ICE**. Attraverso le fiere nuovi contatti e contratti per l'export potranno vedere la luce dando così opportunità alle piccole e medie imprese che parteciperanno di riuscire ad espandersi in nuovi mercati.
- II. Nei futuri accordi internazionali va prevista la **riduzione dei dazi doganali** in alcune aree in via di sviluppo come il Sud America.

d. il recupero del mercato interno

- I. **Per lo sviluppo del mercato interno**, trattandosi della musica un bene primario essenziale per la socialità e lo sviluppo armonico della persona è necessario agire sulla **riduzione dell'IVA sugli strumenti musicali**, come già in discussione o addirittura realizzato in altri paesi UE, in maniera da poter agevolare l'acquisto di prodotti di fascia medio alta in un mercato, come quello italiano che in questo momento, a causa della crisi dei consumi e dell'impoverimento della classe media, sta dando spazio a prodotti economici di dubbia qualità e di provenienza estera.
- II. Un altro strumento per incentivare la vendita di strumenti Premium è la reintroduzione del **bonus strumenti musicali**, dando così un contributo agli studenti dei conservatori, dei licei musicali ed istituti pareggiati, come già avvenuto in passato
- III. Al fine di allargare la platea di chi segue un percorso di pratica musicale, ampliando la possibilità di scelta degli adolescenti, va introdotta nel **bonus cultura "18APP"** la possibilità di acquistare strumenti musicali

Segnaliamo un oggettivo problema di mancanza di **programmi di educazione musicale all'interno delle scuole pubbliche primarie** che possano incentivare la pratica musicale sin dai primi anni di vita.

Conclusioni

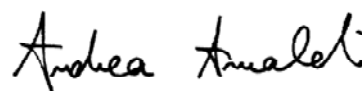
Nei secoli la liuteria italiana è stata il punto di riferimento per i liutai ed i musicisti di tutto il mondo. Negli ultimi decenni alle botteghe artigiane si sono affiancate imprese in grado di portare innovazione tecnologica e di proporre una produzione nazionale altamente qualificata di strumenti musicali acustici ed elettronici e di impianti audio.

Auspichiamo un forte impegno da parte del governo per aiutare le piccole e medie realtà italiane del comparto musica affinché, uscendo dall'attuale crisi, si possano ottenere risultati sempre più incoraggianti nella diffusione del marchio "Made in Italy" sia all'estero che in Italia.

La Musica rimane un'importante compagna di vita per tutti noi, è attraverso lei che viviamo quotidianamente emozioni e momenti indimenticabili.



Ing. Raffaele Volpe
Presidente



Dott. Andrea Arnaldi
Segretario