

CAMERA DEI DEPUTATI

 N. 672

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

FIORINI, GELMINI, OCCHIUTO, MULÈ, PEREGO DI CREMNAGO, CARRARA, SILLI, MUGNAI, D'ETTORE, CATTANEO, PAOLO RUSSO, BIGNAMI, PORCHIETTO, POLIDORI, CALABRIA, ZANELLA, VIETINA, APREA, ANNA LISA BARONI, BATTILOCCHIO, BERGAMINI, BIANCO-FIORE, BENIGNI, CASSINELLI, CANNIZZARO, CARFAGNA, FITZGERALD NISSOLI, GIACOMETTO, LABRIOLA, MARIN, MAZZETTI, MINARDO, NEVI, NOVELLI, PELLA, PENTANGELO, PETTARIN, PITTALIS, RIPANI, ROTONDI, RUFFINO, SCOMA, SOZZANI, SPENA, MARIA TRIPODI

Istituzione del Ministero per la tutela, la promozione e il commercio internazionale dei prodotti italiani

Presentata il 30 maggio 2018

ONOREVOLI COLLEGHI! — Il comma 2 dell'articolo 1 del decreto-legge 16 maggio 2008, n. 85, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 luglio 2008, n. 121, attribuisce al Ministero dello sviluppo economico anche le funzioni in precedenza spettanti al soppresso Ministero del commercio internazionale, con le inerenti risorse finanziarie, strumentali e di personale.

Si tratta, nello specifico, delle seguenti competenze:

promozione delle politiche per la competitività internazionale, nonché loro realiz-

zazione o attuazione a livello settoriale e territoriale, anche mediante la partecipazione alle attività delle competenti istituzioni internazionali (articolo 27, comma 2, lettera *a*), del decreto legislativo n. 300 del 1999);

promozione degli interessi del sistema produttivo del Paese presso le istituzioni internazionali ed europee di settore (articolo 27, comma 2-*bis*, lettera *b*), del decreto legislativo n. 300 del 1999);

definizione delle strategie e degli interventi della politica commerciale e promozionale con l'estero (articolo 27, comma

2-bis, lettera e), del decreto legislativo n. 300 del 1999);

definizione delle strategie per il miglioramento della competitività del Paese e per la promozione della trasparenza e dell'efficacia della concorrenza nei settori produttivi, limitatamente al livello internazionale (articolo 27, comma 2-bis, lettera a), del decreto legislativo n. 300 del 1999).

Sono funzioni che, prima ancora dell'attribuzione al Ministero del commercio internazionale (decreto-legge 18 maggio 2006, n. 181, convertito, con modificazioni, dalla legge 17 luglio 2006, n. 233), appartenevano al Ministero delle attività produttive.

La Cabina di regia per l'internazionalizzazione, costituita nel 2012 tra il Ministero dello sviluppo economico e il Ministero degli affari esteri, ha operato secondo linee d'azione che non hanno prodotto una tutela del prodotto nazionale (il cosiddetto *made in Italy*), avviando soltanto un generico programma di « promozione all'estero », che ha visto gli interventi di una pluralità di soggetti (l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane-ICE, la Direzione generale per la promozione del Sistema Paese dell'allora Ministero degli affari esteri-MAE, il Dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello sviluppo economico-MISE e l'allora Dipartimento per gli affari regionali, il turismo e lo sport della Presidenza del Consiglio dei ministri), senza raggiungere i risultati attesi.

I punti centrali dell'attività promozionale dovevano essere i seguenti:

condivisione della programmazione tra tutti gli attori coinvolti nel processo, a partire dai Ministeri e dalle regioni, facilitando la comunicazione fra il territorio e le istituzioni centrali;

definizione di un meccanismo puntuale di coordinamento con le regioni, nell'ambito della loro autonomia: le regioni avrebbero dovuto individuare cosa proporre e, con il coordinamento del MAE, del MISE e del Dipartimento per gli affari

regionali, il turismo e lo sport, nonché in collaborazione con l'Agenzia-ICE, l'ENIT – Agenzia nazionale del turismo e la rete diplomatica nella quale le sue unità operative sono integrate, identificare i mercati di intervento e come operare su di essi. Nel rispetto delle specifiche competenze, sarebbe spettato poi alle regioni realizzare iniziative promozionali internazionali dopo averne condiviso la programmazione con i Ministeri di riferimento, l'Agenzia-ICE, l'ENIT e la rete diplomatica;

valorizzazione degli aspetti intersettoriali della promozione (ad esempio agroalimentare, artigianato, territorio, moda e turismo; industria; ricerca e sviluppo; università) e delle filiere produttive (ad esempio agricoltura, meccanizzazione agricola, industria alimentare e imballaggio);

focalizzazione degli sforzi e dei cofinanziamenti per fare massa critica nelle manifestazioni fieristiche e nelle altre principali iniziative promozionali come missioni di sistema, *incoming* di operatori o giornalisti, promozione digitale eccetera (è infatti importante generare economie di scala, sia finanziarie sia di processo, aggregando le energie di tutti gli attori che partecipano alla Cabina di regia);

rifqualificazione della rete estera anche attraverso l'assegnazione di unità operative dell'Agenzia-ICE in aree ad alta crescita nelle quali essa è poco presente (Asia, Africa subsahariana e America latina) e il potenziamento nel Medio e nell'Estremo Oriente;

sviluppo, con la costituzione di un apposito gruppo di lavoro, di un sistema informativo per l'*export* e di un archivio informatizzato unico per gli esportatori, valorizzando e armonizzando quanto alcuni membri della Cabina di regia avevano già predisposto;

diffusione del commercio elettronico e ricerca di nuove formule della grande distribuzione organizzata nei mercati avanzati;

sviluppo delle attività del gruppo di lavoro tra il MAE, il MISE, il Dipartimento

per gli affari regionali, il turismo e lo sport e l'Agenzia-ICE, che, con il concorso della società Invitalia, della Cassa depositi e prestiti Spa, della Confindustria, delle altre associazioni imprenditoriali ed eventualmente di altri soggetti in ragione delle circostanze, avrebbe dovuto individuare le opportunità di investimento in Italia e il sostegno all'insediamento territoriale;

sviluppo del ruolo della rete come interfaccia all'estero della Cassa depositi e prestiti Spa per le sue attività di finanziamento all'estero;

sviluppo di nuove forme di finanziamento all'esportazione con il coinvolgimento della Sace Spa, della Simest Spa, della Cassa depositi e prestiti Spa e del sistema bancario;

sostegno all'internazionalizzazione delle micro, piccole e medie imprese anche attraverso la definizione, nell'ambito di un apposito gruppo di lavoro, di specifiche linee promozionali e di forme di finanziamento all'esportazione specificamente destinate alle piccole e micro imprese.

L'occasione di attribuire a un centro unitario competenze che risultavano frammentate costituiva un aspetto senza dubbio importante ma, forse, non risolutivo sul piano dell'efficienza, dal momento che si sarebbe potuta determinare una persistente situazione di inadeguatezza rispetto all'obiettivo di soddisfare le necessità delle imprese e dell'economia italiana.

Nello sviluppo delle sue attività, sotto il coordinamento del MISE e del MAE (ora del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale-MAECI), la Cabina di regia per l'internazionalizzazione non ha svolto un'azione di comunicazione strategica delle eccellenze italiane nei settori caratteristici del *made in Italy*, né delle tecnologie ad alto valore aggiunto.

È invece indispensabile per la promozione straordinaria del *made in Italy* e l'attrazione degli investimenti stranieri, l'adozione di un piano che si sviluppi per punti e che fissi nel dettaglio le iniziative utili ai fini della realizzazione strategica delle attività di promozione e valorizza-

zione dei prodotti nazionali in Italia e all'estero attraverso la garanzia di attuazione del piano da parte dell'Agenzia-ICE.

Determinante, in tal senso, è la promozione delle cosiddette « 4 A » (abbigliamento, agroalimentare, arredamento e automobili), che rappresentano storicamente il cuore della produzione nazionale di qualità e ne incarnano i valori: racchiudono al loro interno informazioni e associazioni di idee razionali ed emotive, tangibili e intangibili allo stesso tempo; oppure, ancora, in virtù degli spunti offerti dalla più autorevole dottrina in materia, si potrebbe definire il *made in Italy* come un bene immateriale atipico la cui tutela si associa allo sfruttamento economico della notorietà coincidente con lo spazio delimitato del territorio nazionale, trattandosi di una formula riassuntiva derivata dall'esigenza di tutelare un ampio patrimonio informativo e valoriale coincidente con un bene comune liberamente fruibile e sottratto, in quanto tale, a un processo di privatizzazione ma riconducibile, piuttosto, alla disciplina della concorrenza sleale di cui all'articolo 2598 del codice civile.

Anche attività come il piano di promozione « Vivere all'italiana », con l'obiettivo di esportare – attraverso la rete diplomatico-consolare e gli istituti italiani di cultura all'estero – l'immagine di un Paese che sposa i punti di forza tradizionali (patrimonio artistico e culturale) con l'innovazione, la capacità tecnologica e la qualità del *made in Italy*, non hanno sortito effetti tangibili. Altre iniziative, svolte in collaborazione con diverse regioni italiane, come la « Settimana della cucina Italiana nel mondo » e la « Giornata mondiale del *design* » si sono dimostrate inadeguate a produrre dei ritorni concreti.

I negativi risultati dell'attività di promozione internazionale contrastano, peraltro, con le notevoli risorse promozionali che sono state destinate alla strategia di internazionalizzazione, circa 524 milioni di euro nel solo triennio 2015-2017.

Da tali considerazioni emerge l'urgente necessità di modificare la normativa vigente, al fine di ricondurre le competenze per la promozione del *made in Italy* e

l'internazionalizzazione delle imprese in un'unica struttura ministeriale, alla quale sarebbero trasferite le competenze di cui sono attualmente titolari Dipartimenti, Direzioni e uffici alle dipendenze di altri Ministeri e le cui azioni incidono direttamente ed effettivamente sulle politiche di sostegno, di difesa e di promozione della produzione nazionale.

È ovvio che nell'ambito delle competenze da attribuire al nuovo Ministero rientrerebbero anche quelle di analisi dell'impatto in vista della ratifica di accordi bilaterali, per evitare che si ripetano situazioni paradossali in cui la liberalizzazione degli scambi ha prodotto una perdita di tutela del maggior numero di DOP e IGP registrate in Europa in generale ma, soprattutto, in Italia.

L'istituzione di una struttura precipuamente indirizzata alla tutela della produzione italiana limiterebbe molte delle criticità emerse sul piano della compatibilità con l'ordinamento europeo, che hanno interessato, per esempio, singole filiere manifatturiere: il riferimento è alle filiere del tessile, della pelletteria e dei prodotti calzaturieri, oggetto di una specifica disciplina prevista dalla legge 8 aprile 2010, n. 55, e dalla legge 14 gennaio 2013, n. 8, sull'utilizzo dei termini « cuoio », « pelle » e « pelliccia » e di quelli da essi derivanti o loro sinonimi, che è stata poi abrogata dalla legge n. 161 del 2014 e la cui applicazione è stata ritenuta pregiudizievole alla libera commercializzazione delle calzature nell'Unione europea dalla Corte di giustizia, con la sentenza del 16 luglio 2015 nella causa C-95/14. Infine, un'accurata valutazione del principio del libero mercato con le prerogative di competenza dello Stato in materia di tutela della proprietà intellettuale po-

trebbe effettivamente garantire significativi differenziali di regolazione.

Tra le attribuzioni affidate al nuovo Ministro per la tutela, la promozione e il commercio internazionale dei prodotti italiani rientreranno la nomina dei componenti e dei rappresentanti in organi, missioni, comitati, gruppi di lavoro e altri organismi di studio, tecnico-amministrativi e consultivi, operanti presso altre amministrazioni e istituzioni nelle aree di competenza del Ministero, la costituzione di commissioni di studio e consulenza e di gruppi di lavoro nelle medesime materie e l'espressione delle intese e dei concerti necessari per le iniziative, anche normative, di altre amministrazioni. Il Ministro assisterà il Presidente del Consiglio dei ministri nell'esercizio del potere di nomina di organi in enti, istituti o aziende di carattere nazionale, di competenza dell'amministrazione statale ai sensi dell'articolo 3, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e rappresenterà il Governo italiano in tutti gli organismi internazionali ed europei aventi competenza nelle materie precedentemente individuate, anche ai fini della formazione e dell'attuazione della normativa europea.

La presente iniziativa legislativa si compone di due articoli. L'articolo 1, che novella il decreto legislativo n. 300 del 1999, istituisce il nuovo Ministero per la tutela, la promozione e il commercio internazionale dei prodotti italiani, determinandone le attribuzioni, stabilendo le modalità per il suo ordinamento e provvedendo al trasferimento delle risorse e del personale necessari, mentre l'articolo 2 modifica di conseguenza le disposizioni sulla composizione del Governo, contenute nel vigente comma 376 dell'articolo 1 della legge 24 dicembre 2007, n. 244.

PROPOSTA DI LEGGE**ART. 1.**

1. Al decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) all'articolo 2, comma 1, è aggiunto, in fine, il seguente numero:

« 14) Ministero per la tutela, la promozione e il commercio internazionale dei prodotti italiani »;

b) al titolo IV è aggiunto, in fine, il seguente capo:

« CAPO XII-bis**MINISTERO PER LA TUTELA, LA PROMOZIONE E IL COMMERCIO INTERNAZIONALE DEI PRODOTTI ITALIANI**

ART. 54-bis. – (Istituzione del Ministero e attribuzioni). – 1. È istituito il Ministero per la tutela, la promozione e il commercio internazionale dei prodotti italiani.

2. Al Ministero sono attribuiti le funzioni e i compiti già assegnati, alla data di entrata in vigore del presente capo, al Ministero dello sviluppo economico e al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali nelle materie che riguardano le seguenti aree funzionali:

a) elaborazione e attuazione di politiche e di interventi per lo sviluppo e la competitività dei settori qualificanti della produzione nazionale;

b) attività di supporto tecnico alla Cabina di regia per l'internazionalizzazione, di cui al comma 18-bis dell'articolo 14 del decreto-legge 6 luglio 2011 n. 98, convertito, con modificazioni, dalla legge 15 luglio 2011, n. 111;

c) elaborazione di indirizzi e di proposte nell'ambito dell'Unione europea, nonché recepimento della normativa europea nell'ordinamento interno e applicazione delle

norme di settore e in materia di etichettatura dei prodotti;

d) partecipazione, nell'ambito dell'Unione europea, all'elaborazione e alla negoziazione di accordi multilaterali, bilaterali e regionali;

e) attività di promozione e di sostegno per la diffusione e la valorizzazione dei marchi di qualità specifici per i comparti dell'industria agroalimentare e per la tutela dei prodotti alimentari tipici e a denominazione di origine, con particolare riferimento a eventi nazionali e internazionali di settore;

f) promozione di azioni e di interventi a sostegno dello sviluppo dell'industria creativa del *design*, dell'intrattenimento, della cultura e della comunicazione;

g) promozione e internazionalizzazione delle imprese.

3. Il Ministero, entro il 30 settembre di ciascun anno, di concerto con il Ministero dello sviluppo economico, con il Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale e con il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, predispone il Piano annuale degli interventi per la promozione internazionale e la tutela dei prodotti italiani, che è sottoposto al Consiglio dei ministri per l'approvazione.

4. Il Piano di cui al comma 3 indica gli indirizzi e gli obiettivi, individua gli interventi e definisce i criteri per l'erogazione dei contributi.

ART. 54-ter. — (Ordinamento). — 1. Il Ministero si articola in dipartimenti disciplinati ai sensi degli articoli 4 e 5. Il numero dei dipartimenti non può essere superiore al numero delle aree funzionali di cui all'articolo 54-bis, comma 1.

2. Al Ministero sono trasferite le risorse finanziarie, strumentali e di personale inerenti alle funzioni già attribuite al Ministero dello sviluppo economico e al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali nelle aree funzionali di cui all'articolo 54-bis, comma 1 ».

ART. 2.

1. All'articolo 1, comma 376, della legge 24 dicembre 2007, n. 244, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) al primo periodo, la parola: « tredici » è sostituita dalla seguente « quattordici »;

b) al secondo periodo, la parola: « sessantacinque » è sostituita dalla seguente: « sessantotto ».



18PDL0013820