



**Senato della Repubblica**

**10<sup>^</sup> Commissione Industria, Commercio, Turismo**

**Disegno di legge di Istituzione del marchio  
«*Italian Quality*» per il rilancio del commercio  
estero e la tutela dei prodotti italiani**

**6 marzo 2014**

La CNA è da sempre attenta alle tematiche connesse alla qualificazione e promozione dei prodotti italiani, con particolare riferimento alle iniziative volte a valorizzare l'affermazione delle produzioni italiane sui mercati internazionali.

In tale ambito si inserisce anche il disegno di legge AS n. 1061 "*Istituzione del marchio «Italian Quality» per il rilancio del commercio estero e la tutela dei prodotti italiani*, che istituisce il marchio «*Italian Quality*» finalizzato a favorire la crescita delle esportazioni dei prodotti italiani, nonché a garantire la protezione dei consumatori attraverso la piena e corretta informazione in ordine al ciclo produttivo delle merci.

Come noto il tema dell'indicazione del Paese di origine ("*Made In*") risulta particolarmente delicato in ragione della compresenza di interessi fortemente contrapposti sia a livello di Stati Membri dell'Unione Europea che di settori produttivi.

L'attuale normativa europea in materia, che ha come riferimento le regole del codice doganale, consente agli operatori del mercato (produttori e distributori) di utilizzare l'indicazione "*Made in Italy*" anche su prodotti realizzati in gran parte all'estero, con riflessi negativi di carattere economico ed occupazionale e arrecando un danno potenziale all'immagine complessiva del nostro Paese.

A livello nazionale, si è già intervenuti con diversi provvedimenti legislativi nel tentativo di definire un quadro regolamentare più chiaro e trasparente, pur nella consapevolezza che il tema delle regole di origine è di competenza dell'Unione Europea.

La posizione di alcuni Paesi Europei, cosiddetto "blocco del nord", fortemente contrari a definire, a livello comunitario, l'obbligatoria origine dei prodotti, nonché a prevedere l'istituzione di marchi pubblici riferiti al

Paese di origine, ha indotto, negli anni, a capovolgere il problema e ad affrontare il tema in un'ottica di trasparenza e correttezza verso il consumatore finale.

La tracciabilità dei prodotti è divenuta lo strumento per dare al consumatore una informazione esaustiva sull'origine delle diverse fasi di produzione e, nel contempo, consentirgli di effettuare scelte di acquisto pienamente consapevoli.

Nel 2009, la legge N. 166, all'art 16, ha stabilito che un prodotto possa essere considerato "interamente realizzato in Italia", allorquando disegno, progettazione, lavorazione e confezionamento devono essere compiuti esclusivamente sul territorio italiano.

Ciò ha consentito il rilancio e lo sviluppo di numerose esperienze, sia a livello territoriale che settoriale, dalle quali sono stati creati diversi marchi volontari, basati sulla tracciabilità del prodotto.

In proposito, anche la CNA ed altre associazioni imprenditoriali e sindacali, in collaborazione con Unioncamere/Unionfiere, hanno dato vita ad un sistema volontario di tracciabilità delle fasi di produzione. Quest'ultimo, che inizialmente ha interessato i settori del Tessile, dell'Abbigliamento, delle Calzature, della Pelletteria e della Pellicceria, è stato successivamente esteso ad ulteriori realtà di punta delle nostre produzioni, mostrando significative potenzialità di ampliamento.

Le diverse esperienze hanno evidenziato che una maggiore attenzione alla trasparenza sulle fasi della filiera produttiva e alla qualità del prodotto costituiscono un importante *driver* per promuovere il sistema produttivo nazionale. Elementi chiave come la dichiarazione dell'origine dei prodotti, la sostenibilità ambientale e la conformità, contribuiscono positivamente a

differenziare il prodotto e ad aumentare la competitività degli operatori economici, determinando un indubbio sostegno all'integrità delle filiere.

Lo sviluppo dei marchi volontari ha però messo in evidenza talune criticità che richiedono interventi *ad hoc* finalizzati a sistematizzare le esperienze fin qui realizzate. Ci riferiamo in particolare al rischio di frammentazione delle diverse soluzioni adottate che non consente di rendere pienamente riconoscibile i marchi stessi sui mercati. Manca, inoltre, la possibilità di definire un piano organico di promozione degli attuali marchi, rendendo meno percepibile per l'impresa l'interesse ad aderire ai sistemi di tracciabilità e per il consumatore il "valore" del bene.

Al fine di rafforzare e valorizzare queste esperienze, sarebbe opportuno ricondurle ad un unico sistema nazionale che istituisca un marchio destinatario di interventi di promozione e di sostegno pubblico.

Il Ddl in commento, pur perseguendo un obiettivo analogo, parte da un parziale ampliamento dei criteri adottati dalla UE per definire il *Made in* che fanno riferimento al codice doganale. Un approccio, questo, insufficiente a indicare un prodotto interamente realizzato in Italia, come invece potrebbe far ritenere la denominazione "*Italian Quality*".

Per tale motivo, l'impostazione e le scelte contenute nel provvedimento appaiono distanti da quanto auspicato, nonché suscettibili di censura da parte della Commissione UE.

Pertanto, il disegno di legge in esame, pur rappresentando un'opportunità di riflessione su una tematica di grande rilevanza per la valorizzazione delle produzioni italiane, necessita di significative modificazioni che lo rendano effettivamente in grado di rilanciare il commercio estero e la tutela dei nostri prodotti.